

功能疏解背景下北京商业郊区化研究

于 伟, 杨 帅, 郭 敏, 宋金平*

(北京师范大学地理学与遥感科学学院, 北京 100875)

摘要: 采用社会消费品零售额、连锁超市门店和商业土地出让数据, 借助 GIS 技术研究功能疏解背景下北京商业郊区化的进程与空间特征, 并探讨其驱动机制。研究发现: 上世纪 90 年代北京商业经历了快速的近郊区扩散过程, 21 世纪以来, 显现出远郊区扩散的趋势, 但尚未进入典型的商业郊区化阶段。超市网点与商业土地出让数据均揭示出商业沿环路与放射交通廊道扩散的特征, 回龙观、望京等城郊居住区、通州、门头沟等远郊新城逐步形成新的商业集聚区。增量商业土地出让数据显示, 商业郊区化扩展区域差异显著, 西北方向最为明显, 扩展的速率快、距离远, 西南、东北方向郊区化趋势较明显, 但波动较大, 东南方向不典型。最后, 从人口与住宅郊区化的吸引力、交通与私人汽车快速发展的推动力、城市中心区的挤出力和规划的引导力四方面探讨了北京商业郊区化的驱动机制。

关键词: 商业郊区化; 功能疏解; 空间特征; 驱动机制; 北京

文章编号: 1000-0585(2012)01-0123-12

1 引言

郊区化是大城市发展不可避免的一个阶段, 表现为人口、工业、商业等功能先后从城市中心向郊区迁移^[1~3]。西方发达国家以住宅郊区化为先导, 引发了市区不同职能部门郊区化的连锁反应, 首先迁往郊区的是为城市居民服务的商业部门^[4]。20 世纪 50 年代以来, 超级市场、购物中心在郊区快速发展, 过去长期由 CBD 垄断的大规模零售业, 开始从城市中心向外转移, 到 20 世纪 80 年代中期, 区域购物中心一直是郊区化进程的催化剂和地方的增长极^[5~7]。至上世纪 90 年代末期, 美国已拥有 4 万多个大型购物中心, 它们已成为郊区景观不可分割的一部分^[8]。

上世纪 80 年代以来, 随着土地有偿使用制度的建立、住房制度改革、交通设施的改善和旧城改造, 我国北京、上海、沈阳等大城市开始了郊区化进程^[9, 10]。针对典型大城市, 国内学者详细探讨了人口、住宅、工业等郊区化现象^[11~19], 而商业郊区化研究较为薄弱, 对于其进程、特征和机制等问题需要大量的实证和调查^[20]。目前相关研究成果主要包括以下方面: 商业中心的演化及其空间体系^[21, 22]; 商业空间布局的特征及商业设施的边缘化^[23~25]; 零售业离心化发展特征与机制^[26]; 商业郊区化存在的问题及带来的发展机遇^[27]; 生产性服务业郊区化扩散趋势及远郊商业中心的建设^[13]; 居民购物空间近郊区转移的趋势及中心商业区面临的挑战^[28, 29]。

收稿日期: 2011-07-15; 修订日期: 2011-11-06

基金项目: 国家自然科学基金项目 (40571040); 2010 年中央高校基本科研业务费专项基金

作者简介: 于伟 (1980-), 男, 山东肥城人, 博士研究生, 研究方向为经济地理与土地利用。

E-mail: yuwei2005@163.com

通讯作者: 宋金平 (1968-), 男, 山东平邑人, 教授, 博士生导师, 研究方向为经济地理。E-mail: jinping-song@163.com

北京的郊区化与功能疏解政策紧密相连。为缓解市区人口过于集中的压力,1957年制定的《北京市城市建设总体规划初步方案(草案)》中提出“子母城”的布局形式,规划了40多个卫星镇,1958年对上述草案进行修改,提出了“分散集团式”的城市布局原则^[30]。1982年总体规划提出严格控制城市人口规模,改变工业过分集中于市区的状况,遵循“旧城逐步改建、近郊调整配套、远郊积极发展”的方针,建设燕化、通县、黄村、昌平4个卫星城^[31]。1993年批准的城市总体规划指出,为改变人口和产业过于集中在市区的状况,城市建设重点逐步从市区向远郊区作战略转移,大力发展远郊城镇,规划了10边缘集团,14个卫星城镇^[31]。2005年批准的城市总体规划提出逐步疏解旧城的部分职能,在原有卫星城的基础上,规划11个新城,疏解中心城人口与功能,集聚新的产业^[31, 32]。在规划政策引导下,北京市的居住、工业等功能得到了很好的疏散,但商业、医疗、教育、金融等功能扩散的较少,造成居住与就业的空间错位^[3]。比如回龙观、天通苑、望京等都是几十万人口的大型社区,但就业、服务设施相对不足,居民要到中心城区才能满足就业与消费需求,形成外圈层的人口早上从四面八方进城,晚上出城的候鸟式生活状态,造成早高峰、晚高峰的交通拥堵现象。解决这一问题的主要途径是把中心区的部分服务功能疏解到城市外围。在此背景下,研究北京市商业郊区化的特征与机制,对于指引北京市商业功能的合理疏解,平衡居住与消费、居住与就业的空间关系,提高城市发展的可持续性具有重要的现实意义。

2 数据来源与研究方法

2.1 研究区概况

为刻画北京商业郊区化的进程与特征,并便于与人口郊区化进行对比,将北京市划分为中心区、近郊区和远郊区,中心区为首都功能核心区,近郊区为城市功能拓展区,远郊区为城市发展新区和生态涵养发展区。依据2011年《北京统计年鉴》,首都功能核心区包括东城、西城2区,城市功能拓展区包括朝阳、丰台、石景山、海淀4区,城市发展新区包括房山、通州、顺义、昌平、大兴5区,生态涵养发展区包括门头沟、怀柔、平谷、密云、延庆5区县。

