

哪些商圈会越来越旺？

——基于消费者搜寻成本的上海商圈研究

冯娟 著

What Kind of Business Circle Will
Be More and More Popular?

——A Research on Shanghai Business Circle Based on Consumer Search Cost



同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS

哪些商圈会越来越旺?

——基于消费者搜寻成本的上海商圈研究

What Kind of Business Circle Will Be More and More Popular?

—A Research on Shanghai Business Circle
Based on Consumer Search Cost

冯 娟 著



同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本书针对国内各式各样的商业步行街、城市综合体普遍存在的“有人流没客流”、店铺销售额下降现象,选取上海市市中心、市级、地区级、社区级四个级别的 22 个商圈样本,通过观察法、案例研究法、问卷调查法等获取一手数据,结合文献研究法、空间经济学分析、数理统计方法,从消费者搜寻成本节约的角度,考察商圈成长的质量及其影响因素,即从消费者付出的总成本节约的角度探讨“哪些商圈会越来越旺”。

本书主要包括四个部分:第一,对商圈及相关概念与理论进行梳理与分析;第二,从理论层面探讨消费者搜寻成本节约角度的商圈形成与发展机理;第三,构建商圈成长质量影响因素的指标评价体系,并进行实证分析;第四,构造消费者搜寻成本节约对商圈成长质量的影响作用模型。

本书可供政府规划部门工作人员、商业地产开发商及相关企业从业人员、大学与研究机构有关学者、大学生,以及其他对该领域感兴趣的读者使用。

图书在版编目(CIP)数据

哪些商圈会越来越旺?: 基于消费者搜寻成本的上海
商圈研究/冯娟著. —上海:同济大学出版社,2016.11

ISBN 978-7-5608-6601-7

I. ①哪… II. ①冯… III. ①商业区—商业经营—调
查报告—上海市 IV. ①F727.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 270623 号

哪些商圈会越来越旺?

——基于消费者搜寻成本的上海商圈研究

冯 娟 著

策划编辑 张 莉

责任编辑 陈红梅

责任校对 徐春莲

封面设计 陈益平

出版发行 同济大学出版社 www.tongjipress.com.cn

(地址:上海市四平路 1239 号 邮编:200092 电话:021-65985622)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 同济大学印刷厂

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 12

字 数 300 000

版 次 2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5608-6601-7

定 价 38.00 元

Contents

目录

前言

第1章 绪论	013
1.1 研究背景和研究问题	013
1.1.1 研究背景	013
1.1.2 研究问题	015
1.2 研究内容与研究目标	015
1.2.1 研究内容	015
1.2.2 研究目标	016
1.3 研究的理论意义与现实意义	016
1.3.1 理论意义	016
1.3.2 现实意义	017
1.4 研究方法与技术路线	017
1.4.1 研究方法	017
1.4.2 技术路线	017
第2章 商圈内涵与发展阶段概述	020
2.1 商圈内涵的宏观与微观视角	020
2.2 商圈概念的狭义与广义区别	021
2.3 本书中的商圈研究范围	022
2.4 中国商业集聚区的主要类型与发展阶段	025
2.4.1 中国商业集聚区的主要类型	025
2.4.2 中国商业集聚区的成长阶段	029
2.5 本章小结	030
第3章 消费者搜寻成本与商圈成长的理论综述	031
3.1 消费者搜寻成本内涵与理论综述	031
3.1.1 消费者搜寻成本的内涵	031
3.1.2 消费者搜寻成本的理论综述	033
3.2 商圈成长的内涵与理论综述	036

3.2.1	商圈成长的内涵	036
3.2.2	国内外商圈成长的研究概况	038
3.2.3	国外商圈成长研究的理论综述	042
3.2.4	国内商圈成长研究的理论综述	055
3.3	本章小结	059
第4章	基于消费者搜寻成本的商圈形成机理研究	061
4.1	商圈形成机理的理论综述	061
4.1.1	商业区位视角的商圈形成机理	061
4.1.2	商业集聚视角的商圈形成机理	064
4.1.3	新经济地理学视角的商圈形成机理	066
4.1.4	制度经济学视角的商圈成长理论	068
4.1.5	商圈形成机理相关研究述评	070
4.2	基本假设与模型构建思路	072
4.3	消费者商圈搜寻期望经济学模型构建	075
4.4	案例：上海徐家汇商圈的形成机理分析	078
4.5	本章小结	081
第5章	商圈成长质量影响因素及其指标体系的构建与评价	083
5.1	商圈成长质量的影响因素	083
5.1.1	相关文献综述	083
5.1.2	基于消费者搜寻成本的商圈成长质量影响因素	084
5.2	基于商圈成长质量影响因素的DQICC指标体系构建	086
5.2.1	指数的概念与类别	086
5.2.2	商圈成长质量影响因素的指标体系构建	088
5.2.3	商圈成长质量指标体系的优化	093
5.3	商圈成长质量指数评价	096
5.3.1	商圈成长质量指标的说明与获取	096
5.3.2	商圈成长质量指标权重计算	097
5.3.3	商圈成长质量指数实证分析——以徐家汇与五角场 商圈为例	098
5.4	本章小结	102

