

# 重庆市商业中心区发展研究

田代贵

(重庆社会科学院,重庆 400020)

**摘要:**商业中心区是城市化进程的产物,大力发展商业中心区,有利于提升城市流通产业,推动城镇化进程,打造城市名片。为此,在剖析重庆市商业中心区现状及存在问题的基础上,提出了重庆发展城市商业中心区的一系列对策措施。

**关键词:**商业中心区;发展战略;对策建议

**中图分类号:**F290 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-5831(2004)05-0001-04

## Research on the Development of Chongqing Commercial Center

TIAN Dai-gui

(Chongqing Academy of Social Sciences, Chongqing 400020, China)

**Abstract:** Commercial center is the result of city development. It helps exalting mobilization industry, pushing course of city development, and constructing city business card. This text anatomises the actuality of Chongqing commercial center, and brings forward some corresponding countermeasures.

**Key words:** commercial center; development strategy; countermeasure

### 一、商业中心区概述

商业中心区是指一个城市或一定区域内商业资源富集、集约化程度较高的商业核心区,是承载商流、物流、价值流和信息流的空间载体。商业中心区一般分布在人口相对集中、交通运输条件好、环境优越的地段,在一个大的区域呈现出层次性和网络化特征。商业中心区是城市现代化、流通产业现代化的产物,是一个城市和地区商业活动中心和商业文明的窗口。

商业中心区有如下基本特征:(1)区位条件好。商业中心区一般位于城市(镇)的繁华中心地带,周围人口分布密度大,内外交通运输可达性强,流动人口较多,区域经济活动比较集中。(2)产业集中度高,业态先进。产业集中度高表现在两个方面:一是商业投资密度高,聚集了区内最优良的商业流通资源;二是现代化和集约化程度高,汇聚了一批经营规模大、设施先进、管理现代化具有综合实力的商家。从商业业态来看也相对先进和多样化。(3)综合服务能力强。商业中心区的经营单位由集聚而形成的综合服务体系,把多种服务集中于一体,能够更方便、更快捷、更专业地满足不同层次消费需求。(4)强大辐射与示范功能。由于商业中心区聚集了城市最高层次的人力资源与服务,在供求与竞争机制

调节下,边缘地区商业一般在主动承接商业中心区辐射的同时,尽量与商业中心区在节奏风格上保持一致,从而形成了商业中心区强大的示范功能。

商业中心区的规划和所在城市、地区商业网点中所处的层级不同,其功能也有差异。就其基本功能而言,表现为:(1)购物功能。商业中心区是所在城市或地区商业集约化程度最高、业态最发达、经营手段最先进、经营和服务品种最齐全的场所,购物环境好、选择余地大,是购物的最好去处。(2)休闲娱乐功能。商业中心区不仅文化氛围浓郁、环境优美、餐饮服务及配套服务设施齐全,往往集休闲娱乐于一体。(3)城市观瞻功能。商业中心区必定是一个城市或一个地区最为繁华的核心区域,是城市和所在区域的亮点,多具有城市观瞻和旅游功能。(4)会展功能。商业中心区是客流汇聚、商家汇聚、业态汇聚、商品、信息汇聚的场所,也是各商家(厂家)推广企业形象、商品和服务的最佳展示场所。(5)商务功能。特别是一级商业中心区或称商务中心区,由于其辐射和集聚半径大、金融业信息等现代服务业发达、集约化程度高、现代化装备和信息技术手段完善,为发展总部经济、开展国内国际商务奠定了物质技术和管理基础。

### 二、商业中心区在重庆市经济发展中的地位与作用

\* 收稿日期:2004-06-05

作者简介:田代贵(1957-),男,四川岳池人,重庆社会科学院国际经济研究所所长,副研究员,主要从事产业经济、商贸流通等研究。

### (一)提升重庆市流通产业的有效载体

流通产业是21世纪最有潜力的产业,它在各次产业间与产业内部的供给、需求、交换过程中起着纽带、桥梁作用,对于国民经济贡献巨大。商业中心区是产品交换与消费的终端载体,打造商业中心区,有利于整合流通产业链,极大地改善商业空间布局,促进重庆市商贸流通产业向集约化规模化和现代化方向发展,增强商贸流通中心的聚集和辐射效应。特别是商务中心区的形成,有利于吸引世界500强企业及国内国际金融、中介等现代服务企业进驻重庆,扩大对外开放,加快重庆国际化进程。2003年,重庆商业中心区实现社会消费品零售总额505.77亿元,占全市社会消费品零售总额的60.53%。初步显示了聚集效应。

