

集贸市场空间分布的影响因素分析——以长春市朝阳区为例

梁育填, 张义丰, 王鹏飞, 黄善林, 张锐锐 (1. 首都师范大学资源环境与旅游学院, 北京 100037; 2. 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101; 3. 华中科技大学土地管理系, 湖北武汉 430074; 4. 吉林大学地球科学院, 吉林长春 130061)

摘要 通过对长春市朝阳区集贸市场的实地调研, 分析研究影响集贸市场空间分布的因素, 主要包括: 人口分布因素、空间的接近性、竞争因素、经营者的素质和政策因素。通过对朝阳区8个街道的集贸市场进行实证分析, 得出集贸市场可分成3种类型: 商业圈型集贸市场、市区型集贸市场和郊区型集贸市场, 并分析其空间分布特征及演变趋势。

关键词 集贸市场; 空间分布; 影响因素; 长春市朝阳区

中图分类号 F292 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2007)31-10104-03

Analysis on the Affecting Factors of the Spatial Distribution of Terminal Markets

LIANG Yu-tian et al (College of Resources Environment & Tourism, Capital Normal University, Beijing 100037)

Abstract The factors of affecting the spatial distribution of terminal markets were analyzed and studied through the on-the-spot investigation on the terminal markets in Chaoyang district of Changchun city. They mainly included population distribution, spatial proximity, competition, diathesis of operators and policy. Through the demonstration analysis on the terminal markets of 8 streets of Chaoyang district, it was concluded that the terminal markets could be classified into 3 types of commercial circles type of terminal market, urban type of terminal market and suburban type of terminal market, and their spatial distribution characters and evolution trends were analyzed.

Key words Terminal market; Spatial distribution; Affecting factors; Chaoyang district of Changchun city

集贸市场与居民日常生活紧密相关, 是必备的公共设施, 它的布局合理与否, 一方面关系到居民购物的方便与否, 另一方面也关系到经营者的获利, 从而影响到城市商业网点的运作与布局。集贸市场的空间布局, 不仅具有地理特征, 而且具有社会经济特征和消费者的社会心理特征^[1]。因此, 分析影响集贸市场的空间布局的因素, 对集贸市场合理布局具有重要的意义。鉴此, 笔者通过对长春市朝阳区集贸市场的空间分布的研究, 揭示集贸市场空间分布的影响因素及其演变趋势。

1 研究范围及方法

1.1 研究区选择 研究选取长春市朝阳区作为实例进行研究的出发点: 一是朝阳区是长春市政治经济与科技文化商贸中心, 商贸流通发达, 基础设施完善, 工业基础雄厚, 基本可以代表城市市区的状况; 二是朝阳区的基本形状为长条形, 横跨长春市中心区、市区、郊区, 其区域范围内集贸市场的规模及种类齐全, 具有一定的代表性; 三是与其他的区相比, 在收集朝阳区的集贸市场的数据方面比较容易。具体研究区域为: 东起人民大街, 西至中长铁路, 南起卫星路、靖宇路、飞跃路, 北至新发路、北安路(图1)。

1.2 研究方法 集贸市场的空间布局, 既要考虑到地理特征, 又要考虑社会经济特征和消费者的社会心理特征。因此, 采取调查问卷法、访谈法及实地调研法, 归纳总结集贸市场空间分布的影响因素并分析其演变趋势。

2 长春市朝阳区集贸市场空间分布及特征

2.1 空间分布状况 集贸市场的布局特征类似于零售业, 尽量接近消费者^[2], 长春市区以居住、工业为主体功能, 并围绕城市呈明显的环状分布^[3], 研究将朝阳区分为3个圈层: 解放大路以北, 长春站以南, 中长铁路以东, 人民大街以西的区域为第1圈层; 解放大路以南, 南湖大路以北, 中长铁路以东, 人民大街以西的区域为第2圈层; 南湖大路以南, 卫星路、飞跃路、靖宇路以北, 人民大街以西, 中长铁路以东的市区边缘为第3圈层(表1)。第1圈层内, 分布7个集贸市场, 占全区的28%; 第2圈层内, 分布12个综合集贸市场, 占全区的48%; 第3圈层内, 分布6个综合集贸市场,

