

城市专业市场集群的空间成长:过程、经验与规划管控*——以济南泺口服装专业市场集群为例

The Spatial Growth of Urban Professional Market Cluster: Process, Experience and Planning Management: A Case Study of Jinan Luokou Clothing Professional Market Cluster

李 鹏 陈有川 杨小青 陈海涛 LI Peng, CHEN Youchuan, YANG Xiaoqing, CHEN Haitao

摘 要 专业市场集群是改革开放以后在我国大中城市普遍出现的新兴功能,为商贸流通和城市发展作出了重大贡献。及时总结专业市场集群空间成长和规划管控方面的经验,对转型期我国城市其他新兴功能的培育具有借鉴意义。济南泺口服装专业市场集群是围绕原址逐步发展而成的、我国长江以北最大的服饰商品集散地,围绕市场集群已形成了富有活力的城市功能区。以此为例,在对比城市用地现状图、查阅相关志书、访谈相关人员的基础上,从市场用地扩展、建筑升级、设施配套3方面回溯并梳理其空间成长过程,从而深入地总结市场集群空间成长和政府规划管控方面的经验。

Abstract Professional market cluster is an emerging function which is widespread in large and medium-sized cities in our country after China's economic reform made a significant contribution to the business trade and urban development. Timely summary of professional market cluster space growth and planning control experience has significance of reference to other emerging urban function in China during transitional period. Jinan Luokou clothing professional market cluster is the biggest clothing wholesale market in the north of the Yangtze river in China which developed step by step around the site, forming a vibrant urban functional areas around the market. Based on comparing urban land status quo, referring to relevant annals and interviewing relevant personnel, this paper takes Luokou for example, goes back and sorts out the process of space growth in terms of land market extension, building upgrades, and furnished equipment, to thoroughly summarize the experience of market space growth and government's planning control.

关键词 专业市场集群 | 泺口服装市场 | 空间成长 | 规划管控 | 济南市

Keywords Professional market cluster | Luokou clothing professional market | Spatial development | Planning and control | Jinan

文章编号 1673-8985 (2018) 01-0115-06 中图分类号 TU981 文献标志码 A

作者简介

李 鹏

山东建筑大学建筑城规学院、绿色建筑协同创新中心

讲师,博士研究生,规划师

陈有川

山东建筑大学建筑城规学院、绿色建筑协同创新中心

教授,博士生导师,博士,规划师

杨小青

济南市规划设计研究院

助理工程师,硕士

陈海涛

山东建大建筑规划设计研究院
工程师

专业市场是改革开放后我国城市广泛出现的一种新兴功能,近年来越来越多地以集聚的形式发展,形成了大量富有活力的专业市场集群^[1]。专业市场集群也称作大型专业市场、专业批发市场群等,是指若干个既相互关联又相互分工的市场聚合在一个较小的空间范围内而形成的市场聚合体^[2]。

集群化发展使得专业市场从消极适应城市空间变为积极主导城市空间^[3],形成了众多

富有特色的城市新型功能区,从而引起了城乡规划学、地理学、建筑学等学科的关注。谢涤緬、魏清泉,潘裕娟、曹小曙等研究了专业市场集群的空间布局规律及其影响因素、形成机制^[4-5];张璐璐、夏南凯,余顷、张卫,曹卫东、唐云云探讨了专业市场集群对城市规模扩张、空间增长、结构变迁等方面的影响^[6-8],为合理布局专业市场集群、有效促进专业市场集群同城市的良性互动提供了理论指导。现有

*基金项目:山东省自然科学基金“常态化背景下的城市总体规划实施评估研究”(编号ZR2013EEM014)资助。

表1 济南服装市场空间成长阶段

成长阶段	市场功能	商品档次	辐射范围	建筑形式	占地面积 (hm ²)	建筑面积 (万m ²)
萌芽期 (1989—1994年)	以批发零售、加工制作为主的服装专业市场集群	低档为主	济南市区及周边县市	摊棚式为主	5.09	4.83
发育期 (1995—2004年)	集生产加工、批发零售、旅游观光、购物娱乐于一体的综合型服装专业市场集群	中低档为主	山东大部分地区及相邻省份	摊棚式、店堂式为主	29.63	22.49
提升期 (2005—2015年)	集品牌展示与销售、商务办公、会展经济、餐饮娱乐于一体的现代化服装专业市场集群	高中低档兼营	山东全省及相邻省份	店堂式、建筑综合体为主	48.79	100.30

