

城市商业步行街规划设计的思考

——以兰州市建兰路商业步行街为例

The Ponder of Urban Commercial Walking Street Plan:
Taking the JianLan Commercial Walking Street of Lanzhou as An Example

李鸿飞 Li Hongfei
张小娟 Zhang Xiaojuan
王雅梅 Wang Yamei

中图分类号 TU984.13

文献标识码 B

文章编号 1003-739X(2012)12-0109-04

摘要 建兰路步行街改造是兰州市商业布局的重头戏。该文着重从运行中存在的问题入手,结合步行街的区位优势 and 合理布局及科学的功能定位,分析了商业街的社会效益、经济效益和环境效益。并依照城市商业步行街的规划设计要点及指导原则,对如何构造良好的商贸环境意象、丰富的空间形式、独特的街区景观等方面提出了一些建议。

关键词 商业步行街 规划 设计原则

Abstract The rebuild of JianLan commercial walking street is the important project of commercial layout of Lanzhou. Through the problem of walking street running, the paper integrated the section advantage, rational layout and scientific function orientation of the street, discussed the social benefit, economic benefit and environment benefit. In accordance with the plan outline and the golden rule of urban commercial walking street, the paper gived some advice for how to construct good commercial environment image, plenty of space form and unique block sight.

Key words Commercial walking street, Plan, Design principle

在拉动内需的大环境下,总投资6000万元,总建筑面积24680m²的兰州市建兰路商业步行街正式投入营运(图1)。按照规划设计,该步行街要建成集购物、餐饮、娱乐、商务、旅游为一体的现代商业步行街,建筑风格采用传统古色古香的连廊建筑,并在步行街设置富有“丝绸之路”文化的浮雕、雕塑、灯饰等景观。但通过几年的运作,经营和管理散乱无序,未能达到预期目标。

1 兰州建兰路步行街的功能定位及环境分析

1.1 建兰路商业步行街的功能定位

建兰路位于兰州西站闹市区,原址是七里河区最早形成的小商品市场,具备近三十年的经营历史,已成为兰州城市西区商业发展的代表。建兰路商业步行街的改造,对于平衡兰州商贸布局,改善西区购物环境,提升城市西部的整体功能具有一定的意义。按照规划,该步行街功能定位是建设成为以精品店、特色店、专业店为

主,集购物、休闲、餐饮、娱乐、商务、旅游为一体的现代化、多功能的商业步行街。

1.2 商业步行街规划的环境分析

区位优势。建兰路位于城市西区中心,地处七里河、安宁、西固三区交汇处,是兰州西部商业、金融、物流网点集中,酒店、宾馆、医疗单位集中地区,日客流高峰达10万人次之多。近几年随着城市建设步伐的加快,一批高档大型住宅社区快速崛起,人流迅速聚集,形成了强大的区位优势(图2)。

空隙优势。纵观建兰路周边环境,大面积的旧市场亟待改造,建兰路周边商业现状远不能满足各类消费者及外地游客需求,大片的空隙之地亟待提升,巨大的待开发空间也转化成为步行街扩建升级的资源优势。

