
湖南怀化市河西新区市场群落发展研究^①

石 忆 邵

(同济大学测量与国土信息工程系, 中国上海 200092)

【摘 要】通过对湖南怀化市河西新区市场群落发展现状的调查考察, 揭示了市场群落形成的动力机制, 包括体制环境与路径依赖机制、区位优势与区域功能导向机制、政府扶持与政策优惠的加速机制、民营资本争利于市的驱动机制、外来经商人员和知名厂商的激活机制、产销一体化互动机制。针对区域整体规划滞后、市场重复建设、划行归市不甚理想、市场开发的房地产化趋势、投资环境欠佳等主要问题, 提出了改善投资环境和经营环境、形成各部门协同发展合力, 吸引经营大户和知名厂商进驻市场、培植市场主体商户, 关注市场新变化、拓展新业态、发掘新空间, 加强产销衔接、推进工贸一体化, 强化市场人才培育等对策建议。

【关键词】市场群落; 动力机制; 主要问题; 对策建议; 怀化市河西新区

【中图分类号】F729.9

【文献标识码】A

1 怀化市市场发展的现状与特点

近年来, 怀化市依托其独特的区位条件, 通过实施“商贸兴市, 流通先行”的发展战略, 以“发展大商贸、建设大市场、搞活大流通”为目标, 着力构建湘、黔、桂、鄂、渝五省(市、区)周边区域性商贸流通中心城市, 有力地促进了全市商贸流通业的迅猛发展, 销售额以每年30 %的高速递增。

1.1 商贸流通业增长强劲, 地位日益彰显

2003 年全市社会消费品零售总额达85.27 亿元, 商贸流通业实现增加值57 亿元, 商贸流通业增加值占GDP 的比重为22.8%, 占第三产业的比重达到46.7 %^[1]。据分析, 商贸流通业每增加1%, 拉动GDP 增长0.64%, 高于湖南省和全国平均水平。以商品市场为主体的商贸流通业完成税收3 亿多元, 占全市地方税收的44%。流通服务业的从业人员占社会就业人员的比重超过50%, 成为吸纳社会就业的主渠道。

1.2 商品市场领先周边地区, 辐射面广

至2003 年, 怀化市已建成各类商品市场343 个, 拥有门面和摊位 7×10^4 余个, 市场营业面积达 $100 \times 10^4 \text{m}^2$, 年成交额为

① 收稿日期:2005 -08 -25 ; 修回日期:2006 -05 -11

基金项目:国家自然科学基金项目(编号:40371034)资助。

作者简介:石忆邵(1963—), 男, 湖南新邵人, 同济大学土木工程学院测量与国土信息工程系教授, 博士生导师。主要从事城市与区域发展研究。

120 亿元，其中亿元以上市场有41 个，10 亿元以上市场有3个。涌现出河西宝庆商贸城、怀化中心市场、河西建材市场、怀化商城、农资批发市场、华丽服装批发市场、副食品批发城等核心市场(表1，表2)。批发销售中有50%销往周边地区，商品辐射范围广涉44 个县市、约 $9 \times 10^4 \text{km}^2$ 、 $1\,500 \times 10^4$ 人^[2]。

表 1 怀化市若干主要市场基本情况
Tab. 1 The basic situation of some major markets in Huaihua city

市场名称	摊位数/ 个	营业面积/ m^2	摊位出租率/ %	2004 年 1—6 月营业额/ 万元
怀化河西宝庆商贸城	543	97 500	95	91 485
怀化市中心市场	4 046	70 000	96	84 224
怀化市华丽服装批发市场	931	6 000	100	14 100
怀化市农资生产资料批发市场	41	2 870	100	24 000
怀化市水果批发市场	30	2 307	36	5 200
怀化副食品批发城	343	11 900	100	8 000
怀化纺织批发城	100	1 200	75	7 576
怀化商城	670	12 300	98	36 937

资料来源: 怀化市统计局综合科。

1.3 新兴市场业态纷呈迭出

与此同时，连锁经营、物流配送、电子商务等现代流通方式亦应运而生，零售业中的百货店逐步被连锁店所取代。全市有各类连锁企业20 家，拥有门店100 多个，营业面积达 $11 \times 10^4 \text{m}^2$ ，总销售额达17 亿元。便利店、专卖店、仓储式商店、会员制商场等新兴业态已开始出现。

