

区域经济与 深圳城区商业

黄纯斌 著

花城出版社

区域经济与深圳城区商业

黄纯斌 著

花城出版社

图书在版编目(CIP)数据

区域经济与深圳城区商业/黄纯斌著. — 广州:花城出版社,2001.7

ISBN 7-5360-3578-0

I. 区... II. 黄... III. 商业经济—深圳市—文集
IV. F727.653-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 048026 号

区域经济与深圳城区商业

黄纯斌 著

*

花城出版社出版发行

(广州市环市东路水荫路 11 号)

广东新华发行集团股份有限公司经销

肇庆科建印刷有限公司印刷

850×1168 毫米 32 开本 10.375 印张 1 插页 240,000 字

2001 年 8 月第 1 版 2001 年 8 月第 1 次印刷

印数 1—3,000 册

ISBN 7-5360-3578-0

F·43 定价:18.00 元

如发现印装质量问题,请直接与印刷厂联系调换

内容提要

城区商业的职能是在城区区域通过媒介进行商品交换。在市场经济条件下，它具有引导生产、服务消费的功能。深圳城区商业如同深圳城市经济发展一样在短短的时间内取得了巨大成绩。目前，在零售领域已形成了大中小型商业网点星罗棋布，多种经济成份、多种经营方式、多种业态平等竞争，共同发展的新格局；在批发领域中，除专职的批发贸易企业以外，农产品批发市场、专业批发市场、保税生产资料市场、商品期货市场、拍卖市场等取得了长足的发展，初步形成了比较完整的商品市场体系。然而，与社会主义市场经济要求相比，深圳市的商业还有许多亟待解决的问题。诸如，商业企业的规模化、集约化程度不高，网点布局不尽合理，老商业区的改造进度缓慢，新商业区的建设缺乏统一规划，商业科技含量不高，现代化水平低等等。如何从商业经济——这一产业经济的视角来考虑是深圳城区商业发展的新起点。

本书立足于商业经济这一主线，以深圳城区为对象，系统地阐述了城区商业发展的思路、方式、策略和前景。全书共分为12章，其中第1、2、3和4章为第一部分，分别从区域经济、区域经济网络、城市经济和社区经济等范围来叙述它们与商业的关系，从中掌握商业的经济机理。第5、6、7、8、9和10章为第二部分，重点介绍了商业经济的内容，包括城区商业经济、商业经济区位论、商业旺区的发展和商业集点的发展，以及城区商业物流业和商业密切相关的城区旅游业。其中，商业集点的发展

章节中将以罗湖商业城为例，贯穿于该章节始终。最后，第 11、12 章构成本书的第三部分，讨论了城区商业发展的若干策略问题及其引导和前景。

本书是作者在硕士学位毕业论文基础上扩写而成的论著，理论与应用并重，图文并茂，适合于城市管理者、商业经营者和广大经营管理人员、大专院校相关专业师生参阅。

序

深圳，作为中国改革开放的窗口，在短短的二十年内，从一个边陲小镇一跃为国内外闻名的经济特区，取得了众所共识的巨大成就。这证明了深圳十分重视发展区域经济和城区商业的功能作用。

世纪之交，随着世界经济竞争的日益激烈，国家和地区的范围不断被突破，经济的国际化趋势日益明显，深圳作为统率区域经济局势的重要据点，其作用和地位随着其科技水平的提升、“城市—区域”群的兴起日益增强。

深圳，作为国际知识知名度很高城市，具有其独特的经济结构，它所发挥的影响力远远超出其有限的地域。这主要是深圳在服务行业和其他高层次的企业服务职能方面日益积累较雄厚的实力，并带来了可观的增值效益和城区功能的延拓。正走向国际都市的深圳正在成为企业总部和地区总部的集中地，并拥有蓬勃的商业和旅游业。

深圳，作为现代化的都市，具有较强的区域经济实力、完善的服务功能、良好的发展环境、较高的管理水平和一流的市民素质。在跨入21世纪之后，深圳十分重视发展其商业服务中心的地位，利用其集团企业的雄厚资本、高额的科技投入、著名的品牌及其商誉，以及走向国内外的营销网络，在发展商业的同时，不断开拓旅游市场的新领域，建筑商务旅游市场的新高地。