历史优势。建兰路是兰州最早形成的商业区,在省、市内外具有一定影响。随着商业区的改造及购物环境的改善,以及西客站



图1 兰州建兰路商业步行街



图4 雕塑与小贩相映成趣



图5 无文化背景可言的雕塑喷泉

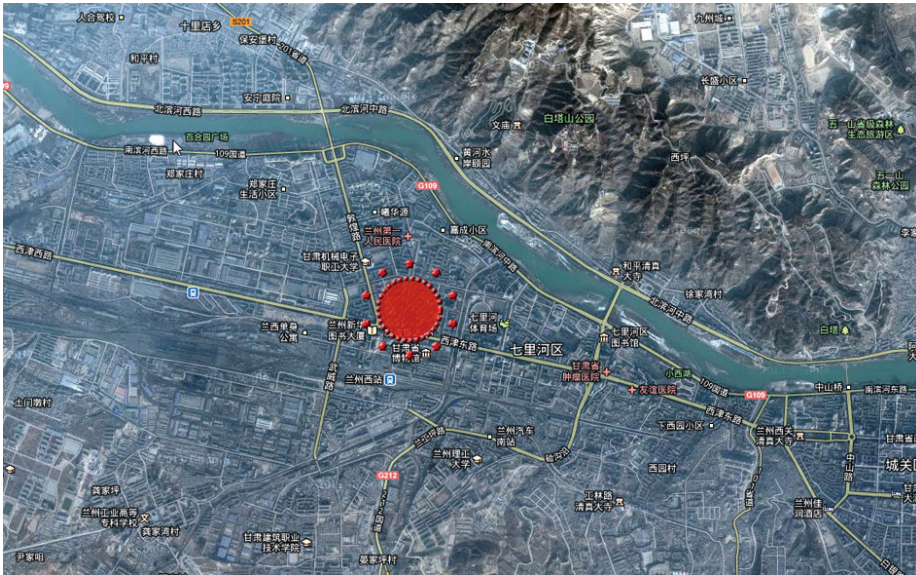
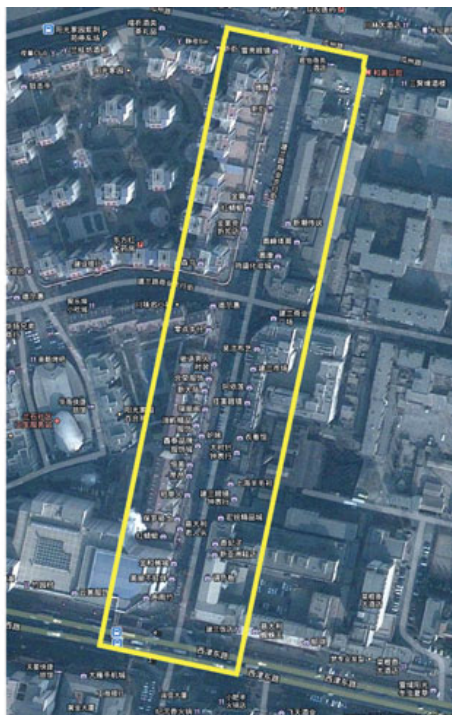


图2 区域位置



图3 功能结构分析与范围



的建成运行，必将进一步彰显出其厚重的传统文化沉淀、独特的市场氛围和丰富的商业内涵。

1.3 规划布局现状

步行街围绕“丝绸之路”的历史文化主题与功能定位，吸收了古典和现代、中国与西方的艺术表现手法。街道两侧主要以新建商业建筑与已有住宅底层商业空间开发相结合，通过雕塑艺术景观塑造特色文化，但是商业文化的体现仅现于表面，真正能够反映高层次商业消费水平的建筑与环境空间仍然缺乏，商业购物节点单一，导致现有购物路线单调，没有吸引游客深度消费的商业空间（图3）。

2 商业步行街规划设计中存在的问题

2.1 模式单一，模仿过多

我国目前的商业步行街大多停留在低水平的模仿与复制层面。建兰路在规划之初和建设之中忽视了“以人为本”的理念，没有深层次考虑服务于客户群的重要因素，更未能根据消费者行为进行商业街规划设计，简单模仿，模式单一，造成项目无序、杂乱，成功概率大打折扣。

2.2 经济效益与环境效益不协调

商业步行街是集购物、餐饮、文化性消费等多种功能于一体的大众商贸消费区域，是城市的社会活动中心。建兰路购物功能相对充足，但休闲等文化性消费服务严重欠缺，作为社会活动中心的功能远未实现。尤其沿街夹杂许多不伦不类的雕塑，反而对商业氛围起到了一种破坏作用（图4~5）。

