

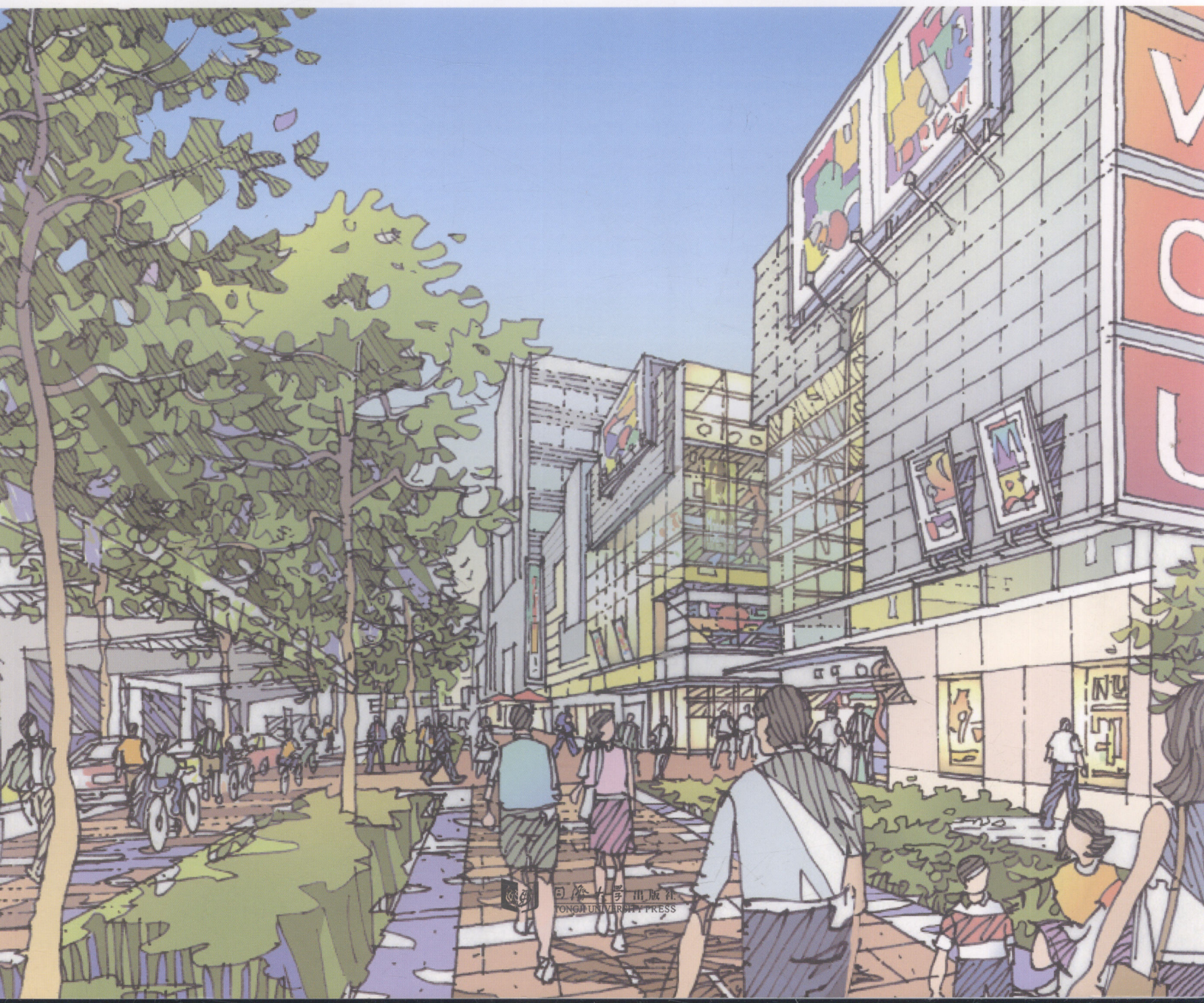
IDEAL SPACE

No. 28

# 理想空间

主编 王耀武 夏南凯 郭雁

## 人性化的商业步行街区



## 征稿启事

尊敬的朋友们：

《理想空间》编辑部成立于2003年，由上海同济城市规划设计研究院主办。《理想空间》系列丛书主要介绍国内外先进的城市规划、建筑与景观设计实践成果，是目前国内城市规划、景观与建筑设计领域的新锐出版物。

我们将倾力推出以下丛书（见将出书目），以全新的视角介绍优秀的规划作品和实践经验，现诚挚邀请从事相关行业的教学、设计和管理工作人员对下列主题进行探讨并不吝赐稿。

《理想空间》愿意为您提供一个展现自我的平台。欢迎投稿，感谢支持！

## 已出书目

### 系列丛书：

- 第一辑：创刊号
- 第二、三合辑：上海沪东地区开发研究
- 第四辑：历史文化遗产研究与保护
- 第五辑：城市空间发展战略研究
- 第六辑：2010年上海世博会同济作品
- 第七辑：中国高校校园规划
- 第八辑：个性化校园规划
- 第九辑：上海郊区城镇发展研究
- 第十、十一合辑：中法建筑与城市发展论坛特辑
- 第十二辑：快速城市化地区中小城市发展——江阴城市规划
- 第十三辑：景观与旅游规划设计
- 第十四辑：自然与生态设计——德国SBA事务所理论与实践25年
- 第十五辑：历史城市保护规划与设计实践
- 第十六辑：城市规划中的文化策略与作为
- 第十七辑：城市道路交通规划
- 第十八辑：文化·街区与城市更新
- 第十九辑：滨海模范城——大连城市规划创作与实践
- 第二十辑：新形势下的城市总体规划
- 第二十一辑：未来新海岸——临港地区的规划设计与实践
- 第二十二辑：栖水筑城——滨水地区规划创作与实践

- 第二十三辑：现代产业园规划
- 第二十四辑：多元化的居住理想
- 第二十五辑：物流园区的规划与研究
- 第二十六辑：住房政策与住房建设规划
- 第二十七辑：和谐住区建设与住区规划
- 第二十八辑：人性化的商业步行街区

### 教材：

控制性详细规划

### 策划丛书：

- 世博会特辑
- 2003上海市城市规划优秀作品集
- 农村住宅规划与建筑设计方案精选
- 制约下的实践——多样性城市特征下的规划务实研究
- 汉诺威的记忆
- 锦绣荷兰
- 爱知印象
- 新理想空间III——同济规划设计年鉴
- 寻找适合中国的城市设计
- 郑正城市规划、城市设计论文、作品选集
- 城市特色研究与城市风貌规划

## 将出书目

火车站地区规划与设计  
总体城市设计  
城市设计时代

城市广场规划  
行政中心区规划与设计  
城市公园

### 联系方式

投稿地址：上海市杨浦区国康路46弄3号楼403室  
邮编：200092  
电话：021—65988891—806  
淘宝网：<http://shop35410173.taobao.com/>

传真：021—65988891—811

联系人：周海波

电子邮箱：[idealspace2008@163.com](mailto:idealspace2008@163.com)

理想空间客户服务QQ：575093669

售书专线：QQ：575093669

图书在版编目 (CIP) 数据

人性化的商业步行街区 / 王耀武, 夏南凯, 郭雁主编.  
上海: 同济大学出版社, 2008. 8  
(理想空间; 28)  
ISBN 978-7-5608-3920-2

I. 人... II. ①王... ②夏... ③郭... III. 商业区—城市规划 IV. TU984.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 139332 号

理想空间  
2008. 8 (总第二十八辑)

编委会主任	夏南凯				
编委会成员	李德华	董鉴泓	陶松龄	吴志强	
	赵民	唐子来	周俭	彭震伟	
	戴慎志	郑正	夏南凯		
名誉主编	李德华				
执行主编	王耀武				
主编	王耀武	夏南凯	郭雁		
责任编辑	宋磊				
	周海波	陈超	鲁赛	桑劲	荆海英
	郭雁	陈鑫春	管娟	汤学虎	李峰
平面设计	唐菲				
网站编辑	荆海英	郭雁			
主办单位	上海同济城市规划设计研究院				
征订电话	021—28643424; 65988891—805				
网址	www.ideal-space.com.cn				

出版	同济大学出版社
发行	
策划	《理想空间》编辑部
制作	
印刷	上海锦佳装璜印刷发展公司
开本	635mm x 1000mm 1/8
印张	16
字数	256000
印数	1—5200
版次	2008年9月第1版 2008年9月第1次印刷
书号	ISBN 978-7-5608-3920-2/TU. 790
定价	45.00元

本书若有印装质量问题, 请向本社发行部调换

## 编者按:

本书的主题为“人性化的商业步行街区”。随着我国城市建设的进一步发展, 城市功能日趋完善, 步行商业街区作为城市发展的一项重要内容, 越来越受到政府和市民的关注, 已经成为现代城市生活不可或缺的一部分。商业步行街设计的目的应当是通过人与空间、环境的融合, 进而表达出一种良好的道德意识和精神面貌, 从而提升人的素质、品位, 真正体现以人为本。

人性化的设计, 就是根据人的行为规律、人的尺度、人的活动需求以及人对城市环境的反应形成一定区域, 这些区域首先要满足区域功能的需求, 其次还应满足人在精神层面的需求, 落实到城市商业步行街区的设计中, 应表现在: 从环境行为心理角度来分析步行者对街道空间环境的心理感受, 从而考虑如何对城市商业街区进行尺度上的把握; 从城市生活多种可能性的角度来充分考虑公共活动场所的设计, 以及如何做到经济与社会发展的和谐。此外, 我们也期望通过对步行商业街区的消费活动与消费空间互动关系的一步揭示, 更好实现其作为重要商业空间的职能。

本期专辑所收录的内容正是期望能以这样的思想来贯穿成。专题论文部分试图从多个角度来探寻当下商业步行街区的问题以及对今后的展望, 介绍其立体化的步行系统规划, 展现了商业步行街的一种全新模式。

在专题案例部分本书按照从宏观到微观的次序分为四类: “商业街区”、“休闲街区”、“历史街区”和“社区商业”, 体现了将上述思考付诸于实践的一些成果。首先“商业街区”部分介绍了各大城市的一些新建或改造的具有代表性和特色的商业街区, “休闲街区”则带来了富于创意与影响力的规划设计实践。在形形色色的城市商业街中, 具有文化历史底蕴的步行街逐渐受到各方的关注, 第三部分“历史街区”则汇总了多个优秀案例。“社区商业”作为一种房地产商品, 其购买者的关注点, 早已超越了其基本使用功能, 而更希望它能提供某种情景, 为其即将进行的商业活动增加某种“意义”。第四部分收录的优秀案例则会给予各位设计人员以启示。

他山之石中收录的加拿大步行系统及欧洲多个城市商业建筑的案例, 在当前城市快速发展的情况下也有着相当程度的借鉴意义。

上期封面:



# CONTENTS

# 目录

## 主题论文

- 004 我们走在大街上——对城市商业步行街的一点体会 \ 冯斐菲  
008 城市步行商业街中观层面的研究进展 \ 蔡嘉璐 王德  
012 塑造立体化的步行空间——杭州钱江新城核心区步行系统规划 \ 黄文柳 袁方  
016 1990年代以来国内“商业街”研究的动态演变趋势 \ 欧阳鹏

