



地理学报 2008年第63卷第4期

广州市消费者行为与商业业态空间及居住空间分析

作者: 周素红 林 耿

商业业态空间和居住空间是城市空间结构研究中的两个重要领域,通过分析居民微观行为解释实体空间是近年来城市商业业态空间和居住空间研究领域中被越来越多使用的研究方法。以联系商业业态空间与居住空间的纽带—消费者行为作为切入点,选择广州市8个街区的1428位居民为调查对象,研究二者的特征及关系。通过典型街区的问卷调查分析表明:①居民购物出行方式选择、出行距离和多目的出行与所处街区的类型、区位、周边服务配套和城市商业业态空间等存在密切的关系。②商业空间的等级体系清晰存在,老城区传统商业中心仍存在较强的吸引力;20世纪80年代以后形成的新商业中心区次之,二者在吸引人群的类型上存在差异;次一级商业中心区和日常生活服务配套区在为居民提供日常消费服务方面扮演着重要的角色。③城市新商业中心和外围商业次中心的在服务能力 and 提供的业态类型上还存在不足,使其服务供给与周边居民的购物需求之间存在某种程度的不匹配,引发对老城区的过度依赖。④外围商品房小区和政府规划建设经济适用房小区周边的商业配套不足,增加了居民日常生活成本。通过对居民出行空间的分析,可以从另一侧面剖析城市的空间结构及其发展演变的动力机制。

[全文下载](#)

关键词: