

# 现代步行商业街设计\*

刘 兴 顾馥保\*\*

(郑州工学院建筑系)

**摘 要:** 本文提出了现代商业街设计的一般模式: 可行性分析—构成要素的研究以及对单项设计的具体指导。在第一部分, 介绍了影响步行商业街的若干相关因素; 第二部分, 提出了构成步行商业街的软、硬件要素, 并加以型态化表述与说明; 最后着重于步行商业街的入口、店面和外部空间等阐述了其单项设计与总体协调的要求、方法。

**关键词:** 商业街, 设计, 型态化, 硬件要素, 软件要素

**中国图书分类号:** TU247

现代步行商业街的设计是一项综合了多方面内容与要求、复杂而困难的工作。在设计中通过广泛的调查研究以及各专业、学科多方面的协作与配合, 从而分析各项设计要素, 再以合理的组织、序列相连续——由离散分析到系统综合——这是我们进行步行商业街设计的一般方法。

## 1 现代步行商业街设计的相关因素

步行商业街的设计, 既有平面和空间构成型态的问题, 又有更重要的与之相关的一些因素, 如文化因素、自然因素、经济技术因素以及社会和政策等因素。

### 1.1 文化因素

文化包括价值观、人们生存活动的周围环境及行为连续方式等三方面的内容。对文化因素的研究, 就是从这三个方面的分析入手, 确定与其相关的步行商业街的构成形态。

#### 1.1.1 文化价值观与活性化商业空间

“价值无客观标准, 受大众崇奉的就是价值”\*\*\*。这种喜好可以是现代的——“现代价值”, 也可以是受文化传统浓烈气氛的影响, 表现为对传统的喜爱——“文化价值”。这些都在一定程度上反映着人们的某种心理意愿和形态特征, 即价值观。步行商业街的恢复与

\* 收稿日期: 1990.08.18

\*\* 本文系刘兴硕学位论文中一章改写而成, 导师顾馥保教授

\*\*\* (台)《建筑师》No. 162.

开辟,其区位的决定因素之一,如前所述,就是必须有一定的历史、传统基础与物质基础。这也是步行商业街存在的价值与意义。

另一方面,价值观的多面性要求现代步行商业街更多地反映经济和社会发展的新潮流,探求具有现代高质量生活需求和精神价值的新文化。

八十年代初期,在我国一些地区兴起的恢复传统的商业街热潮中,出现了一条条仿店、仿宋、仿明清的商业街。但有些商业街,往往只是单纯追求形式上的相似而忽视了现代商业功能的要求,从而窒息了现代信息的传递。我们研究文化价值观的多面性,是为了在现代步行商业街的设计中正确处理传统与现代化的关系,处理形式风格与机能内容的关系,即要在以现代功能、技术和形式风格去创造新型商业空间的同时,又要考虑文化价值的大众需求和传统内容。

曲阜五马祠商业街的规划设计,力求发挥和运用传统建筑群空间的内在特征,通过三处不同的广场所具有的不同文化象征意义,表达了文化的不同层次——传统伦理的、地方民间的、现代生活的(图1)。

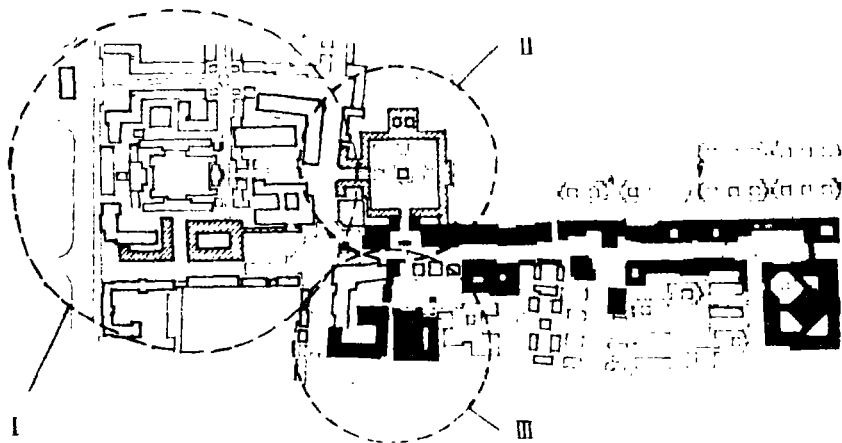


图1 五马祠建设规划(山东曲阜)

I—鲁文化(地方民间的,以戏台为中心组织空间); II—儒文化(传统伦理的,以辟雍为中心组织空间); III—今文化(现代生活的,以电影院为中心组织空间)

### 1.1.2 环境型态

环境是指影响人的感(觉)(反)应过程的一切外部因素。一般分为行为环境、感应环境、操作环境和绝对客观环境。环境因素是步行商业街设计应重点考虑的问题之一,具体可从以下两方面分析它与步行商业街构成的关联。

#### ① 原有建筑环境分析

从文化性、经济性、象征性三方面,对原有建筑做分类、处理,即对原有建筑的历史保存价值,可利用性以及标志性作用等进行评价和分析,以供设计中选择。就区域而言,分析其整体特征(如市区中心、历史性地段)的文化和象征性价值等等,将对步行商业街的设计主题起决定作用。

#### ② 街道环境特征分析

在设计中,首先应对原有街道的装饰、符号、风格等等环境特征进行分析,运用符号、形态的分解、整合与重构,使街道环境在历史的延续中得到发展,产生新的时代气息。例如牌坊、井亭、垂花门、柱廊作为传统建筑空间的典型符号语言,经过抽象、简化使街道入口、广场更具浓烈的“传统味”(图2)。



