

DACHENGSHI SHANGYE
YETAI KONGJIAN YANJIU

大城市商业 业态空间研究

林耿 周锐波 著



 商务印书馆

服务业与城市发展丛书

主编 闫小培

国家杰出青年科学基金资助项目(编号:40125003)

服务业与城市发展丛书

大城市商业业态空间研究

闫小培 主编

林耿 周锐波 著

商务印书馆

2008年·北京

图书在版编目(CIP)数据

大城市商业业态空间研究/林耿,周锐波著. —北京:商务印书馆,
2008

(服务业与城市发展丛书/闫小培主编)

ISBN 978-7-100-05624-3

I. 大… II. ①林… ②周… III. 大城市-商业经济-研究
IV. F710

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 142603 号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

服务业与城市发展丛书
大城市商业业态空间研究

闫小培 主编
林耿 周锐波 著

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街36号 邮政编码 100710)

商 务 印 书 馆 发 行

北京瑞古冠中印刷厂印刷

ISBN 978-7-100-05624-3

2008年6月第1版

开本 880×1230 1/32

2008年6月北京第1次印刷

印张 10% 插页 5

定价: 28.00 元

总 序

服务业(Service Industry)是目前经济学界最具有争议的一个经济学概念,至今还没有形成一个统一的概念。一般认为服务业是指生产服务产品或提供服务的经济部门或企业的集合。西方学者普遍将第三产业等同于服务业,我国经济学家和政府统计部门也常常将第三产业等同于服务业,虽然两个概念存在一些细微的差别,但所包含的内容基本一致。

近年来,全球服务业发展很快,发达国家绝大多数已进入服务社会,正如马克思·韦伯(Max Web)所言,后工业社会产生了特定的“服务经济时代”;美国著名哲学家丹尼·贝尔(Deny Bell)也认为,随着知识经济时代的到来,服务业在整个经济活动中逐渐取得了主导地位。与此同时,服务经济的到来,如同工业革命对人类社会产生的影响一般,将对全人类的发展产生深远的影响,在经济全球化的今天,这种影响所覆盖的区域更加广阔,所产生的效果更加深远。对发展中国家而言,为了在全球经济格局中占有一席之地,并把握新的发展机遇,服务业是其经济发展的重要内容之一。

对于服务业的研究在经济学上已有相当长的历史。17 世纪末的威廉·配第(William Petty)就提出了服务业发展的一些思想,但服务业成为主导经济部门却在第二次世界大战以后。20 世纪 60 年代以来,西方国家的经济结构开始由工业经济向服务型经济转变,主

要表现在两个方面,一是服务业发展迅速,增加值比重逐步超过了制造业部门;二是服务部门的就业比重上升很快。1968年,美国经济学家富克斯(V. Fuchs)在其经济学名著《服务经济》一书中“宣布”美国在西方国家中率先进入“服务经济”社会。20世纪80年代中期,由于服务业成为1973年石油危机后创造就业岗位的重要源泉和各国占领世界市场的重要手段,服务业的研究进一步受到区域学家、区域经济学及经济地理学者的重视。20世纪90年代以来,信息技术的发展加剧了经济全球化进程,服务业的发展更代表了整个经济发展的主导方向,也因此出现了大量服务业经济学方面的研究,有学者提出了一门新的学科——服务业经济学。然而,这些研究主要涉及服务业内部结构方面,对服务业的空间规律少有研究。作为以空间作为研究核心要素之一的地理学,尽管近年来也有些属于服务地理的分支发展很快,但它们都是局限在单一的服务行业内研究,从某种意义上讲,割裂了这些服务行业内部的有机联系。因此,从地理的角度探讨服务业的空间发展规律,并剖析其与产业发展的内在联系,成为迫切需要的研究课题。

近年来,国外地理界开展了一系列与服务业相关的研究,主要是将服务业置于全球经济中,研究了以下几方面的问题:①后工业社会或服务业社会的特征;②从生产与就业的角度研究服务业在经济发展中的地位和作用;③生产性服务业发展对城市和区域发展的影响;④技术变化影响下服务业贸易与城市和区域功能的转变及其对全球化的影响;⑤社会极化与服务阶层的形成;等等。总体上看,国外相关研究已有不少,但比较零散,系统性不强;多为描述性研究,解释性欠缺;关于区位的研究多为区域尺度,大都市内部的研究较少;个案研究较多,规律总结不多,需要认真梳理和开展新研究。

