

大型购物中心对城市商业空间结构的影响研究

——以长沙市为例

叶强，谭怡恬，谭立力

（湖南大学建筑学院，中国 湖南 长沙 410082）

【摘要】商业空间是城市中最活跃，对城市发展及空间结构演变产生重要影响的功能要素之一。以商业地理学为主要理论依据，以长沙市为例分析了大型购物中心对城市商业空间结构的影响机制。研究指出大型购物中心是商业空间结构的核心组成部分，其业态结构、空间区位的集聚与扩散作用是城市商业空间规模与等级结构演变的主要动力之一，同时，从宏观、中观和微观的角度提出了对策和建议。

【关键词】城市商业空间结构；购物中心；长沙

【中图分类号】F729.9 **【文献标识码】**A

1 长沙大型购物中心及城市商业空间结构的发展特点

1.1 长沙城市经济与商业发展现状

“十五”期间，长沙商贸业已成为最具活力的优势产业，社会消费品零售总额由2000年的300亿元增至2009年的1525亿元，年平均增长17.56%。在全国35个城市中，长沙商业零售业发展总量在中部省会城市中处于中等水平，但社会消费品零售总额城市居民人均可支配收入、城市居民人均消费性支出等指标处于中西部同类城市前列（表1）。

表1 2009年中西部地区主要省会城市经济总量与人均收入情况比较

Tab.1 Contrast of economy development and per capita national income in main capital cities of middle-west district, 2009

指 标	长沙	武汉	西安	成都	郑州	南昌	贵阳
国内生产总值 / 亿元 (排位)	3 745 (15)	4 621 (9)	2 719 (21)	4 502 (10)	3 300 (17)	1 838 (24)	903 (32)
人均国内生产总值 / 元 (排位)	56 620 (12)	50 117 (16)	32 351 (27)	35 215 (25)	43 877 (19)	39 669 (21)	22 832 (34)
社会消费品零售总额 / 亿元 (排位)	1 525 (14)	2 164 (7)	1 381 (19)	1 950 (9)	1 435 (16)	634 (28)	413 (32)
年人均可支配收入 / 元 (排位)	20 864 (13)	18 385 (19)	18 963 (16)	18 650 (17)	17 417 (20)	16 472 (24)	15 041 (32)

资料来源：作者根据2010年长沙统计年鉴、湖南统计信息网长沙市及各县区统计分析整理。

1.2 长沙商业空间区位、业态形式和规模现状调查与分析

长沙城市中心区由芙蓉、雨花、天心、岳麓和开福五个区组成，作者对长沙城市中心区的商业网点中5 000m²以上大型综合

收稿时间：2010 - 10 - 22；**修回时间：**2011 - 02 - 13

基金项目：国家自然科学基金项目（编号：51078126）资助。

作者简介：叶强（1964—），男，江西上饶人，教授。主要研究方向为城市与景观设计与理论。E-mail: yeqianghn@163.com。

购物中心的情况进行了实地调查、统计和归类（表2）。

表 2 2009 年长沙市 5 000m² 以上大型商业网点情况调查汇总表

Tab.2 Summary of investigation on commercial network larger than 5000 square meter, 2009

		芙蓉区	雨花区	天心区	岳麓区	开福区	小 计
大型综合超市	数量 / 个 (总面积 / 万 m ²)	10 (7.05)	16 (16.48)	10 (9.2)	8 (5.86)	2 (1.88)	46 (40.47)
购物中心	数量 / 个 (总面积 / 万 m ²)	1 (5)	1 (15)	2 (10.98)	2 (9.86)	1 (1)	7 (41.84)
商业建筑综合体	数量 / 个 (总面积 / 万 m ²)	4 (31.5)	5 (31.8)	3 (14.8)	- (-)	2 (3)	14 (81.1)
百货商店	数量 / 个 (面积 / 万 m ²)	3 (5.1)	3 (5.8)	1 (1.9)	- (-)	1 (1)	8 (13.8)
仓储式超市 (会员制综合超市)	数量 / 个 (总面积 / 万 m ²)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	1 (4.7)	1 (4.7)
专业大卖场	数量 / 个 (总面积 / 万 m ²)	24 (106.16)	20 (162.8)	14 (31.68)	14 (68)	17 (27.89)	89 (396.53)
商业群体空间 (或地下商业街)	数量 / 个 (总面积 / 万 m ²)	4 (21)	2 (60)	7 (45)	2 (6.3)	2 (2)	17 (134.3)
小 计 / 万 m ²		175.81	291.88	113.56	90.02	41.47	712.74
人口密度 / 人 / km ²		10 969	6 112	1 246	2 590	5 561	2 798
人均值 / m ² / 人		3.82	4.60	2.56	1.30	0.90	2.63

注 2009 年长沙城区总人口 273 万人, 全市人口密度 2 798 人 / km², 其中芙蓉区 46.07 万, 雨花区 63.4 万, 天心区 45.2 万, 岳麓区 69.4 万, 开福区 48.4 万。