## 专题案例

### 商业街区

- 020 人性化的场所——大宁国际商业中心 \ J Scott Kilbourn  
026 商业生态岛——珠海市莲花路商业旅游步行街改造规划设计 \ 陈方  
032 熙来攘往，如春登台——春熙路步行商业街区城市设计 \ 谢凌姝 郭世伟  
036 商业与文化的结合——淄川区吉祥路商业文化步行街规划设计 \ 江浩波 费定  
042 和谐共融——上海嘉定新城东云街商务休闲区城市设计 \ 张斌 王佳绮  
048 在家具中徜徉——吉盛伟邦国际家具村设计 \ Paul Rice  
052 区域本底与异质浮岛的融合——榆林开发区商业步行街区生态景观规划设计 \ 王云才

### 休闲街区

- 056 风情江南 梦里水乡——李公堤国际风情商业水街规划设计 \ 徐阳 汪玥  
062 推开窗，即是景——杭州西湖新天地 \ 瑞安集团  
066 传统元素的延续和再生——南京1912历史文化街区 \ 杨志疆

### 历史街区

- 072 彰显特色，保护泉城 \ 国芳  
080 传统商业步行街的再生——歙县渔梁街和中和街保护规划 \ 张艳华  
084 在步行中感受民族风情——西藏昌都中路步行街 \ 俞孔坚 王建 张晋丰  
090 古城跳动的音符——新绛文庙路商业街更新改造规划 \ 何依 刘凌云  
094 大街中的文化元素——周村大街空间特色分析 \ 王宏 崔东旭

### 社区商业

- 096 浅谈市场因素对社区商业规划设计的影响 \ 黄逊 戈斌  
100 边界延伸——以“遵义阳光E版项目”为例谈现代步行商业街的细节设计 \ 刘向军  
106 地标性商业规划设计探悉——浦东N2地块商业街规划设计 \ 查君

## 他山之石

- 110 加拿大的步行系统 \ 周珂  
118 国外项目经验借鉴——多功能商业建筑 \ Kenzo Krüger-Heyden, Kornelius Kohlmeyer, 王征(译)

## 菁菁校园

- 124 物流园区快题考试评析 \ 张海兰

## Subject Case

- 004 Walking on the Street —To the Point of the Commercial Walking Street\Feng Feifei
- 008 Progress of Research on Urban Commercial Pedestrian Street at City Level\Cai Jialu Wang De
- 012 Establish a Vertical Pedestrian System —QianJiang New CBD Pedestrian System Planning, HangZhou\Huang Wenliu Yuan Fang
- 016 The Dynamic Research Trend about " Commercial Street" in China Since the 1990s\Ou Yang peng

## Subject Case

### Business Block

- 020 A Place for People —Life Hub @ Daning\J Scott Kilbourn
- 026 Commercial Ecological Island—The Renovation Plan of LianHua Commercial and Tourist Walking Street,ZhuHai City\Chen Fang
- 032 Hustling and Busting, as if Mounted on a Tower in Spring—The Urban Design of ChunXi Road Walking Commercial Street \Xie LingZhu Guo Shiwei
- 036 Combination of Commerce and Culture  
—Commercial and Culture Walking Street Planning of JiXiang Road, ZiChuan District\Jiang Haobo Fei Ding
- 042 Harmony and Integration—Urban Design of Dongyun Business and Recreation Park, Jiading New Town, Shanghai\Zhang Bin Wang Jiaqi
- 048 Walking on the Furniture—Jisheng Wellborn International Furniture Village\Paul Rice
- 052 The Integrating Landscape between Regional Matrix and Heterogeneous Islands  
—The Ecological Landscape Planning and Design of Pedestrian Streets in Yuling Development District, ShanXi Province\Wang Yuncai

### Relaxation Block

- 056 Planning and Design of LiGong Causeway Waterfront Commercial Street Xu Yang Wang Yue
- 062 Scenery Come out after Open the Window—The West Lake New Scope in HangZhou\Shui On Group
- 066 Continuation and Regeneration of the Traditional Element—Historical Culture Block of Nanjing 1912\Yang Zhijiang

### Historic Block

- 072 Show the Features, Protect the City of Springs\Guo Fang
- 080 Regeneration of Traditional Commercial Streets—The Conservation Plan of Yuliang Street and Zhonghe Street in Shexian \Zhang Yanhua
- 084 Feeling Nationality Amorous Feedings on the Roaming—The Pedestrian Street of Central Changdu City\Yu Kongjian Wang Jian Zhang Jinfeng
- 090 Dancing Notes in Historic City—The Renovation Plan of Wenmiao Shopping Street in Xinjiang,Shanxi\He Yi Liu Lingyun
- 094 Culture Elements in Street —An Analysis of Spatial Characteristics of Zhoucun Street Scene\Wang Hong Cui Dongxu

### Community Commerce

- 096 Discoursing on the Effect of Market Factors on Community Commerce Planning\Huang Xun Ge Bin
- 100 The Extending Boundary  
—The Detail Design of Modern Commercial Walking Street, a Case Study on " ZunYi Sunshine E Project." Liu Xiangjun
- 106 Land Mark Commerce Planning and Design—N2 Business Street Planning and Design\Zha Jun

## Voice from Abroad

- 110 Pedestrian System Planning of Canada\Zhou Ke
- 118 Drawing on the Experience of other Countries in Project  
—Multifunctional Commercial Building\Kenzo Krüger-Heyden, Kornelius Kohlmeier Wang Zheng

## Ideas of Young Scholars

- 124 Test Questions and Comments for Logistics Park\Zhang Hailan

# 我们走在大街上

## ——对城市商业步行街的一点体会

### Walking on the Street

### ——To the Point of the Commercial Walking Street

冯斐菲  
Feng Feifei

城市中供步行者使用的道路种类是很多的，如公园林间及河湖水边的散步小路，滨海的景观大道和繁华中心区的商业步行街等。人们希望在满眼机动车的都市中寻求一个安全、舒适、美观的环境放松心情。散步道与景观道对自然景色的要求较高，而商业步行街则更多以人工元素为主。关于商业步行街的研究是很多的，人们从专业角度对尺度、风格、业态等作过方方面面的分析，形成了系统的理论与设计导引。本篇小短文并不想作那么专业的论述，仅想以一个闲逛的市民或旅游者的角度，就自己多年四处观览的一些直观感受谈谈对商业步行街的看法。

相对于城市广场的标志性而言，商业步行街更具有生活性。如果我们把广场看作城市的客厅，那步行街可被视为餐厅（最好是带有开放厨房的餐厅）。不必强调尺度的宏伟或建筑的整齐，而是更侧重温馨，即使有那么点乱，也会显得充满生气。在广场上你也更关注标志建筑屋顶的光辉，而在步行街上可能更吸引你的是店家门口充满诱惑的招牌。

商业步行街与城市广场的另一个区别在于它是线形的，不可能一览无余，必须走完全程才能领略全貌。因此也就要求它具备大量的吸引元素，让人们有探求的渴望，不感到枯燥。而这些元素应根据人们来此的目的与需求确定，以大家的愿望得到满足为最佳。

通常，购物并不是人们去商业步行街的主要任务，其目的要丰富得多。譬如对市民来讲，虽与郊游不同，但也是一项不错的室外活动。天气好的时候，走走停停，既可锻炼身体，同时也可看看行人，游览店面，感受一下当前的流行元素，若是有心也可装扮一下，向他人展示自己的风采。总之一定比在超市、商场达到的目的要多，心情也会更加愉快。正是商业步行街与市民生活的紧密结合，所以对游客而言，这里是了解一个城市风情的最佳景点。在这里应该能买到大量的特色产品，尝到丰富的当地美食，看到多彩的当地居民生活！所以如果它是乏味的，那么这个城市估计也会比较沉闷。

下面就和我一起逛逛街吧。

满足逛街者需求的元素大体可分为两类：沿

街建筑与室外家具等硬件设施类店家宣传、市民活动等软件行为类。一般而言，我不会太关心步行街的尺度，只要空间处理得好，各种尺度都可以让人舒适：宽点儿敞亮，窄点儿亲切。但主张街道间断有局部的扩展，形成小广场，或有小街分支通至紧邻的广场，丰富空间感，制造小高潮。建筑是杂乱还是统一也不太重要，前者显得整洁，后者显得丰富。都只是感受不同罢了。但有些是我比较关注的。

第一，有故事的街道建筑。或许一定会有一些年代久远的，或某名人故居，某建筑大师的作品，要是再有些美丽传说和传奇故事的发生于此就更好。这些都没有话，也最好能发现几个装饰精美或独特的建筑立面。这些建筑大多都是对外开放的，使人我可以凑近了欣赏且有时间慢慢品味。

第二，铺地的材质与花色。既然是步行街，自然要关注脚下那方土地了。它们也许是朴实的石材，也许是昂贵的花砖，年代久远的可能凹凸不平，新近铺装的八成光鲜亮丽，却各有意境。有时地面可以画有指示标志，或进行特殊装饰，让游人花费一番工夫寻找，增添一种乐趣；另外，铺装方式不要有暗示行人的起伏，用材千万注意防滑，要是能透水就进入更高境界了。看似容易，做到却很难。

第三，座椅和灯柱。供人歇息的座椅使用频率较高，所以不妨多设一些，南方的可以铁制清凉，北方的则以木制温润。为提高使用效率，灯柱通常与座椅相邻，其照明设计，即要能让人看个说明书之类的，又不要灯火通明，抢了店家的风头。正是这两者的结合，使得步行街在商店打烊后，依然能够作为人们散步休憩的场所。作为关注的重点，两者的造型独特有趣为好，当然要和整体环境协调，否则不如做得简单些。

第四，室外咖啡座和小型的售货亭。注意，咖啡座一定是不可少的，不管你累不累，都可在此一坐，欣赏往来的行人此是最佳场所。目光可以迎着俊男美女一直到目送背影，脖子转弯都没人会见怪。如果此时阳光灿烂，微风和煦，抿口浓香的咖啡，再送入一块美味的蛋糕，人生何求呢？如果你还

1. 青石铺地的小街，温馨舒适
2. 尽管店家众多，但如果每一个招牌标志都精心设计，就算夸张热闹些，也不会显得杂乱
3. 即便不请名家设计，只要用心自己也能摆出漂亮的橱窗
4. 宽大敞亮的街道，热烈奔放
5. 随处可见的咖啡座在阳光灿烂的时候最受欢迎
6. 美丽的铺地会象一张跳舞毯让人兴奋
7. 而这样的铺地先不说美观，就是安全也难以保障，经常可见游人磕绊——北京某步行场所的铺地
8. 结合环境有些造型能更增添情趣
9. 游人如织，座椅多设为好

