

# 广州市商业网点发展规划

## 主 报 告

( 2003-2012 )

下篇

2004 年 3 月

## 目 录

<b>第五章 广州市商业发展沿革与网点现状</b> .....	<b>69</b>
5.1 广州商业发展沿革 .....	69
5.1.1 古代和近代商业发展历程 .....	69
5.1.2 现代商业发展历程 .....	70
5.1.3 城市发展与商业发展的相关性 .....	72
5.2 广州商业网点现状 .....	73
5.2.1 商业网点基本状况 .....	73
5.2.2 商业网点空间分布状况 .....	83
5.3 广州商业网点存在问题 .....	93
5.3.1 商业网点布局不够合理 .....	93
5.3.2 商业网点环境亟需改善 .....	94
5.3.3 商业网点缺乏特色 .....	94
5.3.4 商业网点管理较为滞后 .....	95
<b>第六章 广州商业网点布局因素分析和发展趋势</b> .....	<b>96</b>
6.1 人口分布与商业网点关系分析 .....	96
6.1.1 人口总量增长的影响 .....	96
6.1.2 人口格局变化的影响 .....	96
6.1.3 人口构成变化的影响 .....	98
6.1.4 居民消费水平与消费结构的影响 .....	98
6.2 交通体系与商业网点关系分析 .....	101
6.3 级差地租与商业网点关系分析 .....	104
6.3.1 商业网点分布与地租走向分析 .....	104
6.3.2 商业网点分布与地租走向结论 .....	106
6.4 广州商业网点发展趋势 .....	107
6.4.1 大型零售网点发展趋势 .....	107
6.4.2 商业街发展趋势 .....	108
6.4.3 批发市场发展趋势 .....	110
6.4.4 物流园区发展趋势 .....	110
<b>第七章 国内外商业发展的比较研究</b> .....	<b>112</b>

7.1 上海市商业网点发展分析 .....	112
7.1.1 商业网点特征 .....	112
7.1.2 商业网点布局 .....	112
7.2 深圳市商业网点发展分析 .....	113
7.2.1 商业网点特征 .....	113
7.2.2 商业网点布局 .....	114
7.3 香港商业网点发展分析 .....	115
7.3.1 商业网点特征 .....	115
7.3.2 商业网点布局 .....	116
7.4 美国商业网点发展分析 .....	116
7.4.1 商业网点特征 .....	116
7.4.2 商业网点布局 .....	117
7.5 日本商业网点发展分析 .....	119
7.5.1 商业网点特征 .....	119
7.5.2 商业网点布局 .....	119

## 第五章 广州市商业发展沿革与网点现状

### 5.1 广州商业发展沿革

#### 5.1.1 古代和近代商业发展历程

广州从公元前 214 年建城，迄今（2002 年）已有 2216 年的历史，是岭南文化的中心城市，城市发展从时间上看没有中断，城市中心从空间上看没有转移。

广州从建城至今 2000 多年来，商业活动活跃，是岭南久负盛名的商都。早在秦汉时期，广州就是全国 19 个大城市之一，以热带珍贵特产集散地闻名全国。晋与南朝时期，往来贸易的国家越来越多，广州成为中国海上丝绸之路的起点。

隋唐时期，广州内外港逐步完善，更促进国际贸易的兴旺，“广州通海夷道”成为留名千古的国际海上贸易航线，广州港作为世界著名商港，确立了商业在城市与世界范围内的显赫地位。灵渠和大庾岭道开通，直接沟通了湘江和珠江水系、广州与中原的陆路交通，促进了南北人口和技术的交流，为历朝历代商业繁荣奠定了自然地理基础。特别是在唐代，广州人口大增，城乡商业发达，使广州市区城建大有发展，城中有三大商业区。中心是老城区，范围由西向东约由今华宁里至小北路，由北向南约为今越华路至中山路稍南（近今财政厅）。一千多年前的商业中心与现代的商业中心区在空间位置上相当接近。

五代十国时期中原人口由于战乱南迁，直接刺激了岭南经济发展，广州的商业豪富一时。宋代的广州港是中国第一大港，商业地位进一步提高，直接带动各业和城市建设的的发展，各种贸易制度得到完善，并大力推动了外贸的发展。

明清时期广州成为中国唯一的对外通商口岸，确定了其享誉国内外的商都地位。从怀远驿到十三行，广州的外贸发展达到巅峰状态。

广州逐渐形成了中山五路和北京路、人民南和长堤、上下九和第十甫三个全

市性商业中心。首先形成中山五路和北京路商业中心。中山五路的前身是明清旧城东西主干道中段，两广总督衙门居中，是当时政治中心所在地。北京路是官员由天字码头进城的主干道，此处形成一个“丁字形”的第一个全市性的商业中心；其次形成人民南和长堤商业中心。清朝末年，原东堤繁华地带数遭火灾，加上港口西移至白鹅潭，新式轮船码头陆续兴建，在人民南路长堤一带形成广州第二个全市性的商业中心；再次形成上下九和第十甫商业中心。鸦片战争后海禁大开，西关一带豪宅聚集，逐渐被开辟为新的商业活动场所，形成以上下九、第十甫为中心的广州第三个全市性的商业中心。

### 5.1.2 现代商业发展历程

1957年，广州社会商品零售总额已达8.4亿多元，比1952年增长80%，各种副食品零售商品大量增加。三次产业从业人员的比例数为51：23：26，在国民生产总值中的比例为14：48：38，第二产业的就业人数比重已接近第三产业，产值比重则已超过第三产业。广州的城市经济功能开始从以商业为主转变为工商并重，趋向以工业为主。

我国实行改革开放政策以来，广州经济取得了举世瞩目的成绩。1978年全市的GDP只有43.09亿元，2002年达到3001.69亿元，综合经济实力跨入全国大城市的前三位。2002年人均国内生产总值达到4.19万元，按当年国家平均汇率计算，突破5000美元，在国内大城市中位居前列。产业结构得到优化调整，第三次产业的地位逐步上升，成为国民经济的重要组成部分。GDP中第三产业所占的比重从1978年的29.74%上升到2002年的55.59%，在全国大城市中处于领先水平。产业结构的不断优化促进了商业的迅速发展，商业在现代经济中地位迅速提高。广州以流通体制改革为突破口，在全国率先放开搞活，发展大商贸、搞活大流通、培育大市场，基本形成了多业态、多功能、多层次融合的流通体系，多种经济成份并存的商贸流通发展格局，商贸流通业成为广州市重要的支柱产业。社会消费品零售总额增长较快，1978年全市社会消费品零售总额只有17.63亿元，2002年上升为1370.68亿元，2002年广州的社会消费品零售总额和人均社会消费品零售总额分别排列全国大城市的第三位和第一位（见表5-1、5-2和图5-1、5-2）。

表 5 - 1 2002 年全国主要大城市社会消费品零售总额比较

（单位：亿元）

	社会消费品零售总额
北京	1744.80
上海	2035.21
广州	1370.68
天津	941.42
重庆	763.05

资料来源：全国各大城市统计公报

图5-1 2002年全国主要大城市社会消费品零售总额比较图  
（单位：亿元）

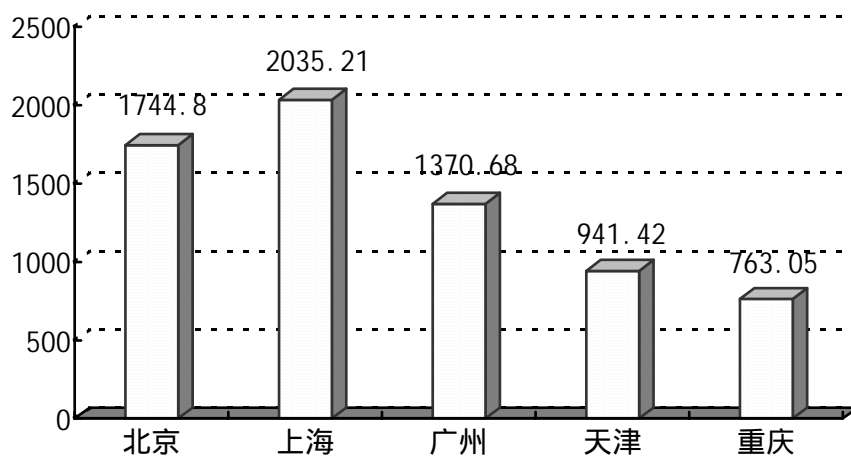


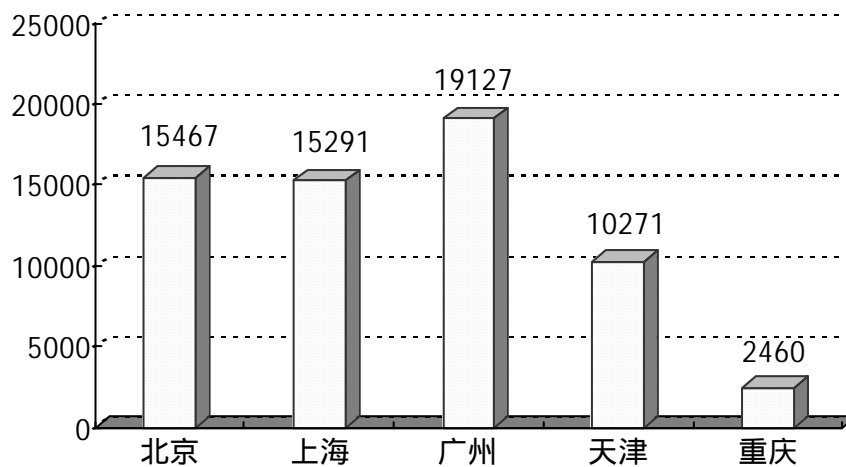
表 5-2 2002 年全国主要大城市人均社会消费品零售总额比较

（单位：元/人）

	人均社会消费品零售总额
北京	15467
上海	15291
广州	19127
天津	10271
重庆	2460

资料来源：各大城市统计公报

图5-2 2002年全国主要大城市人均社会消费品零售总额比较图  
（单位：元）



### 5.1.3 城市发展与商业发展的相关性

广州 2000 多年的发展历史与商业荣衰休戚相关，这种历史发展的轨迹反映出广州商业的独特性：广州的商业网点发展一直处于港城互惠的背景中，广州港的繁荣为广州带来蓬勃的商机。天然的港口优势使广州商业贸易与世界贸易息息相关。

广州商业网点的空间格局脱胎于历史的形迹，尽管商业重心开始东移，但历史留下的商业繁华区北京路、上下九仍是现代广州的核心商业区。今天的商业网点布局延续着过去的空间形态，其区域背景具备了历史形成的人文环境、人口环境和市场环境等综合条件，商业网点的规划应考虑到这种布局内在的必然性，充分尊重历史，才可能作进一步的合理调整。

广州自古崇尚经商，商业意识已渗透到市民的思想深处，广州人经济务实的作风、敏锐的市场洞察力、兼容并蓄的开放姿态，为广州商业的发展营造了良好的历史文化氛围。现代的商业业态和营销理念在广州都易于得到吸收和发扬。长期形成的商业文化极大地促进了商业的发展。但另一方面，商业文化中急功近利、只求实际等思想意识也在一定程度上阻碍了商业长远目光的形成，易于造成骤起骤落的发展现象。

## 5.2 广州商业网点现状

### 5.2.1 商业网点基本状况

#### 5.2.1.1 商业功能区

广州自古以来就是我国著名的商都，许多著名的商业功能区起源较早。广州的零售商业功能区以著名的商业街或大型购物中心为主要支撑，中央商务区以高档次酒店和写字楼为主要支撑，会展商务区以大型的现代化、国际化的会展场所和设施为主要支撑。到2002年，基本形成了北京路、天河、西关、东山口4个都会级商业功能区，大东门、江南等13个区域级商业功能区，环市东-天河北中央商务区和流花会展商务区。

#### 5.2.1.2 商业网点

广州经过不断的演变和发展，至今形成庞大的商业网点体系。到2002年，广州拥有各类批发贸易机构16298个，网点32060个，从业人员210442人。拥有零售贸易机构11440个，网点129240个，从业人员260471人。拥有餐饮业机构2116个，网点34663个，从业人员195333个。广州商业网点密度较高，2002年平均每万人口拥有批零贸易网点224个，拥有餐饮网点48个。



### 5.2.1.3 大型零售网点

随着城市发展空间的不断扩展，大型零售商业网点迅速增长，数量明显增加。1990年广州市只有4个大型零售网点，1995年增加到11个，1999年增加到32个，2000年增加到44个，2002年增加到73个（见表5-3、图5-3）。大型零售网点的业态类型中，以大型综合超市为主，共有38个，占总数的52.05%，其次为大型百货店，共有29个，占39.73%，大型专业店有广州购书中心、联邦家居广场、东泽电器昌岗店、金海马家居中心等四家。仓储式商场有正大万客隆2家，占总数的2.74%。另有天河城、中华广场和荔湾广场3家购物中心（由于购物中心内包含大型百货店和大型超市等，为避免重复，不计算在73个大型网点里面）。

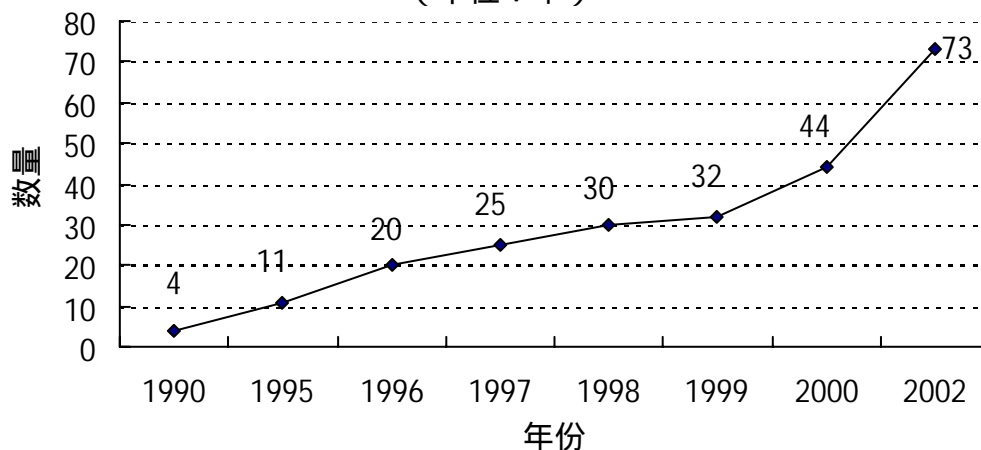
表5-3 1990年-2002年广州市大型零售商店数量变化

单位：(个)