资料来源 : 作者根据长沙市商业局商业网点分类表、现场调查资料及 2010 年长沙市统计年鉴整理。

1.3 城市商业空间调查成果分析

1.3.1 商业业态结构。从1998 年产生第一个大型综合超市到2009 年底为止, 长沙5 000m² 以上的区域型和社区型大型综合超市已经发展到46个, 总面积约40.47 万m²; 购物中心和商业建筑综合体中的6个大型综合超市, 总面积也有约6 万m², 人均拥有面积为0.13m², 可见长沙的大型综合超市的发展规模和速度。

1.3.2 商业空间结构。长沙城市商业空间结构的演变主要从 20 世纪中期开始, 分为两个大的阶段: 第一个阶段主要是从1986 年至 1995 年, 中山路百货大楼, 友谊华侨商场, 阿波罗商场, 东塘百货大楼和晓园百货大楼形成了五一广场、袁家岭、东塘 3 个大的商业中心区。第二个阶段从 1996 年开始, 沃尔玛、家乐福、麦德龙等世界级的大型零售企业进入长沙市场, 相继出现了大型的综合零售业态形式, 如大型综合购物中心、商业步行街等。与此同时, 大型专业综合市场商业空间 (如建材、家具和家居用品) 也在城市边缘区域发展起来, 形成了包含城市商业中心区、城市商业带和专业化商业区完整的商业空间格局 (图 1)。

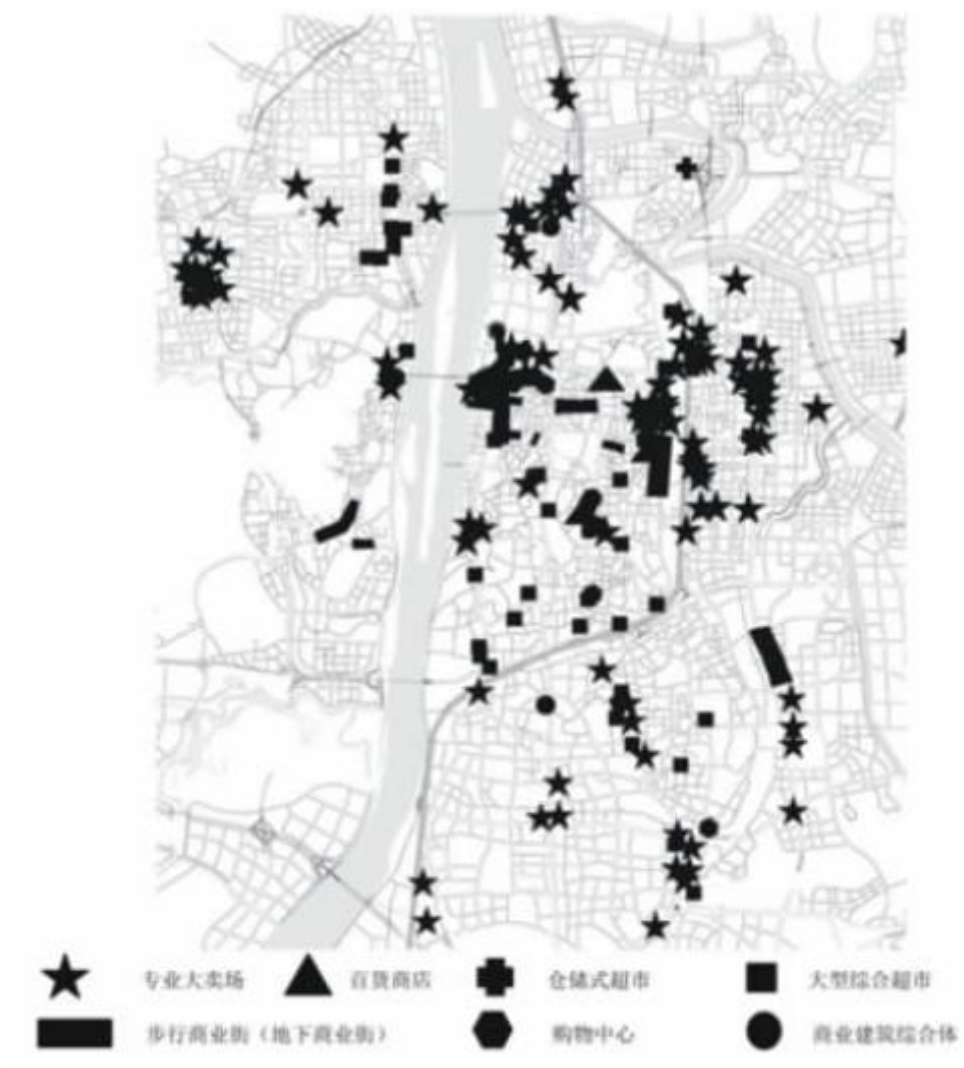


图 1 2005—2010 年长沙大型购物中心区位分布图
Fig.1 Location of Large- scale shopping centers in
Changsha, 2005- 2010

