

中国商业地理 参 考 资 料

陈福义 范保宁 编

湖南商业专科学校

前 言

《中国商业地理参考资料》是为配合《中国商业地理》教学而编写的，是《中国商业地理》的配套教材，既可为教师在教学中提供内容较为广泛的参考资料，又可使学生在学习中加深对教材的理解，扩大知识面。

《中国商业地理参考资料》所涉及的内容较多，主要包括商业地理学的理论；影响商品流通的因素；农产品、加工类食品、纺织品、日用工业品、燃料、农用生资的产销及省际调拨；商品合理运输；商业网络的分布和商品购销地域差异等有关资料。全书分为九个部分，基本上按照教学要求和授课次序进行编排。

在《中国商业地理参考资料》中，除我们编写和整理的资料外，还收集引用了报刊和杂志发表的有关统计资料，并选用了几位作者已发表的有关文章，在此，谨表谢意。

鉴于我们第一次编写这类参考资料，加上学识浅薄，经验不足，时间仓促，缺点和错误在所难免，恳切希望同志们批评指教。

编 者

一九八四年八月二十二日

目 录

第一部分 商业地理学有关理论的探讨

- (一) 试谈商业地理学的研究对象和科学性质…………… (1)
- (二) 试论商业地理学的产生和发展…………… (7)

第二部分 影响商品流通的诸因素

- (一) 我国的人口和民族…………… (14)
- (二) 我国的土地资源构成及其利用…………… (31)
- (三) 我国水能资源分省统计…………… (32)
- (四) 我国国土面积和人口与国外比较…………… (34)
- (五) 我国七大江河主要特征…………… (35)

第三部分 农产品产销及其调拨

- (一) 粮食、食油、畜产品、水产品、林产品产销
及其调拨…………… (36)
- (二) 浅谈我国牲猪的生产和流通…………… (91)
- (三) 世界畜产品产销情况…………… (101)
- (四) 加工类食品产销及其调拨…………… (102)

第四部分 轻纺工业品产销及其调拨

(一) 纯棉布、化纤布1983年至1985年销售趋势预测.....	(115)
(二) 纺织品产销及其省际调拨.....	(120)
(三) 日用工业品产销及其省际调拨.....	(166)
(四) 部分轻工产品需求展望.....	(189)
(五) 全国第四届黑白电视接收机质量评比结果.....	(194)
(六) 钟的产销情况和销售趋势.....	(198)
(七) 天津市家用缝纫机的销售趋势.....	(203)

第五部分 燃料、化肥产销及其调拨情况

(一) 能源的开发和利用.....	(206)
(二) 我国煤炭资源开发布局.....	(210)
(三) 我国主要煤矿煤炭合理调运流向.....	(213)
(四) 化肥产销情况.....	(220)

第六部分 商品运输的交通地理条件

(一) 商业运输与交通运输部门的关系.....	(225)
(二) 商业部门开展合理运输大有作为.....	(227)
(三) 办理联合运输业务的港口、车站.....	(231)
(四) 铁路集装箱营业办理范围.....	(239)

第七部分 商品购销及其商业网点

- (一) 我国商业发展概况及购销水平…………… (247)
- (二) 一九八二年重点城市产销情况…………… (284)
- (三) 国家统计局职工家计调查资料…………… (285)

第八部分 商业中心、经济特区和开放 港口城市情况

- (一) 建设中心城市商业流通网络的几个问题…………… (289)
- (二) 星罗棋布的上海商业网…………… (295)
- (三) 我国的经济特区…………… (299)
- (四) 对外开放的沿海港口城市介绍…………… (312)
- (五) 充分发挥沿海开放城市的优势…………… (327)

第九部分 优质产品名单

- (一) 1979年国务院颁发一百七十二项优质产品国
家质量奖…………… (346)
- (二) 1982年商业部系统优质产品…………… (354)
- (三) 1984年优质产品和优质食品预评名单…………… (361)
- (四) 荣获1984年国家质量奖名单…………… (396)

