

传统商业环境艺术研究

文 澜 学 术 文 库

黄喜雨 著

黄喜雨 著

传统商业环境艺术研究



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

传统商业环境艺术研究 / 黄喜雨著. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2015. 12

(文澜学术文库)

ISBN 978-7-5097-8519-5

I. ①传… II. ①黄… III. ①商业环境-环境设计-研究 IV. ①F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 288285 号

· 文澜学术文库 ·

传统商业环境艺术研究

著 者 / 黄喜雨

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 恽 薇 高 雁

责任编辑 / 陈凤玲 刘宇轩

出 版 / 社会科学文献出版社·经济与管理出版分社(010) 59367226

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 18.5 字 数: 293 千字

版 次 / 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-8519-5

定 价 / 55.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

总 序

中南财经政法大学新闻与文化传播学院建院虽然只有十余年，但院内新闻系、中文系和艺术系所属学科专业都是学校前身中原大学 1948 年建校之初就开办的，后因院系调整中断，但从首任校长范文澜先生出版《文心雕龙讲疏》开始其学者生涯，到当代学者古远清教授影响遍及海内外的台港文学研究，本校人文学科的研究可谓薪火相传、积淀丰赡。

1997 年，学校重新开办新闻学专业，创建新闻系，相关学科专业建设开始步入新的发展阶段，2004 年，新闻与文化传播学院组建。近年来，在学校建设“高水平、有特色的人文社科类研究型大学”的发展目标的指引下，中文系和艺术系相继在 2007 年和 2008 年成立，人文学科迅速得到恢复和发展。

为了检阅本院各学科研究工作的实绩，进一步推动研究的深入和学科的发展，我们将继续编辑出版本院教师系列学术论著“文澜学术文库”丛书。

丛书以“文澜”命名，一是表达我们对老校长范文澜先生的景仰和怀念，二是希望以范文澜先生的道德文章、治学精神为楷模以自律自勉。

范文澜先生曾在书斋悬挂一副对联：“板凳要坐十年冷，文章不写一句空。”这种做学问的自律精神在今天更显得宝贵和具有现实意义。《文心雕龙讲疏》是范文澜先生而立之年根据在南开大学的讲稿整理完成的第一部学术著作，国学大师梁启超为之作序：“展卷诵读，知其征证详核，考据精审，于训诂义理，皆多所发明，荟萃通人之说而折衷之，使义无不明，句无不达。是非特嘉惠于今世学子，而实大有勋劳于舍人也。”学术研究之意义与价值，贵在传承文明、承前启后、继往开来、推陈出新。范文澜先生



之《文心雕龙讲疏》后又经多次修订，改名《文心雕龙注》以传世，作者有着严谨的学风、精益求精的精神，实为吾辈楷模。正因如此，其著作乃成为《文心雕龙》研究史上集旧注之大成、开新世纪之先河的里程碑式的巨著。

先贤已逝，风范长存。高山仰止，景行行止。虽不能至，然心向往之。
是为序。

胡德才

2015年7月6日于武汉

前 言

传统商业环境艺术是指传统商业外部环境和内部环境艺术的总和。是由传统街道结构体系、传统商业建筑群体艺术、空间与形态艺术、配套公共设施艺术、环境景观艺术、商业广告艺术、商业陈设、装饰艺术等构成的，是具有地方文化特色的物质空间环境，由它的物质空间形态向人们表达其文化艺术内涵。传统商业环境不仅指某些特定的历史遗迹，还包括更为宽广的时空内容和精神内容，具有很高的历史价值、社会价值、文化价值和艺术价值。

随着城市化建设的高速发展，城市规模急剧膨胀，人口数量不断增加，居住环境日益恶化，传统商业环境趋于衰败，大规模的旧城改造使历史性街区面临土崩瓦解的灾难。面对经济发展的诱惑，在城市的扩建和改造过程中，存在着一系列的严重社会问题，其中最明显的表现在大量拆毁原有的具有文化价值、艺术价值的，体现历史脉络的传统商业建筑和历史性商业街区，而以大型写字楼、超大型购物中心及产生高额利润的土地使用方式取而代之，这种以经济目的代替人性化发展的方式，使原有体现城市特色的历史性商业街区被大量取代和破坏，使其面临经济冲击下的文化危机和社会危机。因此，今天对历史性商业环境艺术进行可持续发展的研究已成为保护城市历史、延续城市文化脉络的重要环节，也是摆在广大环境艺术设计师面前的一个重要的研究课题。