2.2 数据来源

研究商业郊区化的主要指标包括商业就业人数、零售额的变化、商业网点的分布及变化等^[14]。本文选取社会消费品零售额和商业网点分布数据分析北京商业郊区化的进程与特征。各区县消费品零售额采用1984~2010年统计资料,1984~1991年数据来自《北京社会经济统计年鉴》(1985~1992年),1992~2000年数据来自《北京统计年鉴》(1993~2001年),2001~2010年数据来自《北京区域统计年鉴》(2002~2011年)。

郊区大型购物中心曾被认为是即将进入21世纪的主要标志^[7, 8],上世纪90年代中期以来,我国大型超市的兴起与发展十分引人注目,改变了城市零售业的空间格局,对传统的城市空间结构产生了冲击^[18]。采用北京大型连锁超市资料探索商业郊区化的空间特征。根据《中国零售和餐饮连锁企业统计年鉴》(2010年),2009年北京市零售额超过10亿元的超市(包括仓储会员店)共10家,选取零售额排名前8位的物美、京客隆、家乐福、美廉美、沃尔玛、超市发、欧尚和乐天玛特作为研究对象。华糖洋华堂商业有限公司是国务院批准成立的中国第一家合资连锁商业企业,百货零售业以大型综合商场(GMS)为主要业态,也作为本文的研究对象。根据各超市主页资料,2011年6月,9

超市共有 409 家分店, 家乐福、沃尔玛、华糖洋华堂、欧尚和乐天玛特为国外或合资企业, 分店数量较少, 合并在一起进行研究。

21 世纪以来, 在申办奥运会的过程中, 北京市土地出让数量较大, 深刻影响了北京城市空间结构。选取 1998~2010 年商业用地出让数据, 借助 GIS 技术研究新时期、特别是奥运前后北京增量商业用地空间分布的趋势。经过筛选得到研究区域内有效商业出让地块样本 1569 个。利用 2008 年《中国分省地图集》中北京市地图, 通过数字化方式制作北京市主要干道路网与行政区划边界图, 并将商业用地出让数据和连锁超市空间布局数据落在图上, 以便于分析北京超市与增量商业土地的空间分布特征。

3 北京商业郊区化的进程

3.1 商业郊区化的界定

采用广义郊区化的理解, 认为商业郊区化是商业从中心城区向郊区扩散的过程, 以郊区商业增长速度超过中心城区, 中心城区所占比重相对下降作为开始的标志, 对应于 Hall 城市变动模型的第三阶段^[1, 33, 34], 原因包括三方面: 第一, 城市发展过程始终存在集聚与扩散两种效应^[35], 当扩散力大于集聚时, 城市开始离心发展, 中心区的主导作用开始下降, 可以认为进入了郊区化的初级阶段; 第二, 国外早期商业郊区化的研究首先关注了中心区零售业地位的相对下降, 如有学者以零售额和零售单位数为指标研究了美国 1948~1954 年标准大都市区零售商业的郊区化, 发现了中心城市零售商业增长速度慢于外围地区, 出现了地位的相对下降^[36]。有学者采用 CBD 零售额及其占大都市区比重指标发现美国 1954~1977 年主要大都市区的 CBD 经历了零售商业地位的相对下降^[37], 参照国外的研究, 可以从中心区商业的相对下降入手; 第三, 中国整体处于集聚城市化阶段, 商业郊区化现象可能存在于部分特大城市中, 还不典型, 从中心区地位相对下降的初级阶段入手, 进而考察中心区是否进入了商业份额绝对下降的典型郊区化阶段, 循序渐进, 既符合中国实际, 也可与人口郊区化进行对比。

3.2 北京商业郊区化的考察

采用 1984 年不变价社会消费品零售额变化量、社会消费品零售额年均变化率、不同区域社会消费品零售额所占比重三个指标考察北京零售商业的郊区化^[36, 37], 第一个指标考察北京是否进入了以中心区零售额绝对下降为标志的典型商业郊区化阶段, 后二个指标分析中心区零售商业的相对变化, 探索北京是否开始了商业郊区化的进程。

从零售额变化量来看 (表 1), 1984~2010 年, 包括中心区在内的不同分区均有不同程度的增长, 因此, 北京市尚未进入典型商业郊区化阶段。1984~1990 年, 中心区增长量最大, 占全市的 41.42%, 近郊区占 33.61%, 远郊区占 24.97%; 1990~2000 年, 67.89% 的增长量出现在近郊区, 中心区仅占 11.03%, 远郊区占 21.08%; 2000~2010 年, 近郊区的增长量仍然最大, 占全市的 65.22%, 中心区占 16.97%, 远郊区占 17.81%。可见, 1990 年以来, 全市零售额总增长量的三分之二出现在近郊区。

从年均增长率来看 (表 1), 1984~2020 年, 中心区均为最低。1984~1990 年, 近郊区年均增长率最高, 但与其他区域差异不大; 1990~2000 年, 近郊区零售额的年均增长率高达 32.07%, 其余区域增长率均低于全市平均水平; 2000~2010 年, 远郊区中的城市发展新区展现高速增长的势头, 年均增长率 20.10%, 超过了近郊区的 16.26%。