第一部分 商业地理学有关 理论的探讨

(一) 试谈商业地理学的研究 对象和科学性质

商业地理学的研究，在我国浩瀚的历史古籍中虽有所涉，但始终未能摆脱对被研究客体的描述性质，对于基础理论的探讨却很少建树。近几十年来，又由于轻商思想的蔓延，使得这门科学没有能够得到应有的发展。当前，随着我国商品生产和商业工作的蓬勃发展，商业地理学的研究，经过长期的停顿后，正开始进入一个新的发展阶段。

如何使商业地理学的研究在正确的轨道上不断地引向深入？如何把商业地理学的基础理论研究提高到一个应有的水平？这是广大商业地理工作者所关心的问题。本文就商业地理学的研究对象和科学性质问题，谈谈我们的肤浅看法，供同志们讨论时作为参考。

一、关于商业地理学的研究对象

商业地理学的研究对象问题，是商业地理学理论中最基本的、带有关键性的问题。它决定着这门学科的性质和任务等其他方面的问题，对于商业地理学理论的研究，是至关重要的。

因此，成为当前广大商业地理工作者所热烈讨论和急待探明的重要课题。

我们认为，从地理学的发展过程来看，商业地理学是地理学从萌芽之时起就已有的重要组成部分，是经济地理学发展的前身。从今天的学科领域来看，商业地理学只不过是构成经济地理学的一部分，是一门部门经济地理学。所以说，商业地理学和经济地理学有着科学史上的血缘关系。众所周知，地理科学及其分支学科的发展是具有历史的继承性的。地理科学体系的基本对象，对各分支学科的对象及其发展趋向，也是具有规定性与制约的。那么，商业地理学作为地理学的一个分支，经济地理学的组成部分，可以不断发展，不断完善理论体系，但无论如何也绝不能跳出地理学的范畴。既然如此，经济地理学的对象就必然地要制约，甚至规定着商业地理学的研究对象、性质与任务的特征。不过，商业地理学既然已经成为经济地理学的一个分支，它的研究对象和性质，毫无疑问地应该具有自己的特点。毛泽东同志说过：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门学科的对象。”（《毛泽东选集》第一卷第284页）据此，我们认为，按照经济地理学是研究经济地理现象，即研究地球表面人类经济活动与各种地理要素相互关系的科学的观点，就不难理解，商业地理学应是研究商业地理现象，即研究地球表面人类商业活动与各种地理要素相互关系的科学。换句话说，商业地理学的研究对象是商品流通的地域分布及组合规律。商业地理学正是以它所研究的地理环境与商业活动这一特殊矛盾，而区别于其他地理学科，又以它固有的地理性、区域性而区别于其他技术学科和经济学

科，成为一门独立的学科。

商业地理学作为一门部门经济地理学，它的研究主旨应是人类商业活动与地理环境的关系，重点是地理环境对商品流通的空间结构、地域特征及区际联系的影响。它的主要任务是通过对不同生产方式下的各国各地区商品生产的地域分工及分布状况，地区经济和自然优势对商品生产和流通的影响，地区商品供求状况，商品合理流向与交通运输通滞条件，商业中心的位移与兴衰的转化，以及商品在流通中所构成的网络等问题的研究，揭示各国各地区商品流通和商业网络在地区分布上的形成原因、发展条件和变化过程，从而阐明商品地区间流通分布的规律。当前，研究的中心任务是：商品产销的地区差异与商品流通的关系；人文区位与商业网络的关系；交通运输状况与商品合理流向的关系等。

商业活动的主要任务是组织商品流通，而商品流通中的购、销、调、存等每个环节的活动总是要落实到一定的地域或地点。由于各个地域之间地理环境的千差万别，使得特定地区的商业活动具有自己特定的地域特点，各地区之间存在着明显的差异。商业地理就是要从地理的角度去阐明商业活动的地域特征及其区际联系，揭示商品流通的地域分布及组合规律。