资料来源:作者自制,数据截至2017年2月25日。

成果在专业市场集群空间布局和专业市场集群推动城市发展领域取得了较大进展,而从培育城市新兴功能视角来总结其空间成长、规划管控方面经验的文献尚不多见。

本文以“从无到有、从弱到强”并围绕原址逐步发展成为“我国江北最大服饰商品集散地”的济南市泺口服装专业市场集群为例,通过对比城市用地现状图、查阅相关志书、访谈市场人员和周边居民来回溯、梳理其空间成长历程,从而总结市场空间成长和政府规划管控方面的经验,为城市其他新兴功能区的培育提供借鉴。

1 研究对象与数据来源

1.1 研究对象

济南泺口服装专业市场集群(以下简称泺口服装市场)地处济南市天桥区,位于城市南北发展轴——济泺路的北段(图1),由相对集中分布的泺口服装大厦、泺口商贸城中心、济南窗帘城、齐鲁鞋城、泺口皮革城、泺口服装国际会展中心等30余家专业市场组成。2015年泺口服装市场占地48.79 hm²,建筑面积100.30 万m²,从业人员近3.45万,年交易额近百亿元,是我国长江以北最大的服饰商品集散地。

自开市运营以来,泺口服装市场交易额稳定增长、用地扩展连续、业态升级及时;经过近30年的发展,其所在地区逐步集聚了休闲娱乐、购物、服装交易、服饰文化、会展、餐饮、旅游等功能,成为济南市滨河新区^①的四大发展板块之一和产业特色显著的新兴功能区。

图1 泺口服装市场区位图
资料来源:作者自绘。

1.2 数据来源

文中1994、2004、2015年泺口服装市场的空间数据来自相应年份的DWG格式图纸文件;1989—2002年间各个专业市场和配套设施的项目名称、建设时间、建筑形式^②等资料来自《香磨李志》^[9],2003年以后的相关资料通过访谈市场管理人员、经商业户和周边居民获得。

2 空间成长过程

根据市场功能、商品档次、辐射范围、建筑形式情况,泺口服装市场的空间成长大致经历了3个阶段(表1),即萌芽期(1989—1994年)、发育期(1995—2004年)和提升期(2005—2015年)。

2.1 萌芽期空间成长

1989年6月,济南市天桥区工商行政管理局出资,北园街办香磨李居民委员会(以下简称“香磨李居”)提供50亩场地,在当时的城郊地区合作创办、经营服装市场,播下了泺口服装市场成长的种子。至1994年底,该服装市场占地5.09 hm²、建筑面积4.83万m²,成为集加工制作、批发零售于一体的济南市最大的服装专业市场集群,辐射济南郊区及周边县市。

2.1.1 用地扩展

用地扩展方面,1989年市场创建者在北闸子东路、济泺路与小清河所围合的三角地内,利用香磨李居的水湾、藕池和稻田等空闲地建设老泺口服装市场。1992年市场经营者扩建老泺口服装市场,市场交易用地沿着北闸

注释 ①济南滨河新区位于小清河沿线,南起北园大街、工业北路以北,北至黄河南岸,东到济南东绕城,西临济南西客站编组。滨河新区将承担起统领济南市北部地区发展、引领城市产业结构向现代服务业转型的重任,并承接泉城特色风貌带,构建以小清河为主脉的城市空间格局框架,扭转济南南与北、东与西发展不均衡的局面,为城区空间一体化发展和北跨奠定基础。滨河新区规划形成“一心一轴四区多点”的空间结构,其中“四区”包括清河源—美里湖片区、泺口片区、华山片区、空港—高铁新东站片区。

②我国市场建筑形式一般经历了摊棚式、店堂式和建筑综合体。摊棚式是指“兵营式”的商铺成片地布置在梁架搭成的半室内或者室内单元内而形成的步行街式商业空间,建设投资少,利于分期实施。独户店堂式由摊棚摊位模式演进而来,开敞的摊位演变为每户独立的店堂,常常采用“下店上仓”或者“下店上住”等模式。集中店堂式是以手扶梯升堂入室为主要经营形式的室内市场,既节约了用地,又满足了人们对商业购物环境日益增长的需要。综合体式往往集批发市场、商务办公、会展中心、物流中心等各类功能于一体,配套设施完善、功能齐全,可创造良好的室内和室外购物环境。