年份	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2002
大型零售 网点数量	4	11	20	25	30	32	44	73

资料来源：根据调研资料整理而成

图5-3 广州市大型零售网点数量变化图  
(单位：个)



#### 5.2.1.4 商业街

商业街是城市商业网点体系的重要组成部分，商业街可以成为传统商业文化与现代商业文明交相辉映的重要载体。广州商业街的商业网点高度密集，如北京路、上、下九路等商业街临街商店的密集程度几乎接近 100%。即使是辐射范围较小、档次较低的商业街，商店密集程度也在 70% 以上。广州商业街多样化的特征很明显。在商业街中，各种类型的商店比较齐全，既有面积仅为数平方米的小店铺，也有数千甚至上万平方米的大中型商厦；既有各种装修豪华、价格昂贵的专卖店、特许经营店，也有各种价格低廉的服装、日用品售卖店；既有单体商铺，也有连锁经营的商铺。至 2002 年底，广州市共有商业街 36 条，其中综合街 23 条，专业街 13 条，分别占商业街总数的 63.9% 和 36.1%（见表 5-4、5-5、图 5-4）。在综合街里，有北京路和上下九路 2 条步行街，其余的为非步行街。专业街的种类较多，以服装及其配料、饰物精品、建筑装饰材料、鞋类及相关产品、电子信息类产品等为主。

表 5 - 4 广州商业街一览表

区域	名称	功能特色	长度
越秀区	北京路步行街	综合商业	约 1200 米
	一德路商业街	干果、海味、玩具、精品	约 1270 米
	泰康路装饰材料专业街	五金、家具配件、石材、木器、板材、竹料、不锈钢	约 400 米
	高第街服装专业街	服装、皮具日用品	约 800 米
	状元坊饰物精品街	饰物、精品、文化用品	约 260 米
	大南路灯饰专业街	灯饰材料	约 600 米
	长堤路商业街	饮食、娱乐	约 1500 米
荔湾区	上下九步行街	综合商业	约 1200 米
	十三行服装街	服装	约 300 米
	华林源胜玉器古玩工艺街	玉器、古玩、工艺品	约 1300 米
	荔湾路商业街	综合商业	约 800 米
东山区	环市东商业街	综合商业	约 1000 米
	陵园西通讯器材街	通讯器材	约 360 米
	寺右新马路	综合商业	约 800 米
	农林下路商业街	综合商业	约 1200 米

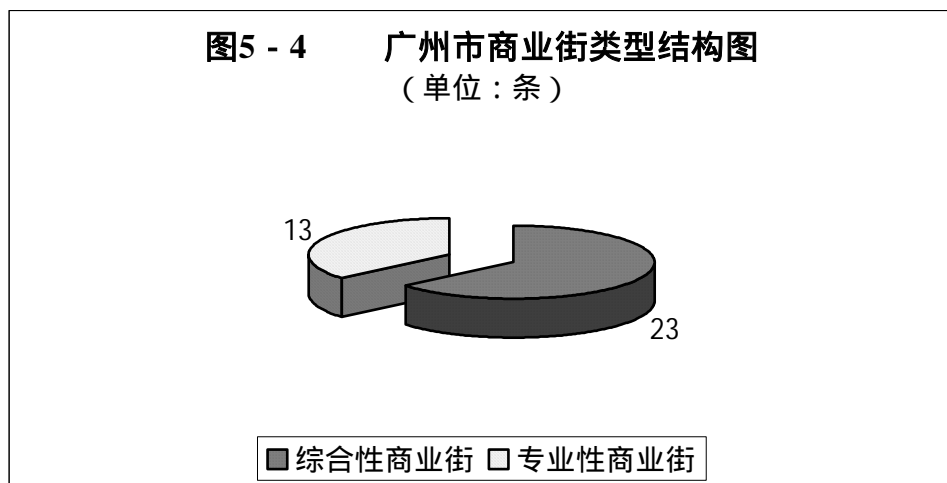
区域	名称	功能特色	长度
	东川路商业街	综合商业	约 360 米
	万福路、文明路商业街	综合商业	约 1500 米
	文德字画文化街	书画、文物、珠宝	约 650 米
天河区	沙河商业街	服装、综合商业	约 700 米
	天河北商业街	综合商业	约 2000 米
	东圃商业街	综合商业	约 800 米
海珠区	江南大道商业街	综合商业	约 1500 米
	新港西路商业街	综合商业	约 200 米
白云区	黄石路汽车汽贸街	汽车、汽配	约 2500 米
	站西路商业街	鞋业、钟表	约 400 米
	景泰直街商业街	综合商业	约 500 米
	棠景商业街	综合商业	约 800 米
芳村区	花地湾商业街	综合商业	约 1500 米
	芳村大道商业街	综合商业	约 1200 米
	白鹅潭风情酒吧街	饮食、休闲	约 600 米
黄埔区	大沙地商业街	综合商业	约 2000 米
番禺区	大北路商业街	综合商业	约 800 米
花都区	新华路商业街	综合商业	约 1040 米
	商业大道商业街	综合商业	约 2500 米
增城市	西城路 - 挂绿路商业街	综合商业	约 1900 米
从化市	西宁路商业街	综合商业	约 300 米

资料来源：根据调研资料整理而成

表 5-5 广州市商业街类型结构表

类型	综合性商业街		专业性商业街	总计
	步行商业街	普通商业街		
数量（条）	2	21	13	36
比例（%）	5.6	58.3	36.1	100.0

资料来源：根据调研资料整理而成



#### 5.2.1.5 批发市场

广州得益于改革开放先行优势、中心城市优势和区位优势，农副产品、水产品、水果、服装、皮革皮具、汽车汽配、建材、金属物资等一批批发市场迅速发展，形成了种类较为齐全的批发市场体系。其中，大中型批发市场因其规模大、辐射广，地位尤为重要，成为广州商贸流通业的日益重要的生力军，有不少大型批发市场辐射到国内外广大地区。广州的批发市场从无到有，从小到大，发展十分迅速。1983年，广州市出现了8个小型农副产品批发市场。1985年，广州出现了20个工业消费品批发市场。到2002年止，广州共有各种类型的批发市场485个，总占地面积达到1187.97万平方米，平均每个市场面积为2.45万平方米。总营业面积达到510.71万平方米，平均每个市场面积为1.05万平方米(见表5-6)。

在批发市场中，大型批发市场共 8 个，总占地面积 299.43 万平方米、总营业面积 134.94 万平方米，平均每个市场营业面积达到 16.87 万平方米，远超过 8 万平方米的起点标准；中型批发市场共 29 个，总占地面积 500.95 万平方米、总营业面积 139.89 万平方米，平均每个市场营业面积达到 4.82 万平方米，超过 3 万平方米的起点标准 1.82 万平方米；小型批发市场共 448 个，占全市市场总数的 92.37%。总占地面积 387.59 万平方米、总营业面积 235.89 万平方米，平均每个市场营业面积只有 0.53 万平方米。广州大中型批发市场合计总数为 37 个，虽然仅占总数的 7.63%，但其总占地面积和营业面积较大，合计分别占到全部批发市场总面积的 67.37%和 53.81%，是批发市场中的支柱和骨干（见表 5-6、图 5-5、5-6、5-7、5-8）。

广州市大中型批发市场的成交额增长较快，年成交额增长率超过 10%，特别是 1990 年代中期以来，年均增长率超过 15%。2002 年广州市年成交额达到 1 亿元 - 5 亿元的批发市场有 50 个，年成交额达到 5 亿元 - 10 亿元的市场有 8 个，年成交额超过 10 亿元的批发市场有 5 个。广州批发市场辐射范围越来越广，已从原来的周边局部地区转向更广阔的范围。不少批发市场不仅辐射到了国内各地，甚至辐射到了国外，进一步强化了广州商贸中心的地位。

表 5 - 6 广州批发市场规模统计一览表

市场类别	数量 (个)	占总数 (%)	占地面积 (m <sup>2</sup> )	占总面 积(%)	营业面积 (m <sup>2</sup> )	占总面积 (%)	平均每个市 场占地面积 (m <sup>2</sup> )	平均每个市 场营业面积 (m <sup>2</sup> )
大型市场	8	1.65	2994367	25.20	1349366	26.42	374296	168671
中型市场	29	5.98	5009478	42.17	1398860	27.39	172741	48237
小型市场	448	92.37	3875853	32.63	2358909	46.19	8651	5265
合 计	485	100	11879698	100	5107135	100	24494	10530

资料来源：根据调研资料整理而成

图5-5 广州市大中小批发市场数量比较图  
(单位：个)

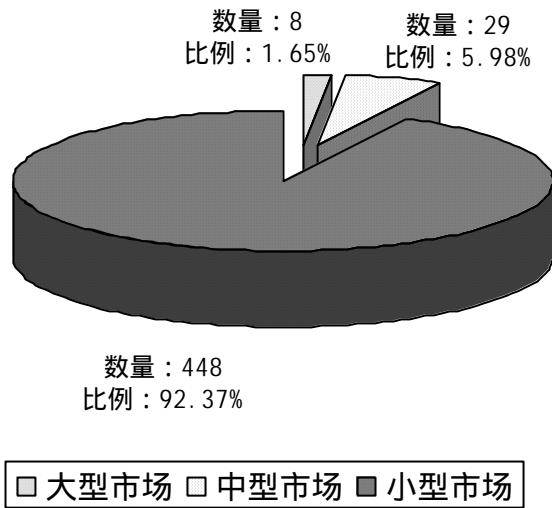


图5-6 广州市大中小批发市场占地面积比较图  
(单位：平方米)

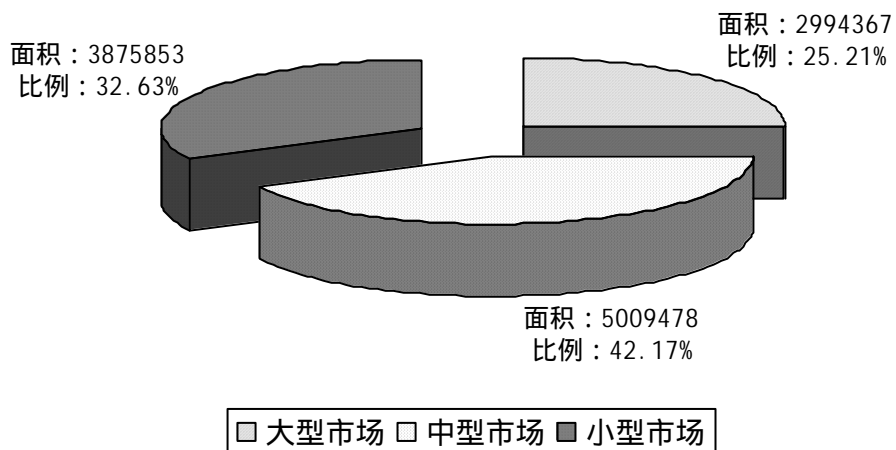


图5-7 广州市大中小批发市场营业面积比较图  
(单位：平方米)

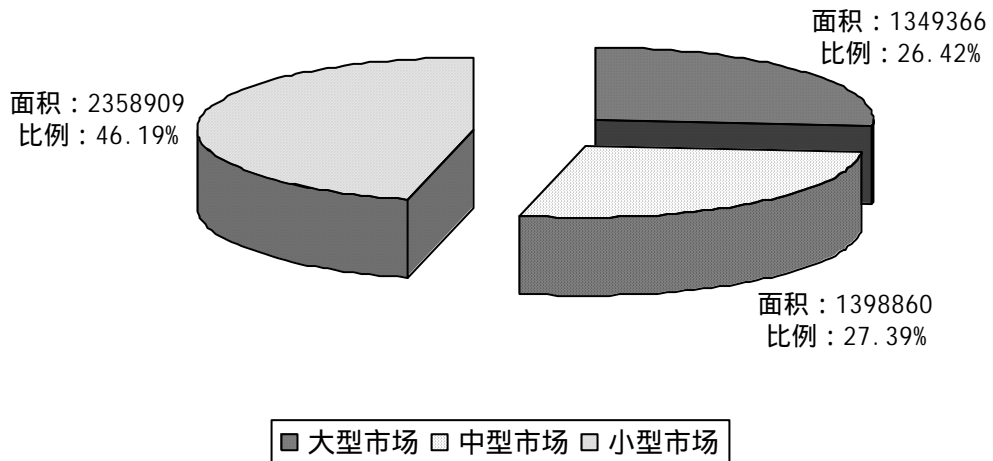
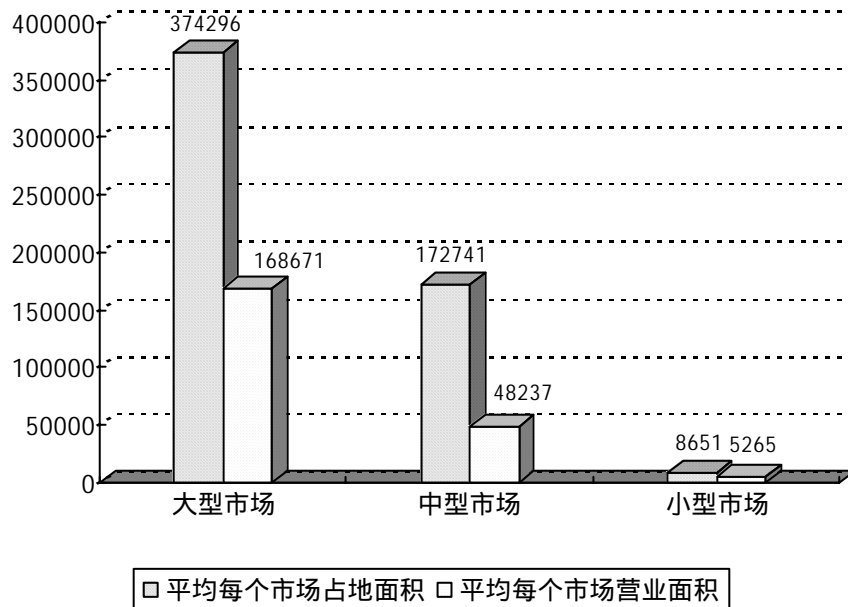


图5-8 广州市大中小批发市场平均占地面积图  
(单位：平方米)



