

商店建筑设计



SHANGDIAN JIANZHU SHEJI

中国建筑工业出版社

商店建筑设计

许家珍 主编

中国建筑工业出版社

(京)新登字 035号

本书是一部系统地论述商店建筑设计的专著,是作者多年来从事商店建筑设计、教学和研究的总结。

书内除对商店建筑的发展历史、商店总体环境、商店建筑各组成部分设计、营业厅室内设计、商店建筑造型和外装修等方面进行了系统的阐述外,还对百货商店、菜市场 and 自选商场、合建式商店建筑、步行商业街和购物中心等作了全面深入的分析 and 论述,并选取了三十多个不同类型又各具特色的国内外商店建筑实例供读者参考。

本书适用于建筑设计人员阅读,也可供建筑院校建筑系师生以及商业部门基建管理人员参考。

商店建筑设计

许家珍 主编

*

中国建筑工业出版社 出版、发行(北京西郊百万庄)

新华书店 经销

中国建筑工业出版社印刷厂印刷(北京阜外南礼士路)

*

开本: 787×1092毫米 1/16印张: 24¹/₄ 字数: 590 千字

1993年12月第一版 1993年12月第一次印刷

印数: 1—8,700 册 定价: 15.00 元

ISBN 7—112—02057—3/TU·1562

(7077)

前 言

建国以来,随着我国经济的发展,商业活动也随之增长。尤其是在改革开放以来,社会经济体制有了深刻变化,在以国营经济为主导的前提下,建立和发展了多种经济成份、多种流通渠道和多种经营方式,从而使商品经济活跃、市场繁荣,全国各地各种形式的零售商店建筑象雨后春笋般地涌现出来,至今仍方兴未艾。

本书即为在这一形势迫切需要下编写出来的一本系统地论述商店建筑设计的书籍。它既包含我国商店建筑设计发展过程中的理论与实例及国家对商店建筑设计的有关规定,同时也囊括许多国外商店建筑的先进经验与典型实例,以期使它对商店建筑设计的实践有所帮助。编写过程中,我们对国内三十多个城市的商店建筑和使用及其管理部门进行了深入的调研,并广泛收集了国内外商店建筑设计资料,同时又参加了《商店建筑设计规范》的编制工作。在此书的编写过程中,我们曾经几易书稿,不断更迭补充实例、修改和充实内容,直至交稿。

本书由许家珍主编。邵俊仪、万钟英、顾馥葆、钱以明、刘兴等参加部分章节的编写工作。在编写工作的前期,万钟英曾参加了调研和提纲的研讨。

本书编写的分工如下:

许家珍编写第三、四、七、八章;

许家珍、邵俊仪编写第五、九章及实录;

邵俊仪编写第六章第一节;

万钟英编写第一、二章初稿,许家珍整理和补充插图;

顾馥葆、刘兴编写第十章;

钱以明编写第六章第二节。

全书由许家珍统稿并整理,邵俊仪审阅。本书插图第一章、第二章及第五章由邵洁绘制,其它章节除由编者完成外,尚有邵俊仪、吴叶红、邵洁、周红雷等协助绘制。

本书在编写过程中,曾得到一些大中城市的建筑设计单位、商业局和商店的大力协助,特此致谢。

编者

1992·12

目 录

第一章 商店建筑的构成和发展	1
第一节 商店建筑的构成	2
第二节 商店建筑发展简史	3
第二章 商店总体环境	23
第一节 商业聚集效应的产生	23
第二节 商店建筑的选址	26
第三章 商店建筑的组成和设计	42
第一节 营业厅设计	42
第二节 橱窗设计	66
第三节 库房设计	76
第四节 办公、福利及设备用房设计	81
第五节 业务院的设置	82
第四章 营业厅室内设计	84
第一节 营业空间的划分与联系	84
第二节 营业空间中顾客流线引导	93
第三节 营业空间的照明	101
第五章 商店建筑的造型	119
第一节 商店建筑体型	120
第二节 商店建筑的立面	127
第六章 商店建筑的结构和空调设备	141
第一节 商店建筑的结构	141
第二节 商店建筑的空调设备	156
第七章 百货商店	168
第一节 百货商店的产生和发展	168
第二节 百货商店总平面设计	178
第三节 百货商店空间组合	191
第八章 菜市场 and 自选商场	211
第一节 菜市场	211
第二节 自选商场	228
第九章 合建式商店建筑	235
第一节 与住宅合建的商店建筑	236
第二节 与办公用房、加工厂或旅馆合建的商店建筑	249
第三节 设在高层建筑内的商店	253

第十章 步行商业街和购物中心	266
第一节 概述	266
第二节 现代步行商业街设计	277
第三节 购物中心	291
实录	305
一、北京西单百货商场	306
二、西安唐城大厦	309
三、郑州紫荆山百货大楼	311
四、沈阳联营公司	314
五、长沙中山路百货大楼	317
六、唐山百货大楼	320
七、兰州南关百货大楼	322
八、佛山兴华商场	324
九、广州东山百货大楼	327
十、重庆江北百货商场	328
十一、天津佟楼百货商场	332
十二、武汉水菓湖百货商店	335
十三、南京商场	337
十四、南京家电商场	341
十五、南京新百大厦	343
十六、无锡友谊商店	346
十七、苏州工业品大楼	349
十八、苏州石路商场	352
十九、南通市华联商厦	355
二十、杭州百货大楼	359
二十一、桂林百货大楼	362
二十二、罗马尼亚某百货商店	364
二十三、罗马尼亚TOMIS百货商店	366
二十四、罗马尼亚BUCOVINA百货商店	367
二十五、前苏联莫斯科夫斯基百货商场	368
二十六、东京都银座索尼大厦	370
二十七、日本东京三越本公司	372
二十八、日本富山县高冈市综合商场	373
二十九、芬兰某同业百货公司	374
三十、纽约梅西公园百货公司	376
三十一、旧金山萨克斯百货商店	377
三十二、鹿特丹德尔·莫依林百货商店	378