1.4 市场群落初具规模

伴随多元化、多业态的商贸流通经营格局的初步形成及民营经济开发区建设的进展，作为省级开发区的怀化市河西新区被定位为商贸物流区，经过近几年的开发建设，已在 4km^2 的土地上，崛起了宝庆商贸城、河西百货城、河西家电城、河西建材市场、武陵城家居装饰广场、河西五交化市场、粮油市场、农产品市场、天凯装饰材料城、中国西南灯饰交电城、怀化市五金建筑型材大市场、天庆商贸广场、怀化中国轻纺城、德天家居广场等14 个专业批发市场，形成了典型的市场群落(表2)。河西新区市场建设总投资达4 亿元，市场房地产开发量超过 $70 \times 10^4 \text{m}^2$ ，长达1.5km；已有4 000 多家商户在此经营，年实现社会商品零售总额30 多亿元，上交税收7 435万元。区内现有常住人口2 万余人，流动人口2 万余人；城区流动人口每年以20%的速度增长。

表 2 怀化市河西新区市场群落一览表
Tab. 2 The list of market clusters in Hexi new district. Huaihua city

市场名称	主办单位	占地面积/ 10 ⁴ m ²	总投资/ 万元	建筑面积/ m ²	摊位或 门面/个	主营产品	从业人员/ 人	年成交 额/亿元	开业 时间
河西宝庆商贸城	怀化宝庆实业发展有限公司	7.93	18 000	150 000	543	副食、调味品、酒类等	11 000	20	1998
河西百货城	怀化天凯房地产开发有限公司	5			212	日用百货			1999
怀化市五金建筑型材大市场	怀化万和房地产开发有限公司	2.85		50 000	260	五金、建材			2004
中国西南灯饰交电城	怀化万和房地产开发有限公司	0.73	5 000	18 880	8个门面 1个超市	五金、交电、灯饰、布艺			2004
河西家电城	湖南德天集团有限公司	2.67			202	家用电器	600		1998
河西建材市场	湖南德天集团有限公司	6.67	15 000	100 000	480	陶瓷、灯具、木制品、五金等	1 500	10	1999
河西五交化市场	湖南德天集团有限公司	1			41	五金、化工产品	110		1999
河西农产品市场	湖南德天集团有限公司	1.33			130	蔬菜、水果、豆制品、禽类等			2001
怀化市粮油市场	海联公司	1.8			138	粮油	500		2001
武陵城家居装饰广场	武陵城房地产开发有限公司	2.33		40 000	60	建材、家具	300		2003
天凯装饰材料城	怀化天凯房地产开发有限公司	4	6 800	60 000	360	洁具、装饰材料等	500		2003
天庆商贸广场	怀化天庆房地产开发有限公司	1.6			133	日杂、陶瓷、百货、五金机电等			2004
怀化中国轻纺城	浙江中设集团	7.13	10 000	110 000	600	轻纺、服装、针织品、日用品等			2004
德天家居广场	湖南德天集团有限公司	4	7 000	70 000	400	家具、布艺、床上用品			2004

2 怀化市河西新区市场群落形成的动力机制分析

2.1 体制环境与路径依赖机制

怀化自古就有“黔滇门户”、“全楚咽喉”之称，是一座“火车拖出来”的城市。在计划经济时期，怀化就与衡阳、鹰潭等地一道，被确定为区域性的物资集散地，成为传统的物资交流中心。加之怀化地处山区，人均耕地资源偏少（人均仅 0.053ha 耕地），只能解决温饱问题；另受水资源匮乏与发展空间狭小的约束，发展工业的条件也较差，工业基础薄弱；又由于缺乏独具特色的高品位旅游资源，故旅游业也不发达。因此，在产业结构调整过程中，怀化市只能选择以商贸流通业作为其支柱产业来培育，努力做好交通和流通，依靠“两通兴市”的路子。把怀化建成全国性的物流中心便理所当然地成为其首选目标。