### (二)城市和城镇功能不可或缺的有机组成部分

城市是经济活动的载体,也是居民生活的物质空间。从这两方面来看,都离不开商业中心区这一重要的配套功能。商业中心区加速了金融、保险、信息、贸易等现代服务业集聚,是城市生产企业展示形象、交换产品、交流信息的最佳场所,是连接生产与消费、产品与市场的重要载体。也是城镇居民必须的生活空间。

### (三)提升重庆城市形象、打造城市亮点的重要举措

商业中心区不仅是一个国家或地区对外开放程度和经济实力的象征,更是现代化国际大都市的一个显著特征。国外如伦敦的牛津街、巴黎的香榭丽舍大街、东京的银座等,国内如北京王府井大街,上海的南京路等,这些著名的商务中

心区(CBD)已经成为其国际大都市的一个重要标志。国内外旅客到达当地,均要到该地最繁华、最能代表城市个性的商业中心区去观光旅游或购物。外地人到重庆,据说也流行一句话,“不到解放碑,就不算到过重庆”。商业中心区已经成为一个地区展示其城市形象与扩大对外开放的窗口,成为城市中的亮点所在,具有“城市名片”的作用。

## 三、重庆市商业中心区发展现状及问题分析

### (一)发展现状

直辖以来,重庆市商贸流通业得以较快发展,表现在商品流通额稳步增长,商业流通基础设施得到了较大改善,多种商业业态竞相发展。在此基础上,重庆商业中心区建设发展亦取得明显成效,目前,重庆市商业中心区初步形成了“主城区商业区+区域性中心城市商贸中心+中心镇商业区+社区商业”的多层级、多形态的空间布局格局。

主城区商贸中心区,主要包括主城区解放碑一级商业中心区,也是重庆市商务中心区(CBD);沙坪坝、观音桥、南坪、杨家坪等主城次级商业中心区或副商业中心区;区域性中心城市商贸中心,即万州、黔江、涪陵、黔江、江津、合川、永川、南川、开县、长寿等9个区域中心城市的地区性商业中心;此外,还发展有若干中心镇以及社区商业中心。

2003年,重庆市商业中心区(不含小城镇和社区)实有占地面积1880.72万平方米,实现社会消费品零售总额505.77万元,分三大经济区统计情况见表1。

表1 重庆市三大经济区商业中心区2003年情况汇总表(单位:万平方米)

| 区域名     | 面积      | 社零总额    |           | 购物网点    |       | 服务网点   |       | 其它设施   |      |       |
|---------|---------|---------|-----------|---------|-------|--------|-------|--------|------|-------|
|         |         | 百分比 (%) | 社零总额 (亿元) | 百分比 (%) | 个数    | 面积     | 个数    | 面积     | 个数   | 面积    |
| 都市发达经济圈 | 535.31  | 28      | 268.32    | 53      | 5363  | 220.75 | 4025  | 124.74 | 1641 | 35.88 |
| 渝西经济走廊  | 541.12  | 29      | 101.29    | 20      | 4213  | 112.75 | 3016  | 57.41  | 505  | 14.38 |
| 三峡库区经济区 | 804.29  | 43      | 136.16    | 27      | 4719  | 183.45 | 3290  | 83.86  | 869  | 21.8  |
| 总计      | 1880.72 | 100     | 505.77    | 100     | 14295 | 516.95 | 10331 | 266.01 | 3015 | 72.06 |

资料来源:重庆市商业委员会市场处。

### (二)存在的主要问题

重庆市商业中心区的总体建设仍处于起步阶段,在发展中存在着若干问题与不足,主要表现在以下几个方面。

首先,认识不到位,商业中心区规划相对滞后。商业中心区是现代城市建设不可或缺的重要元素。由于商业中心区要求的环境和条件较高,客观上要求统一规划和布局。在这个方面,重庆明显滞后。重庆市在前十年开始启动旧城改造时,规划的重点放在了传统的商业网点的布局上,忽略了把商业中心区作为城市的配套功能或实体进行规划,缺乏商业中心区专题性详细规划。客观上造成了重庆各区域商业布局零散、聚集功能不强、集约化程度低的问题。重庆市几大主城区商业中心区的建设,做的都是“亡羊补牢”之功。主城区商业中心区大部分是在大规模旧城改造基本完成后才开始加以改造的,这样做所导致的后果,一是拆迁费用和基础设施投入成本高,造成重复建设和浪费,如已建成的解放