第一章 商店建筑的构成和发展

市场,伴随着社会分工和商品生产而出现,是社会沟通生产与消费的桥梁,是完成商品形态变化的流通领域的总表现。作为联结生产者与消费者之间经济利益关系的“纽带”,它的变化与发展,既影响着人民生活的需求和满足,也关系到生产企业的盛衰成败。因而,建立兴旺发达的市场以推动商品经济运转,是社会经济建设中的重要任务。

当前,在我国的社会经济体制改革中,市场正在发生巨大和深刻的变化,努力建立和形成一个开放式、多成分、多层次、有计划、有竞争的社会主义统一市场,是客观形势提出的迫切需要。

根据市场学的原理,市场由下列三个方面的基本条件所构成:

一、消费者的需求

二、须有另一方提供的能够满足这种需求的产品或劳务。

三、须有促成买卖双方达成交易的各种条件,如进行交易的空间、服务手段、信息联络等。

因此,如何为现代市场提供能满足需要并促进其发展的空间,就是建筑工作者当前面临的广泛而实际的任务。

在市场所需的各种空间里,消费市场中的零售商店处于直接为买卖双方进行交易提供的一种场所。商品与货币在此交换,消费者在此得到需求的满足,生产者的产品在此受到最终的检验。它既是买卖双方的“接触点”,又是生产者与消费者的“联络点”。因而,市场历来是城市建设中量大面广的建设重点。

现代社会商品经济的不断发展及其为社会提供的产品,在类型、品种、数量、质量上均与日俱增,不断翻新;而另一方面,由于社会分工的日趋专门化,城市人口的大量增加以及人们生活需求的多方位扩展和消费观念的改变,又加强了人们对商品的需求和依赖,从而使购物行为成了人们日常生活中不可缺少的内容,商店已成为人的活动范围中的一个部分。随着购物频度提高,光顾商店的滞留时间延长,人们不但对商品本身的兴趣增加,而且对购物环境提出了新的要求和期望。此外,日趋激烈的商业竞争所促成的营销、策略发展和社会背景与城市状况的加速变化,对与之相适应的新型商业空间型的需要也迫在眉睫,使得今日的商店建筑已不同于昔日的“做生意”的店铺或前店后坊式的“门市”以及服务“网点”那类传统的商店概念。在规划布局、空间组合、建筑特点、经营方式和设施条件上,商业建筑均产生了许多变化。这就要求建筑师在商店的规划与建筑设计中,以现代建筑观点结合新时期的经济、社会、人文学科中诞生的新思想,正确地认识和分析现实生活所提出的矛盾和任务,对其未来发展途径有所预见,设计出真正满足现代市场需要的商业空间。为此,本章拟对商店建筑空间的构成及国内外商业建筑空间的发展简况作扼要的介绍。

第一节 商店建筑的构成

商店是消费市场买卖双方进行商品交易活动的建筑空间。其中,作为主体的买卖双方、作为中心内容的商品和为进行交易活动提供的场所这三者是构成商店的基本要素(图1-1-1)。

上述三要素中,人是流动的,空间是固定的,它们始终是处于一个动态平衡系统之中。

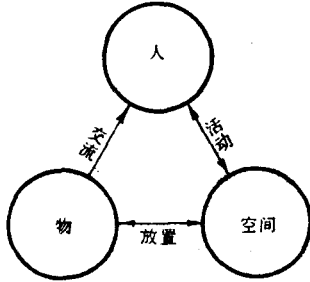


图 1-1-1 商业空间构成的基本要素

其中任一因素的发展变化,都会引起其它二者的倾斜、运动,直到以新的适应关系互相达到平衡,从而改变商店的构成形式,使其产生多种多样的类型。故以此为线索,对目前名目繁多、形式繁复的商店进行分类,会有助于认清各类商店的特性以及它们之间存在的共同点。

一、按买方因素的变化分类

(一) 按买主(顾客)的来源范围区分

- 买主为附近常住人口的居住区商业服务设施;
- 买主主要为流动顾客的城市型商业设施。

(二) 按买主对象区分

- 无认定对象的普通商店;
- 专为某一类顾客服务的专业商店,如儿童商店、妇女用品商店、免税商店等。

二、按卖方因素的变化分类

(一) 按营销方式区分

- 由营业员售货的普通商店;
- 无需借助营业员售货,由顾客自行选购商品的自选商场(Supermarket, Self-Service);
- 由顾客通过信息传输定货,并送货上门的邮购商店等。

(二) 按营销组合区分

- 独家经营的普通商店;
- 多家商店联营的联营商场以及包括饮食、服务、游艺等设施的购物中心(Shopping Center)。

三、按商品因素的变化分类

(一) 按经销商品的品种区分

- 经销多品种商品的综合性百货商店;
- 专营某类商品的专业商店。

(二) 按经销商品类型区分

工业产品类、农副产品类、食品类及美术工艺品类等商店。此外尚有属于国家专卖商品类的粮食、煤炭、燃油、燃气、盐业、烟酒等专卖商店和经营特殊商品的商店,如古籍文物、珠宝玉器、花鸟虫鱼、印章字画等商店。