按行业划分,广州大中型批发市场可以分为工业品批发市场(包括生产资料和生活资料)、农产品批发市场(包括生产资料和生活资料)和综合类批发市场(既经营工业品又经营农产品)三种类型。

工业品批发市场是广州批发市场中的主力军,共有市场306个(见表5-7),占市场总数的63.09%。工业品市场按拥有市场多少排名,排在前十位的市场类别为:排第一的是服装市场,共有49个,占工业品市场总数的16.01%,服装市场分布相对集中,主要分布在流花火车站、站前路、沙河濂泉路。排第二的是工业品综合及其它类市场,有45个,占工业品市场总数的14.71%,排第三的是建材家居家具市场,有38个,占工业品市场总数的12.42%。建材家居家具市场分布较为分散,主要分布在荔湾、海珠、天河、白云、黄埔、芳村、番禺等区。排第四的是皮革皮具及鞋业市场,共有30个,占工业品市场总数的9.8%,主要分布在白云区梓元岗和花都区狮岭镇。排第五的是电子与电脑市场,共有27个,占工业品市场总数的8.82%,主要分布在天河区体育东路、天河东路、岗顶一带、越秀区中山六路、荔湾区人民中路、东山区海印桥北、番禺区大石镇。排第六的是电器市场,共有21个,占工业品市场总数的6.86%,主要分布在东山区海印大桥北和荔湾区西场一带。排第七的是玩具精品市场,共有18个,占工业品市场总数的5.88%,主要分布在荔湾区黄沙、越秀区解放南路、一德西路一带。排第八的是汽车、摩托及配件市场,共有17个,占工业品市场总数的5.56%,其中汽车汽配市场主要分布在白云区、天河区、黄埔区和海珠区。摩托车市场主要分布在东山区较场西路、荔湾区中山八路和新虹街、白云区和从化市街口镇。排第九的是布匹毛线及服装辅料市场,共有12个,占工业品市场总数的3.92%。市场分布集中度较高,主要分布在海珠区新港西路中段至广州大道南一带。排第十的是钟表、眼镜市场,共有11个,占工业品市场总数的3.59%。主要分布在白云区站西路、越秀区环市西路一带。

农产品批发市场是广州最早兴起的批发市场,共有市场99个(见表5-7),占市场总数的20.41%。农产品市场按拥有市场多少排名,排在前五位的市场类别为:排第一的是农产品综合及其它类市场,共有30个,占农产品市场总数的30.3%。并排第二的是蔬菜市场及禽畜批发市场,各有13个,分别占农产品市场总数的13.13%。其中蔬菜市场主要分布在白云、黄埔、芳村、番禺等区。禽畜批发市



场主要分布在白云区增槎路、白云区嘉禾、花都区新华镇。排第四的是粮油批发市场，共有 11 个，占农产品市场总数的 11.1%，主要分布在海珠区、白云区和天河区沙河一带。排第五的是海鲜干货批发市场，共有 9 个，占农产品市场总数的 9.09%，主要分布在越秀区一德路、海珠南路。

综合类批发市场由于混合经营，定位不专业，因此大多层次较低，竞争力不强。广州现有综合类的批发市场共 80 个，只占市场总数的 16.49%（见表 5 - 7）。

**表 5 - 7 广州批发市场按行业统计一览表**

<b>一、工业品批发市场</b>	<b>数量（个）</b>	<b>二、农产品批发市场</b>	<b>数量（个）</b>
工业品综合或其他	45	农副综合或其他	30
建材家居家具	38	蔬菜	13
服装	49	花鸟鱼虫	7
皮革皮具及鞋业	30	果品	6
电器	21	禽畜	13
汽车、摩托及配件	17	粮油	11
电子、电脑	27	水产品	6
玩具精品	18	海鲜干货	9
布匹毛线及服装辅料	12	茶叶	2
金属物资	6	中药材	1
文化、体育用品	10	竹木	1
食品	5	小计	99
古玩、玉器、工艺品	10		
钟表、眼镜	11	<b>三、综合市场</b>	<b>数量（个）</b>
塑料制品	2	综合市场	80
纸张、印材	3		
通讯器材	2		
<b>小计</b>	<b>306</b>	<b>四、市场总数合计</b>	<b>485</b>

资料来源：根据调研资料整理而成

**物流园区** 广州的物流业还处于起步阶段，目前还没有物流园区。到 2002 年，广州拥有 1 个航空港，即广州白云机场；3 个海港，即广州黄埔港、黄埔新港和新沙港；4 个铁路枢纽站，分别为广州火车站、广州北站、广州东站和广州铁路

编组站；5个主枢纽货运站场，分别为沙太货运站、窖口货运站、黄金围货运站、黄埔集装箱中转站和广州北部物流中心；并有40多个社会货运站场。

### 5.2.2 商业网点空间分布状况

**大型零售网点** 广州零售网点布局基本上呈东西向的带状分布，自西向东，过了天河区石牌东路后，商业网点逐渐变疏。从圈层分布来看，大型商业网点主要集中在内圈层的老市区和中圈层的天河区一带（见表5-8、5-9）。内圈层是大型零售网点分布最多的地区，拥有友谊商店、广州百货大厦、新大新公司等著名大型百货店。该圈层共有各种大型零售网点44个，占全市总数的60.27%，总营业面积689822平方米，占全市大型零售网点营业面积总数的64.1%。平均每个网点营业面积15678平方米，在三个圈层中最大。该圈层大型零售网点分布较为均衡，海珠区北部有14个，天河区西部有11个，越秀区有8个，东山区有7个，荔湾区有5个；中圈层共有大型零售网点18个，占全市大型零售网点总数的24.66%，总营业面积259562平方米，占全市大型零售网点营业面积总数的24.13%。平均每个网点营业面积14420平方米，在三个圈层中居第二位。该圈层大型零售网点分布很不均衡，番禺区北部共有大型零售网点6个，但全部都集中在市桥镇。白云区南部有大型网点3个，黄埔区（不包括南岗片）和芳村区各有2个；外圈层大型零售网点最少，只有11个，占全市大型零售网点总数的15.07%，总营业面积126100平方米，占全市大型零售网点营业面积总数的11.7%。平均每个网点营业面积11464平方米，在三个圈层中居末席。这一圈层大型商业网点的分布更不均衡，花都区有5个，都集中在新华镇；从化市2个，都位于街口镇；增城市有4个，都集中于新塘镇。番禺区南部、白云区北部和黄埔区南岗片1个也没有（见图5-9、5-10、5-11、5-12、5-13、5-14）。

表5-8 2002年广州市大型零售商业网点圈层分布表

地 区	网点数量(个)	占总数 (%)	总营业面积 (m <sup>2</sup> )	占总面积 (%)	平均每个网点营 业面积(m <sup>2</sup> )
内圈层	44	60.27	689822	64.14	15678
中圈层	18	24.66	259562	24.13	14420
外圈层	11	15.07	126100	11.73	11464

合 计	73	100	1075484	100	14733
-----	----	-----	---------	-----	-------

注：(1) 根据调研资料整理而成

(2) 由于购物中心内包含大型零售网点，为避免重复计算，此表中不计入购物中心的个数和面积。

图5-9 广州市大型商业网点数量圈层分布图  
(单位：个)

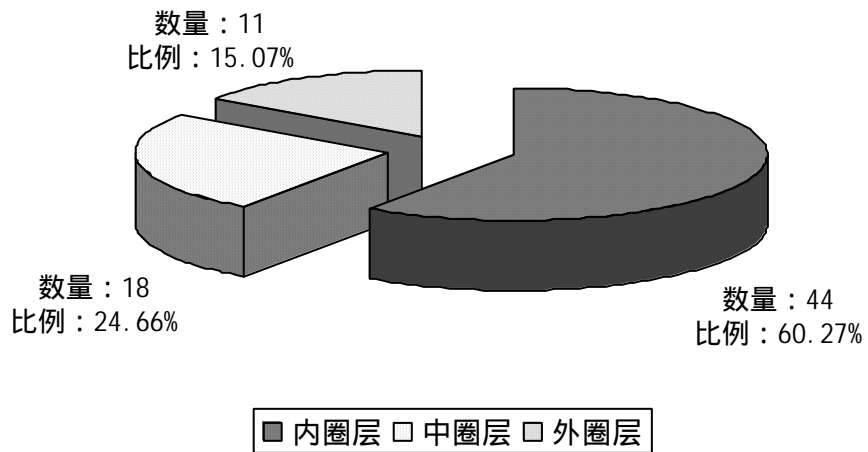


图5-10 广州市大型商业网点营业面积圈层比较图  
(单位：平方米)

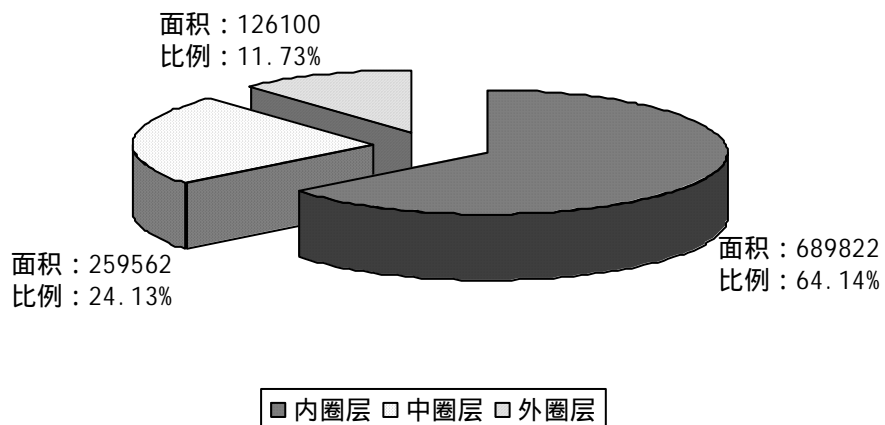


图5-11 广州市大型零售商业网点各圈层  
平均每网点营业面积比较图  
(单位：平方米)

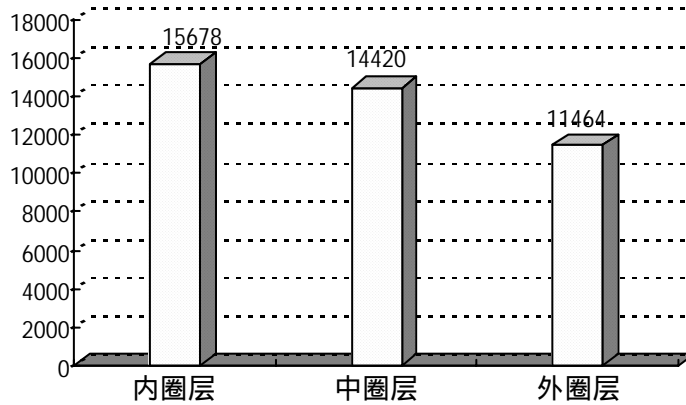


表 5 - 9 2002 年广州市大型零售商业网点地区分布表

地 区	网点数量 (个)	占总数 (%)	总营业面积 (m <sup>2</sup> )	占总面积 (%)	平均每个网点 营业面积 (m <sup>2</sup> )
越秀区	7	9.59	167430	15.57	23919
荔湾区	5	6.85	64637	6.01	12927
东山区	7	9.59	89000	8.28	12714
海珠区	14	19.17	162200	15.08	11586
天河区	16	21.92	294555	27.39	18410
白云区	3	4.11	55979	5.21	18660
芳村区	2	2.74	41000	3.81	20500
黄埔区	2	2.74	24000	2.23	12000
番禺区	6	8.22	50583	4.70	8431
花都区	5	6.85	53100	4.94	10620
增城市	4	5.48	62000	5.76	15500
从化市	2	2.74	11000	1.02	5500
<b>合 计</b>	<b>73</b>	<b>100</b>	<b>1075484</b>	<b>100</b>	<b>14733</b>

注：(1) 根据调研资料整理而成

(2) 由于购物中心内包含大型零售网点，为避免重复计算，此表中不计入购物中心的个数和面积。

图5-12 广州市各地区大型零售网点数量比较图  
(单位：个)

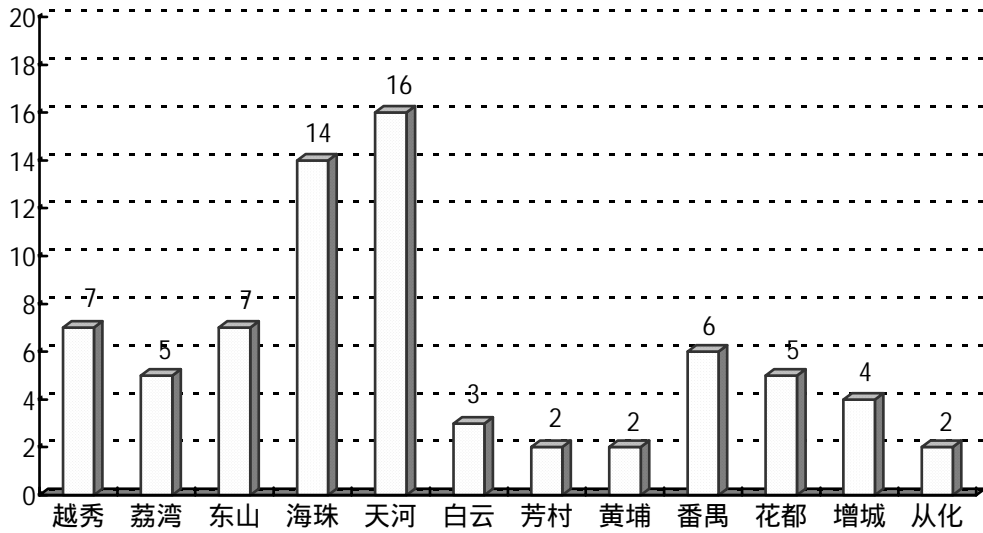


图5-13 广州市各地区大型零售网点营业面积比较图  
(单位：平方米)