生产和消费从两方面影响或决定着商品流通。商品生产是商品流通的基础，生产的地域分工是商品流通产生和发展的前提，商品生产的规模和结构则决定着商品流通的深度和广度。消费是生产和流通的目的，购买力水平的高低和消费量的大小，影响或在一定意义上决定着商品流通的规模和结构。但无论是商品的生产，还是商品的消费，都因受到地理环境的深刻影响，而表现出各个地区之间的千差万别。所以，商业地理学

还要从地理角度阐明商品生产、消费及商业网络的地区分布及组合规律。

在一定的生产力条件和地理环境下，人们在组织商品流通过程中，总是争取以最小的劳动消耗，实现尽可能多的商品流转额，以获取最大的经济效益。这就要求人们必须切实地认识商品生产和商品流通的地域分布及组合规律。然而，商品生产与商品流通之间，商品生产与商品消费之间，商品流通与商品消费之间，除了受地理条件的影响外，还存在着错综复杂的经济联系。因此，商品生产和商品流通的地域分布及组合规律，是随着社会生产力的发展而发展，随着空间的变化而变化，随着社会制度的不同而不同。商业地理学就是研究商品生产和商品流通的地域分布及组合在时间和空间上发展变化规律的科学。

这里必须着重指出，商业地理学作为一门基础科学，它和其他基础科学一样，只能以客观事物的某一属性作为本学科的研究领域。而实际工作任务总是具体的、复杂的、包含着多方面的内容和多种属性。所以，理论问题和实际问题必须严格区分，同时理论又必须和实际紧密结合起来。这样，才有助于商业地理学从地球表面人类商业活动与各种地理要素的相互关系中，研究商业地理现象的各种形态特征及其变化规律。

目前，有些同志提出商业地理学的研究对象是商业网络布局。我们认为持这种观点的同志，正好是把研究对象和研究任务等同起来了。这种在学科对象与任务间划等号的做法，不容易正确处理商业地理学与相关学科的关系，而容易出现削弱商业地理学基础理论研究的倾向，将会给商业地理学的发展带来许多不利的影响。

二、关于商业地理学的科学性质

一门科学的性质决定于它的研究对象。如果一门科学的研究对象是社会现象，它则具有社会科学的性质；如果一门科学的研究对象是自然现象，它则具有自然科学的性质；如果一门科学的研究对象是两者兼而有之，那么它就兼有自然科学和社会科学性质的边缘科学。既然商业地理学是研究地球表面人类商业活动与各种地理要素相互关系的科学，研究的主要矛盾是地理环境与商业活动之间的矛盾。毫无疑问，地理环境是自然现象，而商业活动是社会现象，商业地理学正是以地理环境作为自己研究的立足点，以商业活动作为主要内容，既受地理环境所制约，又为社会经济现象所决定。因此，它应该是一门与自然科学和经济科学有着密切关系的边缘科学。

不过，认为商业地理学应该属于社会经济科学性质的同志也不少。他们的依据是：商业地理学是以商品生产地域分布规律和商品流通网络分布规律为其主要研究对象，而这些规律的研究，都被社会生产方式所决定，为社会基本规律所制约。因此，它与经济地理学一样，同属于社会经济科学。我们认为，这些同志没有正视科学性质分类上客观存在着的渗透关系和跨界关系，忽视了地理性和区域性是商业地理学的基本特征，而把阶级性看作商业地理学的主要特征，过分强调了社会生产方式和经济规律的一面，认为只有经济因素对商业布局的作用才是内在的、本质的因素，才是有规律的，才是决定商业地理学性质的唯一根据，似乎生产方式和经济因素一旦解决，商业活动就可以立即腾飞起来，而偏偏把自然规律的一面，看作是无关紧要的，可有可无的，认为它是非本质的、外在的、间接的