从不同区域零售额占全市的比重来看 (图 1), 中心区由 1984 年的 49.40% 降至 2010

表 1 北京市分区域社会消费品零售额变化

Tab. 1 The change of retail sales in four regions of Beijing

区 域		1984～1990		1990～2000		2000～2010	
		增长量	年均增长率	增长量	年均增长率	增长量	年均增长率
中心区	首都功能核心区	24.15	9.41	21.33	3.19	131.75	10.81
近郊区	城市功能拓展区	19.59	15.30	131.27	32.07	506.26	16.26
远郊区	城市发展新区	8.62	9.68	28.39	12.10	111.72	20.10
	生态涵养发展区	5.94	12.95	12.37	9.11	26.51	11.94
全 市		58.30	11.22	193.35	13.34	776.24	15.19

资料来源：根据《北京社会经济统计年鉴》（1985~1992 年）、《北京统计年鉴》（1993~2001 年）、《北京区域统计年鉴》（2002~2011 年）统计计算，并按 1984 年不变价进行了换算。

年的 19.7%，近郊区由 24.64% 升至 63.52%，远郊区的城市发展新区先降后升，1984 年占 17.14%，2000 年降为 10.87%，之后开始增长，2010 年为 13.00%，生态涵养发展区呈下降趋势，由 8.82% 降为 3.78%。

可见，1984 年以来，零售额年均增长率与不同区域零售额占全市的比重两个指

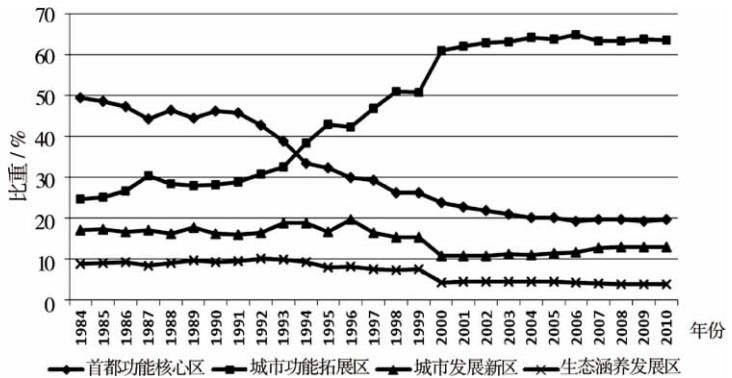


图 1 北京市分区域社会消费品零售额比重变化图

Fig. 1 The proportion of retail sales in four regions of Beijing

标揭示出中心区相对低位的下降，可以认为进入了商业郊区化的初期阶段。1984~1990 年，中心区零售额所占比重平均超过 45%，主导地位依然明显，属近郊区的低速扩散阶段；1990~2000 年，近郊区商业出现快速增长，中心区所占比重下降了一半，属近郊区的快速扩散阶段；2000~2010 年，中心区所占比重缓慢下降，远郊区的城市发展新区开始快速增长，显示出远郊区扩散的势头。由于中心区并未出现零售额的绝对下降，因此北京市还未进入商业郊区化的典型阶段。

4 北京商业郊区化的空间特征

社会消费品零售额时间序列数据揭示了商业郊区化的时间进程，下面利用连锁超市空间数据与增量商业土地出让资料探讨北京商业郊区化的空间特征。

4.1 连锁超市的空间分布特征

(1) 主要分布于近郊区的三环、四环与五环、六环路之间

1994 年，物美在西三环翠微路开设第一家开架自选、POS 机收款的现代超市，1995 年，京客隆首家连锁店劲松商场在东三环开业，同年家乐福在北三环东路开设第一家门店，均沿三环路布局。2011 年，本文选定的 9 家连锁超市的 409 家分店中，在五环与六环之间数量最多，合计 141 家，占总量的 34.47%，其次是三环与四环之间，合计 76 家，占总量的 18.58%。二环内、六环外数量相对较少，占总量的比重均不足 10%（表 2）。

可以看出，1994~2011 年，连锁超市主要由三环路向外发展，目前主要分布于近郊区的三环、四环路与五环、六环路之间。从不同品牌看，国内超市均在五环、六环之间数量最多，占各自总量的比重均超过 30%，最高的超市发为 38.20%。国外或合资品牌在三环、四环路之间数量最多，占其总量的比重为 35.42%，五环外很少。因此，国内超市的郊区化趋势更为明显。

表 2 北京不同环路间超市数量与比重

Tah 2 The number and ratio of supermarkets between ring roads in Beijing

超 市	二环内		二环至三环		三环至四环		四环至五环		五环至六环		六环外	
	数量	比重	数量	比重	数量	比重	数量	比重	数量	比重	数量	比重
物 美	17	10.56	28	17.39	21	13.04	19	11.80	59	36.65	17	10.56
京客隆	4	5.33	7	9.33	15	20.00	12	16.00	27	36.00	10	13.33
美廉美	3	8.33	6	16.67	6	16.67	3	8.33	12	33.33	6	16.67
超市发	3	3.37	13	14.61	17	19.10	17	19.10	34	38.20	5	5.62
家乐福等	4	8.33	6	12.50	17	35.42	10	20.83	9	18.75	2	4.17
合 计	31	7.58	60	14.67	76	18.58	61	14.91	141	34.47	40	9.78

资料来源：根据各超市主页上的门店分布资料进行汇总。

(2) 沿放射路形成了多个集中分布区域

受环状加放射状干道网格局的影响，北京商业在圈层式外向发展的同时，沿放射状交通廊道两侧形成多条扩散带（图 2）。其中西北方向的京昌高速、东部的京通快速路、东北方向的机场高速和西部的石景山路较典型，另外，立汤路、京承高速、京石高速沿线超市分布也较多，而南部、东南部扇面的京开、京津唐和京沈高速公路沿线分布较少，特别是南四环外围地区分布偏少，整体上北部的郊区化特征更为明显。