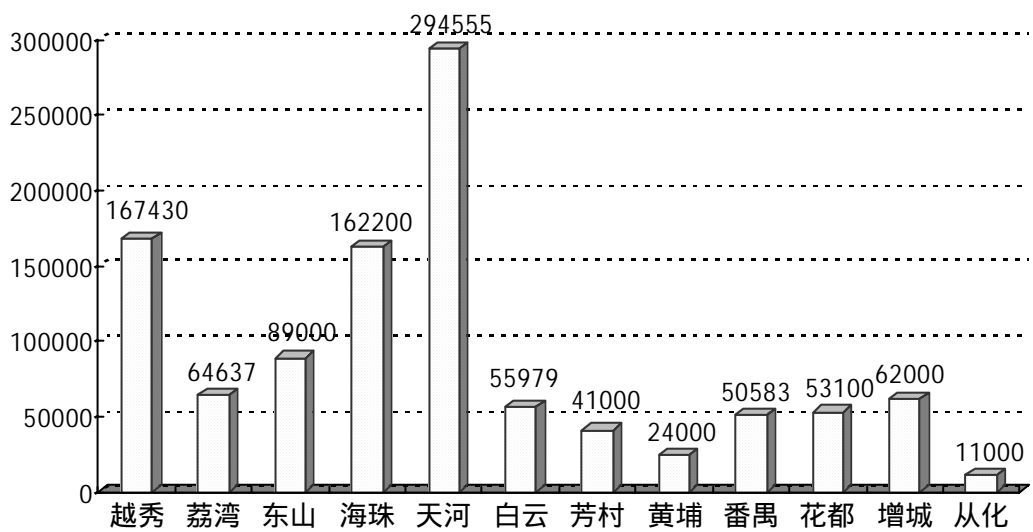
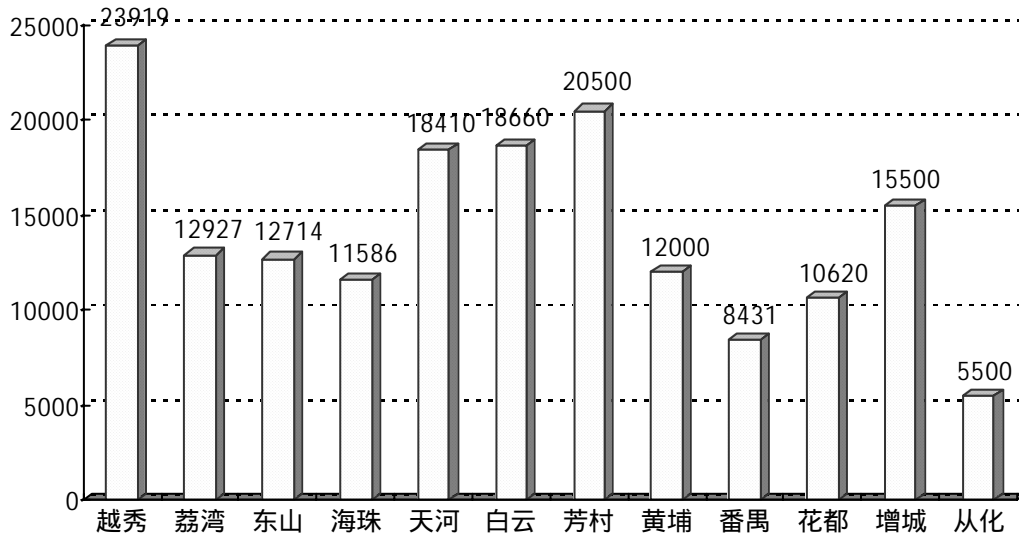
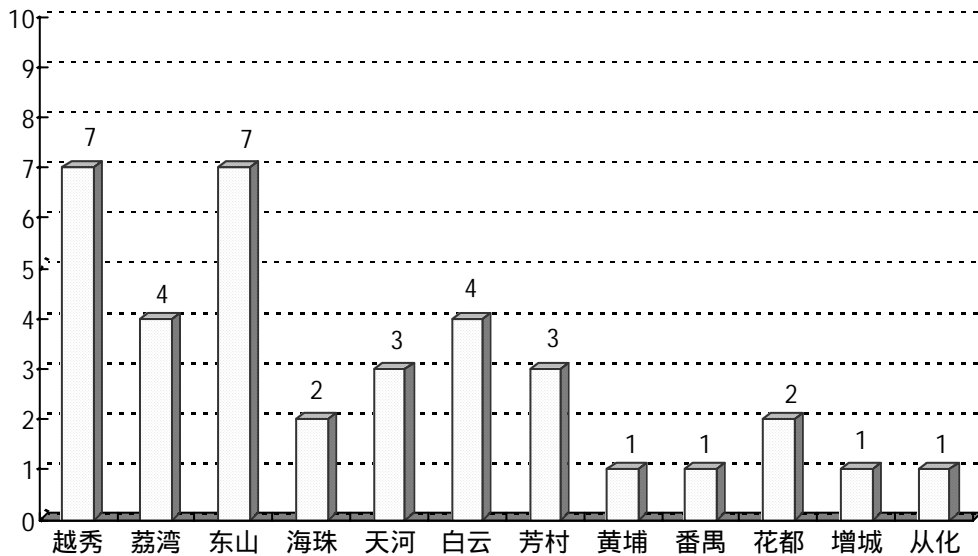


图5-14 广州市各地区平均每个大型零售网点  
营业面积比较图  
(单位：平方米)



**商业街** 广州的商业街基本上自然形成的。从空间分布来看，内圈层的商业街共有 23 条商业街，占了全市商业街总数的 63.9%。其中越秀区有 7 条，荔湾区有 4 条，东山区有 7 条，海珠区北部有 2 条，天河区西部有 3 条。在中圈层和外圈层，商业街数量较少，只有 13 条，分布较为分散。白云区有 4 条，主要分布在靠近老城区的南部地区，芳村区有 3 条，花都区有 2 条，番禺区、黄埔区、从化市、增城市各只有 1 条商业街（见表 5 - 5、图 5 - 15）。

图5-15 广州市各地区商业街分布图  
(单位：条)



**批发市场** 内圈层是批发市场起步较早的地方，共有各种批发市场 244 个，在三个圈层中最多，占全部市场总数的 50.31%。但市场面积偏小，占地面积共 106.82 万平方米、营业面积共 107.98 平方米，分别只占全部市场占地面积的 8.99%、营业面积的 21.14 %，平均每个市场的占地面积和营业面积分别仅为 4378 平方米和 4425 平方米。在该圈层的批发市场中，没有大型市场，中型市场只有 5 个，小型市场有 239 个（见表 5 - 8、5 - 9、5 - 10）。**中圈层**是批发市场主要的分布地区。批发市场的占地面积和营业面积在三个圈层中名列第一。该圈层共有各种批发市场 194 个，占全部市场总数的 40 %。占地面积 857.32 万平方米、营业面积 245.3 万平方米，分别占全部市场占地面积的 72.17 %、营业面积的 48.03%。平均每个市场的占地面积和营业面积分别达到 44192 平方米和 12645 平方米。该圈层中有大型市场有 7 个、中型市场有 16 个、小型市场有 171 个；**外圈层**市场个数相对较少，共有各种批发市场 47 个，只占全部市场总数的 9.69 %。该圈层市场占地面积共 226.64 万平方米、营业面积共 89.18 平方米，分别占全部市场占地面积的 19.08 %、营业面积的 17.46%。与内圈层相比，虽然市场数量少得多，但平均每个市场面积的占地面积和营业面积达到 48222 平方米和 18974 平方米，

虽低于中圈层，但比内圈层大得多。在该圈层的批发市场中，大型市场有 1 个，中型市场有 8 个，小型市场有 38 个。（见表 5-10、5-11、5-12，图 5-16、5-17、5-18）

表 5 - 10 广州大型批发市场分布状况

圈层	行政区	大型市场 数量	比例%	占地面积	比例%	营业面积	比例%
内圈层	越秀区	0	0	0	0	0	0
	荔湾区	0	0	0	0	0	0
	东山区	0	0	0	0	0	0
	海珠区北部	0	0	0	0	0	0
	天河区西部	0	0	0	0	0	0
内圈层合计		0	0	0	0	0	0
中圈层	黄埔区	0	0	0	0	0	0
	白云区	2	25.00	1380000	46.09	390000	28.90
	芳村区	1	12.50	533600	17.82	285000	21.12
	天河区北、东部	0	0	0	0	0	0
	海珠区南部	1	12.50	200000	6.70	103616	7.68
	番禺区北部	3	37.50	380767	12.71	381000	28.23
中圈层合计		7	87.50	2494367	83.32	1159616	85.93
外圈层	增城市	0	0	0	0	0	0
	花都区	1	12.50	500000	16.69	189750	14.06
	从化市	0	0	0	0	0	0
	番禺区南部	0	0	0	0	0	0
外圈层合计		1	12.50	500000	16.69	189750	14.06
全市合计：		8	100	2994367	100	1349366	100

资料来源：根据调研资料整理而成



表 5 - 11 广州中型批发市场分布状况

圈层	行政区	中型市场 数量	比例%	占地面积	比例%	营业面积	比例%
内圈层	越秀区	4	13.79	64000	1.28	154065	11.01
	荔湾区	1	3.44	100000	2.00	63825	4.56
	东山区	0	0	0	0	0	0
	海珠区北部	0	0	0	0	0	0
	天河区西部	0	0	0	0	0	0
内圈层合计		5	17.24	164000	3.27	217890	15.58
中圈层	黄埔区	0	0	0	0	0	0
	白云区	6	20.69	352000	7.03	256500	18.34
	芳村区	4	13.79	2866141	57.21	187500	13.40
	天河区北、东部	0	0	0	0	0	0
	海珠区南部	4	13.79	291000	5.81	261000	18.66
	番禺区北部	2	6.90	158000	3.15	73895	5.28
中圈层合计		16	55.17	3667141	73.20	778895	55.68
外圈层	增城市	2	6.90	98337	1.96	69825	4.99
	花都区	1	3.44	500000	9.98	75000	5.36
	从化市	4	13.79	520000	10.38	225000	16.08
	黄埔区南岗片	1	3.44	60000	1.20	32250	2.31
	番禺区南部	0	0	0	0	0	0
外圈层合计		8	27.59	1178337	23.52	402075	28.74
全市合计：		29	100	5009478	100	1398860	100

资料来源：根据调研资料整理而成

表 5 - 12 广州小型批发市场分布状况

圈层	行政区	小型市场数量	比例%	占地面积	比例%	营业面积	比例%
内圈层	越秀区	103	22.94	240835	6.21	262869	11.14
	荔湾区	61	13.59	360739	9.31	320153	13.57
	东山区	23	5.12	99434	2.57	101212	4.29
	海珠区北部	27	6.01	92016	2.37	73611	3.12
	天河区西部	25	5.57	111217	2.87	104075	4.41
内圈层合计		239	53.23	904241	23.33	861920	36.54
中圈层	黄埔区	6	1.34	286500	7.39	43725	1.85
	白云区	67	14.92	846120	21.83	453553	19.23
	芳村区	12	2.67	268000	6.92	145275	6.16
	天河区北、东部	28	6.24	244633	6.31	157225	6.67
	海珠区南部	22	4.90	195112	5.03	168236	7.13
	番禺区北部	36	8.02	571310	14.74	251519	10.66
中圈层合计		171	38.08	2411675	62.22	1219533	51.70
外圈层	增城市	9	2.00	167982	4.34	48666	2.06
	花都区	14	3.12	90002	2.32	67502	2.86
	从化市	8	2.00	234973	6.06	124088	5.26
	白云区	1	0.22	26600	0.69	19950	0.85
	番禺区南部	6	1.34	40380	1.04	17250	0.73
外圈层合计		38	8.69	559937	14.45	277456	11.76
全市合计：		448	100	3875853	100	2358909	100

资料来源：根据调研资料整理而成

图5-16 广州市各圈层批发市场分布图  
(单位：个)

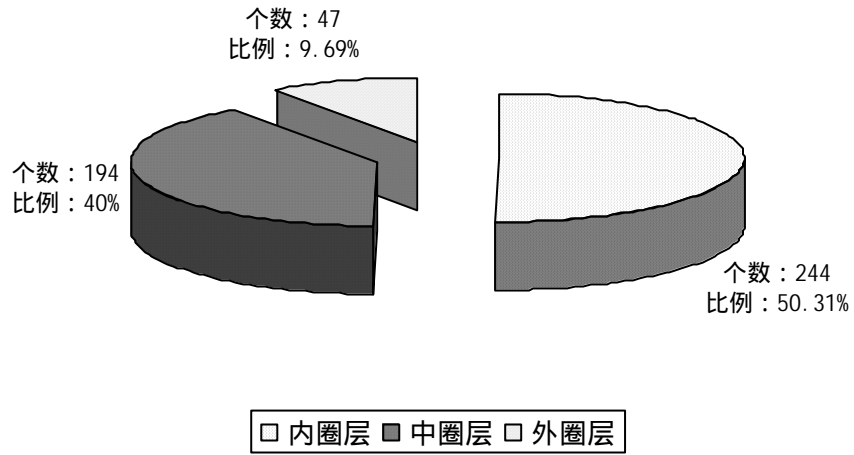


图5-17 广州市各圈层批发市场占地面积比较图  
(单位：平方米)

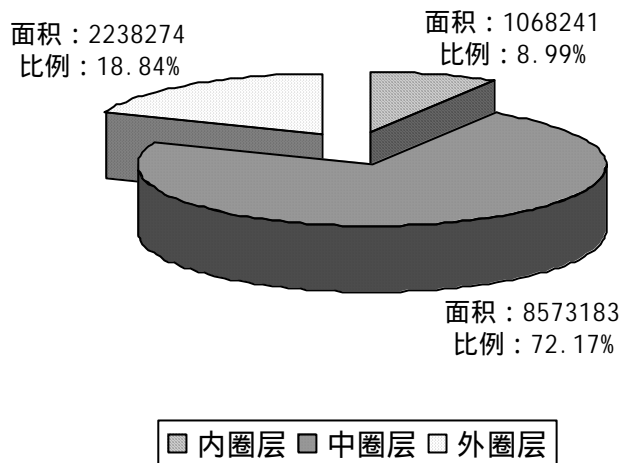
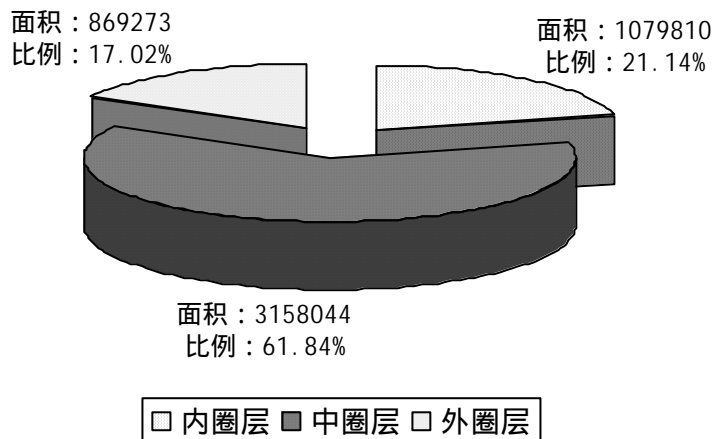