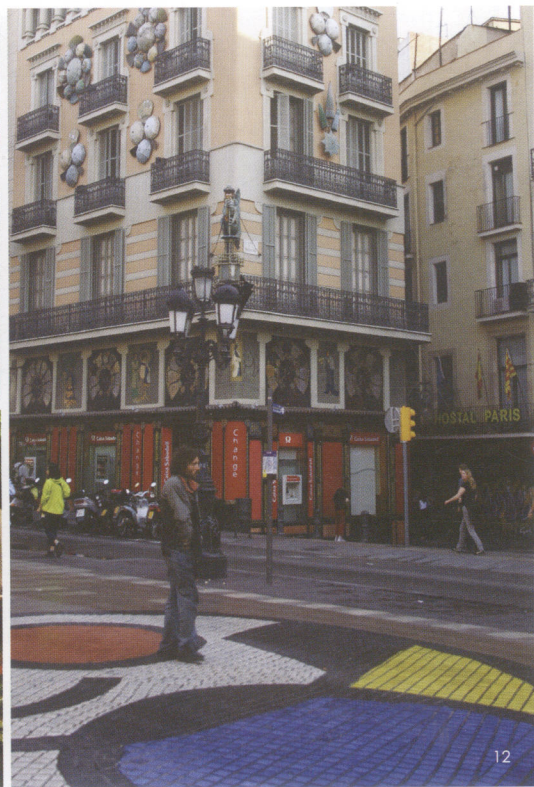
不想坐下，但又在散步时添些花絮，五颜六色的小货亭八成会满足需求。可以简单地吃个热狗，举个蛋卷冰激凌，不一定为吃，更多是图一分热闹；兴之所至再买个饰品戴上，平添一分旅行的风情；如果再点缀几个五彩缤纷的鲜花亭，就更是完美了。

第五，商家橱窗的布置。在现今这个年代，橱窗已经远不是为了告诉人们卖什么产品那么简单了，它显示的是企业的理念、整体实力和水平。是人才多寡、品位高低的比拼，这还不包括连同整栋大楼都要请名家设计的超级大牌。正是这种追求，使得橱窗布置成为了一种艺术的展示，使街道增加美感。对于游人来讲，作用也是很多的。首先，通过橱窗，你可以判断喜不喜欢该产品，是否要耗时进入。或在欣赏艺术的同时，即可领略当前的潮流风向。另外，对那些抢钱大品牌因囊中羞涩而心怀畏惧时，观看橱窗则百分百免费且可从容不迫。但对我个人而言，橱窗最有用是在夜晚。每次外出旅行，晚餐后夜色朦胧时，常跟同伴漫步于当地的商业街，往来穿梭，慢慢品味橱窗的精美，既拉长了游览时间又增进了对城市的了解。

第六，招牌与霓虹灯。要说步行街上的招牌比起其他地方所受的限制要小得多。但更需显示设计水平，他要吸引眼球，又不能显得庸俗难看。而霓虹灯将会让夜间的街道散发出诱人的气息，创造一个与白天全然不同的氛围和心情。为了让这些街道展现繁荣景象，有些城市甚至会明确规定霓虹灯广告不得少于立面的50%，自然大家要争奇斗艳，保持常新。简单地用彩灯勾个边明显是不够的，缺胳膊少腿的现象更是不应该发生。

第七，绿化与雕塑。并不是每条商业街都会有绿化的，如果有了呢，会让街道增添生机，一定是加分的。最好的是能有一些大树，让人感到历史的久远。花坛虽美，但多少显得有些临时、应景并略显冰冷。结合小广场或空地布置雕塑、喷泉等小品是步行街常用手法，它们可能会告诉你一些故事，也可能就暗示一种停顿、转折，并常被人们看作标志和约会地点。但要注意，如果花坛没有精心管理，满是尘土或半死不活的，雕塑恶俗透顶，那还不如没有。





第八，驻地艺术家。国外步行街上一般都会有一些展示才艺者：出售字画、替人画像、扮演雕塑、吹拉弹唱、表演魔术等。有讨生计的，也有自娱自乐的，他们与游客的互动给整条街道带来了欢笑。前面所说的七项基本可以归为硬件设施，容易学习掌握，但这一项可是真正显示城市整体文化水平的。街道上的这几个人虽说不多，却需要市民整体素质在后面支撑着，没有深厚的文化积淀是无法实现的。

第九，宣传展示活动。这里所说的活动有几种，最高境界为固定的活动，如每年都会举办的具有国际或全国影响的音乐节、美食节等；其次为不定期却经常举办的，如公共艺术展、行为艺术展等；最后是店家的产品推广活动。但千万不要以为搭个草台班子，找几个美女上去扭扭就达到目的了。要想长久吸引游人，活动的质量非常重要，也就要求其组织者要具备专业水平。依然是人才比拼。

最后，我想说的是业态、布局、档次。最后说不等于最不重要，而是非常重要。按理说，要满足人们的各种娱乐需求，不说也应该知道要尽量丰富，购物有百货店、服装店、家居店、首饰店，休闲娱乐有餐厅、咖啡厅、影剧院，再丰富些应该有博物馆、画廊，再配以前面所说的售货亭。布局上也应该适当交错，让人且买且乐，且行且坐。另外，商家对外的店面要小，即使是大商场，也不应占据整个街区，这样方可增加街道的趣味性。著名的步行街还会保留传统市场（菜市场、杂货市场），或在周末、早晚间允许市民摆摊，成为跳蚤市场。这些绝对是加分手段。各种档次的旅馆亦有助于增添人气。

要说最难定的应该是档次。走高端，会有人说

不关心普通百姓；走低端会成为假冒伪劣；走中端会说毫无特色。个人以为，步行街是不能以低端为本的。如前所言，逛步行街是一项休闲活动，如同逛公园，应该提供舒适的环境，而整条街都是廉价店的话，说不定各家招牌就会弄得像挂床单一样，耳边也会传出“清仓甩卖，一块、两块”的叫卖声，使人心情大减。如果是城市里重要的步行街，作为城市的品牌，倒不妨以高端产品占较大比例，可确保整体环境的水平。但也不可一路高端猛进，因为对多数人而言八成就真叫逛街了，缺乏了参与的乐趣。所以重要的应该是强调精致，有特色和高品质的服务。

依据这些标准，个人以为巴塞罗那的 Rembla 大街可以说是较为合格的一条。整条大街浓荫密布，花砖铺地，建筑优雅美丽，业态极为丰富，有形形色色的艺术表演和各种民族性很强的庆典活动。任何人、任何季节都能在此找到乐趣：去那个著名的大棚市场购买特色商品；去小巷中探寻毕加索等艺术家常去的三只猫咖啡馆，品尝一下艺术家灵药“苦艾酒”；顺着铺地寻找用彩色马赛克拼贴的米罗画作；到临近的广场晚餐，欣赏露天音乐会，顺带研究一下高迪风格的铁制灯柱、座椅；与街头演艺者共舞或跟着游行队伍狂欢一把。

对照以上元素我们再来评判两个国内的例子——北京的王府井公交步行街和琉璃厂步行街。

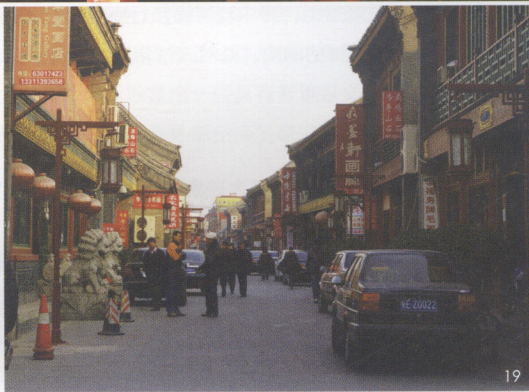
王府井公交步行街最大的贡献是，较早地让广大民众看到了一个与我国传统商业街形象完全不同的步行环境，空间宽阔畅快，地面干净整洁，再配上时髦的街道家具和几座显示北京风貌的雕塑，似乎一切都是与国际潮流同步的，有让人眼

界大开之感，一时成为了全国人民参观的对象和各地政府学习的榜样。导致一些小县城也整个宽阔的步行大街。但本人以为它的改造还是存在极大的缺憾的。如果在望京新区它倒不失为一个好的引进。可作为一条有着几百年历史的街道，其传统的形态、肌理及元素没有得到应有的尊重，可以说是面目全非，这可不是符合国际潮流的做法。

以往的王府井大街宽不过 20 来米，几步就可跨越，完全被树荫遮蔽，百货大楼差不多最高，东风市场是个大棚，最具特色。两侧店铺众多，各有特色，吃喝玩乐无所不包，适于各种人群。虽没有座椅，但有栏杆，可供人依坐休息。蓝白色无轨电车通行其中。

现今的王府井大街宽 40 米，总长不到 800 米（真正的步行约 600 米），没有了古树，只有些新栽的小树苗。老建筑全被改建了，体量巨大，如百货大楼、好友商场、东方广场等都是上百米的巨无霸，新东安市场与丹耀商场相连总长 350 米，占了近半条街，导致街面多被长长的且不那么漂亮的橱窗占据（哥本哈根的 stroget 步行街长 1200 米，有 200 多家店，也就是平均每家约 12 米面宽）。它们之间则夹杂着一些可以说没有什么特色的廉价小商店，耳边时常传来商家高音喇叭播放的叫卖声和音乐声。文化类设施极少，仅在胡同里有中央美院的一个小展厅。沿街有个全聚德烤鸭店，二楼有几家快餐店，无非是麦当劳、肯德基之类，自然不可能随处见到室外咖啡座了（夏天可以见到几个临时的带座位的冷饮摊点）。人们在街上只是行走，大部分需求都需进入两侧的商场内解决，由于缺少餐饮娱乐设施，夜间的大街很是冷清。而细心的人可注意





到，王府井步行街的风头被其入口处体量硕大的东方广场抢了不少，因为那里的室内步行街除了没有灿烂的阳光与和煦的微风外（如今这两个自然条件在北京室外也不常见了），具备了前面提到的很多元素。

让我们再看看另一条具有浓厚传统风貌特色的琉璃厂步行街。该区域原是烧制瓷器的，清中叶逐渐成为文人汇聚的场所，民国后逐渐萧条。1978年开始进行了街道改扩建（基本是全部重建，对此也引发了很大的争论），恢复了几十家历史名店，以经营古玩字画为主。当时崭新的琉璃厂金碧辉煌，着实吸引了相当的目光，自然也在全国引发了一系列的仿古一条街风潮。但随着时间的推移，它却渐渐荣光不再。检验一下，它的硬伤不少，才导致今天的结果。首先是业态单一，整条街长约800米，店家众多（共有200多家经营者，100多家）却没有任何服务设施，如餐厅、茶室如同时街上也没有座椅等休息设施。其次，环境也不尽人意，由于停车问题难以解决，入口广场成了停车场，不宽的街道也停满了店家的机动车，自行车更是自由穿梭，完全称不上步行街了；街道地面破损，各种杂物随处可见；店面油漆剥落，室内光线昏暗。目前这里店家主要分为两大类，一类是大店家，如荣宝斋、中国书店等，它们针对的是爱好字画的熟客，而这些客人虽常来常往，但更关注店家货品，对其他状况并不太在意。另一类则是一些小店，其中不乏以售卖廉价商品为主的，针对的客人多是到此一游的团队游客与好奇的背包散客。前者都随着导游的小旗从西头走到东头，呼啸而过（可能会跟随导游进店购买几件纪念品），再来的可能性不大；后者也许逛得仔细，但出手较少，消费有限，再

