

上海零售业郊区化研究——从大型超市布局变化的角度

钱学敏

(华东师范大学 中国现代城市研究中心, 上海 200062)

摘要: 根据发达国家郊区化发展的四个阶段, 随着人口和工业的郊区化, 零售业也会发生向郊区的迁移。20世纪90年代, 上海进入了人口郊区化的加速阶段, 这一人口分布的变化促使零售业向郊区扩展。本文从大型超市布局的角度出发, 通过分析上世纪90年代中期以来上海大型超市历年来的分布变化, 说明上海市零售业郊区化的发展现状及其影响因素。

关键字: 郊区化; 零售业; 大型超市

中图分类号: F721.7 **文献标识码:** A

1 研究背景与意义

郊区化(Suburbanization)是指人口、就业岗位和服务业在大城市由内向外迁移的一种分散化过程。根据帕伦(Palen, 1987)提出的郊区化的四个阶段, 随着人口郊区化和工业郊区化现象的产生, 零售业也会逐步向郊区扩散。20世纪90年代以来, 我国城市化与郊区化迅速发展, 使北京、上海等一些大城市出现了零售业郊区化的倾向。

大型超市(hypermarket), 俗称大卖场, 是零售业态的一种。按我国国家标准《零售业态分类》(GB/T18106-2004)的定义为: 实际营业面积6000平方米以上, 品种齐全, 满足顾客一次性购齐的零售业态, 主营食品和日用品, 选址于市、区商业中心、城郊结合部、交通要道和大型居住区, 服务半径2千米以上, 目标顾客以居民和流动顾客为主^①。从标准中可以看出大型超市服务于人们的日常生活, 其布局与周边的人口数量密切相关, 因此人口向郊区的扩散势必影响到它的发展。上海是我国大型超市兴起最早的几个城市之一。自1995年, 法国零售巨头家乐福在上海虹口区开设第一家大型超市以来, 大型超市在上海整个零售业的发展中占据着越来越大的比重。根据上海连锁经营协会的统计, 大型超市占上海市社会消费品零售总额的比例从1998年的3%上升至2006年的7.2%。与此同时, 上海商情FMCG研究中心的数据显示, 大型超市正成为连锁业态这一商业郊区化的主力军中的主要业态, 2006年其占整个连锁业态销售总额的比重为51%。此外, IMI消费行为与生活形态年鉴的数据显示, 2002-2003年, 上海居民常去的超市中就有半数以上为大型超市, 且近八成以上的消费为食品和日常用品。由此可见将大型超市的分布变化作为研究上海零售业郊区化的切入点具有一定的代表意义。

2 国内外研究综述

20世纪70年代末期, 国外学者发现郊区化促进了商业空间向郊区的拓展, 反之亦然。斯坦贝克和奈特(T.Stanback,Jr, R.V Knight,1979)探讨了高速公路系统、航空运输系统、工业园和购物中心对郊区化的促进作用。帕伦(Palen,1987)和奥沙利文(Osullivan,1993)通过对制造业、人口、零售业和办公业郊区化的分析指出人口的郊区化会刺激商业在郊区的

^① 由上海市商业委员会起草的地方零售业态标准中, 大型超市的业态区位为城郊结合部、交通要道和大型居住区, 不包括市、区商业中心。

布局^[1]。

20 世纪 90 年代末期,我国学者也开始关注这一问题,刘念雄(1998)在研究北京大型商业设施边缘化现象时,指出由于购买力转移、市中心商业设施趋于饱和以及市中心土地使用方面的限制造成北京大型商业设施向三环路沿线及四环路方向拓展,形成新的商业中心^[2]。夏春玉(2000)对 20 世纪 90 年代我国零售业态与分布现状进行分析,预言我国零售业分布将逐渐由城市中心向副中心转移,进而向郊外及农村转移^[3]。易峥(2002)对重庆市零售商业离心化进行了研究,提出重庆的商业离心化虽处于萌芽阶段,但商业离心化势不可挡^[4]。罗彦(2004)对中国城市的商业郊区化进行研究,认为中国目前城市的商业郊区化发展迟缓^[5]。王琳等(2004)以上海市徐汇区为例,分析了我国发达地区大城市商业郊区化过程中表现出来的主要问题:从商业业态、商业开发时序和商业地域结构调整等角度提出了应对城市商业郊区化发展的对策^[6]。高向东(2005)通过上海人口郊区化的研究,指出 20 世纪 90 年代上海商业布局变动与人口分布变化一致^[7]。宁越敏(2005)研究了上海市区商业中心变迁特征,提出由于人口外迁、交通拓展等因素的综合作用,内环线以外地区对商业设施产生了很强的引力,新兴商业中心在此呈扩散式发展^[8]。沈洁等(2006)基于对北京市民购物消费特征的研究,指出北京的中心商业区已经明显受到来自郊区的挑战,居民日常购物空间逐渐从城市中心区向近郊区转移,且伴随着新型业态的发展和小汽车的普及,中心商业区将面临越来越严峻的挑战^[9]。具体到大型超市,2003 年时臻、白光润的研究发现上海的大型超市多建在内外环线间和城郊居民区,并建议大型超市今后可加强对郊区市场的渗入^[10]。史善华(2008)在其硕士论文中指出上海大型超市扎堆分布的主要原因之一是城市郊区化速度的加快^[11]。