图5-18 广州市各圈层批发市场营业面积比较图  
(单位：平方米)



### 5.3 广州商业网点存在问题

#### 5.3.1 商业网点布局不够合理

现行的大型零售网点、批发市场的开办和商业街的建设缺乏科学有效的调控手段和方法，导致许多大型零售网点、批发市场和商业街的布局不合理，引起对交通、环境等不良影响，也在一定程度上影响了网点企业的正常经营，甚至引起市场秩序的混乱。

广州市的大型零售网点过于集中分布在内圈层，共有 44 个，占了总数的 60.27%。由于大型网点集中分布，商圈对网点的平均支撑力减弱，导致局部地区市场竞争加剧，使得不少大型零售网点经济效益下滑，甚至于无法经营下去。

由于历史因素和城市规划的原因，广州市的商业街主要分布在内圈层，其中越秀、荔湾、东山 3 个区商业街总数达到了 18 条之多，占全市商业街总数的一半。商业街在老城区高度密集，使得商业街土地利用强度高，不利于综合利用城市资源和形成商业街的个性特色，在交通组织、基础设施配套、旅游资源开发等方面亦造成较大压力，从而对商业街和城市的发展造成不利影响。

广州批发市场的空间布局也不太合理。由于没有严格审批和统一管理，各级

政府管理部门都参与市场建设，市场发展一度出现无序发展、恶性竞争的状态。现在还有 50.31% 的批发市场分布在内圈层的老市区，一方面由于市场面积受到用地限制和级差地租较高，市场规模不可能再扩大，反而会缩小。因此从市场内部的经济效益来看，难有发展的空间。另一方面，由于内圈层的交通、消防、环保、卫生、城市形象等因素的制约，使得批发市场难以在老市区立足。

### 5.3.2 商业网点环境亟需改善

由于许多网点配套设施不完善，周边环境条件不佳以及管理不到位，导致商业网点购物空间和市场环境存在诸多问题。

不少大型零售网点地处闹市区，交通条件欠佳，停车设施严重不足，疏导人流的空间也十分缺乏，致使消费人群的可进入性和可疏导性受到严重制约。许多与大型网点相连接道路的车流量已超出理论通行能力。人民路上的高架路建成后，箱体特征特别突出，环境污染超标 2.6-5.2 倍，购物环境质量的下降直接影响的人民路一带商业的发展。重点商业街农林下路的路面不宽，却是南北通行的交通要道，并设有多个路电车共用的电车总站，极大地影响了该路段的商业氛围。

广州有不少专业街货运量大，运输车辆多，进出又受到时间、线路限制，停车场地缺乏，因此，交通压力非常之大。广州目前大多数商业街缺乏为顾客服务的软硬件设施和条件，如绿化、休闲娱乐设施、标牌指示、货物托管站等，从而在一定程度上制约了商业街档次的提高。

广州不少批发市场规模虽然较大，但层次较低，硬件设施有待改善，配套设施明显不足。在批发市场中，设施条件较好的只有 86 个，占 18.2%，条件一般的有 190 个，占 40.3%，而条件较差的有 197 个，占 41.7%。有些市场是利用闲置的仓库和待建土地建成的，带有明显的临时性，市场铺面只是简易棚式建筑，场内布局凌乱，卫生状况很差。此外，许多批发市场乱搭乱建、违规建设等现象较为严重，严重影响了市场环境。

### 5.3.3 商业网点缺乏特色

广州市大型商业网点大多数在定位上没有明显的品牌差异和特色差异，有百店一面的雷同化现象，如百货商店，销售的商品和经营手法差别不大，难以吸引

更多的消费者光顾。导致大型商业网点在较低的层面上进行价格竞争，大打价格战，致使企业积累减少，缺乏发展后劲。还有一些企业不具备进行零售业经营的条件和经验，更不用说具备经营特色和绝招，又未对市场和环境进行充分的调查论证，凭着一股热情仓促开办大型商场，结果只能败下阵来。

不少商业街在建设、整治改造中存在照搬、照抄现象，未能结合本街的自然、历史、区位条件而形成自己的特色，往往造成商业街趋同发展。同时，由于政府在加快商业街发展过程中，因缺乏对商业街的发展进行系统性规划建设和管理，缺乏科学市场和功能定位，进一步导致了商业街趋同发展现象较为突出，商业街发展方向比较盲目，市场定位不明确，特色不明显。

许多批发市场类型重复，一是市场过于集中在某些种类，如建材家具市场、服装市场等，重复建设现象较为严重；二是特色市场较为缺乏，如缺乏新兴产品市场和高附加值产品市场。

#### 5.3.4 商业网点管理较为滞后

广州商业街在地块开发、建筑外观设计、专业街形象设计等方面缺乏统筹规划、开发，导致商业街的功能、特色不统一，布局较凌乱、形象不鲜明，进而使得个别商业街的发展受到严重阻滞。同时现有商业街的管理以行政管理（街道办事处）为主，行业管理（行业协会）没有得到重视，尚未建立起行业自律机制。商业街的管理以传统管理为主，现代化的管理模式还没有完全引入其中，管理手段相对滞后，从而使得商业街在经营、环境、治安等方面都存在问题，影响了商业街的营运水平和整体形象。

广州批发市场的组织化程度和管理规范化程度不高，缺乏应有的、完善的法制来保障市场机制的正常、有效发挥，以及规范、调控批发市场的建设和运行。不少批发市场的开办者对市场只管收租收费，不加强内部管理，市场管理严重滞后，加上入驻商户层次参差不齐，总体素质不高，导致有些大中型批发市场存在售卖伪劣商品，骗买骗卖，短斤少两，货不对板，欺行霸市等不良现象，严重损害了广州批发市场的形象。

## 第六章 广州商业网点布局因素分析和发展趋势

### 6.1 人口分布与商业网点关系分析

#### 6.1.1 人口总量增长的影响

广州市人口增长较快，1990年全市人口630.0万人，1995年811.7万人，2000年994.2万人，2002年达到1010.6万人，突破了千万人口大关。人口密度也由1990年的每平方公里841人，上升到2002年的1359人（见表6-1）。人口总量的快速增长和人口密度的提高，对广州市商业网点布局提出了新的要求。

#### 6.1.2 人口格局变化的影响

随着城区改造和房地产业的发展，广州市中心区人口逐步向城市周边新区扩散。根据两次人口普查数据，广州市中心城区的人口在逐步向周边地区扩散，已显示出郊区化的趋势。老城区人口越来越少，人口出现负增长或缓慢增长。最明显的如越秀区、荔湾区，人口呈逐年下降趋势。据五普资料，2000年与1990年相比，越秀区人口减少近10万，减幅22.64%；荔湾区减少近8万人，减幅为14.38%。东山区虽然没有出现人口负增长，但增速非常缓慢，两次人口普查间仅增长2.04%。而天河区、白云区、番禺区、黄埔区的人口在10年间增长了一倍以上，芳村区也增长了92.94%。

表6-1 广州市人口规模和密度变化

	1990年	1995年	2000年	2002年
人口数量（万人）	630.0	811.7	994.2	1010.6
人口密度（人/km <sup>2</sup> ）	847	1092	1337	1359

资料来源：广州市统计局2002年数据

图6-1 广州市人口规模变化图  
(单位：人)

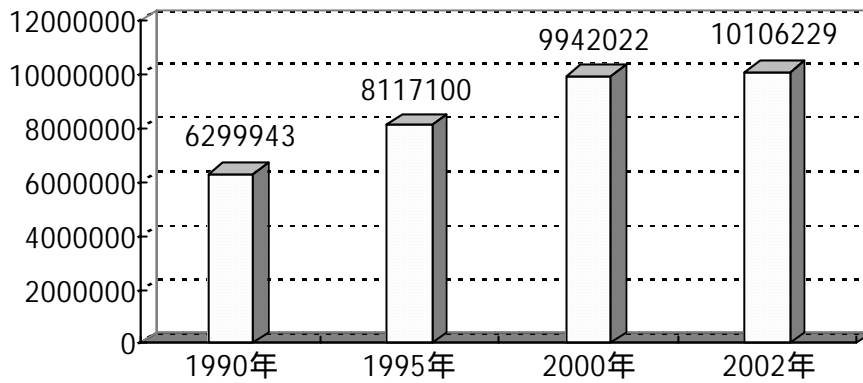
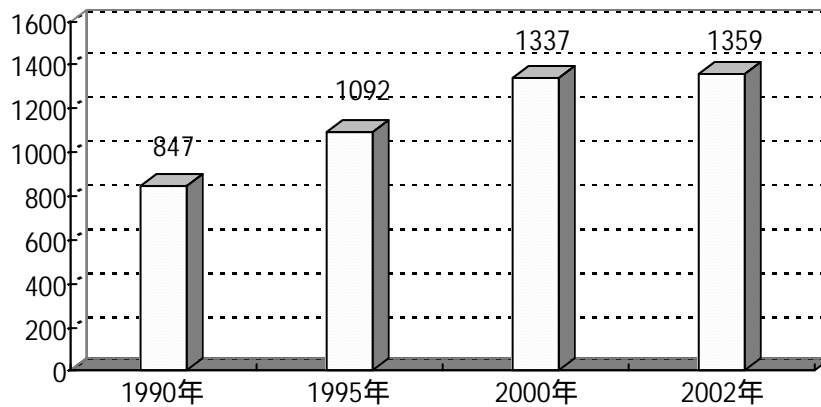


图6-2 广州市人口密度变化图  
(单位：人/km<sup>2</sup>)



在人口郊区化的过程中，通过人户分离指标可以清晰衡量各区的吸引力。在人口普查过程中，人户分离指以乡镇街道为单位，居住地与户口分离的人口，其中有相当一部分人属于购房原因的迁移。根据五普资料，广州市人户分离最高的各区分别是：海珠区（20.22万人）、白云区（19.86万人）和天河区（15.93万人），是老城区人口向外迁移的主要方向。在市区人口外迁的过程中，以上三区的房地



产吸引力很高，潜在的商业需求较大。

### 6.1.3 人口构成变化的影响

据五普资料，广州市的老龄人口由1990年的39.72万人增加到2000年的59.83万人，共增加了20.11万人，因此，老年人用品的消费将呈快速增长的态势。

广州共有大专以上学历文化程度的人口92.7万人（见表6-2），主要分布在天河区（25.3万人）、海珠区（16.5万人）、东山区（13.5万人）和白云区（11.3万人）。大专以上学历文化程度的人口经济收入相对较高，有很大一部分属于白领阶层，是高档消费品市场的主要客源。

表6-2 广州市大专以上学历文化程度人口分布

（单位：人）

东山	荔湾	越秀	海珠	天河	芳村	白云	黄埔	番禺	花都	增城	从化	合计
134651	48859	55469	164921	253363	19174	112832	32426	54859	19142	19217	11432	926645

资料来源：广州市第五次人口普查资料

### 6.1.4 居民消费水平与消费结构的影响

**消费水平** 广州市人均消费支出随着收入的增长而显著增加。1995年人均可支配收入和人均消费性支出分别达到9038.16元和7601.73元，比1990年分别增长了2.29倍和2.15倍；2002年人均可支配收入和人均消费性支出分别达到13380.47元和10671.78元，又比1995年分别增长了48.04%和40.39%（见表6-3、图6-3）。广州市民收入水平和消费水平持续增长，意味着消费层次随之上升，对商业网点的布局和购物环境提出更高的要求。

**消费结构** 广州城市居民1990年的恩格尔系数（食品支出占消费支出的比重）还高达60.65%，到了1995年，就降低为50.2%，2002年恩格尔系数进一步降到了41.05%，接近40%的小康标准。但衣食作为居民的基本消费，仍占较大比重，合起来达到46.34%（见表6-4、图6-4）。同时，娱乐文教、交通通讯、居住、医疗保健等方面的支出持续升温，增长较快。广州市民生活达到小康水平，

将增加更高层次、更高价值的消费需求，无疑将促进商业网点业态更新，整体水平跃上新的台阶。

表 6 - 3 广州市城市居民人均消费水平变化表

年份	1990 (年)	1995 (年)	1990-1995 期间增加 (%)	2002 (年)	1995-2002 期间增加 (%)
人均可支配收入	2748.95	9038.16	228.79	13380.47	48.04
人均消费性支出	2409.60	7601.73	215.48	10671.78	40.39
食品	1461.41	3816.34	161.14	4380.36	14.78
衣着	154.14	498.13	223.17	564.71	13.37
设备用品及服务	174.15	690.69	296.61	746.85	8.13
医疗保健	40.08	244.53	510.10	592.71	142.39
交通与通讯	73.05	476.24	551.94	1185.74	148.98
娱乐文教服务	193.59	734.42	279.37	1751.08	138.43
居住	192.88	658.94	241.63	981.43	48.94
杂项商品及服务	100.30	482.44	381.00	468.90	-2.81

资料来源：广州市统计年鉴

图6-3 广州市城市居民人均消费水平变化图  
(单位：元)