次光顾的几率也不高。由于缺乏让人长期流连的设施，所以店家的生意虽然还说得过去，但游人的乐趣难免打了折扣，对地区的活力带动也就不那么有力了。

尽管有种种不足，但作为中国首都最重要的商业步行街，王府井大街依然游人如织，琉璃厂的传统风貌还是引人的亮点。如果针对以上的元素不断完善，一定会更具吸引力的。目前它们共同的也是最大的问题是业态不够丰富。就王府井而言，应该引进一些国际大牌，提升商业档次；将两侧大商场的沿街进行店面分割，作为小型特色商店，添加趣味性；增加餐厅、咖啡馆等，多些能让人停留的场所；要是能有几处文化设施，如画廊、小型博物馆等，也许更符合文化之都的美名。而琉璃厂呢，则需要把一些不符合业态的店家置换出去，用一些服务设施取而代之，如茶室、特色小吃店等。另外，两条街还需在品位与环境上多下功夫，如提升小品、门面、橱窗、招牌等设计水平，保持街面干净和绿化的清新。正是这些细节才最大程度地体现了城市文化与市民素质的底蕴。

一个城市步行街的好差与经济实力相关，但与整体文化的水平更是密不可分。因此，仅改善设施并不能确保品质的提升，还需从意识素质入手。那么我们就也不必苛求在短期内达到完美，只要多加学习、不断反思、逐步调整，一定能形成具有地域特色的步行大道，为城市增添光彩。

#### 作者简介

冯斐菲，北京市城市规划设计研究院。

10. 作画者的怡然自得也会给观赏者带来一份愉悦
11. Rembla 大街永远都是巴塞罗那最吸引游人的场所之一
12. 米罗的画作，凡是来此游览的人多半会循迹而至
13. 古老的大市场让人充分感受到了日常生活的气息
14. 晚间尽管商店打烊，但夜市开张，依旧热闹非凡
15. 由于缺乏树木、小的店面、室外餐饮座、小型售货亭等，王府井大街显得比较单调
16. 历史悠久的大街上如今只有百货大楼能略让人回想起从前的岁月
17. 上百年历史的中华老字号，如此缺乏美感的橱窗的设计不能不让人有些遗憾，而这样的展示在王府井大街上比比皆是
18. 这样沿街叫卖式的业态多少让这条中华名街有些名不副实
19. 作为一条步行街，这样的景象恐怕名不副实
20. 很多商店的内部都十分简陋也不甚整洁，仅建筑外表光鲜是不够的，还需从内到外全方位给游客提供舒适的环境

# 城市步行商业街中观层面的研究进展

Progress of Research on Urban Commercial Pedestrian Street at City Level

蔡嘉璐 王德

Cai Jialu Wang De

**[摘要]** 本文界定了目前步行商业街研究的切入点——中观层面，将中观层面步行商业街的研究划分为四个纬度进行考察，分别引述对既有的步行商业街研究可以提供借鉴的一些经典理论和方法，总结当前研究领域的动向，并对人性化的步行商业街的研究方向提出设想。

**[关键词]** 步行商业街 城市中观 研究进展

## 一、对步行商业街的认识

### 1. 步行商业街问题的层面

对城市步行商业街的研究探索可分为宏观、中观、微观三个层次。

宏观层次的研究将城市步行商业街，作为城市或地区商业空间体系中的点，研究其空间组织与分布、演变特点以及与别的点状空间要素的关系等问题。中观层次的研究，立足于城市步行商业街整体，研究其整体空间和人在其中的各种活动。微观层面的研究，着重于城市步行商业街局部环境细部和单体建筑内外部设计及其与消费者行为互动等方面的内容。

在我国，经过90年代以来大规模完全意义步行商业街改造建设的高潮以后，上海南京路、成都春熙街、哈尔滨中央大街这些步行商业街名字本身，成为张张城市名片；步行商业街整体，正日渐成为城市魅力的重要组成部分。随着经济发展和社会进步，市民对步行街的环境、空间、设施提出了更高的要求。如何在步行商业街的更新和建设中，更多地将人的因素考虑其中，更多满足市民丰富的活动需要，让步行商业街空间体现更多的城市价值，成了规划师需要认真回答的问题，而中观层面，正是我们的切入点。

### 2. 步行商业街研究的四个纬度

#### (1) 四个纬度的划分

从中观层面考察商业街的发展，从商业街到步行商业街到人性化的步行商业街，变化的是其对人的因素的更加重视，不变的本质是其对各种活动接纳服务和承载活动空间的调适。人们在步行商业街进行着两种活动：一般的公共活动（下文简称：公共活动）和消费者行为活动（下文简称：消费活动），而这两种行为发生在两种空间中：公共活动的空间（下文简称：公共空间）和消费活动的空间（下文简称：消费空间）。可以把这两种空间、两种活动看成组成每条

步行商业街的四大要素，也可以把它们看作分析步行商业街问题时的四个纬度。需要说明的是，这四个纬度的划分，只是为了在分析步行商业街设计研究问题时，作为探讨的平台。严格地说，四个纬度（比如外部空间与消费空间）所涉及的内容是有所交叠的。

#### (2) 四个纬度的内容

##### ①外部空间

指步行商业街各种建筑物之间的公共空间，大多以线形要素的形式出现，也包括部分与线性街道空间紧密相接尺度协调的广场空间。外部空间是承载各种公共活动和联系各种消费空间的场所。外部空间的整体环境品质，包括空间的形态、尺度、空间景观系统等方面的内容，它在很大程度上影响人们对步行街的整体印象，影响其上述发生活动的类型和强度。

##### ②公共活动

指人们在公共空间中所进行的各种除购物活动以外的必要性、自发性和社会性的活动，如：穿行、散步、欣赏街景、观看别人的活动、游吃等。丰富的公共活动是构成步行街繁华景象和非凡魅力的重要因素，是步行商业街城市价值的所在。

##### ③消费空间

指步行商业街上，由商业建筑集群构成，供人们进行各种购物休闲活动的专门空间，一般位于室内（消费空间在此，即指城市中观层面的商业空间，但在此处不提作商业空间，主要是想与微观和宏观层面使用该词的场合相区别）步行商业街消费空间的规模、类型、空间格局特色等，直接影响其中消费活动的类型强度，影响人们对其的定位和认识，影响其在城市商业空间体系中的地位与作用。

##### ④消费活动

指人们在步行商业街消费空间中所进行的各种以购物为主要目的，兼有部分休闲娱乐性质的活动。满足人们的各种消费活动需求，是步行商业街最初的目的也是其商业价值的最终体现。

## 二、我国步行商业街研究状况

目前对于步行商业街的研究探索存在两大特点：首先，很大一部分成果，以实际案例的设计分析为导向，但缺乏有价值的研究分析作为内在支撑。其次，研究的内容主要集中在外部空间，少部分在外部空间和公共活动互动等领域，涉及其他领域的更少，而已有的研究成果大多不够深入。

### 1. 期刊论文发布的研究情况

用商业街、步行街、步行商业街、消费者行为分别为关键词和主题，在中国知网期刊全文数据库1996—2006年间的论文库进行搜索，最后总共得到52篇在中观层面探讨步行商业街问题的论文。对这些文章的主题范围进行分析，其中步行商业街环境行为心理调查分析的8篇，占15.3%；步行商业街外部空间问题分析的24篇，占46.15%；设计实例分析的11篇，占21.15%；步行商业街消费者行为的4篇，占7.69%；国外步行商业空间规划引介的4篇，占7.69%；经营状况调查分析的1篇，占1.92%。将这些主题研究的内容比例，在四个纬度的框架下考察，可以看出期刊论文对于步行商业街的研究，很大部分集中在步行商业街外部空间这个纬度。

图1 期刊论文研究主体范围分布

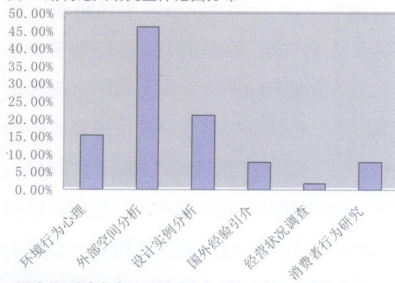
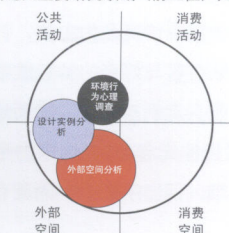


图2 期刊论文主要研究领域（前三位）四维框架分布示意



## 2. 学位论文发布的研究情况

以商业街、步行商业街、商业空间、消费空间、消费者行为、分别为关键词和主题,在万方学位论文全文数据库1996—2006年间的论文库查找,总共可以得到17篇从中观层面探讨步行商业街及其相关内容的论文。对这些文章的主题范围进行分析,其中,步行商业街外部空间设计分析:9篇,占52.94%;步行商业街环境行为心理调查分析:3篇,占17.65%;商业空间及其开发的分析:3篇,占17.65%;步行商业街消费者行为研究:1篇,5.88%;步行商业街交通系统组织的分析:1篇,占5.88%。依旧对这些文章的主题范围进行分析,将这些主题研究的内容比例在四个纬度的框架下考察,可以看出,很大部分还是集中在步行商业街外部空间这个纬度,是结合实践案例为主导的分析研究。也有少部分研究涉及到了外部空间中人的活动、消费者的活动和消费空间的开发等内容的研究。

图3 学位论文研究主体范围分布

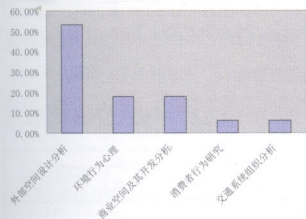
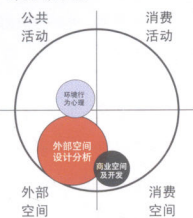


图4 学位论文主要研究领域(前三位)四维框架分布示意



## 三、经典研究介绍

前一个时期,在全国各地如火如荼的建设中,规划师面对大量设计任务,在经典理论研究中,寻找直接可用的结论应用于实践。在步行商业街问题上,对于经典研究的理解应用也往往止步于此。事实上,除了一些直接可用的结论,经典研究与方法更为我们提供了一些切入问题的视角、系统的思维方式和研究的方法论,这些对于我们下一阶段的实践(步行商业街的更新和新建,及在此过程中更多地考虑人的因素,更多满足市民丰富的活动和精神需要)和作为实践支撑的研究工作,都具有很大的启发作用。

在这里对于与步行商业街几个纬度研究有关的经典研究作一个有选择的简述。选取的这些经典研究内容,基本都是面对某个更广大的领域所进行的分析研究。但换个角度,也可以把他们的成果看作对步行商业街某个纬度所进行的研究,并且具有一定的深度和开拓性。

### 1. 外部空间纬度

#### (1) C. 亚历山大的研究

C. 亚历山大的建筑模式语言,作为一种建筑工作原型语言,通过抽象出称为模式的实体,描述周围

环境中一再重复发生的问题及解决问题的关键所在。他的研究的最大价值在于为我们提供了深入空间事物本质,研究并提取模式的方法。比如,在他的模式语言系统中,与步行商业街直接有关的模式,有:模式100步行街、模式32商业街、模式31散步场所,而与这些模式相关的又有如:模式10城市的魅力、模式19商业网、模式30活动中心等这样一些模式。(表1)将所有模式组合,我们便能大致的构筑出一个富有魅力的步行商业街图景。或许从国内外较成功的步行商业街设计中,抽象出一些具有普遍意义的模式,指导实践活动,是未来外部空间的研究中,有益的探索方向。