占全区的24%。

表1 2005年长春市朝阳区各圈层所属街道的集贸市场

商业圈	街道	集贸市场
第1圈层	重庆街道	1. 锦华副食商城(1997), 2. 新华副食(2001), 3. 重庆农贸综合市场(2000)
	清和街道	4. 建设菜市场(1994), 5. 西朝阳综合市场(1996), 6. 西中华农贸综合市场(2001), 7. 财源综合市场(2001)
	永昌街道	8. 永昌综合市场(1997), 9. 百汇综合市场(2000), 10. 新疆街综合市场(2003)
第2圈层	红旗街道	11. 红旗商城(1998)
	桂林街道	12. 桂林市场(1991), 13. 滨湖综合市场(2000), 14. 兴海综合农贸市场(2002)
	湖西街道	15. 松辉市场(1997), 16. 湖西路市场(2001), 17. 祥和综合市场(2002)
		18. 鑫城农贸市场(2002), 19. 巾开运综合市场(2003)
第3圈层	南湖街道	20. 湖波路综合市场(1998), 21. 大通花园综合市场(2000), 22. 南湖佳庆农贸市场(2001), 23. 南湖农贸市场(2002)
	南站街道	24. 华宇综合市场(2002), 25. 孟家农贸市场(2000)

注: 资料来源于2005年朝阳区政府市场办的统计资料以及实际调研, 括号内为集贸市场建设时间。

2.2 集贸市场的空间分布特征 根据2005年长春市朝阳区政府市场办的统计资料以及实际调研。纵观其布局情况, 可以概括出其分布的主要特征: 集贸市场集中分布于市区中心, 市场密度从市区中心向边缘区逐渐变小; 集贸市场多分布在居民区中, 多分布在交通便捷的街道区和交叉路口附近; 新老市场并存, 老市场(20世纪90年代建成)数量少, 共有8个, 占全部市场的32%, 新市场数量多, 共有17个, 占全部市场的68%。

3 集贸市场空间分布的影响因素

3.1 人口分布因素 集贸市场的区位最大特点是消费者指向, 其布局的前提条件是必须满足最小限度消费者的范围, 即需求门槛。换言之, 集贸市场的布局与人口分布息息相关^[4]。一般来说, 人口数量多, 人口密度大, 需要消费的商品数量就越多, 市场分布密度也越大。从朝阳区集贸市场的人口密度和市场密度可以看出两者呈现正相关关系, 第1圈层人口密度为34 021人/km², 市场密度为1.82个/km²; 第2圈层人口密度为33 809人/km², 市场密度为1.12个/km²; 第3圈层人口密度为14 628人/km², 市场密度为0.83个/km²(表2)。