图2 1994年市场空间分布示意图
资料来源:作者自绘。



图3 1994年市场建筑形式示意图
资料来源:作者自绘。



图4 2004年市场空间分布示意图
资料来源:作者自绘。

子东路向东扩展到济泺路,生活、加工用地向南扩展到小清河北岸。1993年在北闸子东路和济泺路交叉口的西南角、西北角,市场经营者占用香磨李居部分村民宅基地和北园镇几块企业用地建成泺口服装市场交易大厅与四季红童装床上用品批发市场,1994年改造黄河宾馆大院办起羊毛衫批发市场。于是,市场中心转移到交通条件更为优越、商业氛围更为浓厚的济泺路和北闸子东路交叉口,服装专业市场集群初步成形(图2)。

1989年至1994年,泺口服装市场用地面积年均增长1.0 hm²,建筑面积年均增长1.0万m²。此时市场建筑一般为摊棚式且多数是由既有低层建筑改造而成,因而用地开发强度较低,平均容积率为0.9。

2.1.2 建筑形式

20世纪90年代初中期,我国专业批发市场普遍以店堂式建筑为主^[10]。而泺口服装市场除泺口服装市场交易大厅为店堂式建筑外,其余3处市场仍为摊棚式建筑。市场经营者采用建设成本低、施工周期短、布局形式活的摊棚式建筑,减轻了投资压力,降低了经商业户的进入门槛,为萌芽期市场集群的快速扩张创造了条件(图3)。

2.1.3 设施配套

市场服务设施可分为生活服务设施和经营服务设施两类。生活服务设施方面,市场经

营者泺口服装市场建设之初就在老泺口服装市场南侧、小清河北岸建设了占地近7 000 m²生活区供经商户租用,随后香磨李居又动员每户村民至少拿出一间房屋出租给经商户。这样一来,广大来自外地的经商户在当时房屋租赁市场尚不发达的情况下有了廉价的居住场所,有助于他们安心在泺口服装市场发展。另外,黄河宾馆能承办中高档筵席,方便了商务接待;配建的食品街可为从业人员、顾客提供经济实惠的餐饮服务。

经营服务设施方面,1993年市场经营者在济泺桥北、济泺路西侧建设了泺口长途汽车站,开通了至淄博市周村服装批发市场的客运专线,还承担服装托运业务。泺口长途汽车站既方便了济南郊区及周边县市顾客来泺口服装市场购买服装,又方便了经商户去周村服装批发市场进货。

萌芽期,市场经营者通过由偏僻地段向繁华地段十分紧凑地建设“形式相对落伍却省钱省时”的市场建筑,达到了资金紧张状况下迅速扩大市场规模、产生集群效应的目的,建成了济南市最大的服装市场。通过建设专用生活区和动员香磨李村民出租农房供经商户居住、生产使用,将服装市场建成集销售、加工、生活于一身的功能体,为经商户安居乐业创造了环境,为市场持续繁荣发展提供了保障。

2.2 发育期空间成长

1995—2004年,周边企业的“退二进三”为市场发展提供了充足的空间,小清河北路的建成显著改善了市场的交通条件,于是泺口服装市场进入快速发展阶段。经过10年的快速发展,泺口服装市场用地面积29.63 hm²、建筑面积22.49万m²,成为集生产加工、批发零售、旅游观光、购物娱乐于一体的大型服装专业市场集群,辐射范围扩展至山东大部分地区及相邻省份。

2.2.1 用地扩展

在快速发展过程中,泺口服装市场的经营主体趋于多元,市场空间扩展相应变得复杂。用地扩展方面,最大的建设经营企业——华宇集团(香磨李居村办企业)在济泺路两侧先后新建、扩建了泺口服装市场交易大厅、泺口服装城交易大厅、泺口服装城商贸中心、泺口服装城精品大厦、泺口红太阳商城、羊毛衫批发市场、鞋城批发市场、精品童装城等服装专业市场,市场用地扩展到了小清河北岸。同时,济南帆布厂、济南第一色织布厂、北园针织厂和济南无纺布厂等周边工业企业先后“退二进三”,分别改造成山东鞋类批发市场(后改名为齐鲁鞋城)、济南窗帘城、济南鞋城和之江商城等专业市场,市场集群向南、向东快速扩展。另外,在店堂式批发市场之间还建设了泺口服装城交易大厅精品街、中心街、西