资料来源 :长沙市商务局商业网点办公室及实地调查。

2 大型购物中心的集聚与扩散对城市商业空间结构的影响机制

2.1 集聚对城市商业空间结构的主要影响机制

2.1.1 集聚与城市空间结构。长沙五一路集中了 6 个主要商业空间节点中的 4 个（图 1），集中了所有的商业业态形式。商业空间节点的增加必然导致节点之间的通道增加及空间网络密度增加，据调查，长沙城市空间中人流和物流的主要通道如图 2，主要人流通道分布是沿五一路和韶山路方向，也就是东、南方向，与商业空间节点的密度和分布方向类似。点状与带状集聚商业空间内城市空间结构各种流态的集中度明显高于其它区域，城市中心区的建筑和零售业态密度也沿大型购物中心集聚形成的带状空间方向发展。



图 2 长沙市主要人流、物流通道分布

Fig.2 Main people flow and physical distribution channels in Changsha

资料来源 根据长沙市城市商业网点布局规划方案资料整理。

2.1.2 大型购物中心的发展影响商业空间结构的演变周期。大型购物中心通过自身的核心作用影响商业空间类型、其他业态形式与业态结构演变周期。1993 年中山商业大厦成了推动五一广场商圈大发展的重要因素，集聚规模第一和新业态形式的大量产生是五一广场商圈成为长沙第一级商业中心的主要原因，2001 年新一佳、步步高和家润多大型综合超市、国美家电大卖场等大型综合购物中心在东塘商圈落户，改变了商圈的业态结构，使东塘商圈迅速成为发展最快的区域商业中心。通程购物广场和新一佳大型综合超市是河西溁湾镇区域商业中心形成的主要因素。从上述商圈的发展过程可以看出大型购物中心与其所处主要商业空间节点的发展之间的关系。

2.1.3 聚集居住空间。从商业空间扩展与居住空间布局的关联效应来看，大型购物中心周边是聚集居住空间的重要因素，即使在城市中心地带也不例外。位于中心区的芙蓉区商圈集中度最高，商品房楼盘的开发量和销售面积也比其它区域效益大。从中可以看出大型综合购物中心对住宅业的区位选择、开发模式、价格定位都起到了很大的作用。

2.2 扩散对城市商业空间结构的主要影响机制

2.2.1 扩散与城市商业空间结构类型。由于受城市经济、道路交通和小汽车普及率发展的限制，与日常生活关系密切的大型综合零售业态形式在短时间内不会出现在城市远郊，反而会在城市中心区集中，由于地租效应原因，新的专业大卖场则向城市周边区域扩散并重新集中，围绕着城市中心区发展为带状的商业空间，形成新的集中式城市商业中心区发展模式（图3）。

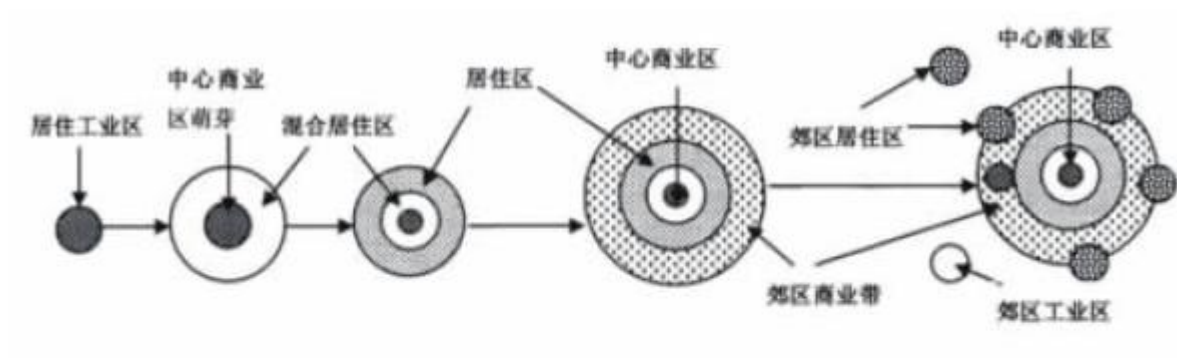


图3 长沙工业化时期城市外延扩展过程示意图
Fig.3 Urban expansion process in industrialization
time of Changsha

资料来源：作者参考黄亚平,《城市空间理论与空间分析》第122页
中图5-7与实地调查资料整理。

2.2.2 扩散与居住空间。受汽车普及率和道路交通发展的限制，目前我国大部分城市中的大型购物中心扩散与居住空间的郊区化趋势相辅相成、互有先后。按国外大型购物中心的发展过程看，当城市化发展到一定阶段后，大型综合购物中心将不一定与居住空间共生，而是与区域城市的发展相关，也就是开始产生区域性的大型综合购物中心，城市居住空间开始真正产生远离城市中心区的郊区化趋势。但我国城市化的特殊性决定了，短时间内不可能出现像美国那样的低密度郊区化和依赖家用小汽车大规模普及的商业空间模式，我国城市居民的消费行为和习惯、工作和生活时空间特点也决定了特大型区域性综合购物中心的产生还缺乏环境基础。所以，我国的大部分城市中商业空间的扩散以大型综合超市为主，是城市边缘区域空间结构与形态的主要影响因素。