图2 马鞍山富园农贸市场入口

### 1.1.3 行为连续性

行为连续性是人类很早以来就自觉或不自觉地寻求的目标之一。连续性也是作为包括有“行为环境”的文化第三层面。意大利城市中覆顶的行人道——柱廊、骑楼,中国传统商业街中的“亭仔角”等,都是人们希望在气候条件较差时保持行为连续性所采取的措施。

在现代步行商业街设计中,这种连续性要求,不仅在于限制机动交通,保护内部行为的连续性,还包括从家出发到步行商业街的空间连续和时间连续。如交通手段的连续性,就必须考虑人流、货流等互不干扰,城市公共与私人车辆的停车点、场分布合理,连接方便。此外,当地面层负荷量过大时,采取多层次结构的交通体系,将人流分配到不同的水平层,从而改善步行商业街的质量。

### 1.2 自然因素

一条优质而有个性步行商业街,必须考虑当地的土壤、地形、气象和植物群等自然环境因素,如气候条件的影响势将考虑是否设置连续性的柱廊(封闭、半封闭)、改善微气候的喷泉、水池、植物配置等。对创造具有独特的建筑天际轮廓线、景观则应充分了解与利用地形、地貌的高差变化。此外,当地土壤性质对植物品种的选择、配置以及街道的美化都起着一定的作用(表1)。

表 1

自然因素	与设计构成要素的关联
气象、气候	喷泉—调节微气候; 覆顶廊架—防雨水、日晒
土壤、水位	设施、管线与基础的设计考虑
地形、地势	步行商业街的格局、地面、空间安排和轮廓影响
植物、花树	对气候的作用、美感价值、划分空间之要素

### 1.3 社会经济因素

经济因素是影响步行商业街的最基本条件之一。它包含着步行商业街的生成基础、商业活动的市场要求以及个别投资与公共效益等方面,必须进行综合分析才能作出正确的选择。

#### 1.3.1 投资与效益

经费的来源,其渠道一般有政府投资、银行贷款、集资发放债券以及设立特别受益区强制分担等等。此外,预算策略和公共设施的法规补贴等办法,也有助于促进投资者对公共设施(如广场、停车场等)的建设意向。

预算策略是指为了将预算成本定额与地产和利润反馈(经济效益)、社会公共效益相联系,使投资者从一开始就乐于将资金投向公共设施项目中去,由政府以政策或法规的形式作修正定额指数和标准。同时,利用公益补助、税务减免等法规补贴手段,相对减少公共项目(少利地产)的成本预算指标,从而兼顾到多利地产(商业零售项目)与少利地产的效益。

### 1.3.2 市场分析预测

步行商业街的规模、内部商业结构以及长期维持发展等是市场预测的内容,而作出预测的依据是步行商业街的商品和服务需求的门槛(指保证市场经营的正常利润所需的最低销售额或服务量)、最大利润和最大销售距离(即市场能提供商品和服务的最大贸易区的半径长度)。这三项指标与人口密度、居民收入水平、竞争状况(同类市场的优劣分析及预测状况)、商品和服务的等级类型以及交通手段的便利程度等等有密切的关系。一般来讲,这项工作应由市场学专家来完成,但分析、掌握必要的市场经济资料将有助于方案设计总体的安排与实施。

## 2 步行商业街的基本构成要素

综观西方现代步行商业街和我国传统步行商业街,其构成一般包括商店建筑(界面)、地面、顶面、街道设施以及它们所围合、分隔、限定的内部空间、中介空间、外部空间等几部分(图3)。