碑步行街、沙区三峡广场、正在建设的观音桥步行街等。二是一些业已形成的交通线路因商业中心区的新改扩建,不得不进行相应的调整,在一定程度上造成了商业中心区周边交通运输不畅,如沙坪坝区三峡广场建设对周边公共交通形成了一定的负面影响。三是配套设施的建设已没有足够的空间,必然影响商业中心区的功能完善。

其次,主城区商业中心区的功能趋同,分工不明确,特色不突出。重庆市各大商业中心区在功能与商业业态定位上比较接近,业态结构不尽合理,没有结合本地市场特色来进行开发定位,同质化竞争、单一化竞争比较严重。

其三,档次不高、服务手段落后。一是在功能定位上,相当一部分商业中心区还停留在购物消费等单一层面,特别是主城和区域中心城市的商业中心区,国际商务、会展等功能不突出。二是在空间布局上,部分商业中心区没有将商住功能相对分离,显得起点和档次不高,不利于商业气氛营造,服

务手段也比较落后,如电子商务等先进信息技术手段仍没有  
在商业中心区广泛普及开展。

#### 四、重庆市商业中心区的发展模式及功能定位

重庆主城区城市布局的基本特征是“多中心、组团式”,  
在渝西经济走廊、三峡库区经济区还分布有若干大的区域性  
中心城市。根据这个市情特征,重庆商业中心区的发展模式  
和功能定位也必然有别于其它平原城市。根据重庆市现有  
发展基础及区位条件,我们认为重庆市商业中心区大致有以  
下五种基本发展模式。

##### (一)商务中心区模式

基本功能和特征:商务中心区(CBD)是商业中心区的高  
级形式,除了具备一般商业中心区的基本功能之处,商务中  
心区更加突出商务功能,从流通基础设施及管理运行手段来  
看更为完备和现代化;从业态上来看更突出国际商务、电子  
商务、会展、现代物流等先进业态;更需要金融证券、信息、  
中介等现代服务业和智能化的现代办公楼宇、高级住宅等现代  
物业给予配套支撑;开放性强、辐射半径大,通过强大的商务  
功能把重庆与国内大中城市及世界联结起来;它既是全市商  
业文化、都市风貌的展示区,又是公司总部所在地,具有总部  
经济特征。

从重庆市的具体情况看,在主城区应布局两个商务中心  
区。一是已经列入规划的以解放碑、江北城、弹子石为依托的  
长江、嘉陵江交汇处的“金三角”区域。二是在北部新区应发  
展一个以高新技术及现代产业为支撑的科技商务中心区。

“金三角”商务中心区以解放碑大型百货、超市等集约化  
经营的现代商业及发达的金融等现代服务业和江北老城现  
代办公及商务居住物业为支撑,具有商业与商务综合服务功  
能和超广域辐射效应,在全市商业发展过程中起引领作用。  
北部新区科技商务中心区是以“金三角”商务中心区为背景,  
以高新技术及其为基础的现代产业为依托,以国际集装箱码  
头及火车客运站等发达的交通体系、现代物流设施和现代办  
公楼宇、高档居住社区为支撑。主要突出两个服务,即:服务  
于园区高新技术产业及现代制造业,实现高新技术产品流通  
“无障碍”,对北部新区科技园区的发展起拉动作用;服务  
于园区及周边居民,确保商业环境和服务与国外高科技园区  
“无差异”,对北部新区科技园区的发展起保障作用。同时,  
也是吸引国内外高新技术企业、跨国公司发展总部经济的理  
想区域。最有条件打造成为重庆具有鲜明个性和一流生态  
环境的商务中心区。

商务中心区的主要支撑条件:商务中心区具有综服务合  
功能,需要一系列硬件和软件条件进行配套和支撑。主要有  
以下几个方面:(1)一流的大型商业服务业经营场地;(2)现代  
化的商品展示场地;(3)现代化特别是智能化的办公楼宇和  
供商务人员等高级白领居住的高档居住社区或高级公寓;  
(4)内外通达的现代化交通网络及停车场等配套设施;(5)生  
态环境和景观及休闲设施;(6)强大的信息处理和交换平台;  
(7)特色鲜明的地方商业文化和社区文化,北部新区要突出

创业创新文化。

商务中心区产业和业态方向:(1)大型百货业:包括大型  
综合商场、大型超市、专业卖场等;(2)最能体现地方文化的  
餐饮服务业:包括高档宾馆、酒店业、文化娱乐业等;(3)电子  
商务业;(4)会展业;(5)现代物流业;(6)现代金融证券业;(7)  
信息咨询、培训、评估、人才推荐等现代中介服务业等。