四、按建筑空间环境因素的变化分类

(一) 按建筑空间规模区分

可分为大、中、小型商店，但此标准常因建筑类型的不同和国家地区的区别而异。我国目前以下列标准划分（表1-1-1）。

商店建筑的规模

表 1-1-1

商店类别 建筑面积 (m ²) 商店规模	百货商店、商场	菜市场类	专业商店
大型	>15000	>6000	>5000
中型	3000~15000	1200~6000	1000~5000
小型	<3000	<1200	<1000

本表摘自我国1989年出版《商店建筑设计规范》(JGJ 48-88)。

(二) 按建筑空间形式划分

- 独立设置在一幢建筑内的独立式商店；
- 与其它用途的建筑如住宅、办公写字楼、旅馆、车站等组合修建而结为整体的合建式商店；

- 和在街道两旁毗邻相连修建商店组合而成的商业街；

采取交通措施，保证步行购物、安全舒适的步行商业街 (Shopping Promenade, Shopping Mall)；

- 商业街上空架设屋顶拱廊的室内商业街；
- 设于城市地下或建筑地下层的地下商场和地下商业街等。

这些多种类型和形式的商店，是随着社会发展与时代进步，从初期简易的露天交易开始，逐渐进步演变而形成的。虽然类型繁杂、形式多样，但其基本构成要素始终未变。因此，无论何种类型与形式的商店建筑，其基本要求均为：

1. 满足顾客购物行为和心理需求。
2. 促进卖方营销活动的顺利进行。
3. 便于商品展示陈列、收存发售。
4. 适应社会发展、利于城市环境。

以此要求来看，对顾客购物行为与心理的分析，涉及到行为学、消费心理学、社会心理学等人文科学的领域；而对卖方营销活动的了解，则须掌握商业营销、市场学等经济管理科学的一些初步理论基础。关于商品展示和外部环境设计则更离不开室内设计与城市设计的学科内容。所以，商店建筑的设计，决不是过去那种简单重复的“分配面积”、“排列柱网”、“加强门面”所能解决的。只有综合运用各学科领域交错发展、相互融合形成的现代观点来分析、判断、决策，才能设计出真正为买卖双方欢迎的商店建筑空间。

第二节 商店建筑发展简史

从人类社会产生了商品交换，就出现了“商业”空间。它与人类为伴，随着社会发展、时代变迁、科技进步、生活改善，从原始时代“以物易物”的露天交易点，演变为今

日以世界为舞台的商业贸易网络体系。它留下了长远的历史，积淀了人类宝贵的传统和丰富的经验。为了掌握商业空间的发展脉络，分析其变化发展的阶段及认清各阶段内的主要特点，下面分别按我国古代、近代和现代社会发展阶段中商业建筑发展变化的历史以及国外商业建筑历史中具有典型意义的发展阶段，简述其主要特征。

一、我国商业建筑发展简史

我国的商业建筑，源远流长，历史资料繁多。篇幅所限，在此仅就封建社会时期所形成的传统型制和近代社会由于受到外来影响而引起的变化以及当前的发展趋向三个方面，作简短的阐述。

（一）封建社会时期，商业建筑传统型制的形成及其特征

我国商业建筑在封建社会时期的发展，可分为前后两个时期：秦、汉、隋、唐时代循袭《周礼》所载的古典“市”制，从北宋末年起，冲破市制束缚而演变为临街设店使之与行、市结合的商业布局。其主要发展概况如下：

1. 古典“市”制

据记载，远在殷、周时代，商业还处于物品交换的初期阶段时期，人们用手工劳动生产的剩余物品和他人交换自己所需要物品。所谓“抱布贸丝”（《诗·国风·氓》）、“以羨补不足”的交易活动，就是定时集合在“市”内举行的。据孟子解释，“古之为市也，以其所有，易其所无者”。《周易·贲辞》中也有“日中为市”、“交易而退，各得其所”的记载。从《考工记》等古籍记载中可知当时“市”的型制大致如下：

（1）按当时城邑制度，“市”与“里”严格划分而单独形成一区乃是为了便于贵族及奴隶主的宫室服务，布局定位按“前朝后市”。

（2）市的四周以围墙围成大院，开设市门。“上旌于思次”，意在市的管辖机构升起旗帜，作为商市的标志。

（3）市内按不同种类的商品分布，同类货物集中在一个行列内，称之为“肆”。同时市内设“廛”。“廛谓公家邸舍，使商人停物于中，直税其所舍之处价、不税其在市所卖之物”。可见“廛”即官府设置的贮物之所，收取租税，类似今日的货栈。

这种市制，到汉时得到进一步发展，从汉长安市的有关记载中可见。“长安市有九，各二百六十六步，六市在道西，三市在道东”。班固的《两都赋》也对“市”有所描写：“九市开场，货别隧分”。同时，“又有当市楼，有令署以察商贾货物买卖贸易之事”（《三辅黄图》）。

在四川出土的东汉市井画像砖中，对此都有形象的记载，清晰可见（图1-2-1）。另外，张衡在《西京赋》中也有“廓开九市，通廛带闾，旗亭重立，俯察百隧”的记述，也可见汉代市的规模已发展扩大，而且又出现了“军市”及太学旁的“槐市”。此时长安市已如班固《两都赋》中记载的：“人不得顾，车不得旋，闾城溢郭，旁流百廛”，一派繁华景象。

到唐代古典市制发展到了极盛时期。据记载，唐长安城的东市（隋都会市）、西市（隋利人市）就是当时著称于天下的商业贸易市场。从长安城复原图（图1-2-2）中可以看到东西两市分别位于皇城的东南、西南位置，东西对称。“占二坊之地，东西南北各六百步。”“四方围墙，一面设二门，四面合设八门”（《宋长安志》）。整个市坊由四条街井字交叉，分为九个长方形区域，店铺分行肆布置。东市“市内货财二百二十行（据日本加藤繁