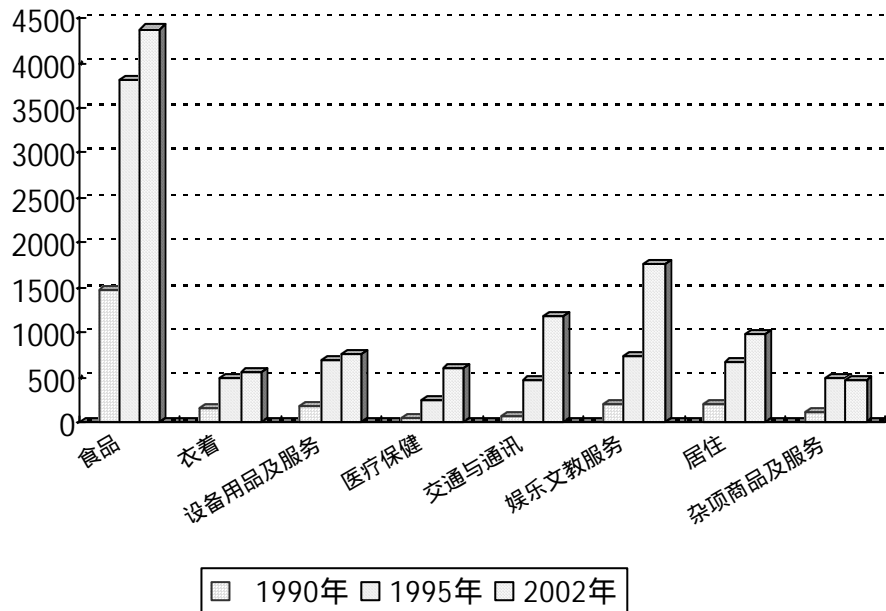
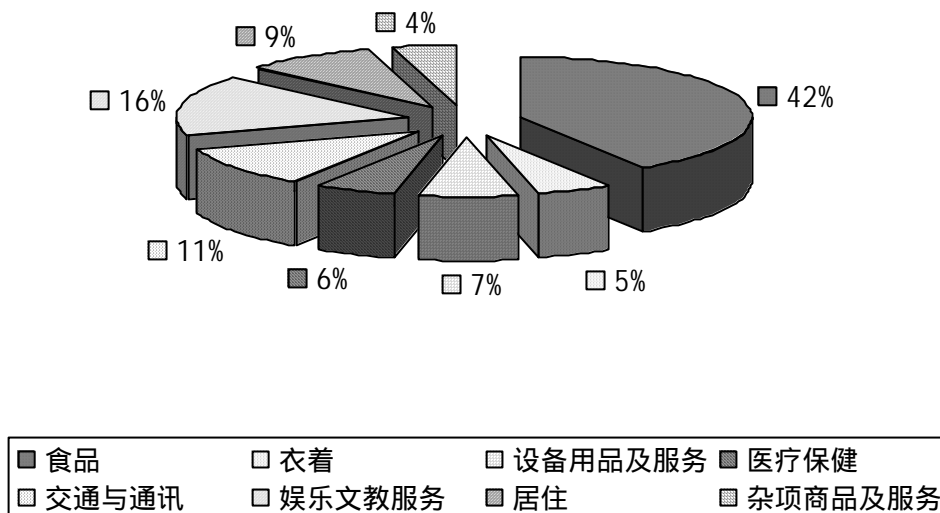


表 6 - 4 广州市城市居民消费结构表

年份	1990年	占消费支出比例 (%)	1995年	占消费支出比例 (%)	2002年	占消费支出比例 (%)
人均消费性支出	2409.60	100.00	7601.73	100.00	10671.78	100.00
食品	1461.41	60.65	3816.34	50.20	4380.36	41.05
衣着	154.14	6.40	498.13	6.55	564.71	5.29
设备用品及服务	174.15	7.23	690.69	9.09	746.85	7.00
医疗保健	40.08	1.66	244.53	3.22	592.71	5.55
交通与通讯	73.05	3.03	476.24	6.26	1185.74	11.11
娱乐文教服务	193.59	8.03	734.42	9.66	1751.08	16.41
居住	192.88	8.00	658.94	8.67	981.43	9.20
杂项商品及服务	100.30	4.16	482.44	6.35	468.90	4.39

资料来源：广州市统计年鉴

图6-4 2002年广州城市居民消费结构图



## 6.2 交通体系与商业网点关系分析

城市商业网点的发展与交通网络的完善有着密切的关系，许多商业网点直接依托交通网络布局发展。如广州市的大型零售百货商店基本上都布局于城市交通干道和地铁沿线附近，批发市场主要布局于城郊主干线的出入口位置，商业街往往也在交通通达性较高的地段。由于商业网点与交通网络二者的共生关系，城市商业网点的发展必然受到交通网络变化的影响。

广州积极构筑以高快速道路与快速轨道线为核心的都市圈“双快”交通体系，形成以机场、港口、铁路为龙头，以道路交通为基础，以公共交通为主体，以轨道交通为骨干的大都市交通格局。广州市路网密度最高的区域是传统的中心城区、沙河顶、环市路、先烈东路和新港路一带。近年来石榴岗路、康王路、五山路延长线、夏港大道、南洲路等一批重要道路的建设，改善了原本交通不畅的区域，提高了交通通达性。城市交通条件的改善，为商业网点的发展和调整提供了有利的条件。

广州市规划分期建设 14 条快速轨道交通线，共计 553 公里，快速轨道网将密度达到国外发达城市的中上水平。广州地铁的 1 号线已投入运营，2 号线将于 2003 年内全线通车，3 号线正展开全面施工，4 号线正在组织前期工作，5 号线将于 2004 年底开工。在此基础上，还将建设市内轨道交通 6 号线—13 号线及市郊列车线，至 2010 年形成 200-250 公里的城市轨道交通路网，广州市都市区范围内 13 个重点地区、21 个交通枢纽点、58 个客流集散点，均在 30 分钟车程内。这将有力地支撑和促进广州商业网点的发展和布局。

广州市中心组团（老八区）将形成以“两环”（内环快速路和环城高速公路）为核心、“两个半环”（华南快速干线和北二环高速公路）为补充、八条快速联络线与十五条高、快速放射线为支撑，“十六横、十六纵”的交通性主干路组成的环形放射加方格网状的主骨架道路系统布局。通过建设完善市域内（中心城区）环形放射加（新发展区）方格网状的高快速道路系统，增加道路供给，促进天河、黄埔、白云、海珠、番禺、花都等地交通路网建设的良好发展。新机场高速公路将促进白云、花都等北部城区的发展；广园东及延长线连接着天河、黄埔、增城等东部区（市），并加强了东部区（市）与东莞等市的联系；规划建设中的华南南路、华南北路是广州市北翼大组团中一条东西走向的重要快速干道，也是联络广州市和珠江三角洲其他地区的快速交通干道。规划建设中的一批快速路，加强了市内东西南北各个方向的交通联系，也有利于激发潜在的消费力。广州南部快速轨道的建设，将广州大学城、广州新城与南沙开发区一线串起，促进海珠、番禺等南部城区的发展；新光快速路的建设，纵贯天河、海珠、番禺，适应了南拓交通发展的需要。广州外环路、北二环路、华南快速干线等交通干道的建设，促使批发市场进一步向城市外缘推进，北部的白云区、西部的芳村区、东部的黄埔区和南部的海珠区和番禺区将成为广州批发市场未来重点发展的地区。广州东二环、西二环、南二环高速公路（即珠三角经济区环形高速公路东环、西环、南环段）的动工兴建，广佛出口放射线、广清高速、广珠西线高速、广三高速扩建工程、广东京珠高速广珠北段等一批高速公路的建设，将加强广州与珠三角城市群及省内外各城市的联系，优化珠三角地区的投资环境，促进地区经济的互补，增强珠三角地区经济对外辐射能力。

广州轨道交通网规划向周边城市延伸，构筑珠三角快速轨道交通网络，加强

广州与南海、佛山、顺德、中山、东莞、珠海、深圳等城市的联系，增强广州区域中心城市的辐射功能。广州至深圳间的铁路交通目前已接近于“公交化”运行；广佛线计划于2007年底全线通车；广州--珠海、顺德--番禺--东莞等城际快速轨道交通线路也正在筹备建设中；穗深港高速铁路也在规划之中。今后，全省将加快连接周边省（区）的高速公路网，广州也将建成连结珠三角城市群的高速和快速公路网，形成以广州为中心的四级环形路与辐射珠三角经济区的放射线高速路组成的大干道路网。四级环形路包括内环、环城高速公路、二环高速公路（即珠三角环形高速公路）、三环高速公路。已建成的放射线快速路包括广深高速公路、机场路、广清高速公路、广三高速公路、佛开高速公路、北二环高速公路等，并建设京珠高速公路北段、广珠高速公路西线、广珠高速公路东线北段、广惠高速公路、南部快速干线、广深沿江高速公路、街北高速公路等新的放射线干道，直通韶关、东莞、深圳、佛山、中山、珠海、江门、清远等地。随着城市群之间快速交通网络的构建，城市之间物流、商流、人流的互动得到进一步加强，为形成珠三角大流通格局创造良好的条件。

广州市将实施“一个中心，两个系统”的公路主枢纽总体布局规划与建设，一个中心指公路主枢纽管理服务中心，两个系统指客运枢纽系统和货运枢纽系统（18个货运站）。至2010年，广州将建成16个市级大型公交枢纽站，33个区域级公交枢纽站33个，86个主要换乘站。主要设在道路条件好、人流集散密集、交通组织顺畅处，重点考虑与轨道交通等交通方式接驳。近期内要新建或改扩建中山八路、天平架、天河公交场、公园前、西朗等5个市级枢纽站，同德围、江南西、大沙地、窖口和琶洲等5个区域枢纽站。公交主枢纽站场的布局规划建设与交通道路网络相结合，形成完善的公交客运网络体系，为广州商业网点的发展和布局提供有力的交通支持。

通过各个交通专项规划的实施，高起点、高标准地建设广州国际新机场、南沙海港，建设基于高快速道路交通系统及快速轨道线服务系统的“双快”交通运输体系，建立高效快捷的交通运输网，通过缩短时空距离，加强广州与周边地区的联系，强化广州交通中心的地位，以利于充分发挥现代化商贸都市的作用。改造与整合现有交通枢纽及物流中心，优化客货运输系统，改善内部交通，形成支持并引导城市发展的TOD（Transit Oriented Development）、SOD（Service Oriented

Development) 模式。

### 6.3 级差地租与商业网点关系分析

地租杠杆对商业网点有着明显的调节作用，运用级差地租理论可以进一步分析广州市的商业网点的布局规律。

地租是因使用土地而支付的使用费，是土地所有权在经济上的实现形式。在城市空间上由于各产业支付级差地租的能力有差别，最终自动形成一种产业布局方式，从而促进城市土地资源的最优配置，使土地潜在的效益得到最大的发挥。根据日本统计资料，用于第一、第二、第三产业的土地单位面积产值之比为 1 100 1000，商业用地在第三产业中属于高产出的行业，土地租金往往较高。

由于各产业实际的土地租金获取困难，而地价与地租有很高的相关性，因此用商业用地的基准地价来代替地租进行分析（主要数据来自 1998 年 11 月广东省地价评估事务所等单位的研究成果）。

#### 6.3.1 商业网点分布与地租走向分析

##### 剖面 1（西南-东北向）

包括黄沙区片 - 上下九区片 - 北京路区片 - 农林下路、署前路区片 - 天河路区片 - 石牌、岗顶区片 - 广汕公路以南至铁路线以北区片 - 白云区东部区片，地租由黄沙上升，到上下九、北京路最高，然后逐渐降低。

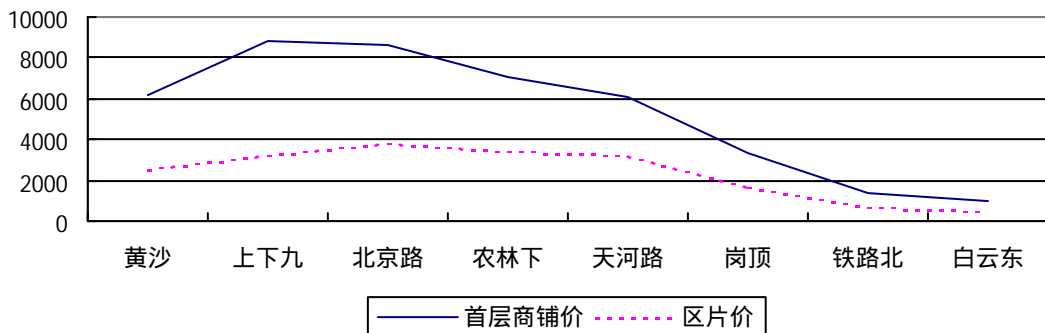


图 6-5 西南-东北向剖面图

##### 剖面 2（东西向）

包括同德围区片 - 火车站区片 - 环市东区庄区片 - 环市东动物园区片 - 天河路区片 - 岗顶区片 - 棠下、东圃区片 - 黄村区片 - 大沙地区片 - 文冲船厂区片 - 南岗区片，地租由同德围向上攀升，到区庄达到最高点，然后逐渐向下走低。

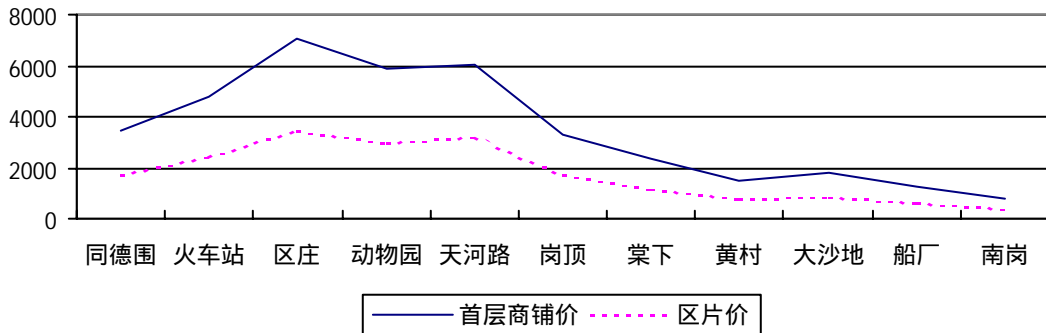


图 6-6 东西向剖面图

### 剖面 3（珠江北岸自西向东）

包括沙面区片 - 北京南区片 - 五羊新村区片 - 珠江新城 - 员村区片 - 东圃车陂区片 - 前进、鱼珠区片 - 黄埔港区片 - 文冲船厂区片 - 开发区以北区片，地租由沙面和北京路的最高点，呈向开发区方向逐渐降低之势。

