

1980 年以来我国城市商业区位研究述评

方远平¹, 闫小培², 毕斗斗³

(1. 华南师范大学 旅游管理系, 广州 510631; 2. 中山大学 城市与区域研究中心, 广州 510275;

3. 华南理工大学 旅游与酒店管理学院, 广州 510006)

摘 要:总结了 1980 年以来我国城市商业区位研究的进展。将我国商业区位研究大致划分为 3 个阶段,即以商业地理学及城市商业区位为主的宏观研究阶段,以城市商业网点区位及商业活动空间结构为主的中观研究阶段,以大型购物中心、百货店、零售店区位等为主的微观研究阶段,分析了各个阶段对应的研究主要内容与研究方法,对近年来城市商业区位研究新领域:信息化背景下商业区位、轨道交通影响下的商业区位、微区位理论、外资零售企业区位、社区商业布局等进行了概述,总结出我国商业区位研究存在的重实证、轻理论等问题,并对未来商业区位的研究提出几点思路。

关键词:中国;城市商业区位;研究进展

中图分类号: K902 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001 - 5221 (2007) 05 - 0435 - 06

区位论是经济地理学和区域经济学领域研究的核心问题之一,其中商业区位是最受关注的热点问题。国外对商业区位的研究始于 19 世纪末和 20 世纪初,西方城市商业区位研究大致经历了 4 个阶段:20 世纪 20 - 30 年代商业零售业空间竞争与市场区研究阶段;30 - 60 年代以中心地理论为指导的新古典宏观区位研究阶段;60 - 80 年代以消费者行为理论为指导的零售商业空间结构研究阶段;20 世纪 80 年代至 21 世纪初以社会空间因素和行为感知为重点的商业零售业区位研究阶段^[1]。我国商业地理学的研究起步于 20 世纪 60 年代,而城市商业区位的研究则从 80 年代以后才出现。迄今为止,国内对于商业区位的研究经历了从宏观的商业地理学、城市商业地域结构研究,到中观的商业网点布局与商业网点等级体系的研究,再到微观的大型购物中心、百货店、零售店、便利店等不同类型的业态区位选择等研究。随着经济全球化的深入,信息技术的广泛应用和社会的进步,我国商业区位研究出现了许多新的领域,不断推动着我国城市商业区位研究向前发展。

1 以商业地理学及城市商业区位为主的宏观研究阶段 (1980 - 1990)

1.1 我国商业地理学研究的兴起与发展

我国商业区位研究最早起源于商业地理学研究

领域。1964 年严重敏把克里斯特勒的“中心地理论”介绍到中国后,被我国学者迅速运用到国家及区域实证中进行检验^[2]。文革期间,受“左倾”思想影响,国内商业地理学和商业区位研究未得到应有重视。改革开放以后,随着商品经济的快速发展,商业地理学研究迎来了春天。80 年代初期,适应商业发展与科学研究的需要,学术界开始关注商业地理学的研究对象和任务、学科性质等问题^[3-4],王希来等以中国商品生产地、空间位移的分布规律、销售地的区域组合规律等为对象,从宏观角度分析了影响商品生产地域分布的因素和商品流通空间形式的布局模式^[5],但研究以描述和分析为主,理论研究不足。隋锡山等着重研究了商业经济活动与地理环境之间的关系与矛盾,并探讨了理论、方法及应用^[6],但尚未形成统一、规范的体系。杨吾扬等系统论述了商业地理学的发展及其研究对象、性质及与相邻学科的关系,商业服务业空间布局模式等重要理论内容^[7],构建了较为完整的商业地理学理论体系,推动了我国宏观商业地理学的发展。陆大壮从城市的宏观尺度分析了中国商业中心城市及其辐射经济区域^[8]。总之,20 世纪 80 年代我国商业地理学研究大多基于宏观区域层面的描述性研究,理论研究相对较弱,但为后来的城市商业区位研究奠定了学术基础。