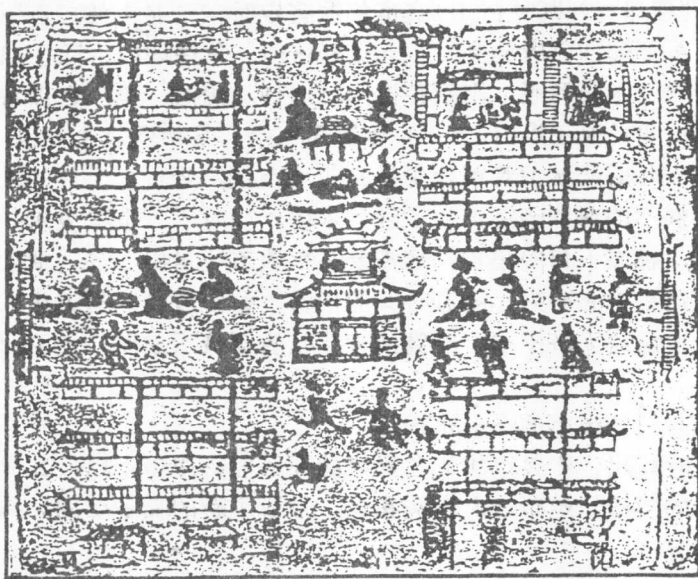


图 1-2-1 东汉画像砖中的市场景象

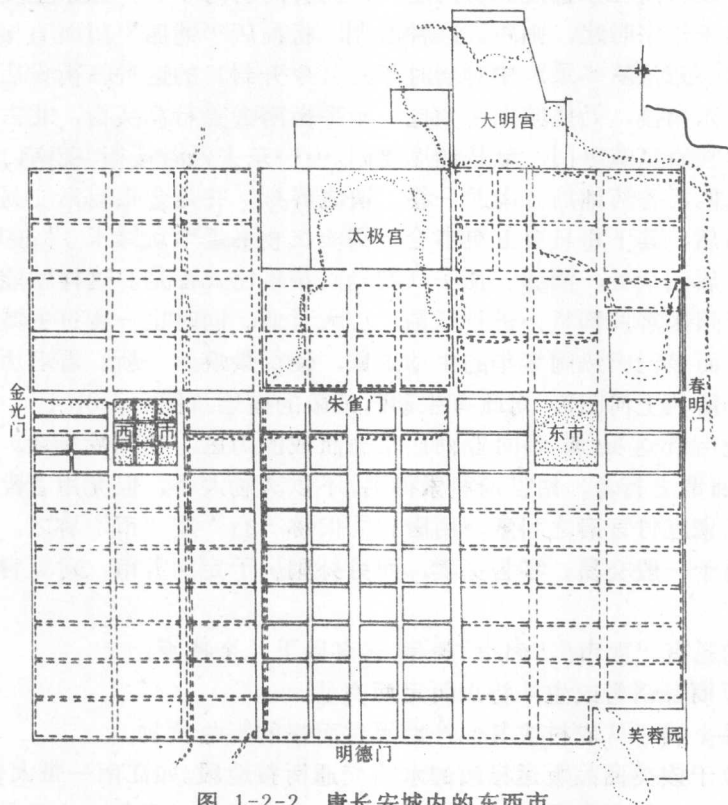


图 1-2-2 唐长安城内的东西市。

考证为‘一百二十行’，形容其多也），四面立邸，四方珍奇皆所积集”（《长安志》卷八，东市条）。仅从“夜三更，东市失火，烧东市曹门以西二十四行（又作十二行）四千余家”（日僧圆仁《入唐求法巡礼行记》）的记事中，即可见当时市的繁华。

但是,市制管理却一如既往:(1)交市集散有定时,“午时击鼓二百下,而众大会,日入前七刻,击钲三百下散。”(《唐会要》)五更开坊门,黄昏闭门,除了四面邸店内之寓居客商外,其他各行肆之零售商贩,则须各自回坊居住(唐时“里”已改称“坊”,但型制如前)。(2)交市买卖必须在市内。(3)市坊只在州、县治所以上设置。

这种自奴隶制时期就统治着商业交易的古典市制,经过上千年的社会发展,仍一成不变,就与大大发展了的商业经济产生了巨大矛盾。当时手工业的发展,商品经济的流通,海外贸易的兴盛,都城人口的集中,都需要有扩大市场自由贸易的商业活动范围去冲破古典市制的约束。这种矛盾冲突,随着时间的推移,愈演愈烈。虽然唐代朝廷多次勒令维护旧时的市坊制度,但终无济于事,藩篱渐被冲破直至最后崩溃,结束了古典市制的传统型制。

2. 临街设店与行业街市的商业布局

从北宋仁宗时代起,古典市坊制在繁荣的商品经济冲击下已经瓦解,城市中的大小商店突破了“市”的封锁,遍布城内街头巷尾,形成了新的商业空间。从当时的文献记载上可知其主要形式有:

(1) 临街设店 在实行古典市坊制时,“非三品以上及坊内三绝不合辄向街开门。”

