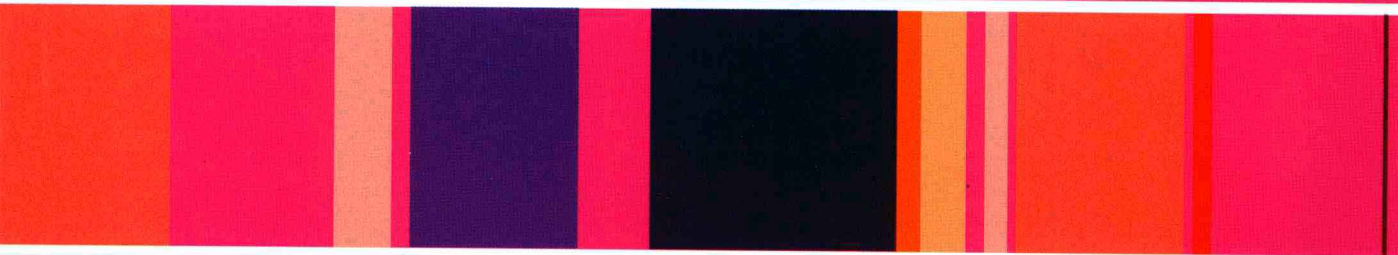




# 2008长江三角洲 城市商业发展报告

URBAN COMMERCE DEVELOPMENT REPORT  
OF YANGTZE RIVER DELTA 2008



长江三角洲城市市场信息协作网 编  
上海科学技术文献出版社

# 2008长江三角洲 城市商业发展报告

URBAN COMMERCE DEVELOPMENT REPORT  
OF YANGTZE RIVER DELTA 2008

长江三角洲城市市场信息协作网 编  
上海科学技术文献出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

2008长江三角洲城市商业发展报告 / 长江三角洲城市  
市场信息协作网编. —上海: 上海科学技术文献出版社,  
2008.11

ISBN 978-7-5439-3686-7

I .2... II .长... III .长江三角洲 - 城市商业 - 经济发  
展 - 研究报告 - 2008 IV .F727.5

中国版本图书馆CIP数据核字 ( 2008 ) 第152587号

责任编辑: 忻静芬

2008长江三角洲城市商业发展报告  
长江三角洲城市市场信息协作网 编

\*

上海科学技术文献出版社出版发行  
( 上海市武康路2号 邮政编码200031 )  
全 国 新 华 书 店 经 销  
上海市北印刷 ( 集团 ) 有限公司印刷

\*

开本787 × 1092 1/16 印张13.5 字数317 000  
2008年11月第1版 2008年11月第1次印刷  
印数: 1-3000

ISBN 978-7-5439-3686-7

定价: 98.00元

<http://www.sstlp.com>

# 前言

在全球经济一体化浪潮推动下，区域经济一体化势不可挡。以一个经济中心城市为核心形成的大城市群的区域经济协同发展，正成为当今世界各国经济发展的普遍现象。在中国，长江三角洲大城市群、珠江三角洲大城市群、京津冀区域大城市群，也在朝着联动、互补、一体的方向整合，进一步发挥其高度聚集辐射的综合功能。她们不仅是中国经济发展最活跃的因素和强大动力，乃至对全球经济发展都极具影响。

近年来，中国区域经济发展一直受到中央的高度重视。2008年8月，中共中央政治局常委、国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，会议指出“长江三角洲地区是我国综合实力最强的区域，在社会主义现代化建设全局中具有重要战略地位和带动作用。在新形势下，加快提升长江三角洲地区经济整体素质和国际竞争力，促进这一地区科学发展、和谐发展、率先发展、一体化发展，对全国改革开放和经济社会发展具有重大意义”。同年9月，国务院关于《进一步推进长江三角洲地区改革开放和经济社会发展的指导意见》（简称《意见》）正式发布，《意见》明确“长三角地区将着力推进改革攻坚，率先建立完善的社会主义市场经济体制”，“要走新型城市化道路，培育具有较强国际竞争力的世界级城市群”。《意见》还要求长三角地区重点抓好十个方面的工作，其中加快调整产业结构，形成以现代服务业为主的产业结构提至十项工作的首位。可以预期，在中央牵头、地方各级政府协作和一系列政策措施的配套作用下，未来长三角经济和社会的现代化建设又将跃上一个新台阶。