2.2 区位优势与区域功能导向机制

怀化地处东中部发达和次发达地区向西部欠发达地区的过渡地带，又是东南经济区到西南经济区的结合部，也是成渝经济区最便捷出海通道上的经济中心城市和中转基地，具有“承东启西、南引北联”的吞吐功能。由于周边 450—500km 的广大区域内没有大城市，使怀化具有向周边地区进行经济辐射的地域空间。湘黔、枝柳、渝怀铁路及延长线呈“米”字型在怀化交汇，320、209 两条国道及上(海)瑞(丽)、临(汾)三(亚)高速公路又呈双十字型在怀化交叉，怀化—邵阳、怀化—新晃高速公路正在建设中。福州—成都和呼和浩特—北海两条国家级通讯光缆在市区交汇。优越的区位和便捷的交通相结合，为怀化物流中心的确立提供了客观条件。

1990 年，河西新区曾被定位为科教文化居住区。这一功能定位既漠视了怀化独特的区位优势，也不符合市情。到了 1997 年，怀化市委和市政府再次对河西新区的功能定位进行调整，将河西新区重新确定为民营经济示范区，重点打造商贸物流区。这一

功能定位为依托民营资本加速市场建设提供了契机。

2.3 政府扶持和政策优惠的加速机制

1990 年代以来，怀化市各级党委和政府都非常重视商贸流通工作，鼓励发展商业贸易、仓储物流、餐饮娱乐等创业成本低、就业容量大的服务业，促使其上规模、上档次，支持各类专业批发市场和购物中心建设，大力发展连锁、代理、超市、配送、电子商务等现代流通形式，增创商贸流通新优势。同时，在用地、税收、基础设施配套、物业管理费等方面出台一系列招商引资优惠政策，以宽松环境吸引海内外商家来此投资经商。河西新区“亲商、帮商、安商、富商”的招商宗旨，极大地加速了该区市场群落的建设步伐，为怀化抢占五省周边交接区域的广阔市场提供了先机。

2.4 民营资本“争利于市”的驱动机制

追逐利润是资本扩张的本质特性^[3]。近年来，随着房地产价格的上涨，房地产开发成为民营资本赢利大、风险小的投资领域。在怀化市河西新区，由于居住环境并非最佳，且学校、医院等配套设施不够完善，纯住房价格上升幅度有限，因而商业房地产成为民营资本热衷的投资领域。据笔者调查，2004 年8 月该区市场门面房起售价平均为2 600 元/㎡，而住房起售价平均只有550 元/㎡，两者之比约为4.7：1。从部分专业市场来看，门面房起售价与住房起售价之比一般为3.3：1到6.4：1(表3)。

由此可见，商业房地产的升值潜力远大于居住房地产。房地产开发商抓住怀化市作为湖南省住房制度改革试点城市的机遇，更乐于将市场开发与房地产开发有机结合起来，以赚取更多的升值财富，从而促进了集商贸、居住、仓储为一体的组团式市场群落的崛起。

表 3 怀化市河西新区部分专业市场门面房与住房起售价比较
Tab. 3 The contrast in the bottom prices between shop fronts and housings of some specialized markets in Hexi new district, Huaihua city

市场名称	市场门面房起售价/ 元/ m ²	居住用房起售价/ 元/ m ²	市场门面房与住房起售价之比
河西五交化市场	2 600	800	3.3:1
天庆商贸广场	2 680	608	4.4:1
天凯装饰材料城	2 580	628	4.1:1
中国西南灯饰交电城	4 000	628	6.4:1
武陵城家居装饰广场	2 980	628	4.7:1