(《唐会要》)所以坊内住家都是从坊门出入,门开向坊内小巷,城市主要街道两侧均为坊的围墙。而从北宋仁宗时起,则冲破这种限制,将商店“铺席”门面直接开向大街以招揽顾客。在孟元老《东京梦华录》中对当时汴梁(今开封)的这种临街设店,有生动的记载。如:“自宣德东去东角楼,乃皇城东南角也。十字街南去姜行高头街,北去从纱行至东华门街,晨晖门宝篋宫直至酸枣门,最是铺席要闹。……东去乃潘楼街,街南曰鹰店,只下贩鹰鹞客。余皆珍珠匹帛香药铺席。南通一巷,谓之界身,并是金银綵帛交易之所。……以东街北回潘楼酒店,其下每日自五更市合,买卖衣物书画珍玩犀玉。”说明当时大街上已经是商店林立,店宅杂处,酒肆、瓦子(剧场)、茶楼比比皆是。这样就能接近主要街道上过往人流,便于招徕客商购货,进行交易,扩大营业。同时也一变过去城市坊墙高耸,封闭森严的面貌,而显现出热闹繁华的生动景象,使街景焕然一新。著名历史风俗画卷,北宋张择端所绘《清明上河图》,对此有生动而细微的描绘(图1-2-3)。

(2) 行业街市 这是属于同业商店集合而成的街区。在《梦华录》及《梦粱录》中均有记载。“市肆谓之行者,用官府科索得名,不以其物大小,但充用者皆置为行”。由此可知,同业商店汇聚应付官府之科索,用唐代的旧称“行”或“市”称之。它的组成,有两种情况:一是属于一般交易、零售买卖,而另外则属于定期开市,对零售商贩进行批发的性质。

与此类似的还有“面市”、“肉市”等等。它有以下几个特点:

- a. 分别根据商品销售或生产特点而定期交易。
- b. 交易商品多属于从农村或其他产地贩运而来的特色货物。
- c. 地点多位于该类商品贩运集散的水陆交通衔接地段。如江南一带大多位于江边桥畔。
- d. 这种批发行市控制着零售的价格、货源,掌握行情。因此,市已是商业资本集中之地,而且还常附设许多堆栈、仓库(唐时称邸,宋已改称“塌房”,堆垛场)。

(3) 坊巷散设店面 古典市坊制末期,坊内已有开店售货之例。待坊制废除后,在坊巷内更设置各种供应日常起居的生活物品及饮食、服务和修补工匠的小店铺。“坊巷桥

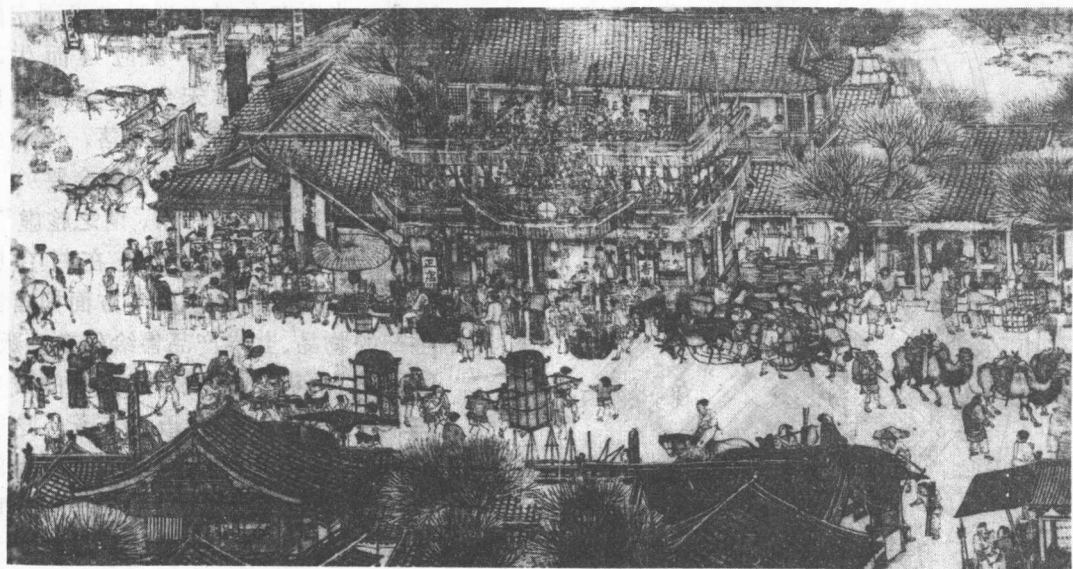


图 1-2-3 宋《清明上河图》中的商业街景(局部)

市，皆有肉案，”“处处拥门，各有茶坊、酒店、勾肆，市井经纪之家，往往只于市店旋买饮食，不置家蔬”。“倘欲修整屋宇，泥补墙壁……桥市街巷，皆有大竹匠人，谓之杂货工匠……竹木作料也有铺席、砖瓦泥匠，随手即就”等。

上述三种形式的商业布局，在一个城市内构成了大、中、小商店相结合，同时也形成了不同行业搭配，批发与零售挂钩，主要街道与居住坊巷均匀分布等以整个城市为市场的商业网布局。再辅之以“走街串巷”的小贩和定期举行的节日集市庙会，就成为一个既能满足居民日常生活购买需要，又能促进手工业、商业进一步发展的商业组织结构。因而，从宋、元、明、清以来，这些布局一直在我国大中城市广为流传发展。

3. 庙会集市

除前述布局外，在宋代还出现了另一种在寺院内定期举行的“市”。如《梦华录》卷三：“相国寺，每月五次开放，万姓交易”。书中描述了当时开封著名寺院大相国寺内的商市百货交易。当时的相国寺，“僧房散处，而中庭两庑可容万人”，规模宏大。它位于“大内州桥之东，临汴河大街。”地处交通要道，位置适中。每月五次开放，既开市交易，也设帐供养，因而吸引大批顾客游人，进行“万姓交易。”这种在寺庙、道院内开市的事例，当时屡见不鲜，如成都“药市以玉局观最盛，”“圣寿市蚕市”，“即寺为会，使民鬻农器”等等。其特点在于，寺院内外，既有宽敞的地盘，能容商旅摆摊支帐，陈列百货，又古刹禅林，宏伟壮丽，景色宜人。每值法事斋会，仕女云集，正是销售商品的大好时机。所以各路商贩，四方荟萃，形成百行聚集的闹市。这种将游览、观光、购物统一于一身的多功能寺院，雅俗共赏，情趣横生，深得民间喜爱。它长期流传发展，成为富有传统色彩的“庙会”，如北京市原隆福寺，苏州市的玄妙观，上海市的城隍庙，南京市的夫子庙等皆属此类庙会的遗制（图1-2-4）。