收稿日期:2007 - 03 - 05;修订日期:2007 - 05 - 25

基金项目:国家自然科学基金杰出青年基金项目(编号:40125003);广东省自然科学基金项目(编号:06025041)

作者简介:方远平(1974 -),男,湖南郴州人,理学博士,讲师,城市规划师,主要研究方向为服务业区位,城市发展与城市规划,旅游与景区规划等,(E-mail) fyp21cn@163.com。

1.2 宏观、中观城市商业地域结构实证研究

从 1980 到 1990 年,我国关于零售业商业区位的研究以宏观尺度为主,这一时期,大城市商业地域结构和商业网点布局、商业中心体系、演变趋势、职能类型和中心性等问题成为学术界关注的焦点,中心地理论是城市商业区位的理论基石。

中心地理论运用于我国城市商业地域结构的研究始于 20 世纪 80 年代。徐放运用中心地理论,从空间的角度对北京市商业与服务业进行了研究,并结合消费者购物调查,对北京一级商业中心区进行了初步研究^[9]。宁越敏以上海市为研究对象,运用聚类统计法,划分出商业中心等级体系,并剖析了商业中心区位的影响因素等,在研究方法上有所创新和突破^[10]。吴郁文等有意识地将商业中心与中心地理论六边形模型结合起来,对广州城区零售商业区位布局及商业中心区位等进行了研究,验证了中心地理论^[11]。李振泉等则从规划的角度分析了长春市商业地域结构的历史演变,总结了现状特征和存在问题,并提出了商业地域结构的调整与布局设想^[12]。安成谋首次运用空间相互作用模型和吸引力指数等数量方法研究了西安市城市商业中心区位问题,研究了西安零售商业网点分类、布局原则和影响布局的因素^[13-14]。上述研究运用中心地理论、空间相互作用模型和吸引力指数、聚类分析法等在我国北京、上海、广州、长春等大城市商业地域结构研究中进行检验,为商业区位研究的深入奠定了基础。

2 以城市商业网点及商业活动空间结构为主的中观研究阶段(1991 - 2002)

2.1 城市商业网点空间结构研究(1991 - 1995)

从 20 世纪 80 年代的商业地域空间结构研究,到 90 年代的零售业商业网点空间结构研究,标志着我国城市商业区位研究由宏观过度到中观层面。这一阶段的研究重点主要有商业网点区位格局、等级体系、演变趋势等,城市商业区位的核心理论 - 中心地理论被进一步应用到实证研究中。

吴宇华分析了北京市新市区商业网点的等级及特征、影响因素等^[15],杨吾扬运用中心地理论分析了北京市商服网点的形成与历史演变、建国后商服网点的变迁及其空间结构特征,并使用统计方法对 21 世纪北京商服中心和副中心进行了预测,再一次验证了中心地理论,该研究是这一时期的典

范^[16]。张丙军等分析了郑州零售商业网点的空间分布现状、存在的问题,运用中心地理论探讨了郑州商业网点合理化布局的思路^[17];刘胤汉等运用中心地理论和系统论等原理,对西安市城市商业网点的合理结构与优化布局进行了较全面深入的研究^[18]。上述研究从中观层面探讨城市商业网点空间结构及等级体系问题,进一步深化了中心地理论的应用。

2.2 城市商业区位与商业活动空间结构研究(1997 - 2002)

20 世纪 90 年代中后期以来,城市商业服务业区位类型和商业活动空间结构研究的兴起,研究方法和技术手段的进一步创新,因子生态分析法、统计指标测算法和 GIS 方法等应用,打破了中心地理论一统天下的局面,促进了我国城市商业区位研究。