作者简介 梁育填(1982-), 男, 广东揭阳人, 硕士研究生, 研究方向: 区域规划与乡村产业规划。

收稿日期 2007-05-10

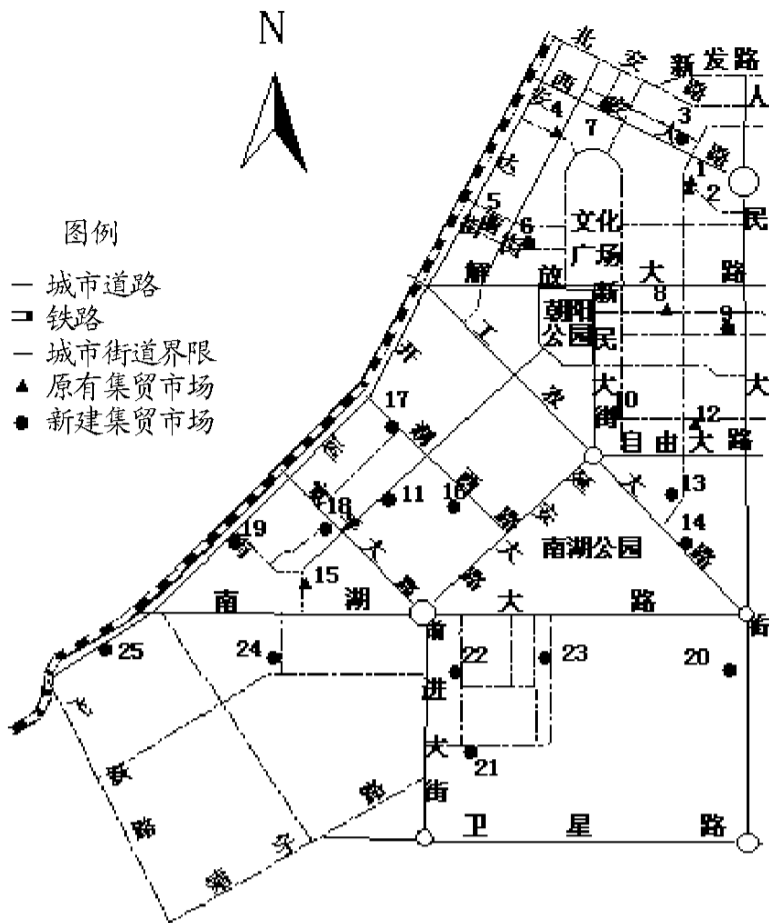


图1 2005年长春市朝阳区集贸市场空间分布

表2 2005年朝阳区各圈层集贸市场分布与人口分布状况

圈层项目	面积 km ²	市场个数	人口数 人	人口密度 人/km ²	市场密度 个/km ²
第1圈层	3.84	7	130 641	34 021	1.82
第2圈层	10.65	12	360 073	33 809	1.12
第3圈层	7.26	6	106 206	14 628	0.83
合计	21.75	25	596 920	27 444	1.15

注: 数据来源于长春市统计年鉴及朝阳区各街道提供数据整理。

3.2 空间的接近性 空间的接近性一般指购物距离和交通可达性。消费者克服空间距离的作用所要付出的空间费用或时间费用是决定消费者选择集贸市场的重要因素之一。一般随着距购物中心地距离的增加,在该中心地购买的人数会剧减,特别是消费者日常生活用品表现的更加明显^[4]。通过对长春市消费者购物距离与交通方式情况的抽样调查(表3)以及长春市吸引消费者购买理由(表4),可以看出,以“距离住宅近”作为到集贸市场购物理由的,占调查总人数的40.6%,居各种理由的第1位,77.9%的消费者的购物距离是1 000 m以下,有约9%的消费者到2 000 m以上的集贸市场购物;以“交通方便”为理由的,占5.7%,居第5位,其中,步行占79.4%,骑车占11.4%,坐车或开车仅占7.4%。

表3 2005年长春市消费者购物距离及交通情况调查

分类	距离 m	调查人数 人	占比例 %
购物距离	500 以下	126	51.4
	500 ~1 000	65	26.5
	1 000 ~2 000	32	13.1
	2 000 以上	22	9.0
交通方式	步行	200	79.4
	骑自行车	28	11.4
	乘公交或开车	24	7.4

3.3 竞争因素 零售企业的区位选择与其在同一地域经营同种类型的零售企业数量和竞争能力有密切的关系^[5]。区位间的空间竞争,如果属于同业间的竞争,可能会出现两

表4 2005年长春市吸引消费者购买理由

购买理由	调查人数 人	占比例 %	排序
距离住宅近	142	40.6	1
品种齐全	60	17.1	2
价格便宜	53	15.1	3
讲究信誉,保证质量	33	9.4	4
交通方便	20	5.7	5
服务态度好	20	5.7	5
购物环境好	12	3.4	6
其他	10	2.9	7

种趋势,一是相互排斥趋于分散;二是在竞争中产生联合。对于消费者来说,前者有利于其购买较为廉价的商品,而不利于企业经营;相反,后者有利于企业而不利于消费者。如果属于不同业种的竞争,由于彼此存在着互相互补关系,对于多数的消费者是最佳的购物空间选择。同行业的竞争,由于销售领域的争夺,使市场分流,选址不当、经营不善的集贸市场势必要倒闭。如文化庭院市场的建设就存在这个问题,在方圆不到500 m内有西中华综合集贸市场和西朝阳综合集贸市场,前者在竞争中处于劣势,最后在开业不到1年就倒闭了。通过对长春市消费者在集贸市场选购商品抽样调查结果显示,主要商品是农副产品,占81.1%,其次是日常用品,占9.9%,服装及其他分别占4.4%、4.6%,所以农副产品是集贸市场最主要的商品。当前,在农副产品方面,对集贸市场产生冲击的零售业主要有超市和路边小摊。通过对长春市消费者选择农副产品的偏好抽样调查,结果显示,有55.7%消费者选择到集贸市场购买,38.0%的消费者选择超市,还有6.3%的消费者会在路边小摊即“马路市场”购买(表5)。

表5 2005年长春市消费者选择商品的调查

分类	项目	调查人数 人	占比例 %
商品	农副产品	206	81.1
	日常用品	25	9.9
	服装	11	4.4
	其他	12	4.6
市场	集贸市场	142	55.7
	超市	97	38.0
	路边摊	16	6.3