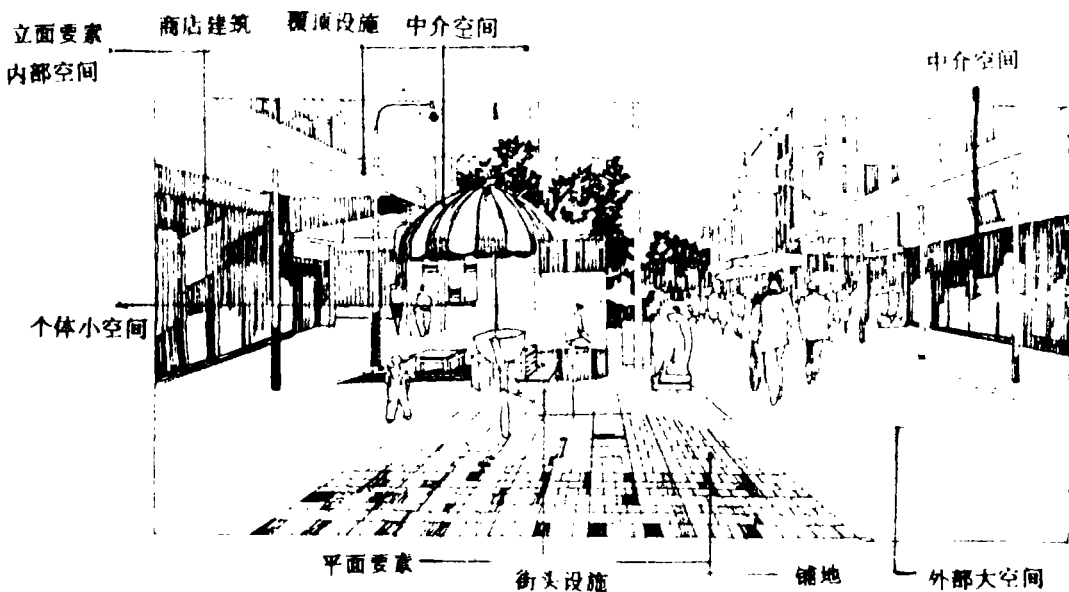


图3 步行商业街的基本构成要素

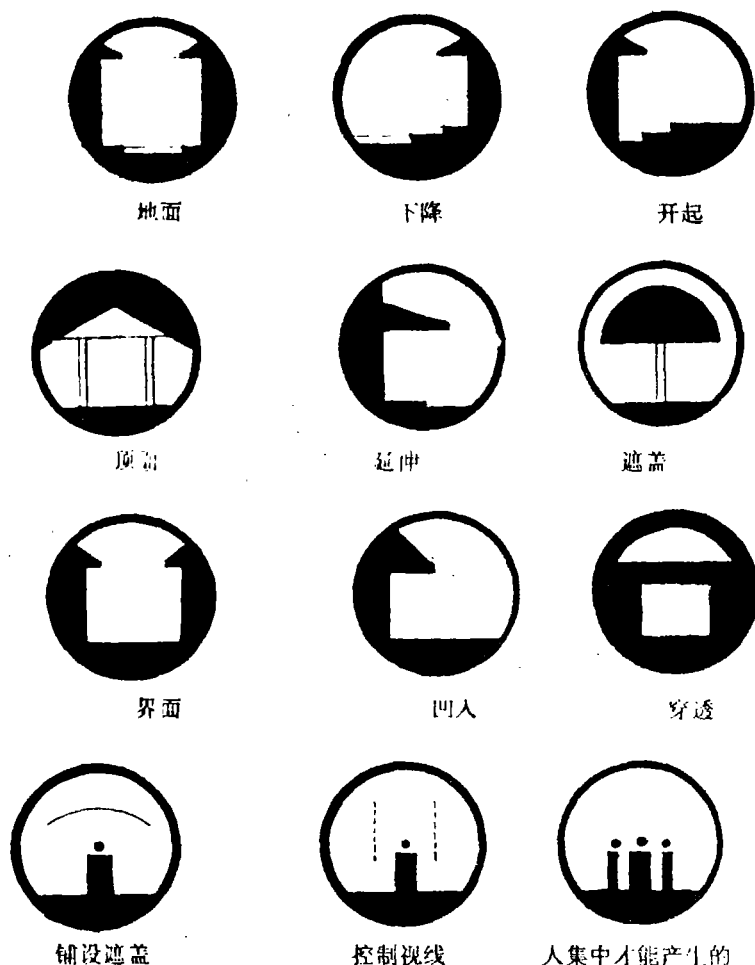
如果把各个点、线、面、体形态等限定要素称为硬件要素, 而把硬件要素所生成的空间称为软件要素, 则此两部分共同构成了步行商业街。

## 2.1 硬件要素

步行商业街的硬件要素, 按照其围构机能可分为平面要素、立面要素和顶面要素三类。将这些构成要素用形态化方法加以抽象化、图式化(符号化)的描述, 可有下列各种:

- ① 平面要素(地面)之符号图式;
- ② 顶面要素之符号图式;
- ③ 界面(立面)要素之符号图式;
- ④ 街饰要素之符号图式;
- ⑤ 其他。

图4所示各个硬件要素的型态化分析, 有助于深化认识空间型态及设计手法的多样化。



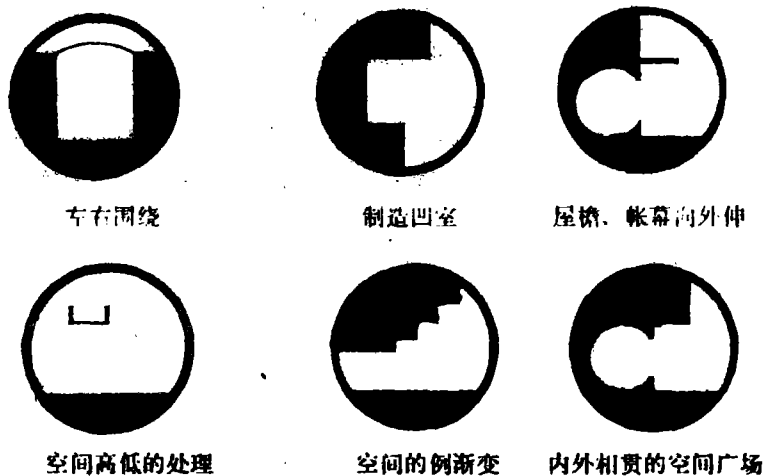
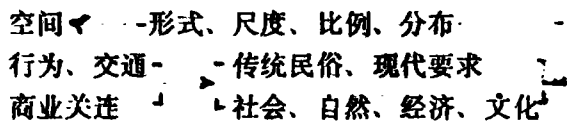


图4 硬件要素

## 2.2 软件要素

限定生成空间的硬件要素——地面、立面（界面）、顶面以及街饰要素等，不仅其造型形式与意象有着千变万化，而且还包含了以下几方面的因素：人的行为、动机，交通和商业机能，内外部的联系，以及意义、形式、符号化的表达等。意义、符号和形式离不开当时、当地对历史、文化、价值观的关联。因此，这些因素势将影响到软件要素的构件，并对步行商业街的设计起着重要作用。概括地说，有以下三个要求：（1）行为要求，（2）机能要求，（3）审美要求。它们之间的关系为：



## 2.3 空间、行为、机能的型态化

人们在步行商业街的行为活动导致了相应的环境安排。无论是个体或群体的活动，都反映了人们在“逛、购、娱”活动中的弹性、复杂性和可变性三个基本特性。现代步行街的设计就应从“商业（网点）——流通（个体、群体的行为或行为集合）——空间（公共聚集）”三者的结合为基本点，研究上述三者之间的关系（图5）。