一是因子生态分析法在城市商业区位类型及地域结构研究中的应用。陈忠暖等对昆明市区进行了地域单元的划分,通过实地调查,获取了市区商业活动基本单位的业种及 4 种区位类型和 6 种地域结构类型,构建了多因子指标体系,首次将因子生态分析法引入城市商业活动空间结构研究^[19-20],因子生态分析法在城市商业地域结构研究中的应用,丰富和发展了我国城市商业区位研究的方法。

二是 GIS 技术与因子分析法、Parato 模型在城市商业活动空间结构研究中的应用。仵宗卿等通过重构 Parato 公式,建立了“均衡度”和“结构容量”商业活动单位规划等级分布双向指数,运用 GIS 技术和因子分析等综合技术方法,全面研究了北京市商业活动空间结构、时空结构、地域类型结构和商业中心区位演化等问题^[21-22]。上述研究表明我国城市商业地域结构研究进入新的阶段。

3 以百货店空间布局、连锁便利店区位为主的微观研究(1998 年至今)

1998 年以来,我国城市商业空间结构与零售区位研究从宏观转向中观和微观层面,城市商业业态组合及商业功能区,微观层面的商业功能区与零售业百货商店区位、便利店及连锁店区位研究成为热点,研究者引入了时空结构和消费者行为等新研究视角,并运用 GIS 技术手段和数量模型等新方法与技术手段,推动了城市商业区位研究的发展。

3.1 百货商店空间布局、商业业态及商业功能区研究

1998 年以来,我国城市零售业的蓬勃发展推动着城市微观商业区位的研究,大中型百货商店等的

区位研究及商业业态及商业功能区等问题成为研究的重点,消费者行为因素、GIS技术手段被引入研究中,很好地解释了微观商业业态的区位选择及商业功能区的形成机制,表明城市商业区位研究开始由宏观走向微观。

3.1.1 城市大型百货商店区位研究 关于城市大型百货商店的综合研究主要有杨瑛对广州市区大型百货商店发展、空间分布格局与空间组合形式的研究^[23]。林耿、阎小培等则从消费者行为角度研究了广州市大型百货商店的选址、市场定位和空间拓展等空间区位特征^[24]。许学强等运用GIS手段,研究了广州市大型百货商店的空间布局现状、影响因素及其发展趋势^[25]。

3.1.2 城市商业业态及商业功能区研究 件宗卿^[26]、张水清^[27]等对商业业态、商业活动空间结构的影响进行了研究。王德等从消费者购物出行角度对上海市商业空间结构进行了分析^[28]。林耿等基于消费者和经营者问卷调查,对广州市商业业态空间结构特征、形成机制和商业业态空间效益、演化趋势等进行了全面系统的研究,进一步发展了商业区位研究^[29-30]。

3.2 便利店与连锁店选址区位理论及模型研究

进入21世纪以来,城市微观的商业结构单元——便利店和连锁店等区位研究受到越来越多的关注。区位是决定零售商店盈利与否的最基本因素,销售模型、选址综合指数、元胞自动机、BP神经网络等数学模型被引入到区位选址研究中,大大增强了零售业区位研究的计量化与科学性。

3.2.1 便利店与连锁超市选址理论及区位类型与空间布局研究 郭崇义认为便利店和连锁店的基本区位类型包括点状区位、线状区位和面状区位,由基本区位类型、次级类型、组合类型等组成便利店选址的区位类型体系^[31]。陶伟则认为大型超市在城市分布上比较均匀,一般会在主干道上或者交叉路口并偏向于居住区附近选址^[32]。白光润指出城市便利店及连锁店选址要考虑的空间尺度、逻辑次序和分析要点,要进行网络分析、区域分析、地段分析和地点分析^[33],商店选址应将商业区位选择问题进一步提升,完善其理论体系,促进其应用。

3.2.2 连锁超市与便利店选址的数学模型研究

2000年以来国内对连锁超市的选址模型研究成果较多,具代表性的有殷豪等和魏琦分别提出的连锁超市选址的门店销售模型(以商品的地域购买力、商圈内的饱和度、门店的吸引力为基础,建立门店销