在中国,近年来产业结构也在朝着服务业占主导地位的方向发展,服务业内部剧烈分化,服务业在国民经济的发展中扮演的角色日趋重要。一方面,我国的服务业发展还有较大的空间,及时归纳总结和评估具有重要的现实意义。从服务业(通常所指的第三产业)占 GDP 的比重看,改革开放以来,我国服务业产值占 GDP 的比重有较大的增长,由 1980 年的 21.4% 上升到 2003 年的 33.2%。但这个比重不仅低于 65% 左右的发达国家平均水平和 60% 左右的世界平均水平。在拥有巨大的发展空间的同时也将面临相应的挑战,亟须在理论和相应的战略上有所储备。另一方面,服务业内部构成的多样化和复杂性使现有经济地理学和城市地理学的理论和方法难以解释和解决区域与城市发展中出现的新现象和新问题,难以对发展趋势作出预测,同样,迫切需要在实证的基础上,对服务业发展进行系统和深入的理论研究。中国地理工作者有关服务业的研究成果不多,且以实证分析为主,理论分析较欠缺。

基于上述背景,在对服务业地理学及其相关领域开展了一系列预研究的基础上,2001 年年底,经国家自然科学基金委员会批准立项,本丛书主编闫小培教授获得了“服务业地理学的理论与方法研究”项目的研究资助,该项目成为我国人文地理界获得的第二个国家自然科学基金杰出青年基金资助项目。2002 年 1 月,本项目正式启动,迄今在本基金项目资助下已经发表了学术论文 60 余篇,通过该项目完成博士学位论文 8 篇,待完成 1 篇;完成硕士学位论文 6 篇,待完成 1 篇。本丛书正是在上述研究的基础上,结合研究者长期以来在城市地理领域所做的研究工作,进一步整理提炼形成。

本丛书在服务业地理学方面作了研究尝试,旨在抛砖引玉,引起同行们对该学科领域的关注和重视。本丛书所探讨的服务业地理主

要研究服务业结构及空间组合、过程和规律,并探讨服务型经济社会和新技术支撑背景下的人文地理学方法论变革。

本丛书及其相关研究成果涉及了服务业地理学的七个重要领域,包括服务业地理学的基本理论问题、服务业区位的理论与实证、中心城市生产性服务业对城市和区域发展的影响、大城市服务业的发展及其社会分化、服务业发展的区域差异和区域服务业合作发展模式、转型时期的城市空间规划和转型时期中国城市公共服务业管治等方面。在探讨了服务业地理学的基本理论问题的基础上,重点以广州市、珠江三角洲和广东省为例,分专题展开实证研究,并进行理论总结。

本丛书已经出版和即将出版的具体选题包括以下几个。①在服务业地理学的基本理论问题方面,出版《服务业地理学》,探讨服务业地理的理论发展、研究对象、内容和方法等。②在服务业区位的理论与实证方面,出版《服务业区位理论与实证》、《大城市商业业态空间研究》、《金融服务业与城市发展》、《港口服务业与城市发展》和《CBD发展与城市商务活动》等,探讨服务业分类方法、服务业区位等问题,总结和分析大都市服务业发展的特征与趋势和不同类型服务业的区位选择特征、因素、模式及区位类型,并以广州为案例,研究广州的服务业空间演变及区位类型以及重点行业的空间特性,包括广州商业的业态空间、CBD发展、金融服务业、港口服务业等与城市发展的关系。③在中心城市服务业对城市和区域发展的影响方面,出版《区域中心城市与生产性服务业发展》,着重研究中心城市生产性服务业对城市和区域发展的影响。④在转型时期的城市空间规划方面,出版《城市居住流动与城市社会空间》、《城市空间结构性增长》、《转型时期的城市空间规划》等,分别以社会经济转型为背景,研究探讨城市

社会空间和实体空间的演化特性及其相关规划思路。⑤在转型时期中国城市公共服务业管治方面,出版《中国城市公共服务业管治》,研究公共服务业管治问题及其未来发展。

本丛书的主要写作和参加人员主要包括闫小培教授、吕拉昌教授、陈忠暖教授、王爱民副教授、薛德升副教授、曹小曙副教授、叶岱夫副教授、林耿副教授、周素红副教授、柳意云讲师、李志刚博士、方远平博士、钟韵博士、刘筱博士、林彰平博士、易峥博士、魏立华博士、吕传廷博士,以及王云璇、刘蓉、周锐波、胡敏、陈再齐、张润朋和刘逸等已经毕业或即将毕业的硕士生。他们都为本项目的开展和本系列丛书的写作付出了心血。本研究的开展得到中山大学城市与区域研究中心同行们的支持,得到国家自然科学基金委员会的帮助,得到国内外部分高校和科研机构同行知名专家的指导,在此一并致以深切的谢意!此外,本丛书的写作过程中得到了众多同行学者的帮助,也借鉴了相关的研究成果及经验,特此谨向他们致谢!