长三角地区的商业也在区域经济一体化的背景下加速发展。2007年，长三角地区16城市共实现社会消费品零售总额14 428亿元，较上年增长16.8%，占全国社零总额的比重达16.2%，充分显示出其在全国的重要地位。为了更好地反映长三角商业改革发展的成果，帮助政府和企业了解和掌握长三角零售商业和消费市场的发展动态和趋势，由长三角16个城市政府商业主管部门合作成立的“长江三角洲城市市场信息协作网”，以互通共享市场信息为切入点，本着真诚合作、优势互补、信息共享、成果共创的原则，从2004年起合作编辑出版了《长江三角洲城市商业发展报告》（其前身为《长江三角洲零售市场白皮书》）。五年来，这本资料翔实、具有导向性、权威性的报告，在为政府和企业了解长三角、融入长三角、投资长三角等经济活动中发挥了重要的参考作用，受到工商企业、研究机构、有关政府部门和社会各方面的广泛好评。应该说，这些年来，长三角城市市场信息协作网在努力促进长三角商贸服务业的改革开放，推动区域经济社会的总体发展中做出了积极的贡献。

《2008长江三角洲城市商业发展报告》在听取行业专家意见和建议和总结前几年编撰经验的基础上思路有所创新，尤其是针对大家关心的热点问题开展了一系列调查研究，提出了新的分析视点，并在报告中将这些研究成果与读者一起分享，相信会对从事长三角商贸服务业发展、投资、经营、研究的人士有较高的参考价值。

《2008长江三角洲城市商业发展报告》由三个部分组成：

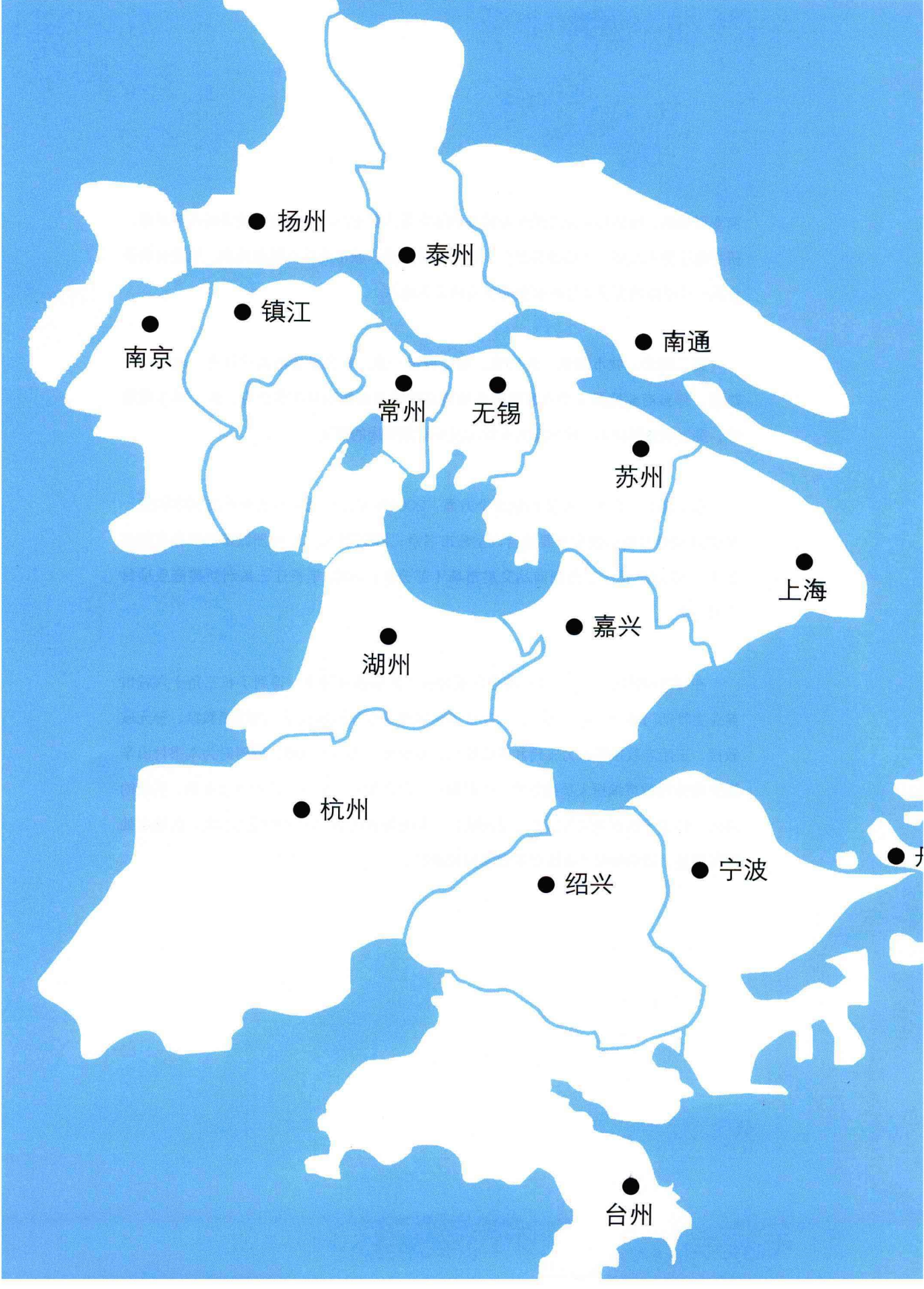
第一部分，主体报告。分为六章。宏观商业动态章，分析商业规模、商业结构、商业格局及商业地位；商业发展环境章，反映国民经济运行的宏观背景，旅游、会展等关联产业的发展情况；消费市场需求章，说明消费物价水平、居民收支、消费结构；城市