图5 2004年市场建筑形式示意图
资料来源:作者自绘。



图6 2015年市场空间分布示意图
资料来源:作者自绘。



图7 2015年市场建筑形式示意图
资料来源:作者自绘。

服区3条室外商业街。由此, 沭口服装市场形成了以济泺路为主轴, 小清河北路、标山北路为次轴的较为紧凑的空间布局, 聚集经济更加显著, 商业气氛更加浓厚(图4)。

1995年至2004年, 沭口服装市场扩张加速, 用地面积年均增长2.7 hm², 建筑面积年均增长2.0万m²。新建市场仍有一定数量的摊棚式建筑, 且新建和改建市场的室外场地普遍有所增加, 因此用地开发强度较萌芽期有所降低, 平均容积率为0.76。

2.2.2 建筑形式

2000年前后, 我国专业批发市场开始出现建筑综合体形式, 而沭口服装市场仍以店堂式、摊棚式建筑为主, 甚至还新建了少量的室外商业街。其中, 店堂式建筑主要分布在济泺路两侧, 摊棚式建筑主要分布在小清河北路与标山北路两侧^③(图5)。相对简易甚至简陋的市场建筑, 保持了沭口服装市场较低的入驻门槛, 为其规模持续快速增大创造了条件。

2.2.3 设施配套

生活服务设施方面, 周边城市住区的开发为经商户改善居住环境提供了可能。沭口服装市场周边的金泉小区、北闸小区、沭都小区、太平洋花园小区、标山小区等成为经商户租房和购房的热点区域。1999年华宇集团建设了南北方蔬菜市场, 2001年建设了美食街; 同年, 信教经商户还集资兴建了基督教堂, 反映出其

扎根沭口的强烈意愿。

经营服务设施方面, 2000年底沭口长途汽车站迁至沭口服装城商贸中心广场西北角, 与济南市长途汽车站开展联运业务。2001年和2003年分别建设了沭中货物集散中心和洛通物流配送中心, 开辟了通往全省各地、国内部分大中城市的多条经营线路。汽车站的升级和大型物流中心的建设, 强有力地推动了沭口服装市场辐射范围的进一步扩大。

发育期, 市场经营者变得多元化, 通过把周边闲置工业厂房改造成市场和继续建设“形式相对落伍却省钱省时”的新市场两种方式, 实现了市场规模加速增长(用地规模和建筑面积年均增长速度分别为萌芽期的2.4倍和1.8倍), 建成了山东省最大的服装市场。通过配套建设物流中心, 开辟了通往国内部分大中城市全省各地的经营线路, 为市场辐射范围继续扩大、市场规模加速增长提供了支撑。同时, 市场周边地区尤其是住宅区的开发, 为市场经商户通过就近购买和租赁城市住宅来改善居住环境创造了条件, 坚定了他们扎根沭口发展的信心, 也对市场功能复合化提出了新要求。

2.3 提升期空间成长

2005年以后, 小清河综合治理工程^④的开展加快了沭口服装市场转型升级的步伐, 土地

利用更加集约, 业态分化更加精细, 城市型功能更加齐全。2015年, 沭口服装市场用地面积48.79 hm²、建筑面积100.30万m², 成为江北最大服饰商品集散地。

