

□ 晁钢令

## 我国城市零售商业发展若干问题的思考

市场经济的发展必然导致城市商业功能的发展,这不仅已为世界上各大城市的发展历史所证实,也可从我国各主要城市近几年大规模的商业改造中得到印证。然而,目前我国各大城市零售商业的发展与改造似乎还存在不少值得探讨的问题。这一方面是由于不少零售商业的发展改造规划仅是从地方政府的主观意志出发,缺乏对城市社会经济发 展的总 体趋势和发展规律的分析 和研究;另一方面大量政府规划控制之外的社会零售商业也在那里自发地形成和发展,从而使不少城市零售商业的发展出现了“规模失控,结构失调,功能失衡,效益下降”的情况。对我国城市零售商业发展的若干问题作一些分析。

### 一、发展规模问题

目前,我国许多城市零售商业的发展是以外延性的规模扩张为特征的。成片的区域性改造,一幢幢商业大厦的建造,使城市零售商业的规模正以超常规的速度迅速发展。应当承认,由于经济发展战略上的失误,我国城市零售商业的发展在较长一段时间内处于停滞状态。近年来,城市零售商业的发展与改造在很大程度上是带有“偿债”性质的,但是经过这两年的超常规发展,目前数量上的不足是否还是主要问题呢?这就需要客观地加以分析了。

分析的前提是应当寻找正确的依据。城市零售商业的发展规模究竟应当以什么作为依据呢?目前不少城市商业规划部门往往是以人口及其增长作为主要依据,他们通过同一些发达的国家或地区城市零售商业人均占有营业面积的比较来说明扩大我国城市零售商业发展规模的必要性。然而,单纯以人口作为确定城市零售商业发展规模的依据是不全面的。对零售商业规模的测定至少应当包括人口、购买欲望和购买力三个主要因素,其中“购买力”因素尤为重要。因为有人并不一定就能形成市场,还要看其愿不愿意买或有没有钱来买。零售市场是由具有一定的购买欲望和相应购买能力的消费群体所构成的。城市零售商业所提供的市场商品供应量必须有相应的购买力来吸纳。由于购买力水平上的差异,所以同发达国家和地区在人均营业面积上差距,并不一定能说明我国城市零售商业发展规模上的不足。以上海与香港 的比较为例。1994年上海零售商业的人均营业面积为0.62平方米;1991年香港零售商业的人均营业面积为0.66平方米。也就是说,上海1994年的人均营业面积已经接近香港1991年的水平。然而从销售额的角度看,1994年上海的零售总额为775亿人民币,而香港1991年就已达到1871.5亿港元,即使扣除物价、币值及流动购买力的因素,香港的人均消费水平也是上海的五、六倍。若以每万元销售额所占有的营业面积来看,上海为1.03平方米,香港则不足0.3平方米。两者相比,上海目前零售商业的规模还算小吗?若仅有零售商业设施的迅速增加,而没有相应销售额的同步增长,其结果只能是零售商业企业效益的普遍下降。这说明,确定城市零售商业发展

规模的科学依据应当是购买力。

值得注意的是,目前我国不少城市零售商业的发展规模是脱离了当地的购买力水平而盲目膨胀的。一个不足百万人口的中型城市竟然规划了 10 多家近万平方米的大商厦,如全开出来之后,能有多大的购买力来吸纳?即使在上海,近几年商业设施的急剧增长已导致购买力在各商店的分流,一些零售企业的经济效益明显下降。这说明,对我国城市零售商业的发展规模应当在确立科学依据的基础上加以适度地控制,即将其控制在同我国购买力发展水平相适应的程度上。否则,任其盲目发展,必将会对社会经济造成不良的影响。

## 二、区域功能问题

一个大城市的零售商业必然呈现区域化的发展趋势,即零售商店会在城市的各个地区按不同的层次与功能均衡地进行分布。如在 80 年代以前,上海这样的大城市零售商业的分布主要呈现三个层次,即市级商业中心、区级商业中心和居民区商业群体,其他城市零售商业的区域分布也大体类似。在这种情况下,市级商业中心比较集中,各层次主要以其繁华程度相区别,功能特征并不明显。在计划经济条件下,消费者需求单一趋同,这样的区域分布是有其道理的。然而,80 年代以后,不少大城市的情况发生了较大的变化:

首先,市区范围的扩大导致商业中心多元化。随着城市建设的发展,市区范围的不断扩大,市级商业中心过于集中的情况变得很不适应,事实上一些新的商业中心区域正在逐步地形成,其繁华程度已接近甚至超过了老的市级商业中心。城市商业中心的发展呈现多元化的态势。

其次,商业区和居住区明显分离。随着市政建设和主要商业区的商业设施改造,大批原杂居于市中心商业区的居民大量外迁,在市区边缘形成了一个居住小区,而市中心的居住人口大量减少,市中心已成为纯粹的商业区,其功能也发生了很大的变化。

再次,消费的层次和需求的类型日趋复杂。随着城市经济的发展和人民生活水平的提高,城市消费在水平上出现了高、中、低不同的层次,在需求上更呈现出各种各样不同的追求。这一变化就要求零售商业的功能不能再简单化了,而要发生相应的改变。