2.5 外来经商人员与知名厂商的激活机制

我国市场群落发展的实践表明，市场没有本地商人是不稳定的，市场没有外地商人是不活跃的。正是由于本地商人与外地商人的交流、互补、竞争与协作，才使得市场活力腾踊^[4]。如在怀化市河西新区市场群落的开发建设和经营过程中，邵东企业家和商人的贡献功不可没。由于地少人多，邵东人历史上就有经商传统；他们胆大、肯吃苦，勤劳朴素，实干精神好；市场意识强，不怕竞争，加上家族、朋友经商网络的带动效应，邵东便成为商人辈出之地。当邵东本地市场饱和后，他们又结伴外出，开拓新的市场空间。到怀化的邵东人，或从开发房地产起步，积聚资本，滚动发展；或从摆摊设店着手，运用他们善聚人气、善于宣传、善于察言观色及善于推销商品的技巧，逐步由小商人成长为大商人。在自己经商致富的同时，也成为激活怀化河西新区市场的重要力量。另据有关资料，闽南经互会有2 000 人在怀化经商办企业，已投资1 亿元建了200 个项目；温州经互会在怀化已有1 000 多个经商户，安置从业人员4 000 多人^[5]。长虹、康佳、海尔、雅戈尔、娃哈哈等全国知名厂商均在怀化设立了总代理或总经销，促进了专卖店经营的发展。

2.6 产销一体化互动机制

随着怀化周边地区的市场建设及铜仁、凯里、吉首、秀山等市、县的交通条件逐步改善，市场竞争日趋激烈，怀化作为商品经营二传手的地位将相对减弱。纯中间集散型市场面临较大的生存危机，只有向工贸结合的产销一体化市场转变才有出路^[6]。怀化市河西新区被定位为民营经济区以后，各类专业市场相继崛起，批发、零售、仓储、运输、配送、劳务及餐饮服务等相应发展起来，分散作坊逐步集中于此，民营工业渐成气候，产销结合和工贸一体化经营兴起，形成“以工带商，以商促工，工商协作”的联动发展格局。据调查，副食品、服装鞋类、建材三大产业的本地化生产程度相对较高，其中建材约占60%，服装鞋类约占20%，副食品约占15%。怀化建材市场建成后，引来外省市众多瓷砖厂来怀化建房办厂，仅广东佛山就在怀化建成了38个瓷砖厂，既带来了大量技术、资金，又提供了大量就业机会；怀化华丽服装批发市场建成后，仅黄金坳村就先后办起了10余家服装加工厂，解决了当地近200名剩余劳动力的就业问题；怀化副食品批发城建成后，吸引了大批国有企业和个体商户来此安营扎寨，一年可为国家提供税收200万元，工商管理费100万元，提供1500人的就业机会，带动广告部门增收400万元，运输部门增收1000万元^[7]。

3 怀化市河西新区市场群落发展中存在的主要问题

3.1 区域整体规划滞后

河西新区虽然被定位为民营经济开发区，但由于缺乏区域整体规划和明确产业发展导向，由招商项目牵着规划的鼻子走，易于出现重单个市场建设，轻全局统筹理念，致使道路、桥梁、市政广场等基础设施配套建设滞后；重商品市场建设，轻生产要素市场建设等现象。在利益驱动下，一些投资者不顾客观需要盲目举债上马，负债经营，步入“人为造市”误区。

3.2 同类市场重复建设现象突出

在河西开发区建设中，民营资本投入约占90%左右。特别是所有专业市场的开发建设中，政府财政未掏一分钱，主要由房地产开发公司投资建设而成。作为企业实体，往往容易忽视市场建设具有一定的公益事业投资的特性，片面追求尽快收回投资，把市场开发当成房地产开发，为了多建房，随意修改规划，压减道路面积，致使入场大车转弯难，妨碍通行；市场投资主体对市场的管理也仅仅停留在物业管理的层次上；或不顾商品品种、流通形式的差异，一个劲地盖高楼、建大厦、办中心，导致市场重复建设现象突出。如在河西开发区，仅建材市场就有河西建材市场、武陵城家居装饰广场、天凯装饰材料城、天庆商贸广场、怀化五金建筑型材市场、中国西南五金交电城、德天家居广场等七大市场，有的是在互相效仿、互相攀比的追风趋势下建立起来的，不可避免地会出现无序竞争现象。如同类市场为了争客商、抢生意，竞相推出低税收、低规费、低租金政策，造成国家税收减少，地方得利流失。