商业形态章，阐述商业业态的变革特征和地区重点企业的创新举措；城市商业热点章，研析电子商业发展、市场兼并整合、国际品牌渗透；城市商业发展趋势章，展望当前及今后一个阶段内需要关注的商贸服务业的工作重点。

第二部分，城市商业。共16章，每个城市一章。每章从宏观商业动态、城市商业热点、郊县商业概要三个方面反映各城市商贸服务业概貌及发展重点。除了基本数据外，突出对商圈体系、现代服务业状况及其规划布局的描述。

第三部分，附录。主要包括五个方面：2007年长江三角洲百货单体店销售50强；2007年长江三角洲城市主要综合大型超市名录；2007年长江三角洲城市主要标准超市名录；2007年长江三角洲商品交易市场（部分）；2007年长江三角洲新建商业项目（部分）。

在《2008长江三角洲城市商业发展报告》的编撰过程中，得到了长三角十六城市商业主管部门领导、统计局、以及商贸流通领域专家陈信康教授、顾国建教授、孙元欣教授、王贻志教授等大力支持和悉心指导，在此表示衷心的感谢。同时对为本书付出辛勤劳动的16城市编撰人员致以崇高的敬意。尽管编者在编撰过程中力求准确、客观的评述，但由于数据采集面较大，范围较广，加上编者的认识水平和能力有限，欠缺之处在所难免，殷切期望读者提出宝贵意见和建议。



● 扬州

● 泰州

● 南通

● 南京

● 镇江

● 常州

● 无锡

● 苏州

● 上海

● 嘉兴

● 湖州

● 杭州

● 绍兴

● 宁波

● 台州



## 长江三角洲简介

长江三角洲城市群由上海，江苏省的南京、苏州、无锡、南通、常州、扬州、镇江、泰州8市，浙江省的杭州、宁波、台州、绍兴、嘉兴、湖州、舟山7市共同组成。

长三角的土地面积占全国总量的1%，人口数量占全国总量的6%，为全国创造19%的国内生产总值、36%的外贸进出口额和16%的社会消费品零售额，在全国经济发展中显示出不可替代的重要地位。