传统商业环境艺术是传统风貌的重要代表，是整个旧城更新改造的组成部分，成为涵盖城市学、社会心理学、建筑学、环境生态学等各门学科的综合性研究体系。它浓缩了本地区的文化、艺术、经济和社会的发展史，是城市的橱窗和宝贵的发展资源。提高传统商业环境质量和形象是保护其



历史风貌和街区文脉的需要，也是塑造城市特色和魅力的重要手段。研究传统商业环境艺术，不仅具有显著的经济效益、艺术价值、历史价值，而且具有广泛的社会意义。

关于传统商业环境艺术，国内目前只有少数学者写过相关的论文，但都是出于对地方的传统商业街的改造与保护，很少有对传统商业环境艺术从历史的积淀和发展的文脉进行系统的理论研究。

本书从实际需要出发，选择现代城市更新中最令人关注的传统商业环境艺术为议题，从传统商业街、步行街、传统百货商场、购物中心、超级市场、专卖商店等环境艺术入手，目的是传承传统商业环境艺术的文化精髓，改善传统商业环境，增强传统商业环境的艺术个性和可识别性，振兴和恢复传统商业环境艺术的活力，提升传统商业环境的艺术特色及文化内涵，为城市建设实践提供一点可行的建议。希望本书的研究可以使传统商业环境艺术持续地向更好的方向发展，给人们提供一个高品质的公共空间，满足人们的精神、审美、社会和个人生活的各种需求。

目 录

第1章 传统商业环境艺术的概述 / 001

- 1.1 传统商业环境艺术的概念 / 001
- 1.2 传统商业环境艺术研究的背景 / 004
- 1.3 传统商业环境艺术研究对象 / 005
- 1.4 传统商业环境艺术研究目的和意义 / 006

第2章 传统商业环境的演变与发展 / 007

- 2.1 我国古代传统商业环境的演变 / 007
- 2.2 我国近代传统商业环境的发展 / 027
- 2.3 我国现代传统商业建筑内外环境的发展 / 034

第3章 传统商业环境文化 / 043

- 3.1 传统商业文化的概念与特征 / 043
- 3.2 我国传统商业环境文化的形成 / 046
- 3.3 我国传统商业环境的文化特色 / 052

第4章 历史文化名城与商业环境 / 057

- 4.1 历史文化名城的概念与特征 / 057
- 4.2 历史文化名城中的商业形态 / 058
- 4.3 历史文化名城中商业环境的现状与保护 / 075



第5章 传统城市商业业态空间与结构 / 081

- 5.1 传统商业业态起源与发展 / 081
- 5.2 城市卖场与百货业的形成 / 083
- 5.3 传统商业业态对城市商业空间结构的影响 / 085
- 5.4 现代商业业态发展的特点 / 089

第6章 传统商业街环境艺术 / 090

- 6.1 传统商业街环境艺术 / 090
- 6.2 传统商业步行街艺术 / 097

第7章 传统百货商场环境艺术 / 103

- 7.1 传统百货商场的产生与发展 / 103
- 7.2 传统百货商场的经营特点 / 104
- 7.3 传统百货商场营销空间设计艺术特点 / 106
- 7.4 传统百货商场商品的陈列和展示艺术 / 110

第8章 传统购物中心环境艺术 / 114

- 8.1 传统购物中的概念 / 114
- 8.2 传统购物中心的产生与发展 / 115
- 8.3 传统购物中心建筑空间艺术形式 / 117
- 8.4 传统购物中心的经营特点 / 118
- 8.5 传统购物中心室内营销空间艺术 / 118
- 8.6 传统购物中心室内展示陈列艺术 / 122
- 8.7 传统购物中心建筑外部空间环境设计 / 126