售模型、销售地盘模型、销售辐射圈模型)^[34-35];方志远等基于人口需求分析、便利性分析、竞争力分析提出的选址综合指数法^[36];田志友等的元胞自动机模拟连锁店选址模型^[37];李振宇等基于消费人口与辐射范围的三维遥感锁超市选址模型^[38];翟森竞等基于BP神经网络的大型超市选址分析模型^[39];易昆南等的奥运临时超市选址模型^[40];赵琪的连锁超市选址综合评价模型^[41];陆凤标的大型综合超市选址因素评价体系^[42]等。上述关于连锁便利店选址数量模型的研究推动了城市商业区位研究向科学化、定量化方向发展。

4 21世纪以来我国城市商业区位研究的新进展

21世纪以来,我国经济持续快速发展,服务业在城市经济中起着越来越重要的作用。城市商业受经济全球化和信息技术的影响,出现了许多新特征。城市商业区位研究也出现了许多新的领域,如关于信息技术、电子商务发展对传统商业区位的影响,城市快速轨道交通影响下商业零售业区位问题、城市商业微区位问题、外资零售商业区位问题、社区商业布局问题等,正受到越来越多学者的关注。

4.1 信息技术影响下的商业服务业区位研究

信息通信技术的应用与普及改变了商业服务业企业地理布局的成本收益格局,从而驱使服务企业做出布局调整。陈秀山等研究表明,信息通信技术带来新的外部竞争和收益驱动,导致了商业服务企业的分化重组,新产生的商业服务企业将在信息技术的影响下进行区位选址,并形成新的空间布局形式^[43]。杨遴杰在零售型电子商务企业的成本分析基础上,利用计算机模拟,得到了电子商务企业配送中心不同的布局模式、配送中心数量以及位置,并验证了中心地理论^[44]。陈友玲等将所需配送的总区域划分成若干个连续的小区域,建立虚拟“配送点”,将配送地点、时间和数量都随机的顾客需求,转换成固定区域顾客需求模型,根据配送中心选址位置与其配送成本之间的关系,建立模型,得出配送中心的布局 and 数量^[45]。

4.2 轨道交通影响下的城市商业区位研究

地铁作为我国城市新的交通方式,其快速、高效、安全、准时和客流量大等特点,对城市商业零售业布局等产生了深远的影响,引起了政府、地产界、商业界和学术界广泛的关注。蔡国田等探讨了广州市地铁对商业发展的影响,认为自轨道交通开通以

来,强化了老城中心商业区,提升了天河新城市中心商圈的地位,加强了南部、西部和北部商业中心与边缘新商业中心的形成^[46]。方向阳、陈忠暖研究发现地铁站点在吸引商业设施聚集的规律是:以地铁站点为圆心向外,商业网点数逐渐减少,规模逐渐减小,说明零售商业有向地铁站点聚集的趋势^[47]。方向阳、陈忠暖进一步研究发现,地铁站口的零售商业聚集的区位类型从形态上可分为斑状、条带状、面状和团块锥体状4种,从层次上分为市级商业中心、区级商业中心和小区级商业3个层次等级结构,从业态上,地面商业集聚的商业业态有3等级6种模式,地铁站口地下商业集聚类型分为站厅商铺、通道商铺和与站口直接相连的地下商业街^[48-49]。