上述研究表明,我国大城市的零售业郊区化虽然尚不显著,但已出现了萌芽,大型超市作为零售业态之一,其布局也逐渐由城市中心边缘区向郊区扩散。本文将在这些研究的基础上,通过分析上海大型超市历年来的发展情况,说明上海市零售业郊区化的发展现状及其产生原因。

3 上海大型超市的布局变化

在具体分析之前,首先确立研究的地域范围。根据现行行政区划,将上海市划分为中心城核心区(以下简称核心区)、中心城边缘区(以下简称边缘区)、近郊区及远郊区四个部分。具体而言,核心区包括黄浦、静安、卢湾三区,这三个区全部位于内环线以内,多为解放前建设的老城区;边缘区包括虹口、徐汇、长宁、普陀、闸北、杨浦五区,各区全部或大部分位于内外环线之间,多为解放后建设的城区;近郊区包括浦东、闵行、宝山、嘉定四区;远郊区包括松江、金山、青浦、南汇、奉贤、崇明六个区县。其中,核心区和边缘区合称为中心城区。

3.1 上海人口分布的变化

20 世纪 90 年代,上海进入了人口郊区化的加速阶段(高向东,2005)。根据上海市第四次、第五次人口普查数据及 2005 年 1%人口抽样调查数据显示,1990-2000 年上海人口共增加 321.67 万,但核心区的人口却呈现负增长的趋势,10 年间共减少 69.2 万人,年均增长率为-4%左右,人口密度由 54201 人/km²下降到 40136 人/km²。人口增长速度最快的是近郊区,10 年内共增长 260.2 万人,年均增长 6.45%,尤以宝山、闵行和浦东三区为甚。边缘区的人口增加量仅次于近郊区,达 92.6 万人。虽然每平方公里人口的年均增长速度低于近郊区,但人口密度的增加值却是最高,达 3543 人/km²。远郊区的人口密度也在逐步提到,但速度略缓(表 1)。2000-2005 年,边缘区继核心区后也出现了人口负增长的情况,年平均增长率为-0.75%,人口密度降至 21082 人/km²。近郊区的人口增长势头不减,人口增量约占上海市全部增量的 87%,人口密度的增加值和年均增长速度均为全市最高,分别

为 746 人/km²和 4.71%。同期,远郊区人口的总量和密度较之前一阶段也有了明显的增加,仅次于近郊区(表 2)。

表 1 1990-2005 年上海市人口空间分布变动情况(分区县)

地区	1990-2000 年人口 总量变化 (万人)	1990-2000 年人 口密度变化 (人/km ²)	1990-2000 年 人口密度增 幅(%)	1990-2000 年人 口密度的年均增 长速度(%)
核心区	-69.2	-14065	74.05	-2.59
边缘区	92.6	3543	119.31	1.93
近郊区	260.2	1387	177.92	7.79
远郊区	38.07	85	110.37	1.04