因素，决不能起决定作用。因此，他们认为商业地理学既然是研究阶级性较强的社会经济现象的科学，其科学性质只能是社会经济科学。

实践证明，上述认识是不符合商业地理学的客观实际的。理由有三：1.从商业地理学的研究内容和实践作用的性质来看，商业地理学确实是一门具有阶级性的学科，是有一定阶级服务的一面，就连商业地理学研究的实体也打上了阶级性的烙印。但是，商业地理学的主要任务还是为生产实践服务的，商业地理工作者也主要应具有为生产服务的本领，商业地理人才的培养，除学习社会经济科学知识外，还必须学习大量的自然科学知识，这些都说明商业地理学的边缘科学性质。2.商业地理学研究商品流通的地域分布及其组合规律，无疑有要受到生产方式所决定的一面，在不同的生产方式下，商品流通的地域分布及其组合规律确有本质的区别。但不能不看到，不管在何种生产方式下，商业地理学所要研究商品流通的地域分布及其组合规律，离开了地理环境则将无法顺利进行。何况在一定的生产方式下，其他条件大致相同的条件下，地理环境往往就起着决定性的作用。3.生产力是最活跃、最革命的要素，生产关系要适应生产力的性质，这是马克思主义的定论。正因为生产关系是社会关系的属性，生产力是自然关系的属性，而生产方式是生产关系和生产力的统一，是社会属性与自然属性的统一。因此，就是在生产方式决定商品生产和商品流通的地域分布及组合规律的性质的命题下，商业地理学属于边缘科学性质，也是理所当然的。

我们认为，明确商业地理学的边缘科学性质，将更符合科学对象的客观实际，有利于商业地理学与各地理分支学科的密

切联系；有利于借鉴不同社会制度的国家在商业地理学方面研究的成果；有利于商业地理学基础理论研究的健康发展。

(二) 试论商业地理学的产生和发展

商业地理资料的记载，可以追溯到久远的年代。古代的商业地理学，经历了原始社会、奴隶社会和封建社会等社会阶段，在漫长的历史时期中逐渐地产生和发展着。

众所周知，人们的生产和生活活动，一时一刻也离不开地理环境。自有人类社会以来，为了适应生产和社会的需要，有关商业地理知识的记述，从没有间断过。在远古时期，人们为了能生活下去，就开始对自己生活地区的地理环境有了一定的认识；其后，随着畜牧业、农业的发展，人们由不断移居逐渐在一定地区定居，因此，不仅需要对本地区，而且更迫切要求对居住地以外的广大地区的了解，于是开始出现了以实用为特征的有关商业地理知识的记述，成了古老的商业地理学的萌芽。

一、国外商业地理学的产生和发展

从原始社会进入到奴隶社会，由于农业、手工业、商业和航海贸易的发展，人们社会活动的地域范围越来越广，地区间、国家间的商品交换和文化交流不断加强，虽然商品经济还不是当时经济发展的主流，但经常不断地互通有无，已成为经济发展的必要。于是，有关各地区自然条件、生产分布、物产供需、商品交换、道路交通、居民点分布及其居民生活习惯的记述性作品不断出现，记述地理逐渐发展。公元前9世纪后，

为了适应古希腊、古罗马商人和贵族贸易的需要，陆续出现了《商路图》、《周航记》、《商业指南》等商业地理萌芽性作品。

公元5世纪后，继希腊、罗马人之后，居住在欧、亚、非三大洲交界处的阿拉伯人，控制了地中海、红海和印度洋的通路，进行着频繁的东西方贸易。在世界通商和航海事业发展的需要下，9—10世纪阿拉伯人有关物产、交通道路、水系、港口、手工业、商业城市等状况的记述性商业地理作品大量涌现。伊本·科尔达倍克所著的《道路和各国志》一书，大量记述了波斯湾、阿拉伯东北海岸以及西亚和中亚地区的物产、道路、港口和重要商业城市。耶克特编纂的《地理学辞典》，即搜集了大量的地名和物产的资料。