第9章 传统超级市场环境艺术 / 130

- 9.1 传统超级市场的概念 / 130
- 9.2 传统超级市场的产生与发展 / 131

- 9.3 传统超级市场的经营特点 / 136
- 9.4 传统超级市场室内营销空间艺术 / 137
- 9.5 传统超级市场室内展示陈列艺术 / 141
- 9.6 传统超级市场建筑外部环境艺术 / 145

第10章 传统专业商店环境艺术 / 148

- 10.1 传统专业商店的概念 / 148
- 10.2 传统专业商店的产生与发展 / 149
- 10.3 传统专业商店的经营特点 / 153
- 10.4 传统专业商店室内营销空间艺术 / 154
- 10.5 传统专业商店室内商品陈列艺术 / 157
- 10.6 传统专业商店建筑外部环境艺术 / 160

第11章 传统商业建筑环境艺术 / 164

- 11.1 传统商业建筑艺术的发展与地域特征 / 164
- 11.2 传统商业建筑的结构特征 / 169
- 11.3 传统商业建筑装饰艺术 / 187

第12章 传统商业环境景观艺术 / 199

- 12.1 传统商业环境外部景观艺术 / 200
- 12.2 传统商业环境内部装饰艺术 / 233

第13章 传统商业环境审美艺术 / 245

- 13.1 传统商业环境艺术审美心理 / 245
- 13.2 传统商业环境艺术形式美法则 / 250

第14章 传统商业环境艺术的发展 / 272

- 14.1 多元化发展 / 272



- 14.2 生态化发展 / 275
- 14.3 智能化发展 / 276
- 14.4 标准与模式化的发展 / 277
- 14.5 连锁经营与服务方便的发展 / 279
- 14.6 地域与本土化方向的发展 / 280
- 14.7 朝着个性化与整体艺术化方向的发展 / 281

参考文献 / 283

后 记 / 285

第1章

传统商业环境艺术的概述

传统商业环境艺术,是由传统街道结构体系,传统商业建筑群体,及与之配套的公共设施、街道、陈设、商业广告等构成的,是具有地方文化特色的物质空间环境,由它的物质空间形态向人们表达其文化艺术内涵。传统商业环境不仅指某些特定的历史遗迹,还包括更为宽广的时空内容和精神内容,具有很好的历史价值、社会价值、文化价值和艺术价值。

1.1 传统商业环境艺术的概念

1.1.1 商业与商业环境

商业(英文名称:Commerce; Commercial; Trade; Business)是以货币为媒介进行交换从而实现商品流通的经济活动。

商业有广义与狭义之分,广义的商业是指所有以赢利为目的的事业,包括外贸业、饮食业和城市服务业。通常商业按流通环节可分为批发商业、零售商业、批零兼营商业;按经营对象可分为经营食品、汽车、五金、纺织品、服装、百货的商业等;按经营方式可分为百货商店、专业商店、专卖店、连锁商店、24小时便利店、超级市场、仓储店等。狭义地说,商业是指从事商品购销活动的行业。

人类的商业活动可追溯至远古的原始生产时代以物易物的交换行为,



它是生活中不可或缺的一项活动,依靠各种商业活动的运行和刺激,都市得以充满活力。各类货物的交换,各种信息的传播,以及人与人之间的交流,构成了都市生活脉搏。商业活动与行为在人类生活中所扮演重要的角色及负有重要责任,其重要性不言而喻。商业的外延越来越模糊,经营方式也越来越复杂和多样化。

商业的本质是交换的进行,以更少的代价和交易成本,获得更多、更方便的挑选、购买、售后服务的机会。商品渗透到社会环境的每个角落,商品价值渗透到人们心灵的深处。随着我国市场经济的发展,消费市场越来越健全,办公空间、居住空间等已成为商品及其流通的渠道,并使商业的外延有了新的发展。

商业环境是随着社会的商业发展而发展起来的。一般可以分为广义商业环境和狭义商业环境。广义的商业环境涵盖了与商业有关的各个方面,如法律、法规、政策、商业内部业态分布,交通道路、商场布局、广告设计、消费意识等。狭义的商业环境可以理解为具体的购买环境,指的是商业外部环境和商业内部环境。商业外部环境是涉及商业建筑和城市领域的综合因素。商业内部环境包括物质性(生理性)环境 and 精神性环境。前者在于满足商业建筑内部的消费者和服务者的生理性需要,后者则给人熟知度和审美享受,以及满足人更深层次的文化需求。