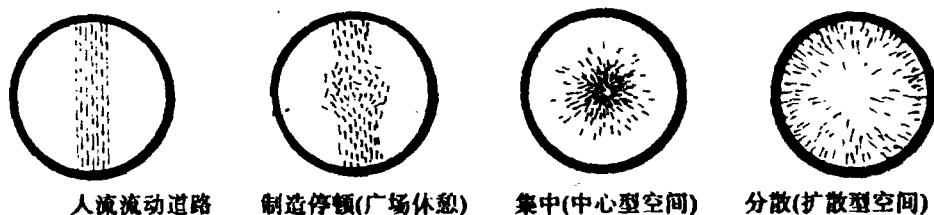


图5 行为与空间的型态化

### 2.3.1 行为型态—I (个体行为型态):

无目的的行为—游览、观光 (回游性)

单一目的的行为—购物目的 (线性活动)

多项目的行为—购物+游览+休憩=逛街 (面性活动)

### 行为型态—II (群体行为型态):

形成流动主线—线性道路或空间

产生停顿—零星小场空间

形成集中—有中心的空间

分散、疏导—有扩散的空间

### 2.3.2 机能组合

单一功能的集合体—单一目的的空间 (点、线空间);

不同功能的集合体—多功能空间的生成 (复合场所: 聚会、交往等)。

从以上行为型态与机能组合的分析, 可以看出, 由各种动机 (目的) 导致的行为如回游、线性、面性的活动, 以及个体行为的一般共性行为集合构成的单一目的集体行为, 生成主要的线性活动、轴线导向明确的主街和聚敛性空间 (具中心吸引力的广场、小场空间等)。其次, 通过行为网与线面的空间对空间网的生成, 并以行为模式中所分析的主次行为轴为纵横向空间的发展路径, 并联系行为的连续性和商业街机能的关连等, 将点、线、面空间加以变异、渗透和连续组合, 从而形成有节奏、有秩序、有 (点、线、面空间) 对比的空间网系统。

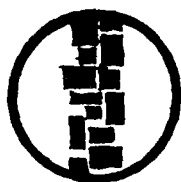
## 3 构成要素的单项设计

步行商业街的构成要素可以分成下列各种单项设计要素 (表2)。

这些单项设计, 有的在前面已介绍了其设计要求和相关因素, 如立面的多重价值观所对应的形态构成要求, 屋顶设计与自然气候的关联, 交通行为的连续要求等。此外, 通过各单项设计要素的布局, 造型的不同手法, 不仅为步行商业街起到功能、提高环境质量的作用, 而且显示着时代的风格与特征。(图6) 为街道设施元素的符号与实例。以下将重点分析和研究入口设计、店面形式及外部空间的生成和尺度、比例的定性定量化设计等。

表2 步行商业街的构成要素可以分成各种单项设计要素

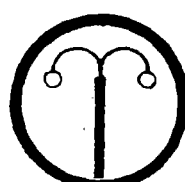
构成要素	硬件	立面	店面设计——节奏、韵律、审美形式 入口设计、等
		平面	街道设施设计——人性化尺度 五要素：路、区、缘、标、结点
		覆盖	——环境与设计
		软件	内部空间 { 外化设计 商业机能 中介空间 外部空间 { 街空间 场所空间——生成、尺度比例 泡状空间(指由街道设施或人的行为所生成的空间)