4.3 商业微区位理论研究

随着研究的深入,城市商业区位的研究更加注重微观化发展,微区位理论问题引起关注。孙鹏、王兴中等认为随着经济社会的发展,零售业区位研究更加注重人本化,如零售设施的可视性与易接近性,操作的便利性、区域安全性、区位的适停性等^[50-51]。曹嵘、白光润等研究了城市交通对中观和微观尺度的零售业区位的影响,认为在干道交通的宏观效应影响下,零售业的微区位特征显现出沿着支路延伸、据点辐射指向等特征,并对商业街产生细微影响^[52-53]。随着区位研究的深入,微观区位的空间尺度问题受到关注。白光润探讨了微区位的研究内容、方法和研究意义,指出微区位研究要特别重视GIS手段对城市自然、社会、经济背景的分析,重视微环境、空间意象、行为偏好的研究^[54]。白光润认为微区位研究应从区位尺度观、空间关联、行为观、空间竞争、平衡最优理论等5个方面进行。此外,白光润还深入研究了微区位追求的目标、微观区位选择对象的空间范围、微观尺度的区位问题主要的制约因素等理论内容^[55]。蒋海兵、白光润认为微观区位问题可以利用生态学的思维来寻找合理的商业网点空间分布与组合,以达到商业区内商业网点的整体功能优化、经济与社会效益最佳的目标^[56]。

4.4 大城市外资零售企业区位选择研究

改革开放以来,特别是中国加入WTO以来,经济全球化的深入,外资零售业跨国公司大举进入北京、上海等中国沿海地区中心城市,其在城市内部的区位选择与空间布局给商业区位研究提出了新的课题。郭崇义等的研究发现,北京市外商投资零售企业主要分布在中间圈层;大型综合超市分布于城市中间圈层二环与三环路中间,一般选址在住宅区、交

通要道,彼此相距较远,市场区互不重叠;仓储式超市分布于中间圈层的外侧和四环以外边缘圈层,与发达国家相比仍靠近中心城区;百货店散布于各圈层之中,选址在繁华区(不一定在商业中心)和交通要道,所处的商圈有较强的购买力;家居中心分布在中间圈层的中间^[57-58]。郭崇义也对上海市外商投资零售企业的区位问题进行研究,发现其主要分布在边缘圈层,除了百货店和少数便利店外,其他都不在商业中心(指区级商业中心以上),呈现分散的趋势。不同业态(仓储店、大型综合超市、百货店)在区位选择上有着不同偏好^[59]。杨韬等分析了成都市外百货商店区位问题,发现其主要集中在核心圈层,大型综合超市分布在中间圈层较多,仓储商店主要分布在中间圈层外侧^[60]。

4.5 城市社区商业布局研究

社区是城市社会空间中的基本单元,社区商业作为居住区规划的重要部分,其科学合理的规划布局与区位选择有着重要意义。王晓玉指出中心地理理论、商圈理论、地价理论、消费者行为空间理论和零售业态演变理论等是指导社区商业布局与规划的基础理论,认为中心地理理论可以确定社区商业的服务范围及门槛人口、提供商品的档次等,零售引力法则对社区商业中心的位置选择、社区商业设施的数量规模等有指导意义,地价理论影响社区商业规划,行为学派则要求社区商业要充分考虑社区消费者行为特征^[61]。周俊等研究发现,随着城市居住郊区化的加速,城市边缘新兴社区已成为商业房地产投资的重点。新兴社区正处于商业开发初期,自组织性对社区商业布局及区位选择产生重要的影响^[62]。马新华认为社区商业通常服务半径不宜超过500m,应设于人流量多且易于到达的区域,如小区的出入口,是社区商业最佳位置。社区商业在设计中应关注与居住生活的规划布局^[63]。

5 结论与展望

改革开放20多年来,我国城市商业区位研究经历了宏观、中观和微观3个阶段,无论是文献的数量、研究内容的宽度,还是学科理论的系统性、研究方法的多样性,相比地理学其他领域的研究,成就显著,已经成为地理学、尤其是商业地理学的核心研究领域。总体而言,我国城市商业区位研究有如下特点:研究视角由宏观到微观不断深入和细化,研究主题呈多样化、复杂化趋势,研究学科综合化,出现了多学科的交叉,研究方法由定性逐步发展为定性与