3 大型购物中心对城市商业空间结构演变的主要影响

3.1 对城市商业空间结构构成要素的影响

3.1.1 主要商业空间节点过度密集导致商圈重叠。从表3可以看出：五一路沿线的3个商圈集中了长沙市6个主要商圈中的4个，其中还包括市一级的商业中心——五一广场商圈。3个商圈集中了长沙市大型综合超市数量的17.4%及全部的购物中心、商业建筑综合体和商业群体建筑。五一路从溁湾镇到火车站总长约6 km，可见商圈和大型综合购物中心的密集程度。同类型和同规模的大型综合购物中心在较小的城市空间内过度集中将产生聚集不经济效应，可引起城市空间节点过度商业竞争，影响城市商业空间的健康发展。因此，五一广场商圈发展起来后，2000年以前还十分繁荣的袁家岭、火车站商圈的发展就一直停滞不前。

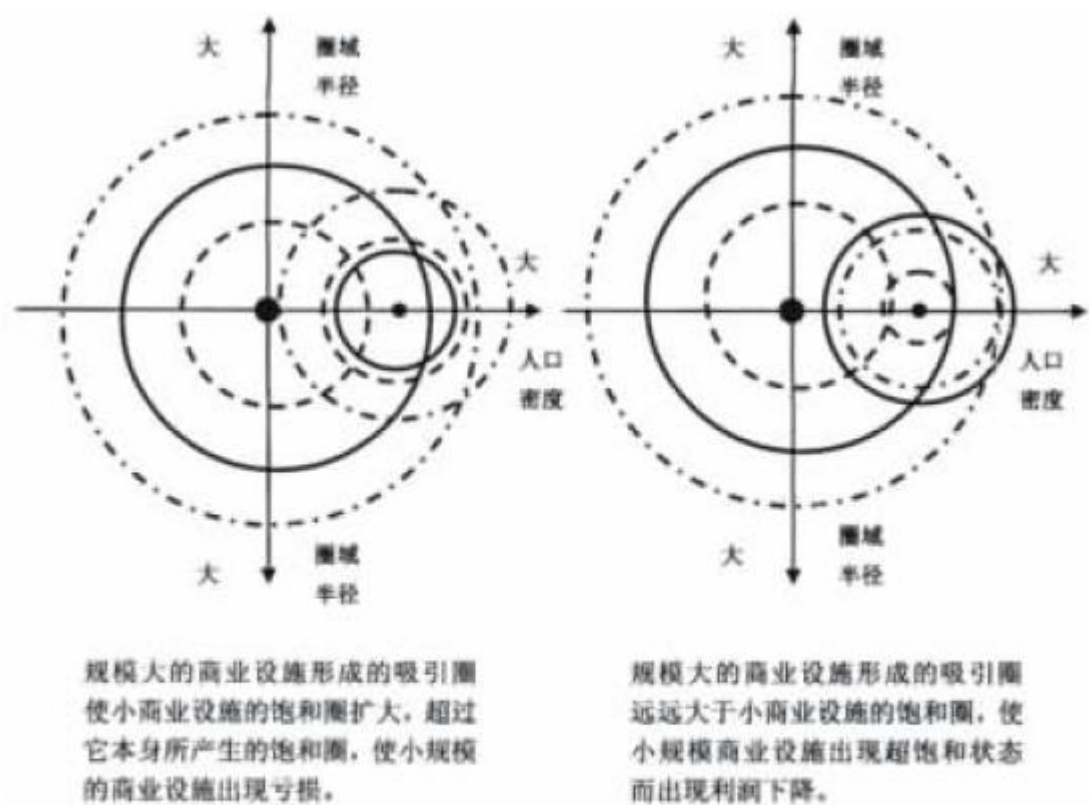


图 4 商圈相互影响示意图

Fig.4 Analysis of interaction in trading areas

资料来源 :作者根据吴明伟的城市中心区规划第 40 页图 1.19 整理。

表 3 在长沙商业网点中五一路沿线的大型综合购物中心所占比

Tab.3 Percentage of large- scale shopping centers along the Wuyi road in Changsha

		长沙大型商业网点总面积和数量	五一路沿线大型综合购物中心的总面积和数量	比例 /%
总面积 / 万 m ²		712.74	106.61	14.9
大型综合超市	数量 / 个	46	8*	17.4
	面积 / 万 m ²	40.47	1.65	4.1
购物中心	数量 / 个	7	5	71.4
	面积 / 万 m ²	41.84	25.84	61.8
商业建筑综合体	数量 / 个	14	14	100.0
	面积 / 万 m ²	81.10	51.30	63.3
百货商店	数量 / 个	8	1	12.5
	面积 / 万 m ²	13.80	4.60	33.3
仓储式超市	数量 / 个	1	-	-
	面积 / 万 m ²	4.70	-	-
专业大卖场	数量 / 个	89	9	10.1
	面积 / 万 m ²	396.53	9.52	2.4
商业建筑群体	数量 / 个	17	2	11.8
	面积 / 万 m ²	134.30	13.70	10.2