商业环境是城市环境中不可或缺的组成部分。随着人类社会的发展、人类商业活动领域的扩展,商业环境的范畴也从商场购物环境扩大至城市、地区、国家甚至国际的活动领域。因此,“商业环境”是指围绕着商业主体并对主体行为产生影响的外界事物。

而传统商业环境从最初的“市”发展成为现在的商业步行街、综合商业区,其商业功能经过历史的演变继续保持强劲活力。它集历史价值、艺术价值、商业价值三重功能于一体。它不仅包括商业建筑和历史遗迹等物质形态,还包括城市的商业文化传统、历史渊源等精神内容。因此,传统商业环境可以理解为在城市环境发展历史中长期履行商业职能的商业环境。它们可以振兴或者保持地区活力,是世俗性、生活性的环境空间。

1.1.2 环境与环境艺术

环境 (Environmental) 是指人们所在的周围地方与有关事物, 一般分为自然环境与社会环境。

自然环境 (地理环境) 是指环绕于人类周围的自然界, 包括大气、水、土壤、生物和各种矿物资源等。自然环境是人类赖以生存和发展的物质基础。在自然地理学上, 通常把这些构成自然环境总体的因素, 划分为大气圈、水圈、生物圈、土圈和岩石圈五个自然圈。

社会环境是指人类在自然环境的基础上, 为不断提高物质和精神生活水平, 通过长期有计划、有目的的发展, 逐步创造和建立起来的人工环境, 如城市、农村、工矿区等。社会环境的发展和演替, 受自然规律、经济规律以及社会规律的支配和制约, 其质量是人类物质文明建设和精神文明建设的标志之一。

环境艺术是一个很大的范畴, 综合性很强, 是指环境艺术工程规划、艺术构想方案的综合计划, 其中包括环境与设施规划、空间与装饰计划、造型与构造计划、材料与色彩计划、使用功能的计划等。^①

环境艺术的表现手法多种多样。著名的环境艺术理论家多伯 (Richard P. Dober) 认为, 环境设计“作为一种艺术, 它比建筑更巨大, 比规划更广泛, 比工程更具有感情。这是一种爱管闲事的艺术, 无所不包的艺术, 早已被传统所瞩目的艺术, 环境艺术的时间与影响环境的能力, 赋予环境视觉上秩序的能力, 以及提高、装饰人存在领域的能力是紧密地联系在一起的”。

环境艺术设计作为一门新兴的学科, 二战后在欧美逐渐受到重视, 它是 20 世纪工业与商业经济高度发展的过程中, 科学、经济和艺术三者结合的产物。它一步到位地把实用功能和审美功能作为有机的整体统一起来。

^① [法] P. 克莱芒:《城市设计概念与战略——历史连续性与空间连续性》, 魏庆泓译,《世界建筑》2001 年第 6 期。



1.1.3 传统商业环境艺术

传统商业环境艺术是指传统商业外部环境和内部环境艺术的总和,包括商业环境规划艺术、建筑艺术、空间与形态艺术、配套公共设施艺术、环境景观艺术、商业广告艺术、商业陈设、装饰等艺术门类。其是一种研究商业文化、经营理念、商品价值、消费者购买心理、诉求对象审美心理以及商业环境设计等的艺术门类,是在综合性考虑下呈现出的最佳商业思维。商业环境艺术实际的特征主要体现为环境设计艺术以顾客的消费需求为中心展开,商业环境及其功能向着多元化趋势迈进,塑造富有特色、个性和文化韵味的购物空间。其是传统商业形式化的主要载体,市场形象体现着商品的应用属性和价值属性,是制造购买的重要手段。一个好的商业环境应该是对商品与需求的适当诠释,是对购买的正确引导。