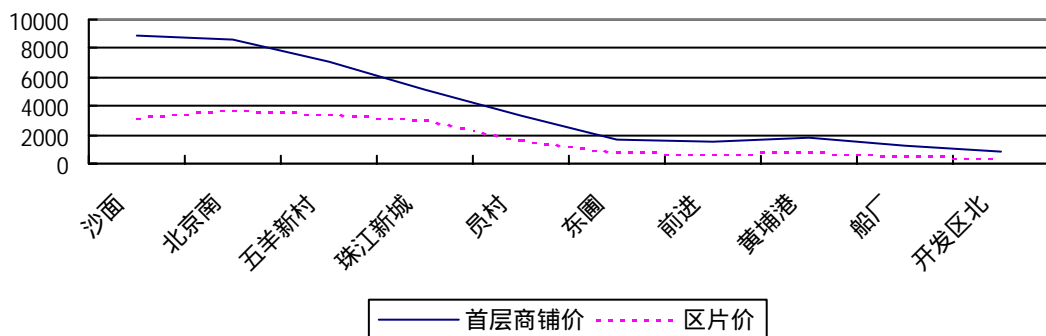


图 6-7 珠江北岸自西向东剖面图

### 剖面 4（珠江南岸自西向东）

包括滨江路和江南大道北区片 - 中山大学区片 - 赤岗北部沿江区片 - 磨碟沙、琶洲村区片 - 新洲区片，地租由滨江路的最高点向新洲方向逐渐走低。



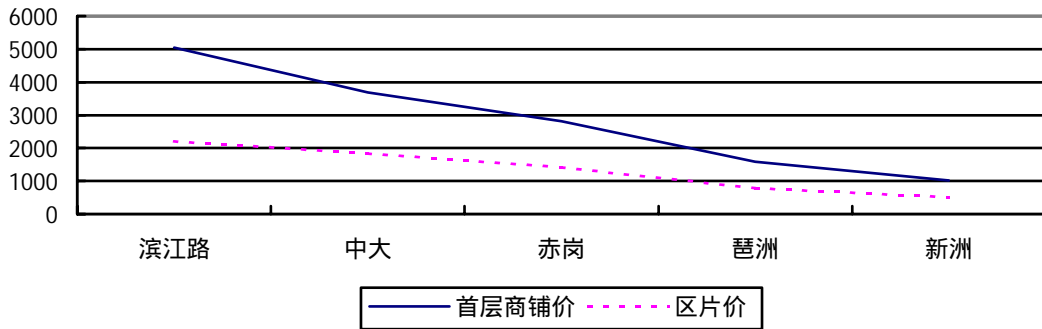


图 6-8 珠江南岸自西向东剖面图

### 剖面 5（自北向南）

包括机场路区片 - 三元里区片 - 火车站区片 - 北京路区片 - 滨江路、江南大道北区片 - 江南大道南区片，地租由机场路往上攀高，到北京路为最高点，然后逐渐向江南大道南下滑。

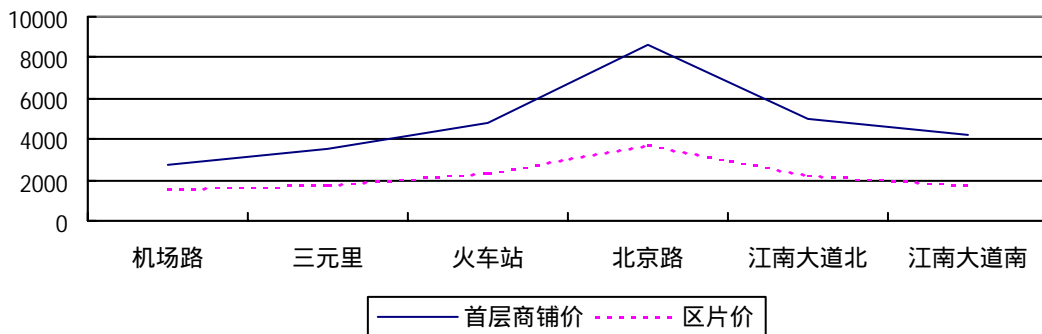


图 6-9 北南向剖面图

### 6.3.2 商业网点分布与地租走向结论

根据对广州市五个代表性剖面分析图，所有曲线都反映出商业用地租金从市中心区向边缘郊区递减的规律，地价杠杆对城市产业的布局起到自发配置的作用，商业网点的分布应考虑这种客观现实。

**剖面 1 曲线** 完整显示出广州市商业用地地价空间变化的趋势，旧城区传统的零售网点租金最高，天河路商业功能区的崛起尚未能根本上改变全市的网点格局，天河路以东用地更呈强烈衰减走势。

**剖面 2 曲线** 主要是沿环市路、天河路、中山大道东西向进行考察。区庄和天河路在整个剖面上处于峰值位置，商业功能区和大型零售网点的规划宜强化这两地的特色和优势。

**剖面 3 曲线** 显示了由广州珠江北岸自西向东的地租变动状况，沙面、北京路处于闹市区，地租最高，然后向广州东部逐渐降低。但珠江新城作为中央商务区，地租将会逐渐上扬，呈现另一个峰值。

**剖面 4 曲线** 显示了珠江滨水岸线的剖面，反映出北岸开发比南岸充分，还可以看出广州商业网点发展的隐忧：除了租金分布呈典型的东向衰减之外，岸线利用显示出主要不受商业约束的现实。目前，珠江岸线利用以交通运输业和工业为主，滨水商业的开发尚处于空白。规划应注意在峰值区位（如北岸北京南、南岸滨江路）发掘与公众亲和力强的滨水商业文化，一方面发挥珠江的生态功能，另一方面改变级差地租的空间格局。东部的琶洲岛是未来的综合商业区，可以布局高级业态的零售业，发挥商业在珠江南岸增长极的作用。

**剖面 5 曲线** 是较为对称的波形图，以珠江北岸北京路为中心，商业租金向北向南递减。这种比较结果揭示出珠江南岸商业网点档次稍低、数量相对不足的现实，规划应进一步提升以江南大道为重点的珠江南岸的商业功能和商业地位。

## 6.4 广州商业网点发展趋势

### 6.4.1 大型零售网点发展趋势

原来的自然条件、历史渊源、人口分布、交通格局、行政计划等形成了广州大型零售网点的现有格局。随着广州城市发展进入一个新的时期，将加快旧城改造和地铁建设，城区中心人口进一步外迁，购买力向城市外围分散，中、外圈层具有相对低廉的地价优势，这些因素综合起来，成为零售业向外扩张的动力。因此，城市化和城市结构的变化推动了广州人口格局的变动和用地结构的变化，将促成大型零售网点由内圈层向中圈层、外圈层扩散及整体均衡化和局部集中化的发展趋势。

**大型百货店趋于饱和。**广州的大型百货店整体数量趋于饱和，今后在老城

区主要发展方向是改造升级，优化结构，不断创新经营方式、突出特色和品牌。大型百货店在新城区仍有一定的发展空间，将依托商业街、购物中心，成为其中的核心商业机构，以利于产生复合业态的良好效应。

**购物中心（Mall）具有发展优势。**购物中心是目前最先进的零售业态，由百货店、大型综合超市、各类专业店、专卖店等零售业态和餐饮、娱乐等设施等构成，其中百货店、大型综合超市为核心店。购物中心功能齐全，集购物、休闲、娱乐、餐饮等功能为一体，购物环境符合都市生活的节奏和现代消费的需求，具有较好的发展前景和较强的竞争优势。将成为现有大型零售网点改造升级的方向和建设商业功能区大型零售网点的选择。购物中心的发展将打破综合型一统天下的局面，主题型购物中心将会很快崛起。

**仓储式商场具有一定的发展空间。**仓储式商场具有低成本竞争优势，符合居民“一站式购足”的消费需求。广州目前虽然只有正大万客隆一家仓储式商场，但今后将会有更多国外品牌企业以跨区域连锁经营的方式进入广州。

**大型专业店具有较好的发展空间。**专业店避开了百货店面面俱到的“大而全”负担，且空间布局较为灵活，市场导向强，顾客层面丰富，具有较好的发展空间。广州各式各样的专业店虽然很多，但大型专业店只有广州购书中心、联邦家居广场、东泽电器昌岗店、金海马家居中心等 4 家。随着广州经济和城市的发展，今后以家具家居用品、医药医疗康体用品、家电五金等为代表的大型专业店会越开越多。

**大型综合超市成为主力业态。**由于超市具有贴近居民生活的特点，因此超市（包括大型超市）成为近些年来广州发展最快的业态。目前广州大型综合超市占大型零售网点的比重已经达到 52%，预计今后大型综合超市数量仍有较大的增长，成为大型零售网点的主力业态。

#### 6.4.2 商业街发展趋势

**突出特色是根本追求。**商业街没有特色就没有生命力，特色化是商业街发展的基本趋势和根本追求，是提升商业街竞争力的重要特征。特色化与综合性并不矛盾，商业街的特色化不但反映在内容上，也体现在形式上。即商业街的发展

方向、经营服务、职能等级与商业街的环境设计、景观风貌等都要向特色化方向发展。打造特色专业街，重点经营某一类商品和服务，是商业街向特色化发展呈现出的一种重要形式，也是商业街发展的一个方向。

**以人为本是发展取向。**商业街作为城市重要的公共空间之一，安全、方便、舒畅、亲切是商家和顾客追求的基本要求。随着商业街功能地位的逐步提升，市民消费需求层次的提高，以人为本成为其商业街发展的基本取向。今后，商业街将提升档次、完善功能，营造良好的购物休闲环境，将人的需要作为商业街规划及建设的根本出发点，为顾客创造一个舒适的购物环境。商业街的综合配套，设施完善起着十分重要的支撑作用。从商业街形成及发展的一般过程来看，市场发展外延或是与市场经营的商品配套的物料集聚的形成是商业街兴衰与否的决定因素。现代商业街已不是传统概念上的单纯购物场所，而是按照现代社会的消费需求和生活方式特点，将购物与饮食、娱乐、游憩、文化、交流、休闲服务等多种功能融为一体的公共活动社区。

**文化内涵是重要支撑。**商业街是城市文化的重要体现，文化内涵是商业街的重要支撑，通过商业街的建设改造，保护和继承城市的拥有的历史、人文和文化传统，使其成为城市整体建设的一个组成部分，使传统与现代和谐地结合在商业街上，以反映广州的历史名城风貌，体现时代和地域特色。今后，商业街的发展更加强调城市文化内涵，根据不同的条件，不同的空间环境采取保存、利用、创新等途径来承续城市的历史文脉，塑造具有独特文化内涵的商业景观。

**商旅互动是双赢法宝。**旅游观光和购物促进了商业街的发展，商业街的发展也创造和开发了旅游资源。因此，商旅互动是商业街发展与旅游业发展取得双赢的法宝。商业街的发展要依托旅游业的发展，根据广州岭南城市特点，既注重静态人文资源的保护，在空间格局、建筑外观、商品展示等方面保留独有的岭南城市的特色；又注重动态人文资源的开发，在商业街区举办有关凸显岭南风情的文化活动和节庆活动。这样不仅可以有效地集聚人气，还可以形成鲜明的旅游个性，更好地展示城市风貌特色和改革开放先行一步的窗口形象。

### 6.4.3 批发市场发展趋势

**批发市场从无序到有序发展。**未来市场将从无序到有序发展，市场结构将更为合理，管理更为科学，档次进一步提高，市场秩序明显好转，逐步形成一批在国内外批发行业有举足轻重影响的、具有较强商贸旅游吸引力的大中型批发市场。

**批发市场向园区化、规模化发展。**由于批发市场向城市外围发展和市场需求拉动，加上政府的有力引导，一批大型的批发市场园区将会崛起，批发市场规模将会进一步扩大。同时，批发市场向中高级方向发展，提升市场功能，注重品牌效应，加强规范管理，将大大改变传统批发市场的面貌。

**批发市场专业化、特色化更为突出。**具有鲜明特色的专业批发市场竞争力较强，将得到迅速发展，批发市场专业化、特色化更为突出。在专业化、特色化的基础上做强做大，将涌现一批对行业产品价格具有重要影响力的专业市场。

**批发市场向中、外圈层转移。**由于中心城区地价的不断上升和批发市场对停车、仓储设施要求高的特点，使得大中型批发市场由传统的城市中心区转向接近高速公路出入口的城市边缘地区、车站、码头和主要交通干道沿线，市场的空间分布更为合理。

**批发市场与物流配送相融合。**物流业已成为世界经济的“第三利润源”、新兴的朝阳产业。批发市场与物流配送进一步融合。一种形式是两者的复合，即在批发市场园区中复合物流配送，在物流园区中复合批发业务。另一种形式是两者的互补，即批发市场的商流与物流分离，通过第三方物流来保证货物随着交易流转。批发市场为物流配送提供业务，物流配送为批发市场提供服务。

**批发市场广泛应用电子信息技术。**大中型批发市场的发展将适应当代科技的发展，将越来越多地运用电子信息技术，大大改变市场交易、市场管理、市场营销等的传统模式，促使批发市场走信息化的发展道路。

### 6.4.4 物流园区发展趋势

**物流园区规模化。**从国外的物流园区的发展趋势来看，物流园区要有较大

的规模才能取得较好的效益。如日本规划建设的物流园区，平均占地面积在 75 万平方米以上；荷兰鹿特丹的海港物流园区，也是越建越大。但物流园区要规模化，并不意味着盲目办园区、要土地、上规模，而是要科学合理地进行规划建设，才能达到规模化的效益。

**物流园区信息化。**物流园区将其中信息设施和信息管理是其中的核心。通过信息化技术，建立信息数据处理系统、电子商务交易网络、信息化运输调度系统、数字仓库等，提升物流园区的信息化水平，将会大大提高物流园区的整体运作效率，增强物流园区的核心竞争力。

**物流园区多功能化。**现代物流园区具有规模化和信息化优势，因此与传统的物流网点的较为单一的储运功能不同，将是商流、物流、信息流、资金流一体化的运作平台，是集管理、指挥、调度、衔接、货物处理于一体的综合服务设施，因此，物流园区向多功能化方向拓展，除了运输仓储的基本功能外，还可以包含信息管理、资金结算和调度、物流研发、人才培养、商务会展等现代综合功能。

## 第七章 国内外商业发展的比较研究

### 7.1 上海市商业网点发展分析

上海的商业发展与广州有共同之处，作为沿海城市，同样位于中国近代中西方文化强烈碰撞的地带，在现代改革开放中又是吸纳外资最多的区域，商业发展留下历史和现代深刻的印记。在如何发展现代商业，继承传统商业，上海有许多值得广州借鉴的经验。

#### 7.1.1 商业网点特征

形成新的商业发展格局。上海商业中心在原有“四街一城”的基础上初步形成了“四街四城”的空间新格局，随着商业中心的转移，逐渐形成 8 个市级商业中心：东有浦东新上海商业城，西有徐家汇商业城，南有豫园旅游商业城，北有铁路新客站不夜城，中间有南京路、南京西路、淮海路、四川北路。这些商业中心为推动上海商业现代化、国际化起到了积极的作用。