本丛书力图通过理论与实证案例研究相结合,探讨服务业地理学的理论与方法等问题,并希望具有系统、全面和创新等特点,为加强经济地理学和城市地理学的理论建设和揭示服务型经济社会城市和区域地域运动规律,以及指导服务业布局和经济建设等奉献绵薄之力。错漏与不足之处,敬请指正!

闫小培

2006年5月1日

前 言

商业地理学是研究商业活动地理现象和规律的学科。它是人文地理学中发展最早的分支学科之一。从学科发展过程来说,它还是经济地理学的前身。但是,在很长的一段时间里,我国在计划经济体制下,商品等物资的生产、流通和消费在国家的统一安排下进行,商业活动和空间结构没有表现出应有的市场经济规律。商业地理学的研究以描述区域的物资分布、产销区划和商品流通贸易等内容为主,大部分研究成果以描述性的专著形式出现,缺乏理论分析,也没有形成系统的研究成果。20 世纪 80 年代,我国城市地理学者引进克里斯塔勒中心地学说,对城市内部商业空间结构进行实证研究,拓展了商业地理学的研究视角,使传统的商业地理学开始进入现代地理学的范畴。近年来,商业地理学在借鉴行为地理学、时间地理学等相关学科的研究成果基础上,不断拓宽学科本身的研究方法和研究视角,提高了学科研究的科学性和理论水平。但是,我国地理学对商业空间的研究集中于区位布局、等级结构和空间形态等方面,与经营业态结合的深度明显不够。本研究把空间研究延伸至业态领域,是商业地理学及其相关学科发展和整合的一种尝试。

改革开放以来,我国城市出现了由生产型城市向消费型城市转变的发展趋势,商业服务业已成为城市内部经济活动的主体。同时,伴随着人们生活方式、交通出行方式和消费习惯的变化,城市正发生

着一场以“消费空间”和“经营业态”为主要内容的商业革命。“消费社会”背景下商业出现了新的业态功能,影响着城市居民的消费行为,“型塑”着消费者的消费空间,从而对城市内部空间结构不断产生新的影响。商业服务业不再仅仅是地区建设的配套服务设施,它已经成为推动地方城市化的重要因素,也是引导城市空间重构和拓展的主要力量。这在旧城改造过程中的商业街更新、新区拓展过程中的大型商业设施建设表现尤为明显。因此,从业态空间的角度分析城市商业空间结构,将有助于丰富城市地理学的理论,也有利于扩展城市内部空间研究的视角。加强商业业态空间的研究,是复兴商业地理学和深化城市地理学理论的学术需要。

广州自古以来就以商业发达著称于国内外。改革开放以来,城市商业更是兴旺发达。以广州这个南方大都市为例,研究城市的商业业态空间具有非常典型的代表性和实践意义。广州自任嚣建城以来,已历经 2 200 多年。广州古称番禺(秦汉),番禺港作为我国最早的对外贸易港口,其商贸活动揭开了广州港城互动发展的历史篇章。从隋、唐、宋、元、明至清朝时期,除了南宋以后近一个世纪之外(泉州港位居第一),广州港一直是中国最大的贸易港,而且成为海上“丝绸之路”的始发点之一。广州市独特的商业形象,为其赢得了“南国商都”的美誉。走进现代,随着我国市场经济体制的不断完善和城市经济的迅速发展,商业服务业已经成为城市产业经济中的重要组成部分,成为城市中最活跃、与居民生活质量密切相关的产业类型。同时,中国的城市化进程不仅增加了城市数量、扩大了城市规模,使得城市规模不断扩大,商业服务业类型和空间结构也日趋复杂。广州商业业态空间研究的实证意义,就是在于通过反映城市商业综合的现象和规律,为商业网点规划和业态发展调控提供参考。在此背景