依托环境、资源、经济、社会共同构筑的良好背景，长三角拓宽发展思路、改革发展模式、提升发展质量，已经成为世界第六大城市群。

## 第一部分 主体报告

|     |                 |    |
|-----|-----------------|----|
| 第1章 | 宏观商业动态.....     | 3  |
| 1.1 | 地区商业规模          |    |
| 1.2 | 地区商业结构          |    |
| 1.3 | 城市商业格局          |    |
| 1.4 | 次级商业圈           |    |
| 1.5 | 中国三大都市圈商业基本情况比较 |    |
| 第2章 | 经济产业环境.....     | 10 |
| 2.1 | 地区生产总值          |    |
| 2.2 | 地区产业结构          |    |
| 2.3 | 投资及外贸           |    |
| 2.4 | 关联产业发展          |    |
| 第3章 | 消费市场需求.....     | 17 |
| 3.1 | 消费物价水平          |    |
| 3.2 | 居民收支水平          |    |
| 3.3 | 消费支出结构          |    |
| 第4章 | 城市商业形态.....     | 21 |
| 4.1 | 百货店             |    |
| 4.2 | 标准超市            |    |
| 4.3 | 大型综合超市          |    |
| 4.4 | 便利店             |    |
| 4.5 | 购物中心            |    |
| 第5章 | 城市商业热点.....     | 32 |
| 5.1 | 电子商业与无店铺销售      |    |
| 5.2 | 企业兼并与市场整合       |    |
| 5.3 | 国际品牌与区域渗透       |    |
| 第6章 | 城市商业趋势.....     | 38 |
| 6.1 | 发展机遇            |    |
| 6.2 | 发展趋势            |    |

# 目 录

## 第二部分 城市商业

|               |     |
|---------------|-----|
| 第1章 上海 .....  | 45  |
| 第2章 南京 .....  | 52  |
| 第3章 杭州 .....  | 63  |
| 第4章 苏州 .....  | 75  |
| 第5章 无锡 .....  | 81  |
| 第6章 宁波 .....  | 92  |
| 第7章 南通 .....  | 100 |
| 第8章 常州 .....  | 109 |
| 第9章 台州 .....  | 122 |
| 第10章 绍兴 ..... | 126 |
| 第11章 嘉兴 ..... | 132 |
| 第12章 扬州 ..... | 136 |
| 第13章 镇江 ..... | 144 |
| 第14章 湖州 ..... | 148 |
| 第15章 泰州 ..... | 160 |
| 第16章 舟山 ..... | 167 |

## 第三部分 附录

|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| 附录一 2007年长江三角洲百货单体店销售50强 .....              | 175 |
| 附录二 2007年长江三角洲城市主要综合大型超市名录 .....            | 177 |
| 附录三 2007年长江三角洲城市主要标准超市名录 .....              | 181 |
| 附录四 长江三角洲商品交易市场（部分） .....                   | 184 |
| 附录五 2007年长江三角洲商品交易市场（分城市排行）（成交额超10亿元） ..... | 195 |
| 附录六 2007年长江三角洲新建商业项目（部分） .....              | 200 |

# 2008长江三角洲 城市商业发展报告

URBAN COMMERCE DEVELOPMENT REPORT  
OF YANGTZE RIVER DELTA 2008

## 第一部分 主体报告





# 第1章 宏观商业动态

## 1.1 地区商业规模

2007年,长三角商业规模保持较快增长,16城市共实现社会消费品零售总额14 428亿元,占全国总量的比重保持上年的16.2%;实现社零总额增长16.8%,增速较上年提高1.8个百分点,与全国水平持平,剔除价格因素实际增长12.5%。

分省市看,江苏8市共实现社零额6 184亿元,较上年增长18.3%,占地区总量的比重达到42.9%,对地区总量的增长贡献率为46.6%;浙江7市共实现4 396亿元,增长16.8%,占30.5%,增长贡献率为30.4%;上海实现3 848亿元,增长14.5%,占26.6%,增长贡献率为23.0%。