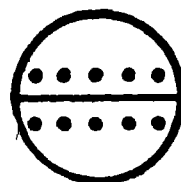
铺地



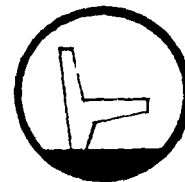
指标



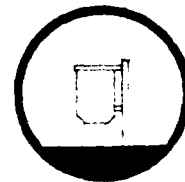
灯



界标



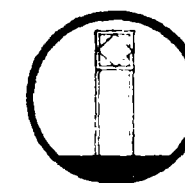
座椅



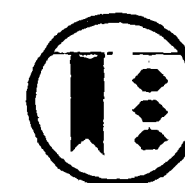
废物箱



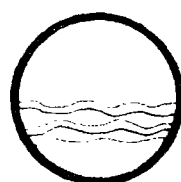
绿化



标志



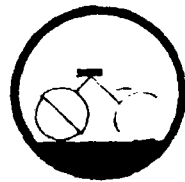
悬杆



水



艺术品



存车

图 6(a) 单项设计要素—街道设施符号



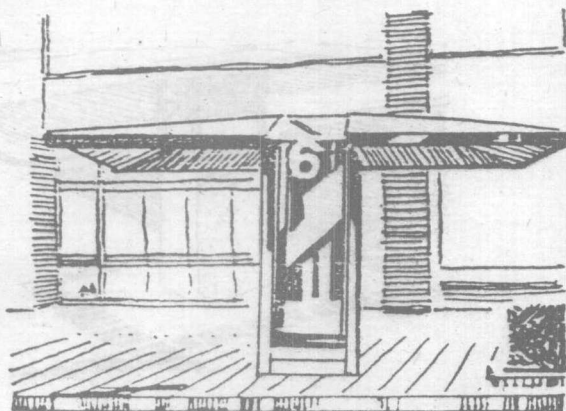


图 6(b) 候车亭

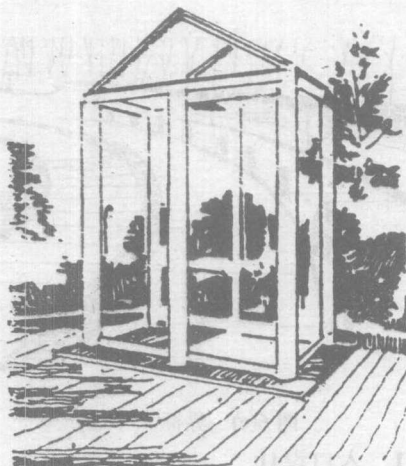


图 6(c) 电话亭

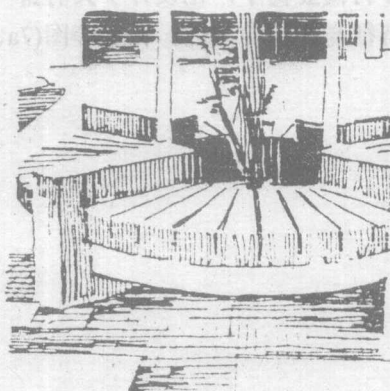
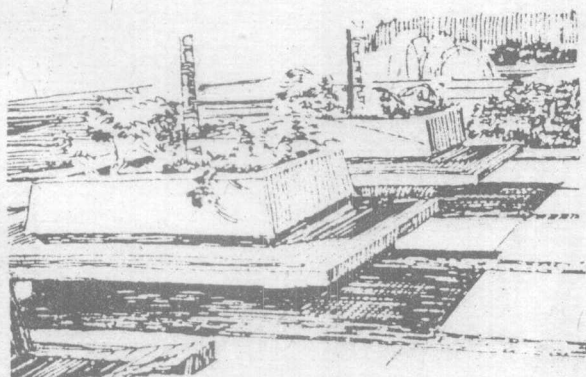
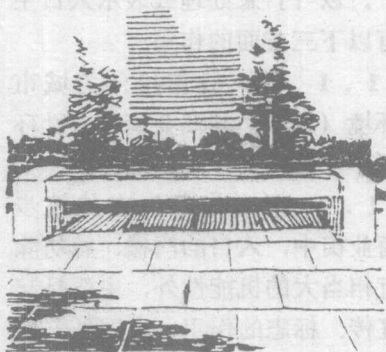
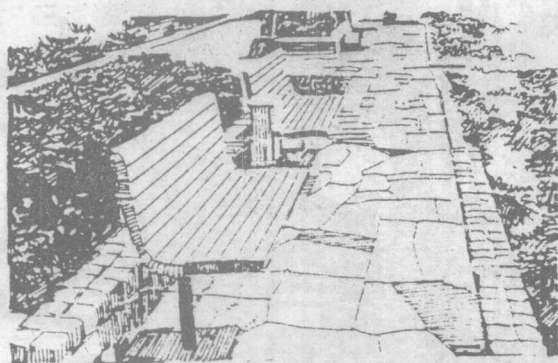


图 6(d) 休息椅

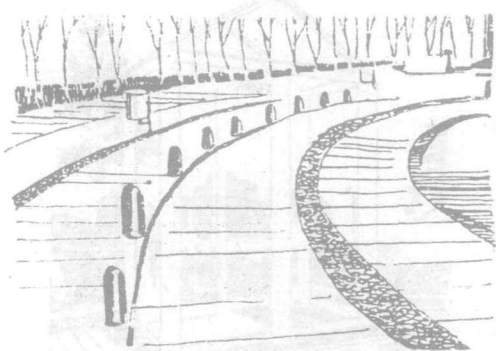


图 6(c) 界标

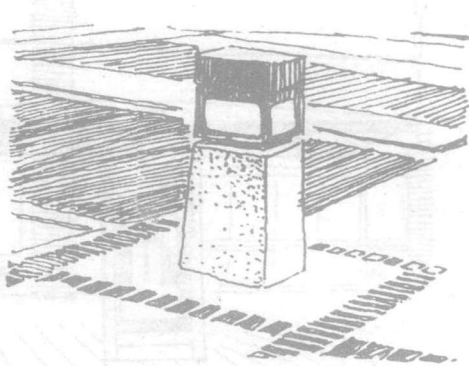


图 6(f) 界标灯

### 3.1 入口设计

在中国传统步行街的起迄端或交叉口处常设有象征性很强的“门”，以“门”来处理或表示入口主要有以下三方面的作用：

**3.1.1 “缘”的作用：**为城市大环境（尺度）与商业街近人性环境（小尺度）的分隔、过渡。

**3.1.2 标志作用：**在传统步行商业街中，入口的门楼、牌坊除了有相当大的机能性外，主要是起着宣传、标志的作用。在国外一些城市的唐人街商业区往往采用传统的牌楼形式，国内近年来建设的一些步行商业街中，也设计了具有鲜明特征与个性的大门、标志等图(7a、b)。