注 * 其中有 6 个大型综合超市设在购物中心内。

资料来源 根据表 2 和实地调查统计数据整理而成。

3.1.2 商业空间分布与城市道路结构不协调。由于商业空间节点形成的网络与城市主要道路交通网络存在较大的错位，既影响了各级商业中心网络系统的发展，也影响了城市道路的运行效率。每天交通流量的高峰期，五一路沿线的溁湾镇广场、五一广场、芙蓉广场、袁家岭和火车站前广场都会连续出现交通拥堵现象，同时还引起南北方向交通不通畅。这种交通流量的过度增长和拥挤将给顾客出行和消费造成不便，使商业区的销售能力受到约束，影响商业空间的发展。

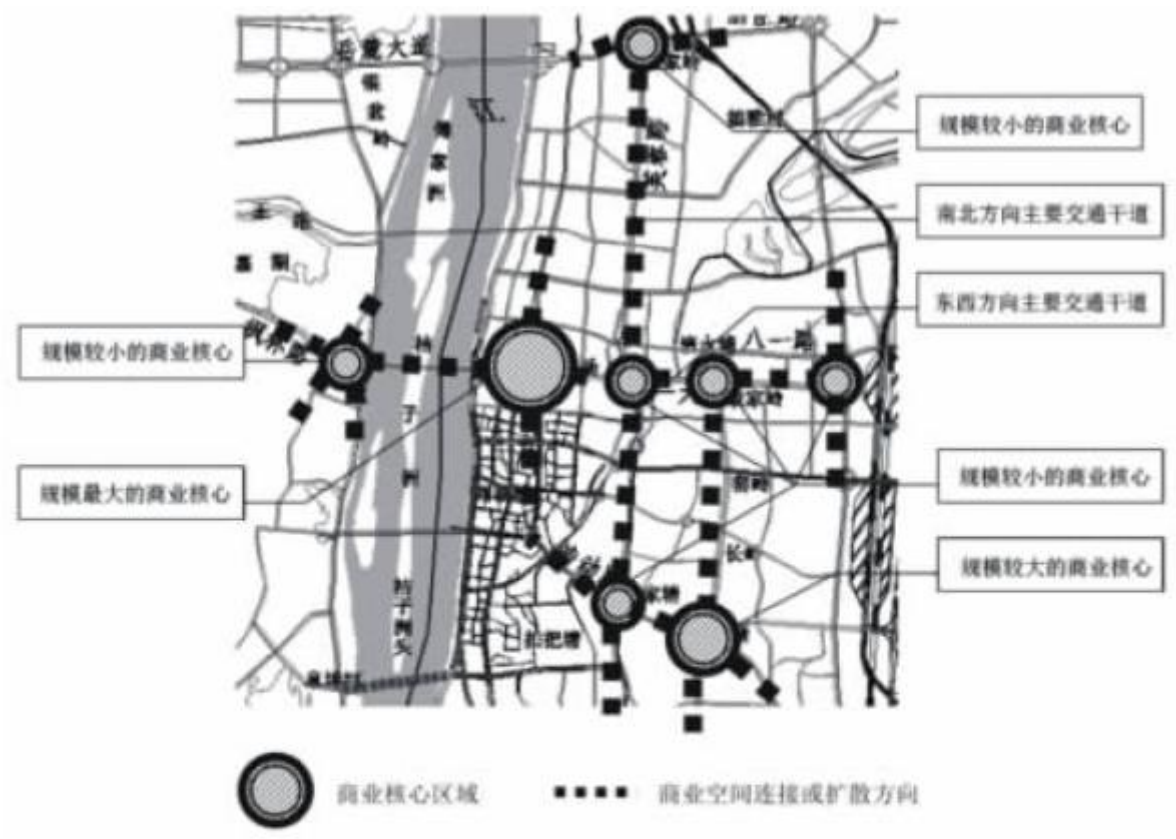


图 5 长沙城市中心区商业空间与主要城市道路布局结构
Fig.5 The commercial spatial and main transport structure of city center district in Changsha

资料来源 :作者根据实地调查资料整理。

3.1.3 大型综合购物中心不合理布局和集聚引起城市空间中道路结构的改变。按零售选址理论,人口流量、交通流量、进入的便利性、零售结构、位置特征、法律和成本因素是大型综合购物中心选址时应考虑的基本问题,而可达性是空间区位选择的主要因素。