资料来源:李健、宁越敏,1990 年代以来上海人口空间变动与城市空间结构重构,城市规划学刊 2007(2), 20-24

表 2 2000-2005 年上海市总人口空间分布变动情况

区县	2000-2005 年均人口 增长率(%)	2000-2005 年人 口密度变化(人 /平方公里)	区县	2000-2005 年均人口 增长率(%)	2000-2005 年人 口密度变化(人 /平方公里)
全市			近郊区	4.04	746
核心区	-2.96	-6008	浦东新区	3.04	741
黄浦区	-2.35	-5197	闵行区	7.03	1326
卢湾区	-3.87	-7317	宝山区	2.3	518
静安区	-3.16	-5945	嘉定区	4.53	408
边缘区	-0.75	-810	远郊区	2.70	127
虹口区	-1.95	-3437	金山区	0.33	17
徐汇区	-1.44	-1364	松江区	6.78	412
长宁区	-0.94	-844	青浦区	4.43	213
普陀区	1.08	1063	南汇区	2.54	152
闸北区	-0.99	-1319	奉贤区	3.18	154
杨浦区	-0.71	-721	崇明县	-1.53	-45

资料来源:同表 1。

3.2 大型超市的布局变化

1995 年底,法国零售巨头家乐福开设了上海第一家大型超市——家乐福曲阳店,此后易初莲花、乐购等外资大型超市也纷纷涌入上海,上海本地的华联、联华、农工商也开始设立大型超市。根据上海连锁经营研究所发布的《2007 年上海市大型商业发展研究报告》^[12]显示,截止 2007 年底,上海共有大型超市 145 家,而这一数字在 2001 年仅为 41 家。本文选择目前上海全市范围内的所有大型超市作为研究对象,包括华联吉买盛、易初莲花、世纪联华、乐购、农工商、家乐福、好又多、大润发、欧尚、麦德龙、沃尔玛、物美、易买得、文峰、时代、百佳、世纪华联和金叶超市的所有门店。

从图 1 和图 2 可以看出,上海大型超市的发展主要有两个阶段:第一阶段从 1995 年到 2001 年,该阶段大型超市的发展速度比较缓慢,每年新增的门店数不超过 10 家,且主要分布在中心城边缘区(截止 2001 年底,边缘区大型超市的数量约占全市总量的 60%)。第二阶段从 2002 年至今,为高速发展阶段。2002 年~2007 年,每年新增的门店数均超过 12 家,主要分布地点由中心城边缘区变为近郊区。2005 年,近郊区的大型超市数量更是首次超过边缘区,成为大型超市建设的主要地区。与此同时,远郊区的门店数量在该阶段也有了明显的增加,平均每年新增门店 3.4 家。

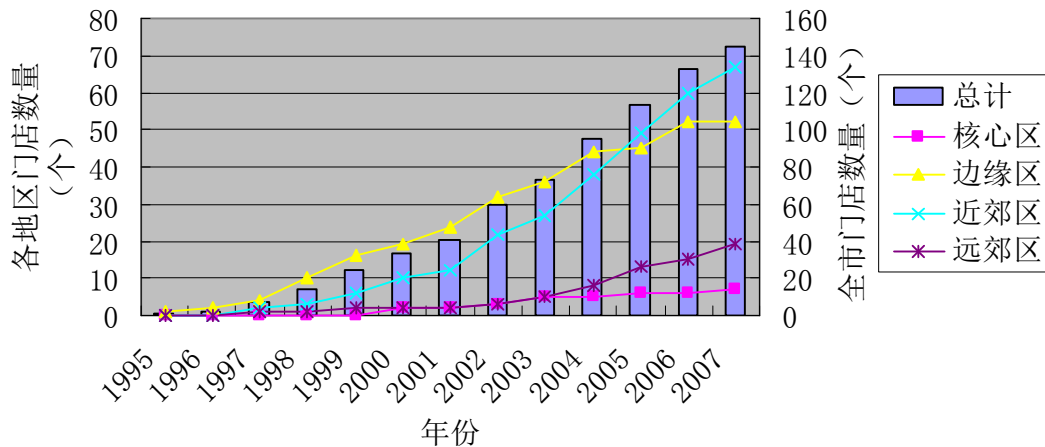


图1 1995-2007年上海大型超市的数量

注:图中数据中不包括开张后又关门的超市门店

资料来源:联商网、上海连锁经营协会网站、各大型超市公司网站(世纪联华超市的资料来自其广告商上海东元文化传播有限公司 <http://product.ebdoor.com/Products/1022118.aspx>)