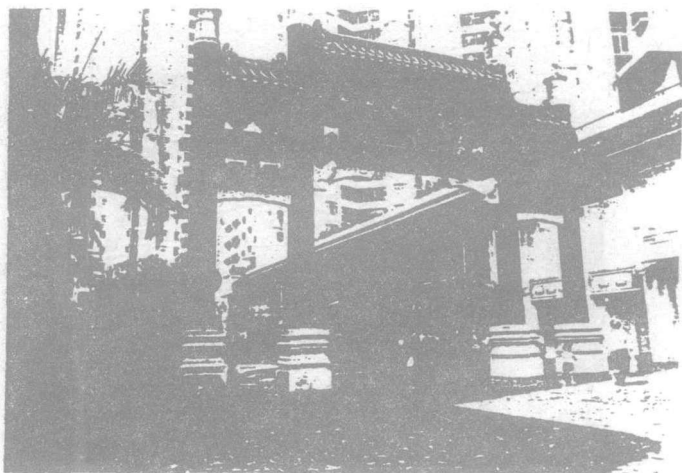


图 7a 香港仔中心区步行商业街之入口牌楼

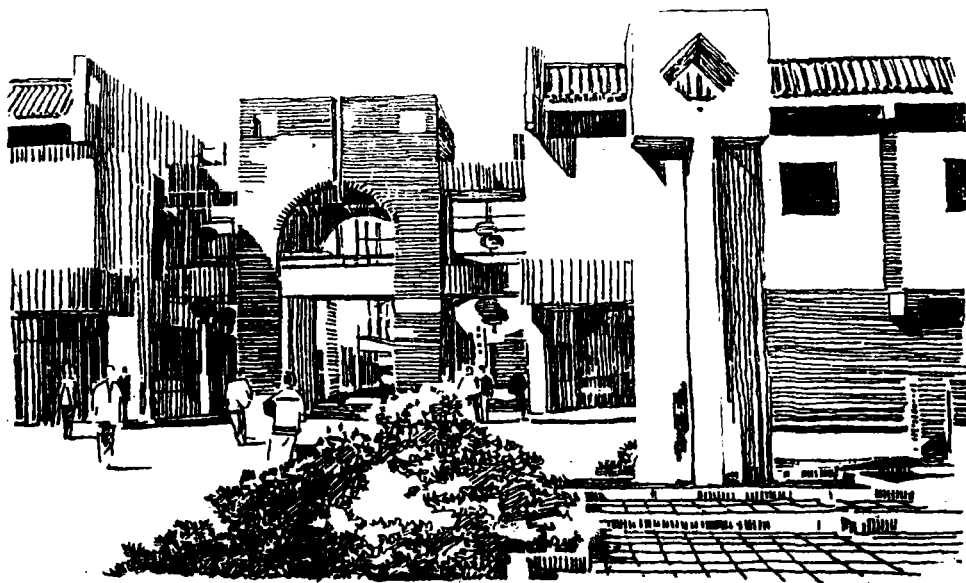


图 7b 曲阜五马祠步行商业街

3.1.3 管理作用: 对地段、区域的划分, 组织区、街内外空间以及市场管理等。

在西方的现代步行商业街, 入口多为广场空间, 其商业街的性质、标志、过渡等主要借助于街饰要素如雕塑、钟塔、宣传牌等来强化空间的意义。日本的一些商业街也有此入口处理的实例 (图 8a)。

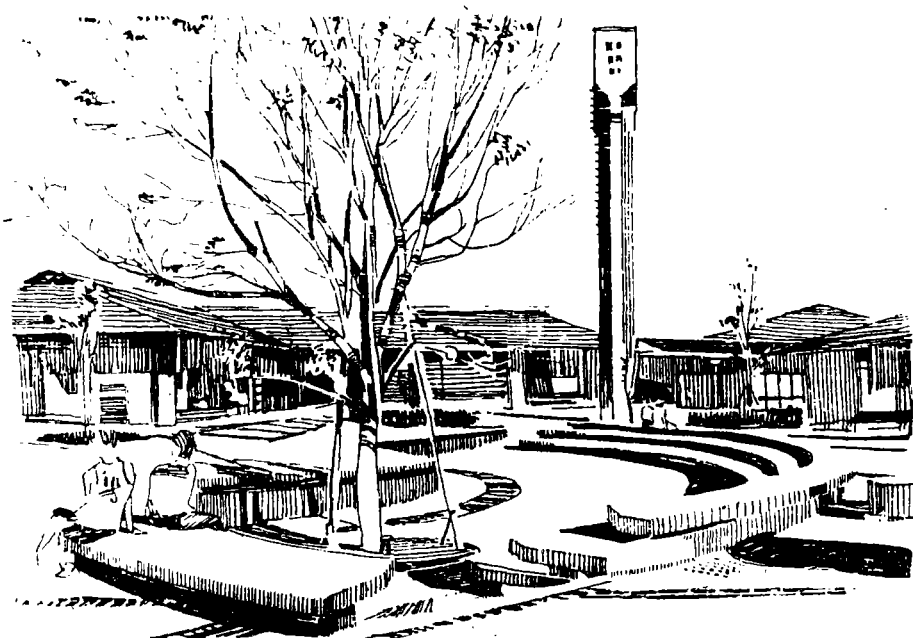


图 8a 兵库县清和台超级市场广场(日)



图 8b 伊势佐木步行商业街入口(日)

业街的整体性要求,从多样性与识别性的追求到形式、风格的协调与统一。

### 3.2.1 正面性要求:

当店面全部展现于行人视觉所需要的街道幅度,这就满足了正面性要求。正面性(店面外部主要形式),它的高度(H)与街道的宽度(D)的比例关系,当  $D/H < 2/3$  时,势将影响人们对店面整体视觉效果。

### 3.2.2 多样化与高信息化

从人们对形式有求同和求异的特点,以及反映在人的心理效应的感觉量,店面设计应从提高其外观形式的信码量入手,使具有鲜明的个性。心理效应感觉量(E)与对象物(店面形象)的信码量(K)成正比,与作用时间(t)成反比,即:

$$E = K / t$$

由此可见,一方面加强店面形式的信码量使商店群体面貌多样化,一方面随着时间的推移,延缓人们在印象中的淡薄与消失。通常采取部分要素的变异、叠加,形式符号的重构以及引入对比性要素等方法,达到提高K值,取得独特性的目的。

### 3.2.3 街景的群体与协调

街道店面要求既有独自的个性,又须服从于街景的群体协调。在左邻右舍单体与单体

人口及入口广场的设计应考虑以下几点:

① 门的尺度、大小与城市尺度及人的尺度的关系(图8b);

② 人口广场与城市交通的关系;

③ 门或其他标志物的正面性、象征性;

④ 有无考虑垂直交通联系之要求;

⑤ 风格选择、细节设计及管理、维护的方便。

## 3.2 店面设计

店面设计应从有利于商品选购,吸引人流,激发顾客的潜在购买力这一策略出发,进行考虑与安排。步行商业街中的店面,是呈现在人们眼前的第一次亮相,好的设计会象广告、招幌一样有增加顾客视觉识别性的作用,同时又能丰富与完善街道的景观。

在进行店面设计时,除了考虑其商店的特色外,还需研究步行商

之间,建筑与装饰字号、招幌的处理应注意协调外,还可从心理平衡来解析街道的统一美感。

从心理平衡来解析街景,即运用大脑有以复制方式处理信息的特点,使街景中的变化因素与协调重复因素大致成1:1.6的关系,则大脑就会从复杂的个体提炼出整体的统一性,且超过原来单体店面的内涵意义,形成一种和谐的统一美。

此外,大脑能直观地平衡各种感知单元,当复杂景观要素之间有场(斥力与引力)作用时,只要有足够的中心引力,使平衡后的主要倾向是向心的,集聚的,就可形成“力的重心”达到“斥”与“引”的整体和谐(斥力:引力=1:1.6)——整体美。整体统一和生成成为一个独立的构图连续化方法,在步行商业街的小广场空间、大型活动场地的景观设计中就具有特别的意义。

### 3.3 招牌设计

招牌是直接提示商品经营内容和特色的重要手段。招牌的设计应考虑店面形式的相互呼应、协调与风格的一致,如在传统建筑形式的步行商业街中采取古典式的匾额、招幌不仅在格调的统一,而且更增添了思古之情。此外,还应研究顾客在逛、游过程中的视觉习惯、行为驻足位置以及街道的宽窄幅度等。

人的习惯视线一般在一个夹角为 $60^\circ$ 的圆锥形范围内,超过这个习惯视线域的仰视或俯视,都会影响到步行者的安全性、疲劳度,致使减少逛游的时间、距离和乐趣。

因此,在步行商业街的招牌、字号的设计时,应利用习惯视角( $\alpha$ ),考虑行人的标准视高( $h$ )以及街道的幅度( $D$ )和行人距两侧建筑的距离( $d_1$ 、 $d_2$ ),设计大小两套标准式招牌(字号)(图9)。其高度可由下列公式确定:

$$H = D \tan \alpha + h \quad (\alpha = 30^\circ)$$

$$H_1 = d_1 \tan \alpha + h$$

$$H_2 = d_2 \tan \alpha + h$$

在传统式狭窄街道上,由于 $D:H$ 小于1,故无法以上述方法设置招牌,常采用悬垂或伸出符号化的招幌等。

总之,招牌的设计应注意本身的组织、易识别性、灯光配置等,还应考虑适当的高低位置以及建筑、街道的统一与协调。

### 3.4 步行商业街中空间的指标定性

芦原义信在其《外部空间设计》一书中,曾以空间的三项尺度及其比例关系来描述空间的限定与划分标准。

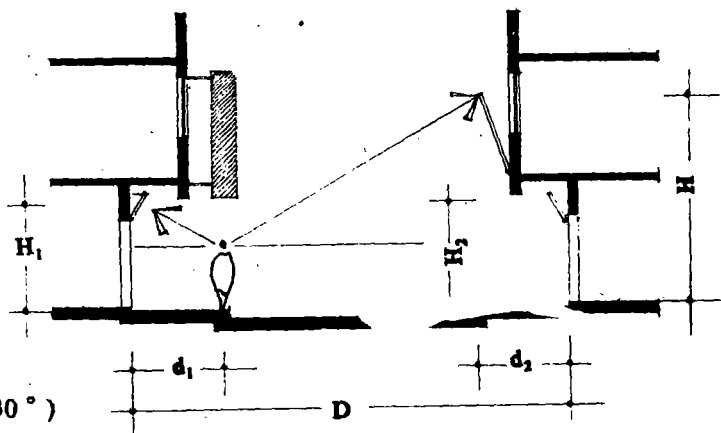


图9 招牌高度设置图解

$D/H$ ;  $D/W$ —指标值

H—建筑物(界面)高度;

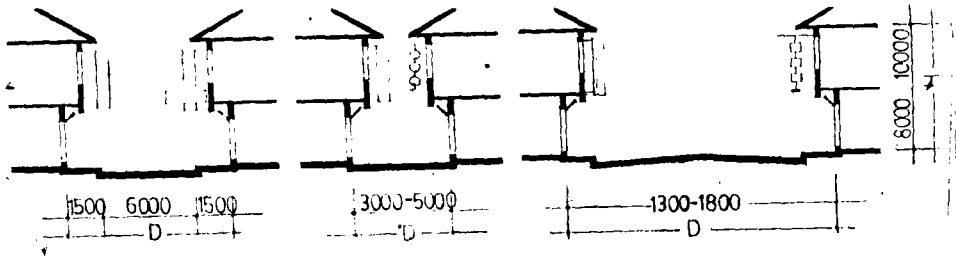
D—空间宽度;

W—临街建筑的面宽(列柱或开间宽度)。

但在描述步行商业街空间的尺度、比例时,由于空间的形成和确定并非仅以视觉感受来确定,还与人的感觉空间及街头活动的适宜尺度等相关联,故应确立相应的指标值,并从空间的气氛、风格和封闭程度等方面来探讨步行商业街空间的适宜性。