#### (2) 芦原义信的研究

在街道、广场等外部空间设计研究实践中,广为人们参考引述的是芦原义信的《外部空间设计》和《街道的美学》这两本著作。当前人们着重于他的一些工具性结论的应用,比如外部空间设计的法则等内容(街道的合适比例尺度、外部空间的模数等)。而他关于外部空间和街道空间人性化塑造的观点,需要我们更多去理解体会。

芦原义信在《外部空间设计》中着力于建筑外部空间的构成和属性研究。他立足于把“大空间”转化为更富人情味的“小空间”和空间设计着眼于满足人的知觉需要的观点,创造出了构筑人性化外部空间的设计语法。在后来的《街道的美学》及其续本中,他又以塑造人性化空间的视角,聚焦于街道、广场等外部公共空间的设计,他将街道空间认为是图而不是底,提出要注意构成它的界面空间的塑造;他将文脉主义的观点引入这类空间的设计中。他的这系列研究分析和观点见解(表2),有助于我们在空间设计中从人性角度总体把握,并最终创造出既符合人的需要,又深具地方风格特色的外部公共空间。

## 2. 公共活动纬度

#### (1) 公共活动与空间研究

##### ① 杨·盖尔的研究

杨·盖尔的空间-活动系列研究是公共活动与外部空间交叉维度研究的典范。

他和他的课题组从人性化的视角,理解公共空间,分析从宏观到微观各个层面的城市活动、活动场所及其与城市空间和品质互动关系,提出善待市民和他们珍贵的户外生活的核心观点(表3)。他的研究成果具有系统化(从微观到宏观)和时间跨度长(在30年的时间跨度里,对哥本哈根公共空间被使用的情况进行考察)的特点。

对于我们的城市规划设计研究工作者来说,他的研究使我们能够从更宏观的——城市特色的角度,

体察公共空间和其中人的各种活动,制定公共空间整体策略,并落实在各种人性化公共活动场所的设计中——也包括城市步行商业街。在当前这个时期,我国一些大中城市已经纷纷解决了步行商业街“有无”的问题,转而探索如何使其具有更高城市品质以支持更丰富多样的城市生活。他的系列研究为我们提供了合适的视角和充满希望的研究努力方向以及分析方法。

#### ② 国内的研究实践

徐磊青(2003)在上海市中心区的主要开敞空间(4个广场与5条步行街),通过现场观察和问卷调查等方式,分析研究人们在城市开敞空间内的环境行为,包括:人们在开敞空间中从事什么样的活动、人们在开敞空间中的活动期望人们在开敞空间中活动的拥挤知觉三项内容。他所进行的工作,是国内在公共活动纬度进行较系统探索研究的先发性尝试。

#### (2) 节庆活动与场所研究

这项研究严格说来也属于公共活动与外部空间交叉维度的研究。

为了填补民间节庆活动空间和社区交叉作用研究的空白,西班牙加泰罗尼亚工业大学(Universitat Polytechnica de Catalunya)和美国麻省理工学院(MIT)合作,对“节庆活动——场所”进行研究。这项跨社会人类学家、建筑、规划等领域的研究,旨在将物质空间和社会现象之间建立起强有力的联系。

研究主要回答“是什么联系着成功的节庆活动和成功的场所空间以及社区?节庆活动如何塑造场所感?如何赋予场所内含?他们在城市设计中扮演什么角色”这些问题。研究中对成功节庆空间场所的物质空间设计提炼出了一些普遍原理,并对活动空间与活动者心理的互动进行了分析(表4)。如:研究人员通过对跨越两大洲(北美洲和欧洲)的诸多案例研究分析,归纳出了一些行为和物质空间形式交织在一起形成的强大模式,并认为据这些模式指导未来节庆活动一场所设计,能使在此间举办的节庆活动充满活力。又如:研究人员认为,好的节庆活动场所通过成为集体记忆代言人获得升华的意义,并归纳总结了成为该类场所的两种方式:场景记忆的唤起和作为永久性场所。他们的研究成果,为我们的设计实践和研究分析,提供了新颖而有效的参考依据。

## 四、经典方法介绍

在对城市中观层面步行商业街的研究中,使用到的比较经典的研究方法,主要有空间感知的SD法和消费活动研究的模型方法。

## 1. 空间感知的 SD 法

语义差别法, 或称感受记录法, 最早由美国心理学家 C. E. 奥斯古德提出。它是指通过“言语”尺度, 量化测度受调查者心理感受的心理测定方法。通过问卷调查指认等方法, 获取足够的相关数据, 与相关分析法和因子分析法等结合使用来分析研究对象。SD 法的关键是尽量多地收集有关的形容词。

现在这种方法被广泛应用于建筑、景观、规划等领域的研究。如东京机电大学积田洋运用 SD 法, 以及聚类分析和相关性分析等一系列的定性分析方法, 研究街道空间, 得到人们对街道的心理评价, 并分析得到了这些评价与街道构成物理要素间的关系。他认为, 构成街道的建筑、街道附属设施、行道树等绿色植物、步行空间等等各种各样的街道空间要素, 与街道的结构和氛围有着密切的联系。构成街道的各种要素的量和比例对心理产生影响。对照心理量的同时分析街道空间要素, 探究街道空间要素固有的心理上的含义, 得到街道的空间构造和特征, 可以成为街道空间规划和设计的指示标。(张昀, 2007)

国内的朱小雷(1999)在珠海莲花路步行街改造的环境和使用行为调查分析中, 使用到 SD 调查法, 量化地了解被试者对于步行街环境的心理感知结构, 作为进行多元统计分析的部分客观基础数据, 来寻找步行街规划设计问题的切入点和探索建成环境主观评价调研对规划设计决策的价值。

这种方法未来可应用于外部空间和消费空间的基于活动者感受的量化测度和研究中。

## 2. 消费活动研究的模型方法

对消费者行为的模型研究, 缘起于 50 年代以来西方研究者通过问卷调查结合数理统计、数学模型来研究城市的做法。至今, 在国外城市研究领域, 这方面的研究仍比较活跃。如用制约重力模型概括街区的人流情况(荻岛等, Hagishima, 1987); 用马尔可夫链, 描述消费者在商业空间中的多停留过程(齐藤 Saito, 1992); 用多项分对数模型, 预测商业区在空间结构改变后的消费者活动分布(齐藤 Saito, 1992); 用嵌套分对数模型表示消费者活动特征(阿伦茨和梯默曼斯 Arentze & Timmermans, 2001)。模型方法为我们在步行商业街研究中, 特别在消费活动、消费空间维度由定性研究向着定量研究迈进中, 更深入揭示其内在规律, 开启了一扇大门。

在国内, 王德、朱玮(2003)的南京东路步行商业街消费者行为研究试图以消费者个体作为调研对象, 分析其属性和活动特征的方法, 揭示城市商业街区活动基本规律。研究者尝试通过对南京东路消费者的构成、消费者的移动和消费特征做全面把握, 建立

南京东路消费者行为模型, 探讨消费者的行为机制; 利用模型模拟消费者行为, 对商业空间发展政策、规划设计的实施效果作出评价。已经进行的研究分析包括南京东路消费者行为基本分析、南京东路消费行为的空间特征分析、南京东路消费者的入口消费行为研究、南京东路消费者的回游消费行为研究这些内容。

## 五、结语

我国目前的步行商业街研究, 仍较多以面向项目, 面向外部空间设计为主要目的。我们在步行商业街设计建设中, 在各个可以控制的环节, 都不够重视人的因素, 而且即使意识到要使空间调适和支持人的各种活动, 仍会因缺乏理论支撑, 无法用建设实践体现这种关注。

面对这样的现实, 我们应该加强步行商业街各个纬度理论方面的研究, 用研究成果支撑更符合时代需要的建设。在步行商业街研究的公共活动、外部空间纬度, 学习借鉴经典理论的分析方法, 深入系统有针对性地研究探索, 不断重视人的因素, 用良好的外部空间认识和设计, 更好满足人们不断提升的活动需要, 增添步行商业街的城市魅力, 实现其城市价值。在消费活动和消费空间纬度, 学习借鉴经典研究方法深化量化研究的同时, 开拓具有创新性的领域, 进一步揭示步行商业街的消费活动和消费空间的互动关系, 更好实现步行商业街作为重要商业空间的职业能力。

### 注释

\* 用行为学科的方法去研究中观层面消费空间与消费活动相互关系, 在过去的 10—20 年间, 取得了一些成果。如台湾私立文化大学的林钦荣(1982)调查研究了台北市中心商业开放空间以及狮子林和顶好, 整理出 10 种活动类型, 并描述了主要活动内容、主要活动者和活动频率与消费空间结构三方面的内容。台湾私立文化大学的陈坤宏(1985)对台北商业空间研究, 将使用者活动分为七种商业活动类型。国立台湾大学的罗时伟(1986)对孝东路西段统领百货一带的使用者逛街行为作调查研究, 对购物行为与购物空间进行描述, 建立了街段购物空间系统与街道购物空间系统的机构组合模型。胡宝哲(1989)在《商业购销环境探讨》一文中, 研究了上海豫园商业街、北京王府井大街等几大著名商业大街的不同购销环境对商业经营和顾客购物行为与心理的影响, 得出了商业购销活动的一些规律, 并提出了建筑设计方面的建议。但这个领域并不是这个时期研究的热点方向, 对上述研究成果的后续深入研究几乎是空白。

### 参考文献

- [1] C. 亚历山大, S. 伊希卡娃, M. 西尔佛斯坦, 等著. 建筑模式语言[M]. 王昕度, 周序鸣译. 北京: 知识产权出版社, 2002.
- [2] 芦原义信著. 外部空间设计[M]. 尹培桐译. 北京: 中国建筑工业出版社, 1988.
- [3] 芦原义信著. 街道的美学[M]. 尹培桐译. 北京: 百花文艺出版社, 2006.
- [4] 杨·盖尔著. 交往与空间[M]. 何人可译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2002.
- [5] 杨·盖尔, 拉尔斯·吉姆松著. 公共空间·公共生活[M]. 汤羽扬, 王兵, 威军译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2003.
- [6] 杨·盖尔, 拉尔斯·吉姆松著. 新城市空间[M]. 何人可, 张卫, 邱灿红译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2003.
- [7] 徐磊青. 城市开敞空间中使用者活动与期望研究[J]. 城市规划汇刊, 2004, (4): 78-83.
- [8] 徐磊青. 城市开敞空间中使用者活动与拥挤的研究[J]. 新建筑, 2005, (3): 75-78.
- [9] Dennis Frenchman 著. 北美的节庆活动·场所: 城市的内涵和形象塑造[J]. 干颀, 颜隽译. 国外城市规划, 2006, (6): 13-20.
- [10] 积田洋. 外部空间的构造与氛围[J]. 空间计画学, 2002, 14-25.
- [11] 朱小雷. 吴硕贤. 基于建成环境主观评价的设计决策分析[J]. 规划师, 2002, (9): 71-74.
- [12] 朱小雷. 步行商业街环境和使用行为调查与多元统计分析[J]. 华中建筑, 2002, (6): 50-54.
- [13] 王德, 叶晖, 朱玮等. 南京东路消费者行为基本分析[J]. 城市规划汇刊, 2003, (2): 56-61.
- [14] 王德, 朱玮, 黄万枢. 南京东路消费行为的空间特征分析[J]. 城市规划汇刊, 2004, (1): 31-36.
- [15] 朱玮, 王德, [日] 齐藤参郎. 南京东路消费者的人口消费行为研究[J]. 城市规划, 2005, (5): 14-21.
- [16] 朱玮, 王德, [日] 齐藤参郎. 南京东路消费者的回游消费行为研究[J]. 城市规划, 2006, (2): 9-17.
- [17] 林钦荣. 台北市中心商业开放空间之行为场所研究——狮子林、顶好之各案研究[D]. 台湾: 台湾私立文化大学, 1982: 33.
- [18] 宋智. 现代步行商业街行为模式与空间形态研究[D]. 湖南: 湖南大学硕士学位论文(导师: 巫纪光, 周安伟), 2002: 28-29.
- [19] 罗时伟. 购物街逛选空间使用者逛选行为之研究[D]. 台湾: 国立台湾大学, 1986: 26.
- [20] 胡宝哲. 商业购销环境探讨[J]. 建筑师, 1989, (32): 44-55.