在12—14世纪十字军东征以后，到15—16世纪的地理发现时代，整个地理的科学发现进入了一个新的时期。地理大发现后，海上贸易迅速扩大，欧洲人对新展现在眼前的世界各地更感兴趣，要求有一门专门的知识来解答世界各地物产的分布和商品的消费情况，迫切需要对有关商业地理知识的掌握与运用，因此汉散同盟的商业地理学得到了迅速的发展。在一些城市里，开始开办了商人学校，设置了商业地理课程，传授有关各国物产、市场、港口、商品供需和商业交通等知识，并逐步发展成为日后的商业地理。同时，出版了培养与训练青年商人的教科书和参考手册，介绍各地的自然条件与自然资源，贸易方法与货币制度，各种物产的生产分布与消费需求状况，交通线路与运量规模等知识，指示商人从何地能购得廉价商品，到哪里可以高价出售以获取较多利润。当时，德国地理学蒙斯脱撰写的《宇宙志》一书，详细记述了各国地理位置、物产、交通

等内容。该书在 100 多年中被译成六种文字，发行了 46 版，这反映了新兴的商业资本是多么需要商业地理知识。

17 世纪到 18 世纪，欧洲一些国家经过资产阶级革命，相继从封建时期进入了资本主义时期。在大西洋彼岸的北美大陆，经过 18 世纪末、19 世纪初的两次对英战争，美国也进入资本主义发展的时期。资本主义的原始积累，要求对其它落后国家进行经济掠夺，靠不等价交换和暴力抢劫来获得财富，或者对国内劳动人民通过苛捐杂税进行横征暴敛，于是出现了重商主义思想。这个时期，欧洲各国相继意识到要进行世界规模的贸易，于是在各地设立了商业职业学校，讲授对外贸易起基础作用的实用商业地理课程。

18 世纪后期，俄国资本主义因素日益增强，随着生产地域专业化程度的逐步发展和大城市成为大的贸易中心，国内外贸易日趋活跃。在这种情况下，出现了多卷本著作《俄国商业之历史描述》，详细描述了国内外贸易、港口、交通、工业企业和城市，具体地记载了各个地区的商品分布，为 19 世纪俄国《商业地理学》的形成和发展打下了基础。

18 世纪末至 19 世纪初，随着资本主义商品经济的迅速发展，殖民地的不断开拓，世界各地封建闭关自守经济的陆续被冲破和交通运输尤其是海运的空前繁忙，各国各地区之间的商业与贸易往来逐渐扩大，世界性的市场开始出现，整个地球逐步卷入西欧资产阶级倾销商品、掠夺原料的范围。正是在这样的客观基础上，以记述商品的需要、供给、产地、销地、交通和贸易等为其中中心内容的商业地理作品更加丰富多彩，早先在记述地理基础上已经有所萌芽的商业地理学，明显地有了进一步的发展。它既注意商品生产的地区分布，更侧重于产品流通

过程的地区分布和对外贸易商品的分析。象这样的商业地理，当时在英国、德国和荷兰等国都曾有很大发展，后来成为经济地理学的前身。直到现在，它在资本主义国家的经济地理学中，仍占有重要地位。

19世纪，西欧、北美工业资本主义进一步飞速发展，为了适应全球大规模通商贸易的需要，有关商业活动与地理环境关系的研究，借助其他相关科学的进步，开始摆脱单纯记述的旧框框，进入到分析整理材料，即解释、探讨生产、销售和流通的地域差异原因的阶段，把中世纪汉撒同盟时期的商业地理学提高到一个新的水平。19世纪初期，洪堡在《新西班牙》（指墨西哥，当时属于西班牙的殖民地）有关适于居住地区和适于发展农业的边远地区界限的各种学说中，把人口、耕地、物产的分布与地形、气候等自然地理要素的关系作为外观特征进行考察，表示了欧洲人因十分关心向世界扩展经济而初次进行的较高水平的研究。19世纪后半期，德国著名的地理学家格茨，在地理学杂志上发表了题为《经济地理学的课题》的论文，论述了具有经济意义的普遍地理学的观点、经济地理学的本质、以及经济地理学的构成等，把以往非体系的商业地理学发展到经济地理学。比格茨稍晚时候的英国地理学家奇泽姆的名著《商业地理学便览》，详细记述了世界的商品作物、矿产、工业制品、工业原料、气候、交通、不同洲和不同国家的地志，作为商业地理学，在学科体系上可以说是最出色的。该书于1889年初版，以后通过斯坦普和其他地理学家的修订，到目前已出版了第19版。