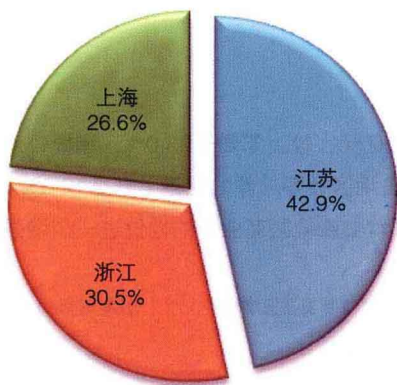


图1-1 2007年长三角各省市社零总额比重

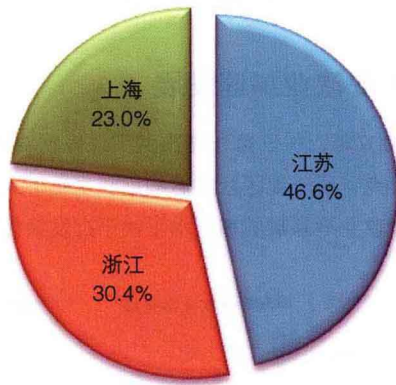


图1-2 2007年长三角各省市社零增长贡献率

数据来源:长江三角洲城市市场信息协作网

从城市看,上海、南京、杭州、苏州、无锡和宁波6城市的社零额超过1 000亿元,另有南通、常州、台州、绍兴和嘉兴5城市的社零额突破500亿元。其中,上海的人均社零额突破2万元,无锡、南京、杭州、宁波等4城市超过1.5万元。

各城市商业规模的增长速度继续保持上年的协同特征。从城市社零额增幅的差异看,增幅最高城市快于地区平均水平1.6个百分点,快于增幅最低城市3.9个百分点。这两个差值与上年水平持平,在

2005年分别为2.1和4.6个百分点，在2004年分别为4.5和8.4个百分点。



图1-3 2007年长三角16城市社零总额及增幅

数据来源：长江三角洲城市市场信息协作网

## 1.2 地区商业结构

### 1.2.1 餐饮业加速发展

2007年，长三角16城市共实现餐饮业零售额1750亿元，较上年增长25.0%，增幅较上年提高4.9个百分点，高于地区社零总额增长水平8.2个百分点，占地区社零总额的比重上升至12.0%。其中，14城市餐饮业零售额的增长水平快于批发零售贸易业，餐饮业在地区商业中的地位进一步增强。

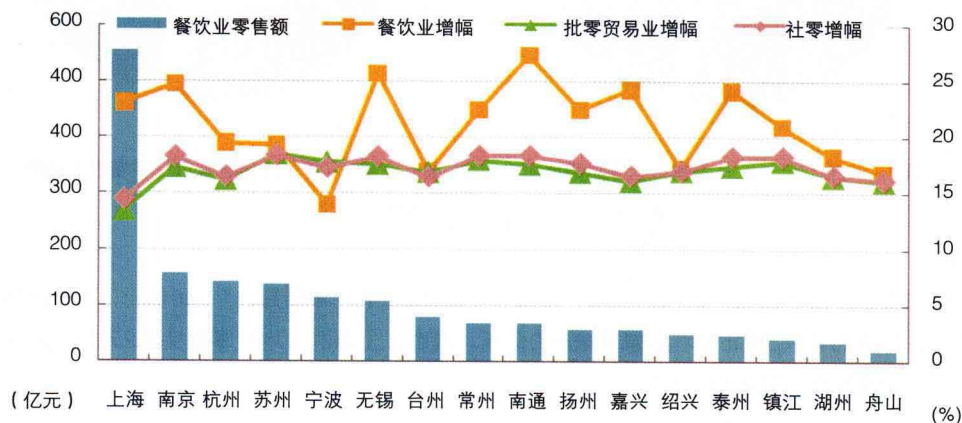


图1-4 2007年长三角16城市餐饮业零售额及增幅

数据来源：长江三角洲城市市场信息协作网



### 1.2.2 城乡联动发展

2007年,长三角16城市共实现市区社零额10 787亿元,较上年增长16.9%,占地区总量的比重为74.8%;共实现县及县以下社零额3 641亿元,较上年增长16.8%,占地区总量的比重为25.2%。城乡商业在规模上虽然仍存在一定差距,但已经显现协同增长、联动发展的趋势。