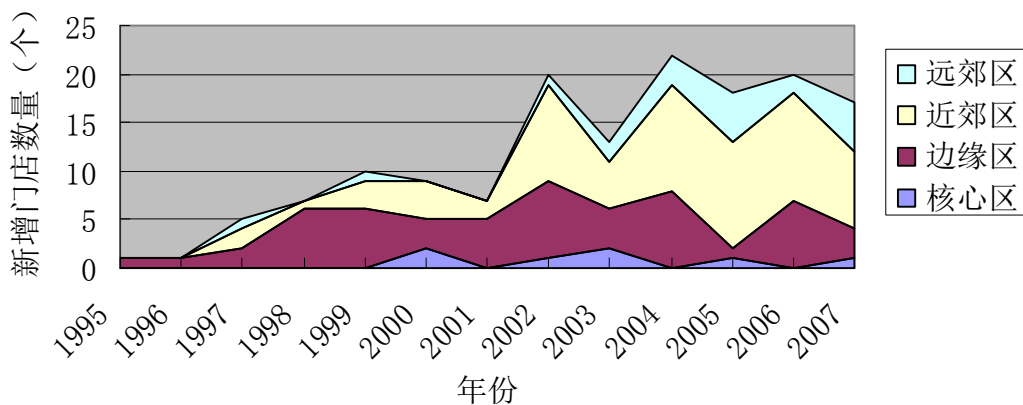


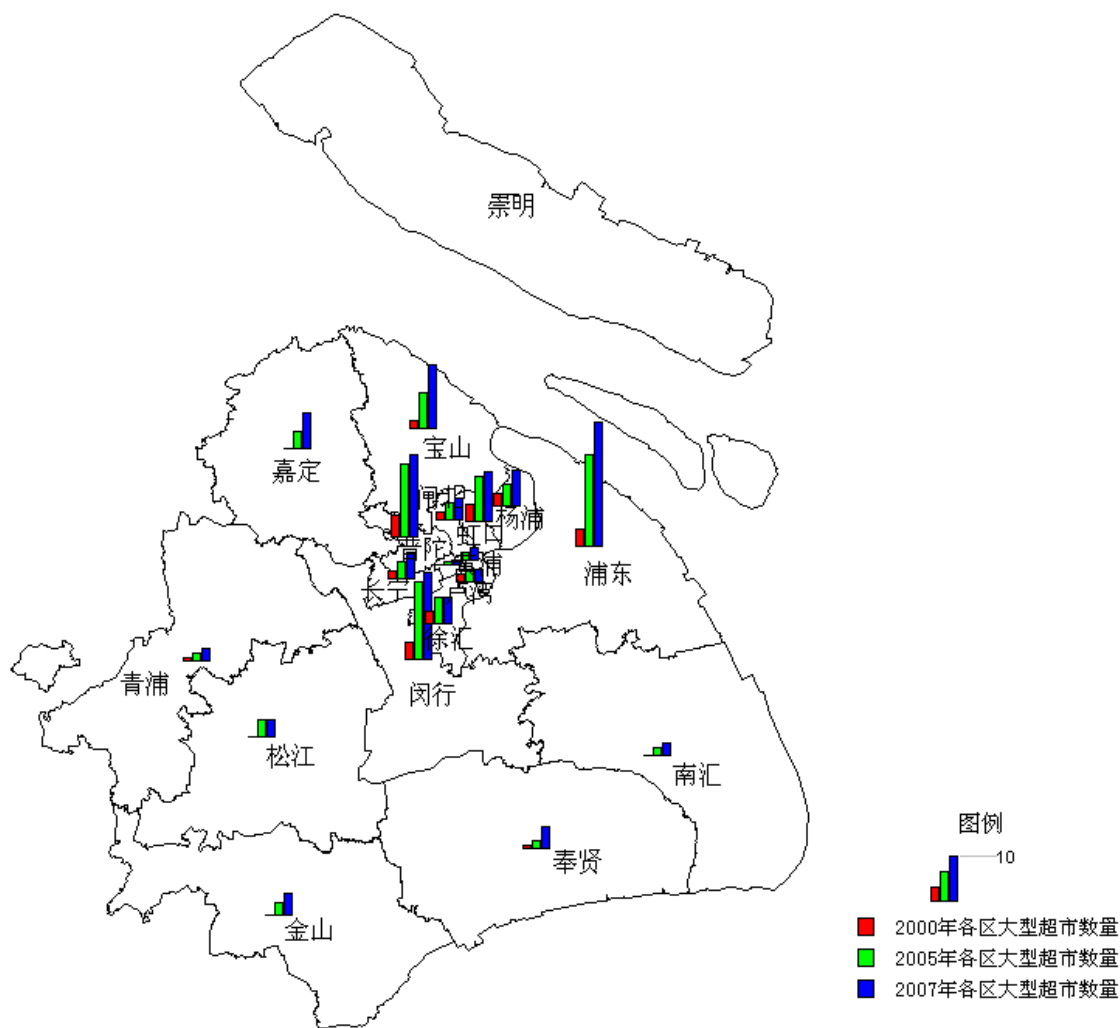
图2 1995-2007年上海大型超市历年新增门店数量

注:图中数据中不包括开张后又关门的超市门店

资料来源:同图 1

3.3 大型超市的布局变化与人口郊区化相一致

从以上的分析中可以看出,上海大型超市的布局变动与人口的分布变化十分相似(图 3)。1990-2000 年,由于房地产开发和办公业的兴盛,边缘区人口增长迅速,虽然增幅小于近郊区,但人口密度的增加值为全市最高,相应的大型超市在这一时期主要集中在边缘区。



注：图中数据中不包括开张后又关门的超市门店

资料来源：同图 1

而在郊区，大型超市则主要布局在人口增长速度最快的宝山、闵行和浦东。2000-2005年，由于城市改造减少了流动人口的生活空间，边缘区的流动人口在5年内减少了29.2万人，原本主要在边缘区活动的流动人口开始向郊区扩散，导致边缘区（除普陀区外）人口的下降，而近郊区作为中心城区的动迁基地和中低价房建设基地最为集中的区域，人口增长迅速，成为中心城区外迁人口的最主要集中地；此外，由于地价因素和政府产业结构调整，远郊区成为工业发展的重地，由此吸引而来的流动人口成为远郊区人口最主要的增量（李健、宁越敏，2007）^[13]。与之相对应的，普陀区成为该阶段边缘区中，新开大型超市数量最多的区，达11家，占全部增量的42.31%。同期，大型超市新增量最多的是近郊区，其中人口密度增加值最高的浦东和闵行成为大型超市新增数量最多的区。在远郊区，大型超市的数量也开始增加，但开设地点基本上都是人口较为稠密的镇，如南汇惠南镇、金山卫镇等。