在不同方向形成了多个超市集聚分布的区域，五环以内，海淀花园路—双榆树、明光村—大钟寺、公主坟—五棵松、朝阳望京—酒仙桥、东三环 CBD、丰台马家堡—木樨园—方庄、石景山古城—苹果园分布较为集中。五环以外的通州新城、门头沟新城、清河、回龙观、天通苑数量较多。昌平、亦庄、大兴、房山均有一定数量的分布，但相对偏少。

4.2 商业土地出让的空间动态变化

以长安街与南北中轴线的延长线将商业土地出让数据分为四个象限（东北、西北、西

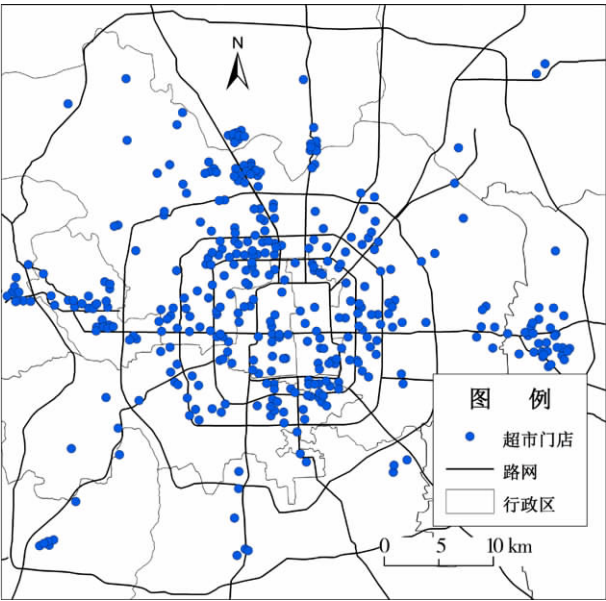


图 2 2010 年北京市连锁超市分布图

Fig 2 The distribution of supermarkets in Beijing in 2010

南、东南),划分的依据是每个象限具有影响商业发展的地方性条件^[38]。以长安街与南北中轴线的交点作为参照点,在 Arcgis9.3 中,应用欧式距离工具量算土地出让点与参照点之间的距离,以不同年份不同象限测算其平均值,用以量化出让点与中心参照点之间的距离变化,表征增量商业土地的外向扩散特点(表 3)。

表 3 商业土地出让点与参照点的平均距离

Tab 3 Average distances between reference point and leased commercial land lots

年份	第一象限		第二象限		第三象限		第四象限		合计	
	距离	数量	距离	数量	距离	数量	距离	数量	距离	数量
1998	7.6	4	9.7	6	7.4	5	5.7	4	7.8	19
1999	8.4	16	10.9	15	7.9	7	5.8	13	8.4	51
2000	9.2	21	13.3	11	9.2	10	6.4	7	9.7	49
2001	9.9	28	12.9	15	6.0	10	6.3	14	9.2	67
2002	9.8	36	12.4	25	6.4	12	5.8	14	9.5	87
2003	10.6	38	13.5	36	8.7	20	9.1	14	11.0	108
2004	11.5	80	11.9	56	9.2	32	7.3	28	10.6	196
2005	13.4	49	13.6	33	9.9	28	7.4	13	12.0	123
2006	11.8	73	21.7	36	12.8	26	8.2	31	13.5	166
2007	16.5	77	19.7	67	11.2	35	3.9	78	12.8	257
2008	18.4	69	21.8	51	12.4	30	4.6	21	16.7	171
2009	15.3	73	18.1	37	16.5	37	11.1	17	15.7	164
2010	9.5	36	22.6	37	17.3	22	8.3	16	15.2	111

资料来源:根据北京市国土资源局网站 <http://www.bjgtj.gov.cn/publish/portal0/>的土地出让数据计算。

(1) 增量商业土地郊区扩展特征显著,不同方向有明显差异

1998~2010 年,北京商业土地出让点与中心区参照点的平均距离由 7.8km 扩展到 15.2km,年均外扩 0.62km,外向扩展特征显著。1998~2001 年,扩散速率较慢,年均 0.35km,成功申办奥运会以来,扩散速率明显加快,2002~2008 年,年均 1.20km。不同方向差异较明显,东北方向商业土地出让数量最多,面积最大,分别占总量的 38.2% 和 39.9%,不同年份商业用地出让点与参照点的平均距离波动较大,1998~2001 年,年均外扩 0.58km,2002~2008 年,年均推进 1.43km,2008 年以来负增长,原因是 2008 年以来东北方向旧城改造力度较大,较多商业土地出让位于东城区,反映出在东北方向商业用地不仅存在外延扩张,也存在以旧城更新为主的内部填充式发展。西北方向商业用地出让数量较多,面积较大,分别占总量的 27.1% 和 36.2%,郊区化最为显著,年均扩散速率快,距离远。出让点与参照点的平均距离由 1998 年的 9.7km 升至 2010 年的 22.6km,年均外扩 1.08km。西南方向商业用地出让数量和面积占总量的比重分别为 17.5% 和 16.3%,郊区化扩散趋势也较为明显,平均距离由 1998 年的 7.4km 升至 2010 年的 17.3km,年均外扩 0.83km。东南方向的商业用地出让数量与面积占总量的比重分别为 17.2% 和 7.63%,郊区化扩散相比最不明显,商业出让点与参照点的平均距离由 1998 年的 5.7km 升至 2010 年的 8.3km,年均外扩 0.22km。原因是东南方向的旧城改造项目较多,如 2007 年崇文区以前门大街为主的旧城改造项目 52 个,占东南方向商业用地出让总量的三分之二。