定量相结合。

虽然国内城市商业区位研究已取得显著成就,但与国外比较,还存在以下问题:(1)国内商业分类体系复杂,统计数据的获取困难,难以支撑城市商业区位研究的系统深入;(2)国内研究以实证为主流,理论研究与创新不足;(3)国内研究的主流集中在传统宏观层面,中观层面和微观层面的研究关注不足,研究不够系统;(4)研究成果零散,不同学科的研究方法和理论难以整合互补;(5)学术研究与规划实践结合不好,对实践的指导作用难以发挥;(6)学术界对信息技术和全球化影响下的城市商业区位问题关注程度不够,对新领域的研究较浅。

结合我国城市服务经济快速发展的时代背景和商业区位研究中存在的问题,未来商业区位研究的发展方向应是:(1)加强理论研究,构建城市商业区位理论体系(商业服务业分类体系、区位指导理论、区位因素、区位选择的数学模型等)是学科发展的当务之急;(2)加强中观和微观层面的城市商业区位研究,努力探索新领域,构建完善的学科研究体系;(3)加强多学科交叉与理论方法的整合互补,促进城市商业区位研究的系统化、综合化和数量化;(4)加强城市商业区位理论与城市商业网点规划实践的结合,促进商业区位研究发展。

随着信息技术与网络的迅速发展和轨道交通的使用,传统商业区位选择及其布局正在发生深刻,而新的商业形态有待进一步关注。信息技术环境下消费者行为出现革命性变化,也影响着商业企业的区位选择和商业空间布局。因此,信息技术影响下的电子商务与商业区位选择问题,城市轨道交通影响下的微观商业区位特征及宏观商业空间结构、人本化的商业微区位研究及微区位理论、城市社区商业区位选择及布局等将成为未来研究的热点领域。

参考文献:

- [1] 方远平.大都市服务业区位理论与实证研究[D].广州:中山大学,2004.
- [2] 周春山,罗彦,尚嫣然.中国城市商业地理学的研究进展[J].地理学报,2004,59(6):1028-1036.
- [3] 陈佳骆.关于商业地理学的研究对象和任务问题[J].经济地理,1984,4(4):312-313.
- [4] 陈福义,范保宁.商业地理学的研究对象和科学性质[J].经济地理,1985,5(2):150-152.
- [5] 王希来,乌兰.中国商业地理学[M].北京:红旗出版社,1985.
- [6] 隋锡山,汤勇.商业地理学概论[M].哈尔滨:黑龙江出版社,1988.
- [7] 杨吾扬,张靖宜,崔家立,等.商业地理学——理论基础与中国商业地理[M].兰州:甘肃人民出版社,1987.
- [8] 陆大壮.中国商业地理学[M].北京:中国财政经济出版社,1990.
- [9] 徐放.北京市的商业服务地理[J].经济地理,1984,4(1):40-46.
- [10] 宁越敏.上海市区商业中心区位的探讨[J].地理学报,1984,39(2):163-171.
- [11] 吴郁文,谢彬,骆慈广.广州市城区零售商业企业区位布局的探讨[J].地理科学,1988,8(3):208-217.