2006年,上海十一五规划提出建立“1966”的城镇体系^①,按照规划9个新城的总人口为540万左右,其中松江、嘉定和临港新城这3个发展势头强劲的新城按80至100万的人口规模进行规划,总人口在270万左右。同时,上海正在建设轨道交通体系把这些新城和中心城区连接起来,确保新城成为中心城区人口转移和郊区人口集聚的重要空间。因此2005年后,远郊区也开始受到大型超市的青睐。在2006年至今不到3年的时间里,远郊区共新增9家大型超市,占远郊区大型超市总量的41%,其中8家位于除崇明城桥以外的远郊区的新城。而宝山和嘉定这两座新城大型超市的数量增幅则占到了同期全市增量的50%。

综上所述,上海大型超市的布局主要与某一地区的人口密度大小有关,人口郊区化促进了郊区人口的聚集,从而使大型超市跟随人流迁往郊区。

4 上海零售商业的布局变化

表3显示2002-2007年上海中心城区的社会消费品零售额^②的年均增长速度为8.37%,比1995-2002年的年均增长速度降低3.35个百分点,而在郊区,前者比后者增加了2.8个百分点。从表4中可以看出,在大型超市发展的第二阶段中,郊区的社会消费品零售额的增幅最大,其中近郊区的增幅为224.25%,远郊区为242.81%,而核心区只有152.01%,边缘区为135.89%。

表3^③ 1995-2007年上海各地区单位面积社会消费品零售总额^④

(单位:万元/平方公里)

地区	1995	2002	2007	1995-2002年的年均增长速度	2002-2007年的年均增长速度
中心城区	25241.36	45942.51	65179.66	11.72%	8.37%
郊区	567.60	1444.54	3241.13	22.07%	24.87%
近郊区	1184.18	3009.61	6749.17	22.02%	24.85%
远郊区	311.83	798.27	1938.30	22.28%	28.56%

资料来源:上海统计年鉴(1996年、2003年、2008年)、浦东新区统计年鉴(2006年)、上海工业商业年鉴(2003年、2008年)、南汇统计年鉴(1996年、2003年、2008年)