2.3.1 用地扩展

在周边可建设用地不断减少和市场升级转型逐步加快的形式下, 市场经营者采用了增量扩张与存量挖潜相结合的用地扩展方式。“增量扩张”是指将非市场用地变为市场用地, 如位于济泺路北段的沭安广场、沭都服装品牌城和济泺路南段的恒新商场、山东通信城, 以及标山路北段的沭口鞋城仓库、裤子大世界、服装城批发广场和标山商城等。“存量挖潜”是指对市场用地进行再开发, 主要集中在济泺路两侧, 如拆除沭口服装市场交易大厅、老沭口服装市场东段建成沭口服装大厦, 拆除齐鲁鞋城部分沿路市场用房建成齐鲁鞋城品牌港、齐鲁鞋城写字楼, 占用老沭口服装市场用地建成济南沭口皮革城, 占用沭口服装城交易大厅用地建成济南沭口服装国际会展中心等(图6)。至此, 沭口服装市场形成了以沭口服装大厦、沭口服装国际会展中心和沭口商贸城中心为核心, 以南北向的济泺路、标山路和东西向的小清河南路、北路为主轴的空间格局, 用地向东、向北扩展态势明显。

2005年至2015年, 沭口服装市场空间扩

注释 ③小清河北路于1998年底竣工, 东至二环东路东侧的还乡店路, 西接二环西路, 是济南市重要东西向交通干道。小清河北路在沭口服装市场地区的路段基本上沿着北闸子东路建设, 并顺势向济泺路以东延伸。

④小清河综合治理工程自2007年11月开工, 2014年10月主体工程完工。小清河河底宽度由原来20—30 m拓宽至60—100 m, 河口宽度由原来30—60 m拓宽至80—200 m, 平均挖深2 m以上, 防洪标准由20年一遇提高到100年一遇。

展进入存量挖潜阶段,土地利用日趋集约化。其用地规模扩张放缓,年均增长2.0 hm²;建筑规模扩张加速,年均增长7.8万m²;平均容积率提高到2.06,其中冻口服装国际会展中心地块容积率高达6.42。

2.3.2 建筑形式

进入提升期后,冻口服装市场改造了部分较为陈旧的摊棚式、店堂式市场,建设了7处建筑综合体,主要分布于济泺路与小清河交汇处;新建的9处采用店堂式市场,建筑风格较为现代,设施较为齐全(图7)。建筑综合体不仅改善了地区形象,而且导入了商场、写字楼、商务酒店、会展中心等城市功能,显著提升了冻口服装市场的品牌效应和服务水平。

2.3.3 设施配套

冻口服装市场的转型升级,刺激了相关经营服务设施的快速建设。2005年,泺安广场首次引入了商务办公功能,齐鲁鞋城写字楼、济南冻口皮革城写字楼随后也建成使用。2008年后建成的齐鲁鞋城品牌港、冻口标山商城、冻口天地仁和商务酒店引入了餐饮、住宿、休闲、商务、金融等功能。2014年竣工的济南冻口服装国际会展中心,标志着冻口服装市场服务设施开始承担更多的城市职能。

提升期,市场经营者通过“增量扩张”与“存量挖潜”相结合的方式实现市场扩容——扩大市场用地规模,提高地块开发强度,明显提高了市场用地的集约利用水平(容积率由成长期的0.76提高到2.06),建成了国内江北最大的服装市场。通过建设城市综合体和升级市场建筑形式,美化了城市形象,植入了城市功能,从而催生了以服装展示与销售为主导的城市新型功能区。

3 空间成长经验

近30年来,影响冻口服装市场成功发展的因素虽然是多方面的,但在空间成长方面及时响应区位变动、坚决推行渐进开发和积极提供多样化商业空间的经验不容忽视。其中,坚决推行渐进开发尤为重要,它不仅为及时响应区

位变动留有余地,还积极提供多样化商业空间创造条件。

3.1 及时响应区位变动

冻口服装市场重视周边环境的发展变化,在空间成长中及时利用区位变动所创造的有利条件。萌芽期,冻口服装市场位于济南市中心城区的城乡结合部,规划管理部门对其实施了宽容的政策,一定程度上包容了市场用地粗放、建筑简陋、功能混杂、形象不佳等诸多问题。这期间,冻口服装市场的市场建筑采用外观不够美观、用地不够节省但是建设投资少、工期短的摊棚式为主,显著降低了市场建设投资总额和商铺租赁费用,实现了以低价经营优势推动市场规模快速增长的目标。发育期,冻口服装市场位于济南市中心城区边缘——城市北大门,所在地区的道路体系日益完善、市政设施逐渐齐全,开发建设逐步引起市、区政府的关注。这期间,冻口服装市场不仅可以在更大范围内寻求所需建设空间,还被列为山东省重点建设项目,由此带来了充足的在建空间和优惠政策,进一步支撑了市场规模膨胀。提升期,冻口服装市场位于滨河新区核心功能板块,其转型升级与所在地区打造城市副中心战略同步进行,市场建设与城市开发互相促进,大力推动了冻口服装市场中品牌展示、商务办公、餐饮娱乐等功能快速成长,为成功应对电商冲击创造了条件。