### 作者简介

蔡嘉璐(1983—), 女, 同济大学建筑与城市规划学院城市规划系, 硕士研究生;

王德(1963—), 男, 同济大学建筑与城市规划学院城市规划系, 教授、博导。

图3 城市步行商业街：中观层面——四个纬度的研究情况

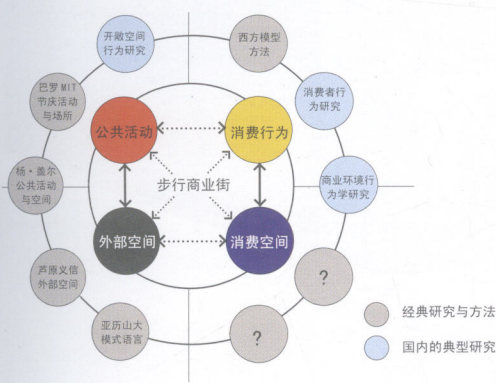


表1 外部空间维度—亚历山大的研究与步行商业街空间直接相关的模式内容简表

模式编号	模式 31 散步场所	模式 32 商业街	模式 100 步行街
主要内容	散步场所面积与汇集人口区面积间有数量级关系	提出购物中心近便和方便的两大大矛盾	人们基本的社交形式。公共场所缺乏人气的的原因。成功的步行街的特点
	探讨创造吸引人的散步场所		
	探讨散步场所的布置位置		
相关模式	成为模式 31 的主要标志	模式 32 有助于完善	模式 100 也涉及的模式
	模式 30 活动中心	模式 10 城市的魅力	模式 52 小路网络和汽车
	模式 32 商业街	模式 31 散步场所	模式 98 内部交通领域
	模式 33 夜生活	模式 19 商业网	模式 165 向街道的开敞
模式统一格式	1 原型 2 该原型如何协助大模式形成 3 提出问题 + 问题实质 4 解决方案 (解决问题所需的各种空间实体关系和社会关系的范围) 5 简图 (图示答案)		

资料来源：根据本文参考文献 [1] 整理而成。

表2 外部空间维度—芦原义信外部空间和街道美学研究内容简表

著作 (研究)	外部空间设计	街道的美学及续篇
主要内容	探讨建筑外部空间的两个方面——外部空间构成的语法 (基于三维的建筑外部空间存在形式研究) 和“内、外部”“P (积极空间)、N (消极空间)”空间的领域性问题 (基于建筑外部空间存在形式的空间属性及内容研究)	街道广场空间构成方面的研究成果。应用格式塔心理学中，“图形”和“背景”的概念，分析比较了日本和西欧的建筑环境、街道广场等外部空间，归纳出两者在对待空间问题上，从文化、观念到美学思想等方面的差异；并提出了接受外来文化和继承民族传统的问题
主要观点	空间基本上是由一个物体同感觉它的人之间产生的相互关系所形成的。虽然空间是独立于人存在的，但作为设计方法，在考虑空间理想状态的构成时，应以知觉空间为基础，通过分析引入主观空间的体验，使塑造的空间更加人性化。外部空间设计，就是把“大空间”划分或还原成“小空间”，从而使空间更充实，更富有人情味的技术。空间，是人的空间，是满足人精神、物质需要的场所，空间评价和设计，以人的知觉体验和要求为基础	城市与建筑之间的“街道”的存在方式：并不作为“背景”，而是作为“图形”来考虑。抛弃“形式美学”转为“街道美学”，根本上，是为了人，是肯定人的存在的。要为人创造富有人情味的街道、广场等建筑外部空间。日本应该学习西欧，形成更重视建筑外部空间——公共领域环境塑造的价值观。要从城市整体的角度出发，因地制宜，尊重和弘扬民族特色和风格，创造出美好的街道形式

资料来源：根据本文参考文献 [2] [3] 整理而成。

表3 外部空间与公共活动维度—杨·盖尔的空间 - 活动系列研究内容简表

研究层面	交往与空间	公共空间与公共生活	新城市空间
研究层面	微观——人的户外活动特点及其与物质空间的互动关系	中观——公共空间和城市质量之间的依存关系	宏观——城市公共空间政策与公共空间和城市生活质量的互动
主要内容	通过对人的户外活动特点及其影响因素的研究分析，探讨人性活动空间设计营造需要注意的物质要素及其设计	介绍了研究公共空间和公共生活 (更重要) 的方法。论述了空间的质量与城市生活的特色的关联方式	介绍了相关的研究方法，使人们了解如何去分析、界定和设计那些构成一个富有生气的城市所必需的基本要素。介绍了一批通过全面的公共空间策略，改善总体城市品质的案例。推荐了一批成功的公共空间规划范例，这些公共空间很好的满足了城市、社区的日常需要
意义和启发	提出外部空间的人性化规划原则，强调空间的人文价值。提醒我们对户外空间中活动的人们予以关注，并深切理解那些与人们在公共空间的交往密切相关的各种微妙质量。这个认识，对于作为公共空间的一种的步行商业街研究、规划设计，具有同样重要的作用	有关城市规划中如何调查研究公共空间公共生活，如何重视收集和利用有关公共空间生活的数据，制定以人为本的城市规划，最终改善市民生活品质以及哥本哈根市的研究案例的内容，被应用到许多国家，对于形成人性化的城市建设起到积极作用，可以为我国的规划界借鉴	所挑选的公共空间规划范例，突出体现了将城市视为聚会的场所以及将公共空间作为促进交往的设施的理念。书中所挑选评价的公共空间案例，对于步行商业街的外部空间规划设计具有启发性

资料来源：根据本文参考文献 [4] [5] [6] 整理而成。

表4 外部空间与公共活动维度—加泰罗尼亚工业大学和麻省理工学院：北美的节庆活动一场所研究与步行商业街研究相关内容简表

层面	模式	手段	作用
形式和活动交织	地域	良好的地域定义边界，在时间和空间上，和普通区域区别开来	使人们在情绪上与日常生活分开，投入到节庆活动中
	亲切感	“碗效应”：提供围合感和对节庆活动进行限定	节庆活动和参与者聚拢在一起，空间更紧密、亲切
		“共享舞台”：参与者与表演者共享同样的空间	注意力和视线也指向其他参与者，产生亲切感
	粒度	通过将节庆活动场所作为嵌套空间或一系列体验设计来实现增加粒度	创造活动和参与团体的多重节点，使参与者在多个层面上体验获得体验
	三角形原理	保持活动场所焦点的可视性	成为活动场所紧密的视觉中心，更多地促进人们相互作用的发生
	运动	游行	观看者和游行者身份转换。移动以获得更好视点
		巡游	观看者成为表演者。同时体验社会空间多样性
		散步	
尺度	在空间和活动规模之间取得平衡	保持紧密感、粒度和三角形原理	
感官性	巧妙融入感官体验，如声音、气息、颜色、味道	改变物质环境尺度和布局，会极大改变一个活动，并且可能破坏其流行化的品质	
唤起记忆和连续感	场景记忆	通过设计历史主题场景、原景重现，创造场所。或者通过历史事件重现，创造活动	在场所有参与者间，创造共同的线索，使节庆活动——场所，成为集体记忆的代言人
	永久的场所	在一项活动后还保留活动的印证。不断扩展和联系	触发记忆和期待，为空间的日常使用增添细节和含义；适应新的活动的节奏

资料来源：根据本文参考文献 [9] 整理而成。



## 塑造立体化的步行空间

### ——杭州钱江新城核心区步行系统规划

Establish a Vertical Pedestrian System

—QianJiang New CBD Pedestrian System Planning · Hangzhou

黄文柳 袁方

Huang Wenliu Yuan Fang

#### 引言

铺天盖地的车型广告，此起彼伏的车鸣喇叭，不断拓宽的车道空间……所有这些现象都表明了“汽车时代”已经真实地展示在我们的眼前。汽车这个现代科技的产物正逐步逼近并越来越深刻地影响着我们的生活；我们已很难再像从前那样走街串巷，轻松地漫步在城市中间，这已经成为现代人的一种奢望。属于行人的空间慢慢地被车行道蚕食；安全的步行环境也渐渐地被嘈杂的汽车阻隔乃至鲸吞……那么，在汽车时代的发展背景下，我们终究应该将步行——这种最古老、最基本、独立的交通方式置于何种地位呢？城市规划应如何科学地面对车行者和步行者的各种诉求而切实做到“以人为本”？步行系统能否在现代城市规划布局中与车行系统各分秋色，共同分担日益复杂的城市营运规模呢？带着一系列问题，我们在钱江新城核心区规划的过程中，对以步行系统为主导的公共空间系统进行了相对深入的探讨与研究。