3.4 管理者的素质 行为区位理论中,史密斯的收益性空间界限分析认为:“企业家的经营手段不同可造成区位模型的变化。假如企业家的经营能力和水平高,总费用就会降低,否则上升^[6]。管理者如果能够对外把握住市场的变化,因势利导,做出相应的决策;对内懂得管理艺术,使市场的商贩全身心投入,以顾客为本。这样集贸市场就能够很好经营。如巾开运综合市场是2003年在市妇联、区政府的支持下开业的,开始与附近的其他集贸市场相比并无优势。但由于宣传做得好,管理者管理水平比较高,使得市场内各个摊主把市场当成自己的家,专心经营。现在该集贸市场已经成为该区域非常繁华的集贸市场。

3.5 政策因素 行政管理体制和国家政策、法令对集贸市场的布局也有不可忽视的影响。国务院颁发的《城乡集市贸易管理办法》,规定了城乡集贸市场贸易行政管理部门是工商行政管理机关,但工商行政管理机关必须与其他有关部门密切配合才能搞好集贸市场的建设。20世纪90年代,长春市“马路市场”非常发达,集贸市场趋于无管制的盲目发展,“马路市场”的大量存在与长春市作为省会城市的地位不相符,而且容易造成交通堵塞,影响市容。1997年长春

市政府提出“退路入市”的政策,强行拆除“马路市场”,鼓励室内综合集贸市场的建设。在2000年前后新建的室内综合集贸市场,由于盲目投资以及管理不严等种种客观和主观因素,有不少集贸市场倒闭。现在朝阳区25家综合集贸市场中,有17家是2000年以后建成的。通过与各个集贸市场的经理面谈,多数经理认为长春市集贸市场建设大部分没有纳入城乡建设规划,现行集贸市场的法律法规还不完善。因此,长春市集贸市场的布局涉及到城市规划、城建、交通、环卫以及商业等部门,这些部门的决策和法令在一定程度上影响着集贸市场的布局。

4 长春市朝阳区集贸市场空间分布的演变分析

4.1 分类及其特点 根据上述因素对集贸市场空间分布的影响,将3个圈层的8个街道办事处25个集贸市场分成3种类型:

商业圈型集贸市场。主要分布于重庆街道、红旗街道和桂林街道,包括重庆农贸综合市场、红旗商城、桂林市场3个集贸市场。其主要特点是处于商业圈、人口密度大(主要是流动人口)、市场的服务范围大,市场周围的商业繁华度比较高、市场的经济密度比较高,主要竞争对手是大型的超市以及购物中心。

市区型集贸市场。主要分布于清和街道、永昌街道和湖西街道,包括锦华副食商城、新华副食、建设菜市场、西朝阳综合市场、西中华农贸综合市场、财源综合市场、永昌综合市场、百汇综合市场、新疆街综合市场、湖滨综合市场、松辉市场、湖西路市场、祥和综合市场、鑫城农贸市场、巾开运综合市场和大通花园综合市场16个集贸市场。其主要特点是处于人口密度饱和的居民区中,主要顾客是常住居民,顾客主要是工薪阶层,主要竞争对手是超市和马路市场。

郊区型集贸市场。主要分布于南湖街道和南站街道,包括兴海综合农贸市场、湖波路综合市场、南湖佳庆农贸市场、南湖农贸市场、孟家农贸市场和华宇综合市场6个市场。其主要特点是处于人口密度未饱和的新建居民区中、需求门槛比较低,主要顾客是常住居民;顾客主要是新建小区购房者和当地居民,主要竞争对手是马路市场(图2)。

4.2 不同类型集贸市场的演变

3类集贸市场可以看作集贸市场不同阶段的不同发育状态,它们不是一成不变的,而是随着城市的演变发生变化。一是商业圈型集贸市场属于最高级的集贸市场,它具备集贸市场发展的各个有利条件,其规模大、数量少,所处区位是最繁华的商业圈,然而,它的服务功能被大型超市、购物中心所覆盖。此外由于超市和购物中心保证质量、讲究信誉、有良好的购物环境和优质的服务,因此,商业圈型集贸市场将向超市化方向发展。二是市区型集贸市场是典型、就近消费集贸市场,因其规模与附近居民人口密度相适应,数量与该区域所需相协调,布局与居民区临街交通比较方便的地段。所以,市区型集贸市场将处于长期动态平衡发展过程。三是郊区型集贸市场是处于发育过程中的集贸市场,由于新建居民区入住人口比较低、居民收入水平低,未达到市区型集贸市场的需求门槛,