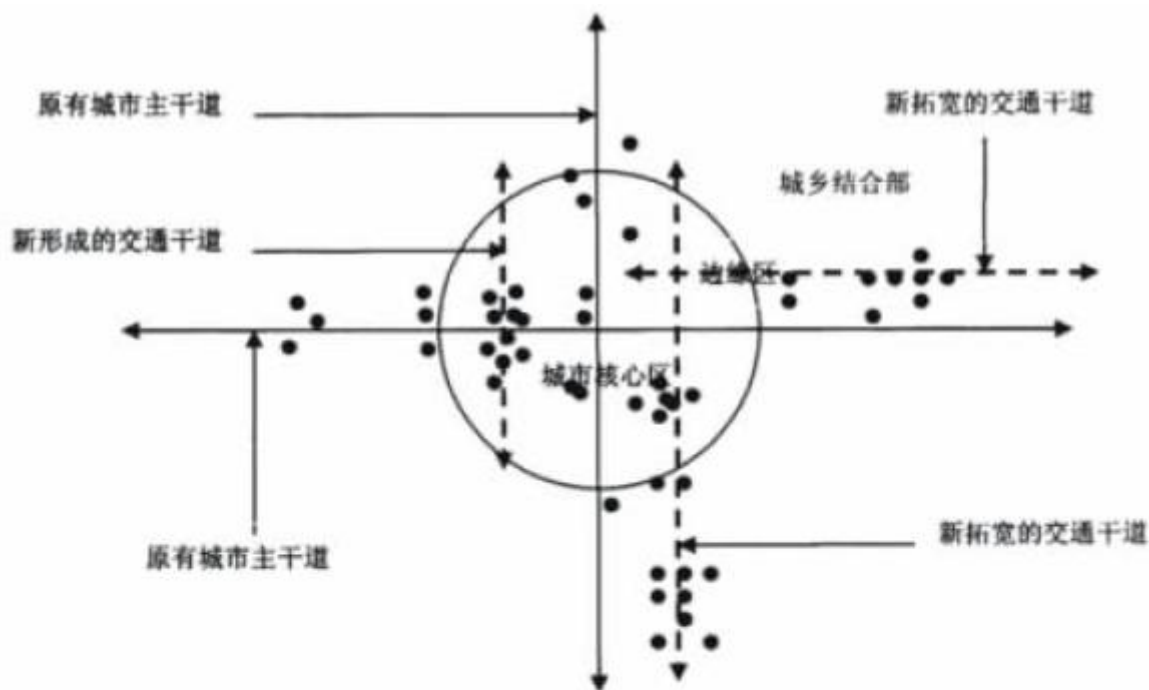


图 6 长沙大型购物中心空间区位以及
主要道路结构演变示意图

Fig.6 The relationship between location of large- scale shopping centers and evolution of main transport structure in Changsha

资料来源 :作者根据实地调查资料整理。

图6 显示交通要道是大型综合购物中心主要的空间区位选择要素。因此，大型购物中心的不合理布局将直接影响城市主要道路交通结构的功能和便捷性。同时，当大型购物中心集聚到一定程度，而城市中主要商业空间节点与主要道路交点不重合，则将以集聚点为核心重新形成新的道路结构，改变原来的城市道路结构。

3.2 商业中心业态结构方面的问题

3.2.1 城市中心区大型购物中心规模与长沙零售业态结构的问题。表 4 显示，武汉的 GDP、社会消费品零售总额、城市人口和大型购物中心的面积都高于长沙，但每千人拥有大型购物中心面积低于长沙，武汉商场拥有的人均国民收入保障高于长沙，长沙城市居民的人均可支配收入比武汉高 13.5%，但年人均消费性支出却高于武汉 21.5%。长沙的购物中心面积负担的人口为 2.1 人/ m^2 ，只有 4.38 万人民币的人均国民收入来保障，按居民人均消费性支出，长沙大型综合购物中心的年人均消费额仅为 0.005 元/ m^2 。因此，长沙大型购物中心的开发已经存在较大的风险。

表 4 2009 年长沙与武汉大型购物中心规模与
城市经济和居民消费水平比较

Tab.4 Contrast Changsha with Wuhan in the shopping
center scale, city economy development and consume lever,
2009

指 标	长沙	武汉
城市总人口 / 万人	664	835.55
GDP/ 亿元	3 745	4 620.86
社会消费品零售总额 / 亿元	512	2 164.09
城市居民人均可支配收入 / 元	20 864	18 325.02
城市居民年人均消费性支出 / 元	15 447	12 710.29
大型购物中心总面积 / 万 m ²	316.21	348.5
每千人拥有大型购物中心面积 /m ²	476.2	417.1
每平方米购物中心面积负担人口 / 人	2.1	2.4
大型购物中心人均国民收入保障 / 万元	4.38	4.4
大型购物中心每平方米年人均消费额 / 元	0.005	0.004

资料来源 :作者根据 2010 年武汉统计年鉴和 2010 年长沙统计年鉴
分析整理。

3.2.2 关于郊区专业大卖场规模与长沙零售业态结构的问题。长沙郊区商业带中的零售业态形式基本上是以装饰建材和家居用品销售为主的专业大卖场,总面积为 116.32 万 m²,由商业地产商开发再整体出租给经营户,基本上是小规模的商店。根据统计结果,2004 年全市共成交商品房 38 671 套,成交面积 450.22 万 m²,按照所有商品房成交面积 1 000—2 000 元/m² 的装修和配套购买家居用品来计算,将产生 45—90 亿元的需求,年每平方米专业大卖场拥有需求额为 3 870.53—7 741.06 元,也就是每月 322.54—645.08 元/m²,一个 100m² 的门面每月只拥有 3 到 6 万元的潜在消费需求,可以看出,建材类专业大卖场的经营效益不容乐观。