3.2 坚持推行渐进开发

冻口服装市场秉承谨慎务实的投资理念,在空间成长中坚决推行小规模、渐进式开发。在萌芽期,冻口服装市场就采用渐进式开发模式,表现为开发时序上逐步由偏僻地段走向繁华地段,市场建筑上规模逐步增大和质量逐步提高。发育期,随着周边工业企业和仓储企业陆续“退二进三”,冻口服装市场将部分闲置厂房、仓库改建为经营场所,市场规模加速增长,经营主体逐渐多元,小规模、渐进式开发的特点更加清晰。提升期,冻口服装市场建设建筑综合体和升级市场建筑也都是各市场经营

者自发决策的,规划管理部门并未施加过多的干预。另外,从单个市场发展来看,冻口服装市场大多也采取分期建设,如冻口服装城、之江商城、济南窗帘城、齐鲁鞋城等都是逐步建设或者改造而成的,尤其是齐鲁鞋城至今还在改造扩建。

3.3 积极提供多样化商业空间

在发展过程中,冻口服装市场不但没有因为发展态势良好就过早大规模改造形式陈旧的市场建筑,而且还不断地将周边闲置的工业厂房改建为简易市场,为经商业户提供了租赁价格多样化的商业空间。首先,大量形式陈旧市场建筑的存在,降低了新商户进入冻口服装市场创业的门槛,推动了市场规模的快速扩大。其次,租赁价格多样化的商业空间的长期存在促进了市场类型多元化,保障了冻口服装市场稳定、繁荣地发展。不同经营内容、档次的市场聚集在一起,有利于向消费者提供品种多、档次全、价格低的商品,从而吸引更大范围内更多不同需求的顾客;有助于经商户间相互竞争与彼此学习,推动着商业快速分化与升级,进一步提高了市场竞争能力;还能够有效减弱业态升级对市场发展的冲击。可见,多样化商业空间在扩大市场规模、提高市场竞争力和增强市场发展稳定性方面起到显著的作用。

4 规划管控启示

冻口服装市场的成功发展,对于转型期城市规划管理部门培育城市新兴功能有以下启示。

第一,规划管理部门应根据城市新兴功能类型来制定相应的培育对策。按照成长模式的不同,城市新兴功能至少可分为两种,一种是从无到有、从弱到强一步步在城市中成长起来的,即自生型新兴功能(冻口服装市场就属于此类);另一种是通过“筑巢引凤”从其他城市移植而来的,即移植型新兴功能。对于自生型新兴功能的培育,规划管理部门应遵从量变积累到一定程度必然会带来质变

的辩证法规律,正确处理临时与永久、近期与远期、规模与质量的关系,采取快速增长中逐步提高质量的对策。通常规划管理要相对宽容和灵活一些,在保证城市整体利益和不妨碍可持续发展的前提下,减少对空间布局、开发强度、建筑质量等方面的过多干预,更不必为刻意追求城市形象、环境质量而无谓地增加建设成本,以便及时提供城市新兴功能所能负担得起的城市空间,保障快速增长。

第二,规划管理部门应针对城市新兴功能发展的不确定性来预留发展空间。城市发展充满不确定性,新兴功能发展的不确定性更为突出,对其进行预测也更加困难。规划管理中,比较稳妥的做法就是在建设选址时选择能够为新兴功能不断发展提供相对集中建设空间的地段;在建设过程中,一方面必须严格控制其周边用地的开发时序、开发功能和开发规模,尽可能减少影响甚至可能影响新兴功能持续发展的开发活动;另一方面,增强用地性质的兼容性和建筑空间的通用性,灵活引导周边用地的开发,为城市新兴功能预留充足发展空间。