Contents

目录

第6章	商圈成长质量影响因素因子分析与聚类分析	104
6.1	因子分析方法的选择	104
6.2	原始变量选取与数据来源	105
6.2.1	原始变量选取	105
6.2.2	所需数据来源	106
6.3	因子分析过程	110
6.3.1	因子分析模型检验	110
6.3.2	因子提取	111
6.3.3	计算因子得分	113
6.4	商圈的聚类分析	115
6.4.1	因子分析、聚类分析与均值多重比较的方法原理	115
6.4.2	商圈聚类分析的过程	116
6.4.3	商圈聚类结果及分析	120
6.5	本章小结	122
第7章	消费者搜寻成本节约对商圈成长质量的影响作用	124
7.1	商圈购物的消费者搜寻成本节约因素	124
7.1.1	消费者搜寻成本及其影响因素	124
7.1.2	商圈可达性与商圈声誉	126
7.2	理论分析及假设	130
7.2.1	商圈可达性对商圈成长质量的影响	130
7.2.2	商圈声誉对商圈成长质量的影响	131
7.3	假设检验与回归分析	132
7.3.1	变量选取与数据来源	132
7.3.2	变量的描述性统计及相关分析、均值比较	135
7.3.3	自变量的聚类分析及变量转化	138
7.3.4	模型的假设检验与结果分析	141
7.4	商圈成长质量提升的对策	150
7.4.1	商圈建设前的对策	150
7.4.2	商圈建设过程中的对策	151
7.4.3	商圈建成后的对策	152

7.5 本章小结	153
第 8 章 结论与展望	154
8.1 主要结论与创新点	154
8.1.1 主要结论	154
8.1.2 主要的创新点	156
8.2 不足与未来研究展望	157
附录 A 面向商圈消费者的商圈问卷调查	159
附录 B 面向商场管理人员的问卷调查	170
附录 C 上海市 22 个主要商圈调查与数据来源	175
参考文献	178
作者的主要研究成果	189

图目录

图 1.1	技术路线	018
图 2.1	商圈的内涵体系与本书研究范围	023
图 2.2	商圈概念框架	024
图 2.3	城市商圈与吸引顾客范围	025
图 3.1	国外商圈成长期刊论文数量的年度分布	039
图 3.2	国内商圈成长期刊论文数量的年度分布	041
图 3.3	国内商圈成长期刊论文与 CSSCI 期刊论文的构成	041
图 3.4	国内商圈成长期刊论文的研究方法概况	041
图 3.5	伯吉斯同心圆示意	044
图 3.6	霍伊特扇形学说示意	045
图 3.7	哈罗斯和厄尔曼多核心学说示意	046
图 5.1	商圈成长质量影响因素作用机制	086
图 5.2	商圈成长质量指标体系结构	090
图 5.3	商圈成长质量指标体系权重分布	098
图 6.1	商圈样本的区位中心性	108
图 6.2	碎石图	112
图 6.3	商圈细分方法流程	116
图 6.4	商圈样本的聚类分析结果	118
图 6.5	三类商圈在基础设施因子 F_1 上所表现出的强烈程度	119
图 6.6	三类商圈在消费环境因子 F_2 上所表现出的强烈程度	119
图 7.1	商圈搜寻成本节约对商圈成长质量影响作用的假设模型	132
图 7.2	按照商圈可达性划分的样本层次聚类结果	139
图 7.3	按照商圈声誉划分的样本层次聚类结果	140
图 7.4	商圈搜寻成本节约对商圈成长质量影响作用的分析路线	141