2.3 良好的交通体系未能形成

步行街的成功与否，交通问题是关键。设计中应考虑步行街所在地段的交通情况和停车的难易（图6）。在建街之初就必须考虑到停车场的设置和修建问题，以解决自行



图6 非机动车辆随意停放
图7 破旧的老建筑
图8 纷乱无序的市场
图9 不协调的建筑空间
图10 现有休息设施明显不足

车、自驾车等停车用地紧张的矛盾。

2.4 空间形式单调，无序列、无层次

购物街是人类文化的长期积淀，并以一定的物质空间形式表达其文化特征，有效地渲染出不同的环境气氛和空间特色。而建兰路步行街由于其本身条件的局限或原破旧楼群的继续存在，及无休止的扩展商业面积，完全破坏了步行街的整体视角效果（图7），导致整个街区无序、单调、无特色，失去了商业街的表现力和感染力，商业步行街实质上变成了杂乱的大自由市场（图8）。

3 城市商业步行街规划设计要点

3.1 合理的设计尺度

商业步行街本身的尺度感主要体现在道路的宽度和建筑的高度，以及二者之间的尺度对比上，合理的道路宽度是商业街日后繁荣程度的基本标尺。根据国际相关统计数据，一般商业街的道路宽度为20~30m；室内商业街的宽度为6~10m。考虑到中心城市人口密度偏大，商业街的宽度可以适当放大。

3.2 科学的交通规划

商业街的交通方式可以分为纯步行交通和人车混行交通。人车混行可以有效解决购

物者的交通可达性和便利性，但对整个区域交通规划有着很高的要求。纯步行街则能理想地烘托出浓厚的商业氛围，但是此类模式必须考虑公共停车场或自行车停放问题，应做到集中控制，分散布置，人车分隔的通畅便利环境。

3.3 中庭和广场空间的运用

街区主要购物空间内的人流是以步行为主的，因此设计之初必须考虑到购物者的生理和心理特征。根据国内的调查数据，购物者身体感觉疲劳的步行距离是300m左右，因此在商业街的空间设计时应将休闲、娱乐功能的中庭或广场，作为商业步行街的收放节点，用以调节购物者的步行节奏。

3.4 独特的景观构成

步行街具有独特的因素，这些因素也是满足现代城市生活需要，构成城市环境风貌的组成部分。步行街由两旁建筑立面和地面组合而成，其要素包括地面、标志性景观、建筑立面、招牌广告、街道小品、照明、休息座椅、绿化植物配置和特殊活动空间等，其设计繁杂程度不亚于设施建筑。步行街区建筑内外的界线可以是虚的，可穿透的和不定，并有一种向内吸引的感觉，充分体现我国传统空间特征中

“虚”的意境，以及城市环境的人性化和整体连续性。

4 商业步行街规划设计原则

4.1 规模适度原则

规模适度原则是指商业街的长度、宽度、高度以及营业面积都要适度，不能超越界限无限发展。商业街的建筑不宜过高，一般在2层楼高，个别大商场可到4层。过高的建筑会产生压抑感（图9）。通道狭窄，两边建筑物过高，会产生高楼效应。宽度也不宜过宽，如果街道过宽，会使消费者两边往来体力耗费过大，抑制观赏、购物的欲望。商业街的营业面积也不应过大，一定要考虑人们的体力和心理承受能力。

4.2 因地制宜原则

商业街改造，必须充分利用好各个地段原有的商业特点，根据不同的地段特点，制定不同的规划分段逐块实施。建兰路商业街应对现有建筑进行有选择性的拆除改造，以保持和提升市场的客流和商业的繁荣。

4.3 以人为本原则

商业街服务对象是人，要尽量体现以人为本的原则，在功能、样式、质感、色彩等方面，强调精品意识，创造优质的商业购物

环境,突出景观性、功能性和安全性,体现出以人为本的现代城市理念。

4.4 突出休闲功能的原则

据测算,一般消费者连续逛街购物的疲劳时间最多为2小时,只有增加休闲、娱乐、餐饮等形式才可以延长消费者的滞留时间。要重视广场空间和座椅的设计,增加茶馆、快餐店等场所,为顾客提供休息、娱乐的方便,才会延长顾客的逗留时间,增加商业步行街的活力。