本书正反映了以上特征。它以区域经济为基础，以深圳商业为具体对象，系统地论述了城区商业发展的思路、方式、策略和

前景。全文论述跨度大、范围广、素材多、理论论述与实际阐述相结合，比较系统地分析了城区商业发展的理论和方法。也从一个侧面分析了城市经济迅速发展的机理。

本书作者长期从事城区管理工作，对城区经济发展有一定的实践经验，相信本书中的丰富内容一定会使广大读者得益非浅的。

华东理工大学经济发展所

所长、教授

杨思远

目 录

序	杨思远 1
第 1 章 区域经济与商业经济	1
1 区域经济概述	3
2 区域经济的结构	17
3 区域经济增长中的商业经济	32
第 2 章 区域经济网络	35
1 区域经济网络概述	37
2 城市的功能、发展和分工	41
3 区域经济网络设计	46
4 区域商业经济网络的发展	49
第 3 章 城市经济与城区商业	53
1 城市与城市化发展	55
2 城市竞争力测度及实证分析	60
3 城市经济增长及其影响因素	65
4 城市经济与城区商业	72

第 4 章 社区经济与社区商业	79
1 社区经济的产生与发展	81
2 社区经济的基本结构	86
3 社区经济发展的决定因素	94
4 社区经济与社区商业	100
第 5 章 城区商业经济	103
1 城区商业的特点及其地位与作用	105
2 城区商业经济效益评价	109
3 城区商业的现状与发展	120
4 深圳“大商业、大市场和大流通” 的商业经济发展	123
第 6 章 商业经济区位论	129
1 零售商业区位论	131
2 批发商业区位论	135
3 集市区位论	139
第 7 章 商业旺区的发展	143
1 商业旺区发展的条件	145
2 商业旺区发展的功能定位	155
3 商业旺区发展的政府行为和措施建议	161

第 8 章 商业集点的发展	173
1 罗湖商业城的基本情况	175
2 从“空城”到“旺城”	178
3 营造良好的购物环境	182
4 服务业主，关心商户，维护消费者权益	186
第 9 章 城区商业物流业	191
1 物流一体化与配送经济	193
2 区域性物流中心的形成方式和条件	196
3 批发专业市场	201
4 商品配送中心的策略	212
5 深圳物流业的发展	218
第 10 章 城市旅游业及其对商业发展的促进	231
1 城市旅游业	233
2 深圳旅游业的发展	236
3 “锦绣中华现象”和旅游业的综合效益	243
4 旅游工程与商业	246
第 11 章 城区商业发展的若干策略	257
1 商业发展中的品牌策略	259
2 商业发展中的政策策略	263
3 商业发展中人本策略	267

4 商业发展中管理策略	270
第 12 章 深圳城区商业发展的引导与前景	275
1 深圳商业发展规划	277
2 深圳旅游业发展战略	289
3 信息化时代与城区流通业	295
4 深圳商业现代化	305
5 高新技术产业——电子商务	314
参考文献	320

第 1 章

区域经济与商业经济

1.1 区域经济概述

1.1.1 区域经济的概念

任何经济活动都离不开某一特定的空间。区域，是一个客观存在的，又是人们抽象的观念上的空间概念。对于区域的形成，大致有五种观点。一是由于自然的或地域的因素决定而形成的区域，如“平原”、“流域区”、“半岛”等。二是由于民族、信仰、语言等社会文化因素决定与形成的区域，如“西班牙语区”、“回教区”等。三是由于政治、军事因素决定而形成的区域，如“占领区”、“非军事区”、“设防区”等。四是由于行政管理因素决定而形成的区域，如“省辖市”、“民族自治区域”等。五是由于社会分工和经济联系决定而形成的区域，如“亚太经济区”、“经济开发区”等。

以上种种观点反映了一个基本情况，即区域必须依托着一定的空间地域才存在的。因此，“一定的空间地域”是“区域”概念的内涵。从空间地域角度界定和考察特定对象，或是分析地域因素对特定对象变化运动规律的影响，形成了“地理区域”、“社会区域”、“政治区域”、“行政区域”、“经济区域”等概念。

经济学关于区域概念包含了以下基本内涵：

(1) 区域是一个有限的空间。人们所有的经济活动，尽管坐

落的方式和坐落的地点不同，最终都要落实到一定的区域空间。人们有了这种空间维度，才能考虑“何事在何地”和“为何”的问题。

(2) 区域必须包括在某一个主权国家的疆域内。中央政府对该区域拥有政治和经济方面的控制权，或是中央政府的代表行使控制权。政府为该区域经济发展提供各种公共品，运用各种经济政策来引导该区域的经济活动，并对全体居民的生活安宁与福利提高负有责任。

(3) 区域在经济上要求是一个完整的地区。即区域能够独立地生存和发展，具有比较完整的经济结构，能够独立地组织与其他区域的经济联系。区域具有能够组织和协调内部经济活动和区际经济联系的能力，否则它就不可能单独组成一个区域。这种组织能力除了要求符合国家宏观经济政策和区域经济政策外，还必须具备有“高级循环”，也就是由银行金融业、贸易和服务业、信息产业、现代化工业、商业批发业等所组成的循环系统。