第三,规划管理部门不但要满足城市新兴功能的空间需求,还要考虑外来人口涌入、服务设施配套和关联产业发展的空间需求^[11]。规划管理部门在改善城市新兴功能所在地区的道路交通和市政基础设施的同时,还要重视提供从业人员的居住生活设施,配套商务金融、贸易咨询、会展宣传等经营服务设施,以及大力发展关联产业,积极促进新兴功能与所在城区融合、互动和一体化发展。■

参考文献 References

- [1] 何燕子,张晖勇. 低碳经济下专业市场集群的升级路径探索[J]. 市场研究, 2012 (1): 81-84.
HE Yanzi, ZHANG Huiyong. Exploration on the upgrading path of professional market cluster in low carbon economy[J]. Market, 2012(1): 81-84.
- [2] 白小虎. 专业市场集群的范围经济与规模经济——义乌小商品市场的实证分析[J]. 财贸研究, 2004 (2): 55-59.
BAI Xiaohu. The scope economy and scale economy of specialized market cluster: an empirical analysis of Yiwu small commodity market[J]. Finance & Trade Economics, 2004(2): 55-59.
- [3] 王盛. 中国义乌专业市场演化对城市空间形态的影响[J]. 经济研究导刊, 2010 (20): 66-68.
WANG Sheng. The influence of the professional market evolution of Yiwu China on the urban spatial morphology[J]. Economic Research Guide, 2010(20): 66-68.
- [4] 谢涤湘,魏清泉. 广州大都市批发市场空间分布研究[J]. 热带地理, 2008 (1): 47-51.
XIE Dixiang, WEI Qingquan. Spatial distribution of whole sale market in metropolitan area as Guangzhou[J]. Tropical Geography, 2008(1): 47-51.
- [5] 潘玉娟,曹小曙. 广州批发市场的供应物流空间格局及其形成机制研究[J]. 地理学报, 2012 (2): 179-188.
PAN Yujuan, CAO Xiaoshu. Spatial patterns and their formation mechanism of supply logistics network of wholesale markets in Guangzhou[J]. Acta Geographica Sinica, 2012(2): 179-188.
- [6] 张璐璐,夏南凯. 专业市场变迁对城市空间的影响——以义乌为例[C]//城市规划和科学发展——2009年中国城市规划年会论文集. 天津:天津科学技术出版社, 2009.
ZHANG Lulu, XIA Nankai. Impact of professional market changes on urban space: a case study of Yiwu[C]//Urban planning and science development: proceedings of annual national planning conference, 2009. Tianjin: Tianjin Science and Technology Press, 2009.
- [7] 余顷,张卫. 长沙市大型专业市场分布与演化对城市空间结构形态的影响[J]. 中外建筑, 2012 (10): 34-67.
YU Qing, ZHANG Wei. Study on the urban spatial structure influenced by the large professional market distribution and evolution in Changsha[J]. Chinese & Overseas Architecture, 2012(10): 34-67.
- [8] 曹卫东,唐云云. 城市专业批发市场区位演化与城市空间的时空耦合——以芜湖市为例[J]. 经济地理, 2013 (5): 60-66.
CAO Weidong, TANG Yunyun. The spatial-temporal coupling between evolution of urban specialized wholesale market distribution and urban spatial expansion in Wuhu[J]. Economic Geography, 2013(5): 60-66.
- [9] 济南市天桥区香磨李居志编纂委员会编. 香磨李居志[M]. 济南: 山东人民出版社, 2003.
Jinan Tianqiao District Xiangmoliju Zhi Compilation Committee. Xiangmoliju Zhi[M]. Jinan: Shandong People's Publishing House, 2003.
- [10] 文娟. 中国南方专业批发市场选址及建筑空间形态研究[D]. 长沙: 湖南大学, 2004.
WEN Juan. The research on the professional wholesale market's selecting site and building space form in south of China[D]. Changsha: Hunan University, 2004.
- [11] 孙博,李鹏,张羽丰. 小商品市场对周边地段的空间影响及其机制研究——以青岛市即墨路小商品市场为例[J]. 城市学刊, 2016 (5): 60-66.
SUN Bo, LI Peng, ZHANG Yufeng. Study on the spatial effect and mechanism of small commodity market on surrounding area: a case of the Qingdao Jimo Road small commodity market[J]. Journal of Urban Studies, 2016(5): 60-66.