然而,目前一些城市在零售商业的布局规划上并未注意到这些变化,仍然按照原来三级商业网点的思路来制定发展规划,从而使城市零售商业的发展出现布局紊乱、功能雷同、脱离区域消费需求实际的情况,显示不出不同区域商业功能的特征。

在现代化的大城市中,零售商业的区域功能特征是很明显的。如在香港,尖沙嘴、中环、弥登道以及金钟等商业区域的功能特征都是有很大差别的,这实际上是根据各区域不同的消费需求特征而逐步形成的。因此在我国城市零售商业的发展中,也应当注意对不同区域商业功能的定位。如笔者曾根据上海消费需求的不同类型,认为上海零售商业至少会形成四种不同功能的区域:一为基本生活用品采购区域,其主要由经营基本日用消费品的商业群体所构成,以满足本地居民的基本生活需要为主;二为一般消费品采购区域,其主要由经营各种百货、服装、文化用品和耐用消费品的商业群体所构成,以满足本地消费者的选择性商品需求为主;三为旅游购物区域,由旅游景点周围和市级商业中心区的商业群体所构成,购买对象主要是国内外的游客及过往人员,经营特色上要以适应各地顾客的消费偏好为主;四为高档消费区域,以经营高档商品的商店和高档消费场所的集中为特征,主要吸引那些追求享受性消费的高收入阶层。若按区域功能去规划上海零售商业的发展,必然使上海零售商业功能得到充分的发挥。

各城市在零售商业发展过程中,应当注意到新形势下这种消费需求上的差异,并以此为依

据形成不同的区域功能,这样才能使城市零售商业的发展同城市消费需求的发展相适应。

### 三、综合配套问题

一些城市零售商业在发展过程中常常会碰到“难以兴市”的问题,以大量的投资开发某一商业街区,却很难吸引客流;一些老的商业街区经过改造后,综合性百货大楼鳞次栉比,但客流反而明显减少。这是什么原因呢?笔者认为,可能主要是由于在商业的改造与开发之中,忽略了综合配套,不能全方位地满足消费需求。

现代市场经济的发展,使消费者的消费观念发生了很大变化。消费者进市场,逛商店,已不仅仅是为了购物,休闲、娱乐、获取信息已成为消费者需求的重要组成部分。况且,随着居住区周围商业网点的增加,以及城市商业中心的多元化,大多数消费者都已能就近购买到他所需要的商品,那怎样才能将其吸引到其他新改造或新开发的商业区域中来呢?除非该区域具备特定的全方位的配套功能。所以,在城市零售商业的改造与开发中,不仅要保证商品供应的齐全,而且应提供相应的饮食、服务、休闲、娱乐等的条件,最好还能形成特定的文化氛围。

经营规模和经营特色上的综合配套同样是很重要的。在城市零售商业的布局上,有一种“点、线、面”的观点。所谓“点”,是指大型的综合性商厦或是对消费者吸引力较强的主要商业设施;所谓“线”,是指由各类中小型商店所形成的商业街;所谓“面”,则是指由各类商业设施所组成的商业区域。该观点的要点在于:只有“点、线、面”相结合,才可能“店多兴市”,吸引客流,产生商业效应,只有“点”没有“线”,由于缺乏环境气氛,孤立的商厦纵然再漂亮也难以吸引客流。只有“线”没有点,由于缺乏足够的吸引力,这样的商业街也不会热闹。上海曾试图将某条商业街发展为“第二条南京路”,尽管让许多名特商店到这条街上开设了分店,但由于这条商业街上没有一家规模较大的综合性百货大楼,所以搞了很久,也没有达到预期目标。这说明,在城市零售商业的发展中,必须遵循“点、线、面”相结合的配套原则,促使区域性商业效应的形成。除了经营规模的相互配套之外,经营特色上也应该配套。在一个商业区域内,应既有大型的综合性百货商厦,也应有更多的中小型专业特色商店和专卖店。很多专业特色商店是不适宜用大型商厦的形式来经营的,若硬将其改造成大型商厦,其经营特色就可能消失,从而对消费者也就失去了吸引力。只有大、中、小各具特色的商店相配套,才能真正形成区域性的商业效应。

鉴于城市零售商业发展中所存在的这些问题,笔者认为,在规划和实施城市零售商业的发展过程中,以下几方面是应当引起注意的:

1. 要真正从社会经济发展的需要出发去规划城市零售商业的发展,而不要受其他非经济因素的影响,更不要将其作为显示政绩的一个方面,而相互攀比、盲目发展;
2. 在城市零售商业的发展规划上应有投入产出的意识,应在市场调研的基础上对投资的回报情况作出准确的估算,并进行充分地论证;
3. 对零售商业外延性投资规模应有所控制,而将投资重点转移到对现有商业设施的改造上来,以充分发挥现有商业设施的效率;
4. 一个城市零售商业的发展应有全局规划,并能进行有效的宏观调控,应努力克服因部门和地区的分割而造成的重复建设和盲目发展;
5. 应充分参照和借鉴国外城市零售商业发展的有益经验,并结合我国的实际情况,对城市零售商业的发展进行系统的规划和正确的引导,使其产生良好的社会效益和经济效益。