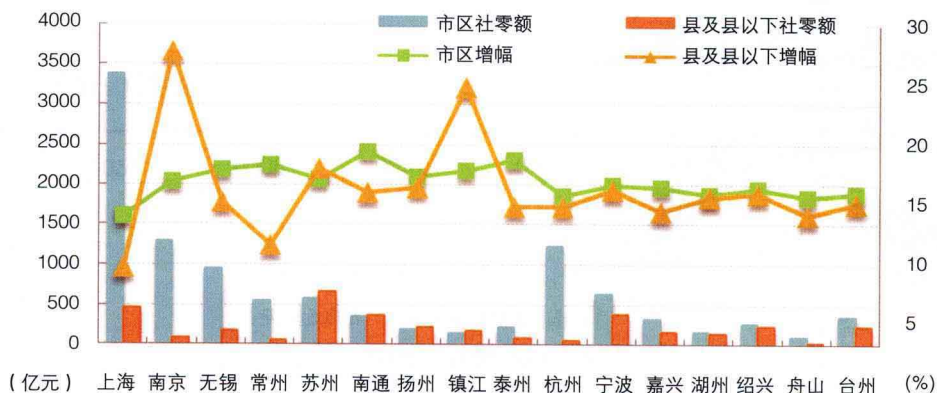


图1-5 2007年长三角16城市社零额城乡分布

数据来源:长江三角洲城市市场信息协作网

## 1.3 城市商业格局

社零额及其增长在一定程度上反映出各城市在商业规模性和增长性上的不同。2007年,根据长三角16城市在“社零规模-增长”矩阵中的分布,地区商业发展呈现3个城市方阵。

### 1.3.1 “稳定型”方阵

“稳定型”方阵由上海、杭州、宁波3个城市组成。2007年,“稳定型”方阵城市共计实现社零额6 180亿元,占地区总量的比重达到42.8%。这些城市的商业发展具有起步较早、规模较大、成熟度较高的特点,在政策制定、商圈规划、业态创新、企业引进等方面对周边城市乃至整个地区形成较强辐射。

### 1.3.2 “增长型”方阵

“增长型”方阵由南京、苏州、无锡、南通、常州5个城市组成。2007年,“增长型”方阵城市社零额的平均增长水平达到18.4%,拉动地区总量增长6个百分点。这些城市在具有一定商业规模的同时实现连续多年的快增,为地区商业发展注入强大活力。

### 1.3.3 “潜力型”方阵

“潜力型”方阵由镇江、泰州、扬州、绍兴、嘉兴、湖州、台州、舟山8个城市组成。与其他城市相比，“潜力型”方阵城市现阶段的商业规模较小，但大多处于快速发展期，发展方向紧跟地区潮流，且特色优势明显。

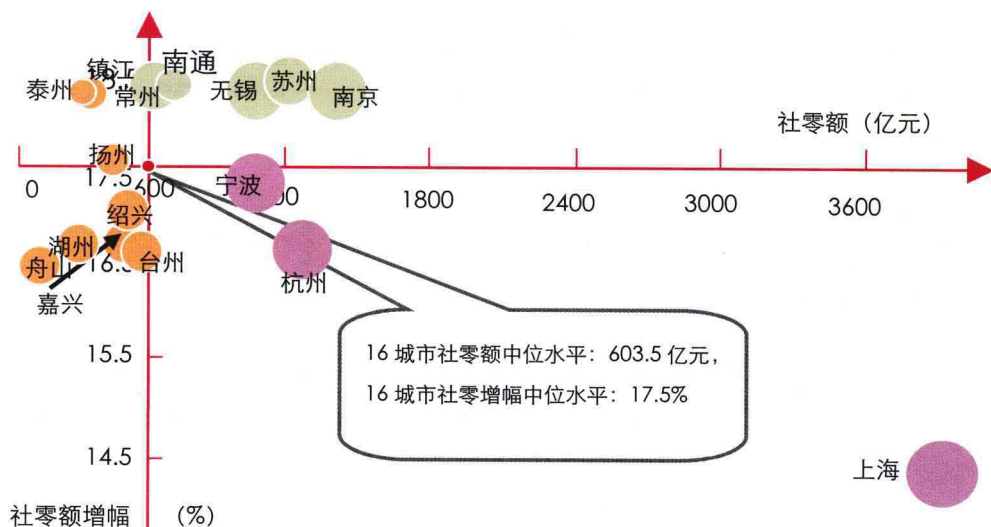


图1-6 2007年长三角城市社零规模一增长矩阵

(注：图中圆直径的大小代表人均社零额的多少)