上海城市化的动力塑造了商业的新景观。随着上海郊区化的发展，市政建设和交通网络迅速扩展，20 - 30%的市中心人口已迁入外围区域，城市中心出现空心化，中心商业区人流量明显减少。新居民区商业网点逐步形成，便利店和超市迅速崛起，消费者需求多样化。浦东新区的开发极大的改变了原有的商业空间格局，城市商业发展区域均衡化。

#### 7.1.2 商业网点布局

商业网点空间发展具有明晰的思路和合理的框架。商业发展的点（大型百货）线（商业街）面（商业城）结合合理，清晰的空间发展战略有利于上海商业等级的提升和向国际化大都市的迈进。广州商业应尽快确立自身的发展框架，以形成合理的用地开发时序。

商业街的开发注重特色化。90 年代，南京路进入新一轮的改造，但是单一

购物的功能并没有随之改变。为了全面发扬上海商业街的特色，加强不同区域的生存竞争能力，上海对传统品牌商业街进行了形象鲜明的定位。南京路从“全、名、新”出发，汇集了国内外各种商品，商品价格以中档为主，兼顾高、低档；淮海路则是荟萃“名、特、优”，聚集了大量国际知名品牌商品，价格上中、高并重；改造后的四川北路并没有脱离工薪阶层，商品仍然大众化，价格适中。在广告宣传方面，南京东路推出“中华商业第一街，独领风骚数百年”的形象；淮海路表现“高雅淮海路，荟萃名特优”的风格；四川北路突出“走走逛逛其它路，买卖请到四川路”的实惠。不同的商业街的特色明显的定位中完成对区域整体商业环境的塑造，进一步加强城市商业整体的竞争力。

政府对新型零售业态加以扶持。上海市政府对超市发展提供扶持贷款资金，扶持贷款政府贴半息。政府积极促进连锁店人才培养，在全市形成从处级（市） 科级（区） 店长 店员的连锁店四级培训。

上海零售商业业态的发展趋势与广州有共同之处。百货店向大型化和综合化的多功能方向发展，集购物、餐饮、娱乐、生活服务于一体的购物中心趋势良好。超市和便利店随房地产开发渐成主流，发展空间很大，专业店潜力巨大，连锁经营的商店竞争力更强等。

上海商业网点与也存在一些问题。城市边缘区商业设施缺乏开发主体，而局部区域商业网点过度密集导致效益下降等。

## 7.2 深圳市商业网点发展分析

### 7.2.1 商业网点特征

深圳作为中国改革开放的南方样板城市之一，从一个小渔村迅速崛起为现代化的都市，有许多经验值得广州借鉴。其次，深圳是华南大都会区的另一中心城市，毗邻香港，其发展与香港密不可分，又存在与广州竞争、合作的战略关系，研究这个特殊个案的商业发展规律，对广州商业的发展大有裨益。

深圳经济高速增长的特点及城市居民高收入水平奠定了深圳市商品零售总额的总量优势和全国最高的人平均消费水平，为深圳商业网点的发展提供了稳中



有增的本地市场保障。

年轻的城市和优惠政策的优势，使深圳商业发展较早进入市场经济的运行轨道，培养了多种业态的经营人才和管理经验，形成深圳商业网点发展的有利条件。

香港有力地支持和影响了深圳商业的发展。

深圳商业的发展一开始就体现了市场经济下的特色，政府对商业的投入主要限于个别关系基本民生的重要行业，如菜篮子工程，农产品批发市场等。多种经济成分的竞争丰富了市场业态，形成按市场经济规律运营的市场体系，避免了国内其他城市国有商业转轨时期沉重的企业债务和冗员负担。

深圳商业体系的地域等级结构没有广州丰富和完整，但可塑性较强，深圳商业繁华区现代建设的特征明显，而广州商业繁华区多是历史淀积和现代发展结合的产物，前者的培育和转移相对容易。但广州两千多年历史形成了丰富的商业地域等级结构，这是深圳在短时期内无法单纯靠经济因素构建的。

零售商业的发展实施大公司、大集团策略，提高企业组织化、集约化程度；实行经营主体多元化，多种所有制零售商业共同发展的格局；优化零售业态结构；发展连锁经营，走规模经营的路子；提高零售商业现代化水平，提高企业的科技含量，实行管理手段的科学化。

批发商业的发展采用股份制的形式，以资产为纽带使其与生产企业、大型零售企业、金融企业、仓储运输企业联手，建立产供销一体化，贸工农机连接的大型批发贸易集团；重点培育有深圳特色的高科技产品专业批发市场和农产品批发市场；工商联手开拓市场；发展新型批发业态，创建电子订货系统和网络商业以及加快配送中心的建设。

### 7.2.2 商业网点布局

深圳主、次、亚商业服务中心的分布，符合中心地理论下的市场原则，初步形成商业网络结构。上步与罗湖商业中心拥有  $K=3$  系统确定的吸引范围（以红岭中路为界），并在等六边形市场区的节点处形成次一级的商服中心，如南园、环

宇、江宝路等商业集聚点。

城市形态对商业网点布局产生直接的影响。深圳城市发展分别从东西向中间推进，城市形态从原“哑铃”状迅速转为带状，呈由东向西的滚动态势，消费重心和商业网点随之西移。

以罗湖商业中心区和福田商业新区为重点，合理配套发展周边三区。形成以华强北路、人民南路、东门老街、中心区四个商业繁华区为骨干的商业网络。

采取立法、信息咨询、批地、房租、商业网基金等多种手段来落实商业网点规划，促使全市商业网的合理布局和健康发展。

加大政府对商业建设的公共投入。

充分利用深圳的独特条件，申请批发业中外合资试点权等。

### 7.3 香港商业网点发展分析

香港是南中国的国际化大都市，其金融中心和转口贸易中心的地位为当地带来丰富的客源市场。香港长期享有“购物天堂”之称的，商业发展比大陆更为成熟，形成一套与国际接轨的规划、经营和管理体制。

#### 7.3.1 商业网点特征

香港零售业是经济发展的主要动力之一，香港商业业有国际化大都市的显著特点。

**大型购物中心布局出现离心化倾向。**香港传统的大型购物中心多建于商业中心就旅游区，如中环和尖沙咀。80年代起，铁路和新城镇的建设，引导大型购物中心离心化的发展，便捷的公交设施改变的居民的消费习惯，较远距离的购物逐渐被接受。许多购物中心（沙田新地市广场、太古城广场、太古广场）都布局于地铁车站上盖。

**综合化经营和连锁经营成为香港零售业运作的普遍模式。**香港旅游业具有国际性影响，零售业的发展与旅游购物联系紧密，零售业、饮食业等综合经营的特点突出；香港在国际的重要地位也吸引许多国际商业集团进入市场发展零售业，

集团式的经营连锁加成为零售市场的重要经营模式。

### 7.3.2 商业网点布局

传统临街型零售方式仍占重要地位。由于香港的地价和传统布局的影响，传统型的零售业布局仍占重要位置，但随着城市建设和新型购物中心的产生，传统商业的布局形态的地位逐渐下降。

商业网点以都会中心（metropolitan center）、区域中心（regional centre）、地区中心（district centre）、邻里中心（local centre）构成四级等级体系。都会中心一般位于市中心，建筑面积由 500000 - 1000000 平方米，服务与行政人员，高消费者和游客。区域中心是次级商业中心，位于市中心以外人口集中区域，建筑面积由 50000 - 250000 平方米，服务与中高档次的消费者。地区中心指在市镇或区级中等规模的商业中心，面积由 10000 - 50000 平方米，服务于中低档次的消费者。邻里中心指区内商业中心，面积不超过 10000 平方米。

商业网点布局原则。香港商业布局原则体现了自下而上及自上而下的系统性。配合城市规划的原则，考虑到城市近中远期的用地规划。商业设施建设配合电力、电讯、供水、人车道系统、停车库、绿化广场等设施，尽量发挥最大所经济效益。以便利顾客为首要准则，从节省顾客购物时间，节省交通费用等角度出发。根据顾客对不同商品的需求特点及购物规律，决定不同类型商业网点的选址，特别是对客流规律、交通运输网络、竞争市场的深入分析。

政府调控商业发展、商业网点布局的措施。政府透过税制或租金管制来配合整体所商业发展策略。透过放宽经营者的税收，以减轻经营者的经营成本，鼓励商业发展。以资助或补贴形式，调低商铺的租金。政府对市场的介入或干预尽量减至最低，政府主要的职能是以导向形式发展商业区，提供充裕的基础设施，防止交通运输和环境因素的瓶颈制约等。

## 7.4 美国商业网点发展分析

### 7.4.1 商业网点特征

美国是世界拥有零售市场最多的国家之一，零售市场占全国经济的三分之一。

购物中心在美国商业发展史上有着重要地位，以其为主要对象分析美国商业网点发展的特色。

郊区化和交通革新是购物中心兴起的动力。二战之后，政府在土地取得较为容易和价格较为低廉的地区，规划开发大量住宅区。住宅郊区化开始出现，随着快速交通干道系统的建立和汽车逐步普及化，充裕的用地空间和低廉的地价，促使大型商业区倾向于郊区布局，提供足够停车空间和多样化商品的大型购物中心应运而生。至五十年代末期，已有 3000 多间大型购物中心遍布全美。

现代大型购物中心引导商业经营概念的改革。五十年代在西雅图 Northgate 和佛莱明罕市 Shoppers World 的设立，引导现代大型购物中心经营的新概念。商场提供中央暖气系统以及地下商场服务，以人行道或人行天桥连接大型的商业建筑大厦。这种业态的出现，在商店的空间布局上通过建筑的一体化实现了商业环境的连续性，通过地下空间的引导的大型商业用地垂直开发的概念，通过大型停车场的体现一种以顾客需求为对本的思想。

环保和能源成为大型购物中心发展的约束条件。七十年代美国大型购物中心已达 14000 家，门槛问题开始出现，凸显了另外一个主题——大型购物中心作为一种零售业态的生命周期。

大型购物中心发展成为美国文化的组成部分。八十年代至九十年代十年间，约有 16000 件购物中心在美国各地产生。至 1982 年全美拥有购物中心 23304 间，年营业额超过 4400 亿美元。深入社区的购物中心成为美国生活文化的一部分。

主题（Theme）购物中心的兴起成功拓展了业态的生存空间。主题购物中心倡导消费娱乐一体化。多功能、综合化（住宿、文化、运动、娱乐、游憩）成为购物中心延续生命周期的新型生长点。

#### 7.4.2 商业网点布局

美国商业网点等级体系。美国商业等级体系分为八种形式：住宅商业街（Neighborhood Center）、社区商业中心（Community Center）、大型商业中心（Power Center）、商业广场（Shopping Mall）、区域性商业中心（Regional Center）、区际性商业中心（Super-regional Center）、时尚/专业店商业中心

(Fashion/Specialty Center)、经销型商业中心(Outlet Center)、主题/节日购物中心(Theme/Festival Center)。其中,商业广场很具特色,商场内集合包罗万象的货品,消费者能享受“一次购足”的消费乐趣,全天式经营极大地方便了消费者,聚商环境优越。但高昂的租金和激烈的市场竞争使租户面对相当的压力。主题购物中心突出商品或商店的主题,布局于较有历史特色的地段,对游客吸引力很大。

城市郊区化影响商业网点布局。美国住宅郊区化加上交通革新,刺激了大型购物中心的迅速发展。对比广州现在的城市发展阶段,正处于城市离心扩张的加速时期,快速交通线路的伸展,住宅郊区化的兴起,使广州与美国商业发展历史起步时期有一定的共同点。广州大型仓储式商场布局郊区,与美国大型购物中心的兴起相类似。但广州限制私人交通,提倡公共交通的政策则与美国差异很大,广州应开发适应城市郊区化的零售业态,重点强化交通线与商业间的互动关系。

美国大型购物中心的发展趋势,为零售业态发展更为丰富的商业文化内涵。广州不必让外来的业态刻意成为商业文化的一部分,但美国大型购物中心发展为一种社会文化的过程,值得广州商业借鉴。只有真正符合城市发展需要,符合公众需求意愿的商业形态,才具有生命力。美国购物商场倡导的综合型消费观念实质上是一种生活文化,广州零售业的发展应该贴合本地的经济特点和文化需求。主题购物中心的兴起,延长业态的生命周期,反映了商业领域同样必须创新才能求发展。反思广州零售百货商店的雷同化建设,确实有借“他山之石”的必要。

美国商业网点设施要求。美国对零售商业网点制订了停车设施的要求,以保证消费者能够顺利地完

表 7 - 1 美国零售网点对泊车位要求的标准

商业网点建筑面积（平方米）	车位/1000 平方米
25000 - 400000	4.0
400000 - 600000	4.0-5.0
600000 以上	5.0
购物中心位置	车位比例
市中心区	1/50 平方米以上
非市中心区	1/50 平方米—1/10 平方米

资料来源：根据有关资料整理而成

## 7.5 日本商业网点发展分析

### 7.5.1 商业网点特征

日本传统商业网点发展交通指向性强。日本商店布局模式由 50 年代初期临街布局，到 50 年代中期就火车站布局，至 60 年代就铁路现布局大中型超级商店。

日本现代商业网点综合化发展。70 年代开始，日本购物中心的设计包括了办公大楼、酒店、会议及活动场所、公共设施等服务功能，商业向综合化方向发展。

### 7.5.2 商业网点布局

在商业网点的布局规划上，日本将商业网点散布于居民区中，而不象美国那样将商业区、住宅区、工业区、教育区等分片规划。战后日本鼓励中小型零售业的发展，但 60 年代以后，日本采取“零散度”的控制指标（即小商店数量占全部零售店的比例），尽量将零散度控制在 40% 以下（实际日本已达 50%）。进入 70 年代，随着经济的发展，日本零售业竞争日益激烈，政府颁布《大店限制法》，规定不管何种业态，凡营业面积超过 1500 平方米（东京为 3000 平方米）的店铺，必须申报审批。到了 2000 年，根据世贸组织的劝告，取消了《大店限制法》，改为《大店选址法》，主要针对要开办的商业网点在交通、环境、居民生活等方面的

外部性问题进行评估。

日本商业网点设施要求。日本也对零售商业网点制订了停车设施的要求，以保证消费者能够顺利地完成驾车购物。

表 7 - 2 日本零售网点对泊车位要求的标准

购物中心位置	车位比例
市中心区	1/100 平方米
非市中心区	3-5/100 平方米

资料来源：根据有关资料整理而成