从上述数据中可以看出,上海零售业的空间发展的趋势与大型超市的十分相似,大型超市在郊区快速发展的阶段也恰恰是整个零售商业在郊区的发展速度超越中心城区的时期。1995年以来上海郊区的零售业发展迅速,但与此同时中心城区的零售业并未因此而出现衰退,单位面积产出效能仍然大大领先于郊区,只是发展速度落后于郊区。因此,目前上海零

^① “1966”城镇体系是指建设一个中心城、9个新城、60个左右新市镇、600个左右中心村。9个新城指宝山、嘉定、青浦、松江、闵行、奉贤南桥、金山、临港新城和崇明城桥。

^② 国家统计局制度规定,社会消费品零售总额反映了各种商品流通渠道向居民和社会集团供应生活消费品,以满足他们生活需要的状况,是研究人民生活、社会消费品购买力等问题的重要指标。因此选择该指标作为说明上海各区县的零售业发展情况是比较合适的。

^③ 由于目前已出版的统计年鉴中,缺乏2002年以前的上海中心城区每个区的社会消费品零售总额的数据,所以表1中将中心城区作为一个整体加以说明。

^④ 由于现阶段零售业的扩展一般依靠网点数量的增加,故受到土地的限制,而上海郊区的土地面积比中心城区的要大的,前者约是后者的四倍左右,因此为避免土地因素造成的数据对比上的差异,表1、表2选择了单位面积数据来说明上海自1995年以来的社会消费品零售总额的情况。

售业的郊区化发展可以说仍处于萌芽阶段。

表 4 2002 年、2007 年的上海各地区单位面积零售额

(单位:万元/平方公里)

地区	2002	2007	2002-2007 年的增 长幅度	2002-2007 年的年 均增长速度
总计	3475.78	6068.59	174.60%	14.92%
核心区	175722.93	267122.51	152.01%	10.40%
边缘区	31999.16	43483.32	135.89%	7.18%
近郊区	3009.61	6749.17	224.25%	24.85%
远郊区	798.27	1938.30	242.81%	28.56%

资料来源:同表 3

5 形成上海零售业郊区化发展的主要原因

5.1 土地使用制度、住房制度改革及城市产业结构所引起的人口郊区化

之前的分析可以看出,人口郊区化是造成零售业郊区化布局的重要原因。深入探索上海人口郊区化的根源主要是因为土地、住房制度的改革和上海产业结构的调整所造成的。改革开放以前,在计划经济体制下,政府取消了土地市场和房产市场,主要采取行政划拨的方法无偿分配给用地单位使用,造成土地利用的低效率。1987 年起随着外资的进入,中国逐步确立了城市土地有偿使用制度。该制度的实施使得地租规律和市场机制在土地利用中发挥作用,使低收益的产业逐步从中心城区转移至地租相对较低的郊区,使高收益的产业逐步向地租较高的中心城区集聚。与此同时,上海市政府提出“退二进三”,重点发展第三产业,进一步促进了工业向郊区的转移,并由此带来工业企业员工迁往郊区居住。1992 年起由于土地大量批租,中心城区开始建设与高地价相适应的办公楼宇和高标准住宅。再加上配合市政工程建设所需的拆迁,使得核心区内原有的居民不得不迁居至边缘区或近郊区。1994 年政府开始推行住宅私有化,福利分房的取消增加了人们对自有住宅的需求,进一步促使人们迁往房价相对较低的郊区(宁越敏、邓永成,1996^[14])。人口在地域上呈现出的这种郊区化的分布态势客观上对商业资源的配置提出了新的要求:付租能力较强的商业设施,如目标客户为全市居民乃至来沪游客的大型百货公司和专业特色商店为了保证客流,仍将驻扎在交通较为便利的核心区。而对于像大型超市这样的付租能力不强,且以周边居民为主要服务对象、以销售日用商品为主的零售业态则会跟随土地价格的变化和居民的迁移向郊区扩散。因此主要由百货公司、专业特色商店组成的商业等级较高的商业中心仍主要集中在中心城区,而由日用品销售为主的零售业态,如超市、大型超市构成的商业等级较低的商业点则会迁往郊区。2004 年上海经济年鉴上的数据也说明了这一点,2004 年上海共有市级商业区 8 个、商业专业特色街 5 个以及区级商业区 45 个,其中 5 个市级商业区、15 个区级商业区以及所有的商业专业特色街均位于核心区,只有 1 个市级商业区和 11 个区级商业区位于近郊区。可见目前上海近郊区仍以日用商品零售为主。因此我们可以判断,目前随着人口郊区化而向郊区转移的零售业态主要是大型超市这类的日用商品销售业态。