### 3.4.1 街道空间的尺度和比例指标

西方现代步行商业街由于是宽街结构,其感觉空间和人性化空间主要是由街饰要素的限制分划而成的。对于由沿街建筑的高度(H)与其所构成的大平面形的宽度(D)之间所形成的指标比例关系,对空间描述的意义不大。在西方一些中世纪的街区,以及在中国传统步行商业街中,这些比值的变化往往对应着不同的空间型态,并可反映出它们的封闭类型与步行化程度(图10)。



a.  $D/H=1$ , 全步行商业街; b.  $D/H=0.5$ , 亚洲独特的商业街气氛; c.  $D/H=1.4\sim 2.0$ , 半步行商业街

图10 街道空间的指标定性

在以独立店面相联所形成的街道立面,由于列柱、山墙等的重复连续采用,易于形成有节奏感和韵律美的街道景观。这种景观气势效果的强弱与指标  $D/W$  有关,并可结合  $D/H$  值来描述不同气氛的街道空间。

当  $D/W < 1$  时,易形成节奏感;

当  $D/H < 1$  时,街道的风格、气氛和韵律美的个性会因  $D/W$  值的变化而有所不同;

$D/W \approx 1$ —古典式方形构图和韵律的统一美;

$D/W \approx 0.6$ —亚洲式热闹的商市气氛和强节奏感。

### 3.4.2 小广场空间的指标量化

西方现代步行商业街中的广场空间一般位于起迄端或交叉口处,通常是符合芦原义信所研究的指标定量的,即  $1 < D/H < 2$ 。但在中国传统步行商业街中,由于多采用窄街模式,小广场空间的指标往往偏低,其场所感完全是由窄街的对比而形成的。

例如, 南京夫子庙东西市场中的小广场空间, 其三度尺寸大致相等, 即  $D = W = H = 8 \sim 10$  米, 其  $D/H = 1$ , 这与芦氏所定的最小比例值相当 (图 11)。一般窄街的  $D/H = 0.5$  时, 这种小广场空间虽仍有一定的场所感, 但这种空间的滞留性不强, 它只是暂缓人流, 然后再推动行人“逛”下去, 直至终点广场空间。



图 11 南京夫子庙东西市场广场

### 3.4.3 广场空间

广场空间一般位于步行商业街的出口或入口处, 也有设于步行商业街之中心或交叉路口处, 而后者处理往往成为商业街人们集聚活动的高潮区, 它是集休憩、娱乐、交往、观赏及饮食于一体的公共活动中心区。广场空间的设计除了考虑功能上的分区 (休息区、儿童游戏区、文化演出区等多种活动场所) 外, 在环境处理方面, 布置观赏的街饰要素, 如花坛、喷泉、雕塑等。在空间尺度方面, 一改小广场  $D/H$  的低值和空间的耸向感, 而呈现 ( $D/H > 2$ ) 的水平性的空间性格。这种指标和性格, 使广场空间具有较大的滞留性, 以容纳大量人流, 适应各项活动的开展。

## 4 结束语

现代步行商业街对振兴城市的景观和商业文化, 满足城市居民各方面的要求, 起着极为重要的作用。在世界上, 已赢得越来越多的国家和地区的重视。它作为一种“新的”商业形态, 不仅反映在其灵活多样的商品经营上, 更主要的是它为人们提供了购物以外的娱乐空间、休憩空间以及表演、观赏空间……。因此, 相对于其它的商业形式, 步行商业街对城市的商业、景观及至文化等, 影响更大、更广, 而其设计也必然要有充分的“瞻前顾后”。由对相关因素的分析, 到“商业·行为·空间”网系统的构成以至各个单项要素的设计, 即是我们进行现代步行商业街设计 (也包括更新设计) 的一般方法。

## 参 考 文 献

- (1) 杨明人等译. 徒步区设计元素. (台)启源大书店
  - (2) 曹源龙译. 林荫步道. (台)詹氏书店
- (下转第 59 页)

### 参 考 文 献

- (1) 河南省历史文化名城保护规划建设学术工作论文集. 中州建筑, 1990.1
- (2) 开封市地方志编委会编. 开封文物胜迹
- (3) 于守杰等编. 开封游踪
- (4) 开封博物馆编. 古都开封
- (5) 开封市文管会编. 汴京八景

## The Paper for Symposium Concerning New Scenery of Old City Kaifeng

Yin Qing

(Zhengzhou Institute of Technology)

**Abstract:** According to the history and the present of Kaifeng, the paper suggest tactical target and total conception to building city scenery, and leading principle to creating the new scenery basing on old Kaifeng. In the end, the paper suggest principal ideas and reasonable opinions which will build future city.

**Keywords:** environment consciousness, historica context, current characteristic, city indiriduality, planning

---

(上接第 51 页)

- (3) 万钟英, 许家珍. 国外商业街综述. 世界建筑, No.11, 1982
- (4) 赵和生. 街道空间构图的美学问题. 新建筑, NO.19, 1988
- (5) (美) Jonathan Barnett. An Introduction to Urban Design
- (6) (日). Process Architecture. No.9, No.55
- (7) 图例有一部分选自杂志. (日) Process, 建筑学报, 世界建筑

## The Design of Pedestrian Mall

Liu Xing Gu Fubao

(Zhengzhou Institute of Technology)

**Abstract:** This paper introduced the general design pattern of the modern pedestrain mall. It included three parts: the study of possibility; analysis of design elements and the design of the dctail.

**Keywords:** pedestrian mall, design, modelify, hardware, software