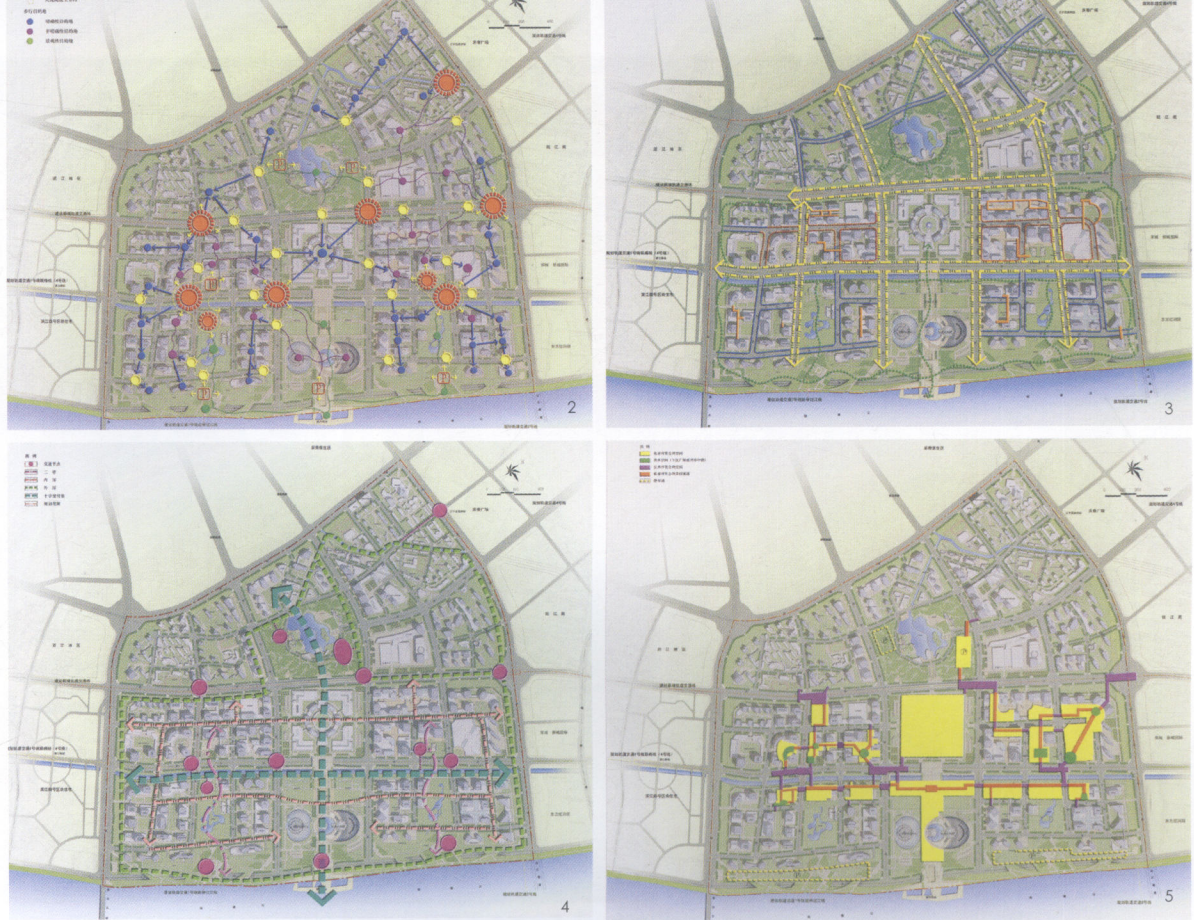
#### 一、步行系统——高效率城市中心的支撑

步行作为一种最基本的人类生活活动，无论机动交通如何发展，都不能削弱它在城市生活中的作用和意义，而城市步行系统的建构，正是对这种作用和意义的有利支持与体现。随着城市文明水平的提高，步行系统在城市经济活动和社会活动中的促进作用将越来越大，它的地位和影响也越来越重要。

钱江新城核心区是杭州市未来的城市新中心，行政、办公、商业、文化等各类设施汇集，并将吸引20万就业岗位，如此大规模、高密度开发的地区，大量的机动车交通将不可避免，而实际上规划的核心区块道路交通通行能力是有限的，需要私人小汽车、轨道交通、常规公交、自行车和步行等多种交通方式混合。因此，在处理好步行与其他交通方式之间的转换关系的同时，为步行者提供一个安全、舒适、连续的步行环境和空间显得尤为重要。

2005—2007年，由同济大学与杭州市城市规划设计研究院合作，专门针对钱江新城核心区开展了《钱江新城核心区交通研究》项目。研究中，在对核心区的规划开发强度、功能布局、交通出行特点、道路交通容量等多方面进行综合分析后，认为区域内的主干道服务水平只能保证15%的私人小汽车出行比例，扣除5%的步行和20%的自行车交通方式外，其他至少60%必须依靠常规公共交通和轨道交通将人流输送于起讫点与目的地之间。而实际上大量的人流在以公交等各种交通方式到达核心区块后，需要步行空间和通道将人流进行及时疏散并安全、便捷地输送到各目的地。因此，对于钱江新城核心区这一未来的城市中心地区来说，不仅需要创造一个适宜于步行的环境，更重要的是通过步行系统构架起各种交通方式衔接与转换的“网络”与“节点”，使城市得到更高效的运行。

总之，在钱江新城核心区构筑完善的步行系统，



1. 城市效果图  
2. 步行发生源与目的地分析图  
3. 地面步行系统分析图  
4. 系统框架分析图  
5. 地下步行系统分析图

将具有以下优势：

- (1) 是解决核心区交通问题的重要措施；
- (2) 能够促进地区经济发展，使核心区的商业、文化娱乐设施更加具有生命力；
- (3) 是丰富城市生活的重要场所，有助于城市生活的健康和繁荣发展；
- (4) 是一项重要的城市设计措施，对城市整体形态的控制起到决定性作用；
- (5) 有利于促进核心区整体空间意向的形成。

## 二、构建立体网络化的步行系统

### 1. 基本原则

(1) 形成地面为主，地下、空中为辅的步行网络

通过形成系统化、体现杭州特色的步行网络，更好地发挥其综合效益。

在现代城市功能高度聚集和现代交通工具向多元化发展的今天，随着城市空间综合开发利用进程，与城市建筑、机动交通、空间开发相交织，城市中以人行步道为主干的公共空间系统势必走向立体化发展的道路。因此，钱江新城核心区确立了以地面步行系统为主，将地下步行系统（underground concourses）和空中步行系统（skyway system）作为地面步行系统的良好补充的立体化步行系统的开发思路。

(2) 使步行系统成为与城市开发密切配合的连接系统

在对核心区步行系统构建过程中，考虑了两个方面的问题：首先，作为城市公共空间一部分的步行系统尽可能连续，公共领域深入建筑内部，使城市中重要的公共建筑成为整体公共空间网络中一连串的活动节点。如美国明尼阿波利斯市和香港空中步道系统，加拿大多伦多地下步行系统一样，建筑中庭、外廊或是建筑与街道间的中介“灰空间”往往成为公私交接转合的重要节点。在这种一体化的空间体系中，步行与购物、娱乐、餐饮、聚会等人群活动形成互动支持，一方面是安全、便捷、舒适且充满生气，另一方面则是无限商机。

尽量将步行系统与城市交通换乘系统紧密结合，成为各种交通换乘点之间的主要联系媒介。

(3) 以联合开发作为实施的有力保障

面对我国目前城市土地和空间使用“条块分割”的状况，空间立体化、开发一体化并且以人行步道为主干的城市公共空间的形成，有赖于城市建设各有关部门的协调，有赖于城市开发建设管理机构和私有开发单位的通力合作，也有赖于相关法规或准则体系的健全和适当的灵活性。因此，在钱江新城核心区规划、建设与管理过程中，需要自始至终贯穿“联合开发”的思路，并逐步形成以地铁、波浪文化城等政府开发项目为带动，各开发企业紧密配合的实施机制。

### 2. 步行交通动态分析

(1) 发生源与目的地分析

钱江新城核心区块的步行交通发生源主要包括地铁站点、公交站点和公共停车场，其中各类型步行交通发生源的服务范围和覆盖密度如表1所示。

表1 各步行交通发生源的服务区范围和覆盖密度

	服务半径 (m)	覆盖密度	核心部分覆盖密度
地铁站点	300-500	85%	95%
公交站点	200	65%	80%
公共停车场	200	40%	65%

到达该区域内的人流共同形成该区域的步行交通源。虽然这些人有着不同的流动方式和目的地，但共同点都是融入整体步行网络内，对步行系统形成压力和互动。

根据人流发生源的空间分布，可以大致区分各个发生源生成的人流的活动范围和目的地。并在此基础上对人流活动模式进行考察。

根据核心区块大致的功能分区，对目的地可划分为两类：

① 目的性不确定的目的地：如景观性、商业性、文化娱乐性，对其步行系统应组织自由、空间丰富的步行通道

② 目的性明确的目的地：如办公、住宅、宾馆等，对其步行系统应组织方便、快捷的通道。如表2所示。

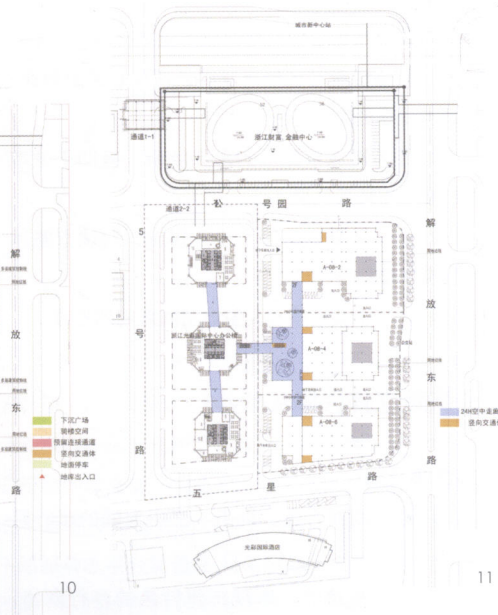
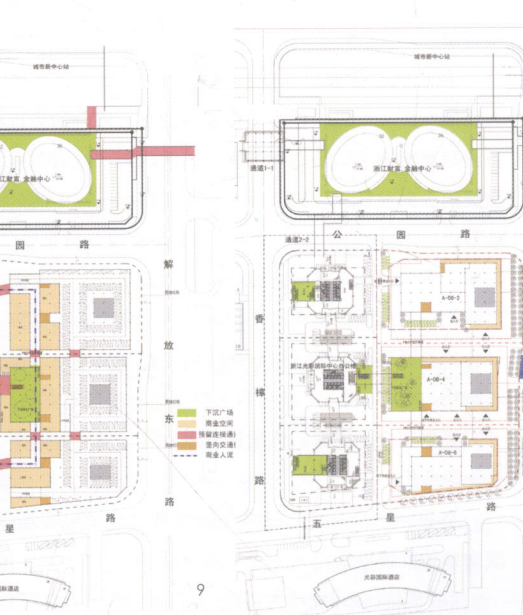
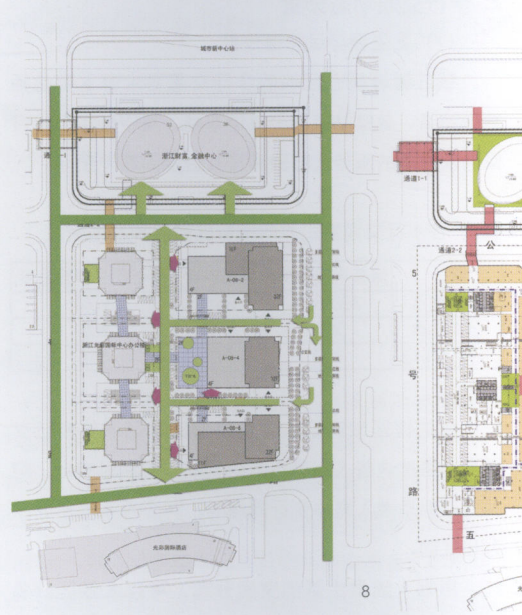
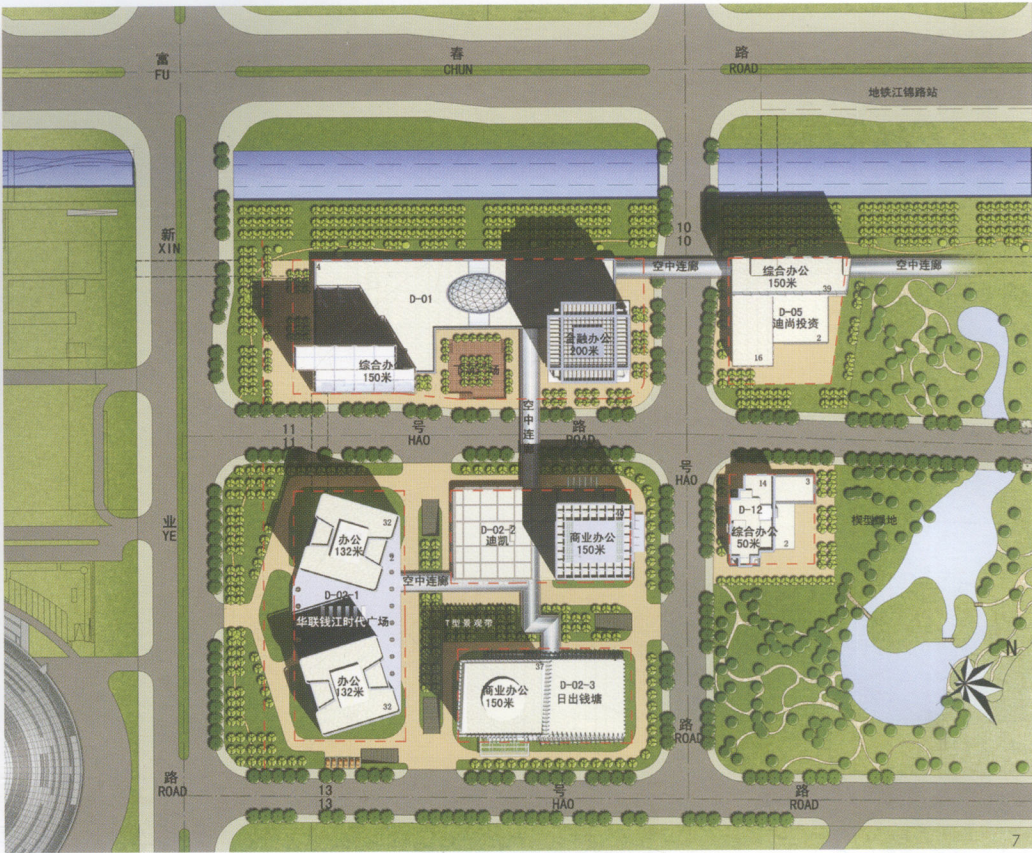