表目录

表 2.1	上海市商业分级指标	028
表 3.1	国外商圈成长论文集中的主要期刊	040
表 3.2	商圈成长的理论体系演化	042
表 3.3	凯因简化方法举例	051
表 5.1	投资基础理论发展过程	084
表 5.2	指数基本类别	087
表 5.3	商圈成长质量指数评价体系效度计算 I	092
表 5.4	商圈成长质量指数评价体系信度计算 I	093
表 5.5	商圈成长质量评价指数一级指标评价	094
表 5.6	商圈成长质量评价指数一级指标评价	094
表 5.7	商圈成长质量指标体系效度计算 II	095
表 5.8	商圈成长质量指标体系信度计算 II	095
表 5.9	五角场问卷回收情况	099
表 5.10	徐家汇问卷回收情况	099
表 5.11	商圈成长质量指数 DQICC 体系、权重及案例指标值	099
表 5.12	商圈成长质量指数评价标准对照	102
表 6.1	所调查上海市 22 个样本商圈	107
表 6.2	上海市 22 个样本商圈成长质量指标数据	109
表 6.3	相关系数矩阵	110
表 6.4	KMO 和 Bartlett's 检验	111
表 6.5	共同度	111
表 6.6	总方差解释	112
表 6.7	因子载荷与正交旋转后的因子载荷	113
表 6.8	因子得分矩阵	113
表 6.9	公共因子得分及综合得分	114
表 6.10	商圈公共因子及其所反映的因素变量	116
表 6.11	各类数量分布情况	117
表 6.12	商圈类别在因子上的综合表现	120
表 6.13	商圈的综合分类	120
表 7.1	可达性衡量方法比较	128
表 7.2	各部门抵达商圈的平均交通时间	133

表 7.3	消费者对商圈的综合满意度	134
表 7.4	商圈可达性与商圈声誉变量的描述性统计	136
表 7.5	商圈可达性与商圈声誉的相关性	136
表 7.6	商圈成长质量不同层级的均值比较	137
表 7.7	商圈可达性、商圈声誉影响作用的似然比检验	142
表 7.8	模型总体拟合度检验	143
表 7.9	模型的参数估计	143
表 7.10	多分类自变量影响作用的似然比检验	144
表 7.11	自变量多分类模型的参数估计	145
表 7.12	二分类自变量影响作用的似然比检验	145
表 7.13	二分类自变量模型拟合度检验	146
表 7.14	二分类自变量模型参数估计	146
表 7.15	连续性自变量模型的赋值预测	148
表 7.16	连续性自变量模型预测正确率	148
表 7.17	二分类自变量模型的赋值预测	149
表 7.18	二分类自变量模型预测正确率	149

前 言

商圈是城市经济水平与城市繁荣的主要标志,更是城市生活的核心与公共舞台,如何更好地规划、建设和管理商圈不仅关系到入驻商家的投资回报、盈利水平,影响到政府规划部门、城市管理者的管理水平和工作效率,更与城市居民的日常休闲、城市生活质量息息相关。近年来国内掀起了一股开发或改造商圈的热潮,各式各样的商业步行街、城市综合体、商业风情街在不同的城市上演着相同的剧目,也遭遇着类似的命运:“有人流没客流”、店铺销售额下降、供需错位、重复建设、商业结构与布局失衡、业态组合不科学,等等。

基于此问题,本书给出了一个新的视角,即从消费者搜寻成本(为找到某种物品市场最低价而支付的各种费用时间、精力及各种风险的总和节约)出发,思考商圈成长的质量及其影响因素,着重探索消费者商圈购物时的搜寻成本构成因素与商圈成长质量之间的关系与机制。究竟什么是商圈?在理论界与实践当中它各有什么样的含义?消费者搜寻成本的理论与内涵有哪些内容?国内外关于商圈成长及其影响因素的研究有哪些?商圈形成的内在机理是什么?除了商业集聚之外,商圈的成长还与哪些因素有关?各个因素对于商圈成长水平的贡献如何?对商圈购物而言,消费者搜寻行为的影响因素主要有哪些?商圈购物的消费者搜寻成本主要由哪些因素构成?这些因素又如何影响着商圈的成长质量?