1.2 传统商业环境艺术研究的背景

城市是不断再生、进化并逐渐扩张的,但是近几十年来我国城市的发展超过了正常的限度,城市正在丧失它的形态、地标识别性、边界以及密度、文明、混合型服务和设施等方面的特征。传统商业环境艺术作为特殊的城市公共环境艺术,是城市历史文化艺术的物质载体,具有地域性、文脉性和艺术性意义,是城市历史文化传统的具体表现,是本地区不同于其他地区的标志,人们可以通过它来确定自己城市的历史坐标和文化脉络。但是,城市的重构、经济中心的转移、城市形象的提升、机动交通工具的发展带来的人们消费模式的改变,使得具有悠久历史的传统商业环境艺术面临巨大挑战,很多在逐步走向衰败。而旧城更新运动的兴起,使传统商业环境艺术成为重振旧城中心区、商业重返市中心、进行人性化城市建设的切入点,这对我国城市建设意义重大。成功的商业环境艺术不可能有单一的标准,但从现实的情况来看,提升城市空间品质、完善城市功能结构、发扬城市特色、保持城市活力仍然是传统商业环境艺术更新的基本目标。

城市空间环境艺术的衰退可能是缺乏投资性和经济萎缩的真实表征,由此而产生的种种消极观念破坏并持续削弱城市的经济和竞争能力,形成恶性循环,衰退有可能使这种负面影响成为事实。我国的传统商业环境艺术在改造中,普遍出现原有城市特色和街区文化丧失、交通组织混乱、商业街的历史延续性被割裂、忽视人的精神需求现象。因此,本书选择对传统商业环境艺术进行研究,旨在强调传统商业环境艺术在城市发展中的重要地位,促使人们重视传统商业环境在当下的物质价值和精神价值。更新城市空间环境艺术、改变城市的外部形象、调整空间形态的功能结构,有助于打破这种恶性循环,强调城市理性发展的重要性。

1.3 传统商业环境艺术研究对象

传统商业环境艺术是随着商业的发展而发展起来的,其研究范围非常广泛,包括城市传统商业文化、商业环境规划设计、商业建筑艺术、商业空间与形态、配套公共设施、环境景观、商业广告、商业陈设、装饰等艺术门类。它包含从商业建筑内部空间到外部空间的延伸。它比城市规划更讲求艺术性,更具有亲近感,比建筑艺术更细致入微,比纯艺术作品更注重实用功能,比美术作品更带有综合性与复杂性。然而,无论哪一项内容,其最终目的是以人的空间环境行为为根本,并充分体现以物质为其用,以精神为其本。因此,无论什么样的建筑室内外空间环境艺术,其材料与构造设计、技术与艺术等选择形式,都应使人们体验到有效的舒适与美感。

传统商业室内外环境,是以商业建筑空间为基础的,它应是建筑空间的延续、深化、发展和实施的过程,应以科学技术为功能手段,以艺术美感为表现形式。因此,商业室内外环境装修材料与构造设计作为环境艺术设计专业,其实践性较强。其综合性知识和实践性设计及市场调研,即材料的本质性能、构造、技术、工艺等也是必不可少的重要环节。



1.4 传统商业环境艺术研究目的和意义

传统商业环境艺术的更新改造是整个旧城更新改造的组成部分，已经成为涵盖城市学、社会心理学、建筑学、环境生态学等各门学科的综合性研究体系。本书从实际需要出发，选择现代城市更新中最受关注的传统商业环境艺术为议题，从传统商业街、步行街、传统百货商场、购物中心、超级市场、专卖商店等环境艺术入手，目的是传承传统商业环境艺术的文化精髓，改善传统商业环境，增强传统商业环境的艺术个性和可识别性，振兴和恢复传统商业环境艺术的活力，提升传统商业环境的艺术特色及文化内涵，为城市建设实践提供一些可行的建议。

传统商业环境艺术是传统风貌的重要代表，浓缩了本地区的文化、艺术、经济和社会的发展史，是城市的橱窗和宝贵的发展源泉和资源。提高传统商业环境质量和形象是保护其历史风貌和街区文脉的需要，也是塑造城市特色和魅力的重要手段，因此对传统商业环境艺术的研究具有重要意义。

传统商业环境艺术研究，不仅具有显著的经济效益、艺术价值、历史价值，而且具有广泛的社会意义。本书的研究，可使传统商业环境艺术持续地向更好的方向发展，为人们提供一个高品质的公共空间，也可满足人们的精神、审美、社会和个人生活的各种需求。