除此之外，因手工业取得长足进步，城市扩展，人口集中，商品经济繁荣，因而沟通

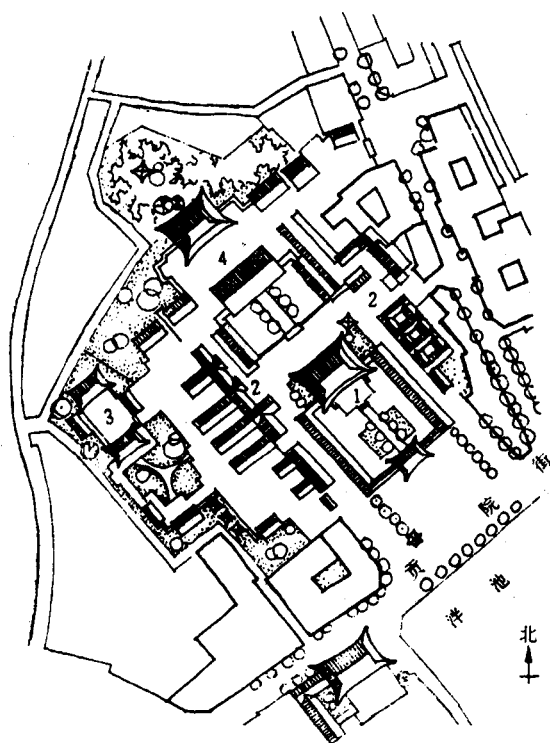


图 1-2-4 南京夫子庙市场平面图

1—夫子庙；2—东西市场；3—文化馆；4—学宫

城市与农村的经济流通渠道就愈显得重要。当时在乡村中尚无常设固定的商店，因而，“集市”就应运而生，（集市一词，在《宋会要》中就已出现）。据记载，“岭南村墟聚落，间日会聚裨贩，谓之墟市”。（《宋会要》）“端州以南，三日一市，谓之趁墟”。（《南部新书》） 这些都是在村乡墟落间定期的集市。农民一方面把自家生产的物品、土特产品售给外来商贩，同时又向商贩购取城市中生产的或乡间不易取得的物品，互通有无。这类作为农村经济和城市经济互相联系的市场，无论对农村或城市都是极为重要的一环，起着城乡交流、互相调剂的作用，故在我国广大农村乡镇中一直延续至今。

4. 前店后坊(宅)的建筑布局

隋、唐以前，里坊之制盛行，住家均在坊内，而店肆则集中封闭在“市”区。“市”、“坊”的门均早晚关

闭，“禁游食，抑工商”（《隋书》），将商业区和居住区严格分隔。但居住区一坊也还是有职业及身份等级不同的区别，如“铜坊”、“染坊”、“纸坊”、“官锦坊”等等，均冠以所操职业为其坊名，所操手工业合称则为“作坊”。自古典市制崩溃后，各作坊多自产自销，开店营业，临街设立店铺门面，其后面就是自己的手工作坊，“前店后坊”，多自产自销，产销紧密结合为一体。这既便于经营，又利于生产，对当时封建制度下的小手工业个体经济十分合适。因此，凡属手工作坊生产商品自销者如食品业、手工工艺、日用杂品及药材加工等，多系这类平面布局。

另外，一般商店，在坊制废除后，多为临街设店，后为四合院式住宅的“前店后宅”组合。这也成为后来的传统平面组合形式，直到目前还能在一些旧城区老商号的建筑平面组合中看到。如北京市原大仁中药店，六必居（酱菜）、月盛斋（肉食），杭州市的胡庆余堂（药店），天津市的祥德斋（糕点）、盛锡福（帽店）等（图1-2-5、1-2-6、1-2-7）。其前后部分，宛如剧场之前台后台，前后呼应，联系方便，功能合理，相得益彰。这种前店后场或组合逐步发展，渐渐成为垂直于街道向纵深方向延伸的布局。它对于城市街巷布置和街景面貌，都产生过重要影响。如在街景上就形成了在每段不长的街区内各家商店鳞次栉比，密集相连，形式丰富多变，货品花样繁多的旧商业街区面貌特点，同时，还对目前的旧城改造，起着一定影响。因此，这也是值得我们重视的一种传统型制。

（二）半封建、半殖民地时期商业建筑的变迁

1. 新型商业建筑型式的输入与发展

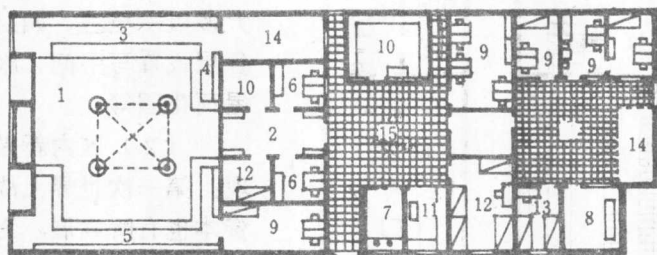


图 1-2-5 北京原大仁中药店平面

- 1—营业厅；2—等候处；3—饮片部；4—成药部；5—西药部；6—诊室；
7—煎药室；8—工具室；9—办公室；10—仓库；11—制药室；12—值班；
13—宿舍；14—杂物间；15—院子