为此,本书选取上海市市中心、市级、地区级、社区级四个级别的22个商圈样本进行综合分类、比较与分析,在文献和现状研究的基础上,通过实地调研、问卷调查等方式获取第一手数据,采取规范与实证研究相结合的方式,运用经济学理论与因子分析、聚类分析、多分类 Logistic 回归等统计学方法,对消费者搜寻成本节约对商圈成长质量的影响作用进行了探索和分析。

本书的主要内容包括以下四个部分:

第一,在文献研究基础上,对商圈概念、消费者搜寻成本概念、商圈成长质量概念与基础理论,以及国内外商圈成长状况研究的相关文献进行了深入、细致的梳理与分析,系统地考察了影响商圈成长质量的因素。

第二,将消费者行为理论、经济学的交易成本理论以及商圈理论相结合,从消费者搜寻成本节约的角度来考察商圈的形成与发展机理,并着重分析了在商圈的形成、发展过程中消费者的边际搜寻成本、边际搜寻收益等所起的作用以及变化趋势。

第三,在消费者搜寻成本节约与商圈发展的动力机制基础上构建了商圈成长质量影响因素的指标评价体系,结合上海市 22 个主要商圈的调查数据,对各个因素进行了深入、细致的分析。

第四,通过商圈可达性、商圈声誉,这两个与消费者搜寻成本节约有关的关键因素对商圈成长质量层级的无序多分类 Logistic 回归模型,探讨了消费者搜寻成本节约对商圈成长质量的影响作用。

本书获得了以下六点主要结论:

第一,通过消费者商圈搜寻期望经济学模型的构建以及徐家汇商圈的案例分析发现,随着商圈基础设施的完善、商业种类的齐全、商业功能的提升、业态配比的日趋合理,以及购物过程(对于消费者)休闲、娱乐属性的增强,边际搜寻成本(搜寻新店成本)有下降的趋势。

第二,消费需求的多样化和替代性商品的多样化,使得边际搜寻收益(或消费者不消费其理想产品的边际效用损失)增大和减小的趋势同时发生:当消费需求变化快于替代性商品的增加速度时,边际搜寻收益减小(或消费者不消费其理想产品的边际效用损失增大);反之亦然。一般来说,边际搜寻收益有减小的趋势;从消费者搜寻成本节约的角度,商圈的形成、发展和运行与商圈的整体声誉、商圈可达性具有密切关系。

第三,对商圈成长质量评价体系的构建和优化发现,经济、政策与文化因素(特指宏观经济、政策、文化因素,而非泛指,事实上消费力、集聚力、管理力等因素也属于广义的经济、政策因素)的作用并不直接,采用“五力模型”(包括环境力因素、消费力因素、管理力因素、集聚力因素和竞争力因素)进行评价更为合理,这表明商圈的成长质量主要取决于自身的内在资源条件,商圈的管理者应该更加重视对商圈内在资源的培育。

第四,公共交通便利性、停车场充裕性、区位中心性、日均消费者流量、品牌专卖店等 16 项主要指标对商圈成长质量指数贡献最为显著,即商圈的区位交通、人口流动与集聚、景观及附属设施、繁荣性与差异化水平、业态环境和商店环境以及现有竞争者对商圈的成长很关键。其中,商圈的区位交通、人口流动与集聚是在选址时首先应该考虑的,同时,在未来的经营发展过程中,商圈的管理者更应该注重自身环境建设、服务专业水平和经营管理水平的提升。

第五,区位中心性、公共交通便利性、商铺租金、品牌商户数量、停车便利性、服务专业水平、商业面积、消费水平 8 个原始变量可归结为基础设施、消费环境两个综合因子,当选取上海市市中心、市级、地区级、社区级四个级别的 22 个主要商圈为样本时,以这两个综合因子为依据进行聚类分析、均值多重比较,则 22 个商圈的成长质量层级表现为三类:成熟型(双驱动)、过渡型和发展型(消费环境驱动)。

第六,通过对商圈成长质量层级(因)变量及消费者搜寻成本节约(自)变量进行描述性统计、相关分析、均值比较与无序多分类 Logistic 回归模型分析发现:商圈可达性和商圈声誉的变化对于商圈成长质量层级的变动起着显著而复杂的影响作用。一般情况下,商圈可达性和商圈声誉的提升有利于各类商圈成长质量层级的提升;过渡型商圈对于声誉的变化较为敏感;发展型商圈对于可达性的变化较为敏感。并在此基础上,按照商圈建设前、建设中、建成后的不同阶段,提出了商圈成长质量提升的相应对策。

最后,在本书交付出版之际,谨以此书对我的博导吴建伟教授,以及家人和所有朋友表示感谢,并以此致谢所有支持过我、帮助过我、批评过我、鼓励过我和理解过我的人们!