数据来源：长江三角洲城市市场信息协作网

## 1.4 次级商业圈

长三角城市地位相近、文化相通，经济互动，成为地区商业一体化发展的必要条件。近年来，一些城市的商业发展逐渐显示出较强的内联、互补、共进特征。在相关机制的推进下，这些城市进一步加强商业的一体化布局、组团式引资和联动化发展，促进地区内逐渐形成若干次级商业圈，并影响长三角商业的空间格局呈现一些新的特征。

表1-1 长三角地区主要次级商业圈

| 次级商业圈  | 范围                   |
|--------|----------------------|
| 南京商业圈  | 南京、扬州、镇江、泰州（及安徽部分地区） |
| 杭州商业圈  | 杭州、绍兴、嘉兴、湖州          |
| 苏锡常商业圈 | 苏州、无锡、常州             |
| 宁波商业圈  | 宁波、台州、舟山             |

### 1.4.1 多中心化

长三角地区中,除了核心城市上海以外,一些交通枢纽城市和传统商业城市,如南京、杭州、苏州、无锡和宁波等的商业体量已经达到较大规模,对消费、业态、企业形成较强集聚能力。这些城市正在成为次级商业圈的发展中心,并推动由多中心带动地区商业均衡发展、协同发展的格局逐渐形成。

继上海之后,上述5个城市的社零额相继突破1 000亿元。2007年,这5个城市占地区社零总额的比重上升至42.4%,拉动地区社零总额增长7.1个百分点,在地区商业发展中的重要地位进一步突出。

在自身体量逐渐扩大的同时,上述5个城市已经对周边地区的消费显示出一定的辐射能力。从城市的人均社零额与人均消费性支出的差值<sup>[1]</sup>看,除了上海以外,南京、杭州、苏州、无锡、宁波等城市的人均社零额均大于人均消费性支出,显现对周边消费的较强吸引力。

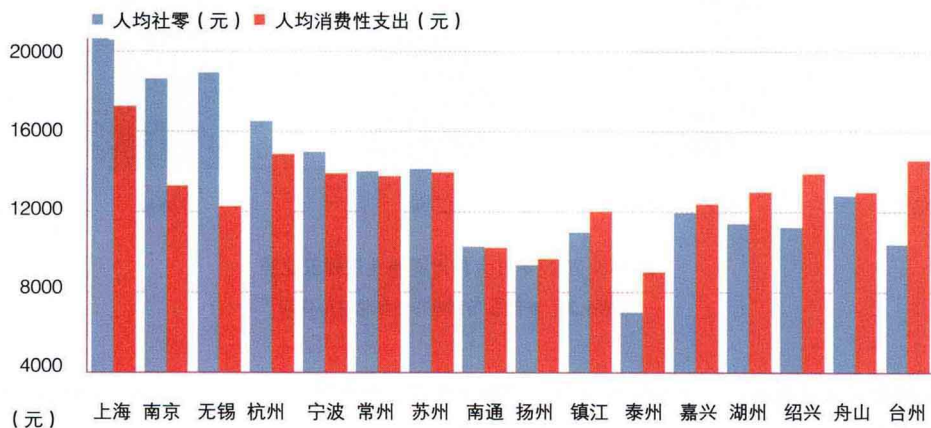


图1-7 2007年长三角16城市人均社零额与人均消费性支出对比

数据来源:长江三角洲城市市场信息协作网

### 1.4.2 网络化

长三角商业发展延续地区经济的空间格局,即由上海沿沪宁线、沪杭甬线向两翼传递,行成“Z”字形的发展带。随着多个“中心”城市的商业体量持续增大、成熟度持续提升,“中心”城市之间、次级商业圈之间在商贸流通产业上的互通交流正在趋于频繁,影响城市商业发展由单线条的“点轴”格局逐渐向多线条的“网络”格局转变。

[1] 人均社零额和人均消费性支出的差值从一个侧面反映出城市的商业吸引力和辐射力。