3.3 划行归市不甚理想

划行归市和市场专门化经营是市场群落成功扩张的一条重要经验^[8]。但在怀化河西新区，划行归市却不甚理想。如建材市场不仅存在重复建设态势，而且分布零散，与其他类型的专业市场呈现交错分布格局。河西新村集贸市场以蔬菜、肉类、禽蛋、豆制品、水果、水产、干货等农副产品交易为主，与河西农产品市场属于同类市场，本欲搬迁至河西农产品市场内，但由于河西新村居民不愿意，故未能成功搬迁，结果导致河西农产品市场一半以上的摊位闲置。此外，河西农产品市场与其马路对面的怀化市粮油市场也应当是母子市场，本可归入同一市场，但由于分属两家不同的市场开发和管理单位而难以进行实质性归并。

3.4 市场开发的房地产化趋势产生了典型的“三合一市场”现象

在怀化市河西新区，绝大多数专业批发市场是由房地产开发公司投资建造的。由于商业房地产开发比居住房地产开发更易于尽快收回投资，因此，许多房地产开发商便将商业房地产开发与居住房地产开发两者结合起来，建造集经营、居住、仓储于一体的“三合一市场”，形成市场开发的房地产化趋势。这种市场建设模式虽然有利于节约经营者的微观成本，有利于房地产

商赚取更多的财富，但既存在严重的火灾隐患，又易于导致对市场管理和服务的漠视，不利于市场的可持续发展。

3.5 投资环境欠佳

3.5.1 政府扶持民营企业发展的政策不到位。由于政府财政较为困难，为民营经济开发区配套的道路、桥梁、广场、公园、绿化等基础设施建设滞后，影响到开发区整体环境的提升。

3.5.2 部门管理职能分割，难以形成市场发展合力。有的只管到市场收钱，却不重服务，如卫生防疫站、技术监督局、烟草公司、派出所、交警等部门往往利用职权到市场来捞钱、捞物，工商局、税务局需送烟、酒等礼品才肯办事，存在明显的部门权力利益化倾向。

3.5.3 市场立法滞后，法规不健全。地方保护主义行为时有发生，对假冒伪劣产品的打击力度不够。

3.5.4 市场内部缺乏规范的管理办法和竞争机制。市场组织化程度低，交易方式较为落后，交易行为不够规范，偷税漏税现象较为普遍。市场内没有专门的停车场，场街道路由城管站管理，货运汽车不准在场街停留，给货物装卸带来了很大不便。

3.5.5 市场经营人员素质不高。大多数经营者文化程度低，法制观念差；惟利是图，计较小钱，无大局观念和长远打算，存在恶性竞争和互相拆台现象。

4 怀化市河西新区市场群落发展的对策建议

4.1 进一步改善投资环境和经营环境，形成各部门协同发展合力

4.1.1 要加快 水二桥与神龙北路的配套改造工程建设，并尽快启动 水三桥、四桥的规划和建设。完善河西新区内学校、医院、公园、金融、法律、信息网络、环境保护等配套设施和服务体系。

4.1.2 要在河西新区建立联托运市场，提升商品的集散功能。

4.1.3 理顺管理体制，整合市场管理机构，形成部门合力，协同促进市场繁荣。如目前质量技术监督局管理生产领域的产品质量，而工商局管理流通领域的产品质量，两者分割管理易于导致重复收费等问题，加大了商户的经营成本和市场运行成本。

4.1.4 重视发挥政府在市场群落规划、建设和监管中的重要作用。要扭转目前市场开发建设主要由房地产开发商说了算的做法，避免将市场开发当作房地产开发的倾向，加强政府部门与房地产开发商在市场类型、交易形式、经营商品和经营方式等方面的互补和协调，避免重复建设而出现的恶性竞争，力戒盲目效仿而导致的众市一面，要突出不同类型市场的差异性和特色。

4.1.5 加快实施市场统一采购和归口管理，搞好划行归市和专业化经营。

4.2 吸引经营大户和知名厂商进驻市场，尽快培植市场主体商户

大市场、大贸易、大流通需要大商户的牵引和带动，必须采取多种措施，吸引外地的大公司、大厂家、大私营户、大商户进场经营，通过设立驻市场办事处，寻找代理商，设立专卖店、直销店等形式，培植市场主体商户，扩大市场吸引力和辐射力，