汇总不同方向商业土地出让面积,揭示出了类似的郊区化差异性,西北方向中心区出让面积占西北方向总出让面积的 5.5%,近郊区占 51.9%,远郊区占 42.6%,郊区化特征明显;东北方向中心区约占 8.0%,近郊区占 70.9%,远郊区占 21.1%,西南方向中心区约占 9.9%,近郊区占 71.2%,远郊区占 18.9%,郊区化特征较明显;东南方向中心区占 46.12%,近郊与远郊合占 53.9%,郊区化相对最不明显。

整体而言,增量商业土地出让的郊区化特征较为典型,北部比南部更明显,表现在商业土地出让数量多,面积大,扩散速率快,距离远。东部旧城改造力度大,外延扩张与内部填充式发展并存,西部受地形限制,表现为强烈的西北向与西南向外延扩展。

(2) 沿交通廊道在城郊居住区和远郊新城逐步形成集中分布区

利用 Arcgis9.3 输出 1998~2001 年、2002~2005 年和 2006~2010 年三时段商业土地出让点图,揭示增量商业用地的郊区化趋势。1998~2001 年,商业土地出让集中分布于四环内,沿八达岭高速、京承高速、机场高速、京密线部分土地出让扩散至四环外,五环外的清河镇和石景山区有少量分布,六环外的远郊区数量少(图 3a)。2002~2005 年,沿交通走廊扩散的趋势较为显著,除第一阶段的交通廊道,立汤路、京通路、石景山路、京开高速沿线出让项目相对较多,各个方向五、六环之间商业土地出让显著增加,北部六环外的远郊区出现了部分出让项目(图 3b)。2006~2010 年,商业土地出让项目布局更加分散,郊区化扩散特征显著,除继续沿交通廊道扩散之外,大兴、房山、门头沟、昌平、顺义等新城商业土地出让明显增加,形成多个集中分布区域(图 3c)。

除沿交通廊道扩散、远郊区扩散趋势显现等特征外,一些商业土地出让项目集中分布在郊区的大型居住区,如 2005 年以来,回龙观居住区商业配套用地出让项目超过 40 宗,朝阳区的通惠家园、望京新城、安慧里小区出让数量

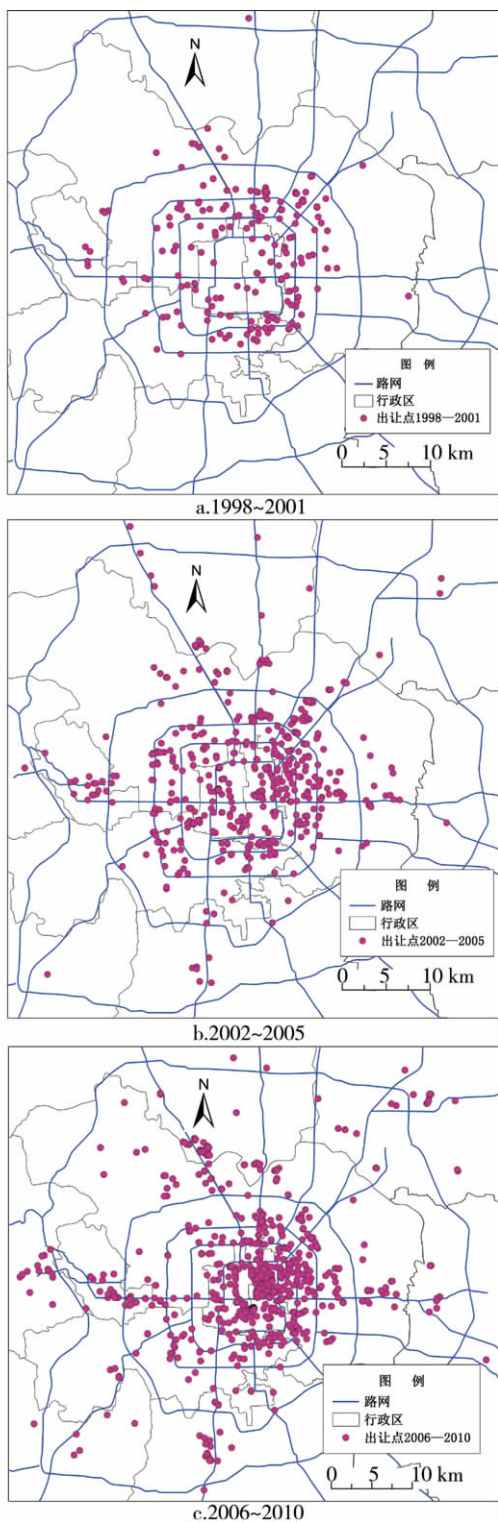


图 3 1998~2010 年商业用地出让点空间分布图
Fig. 3 The spatial distribution of leased commercial land lots during 1998~2010

也较多,显示住宅郊区化对商业的吸引作用。北京老城区更新改造项目数量多,而且分布集中,如崇文区前门大街改造 2007 年出让商业用地 46 宗,东城区的王府井大街、东四大街,西城区的金融街、马连道、新街口桃园、宣武区的琉璃厂东西街商业土地出让数量也较多,与 2000 年以来中心区零售额增长量与年均增长率的上升相吻合。

5 北京商业郊区化的驱动机制

5.1 人口与住宅郊区化的吸引作用

商业的发展需要一定数量的消费人群,人口与住宅的郊区化,消费人口外移,为追随消费者,将吸引商业向郊区扩散。北京在 1982~1990 年期间已经进入了人口郊区化过程^[1],1990 年以来,呈现出明显的居住郊外扩展趋势^[3]。1984~2010 年的人口与住宅数据变动趋势与零售额基本一致,显示出人口、住宅的郊区化与商业郊区化的互动。