4 大型购物中心与城市空间结构发展的对策和建议

4.1 城市空间管理对策与建议

4.1.1 城市道路交通规划应与商业网点规划的协调长沙城市道路结构不合理一直影响着城市发展,在2005 年国家文明城市评选中长沙落选,其中道路交通方面是其中主要的问题之一。几次城市主要道路的拓宽改造虽然改善了城市空间的景观形象,但却对商业中心的空间结构产生了很大的影响。再加上大型购物中心集聚与城市道路结构之间的错位,加剧了道路结构不合理产生的不利影响。应该对现在已经形成的和正在规划建设的城市道路情况进行综合规划,避免道路建设对商业空间结构产生不

利的影响。

4.1.2 商业中心区核心业态发展与结构问题。长沙的几个主要商圈，特别是五一广场商业中心，由于体制等方面的原因形成了局部大型购物中心倒闭，2002 年至今无法恢复经营，严重影响了五一广场商圈的整体性和商业中心的形象。此外，长沙其他商圈也都有不同的结构和空间方面的问题，原因各不相同。如溁湾镇商圈的空间区位不合理、袁家岭商圈的业态规模偏小，以及东塘商圈的商业空间整体性问题等，应整体研究和处理这些结构性的问题，推动商业空间结构完善和发展。

4.2 市场空间结构发展对策与建议

4.2.1 商业中心区空间节点向网络状发展。对于交通影响下的城市零售微区位结构，卡瑞（Kurry）和加纳（Garner）提出了中心地的四边形模型，他们强调交通线路对商业中心区位的作用，认为中心地理论在都市内的应用不应是六边形的，而应是四边形，中心地就位于四边形格子的交点上^[9]。所以，我们可以通过发展新的商业空间节点来促进形成以城市道路结构为基础的四边形网络结构系统。如改善芙蓉广场商业中心和袁家岭商业中心的业态结构形式，开发和培育南部劳动广场和北部另外3 个区域或社区级商业中心，使商业空间形成四边形网络状结构形式，在适当的时候、以适当的形式拉通湘江两岸的连接设施，改善湘江两岸的空间联系和城市总体道路结构，带动湘江以西商业空间的发展，充分发挥文化教育产业区域的消费潜力，促进商业中心区由点状向面状结构发展（图7）。

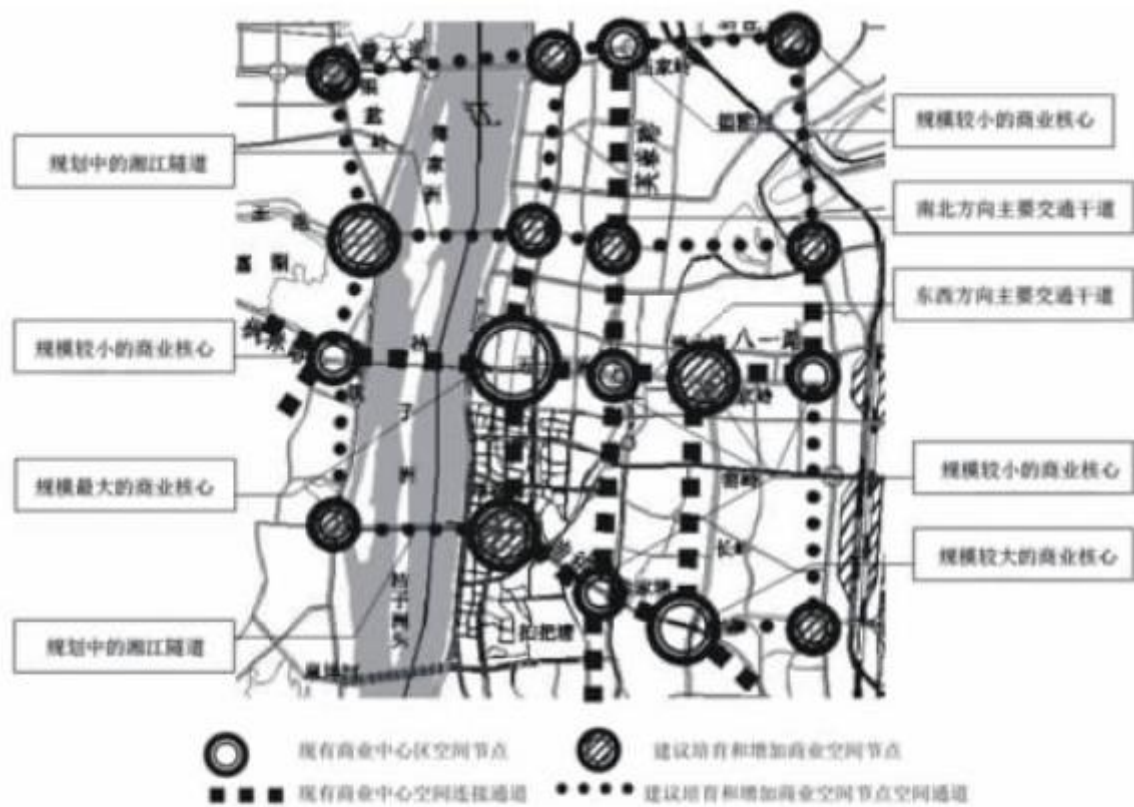


图 7 商业中心区空间网络结构改善设想图

Fig.7 Tentative plan of optimizing the spatial network structure of Changsha city commercial center district

