



商圈时空动态性研究

(湖南商学院 经济学系, 湖南 长沙 410000)

A Time and Space Dynamic Research of Trade Area

(Department of Economics, Hunan Business College, Changsha, Hunan 410205, China)

- 摘要
- 参考文献
- 相关文章

全文: PDF (350 KB) HTML (1 KB) 输出: BibTeX | EndNote (RIS) 背景资料

摘要 传统商圈理论对于研究商业企业,特别是研究零售商业企业销售辐射范围是一种有效的工具。随着社会主义市场经济的发展,商圈的概念不应只是服务于单个零售企业,而应该看成一定空间商业企业的集聚,随着集聚产生了商圈内和商圈间的相互竞争,并对商圈时间动态性和空间动态性产生了深刻影响。商圈不仅随着经济周期、季节和生命周期等时间因素发生变化,而且随着各种外部和内部空间因素发生动态变化。

关键词: 商圈 时间动态性 空间动态性

Abstract: Traditional trade area theory is an effective tool to study business enterprises, especially to study the coverage of retail enterprises. With the development of socialist market economy, however, the concept of trade area should not be applied only to sever the single retail enterprise; it should be regarded as the gathering of enterprises within certain space. With the gathering occurs competition within trade area and among trade areas, which deeply influences the time and space dynamicity within the trade area. Trade area not only changes with economic periods, seasons and life cycles, but also changes dynamically with various inner and outer spatial factors.

Key words: trade area time dynamicity spatial dynamicity

基金资助:

湖南省科技厅课题《中小城市商贸网点布局中的商圈技术方法研究》(课题编号: 04ZH3071)和湖南省教育厅课题《中部地区城市商贸网点布局商圈模型研究》阶段性成果之一

作者简介: 唐红涛(1977-),湖南衡阳人,湖南商学院经济学系教师,中南大学商学院博士研究生。

引用本文:

唐红涛. 商圈时空动态性研究[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2007, 28(1): 105-109.

TANG Hong-Tao. A Time and Space Dynamic Research of Trade Area[J]. Journal of Jishou University (Social Sciences), 2007, 28(1): 105-109.

[1] 吴小丁. 哈夫模型与城市商圈结构分析方法[J]. 财贸经济, 2001, (3).

[2] 徐丽娟, 孟岳松. 商圈演变与商店发展[J]. 中国流通经济, 1999, (3).

[3] 杨丽君, 朱华岚, 吴健平. 基于GIS的零售业商圈分析[J]. 遥感技术与应用, 2003, (3).

[4] 张荣齐, 白人朴, 张荣耀. 商圈分析与网点布局[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2001, (3).

[5] 洪涛. 现代商圈及其动态发展——兼论北京南城商圈及其定位[J]. 商业时代(理论版), 2002, (12).

[6] Babin, Barry J., James S. Boles and Laurie Babin. The Development of Spatial Theory in Retailing and Its Contribution To Marketing Thought

服务

- ▶ 把本文推荐给朋友
- ▶ 加入我的书架
- ▶ 加入引用管理器
- ▶ E-mail Alert
- ▶ RSS

作者相关文章

- ▶ 唐红涛

and Marketing Science[]. Journal of Marketing Research,1992.

- [7] Beaumont,J.R.GIS and Market Analysis[A]. in McGuire,D.J.,Goodchild M.F.and Rhind D.W.(eds.) Geographical Information System: Principles and Applications[C]. London: Longman,pp.139-151,1991.
- [8] Berman,B.,Joel R.Evans.Retail Management[M]. Prentice Hall Inc.New York,1996.
- [9] Ghosh,A.and Sara I.Mclafferty: Location Strategies for Retail and Service Firms[],Lexington,Mass: D.C.Heath and Co.1987.
- [10] Heit,M.and A shortreid.GIS Application in Natural Resources[M]. GIS World,1990.
- [11] Istek,I.C.Spatial Dynamics of Marketplaces[J]. CSIS Discussion Paper No.60,1999,6
- [12] Kemming,H.Raumwirtschaftstheoretische Gravitation[M]. Berlin,1980.

没有找到本文相关文献

版权所有 © 2012《吉首大学学报（社会科学版）》编辑部

通讯地址：湖南省吉首市人民南路120号《吉首大学学报》编辑部 邮编：416000

电话传真：0743-8563684 E-mail: jsdxxb@qq.com 办公QQ: 44134225

本系统由北京玛格泰克科技发展有限公司设计开发 技术支持：support@magtech.com.cn