5.2 居民出行方式

在美国随着人口及产业郊区化的逐步深入,郊区零售业发展迅速。但美国郊区的零售业并没有采用传统的商业街等布局模式。由于郊区人口密度低,消费者多自驾汽车购物,加上

地价格便宜,美国郊区的零售业以占地面积很大的购物中心(Shopping Mall)为主^[15]。这类购物中心兼具购物和休闲娱乐的功能,且连接高速公路,附带大量停车位,非常符合美国人的出行方式,因而能够吸引到周边乃至全市的居民,加速了零售业的郊区化。

与美国的城市相比,上海的私人汽车拥有量还很小,人们出行主要依赖于公共交通。根据2004年上海市第三次综合交通调查表明:步行、自行车、公共汽(电)车是上海居民出行的主要方式,占上海常住人口出行方式的70%。这样的出行方式一方面进一步促进了上海中心城区,尤其是核心区的商业建设,另一方面阻碍了零售业向郊区的扩张。上海目前63%的市级商业区集中在核心区。核心区建设于解放前,商业历史悠久,公共交通发达,是传统的商业区或商业、居住混合区^[16]。方便的公共交通和商业区内“一站式”购物消费体验使核心区的零售网点不仅能够吸引全市的居民,还能吸引来沪的游客,促使有资本实力的商家纷纷在该区域落脚。另一方面,在目前上海郊区的公共交通设施尚不完善的情况下,这种出行方式使得现阶段上海郊区零售业的主要客源为周边居民或中心城区少量的有车一族,阻碍了近郊区较高级别商业中心的建设,造成大型超市成为郊区社区商业的中心商业设施。虽然2004年后百联集团下属的百联购物中心、奥特莱斯以及欧洲的狐狸城等大型购物中心纷纷落户上海郊区,但需要注意的是它们依然离不开公共交通的支持,除了接近高速公路以外,每一家周边都至少有5条公交线路或1个轨道交通站点,此外还自设班车接送消费者。由此可见,由于上海城市居民的出行方式区别于美国的自驾车出行方式,因此上海零售业郊区化的进一步发展还需通过公共交通由中心城区向郊区的延伸来实现。

5.3 消费者的购物行为

耶茨(M. Yeates)和加纳(B. Garner)认为消费者购物有三种方式:(1)单一目的的购物出行,指为取得一种货物或服务到达一家商店的购物行为;(2)多目的购物出行,指为购买多种货物而到达几家商店或几个商业中心的购物行为;(3)联合目的的购物出行,指购物并结合其它目的的出行,如上下班途中的购物,娱乐时的购物等。消费者的购物行为会对不同零售业态的分布产生影响。上海市民比较注重距离、价格和商品质量,其中距离,即购物的便利性为首要考虑因素^[17]。上海居民目前出行方式中频率最高的是单一目的的购物出行和联合目的的购物出行,主要的消费场所是住宅区周边及上下班途中的普通超市,出行方式以步行、自行车、助动车等为主。接下来是多目的购物出行,消费场所是商品种类较齐全的大型超市、百货店及大型购物中心。倚仗“一站式”的购物便利、价格优势、班车服务和接近居民区的地理条件,大型超市是多目的购物出行的消费者购物频率最高的场所,出行方式以自行车和公交车(短途)为主,百货店及大型购物中心购物的频率最低,出行方式以轨道交通和公交车为主^[18]。这样的购物行为习惯促使零售商在住宅用地较多的郊区开设服务周边的普通超市、大型超市以及服务本区的百货店,这在一定程度上促进了零售业向郊区的扩散。

6 结论

20世纪90年代以来,随着土地使用制度、住房制度的改革和上海产业结构的调整,上海的人口由中心城区逐步向郊区转移。人口郊区化促进了郊区人口的聚集,提高了郊区各县人口密度,使以日用品销售为主的零售业态,如大型超市出现明显的郊区化倾向。但市区级商业中心仍然主要聚集在中心城区,这一方面缘于中心城区尤其是核心城区商业发展起步较早、人口流动量及人口密度较大;另一方面也受到了消费者出行方式和购物行为的影响。因此虽然郊区,尤其是近郊区随着人口郊区化成为零售业发展最快的地区,但是中心城区的零售业总体来依然保持着良好的增长势头,并未出现明显的衰退。综上所述,目前上海零售业郊区化尚处于萌芽阶段,但随着私人汽车拥有量的增多,轨道交通向近郊区乃至远郊区的进一步延伸,相信上海的零售业郊区化将日趋明显。

参考文献

- [1] 周一星、孟延春. 北京的郊区化及其对策 [M]. 科学出版社, 2000:4-7
- [2] 刘念雄. 北京城市大型商业设施边缘化的思考 [J]. 规划研究, 2000 (4):39-40
- [3] 夏春玉. 关于我国零售业态与立地发展趋势的研究 [J]. 中国流通经济, 2000 (5):23-25
- [4] 易崢、况光贤. 90年代重庆零售商业离心化研究 [J]. 人文地理, 2002, (12):53-57
- [5] 罗彦、周春山. 中国城市的商业郊区化及研究迟缓发展探讨 [J]. 人文地理, 2004, (12):39-43
- [6] 王琳、白光润、曹嵘. 大城市商业郊区化的问题及调控—以上海市徐汇区为例 [J]. 城市问题, 2004 (3):26-30
- [7] 高向东. 大城市人口分布变动与郊区化研究——以上海为例 [M]. 复旦大学出版社, 2003:247-248
- [8] 宁越敏、黄胜利. 上海市区商业中心的等级体系及其变迁特征 [J]. 地域研究与开发, 2005 (4):15-19
- [9] 沈洁、柴彦威. 郊区化背景下北京市民城市中心商业区的利用特征 [J]. 人文地理, 2006 (5):113-116
- [10] 时臻、白光润. 浅析上海市大卖场的空间区位选择 [J]. 人文地理, 2003 (8):89-92
- [11] 史善华. 上海大型超市扎堆的空间分析与政治策略 [J]. 上海师范大学, 2008
- [12] 顾建国. 2007年上海市大型商业发展研究报告 [E].
<http://www.topretailing.com/onews-49683.html>
- [13] 李健、宁越敏. 1990年代以来上海人口空间变动与城市空间结构重构 [J]. 城市规划学刊, 2007 (2):20-24
- [14] 宁越敏、邓永成. 上海城市郊区化研究 [A]. 李思名, 邓永成, 等. 中国区域经济发展面面观 [C]. .. 台湾:国立台湾大学人口研究中心出版, 1996. 129-154
- [15] 徐学强、周一星、宁越敏, 城市地理学 [M]. 高等教育出版社, 1997:79-80
- [16] 宁越敏. 上海市区商业中心区位的探讨 [J]. 地理学报, 1984 (2):163-172
- [17] 李昌霞、柴彦威. 改革开放后上海市民消费方式的变化及其空间扩展 [J]. 经济地理, 2005 (7):528-531
- [18] 蒋海兵. 上海市中心城区零售业态空间结构研究, 上海师范大学, 2006
- [19] 联商网. <http://www.linkshop.com.cn/index.htm>
- [20] 上海连锁经营协会. <http://www.scea.org.cn>

A Study on the Retail Commercial Suburbanization in Shanghai: from the Angle of Hypermarket

Qian Xue-min

(The Center for Modern Chinese City Studies, East China Normal University, Shanghai 200062, China)

Abstract: According to four phases of suburbanization in the developed countries which first presented by Palen in 1987, retail commerce will gradually sprawl from the central districts to the suburb with the suburbanization of population and industry. Shanghai has experienced an accelerating phase of

suburbanization of population since 1990s, and this redistribution of population results in higher growth rate of retail commerce in suburban areas in Shanghai. The article analyzes the changes of spatial distribution of hypermarket in Shanghai from the middle of 1990s so as to explain the pattern of the retail commercial suburbanization of Shanghai and its influence factors.

Key words: Suburbanization; Retail Commerce; Hypermarket

收稿日期:2008-11-13;

基金项目:国家自然科学基金项目(40671060)资助, [Foundation: National Natural Science Foundation of China, No. 40671060]。

作者简介:钱学敏(1983-), 女(汉族), 上海人, 华东师范大学中国现代城市研究中心硕士