因而其规模比较小;随着区域人口的增长而扩大,布局将类似市区型集贸市场,且处于居民区临街交通比较方便的地段。因此,该类型集贸市场的发展趋势是市区型集贸市场。

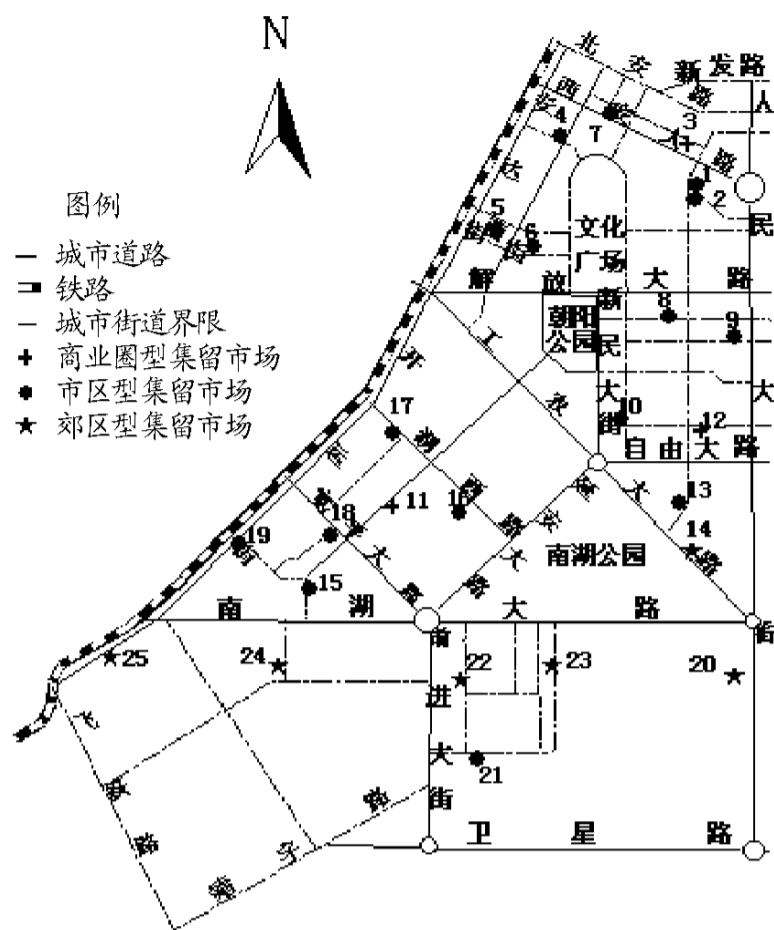


图2 长春市朝阳区集贸市场类型

5 结论

(1) 集贸市场主要分布于市区中,其比较分散、与城市居民点的布局相符,主要在居民小区、居民工作地点和小街区的交叉路口,其规模大小与居民点人口密度相关。

(2) 影响城市集贸市场分布的主要因素是人口分布、空间接近性、竞争环境、经营者素质以及政策因素。

(3) 不同类型的集贸市场,其发展变化趋势不一样。随着城市的发展和水平的提高,商业圈型集贸市场可能会向着超市化的方向发展,市区型集贸市场在动态平衡中还会存在相当长一段时间,而郊区型集贸市场应该向市区型集贸市场转变。

参考文献

- [1] 刘继生. 长春市集贸市场空间布局研究[J]. 人文地理, 1992, 11(7): 43-48.
- [2] 张文忠. 大城市服务业区位地理理论及其实证研究[J]. 地理研究, 1999, 18(3): 273-280.
- [3] 王祈春, 李诚固, 丁万军, 等. 长春市城市地域结构体系研究[J]. 地理科学, 2001, 21(1): 81-88.
- [4] 张文忠. 经济区位论[M]. 北京: 科学出版社, 2000.
- [5] 事臻, 白光润. 浅析上海大卖场的空间区位选择[J]. 人文地理, 2003, 18(4): 89-92.
- [6] 李小建. 经济地理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 1999.
- [7] 袁方. 社会研究方法教程[M]. 北京: 北京大学出版社, 1997.
- [8] 官莹, 张素丽. 北京集贸市场空间分布特征研究[J]. 人文地理, 2000, 18(3): 32-36.
- [9] 张素丽. 零售商业市场定位与地理定位[J]. 经济地理, 1999, 19(2): 121-126.