资料来源 :作者根据实地调查资料和参考长沙市商业网点规划方案整理而成。

4.2.2 整合城市周边商业带和逐步更新业态结构形式。长沙城市周边商业带的业态形式以建材和家居用品专业大卖场为主，虽然整体规模较大，但却是由众多中小零售商组合形成的，缺乏规模效应。超市型专业大卖场只有 3 家，外来企业 1 家，还没有大型外资建材家居零售企业进入。如大型综合超市发展的初期一样，大型外资零售企业先是进入发达地区的一线特大或省会城市，发展到一定阶段后才会向内地省会或二线城市渗透，因此，我们应该尽早作好业态结构的调整和更新，引导郊区商业带整合和发展超市型专业大卖场。

4.2.3 规划和建设各种特色商业街。长沙城市中心区曾经在1990 年代初自发形成过许多具有特色的商业街。由于2000 年以后的城市中心区改造主要以拓宽主要道路和建设大型购物中心为主，所有上述的商业街几乎全都消失或衰落，这些变化改变了城市空间肌理和商业市场空间结构。如果在城市发展前期能够作好商业和空间规划，比后来挽救所需要的成本要低得多，效果也会好得多。

4.3 商业网点规划方面的对策与建议

4.3.1 控制大型综合购物中心发展和过度集聚。以本文的分析，五一广场商业中心一方面大型购物中心有过度集聚的趋势，另一方面却又存在商业中心空间内部的结构问题；从零售微区位理论来看，五一广场商圈中最好和较好的零售区位已经饱和，再建设大型综合购物中心短期将出现较大的经营风险。因此，规划一方面应该对五一广场商圈本身的业态结构问题提出解决的办法，完善中心区商业体系结构和协调与城市道路结构之间的关系；另一方面还应对新规划的各级商业中心进行业态规模、结构形式以及空间分布进行详细地设计，避免大型购物中心再次过度集聚和与城市道路结构不协调。

4.3.2 促进商业中心区由点状向面状发展。商业中心的布局结构分为线型或放射形单核结构、“哑铃”型双核结构、凝聚式多核结构和均质无核结构四种形式。多核心有利于合理组织和分配商业中心的的活动人流，常通过步行街和广场将若干个商业主体设施如百货商店、大型综合超市等组织成带状、十字型、丁字型、口字型等多核布局结构，最终形成面状商业整体街区，以利于提高城市空间集约度。

4.3.3 社区商业中心的规划。目前，长沙大型购物中心主要空间区位基本上选择城市交通节点位置，业态形式也主要为单店结构。由于这种社区级单店结构的商业中心难以满足消费者休闲购物的需要，因此，在节日期间，消费者大部分还是去商业中心区。这种布局 and 消费行为方式造成了平时商业中心区大型综合购物中心容量过剩，而节假日期间又拥挤不堪的情况，会带来一系列交通和城市环境方面的问题。

因此，可以从城市总体规划的角度，在大型居住区附近合适的地方，以整体开发模式改造和新建商业建筑群体空间，结合社区街道形成步行商业街，它的业态规模可以是大于单店形式的超市或购物中心，小于城市中心区的商业步行街和 Shopping Mall。这样既可以提高社区的就业率，也可以在节假日缓解城市中心区的压力。

参考文献:

- [1] 顾朝林. 集聚与扩散[M]. 南京: 东南大学出版社, 2000.
- [2] 管驰明. 中国城市新商业空间研究[D]. 南京: 南京大学硕士学位论文, 2004.
- [3] 黄亚平. 城市空间理论与空间分析[M]. 南京: 东南大学出版社, 2002.
- [4] 孙鹏, 王兴中. 西方国家社区环境中零售业微区位论的一些规律(一)[J]. 人文地理, 2002(4): 63 - 66.
- [5] 孙鹏, 王兴中. 西方国家社区环境中零售业微区位论的一些规律(二)[J]. 人文地理, 2002(6): 22 - 25.
- [6] 吴明伟. 城市中心区规划[M]. 南京: 东南大学出版社, 1999. 8.
- [7] 叶强, 鲍家声. 论城市空间结构及形态的发展模式优化[J]. 经济地理, 2004, 24(7): 480 - 484.
- [8] 叶强. 大型综合购物中心对城市空间结构的影响研究[D]. 南京: 南京大学, 2005.
- [9] 张文忠. 经济区位论[M]. 北京: 科学出版社, 2000.