下,解释广州市商业业态空间的形成机理,并对其中心区的结构形式进行深入分析,有助于我们进一步认识大城市商业发展的空间规律,这也是本书写作的初衷。

本书共分五章。第一章总论,对相关概念进行界定,并介绍研究背景及国内外研究进展,提出本书的研究目的和研究范围,以及所采用的研究框架与研究思路。第二章以广州老八区为例,对影响广州市商业业态空间的相关产业、城市用地、交通网络以及行为和文化等因素分别进行研究。第三章为综合研究,根据各影响因素总结、归纳广州市商业业态空间的形成机理,并对其形成的效益进行评价。第四章为微观领域的案例研究,选取了广州市天河中心城区作为案例,分析商业服务业设施在商业业态空间中的结构形式。第五章为结论,对本书进行理论总结和提升,并对广州市商业区的未来发展、零售业和批发市场的建设以及相关理论等问题进行了探讨。

本书是2001年度国家杰出青年科学基金资助项目(编号:40125003)“服务业地理学的理论与方法研究(2002~2005)”的研究成果。其中,第二、三章来自林耿的博士学位论文“广州市商业业态空间形成机理研究”(2002),第四章来自周锐波的硕士学位论文“广州天河城市中心区商业网点分布及其空间结构研究”(2005),第一、五章由两人学位论文综合而成。

在本书的写作过程中得到了众多同行学者和友人的帮助,也借鉴和参考了国内外同行的研究成果和有益经验。在此,谨向他们表示衷心的感谢!此外,本书在出版过程中得到了商务印书馆的鼎力支持,特此一并致谢!

由于作者水平有限、时间仓促,错漏不足之处在所难免,敬请读者批评指正!

目 录

总序	i
前言	vii
 第一章 总论	1
第一节 概念界定	2
第二节 研究进展与理论综述	8
第三节 研究设计	54
第二章 广州市商业业态空间形成的影响因素	71
第一节 广州市商业的产业关联分析	72
第二节 城市用地扩展对商业业态空间的影响	85
第三节 交通网络建设对商业业态空间的影响	102
第四节 行为因素对商业业态空间的影响	112
第五节 历史文化因素对商业业态空间的影响	148
第三章 广州市商业业态空间的形成和效益评价	160
第一节 广州市商业业态空间的形成	160
第二节 广州市商业业态空间的效益评价	184
第四章 广州城市中心区商业业态空间的结构形式	193
第一节 商业服务业设施的空间分布特征	193
第二节 商业区的职能类型和空间结构	231

2 大城市商业业态空间研究

第五章 结语	271
第一节 结论	271
第二节 讨论	278
第三节 建议	280
第四节 理论探讨	285
参考文献	289
附表	317
后记	327

第一章 总 论

商业中的地理,地理中的商业。在经济学中,商业指专门从事商品流通活动的独立经济部门。商业的研究以流通规律为核心,往往脱离地理要素,但在特定地域结构的流通网络中,空间的特性又相当鲜明。客观而言,商业离不开地理,但地理无法涵盖商业研究的范畴。地理学以人地关系为核心,地理研究包括商业的地域空间规律,但如果仅仅停留在空间的层面,地理难以真正触及商业的内核,地理学应该关注商业领域中的整体性及关联性。

地理学的综合性是基于对事物本质全面而深刻的认识,并非一个刚性的空间概念。研究试图将商业业态空间置于一个有机的城市系统中,综合探讨其形成机理及表现形式。

商业研究的依据。在统计标准中,传统的商业指零售业和批发业(《国际标准产业分类》,1988),在传统统计资料中,往往将其与餐饮业合并为一个行业。在城市规划的用地分类中,商业用地属于C21类,基本按照统计标准划分。本书研究概念的构建和数据的收集以此为依据。近年学术论文和著作中常见的“大商业”概念则内涵模糊,有的甚至等同于“第三产业”,严格地讲,大商业仅仅是一种产业发展的战略理念。