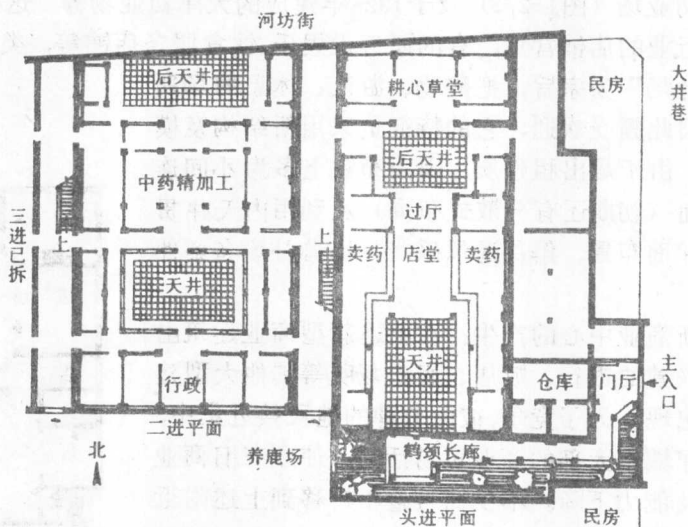


图 1-2-6 杭州胡庆余堂药店平面

十九世纪末，帝国主义列强加紧了对中国的政治侵略与经济侵略。他们强行我国政府割让、租借地域领土，在沿海通商口岸陆续兴建起大量银行、饭店、洋行、百货公司等商业、服务建筑，将国外商业建筑型式引入了我国，使传统的商业建筑发生了很大变化。

(1) 外来商业建筑型式的特点：欧州自十九世纪二十年代起，出现了“百货公司”的商业组织型式。二十世纪初期，列强加紧对我国进行经济侵略的同时，为了大量倾销商品，纷纷投资并通过代理人，兴办起百货公司性质的大型商店。如：哈尔滨市的秋林公司，天津市的中原公司，上海市的先施、永安、大新、新新等四大公司。其特点是：

a. 占据城市重要中心位置，多设于交通要道交叉路口上，成为商业区的中心。

b. 运用当时先进的建筑技术和材料，建造起体量庞大的多层大型商业空间，并采用新的技术设备如电梯、采暖、照明等等，以招徕顾客。

c. 建筑造型多采用巴洛克风格，常在转角处修建尖塔、拱顶，配以招牌、广告及灯光，

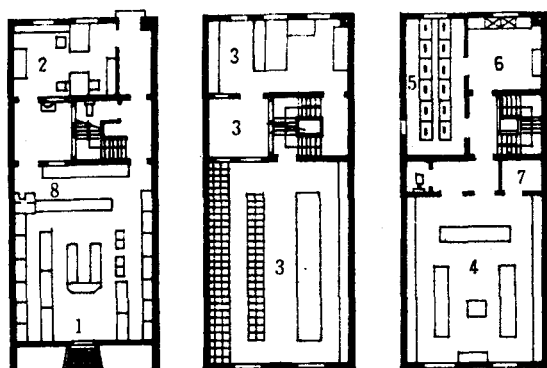


图 1-2-7 上海盛扬福帽店平面

1—营业厅；2—办公室；3—帽库；4—工场；5—缝纫室；6—开水间；7—材料库；8—收款台

且引人注目。

d. 形成综合性商业空间的建筑型式，大多以一至三、四层为营业厅，其上部各层设置写字间、旅馆、舞厅、并设置屋顶花园等。

(2) 国内新兴商业建筑型式的出现：第一次世界大战期间，我国的民族资本也有所发展，为经销国货，发展民族工商业，开展竞争，当时在“抵制外货”、“挽回权利”的爱国口号下，在我国传统市场基础上发展出一种新兴商业建筑型式——综合市场。当时多命名为劝业场，如北京市1914年修建在前门外

廊房头条胡同的劝业场(图1-2-8)及于1926年建成的天津劝业场等。这类商场，多为出租性质，召租多种行业的店铺营业，有的还开设娱乐、饮食服务店铺等，类似旧式庙会性质。以“花钱不出劝业场”为宗旨，把购物、游艺、休息的场所统统设在一起。因此颇受欢迎，它的特征是采用新结构及模仿西方古典样式。由于是出租性质，因而布置上多为小间连续串联式组合平面(初期还有分散式布局)及利用内天井贯穿大厅等回廊式平面布置，解决通风采光，以弥补设备条件不足。

(3) 城市新商业中心的产生：在上述新型商业建筑出现的同时，外商兴建的银行、饭店、娱乐场所等其他大型建筑也在附近相继出现。为了竞争，彼此修建的地段接近集中，因而很快就吸引了城市大部的商业贸易活动，使原有旧商业街区的交易范围及能力下降。不少商号趁机转移到上述附近地区开店，因而，最终形成了城市新的商业中心街区。如上海市的南京路，天津市的和平路，武汉市的江汉路，青岛市的中山路，大连市的青泥洼桥一带，多属于此类实例。

2. 传统商业建筑型制的衰落与变迁

(1) 行业街市的消失：随着机器的日趋现代化，大生产方式取代了手工业个体生产。原有的作坊不少的倒闭、衰落，而且由于社会生活方式的改变，又使原有不少行业地位下降，以致原来传统的行业街市逐渐解体、消失、到后来仅留下一个街名，如北京市的珠宝市、骡马市大街、纱帽胡同等。