5 对商业步行街规划设计的几点建议

5.1 合理选址,准确定位

合理选址和准确定位是商业步行街成败的关键,将决定今后的商业活动和运营氛围的形成,直接关系到市场的社会效益和经济效益。建兰路步行街选址在人流密度大,相对中心的城区是准确无疑的,问题是要合理安排街内综合体布局。

5.2 规模适度原则

商业步行街并不是规模越大,街道越长越好。过于庞大的规模往往会给行人一种难以亲近的感觉。街道两旁的建筑物不宜太高,一般不要超过三层。过高的建筑物摆在步行街并不宽的街道两旁,会给行人带来压抑的感觉。从心理学角度讲,人们倾向于平行的移动,所以,高层建筑的商家在商业步行街上,往往成了摆设,并没有多少商机可言。

5.3 营造良好的购物氛围

商业步行街应该尽量营造良好的购物环境,才能达到激发购买欲望的目标。购物环境主要包括商业步行街的整体特色,商业布局等客观环境。步行街应以明亮、暖性色彩为整体基调,商业布局应做到错落有致,暖色容易使人兴奋,激发购物欲望,带给顾客一种愉悦购物的氛围。建兰路在下一步的扩建改造中要把营造良好的购物环境,构建街区的整体特色作为工作的重点。

5.4 空间的合理安排

商业步行街应该给顾客一种流动前进的空间节奏感,这样更能吸引行人。因此,如何安排商业步行街空间的合理布局和纵向布景,成为解决这一问题的关键。一般来说,可以通过特定的建筑、树木、特有的标识以及街区两旁适当设立开敞的小品类休闲广场,在这些广场空间,可以有序地加入一些商业活动,甚至是一些可以与行人互动的商业活动,这样不但会有效集聚人流,起到良好的环境效益,同时也会增大游人的购物能力。

5.5 以人为本,充分考虑不同层次顾客的需要

商业步行街在规划设计的过程中,应结合功能定位,充分考虑到不同顾客的需求,体现出“以人为本”的建街理念。规划中可以通过诸多细节设计体现这种人文关怀,如增设盲道、无障碍通道、设立饮水机、尽可能多的设置休息座椅等(图10)。

5.6 结合本地文化,突出自身特色

每一个城市无论大小都会有其值得骄傲的历史,把这些宝贵的文化财富挖掘出来,形成商业步行街的特色,必将成为吸引行人的重要因素。一条好的商业步行街,不仅通过本地的商客游人促其发展,更要吸引全国乃至世界各地的商家共同进入,要不断改善投资环境,优化经营理念,才会有效提升步行街知名度。

结语

商业步行街为构筑城市商业布局,缓解生产力高速发展的压力起到了独特的作用。同时,商业步行街作为城市中一个浓缩社会历史、文化的场所,始终处于一个多层次、多方位、多形态的动态平衡空间体系之中。在“以人为本”设计理念的时代,商业步行街已成为城市的社会活动中心和城市形象的代表。

步行街作为一种富有活力的街道开敞空间,已成为现代城市最基本的要素构成之一。现代步行街的发展随着社会形态、社会生活、社会意识的变化,其设计理念已开始充分体现出一个城市的综合素质,也越来越受到城市规划的重视。

(注 李鸿飞为天津大学访问学者。)

参考文献

- 1 王德,农耘之,朱玮.王府井大街的消费者行为与商业空间结构研究.城市规划,2011(7):43-48+60.
- 2 王薇,城市步行街环境规划设计初探.工业建筑,2004(12):37-38.
- 3 季建乐.夫子庙步行商业街区的不足与改进.城市问题,2010(2):28-34.
- 4 张海林,董雅.城市空间元素公共环境设施设计.北京:中国建筑工业出版社,2007.

作者单位	兰州理工大学设计艺术学院
第一作者	副教授,国家注册城市规划师
第二作者	讲师
第三作者	讲师,国家注册城市规划师
邮 编	730050
电子信箱	lhf117@126.com
收稿日期	2012 03 27