提高市场知名度和美誉度，使其成为稳定市场、繁荣市场的中坚力量。另一方面，又要依托怀化市场群落的先发优势，实施“走出去”战略，到周边地区去开拓分市场。

4.3 关注市场新变化，拓展新业态，发掘新空间

随着市场经济的进展，商品流通环节、货物流转方式及信贷结算方式均已发生新的变化，电子商务的崛起将会使中间集散型市场趋于衰落，个体小规模的单门面经营将向大规模的仓储式超市经营转变，批发业也由过去坐地经营、等客上门逐步转向配送服务和送货上门，传统的市场交易形式并不能代替所有流通形式。为适应市场的新变化，必须注意引进连锁超市、专卖店、仓储式商店、会员制商场、物流配送、电子商务等新型流通方式，加速市场功能创新，使怀化市场的辐射范围从目前的周边地区44个县(市)、1 500万人口扩展到62个县(市)、2 000万人口。

此外，在怀化市河西新区的市场群落中，要注意摒弃以效仿机制复制同类市场，更多地运用衍生机制和互补机制来培育新市场。如在新建商品市场中，可考虑建立文化用品市场、旧货市场等专业市场；在新建要素市场中，可考虑构建人才市场、技术产权交易市场等。

4.4 加强产销衔接，深化推进工贸一体化

“以工促贸、以贸带工、工贸联动”是推动区域经济发展的重要方式^[9]。怀化市河西新区目前除建材、服装、副食品等商品外，其余大多数商品属“产”、“销”两头在外，不利于商贸流通业的可持续发展。因此，建设加工工业园区迫在眉睫。要依托河西新区现有市场群落的集散功能，以商贸带动加工和民营科技发展，将部分商业资本转变为工业资本，率先建立以五金建材、轻纺服装、食品加工、医药及保健品生产等为支柱产业的加工工业园区，以科技创新带动本区新型工业化发展，以新型工业化提升商贸水平，实现加工基地化、经营专业化，形成产销互动、工贸一体化联动发展格局，真正实现怀化“活商、兴工、稳农、强市”的战略目标。

4.5 强化市场人才培育

市场的培育不能仅仅停留于市场设施的改善和提升，而应更多地重视培育市场人才^[10]。①加强对市场中的政府管理人员的培训，遏制其部门权力利益化倾向，努力提高其依法行政能力和亲商服务水平；②加强对市场中的工作人员的培训，重视建规立制，落实管理责任制，强化卫生、治安等方面的管理，杜绝乱收费、乱罚款现象；③加强对市场经营人员的培训，重视其思想素质、职业道德、经贸知识、法律法规、市场营销、计算机和网络技术、外语水平等方面的培训；④培养和吸纳现代物流人才，为怀化市场群落和物流中心建设提供人力资本支撑。

参考文献：

- [1] 怀化市统计局. 2004 年怀化市统计年鉴[M] .北京:中国统计出版社, 2004 .
- [2] 吴岳东. 商缘[M] .长沙:中华文献出版社, 2004. 62 .
- [3] 胡太玉. 温州商人[M] .兰州:甘肃人民出版社, 2002. 14 .
- [4] 石忆邵. 商人迁徙与城市化发展[M] .上海:同济大学出版社, 2003 . 40.
- [5] 吴岳东. 商缘[M] .长沙:中华文献出版社, 2004. 38 -39 .

-
- [6] 石忆邵. 市场群落理论及其在中国的实践[J] . 城市规划汇刊, 2001 , (1):18 -22 .
- [7] 吴岳东. 商缘[M] . 长沙:中华文献出版社, 2004 .19, 182 .
- [8] 朱江龙. 商城发展初探[M] . 北京:中国城市出版社, 2000. 58 -61 .
- [9] 兰建平, 严浩仁, 冯哲. 工贸联动——以浙江为案例的实证研究[M] . 北京:中国经济出版社, 2005. 10.
- [10] 石忆邵. 中国市场群落发展机制[J] . 地理学报, 2002 , 57 (3):354-362 .