一般地，区域制定政策的权力机构和高级循环系统主要集中在较高等级的中心城市里。这种中心城市充当着区域经济的组织者和协调者。因此，完整的区域需要存在一个能够组织和协调区域内经济活动和区域间经济联系的、以高级循环占主导地位的中心城市。

(4) 任何一个区域在全国或更高一级的区域系统中担当某种专业化分工的职能。区域，首先要考虑其中共同利益基础上的经济活动的内在联系。区域内经济活动显示出本地性特征，具有一种同质性特征。同时，不同区域所拥有的资源要素状况，如自然资源、劳动力、技术、科学文化、宗教信仰、发展水平等是不同的。这种区内的同质性与区际间的差异性，表现为一种区际间的分工与专业化，并在此基础上又建造了一国的国民经济体

系。

1.1.2 区域划分

1. 同质区域

同质区域是根据区内某些重要因素特征上的一致性或相似性进行划分的。一些外部条件的变化，将以同一方式影响所有的地区。区域中的某一部分情况在其他部分也会出现，可见区域内各部分之间的状况要比区域之外的部分更为相似。如我国按照各地地区资源特点、技术装备和加工能力等因素的一致性，将全国划分为资源类型区、加工类型区、资源主导类型区、加工主导类型区、混合类型区、特殊类型区等，就是按同质区域划分的。

同质区域划分过份强调了某种要素的静态一致性或相似性，反映的是均质的平面状态，而不是一种结构状态，不能反映出区内经济活动的联系性和内聚力。这种方法忽视组织区内的经济活动联系的核心作用，所划出的区域是很不完整的区域。

2. 极化区域，又称集聚区域、结节区域和功能区域

极化区域是由若干异质部分构成的、在功能上联系很紧密的区域。这种区域是由内聚力产生的，而这种内聚力来自于该区的共同利益和集团意识。它的划分依据主要是组成极化区各部分（或部门）之间在经济上的相互依存程度，它强调了区域内事物的相互联系性和内聚力。它反映的是一种结构，这种结构要素可见图 1—1 所示。图中，节点就是经济中心，如大城市；网络是指联系各节点的通道；运动是指各经济主体之间能量、信息和物质的相互交换；等价体系则反映了区域内各经济活动规模上的差异，如大城市、中小城镇和农村等。这种划分通常以大城市为中

心，包括一定数量的中心城镇及受其影响的农村地区。同时，这种极化区域之间也进行组织分工与专业化生产，它们之间又发生密切的经济联系。

极化区域不同于同质区的要素特征上的一致性 or 相似性，它强调的是各种异质部分相互紧密联系所蕴藏的内生增长潜力。相对同质区域主要依赖处在政府计划与调控政策下而言，极化区域显得更积极主动和富有现实意义。

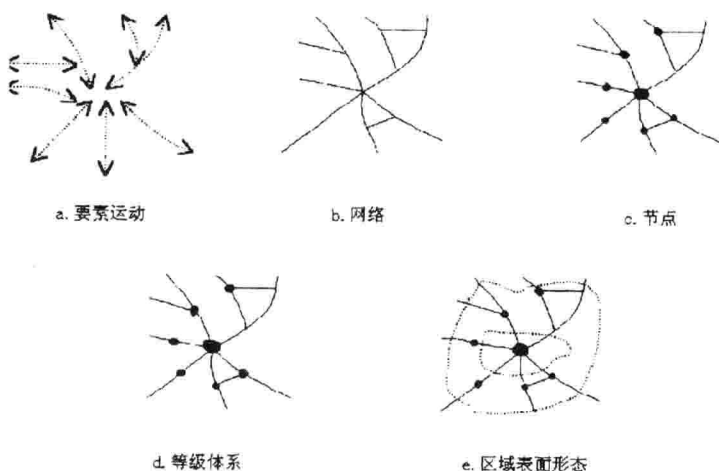


图 1-1 极化区域结构要素图

3. 两种区域在社会空间组织中的作用

同质区域一般的基础是可输出的共同产品，整个区域是一种过剩产品的输出区，其本身各部分几乎没有什么理由扩大彼此之间的贸易量。与此相反，极化区域内部的商品和服务的交换则显得至关重要，特别是对于那些只有唯一的区域中心城市、中小城镇和广大农村地带的区域更是如此。这样的两至三个实行专业分工的有机部分彼此之间相互补充，是由内部的转移媒介联结起来