- [12] 李振泉,李诚固,周建武.试论长春市商业地域结构[J].地理科学,1989,9(2):133-141.
- [13] 安成谋.城市零售商业网点布局初步研究[J].经济地理,1988,8(2):142-145.
- [14] 安成谋.兰州市商业中心的区位格局及优势度分析[J].地理研究,1990,9(1):28-34.
- [15] 吴宇华.北京市新市区商业网点布局初探[J].经济地理,1991,11(2):47-52.
- [16] 杨吾扬.北京市零售商业与服务中心和网点的过去、现在和未来[J].地理学报,1994,49(1):9-15.
- [17] 张丙军,宋绪钦.郑州零售商业网点布局初探[J].地域研究与开发,1993,12(2):51-54.
- [18] 刘胤汉,刘彦随.西安零售商业网点结构与布局探讨[J].经济地理,1995,15(2):64-69.
- [19] 陈忠暖,陈颖,甘巧林,等.昆明市城市商业地域结构探讨与调整刍议[J].人文地理,1999,14(4):21-25.
- [20] 陈忠暖,程一均,何劲耘.城市零售商业服务业区位类型划分的探讨[J].经济地理,2001,21(2):227-230.
- [21] 仵宗卿,柴彦威.商业活动与城市商业空间结构研究[J].地理学与国土研究,1999(3):20-24.
- [22] 仵宗卿,柴彦威.论城市商业活动空间结构研究的几个问题[J].经济地理,2000,20(1):115-119.
- [23] 杨瑛.广州市区大型百货商店发展与空间布局研究[D].广州:中山大学,1998.
- [24] 林耿,阎小培,周素红.消费因素影响下广州市大型百货商店的发展[J].热带地理,2002,22(1):52-56.
- [25] 许学强,周素红,林耿.广州市大型零售商店布局分析[J].城市规划,2002(7):23-28.
- [26] 仵宗卿,戴学珍.北京市商业活动空间结构研究[J].城市规划,2001,25(10):15-19.
- [27] 张水清.商业业态及其对城市商业空间结构的影响[J].人文地理,2002,17(5):36-40.
- [28] 王德,张晋庆.上海市消费者出行特征与商业空间结构分析[J].城市规划,2001,25(10):6-14.
- [29] 林耿.广州市商业业态空间形成机理研究[D].广州:中山大学,2002.
- [30] 林耿,阎小培.广州市商业功能空间结构研究[J].人文地理,2003,18(3):37-41.
- [31] 郭崇义.便利店区位类型研究——以北京、广州等城市便利店周边环境调研为例[J].商业经济与管理,2005(11):38-44.
- [32] 陶伟,林敏慧,刘开萌.城市大型连锁超市的空间布局模式探析[J].中山大学学报:自然科学版,2006,45(2):97-100.
- [33] 白光润.城市商业区位诊断研究[J].上海师范大学学报:自然科学版,2006,35(3):74-80.