冯 娟

2016 年 9 月于杭州丽泽苑

Contents

目录

前言

第1章 绪论	013
1.1 研究背景和研究问题	013
1.1.1 研究背景	013
1.1.2 研究问题	015
1.2 研究内容与研究目标	015
1.2.1 研究内容	015
1.2.2 研究目标	016
1.3 研究的理论意义与现实意义	016
1.3.1 理论意义	016
1.3.2 现实意义	017
1.4 研究方法与技术路线	017
1.4.1 研究方法	017
1.4.2 技术路线	017
第2章 商圈内涵与发展阶段概述	020
2.1 商圈内涵的宏观与微观视角	020
2.2 商圈概念的狭义与广义区别	021
2.3 本书中的商圈研究范围	022
2.4 中国商业集聚区的主要类型与发展阶段	025
2.4.1 中国商业集聚区的主要类型	025
2.4.2 中国商业集聚区的成长阶段	029
2.5 本章小结	030
第3章 消费者搜寻成本与商圈成长的理论综述	031
3.1 消费者搜寻成本内涵与理论综述	031
3.1.1 消费者搜寻成本的内涵	031
3.1.2 消费者搜寻成本的理论综述	033
3.2 商圈成长的内涵与理论综述	036

3.2.1	商圈成长的内涵	036
3.2.2	国内外商圈成长的研究概况	038
3.2.3	国外商圈成长研究的理论综述	042
3.2.4	国内商圈成长研究的理论综述	055
3.3	本章小结	059
第4章	基于消费者搜寻成本的商圈形成机理研究	061
4.1	商圈形成机理的理论综述	061
4.1.1	商业区位视角的商圈形成机理	061
4.1.2	商业集聚视角的商圈形成机理	064
4.1.3	新经济地理学视角的商圈形成机理	066
4.1.4	制度经济学视角的商圈成长理论	068
4.1.5	商圈形成机理相关研究述评	070
4.2	基本假设与模型构建思路	072
4.3	消费者商圈搜寻期望经济学模型构建	075
4.4	案例:上海徐家汇商圈的形成机理分析	078
4.5	本章小结	081
第5章	商圈成长质量影响因素及其指标体系的构建与评价	083
5.1	商圈成长质量的影响因素	083
5.1.1	相关文献综述	083
5.1.2	基于消费者搜寻成本的商圈成长质量影响因素	084
5.2	基于商圈成长质量影响因素的DQICC指标体系构建	086
5.2.1	指数的概念与类别	086
5.2.2	商圈成长质量影响因素的指标体系构建	088
5.2.3	商圈成长质量指标体系的优化	093
5.3	商圈成长质量指数评价	096
5.3.1	商圈成长质量指标的说明与获取	096
5.3.2	商圈成长质量指标权重计算	097
5.3.3	商圈成长质量指数实证分析——以徐家汇与五角场 商圈为例	098
5.4	本章小结	102

Contents

目录

第6章	商圈成长质量影响因素因子分析与聚类分析	104
6.1	因子分析方法的选择	104
6.2	原始变量选取与数据来源	105
6.2.1	原始变量选取	105
6.2.2	所需数据来源	106
6.3	因子分析过程	110
6.3.1	因子分析模型检验	110
6.3.2	因子提取	111
6.3.3	计算因子得分	113
6.4	商圈的聚类分析	115
6.4.1	因子分析、聚类分析与均值多重比较的方法原理	115
6.4.2	商圈聚类分析的过程	116
6.4.3	商圈聚类结果及分析	120
6.5	本章小结	122
第7章	消费者搜寻成本节约对商圈成长质量的影响作用	124
7.1	商圈购物的消费者搜寻成本节约因素	124
7.1.1	消费者搜寻成本及其影响因素	124
7.1.2	商圈可达性与商圈声誉	126
7.2	理论分析及假设	130
7.2.1	商圈可达性对商圈成长质量的影响	130
7.2.2	商圈声誉对商圈成长质量的影响	131
7.3	假设检验与回归分析	132
7.3.1	变量选取与数据来源	132
7.3.2	变量的描述性统计及相关分析、均值比较	135
7.3.3	自变量的聚类分析及变量转化	138
7.3.4	模型的假设检验与结果分析	141
7.4	商圈成长质量提升的对策	150
7.4.1	商圈建设前的对策	150
7.4.2	商圈建设过程中的对策	151
7.4.3	商圈建成后的对策	152