##### (二)商业中心区

商业中心区,是指位于主城城市组团副中心的次级商业  
中心。商业中心区的主要功能是商贸流通、购物、观瞻及文  
化娱乐休闲功能,个别具备条件的商业中心区具有一定的商  
务功能。重庆市多中心、组团式的城市布局结构,使得商业  
中心区具有明显的层次性特征。重庆市商贸中心区可分为  
两个层次:第一个层次是位于都市区的城市副中心的商业中  
心区,已经基本形成的有观音桥、南坪、杨家坪、沙坪坝等四  
个,从商业空间布局来看,需要进一步建设和发展的还有渔  
洞、两路、北碚等三个商业中心区。这类中心区辐射的范围  
较大,功能较综合。第二个层次主要是指主城外围的11个城  
市组团,按照城市规划,这11个组团是重庆2020年前城市外  
延发展的重要区域。按现有规划,每一个组团面积至少都在  
30平方公里以上,大的超过100平方公里,聚集人口20万以  
上,高的达90万,是重庆城镇化过程中吸纳转非人口的主要  
区域,也是重庆主城区退二进三过程中主城人口向外围扩散  
的区域。这些区域必然是与生产生活配套的商业中心区。  
这类商业中心区功能相对单一,但特色更加突出,有的可能  
是围绕一条特色街区或一个大型市场发展起来的商业中心。

商业中心区的支撑条件:与商务中心区比较,一般来讲,  
除会展设施、智能化办公、高档公寓、强大的信息处理平台  
外,其他支撑条件都是一样的。特别是第二层次的中心区更  
是如此。

商业中心区的产业方向及业态:与商务中心区比较,商  
业中心区更注重除会展业、电子商务、金融业等之外的其他  
产业和商业业态。同时,这个圈层由于地处主城区副中心和  
外围组团,更适宜发展大型卖场如仓储式卖场等、大型批发  
市场、大型物流园区,与交通枢纽等大型基础设施为依托,除  
了满足本地生产生活需求之外,还承担着重庆大商贸、大流  
通的任务。

##### (三)区域性商业中心区

区域性商业中心区包括两个层次。第一层次是大城市  
商业中心区。主要包括万州、涪陵、江津、永川、合川等五大  
商业中心区。第二层次包括成渝经济走廊和三峡库区除大  
城市之外的中等城市商业中心区。区域性商业中心区基本  
功能,以商贸流通、购物娱乐为主,起到承接主城区商业辐射  
并向周边扩散功能。第一层次与第二层次相比,辐射半径更  
大,功能相对齐全,现代物流、电子商务、会展等现代商业业  
态更发达。

##### (四)中心镇商业中心区

具有一定的人口集聚,交通通信方便、经济相对发达,其

功能主要定位为方便本镇居民和附近居民购物消费,以及一般农业生产资料供应服务活动。是所在镇的商业文化中心。

#### (五)新型社区商业中心

系指在重庆主城区但不在商业中心区的其它居民聚居区,主要满足居民的日常购物、休闲娱乐等消费需求。要求有一定规模并集中分布的商业服务设施,是以自我服务为主、相对封闭的商业服务中心。

以上五大商业中心区层级不同、功能侧重不同,都围绕城市、人口与产业展开空间布局。这些商业中心区通过现代交通网络和通讯网络不仅在内部实现物质、信息传递和交流,形成重庆市商贸流通业空间布局和产业结构及业态布局体系,而且与全国及世界建立起广泛的沟通与联系。

### 五、重庆市商业中心区发展的思路及对策

#### (一)搞好商业中心区的建设发展规划

一是要根据错位发展的原则,明确功能定位,根据区位条件、人口流量、产业支撑、各种软硬件环境和地方文化特色等,确定商业中心区的功能和分工,避免功能重复,造成重复建设和恶性竞争。二是要把商业中心区的建设融入城市景观建设,特别是地处主城区作为全市顶级的二个商务中心区和处于城市副中心的四个商业中心区,商业、商务设施如百货大楼、会展中心、智能办公楼宇等,应按照标志性建筑加以规划和建设。使得商业(务)中心区真正成为现代城市的风貌展示区和城市亮点,起到“城市名片”的作用。三是不能急功近利,要留足公共文化休闲及绿化用地,突出生态环境功能。四是要把商业中心区的规划建设与城市旅游产业的发展结合起来,既要有看点,又要留得住人,把城市旅游与购物、休闲及文化娱乐融为一体。五是商业中心区除了其他软硬件设施配套之外,要配套适合高级白领特别是商务人员居住的高档时尚住宅区和完善的生活服务设施。国外的商务中心区高档住宅用地的比例一般占总用地面积的30%左右。