- [34] 殷豪,刘仲英. 连锁超市选址探讨 [J]. 商业研究, 2000, 215 (3): 65 - 67.
- [35] 魏琦. 连锁超市选址的销售模型分析 [J]. 标准化报道, 2001, 22 (1): 15 - 16.
- [36] 方志远,彭顺丰,彭韬. 超市选址量化方法探析 [J]. 价值工程, 2005 (4): 95 - 99.
- [37] 田志友,王浣尘,吴瑞明. 区域市场连锁经营选址与布局的元胞自动机模拟 [J]. 系统工程理论方法应用, 2005, 14 (1): 50 - 54.
- [38] 李振宇,周敏. 连锁超市空间布局分析的 GIS方法研究 [J]. 物流科技, 2004, 27 (5): 56 - 58.
- [39] 翟森竞,柴华奇. BP神经网络在大型超市选址中的应用 [J]. 工业工程, 2006, 9 (4): 109 - 112.
- [40] 易昆南,张成萍. 奥运临时超市选址的优化模型 [J]. 数学的实践与认识, 2006, 36 (1): 204 - 214.
- [41] 赵琪. 连锁超市选址策略探析 [J]. 山东商业职业技术学院学报, 2006, 6 (4): 21 - 23.
- [42] 陆凤标. 大型综合超市选址评价体系构建 [J]. 山东商业职业技术学院学报, 2006, 6 (4): 17 - 20.
- [43] 陈秀山,倪小恒. 信息通信技术对服务业布局的影响分析 [J]. 中国软科学, 2006 (4): 109 - 117.
- [44] 杨遴杰. 零售型电子商务企业配送中心选址模拟研究 [J]. 经济地理, 2003, 23 (1): 97 - 101.
- [45] 陈友玲,孟宪国. 销售型电子商务企业配送中心选址方法初探 [J]. 工业工程, 2006, 9 (4): 39 - 42.
- [46] 蔡国田,陈忠暖. 轨道交通对广州零售商业空间布局的影响 [J]. 现代城市研究, 2004 (4): 65 - 67.
- [47] 方向阳,陈忠暖. 广州地铁沿线零售商业形态与空间分布探讨 [J]. 人文地理, 2004, 19 (6): 11 - 16.
- [48] 方向阳,陈忠暖,蔡国田. 广州地铁站口零售商业集聚类型分析 [J]. 热带地理, 2005, 25 (1): 49 - 53.
- [49] 方向阳,陈忠暖. 城市地铁站口零售商业集聚类型划分的探讨 [J]. 经济地理, 2005, 25 (4): 525 - 527.
- [50] 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, 17 (2): 63 - 66.
- [51] 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, 17 (3): 22 - 25.
- [52] 曹嵘,白光润. 城市交通的零售商业区位效应探析 [J]. 上海师范大学学报:自然科学版, 2002 (3): 86 - 90.
- [53] 曹嵘,白光润. 交通影响下的城市零售商业微区位探析 [J]. 经济地理, 2003, 23 (2): 247 - 250.
- [54] 白光润. 微区位研究 [J]. 上海师范大学学报:自然科学版, 2003, 32 (3): 79 - 82.
- [55] 白光润. 微区位研究的新思维 [J]. 人文地理, 2004, 19 (5): 85 - 88.
- [56] 蒋海兵,白光润. 商业微区位中的生态学视角 [J]. 商业时代, 2005 (35): 11 - 12.
- [57] 郭崇义. 北京市外商投资零售企业业态、区位和竞争初探 [J]. 商业研究, 2002, 248 (6): 78 - 80.
- [58] 郭崇义,戴学珍. 北京市外商投资零售企业区位选择研究 [J]. 经济地理, 2002, 22 (6): 688 - 691.
- [59] 郭崇义. 上海市外商投资零售企业区位选择研究 [J]. 商业经济与管理, 2003, 135 (1): 13 - 17.
- [60] 杨韬,黄立中. 成都市外资零售企业区位选择研究 [J]. 市场周刊·商务, 2004 (9): 11 - 12.
- [61] 王晓玉. 国外社区商业发展的理论与实践 [J]. 上海经济研究, 2002 (11): 68 - 73.
- [62] 周俊,林青山,崔峰. 自组织性对新兴社区商业区位的影响 [J]. 重庆工商大学学报:西部论坛, 2005, 15 (增刊): 64 - 65.
- [63] 马新华. 社区商业与居住生活区的规划布局分析 [J]. 住宅科技, 2006 (9): 6 - 9.

A Review of the Study on Urban Commercial Location in China since the 1980s

FANG Yuan-ping¹, YAN Xiao-pei², B I Dou-dou³

(1. Department of Tourism Management, South China Normal University, Guangzhou 510631, China;

2. Center of Urban and Regional Study, Sun Yat-sen University, Guangzhou 510275, China;

3. College of Tourism and Hotel Management, South China University of Technology, Guangzhou 510006, China)

Abstract: The research progress of urban commercial location in China since the 1980s is summarized in the paper. The period can be divided into 3 phases: 1) macro-research on commercial geography and urban commercial location; 2) meso-research on the urban commercial spatial structure and location of commercial sites, and 3) micro-research on the location of the shopping mall, department stores, convenience stores. The research subjects and methodologies in each phase are analyzed. And the new development of the research is introduced, such as commercial location within the context of information era and under influence of the subway traffic, micro-location theory, location of foreign capital commercial enterprises and layout of community commerce. Some problems are pointed out, for example, more attention is paid to the case studies of commercial location, while less to theoretical ones. Finally, some suggestions for research of commercial location in the future are presented.

Key words: Urban commercial location; Research progress; China