根据 1982~2010 年北京市不同区域人口分布情况(表 4),期间北京中心区人口增长量与增长率均远落后于近郊区和远郊区。1990~2000 年,近郊区人口快速增长,总增长量超过 60%,与该区域社会消费品零售额占全市比重的快速上升相吻合。2000~2010 年,远郊区人口增长量大幅上升,达到 55.83%,与 2000 年以来远郊区零售业的快速增长也较一致。

表 4 北京市不同地域人口增长量与增长率

Tah 4 The amount and rate of population growth in Beijing over time

区 域	1982~1990		1990~2000		2000~2010	
	增长量	增长率	增长量	增长率	增长量	增长率
全 市	158.9	17.21	275.0	25.42	604.2	44.52
中心区	-8.2	-3.38	-22.2	-9.5	4.7	2.22
近郊区	114.9	40.46	240.0	60.15	316.6	49.56
远郊区	52.1	13.12	57.2	12.73	282.9	55.83

资料来源:根据北京市第三、四、五、六次人口普查数据整理。

根据 1985~2010 年北京市新建住宅竣工面积(表 5),不同区域所占比重与社会消费品零售额所占比重的变化也相吻合。近郊区是住宅建设集中分布的区域,1985~2004 年,近郊区住宅竣工面积占全市的比重超过 60%,与之对应,1990 年以来近郊区零售额集中

表 5 不同时段北京市新建与销售住宅情况

Tah 5 New house construction and housing market in Beijing over time

时段	中心区		近郊区		远郊区	
	总量	比重	总量	比重	总量	比重
1985~1990	607.1	17.62	2393.0	69.46	445.1	12.92
1991~1995	482.1	13.00	2512.8	67.78	712.4	19.22
1996~2000	807.1	13.50	3680.7	61.55	1492.1	24.95
2001~2004	942.3	10.58	6422.0	72.11	1541.4	17.31
2005~2010	719.7	6.82	5508.0	52.21	4322.2	40.97

资料来源:根据《北京社会经济统计年鉴》(1986~1992 年)、《北京统计年鉴》(1993~2001 年)、《北京区域统计年鉴》(2002~2011 年)统计计算,2005~2010 年为住宅销售面积。

了全市的 60% 以上。2005 年以来住房销售面积数据显示, 近郊区所占份额下降, 而远郊区所占份额快速上升, 住宅的远郊区发展态势明显, 与 2000 年以来零售商业的远郊区扩散趋势一致。

5.2 交通与私人汽车快速发展的推动作用

消费者购物需要支付交通成本和时间成本, 对商品或服务付出的实际价格是售价加交通支出, 便利的交通条件是商业快速发展的重要推动力^[39]。2009 年六环路建成通车, 北京市形成了完善的公路网系统, 公路通车里程从 1985 年的 8482km 增加到 2009 年的 20755km。近郊区沿着环路和放射路交通节点形成了公主坟、马甸、CBD 周围、木樨园等商业中心。远郊区商业网点沿六环与放射路相交处形成了集中分布区, 本文统计的 409 个超市, 97 个位于六环路串连的远郊新城, 占 23.7%。北京市地铁交通网络不断完善, 2010 年, 地铁大兴线、亦庄线、房山线、昌平线和 15 号线一期开通运营, 将有力吸引商业向远郊区扩散。

私人汽车的急剧增长, 在北京商业郊区化中发挥着重要作用。2009 年, 北京民用汽车达到 372.1 万辆, 每 100 户家庭汽车拥有量 76 辆, 已进入汽车时代。根据北京市三次居民出行调查报告, 1986 年小汽车在居民各种交通方式出行构成中仅占 5.0%, 2000 年占 23.2%, 2005 年达到 29.8%。私人汽车的快速发展, 改变了居民的出行方式, 增强了对商业设施停车场地的需求, 郊区相对充裕而廉价的土地资源, 吸引了大型综合超市和购物中心的入驻, 如西北四环附近的金源时代购物中心、东三环、东四环之间的新光天地、东四环附近的燕莎奥特莱斯、西五环的万达广场、北五环外的龙德广场和永旺购物中心等。

5.3 中心区的挤出效应

中心区功能定位与旧城保护的限制。北京中心区主要承载了国家政治、文化、国际交往、金融管理等职能, 中心区功能优化疏解、历史文化名城保护与传承是重要任务, 传统商业设施的发展受到限制。北京市“十二五”规划指出, 首都功能核心区积极推进功能和人口疏解, 严格控制新建住宅开发项目和大型公建项目, 严格限制医疗、行政办公、商业等大型服务设施的新建和扩建。

商业中心商务化的挤出效应。上世纪 80 年代至 90 年代末, 王府井、西单逐步完成大规模改造, 商务办公职能得到强化, 由零售中心转为办公、零售综合中心。上世纪 90 年代西二环金融街开始建设, 崇外大街进行改造, 原有的商业功能转变为零售、商务功能^[25]。北京“十二五”规划指出首都功能核心区重点发展金融保险、商务会议、文化旅游等高端服务业, 传统商业服务职能将继续向郊区转移。

高地价与激烈竞争的挤出效应。北京旧城区商业中心和商业街的改造升级, 提高了中心区商业的集聚程度, 如王府井地区改造后, 商业总面积将超过 100 万 m^2 , 其中万平方米以上的大型商场就有 40 多个^[25], 在中心区人口疏散、郊区商业中心蓬勃发展分流消费者的趋势下, 旧城区商业竞争加剧, 而郊区商业设施分布密度低, 竞争环境宽松。中心区的商务化, 地价上升, 提高了商铺的租赁价格, 郊区商业土地价格相对较低, 在成本因素驱动下, 许多商家更倾向于在郊区发展。

最后, 中心区停车设施缺乏阻碍了私家车消费者市场的形成^[29], 北京市小汽车的普及以及郊区大型连锁超市和购物中心的发展, 将引导居民购物空间从中心区向近郊区、甚至远郊区转移。