表 2 人流发生源所产生的人流出行目的

	日出行目的比例	高峰小时出行目的比例
上班	30%	67%
商务活动	25%	15%
购物等商业活动	10%	5%
游览	25%	8%
文化	10%	5%

(2) 网络分布状况

根据公共交通到达人流量的预测, 可以大致确定各人行交通发生源的人流量。这些产生的人流不同的出行目的具有不同的出行活动模式和必然的流线。

综合分析这些活动方式, 可以确定人性交通网络中的人流分布状况。

表 3 人流分布状况

	日到达人数 (万人 / 日)	高峰小时到达人数 (万人 / h)
地铁	20	5.6
公交	20	4
小汽车	16	2.4
总计	56	12

(3) 分析结果

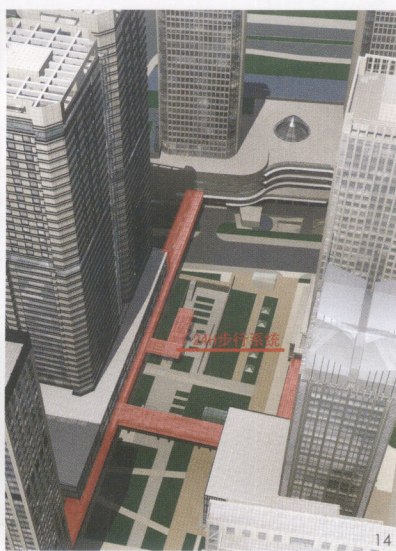
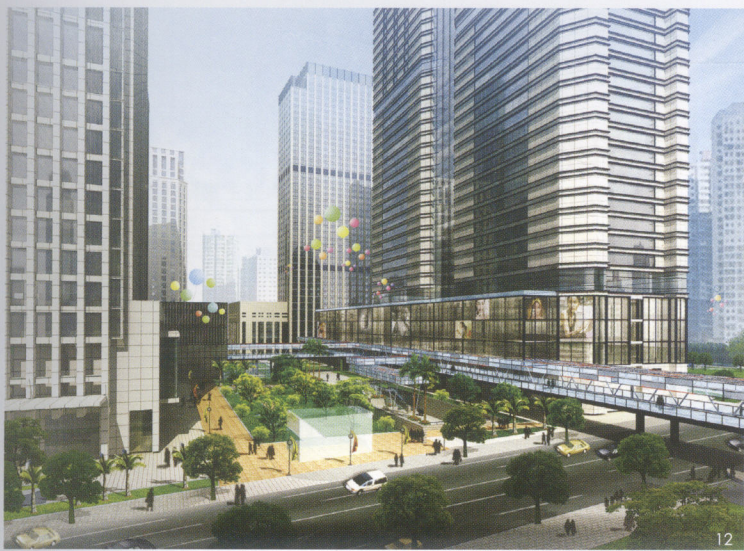
①大量人流主要集中在富春路两侧, 特别是富

春路与钱江路之间市民中心两侧的区域。

②在富春路两侧的地块和轨道交通、公共停车场附近的块地应充分利用大量人流经过的区位优势, 尽可能安排商业、文化、娱乐、景观项目或设施, 吸引目的性不明确的人流, 因此其路线应空间变化丰富; 同时为了与大容量公交设施相匹配, 应把地下空间主要安排在富春路两侧, 以及富春路与钱江路之间的区域内。

③远离主要人流发生源的地块基本上以目的性明确的用地性质为主——即富春路与之江路之间的地块, 要求从交通枢纽点到达的路线应直达、快捷。同





时由于该地区轨道交通支持相对较弱，人流主要以游览人群和办公、商务人群为主，综合地形变化、景观等因素，提出步行系统将以地面为主，二层步行系统为辅，地下公共步行空间尽量减少。

### 3. 步行系统构建

(1) 形成“中心十字加二环二带”的步行结构

整体上以地面步行网络为主，以地下富春路购物走廊、波浪文化城为主骨架的地下步行商业休闲空间为辅，局部通过二层步行系统使办公或商业区内部的联系更加紧密，具体来说：

中心“十字”骨架：即强化纵向上中央城市阳台—波浪文化城—市民中心—中央公园一线，与横向上沿新塘河的地面景观步行连续道和地下购物走廊共同构成整个核心区的步行主骨架；

二环：即在核心区外围沿钱塘江、道路、河道形成以自然绿化、休闲步道为主的景观步行环，而在核心区内部形成以4号路、9号路连接8号路、13号路和两楔形绿地构成的城市商业、休闲步行环；

二带：即规划的两楔形绿地并以地铁周边地下空间为纽带穿越富春路与4号路、9号路相接的纵向步行带。

此外，在以城市主、次干路分割的各相对独立区内，通过地面、地下、空中相结合的立体化步行网络强化建筑之间的内部联系。

(2) 重点强化纵向的步行联系

在中心十字带内集结了大量重要的步行交通节点，使步行交通相对集中，富春路购物走廊的形成使富春路方向上具有较强的横向沟通能力和强大的目的性。因此为了减少步行人流在中心十字带内的交通拥挤，需要重点强化纵向的步行联系和步行可达性。

(3) 以步行交通发生源——目的地研究分析为基础

重点解决大量、高密度人流对主要人流集散地(如地铁、公交站点、公共停车场地等)以及步行网

络交界处的冲击，对以地铁车站为核心的重要节点地区的人流疏散提供步行引导。

### 三、规划策略

站在规划的层面，仅仅提出步行系统构建的框架是不够的，难以指导具体的开发建设，为此，必须将基本的框架落实到各层次的规划中贯彻，才能对实施起到真正的指导作用。在钱江新城核心区规划中，主要从两个层面落实了步行系统的内容：

#### 1. 控制性详细规划层面

控制性详细规划是《城乡规划法》中明确的具有法律效力的规划文件，其对规划区域的开发控制具有直接的指导作用，并主要通过规定性指标和指导性指标对地块的各种开发行为进行控制与引导。因此，钱江新城核心区在控制性详细规划阶段落实步行系统的策略，是通过强化指导性内容和提供公共空间的奖励政策两方面来实现的，并通过分图则的形式直观地表达出来。

#### 2. 具体地段城市设计层面

同时，由于控制性详细规划尚无法对建筑组群关系、公共空间关系等细节提出详尽的规定或引导，因此，在对钱江新城核心区划分了若干组群后，针对已有开发意向或已有若干项目进行建筑方案设计的重要地段开展更深入的城市设计工作，使步行系统的构建落实到非常具体和实际的层面，并与各地块的开发有机结合，为促进公共空间、步行系统与具体建设项目的联合开发打下规划基础。如目前对A-03地块、A-08地块、D-02地块所开展的城市设计等，通过具体地段的的城市设计，使未出让地块与已出让地块或已建设地块在步行公共空间方面得到良好的衔接，为形成连续的步行系统打下良好的基础。

A-08地块由六个小地块组成，在城市设计中，

不仅通过地面与地下交通组织来保障各建筑所围合的公共空间步行安全性，还对各层平面中公共步行空间、垂直交通节点提出了控制要求，进而使步行空间得到有效保障。

### 四、结束语

钱江新城核心区是杭州市政府着力打造的城市新中心区，所谓“万丈高楼平地起”，新城的建设将完整地勾画出现代的城市规划理念，同时也体现出城市策划者和管理者对科学的尊重、对城市规划的重视。相对于那些旧城改造建设而言，钱江新城核心区的系统布局为展示科学的城市规划思想提供了现实基础，使得我们有机会也有可能按照既定的规划原则将步行系统比较完整地实施。当然，从规划构思到建设完成需要经过一系列缜密的阶段的设计、建设与管理过程，同时还需要政府决策者、管理者、开发投资者、设计者等各行业、部门在相互支持和相互理解基础上的协同合作。故此，虽然我们在钱江新城核心区的规划中将步行公共空间的打造摆在了非常重要的位置，但是终究能否完整地实现这一规划思想，让人有耳目一新的感觉，确实还要依靠许多的力量才有可能达到。我们希望，当一座美丽的城市矗立起来的时候，行走于城市中间的人们不会再因为杂乱的布局而迷失了方向，不会再因为阻塞的交通而忘记享受宜人的环境。我们希望，看到每个人都能够轻松地行走于城市之中。

作者简介

黄文柳，杭州市城市规划设计研究院规划三室主任，国家注册城市规划师，一级注册建筑师，高级工程师；

袁方，杭州市城市规划设计研究院室主任，工程师。

- |                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| 6. A-03 地块总平面图      | 10. A-08 地块城市设计一层平面 |
| 7. D-02 地块城市设计总平面图  | 11. A-08 地块城市设计二层平面 |
| 8. A-08 交通组织分析图     | 12. A-03 地块二层连廊效果图  |
| 9. A-08 地块城市设计地下层平面 | 13. A-03 地块鸟瞰图      |
|                     | 14. A-03 地块的空中步行系统  |