到了近代以至当代，随着商品生产和商品流通的迅猛发展，以研究商品生产地域分布，消费构成和消费水平的地域差

异，影响商品生产、流通和消费的地理条件，商业网络地域分布及组合规律为中心内容的作品层出不穷，商业地理学得到了进一步的发展和完善，不仅逐渐形成了现代成熟的商业地理学科，而且在此基础上又出现了《市场地理学》、《零售地理学》和《行为地理学》等几门分支学科，从而扩大了商业地理科学的研究领域。但是，从今天的学科领域来看，商业地理学只不过是构成经济地理学的一部分而已。

二、中国商业地理学的产生和发展

中国古代有关商业活动与地理环境关系的记载，更是源远流长，内容宏富。虽然还称不上是科学商业地理，但它所积累的资料之丰富，所包含商业地理思想科学价值之可贵，在当时世界上商业地理学的发展中却是令人瞩目的。

早在原始社会末期，随着社会生产分工的发展和交换的扩大，商品生产逐步地发达起来，产品需要往外推销，原料需要由外部提供，为了满足人们的需要，越来越多的交换变成社会生活中的一个要素，“日中为市”、“祝融作市”、“市不预贾”、“抱布贸丝”，交换活动已普遍出现。这个时期，不仅出现了商业，而且开始出现了一些商业地理知识的记述。古代文献《易经·系辞下》中就记载：“神农氏作……日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所”。《尚书·皋陶谟》中有：“懋迁有无，化居。”之句，告诉人们以其所有，易其所无，把产品从多余的地方，运到缺乏的地方，去交换所急需的东西。《尚书·禹贡》则以简洁的文字，全面地记载了各地区的地理情况和商品生产发展水平，从山河、土地、资源、土特产、手工业品、贡品、商路的分布，到商品运输交

通路线和运载工具的选择，都作了绘声绘色的描述，成为我国古代论述商业地理学的开拓篇章。

中国历史进入到封建社会后，商品生产和交通运输业得到了进一步的发展，商品交换的范围越来越大。有关商业地理的著述更加繁浩起来。出现了一大批象《盐铁论》、《管子》等论述商业与地理关系的文章。《淮南子·齐俗训》一书中写道：“尧之治天下也，水文者渔，山处者木，谷处者牧，陆处者农，地宜其事，事宜其械，械宜其人，泽皋织团，陵阪耕田，得以所有，易其所无，认所工易所拙”。它描述了物产的地域差异，指出工拙相为用，必然导致商品交换。西汉著名的历史学家司马迁所著的《史记·货殖列传》，记载了从上古到西汉初年，各个地区的农、林、水产、采矿、手工业和交通的地理分布资料，指出了它们之间的差异性和商品交换的必然，并作了地理分析，进一步把地理知识与商业活动溶合成一起，比较系统地记述了许多有关商业地理的知识。

在漫长的历史发展过程中，随着生产和交换的发展，人们逐步地认识到商业活动与地理环境的密切关系，从而更加注重新于地理环境对商品生产和交换影响的研究，使我国商业地理的研究在封建社会的各个朝代中，得到一定的发展。但是，由于封建生产关系的长期延续，束缚了生产力的发展，阻碍我国科学技术的进步，如同其他科学一样，当时商业地理学在我国也不可能提高到近代科学的水平。

鸦片战争以后，我国论为一个半殖民地、半封建的国家，闭关自守的封建枷锁逐步被打破，资本主义经济有所发展，商品交换趋向频繁，国外商业地理学陆续传入我国，国内商业地理学的研究也有一定的发展。国内曾出版过苏继庠（上海商