5.4 规划的引导作用

1958年修改后的《北京城市建设总体规划初步方案(草案)》第一次提出“分散集团式”布局原则^[30], 20世纪80年代以来的三次城市总体规划均体现了城市功能的疏解, 在人口与工业的疏散方面取得了明显成效, 对商业坚持了多元化协调发展的思路, 在改造传统商业中心的同时, 引导了郊区商业中心的崛起。

1983年批准的《北京城市建设总体规划方案》提出扩大市区商业中心容量, 尽快在近郊新建区和卫星城镇建设相当规模的商业中心。1993年批准的《北京城市总体规划(1991~2010年)》提出城市建设重点逐步从市区向远郊区作战略转移, 调整改造王府井、西单、前门传统商业中心, 建设朝阳门外、公主坟、海淀、木樨园、马甸等新市级商业中心。在酒仙桥、望京等合适地点, 建设地区级商业中心。2005年批准的《北京城市总体规划(2004~2020年)》提出“优化核心、延伸两轴、发展新城、强化特色”的商贸服务空间发展战略, 旧城区完善王府井、西单和前门商业区, 近郊区建成公主坟、木樨园、望京、北苑、石景山等综合商业区, 促进新城商业区建设, 重点在顺义、通州、亦庄建成一定规模的综合商业区。

根据北京市流通业发展分类指导目录, 2009年二环路以内限制新增营业面积6000m²以上的大型超市、仓储式会员店、建材家居商店, 三环路以内限制新建、改建、扩建建筑面积在10000m²以上的大型批发、零售商业设施, 东、西、北五环、南四环以内地区限制新建、改建、扩建建筑面积在50000m²以上的大型商业设施。较大幅度地提升郊区商业连锁化水平, 提高商品和服务的水平和质量。

北京市的规划政策显示, 在功能疏解的背景下, 中心区商业发展侧重优化, 规模、类型受限性逐步增强, 郊区商业中心、大型居住区商业设施配套、远郊区新城商业水平提升是未来发展的重点, 将进一步引导郊区商业的发展。

6 结论与讨论

(1) 1990年以来, 北京市商业开始了明显的近郊区扩散进程, 2000年以来出现远郊区扩散的趋势, 但与人口郊区化相比, 未进入中心区零售额绝对下降的典型阶段。连锁超市网点及土地出让数据揭示商业沿环形与放射形交通廊道向外发展的特征明显, 八达岭高速、立汤路、京密路、石景山路、京通路等是商业郊区化扩散的主要廊道。超市主要分布于三、四环路与五、六环路之间, 物美、京客隆、美廉美等国内品牌超市郊区化趋势比家乐福等国外品牌明显。除了近郊区的双榆树、大钟寺、CBD等区域, 在回龙观、望京等城郊住郊区和通州、门头沟等远郊新城形成了新的零售商业集中区。

(2) 增量商业土地外向扩展特征显著, 不同方向差异明显。东北方向商业用地出让数量最多, 扩散距离较远, 但波动剧烈, 商业的郊区化扩展与以旧城更新为主的内部填充式发展并重。西北方向商业用地出让数量较多, 扩散速率快, 距离远, 郊区化最为显著。西南方向商业用地出让数量相对较少, 扩展距离较远, 2002年以来郊区化进程较快。东南方向商业用地出让数量少, 扩展的距离短, 郊区化相对不明显。整体上, 北部土地出让数量多, 扩张距离较远, 郊区化进程典型, 南部相反。东西部土地出让数量差异不大, 东部旧城出让项目多, 分布集中, 郊区化扩张与集中式发展并存, 西部受自然条件限制, 表现为较强烈的西北向与西南向外延扩张。

(3) 人口与住宅的郊区化是商业郊区化的主导力量, 商业郊区化与人口、住宅郊区

化的进程较为吻合。完善的道路网和快速发展的私人小汽车是北京商业郊区化的重要推动力,北京已进入汽车时代,改变了居民的出行方式,在商业郊区化中已经开始发挥重要作用。城市中心区的功能定位、旧城保护的限制、传统商业中心的商务化、激烈的商业竞争、高企的地价和拥堵的交通对中心区商业产生挤出效应。最后,北京的城市规划、“十二五”规划、流通业发展指导等均坚持了旧城服务功能优化的原则,中心区商业的规模、类型受限性逐步增强,而郊区商业中心建设、城郊大型居住区商业设施配套、远郊新城商业水平提升得到鼓励,有力促进了郊区商业的发展。

参考文献:

- [1] 周一星. 北京的郊区化及引发的思考. 地理科学, 1996, 16(3): 198~206.
- [2] 周一星, 孟延春. 沈阳的郊区化: 兼论中西方郊区化的比较. 地理学报, 1997, 52(7): 289~298.
- [3] 宋金平, 王恩儒, 张文新, 等. 北京住宅郊区化与就业空间错位. 地理学报, 2007, 62(4): 387~396.
- [4] 许学强, 周一星, 宁越敏. 城市地理学(第二版). 北京: 高等教育出版社, 2009.
- [5] Jackson K. Crabgrass Frontier: The Suburbanisation of the United States. New York: Oxford University Press, 1985.
- [6] Cadwallader M T. Urban Geography: An Analytical Approach. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, 1996.
- [7] Palen J J. The Urban World (fifth edition). New York: McGraw-Hill, 1997.
- [8] Feng Jian, Zhou Yixing, Wu Fulong. New Trends of Suburbanization in Beijing since 1990: From government-led to market-oriented. Regional Studies, 2008, 42(1): 83~99.
- [9] 周一星, 孟延春. 中国大城市的郊区化趋势. 城市规划汇刊, 1998(3): 22~27.
- [10] Zhou Yixing, Ma Laurence J C. Economic restructuring and suburbanization in China. Urban Geography, 2000, 21(3): 205~236.
- [11] Fahui Wang, Yixing Zhou. Modelling Urban Population Densities in Beijing 1982-90: Suburbanisation and its Causes. Urban Studies, 1999, (2): 271~287.
- [12] 顾朝林, 吴莉娅. 中国城市化研究主要成果综述. 城市问题, 2008, (12): 2~12.
- [13] 石亿邵, 谭文垦. 从近域郊区化到远域郊区化: 上海大都市郊区发展的新课题. 城市规划学刊, 2007, (4): 103~107.
- [14] 柴彦威. 郊区化及其研究. 经济地理, 1995, 15(2): 48~53.
- [15] 柴彦威, 胡智勇, 仵宗卿. 天津城市内部人口迁居特征及机制分析. 地理研究, 2000, 19(4): 391~399.
- [16] 宗跃光, 周尚意, 张振世, 等. 北京城郊化空间特征与发展对策. 地理学报, 2002, 57(2): 135~142.
- [17] 冯健. 杭州市人口密度空间分布及其演化的模型研究. 地理研究, 2002, 21(5): 635~646.
- [18] 冯健. 转型期中国城市内部空间重构. 北京: 科学出版社, 2004.
- [19] 马清裕, 张文尝. 北京市居住郊区化分布特征及其影响因素. 地理研究, 2006, 25(1): 121~130.
- [20] 仵宗卿, 柴彦威. 论城市商业活动空间结构研究的几个问题. 经济地理, 2000, 20(1): 115~120.
- [21] 杨吾扬. 北京市零售商业与服务业中心和网点的过去、现在和未来. 地理学报, 1994, 49(1): 9~17.
- [22] 仵宗卿, 戴学珍. 北京市商业中心的结构研究. 城市规划, 2001, 25(10): 15~19.
- [23] 张文忠, 李业锦. 北京市商业布局的新特征和趋势. 商业研究, 2005, (8): 170~172.
- [24] 周尚意, 李新, 董蓬勃. 北京郊区化进程中人口分布与大中型商场布局的互动. 经济地理, 2003, 23(3): 333~337, 362.
- [25] 刘念雄. 北京城市大型商业设施边缘化的思考. 北京规划建设, 1998, (2): 39~40.
- [26] 易峥, 况光贤. 90年代重庆零售商业离心化研究. 人文地理, 2002, 17(6): 53~57.
- [27] 徐振宇, 兰新梅. 北京的郊区化困境与服务业发展机遇. 北京社会科学, 2008, (3): 42~46.
- [28] 冯健, 周一星. 郊区化进程中北京城市内部迁居及相关空间行为——基于千份问卷调查的分析. 地理研究, 2004, 23(2): 227~242.
- [29] 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. 人文地理, 2006, 21(5): 113~116, 123.
- [30] 周文斌. 北京卫星城与郊区城市化的关系研究. 中国农村经济, 2002, (12): 71~77.
- [31] 柯焕章. 北京城市空间布局发展的回顾与构想. 北京规划建设, 2003, (4): 28~33.

- [32] 董光器. 古都北京五十年演变录. 南京:东南大学出版社,2006.
- [33] Hall P. The World Cities (3rd Edition) London: Weidenfeld and Nicolson,1984.
- [34] 王琳,白光润,曹嵘. 大城市商业郊区化的问题及调控. 城市问题,2004,(3):26~30.
- [35] 顾朝林,甄峰,张京祥. 集聚与扩散——城市空间结构新论. 南京:东南大学出版社,2000.
- [36] James D T. Suburbanization of retail trade in the standard metropolitan areas of the United States, 1948-54. American Sociological Review, 1957, 22 (4):427~433.
- [37] Kent A R. Downtown retail activity in large american cities 1954~1977. Geographical Review, 1983,73(3):314~323.
- [38] Carol Atkinson-Palombo. New housing construction in Phoenix: Evidence of "new suburbanism". Cities, 2010, (27):77~86.
- [39] 张文忠. 经济区位论. 北京:科学出版社,2000.

A research on commercial suburbanization in Beijing under the background of urban function dissemination

YU Wei, YANG Shuai, GUO Min, SONG Jin-ping

(School of Geography, Beijing Normal University, Beijing 100875, China)

Abstract: Compared with the population suburbanization, scholars pay less attention to commercial suburbanization in China. Based on the data of retail sales of social consumer goods, the distribution of supermarkets, and leased commercial land lots, the paper describes the characteristics and driving mechanism of commercial suburbanization in Beijing. It states that commercial suburbanization developed rapidly in the inner suburb districts from 1991 to 2000, and since 2001, there has been a tendency of outer suburbs spread. The paper further illustrates that stores and leased commercial land lots mainly diffuse along the ring roads and radial roads from the urban center of Beijing. Besides the traditional commercial center, sub-centers and shopping malls have risen in the suburbs in recent years. As each quadrant has local conditions, there are significant differences of commercial suburbanization in different quadrants. In the northwest of the city, leased commercial land lots diffuse the fastest and expand the farthest. It is on the contrary in the southeast. The annual expansion rate of the lots fluctuates dramatically in the northeast and southwest. In the northeast, commercial development is more complex, due to the fact that besides the trends of suburbanization, there are centralized development patterns, mainly including urban renovation projects in the old town. Finally, the paper discusses four driving factors of commercial suburbanization, including the attraction of population and housing suburbanization, the promotion of rapid development of road transportation and private cars, the extrusion force from the urban center, and the guidance of government plans and policies.

Key words: commercial suburbanization; function dissemination; spatial features; driving mechanism; Beijing