(2) 临街商店的“革新”：原有传统的临街商店，为了模仿新型商店，常在原有的“前店后宅”基础上，把后面四合院打通，两厢改建楼房，作为营业厅的较大空间，而在中间天井、庭院上盖钢架采光天棚，下面空间作为人流集散大厅。有时大厅可贯通三、四进，形成纵深连贯的商店平面(图1-2-9)。为了通风、采光留出局部天井，而在外立面上标新

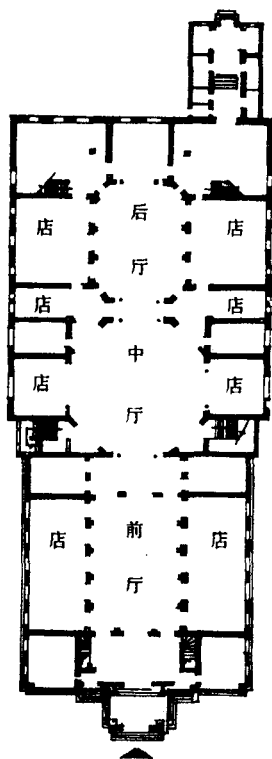


图 1-2-8 北京劝业场平面

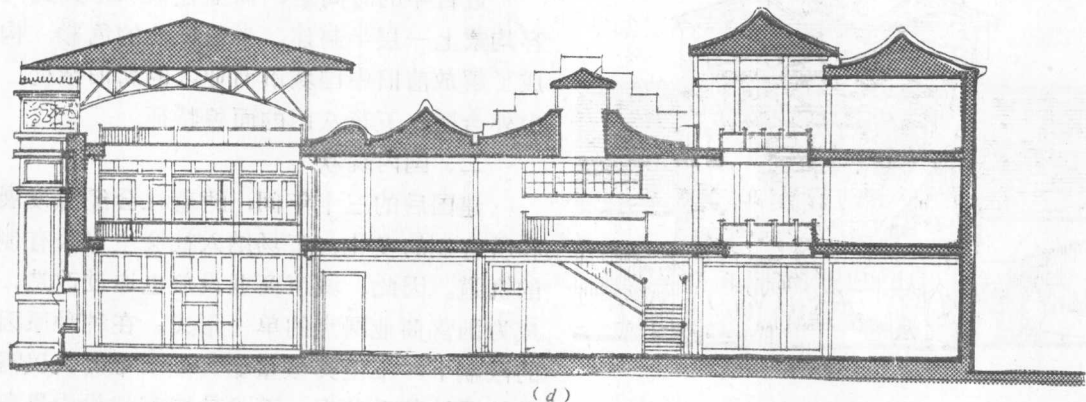
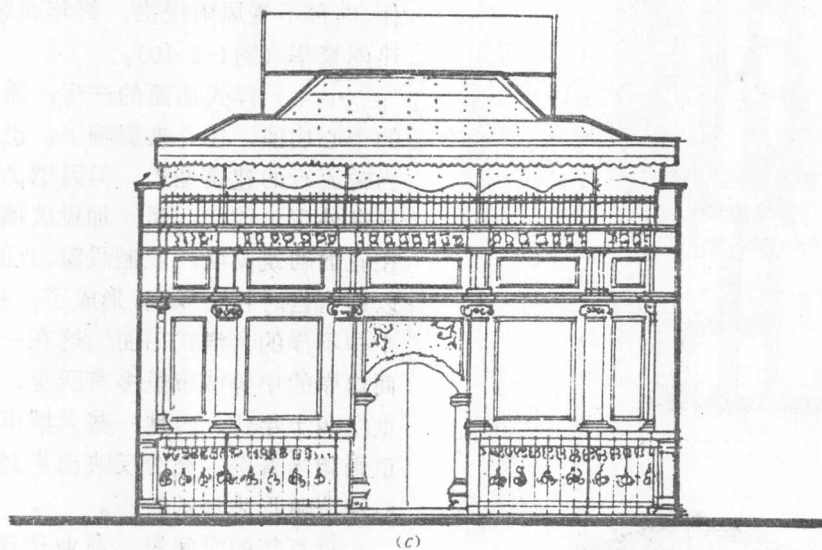
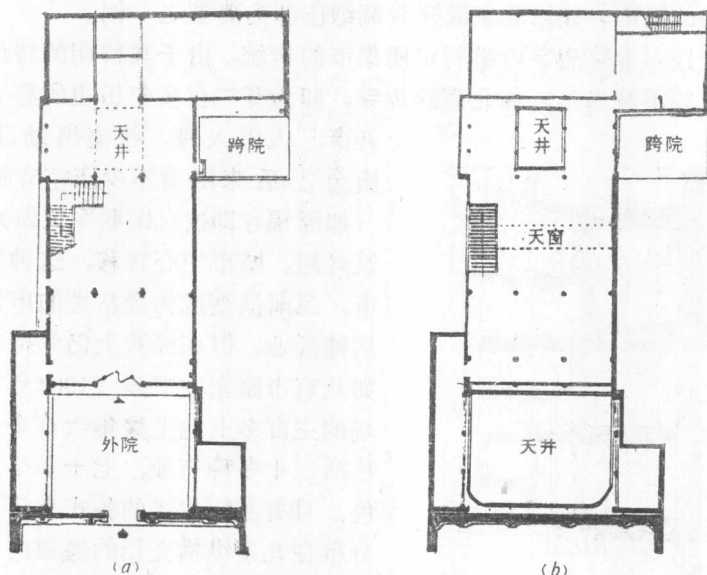


图 1-2-9 北京谦祥益绸缎庄
(a) 首层平面; (b) 二层平面; (c) 立面图; (d) 剖面图