第一节 概念界定

一、相关概念

《现代汉语词典》中的“商业”指“以买卖方式使商品流通的经济活动,按商品流通环节可分为批发商业和零售商业”;“服务行业”指“为人服务、使人在生活中得到方便的行业,如旅馆业、理发业、修理生活用品的行业等”。可见,“商业”和“服务行业”都是对经济活动和现象的一般描述,并非是十分严谨的经济学定义。在现实生活中,我们往往将“商业”广义地理解为“商业+服务行业”,有时甚至等同于“第三产业”概念;而把“服务业”狭义地等同于“居民服务业”。居民服务业与商业具有不同的特点,即居民服务业不是出售商品,而是租让劳务或提供服务;但居民服务业与商业也有共通之处,即同消费者直接联系,同广大群众的日常生活息息相关。居民服务业是城市商业网点的重要组成部分,它与零售商业共同构成了居民日常生活的服务网络体系。因此,研究城市的商业业态空间,必须综合考虑居民日常生活的服务网络体系,进行统一规划和合理配置。

商业服务业。为了更好地研究城市居民日常生活的服务网络,本研究所讲的“商业服务业”特指与居民日常生活息息相关的“零售商业和居民服务业”,包括消费性服务业(Consumer Services),分配性服务业(Distributive Services)中的邮政、通信、电信等个人服务业,以及生产性服务业(Producer Services)中为居民提供服务的部分行业,如金融业、房地产业、计算机服务业、租赁和商务服务业、中介代理业等(表1—1)。商业服务业设施指进行商品销售、提供饮食

和服务业务活动的各种企业、经营机构及空间场所。

表 1—1 服务业的“四分法”及其行业构成

分类	2002 年分类中的服务业内部构成	应该包含的新兴服务业
生产性 服务业	金融业,房地产业,信息传输、计算机服务和软件业,租赁与商务服务业,科学研究、技术服务和地质勘查业	广告业、会展业、项目策划、信息咨询与市场调查研究、中介代理业、会计服务业、法律服务业
分配性 服务业	交通运输业、仓储业,邮政业、通信、批发	物流业、电信业、网络服务
消费性 服务业	零售业*、住宿与餐饮业,居民服务业和其他服务业,娱乐业	旅游业、个人服务业
社会性 服务业	水利、环境与公共设施管理业,教育,卫生、社会保障和社会福利业,文化体育业,公共管理与社会组织,国际组织	

*:国内外不少学者将零售业划入分配性服务业中。

资料来源:方远平,2004。

商业网点。商业网点是指一个区域中零售、批发、餐饮、生活服务、娱乐、物流、配送、仓储等企业的经营场所、设施的总和。因其点多面广,布局形成网状,故称商业网点。《简明商业经济辞典》的“商业网”指“直接进行商品购销和饮食、服务业务活动的各种企业经营机构分布状况的总称”。商业服务业设施是商业网点的实体基础,而商业网点则是商业服务业设施分布状况的总称。可见,商业网点不是一个十分严谨的概念,它既包括了实体对象——商业服务业设施,还包含了对象的属性特征——空间分布状况。一般来讲,商业网点

4 大城市商业业态空间研究

研究包括以下两个层面的内容:商业服务业设施的空间分布特征和商业区的空间等级(组合)结构。

商业业态。商业业态是指商业企业为满足不同的消费需求而形成不同的经营形态^①,包括百货店、购物中心、仓储式商场、超级市场、大型综合超市、便利店、专业店、专卖店、批发市场等批发零售业态。商业业态空间,是指批发零售业各种经营形态在地域上的组合形式。在业态方面,本书主要选取大型商店(百货店、购物中心、仓储式商场^②)和批发市场进行研究;由于商业街多种业态的空间聚集特征明显,因此,也将其选入。

商业空间结构。城市商业活动空间结构就是指城市商业活动中供给与需求因素相互作用的动态平衡关系在商业业态及其等级、规模、组织等方面的空间体现。它包含两重含义:一是内在的研究客体是供给和需求因素相互作用的动态平衡关系;二是外在的表现形式,指各种商业业态功能、规模和等级空间网络结构。

二、类型划分

商业服务业设施包括零售商店和其他类型的服务设施,指从事商业经济活动的各种企业经营机构和空间场所。商业服务业设施的类型划分首先应该考虑设施本身的行业性质和特征。本文参考国家的第三产业分类方法,主要依据 1994 年国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码(GB/T4754-94)》,由其中的第三产业类抽取零售

① 目前,学术界尚无针对业态的统一定义(如日本的安士敏,1992;中国的萧新永和刘汝驹,1994、1999),物流中心是否为批发业态的高级形式,同样没有定论。本书定义参考国家内贸局颁布的相关文件。

② 除了百佳之外,广州市缺乏大型综合超市,该业态不是研究的主要对象。