#### (二)搞好商业中心区的空间布局

重庆主城区城市布局的“多中心、组团式”特征和大城市大农村的基本市情特征,决定重庆商业中心区的空间布局不能按照平原城市按照“中地理论”向四周展开,形成圈层结构。而只能按照“通道辐射”原理,以交通干线、交通枢纽、城市组团、居民点等为依托进行空间布局,形成层级结构。

在商业中心区布局过程中,一是要打破行政界线,充分考虑商业中心区的辐射半径,包括地理半径和时空半径,商业中心区(社区商业中心除外)一般有效辐射半径在十公里左右。按照这个标准,目前主城区内观音桥副中心区的商业中心区,无论是从地理半径和时空半径来看,都没有独立存在的必要,南边在“金三角”商务区的有效辐射半径内,北边有可能被北部新区科技商务区覆盖。可以归并在“金三角”商务中心区。二是要把商业中心区布局与大型流通基础设施包括现代物流园区、大型批发市场的建设和布局有机结合起来。这些大型流通基础设施既承担着重庆大市场大流通的功能,又为商业中心区提供便捷的物流配送等服务。二者

有机结合才能形成良性互动,共同支撑重庆商贸流通产业。

#### (三)加强基础设施建设

商业中心区基础设施的建设重点有两个方面。一是加快交通网络体系建设,包括两方面的内容:商业中心区内部要形成便捷的交通网络体系和完善的附属设施;各层级商业中心区之间,在干线通道建设的同时,要注重网络化配套建设,提高各商业中心区特别是主城与区域性商业中心区的通达性。二是作为商务中心区包括主城区的二个商务中心区和区域性商业中心区如万州、涪陵等具有一定商务功能的商业中心区,要加快信息平台建设,并形成网络,同时建设智能化多功能的现代办公楼宇建设,以满足商务功能的需要。

#### (四)建立信息平台,发展电子商务,推动商贸流通现代化

用信息技术改造传统商贸流通业,通过信息化带动商贸流通产业的现代化,是增强商贸流通中心功能的重要举措。加快信息化和现代化进程,一是要建立和完善流通基础信息平台。重点建设好重庆商业情报中心数据库和重庆商业门户网站——重庆商业信息网,逐步完善“商唯”网上直报系统,拓宽信息采集面和辐射面及加工处理能力,并与各大型商贸流通企业、物流园区、批发市场连网,与重庆电信、有线电视、移动、联通、邮政等公共信息平台 and 全国相关信息网络对接。二是加快商贸流通企业供应链管理的信息建设,尽快开发和运用 CEM、EOS、MIS 和卫星定位系统。三是加快电子商务发展。扶持生产资料市场、大宗消费品生活资料专业市场交互式信息网络系统建设及网上商品交易撮合的开展;加快商业信息化与智能小区建设的无缝对接;开发具有自主知识产权的电子商务信息管理系统;大力推动网上身分认证、网上支付系统的建设。四是加快商贸流通标准建设,根据新型商业业态的发展需要,制定技术服务标准。

#### (五)加强市场监管,营造诚信消费环境

诚信与品牌是商业中心区的软环境基础,加强诚信与品牌建设是建设商业中心区文化、打造商业中心区核心竞争力的重要手段,为此,建设做好事下工作。一是加强市场监管与调控,为消费者提供一个“安全、方便、公平、放心”的消费市场环境;二是切实加强商贸企业的培训,提升商业中心区附加服务质量与服务效率;三是通过各种渠道,围绕“诚信”、“时尚”、“文明”等元素展各种宣传,有效提高商业中心区的知名度与美誉度。

#### 参考文献:

- [1]郭海荣.内陆大城市商贸中心区发展方向及对策研究[J].生产力研究,2000,(4):61-63.
- [2]刘志国,薛玉明.我国大中城市全市性商业中心零售网点规划建设标准[J].商业研究,1998,(1):50-52.
- [3]张清,陈智文.四平市商业中心等级系统和区位结构[J].松辽学刊(自然科学版),2001,(4):65-67.
- [4]张连华.中小城镇商业中心及市场体系规划探讨[J].小城镇建设,2003,(1):22-23.