

# 城市商业步行街环境景观设计

艾亚玮, 刘爱文<sup>2</sup> (1. 江西师范大学美术学院, 江西南昌 330022; 2. 中国人民大学经济学院, 北京 100872)

**摘要** 随着我国社会经济的发展, 生活水平的提高, 对空间环境也提出了新要求, 商业步行街应势而出, 并且得以如火如荼的发展。然而, 纵观我国商业步行街环境景观设计, 却存在许多不尽如人意的地方, 诸如商业化倾向严重、平面化、单一化等问题广泛存在。首先界定了商业步行街环境景观含义, 在此基础上, 分析了当前我国商业步行街环境景观设计中存在的问题, 进一步探讨其内在原因, 最后, 提出了相应的景观设计对策建议, 以期对我国商业步行街环境景观设计质量的改进起到良好的启示作用。

**关键词** 步行街; 环境景观; 设计

中图分类号 S731.2 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2009)12-05755-02

商业步行街建设在我国始于20世纪80年代, 在近年, 发展尤为迅速。截至2005年, 全国县级以上城市商业步行街总数已超过3000条, 总长度已超过1800 km, 总面积已超过1.5亿 $m^2$ <sup>[1]</sup>。在论述之前, 先给商业步行街环境景观设计下一个学术性定义, 商业步行街环境景观设计是指在特定的时空背景下, 为方便人们安全、舒适、愉悦购物目的, 通过限制车辆运行, 在特定街区内创造一个具有形态、形式因素构成的较为独立的, 具有一定社会文化内涵及审美价值的景物的活动。

## 1 当前我国城市商业步行街环境景观中存在的问题

**1.1 步行与车行的绝对对立** 可能我们思维中有点定势, 那就是商业步行街就是绝对限制车辆通行。其实不然, 车行和步行是对立统一的关系, 不应把二者割裂开来、绝对对立起来。就商业步行街而言, 步行和车行的关系问题, 其实质就是商业步行街的活力问题。通常而言, 商户和顾客对于商业步行街步行与车行关系看法是相左的, 顾客是倾向于限制车行, 而商户则倾向于开放车行。从他们各自的角度来看都对, 但是从商业步行街本身作为一个有生命力的系统而言, 他们必须同周边地区、街道等不断进行着物质、能量、信息等要素的交流。而要进行这些交流, 必须借助于有力的工具, 所以说, 不应绝对禁止车行, 可以分时段、分空间的车行, 对车行道路进行合理规划, 也可以有公共交通与步行的紧密联系, 这样既方便了顾客的出行, 也畅通了商户的商品等流通, 这样才能使商业步行街真正具有活力<sup>[2]</sup>。

**1.2 街、景分离, 环境景观与步行街缺乏对话** 景观之于步行街有如鱼之于水, 二者是相互借重, 不可分割的。然而, 许多商业步行街在设计过程中, 过分强调“街”的空间意象, 刻意烘托气氛, 却脱离了尺度。这样, 容易导致步行街成为单纯的购物一条街, 从而失去了商业步行街本来的意义, 即商业步行街的功能一方面是便于购物, 另一方面却是提供人们一个良好的休闲愉悦场所。所以说, 步行街的街道尺度不应该太大, 应根据城市的容量, 制订一个合适的尺度。因为合适的尺度才有利于人们的步行, 营造出一份独特的人气; 另外, 商业步行街也不应只限一条“街”, 它应该有个纵深迂回地带, 也就是它应该是一个面, 而不应是一些条线的概念, 一个成功的步行商业区由多条小街、小巷交错组成, 例如北京

王府井大街。

**1.3 环境景观片面追求艺术效果** 同样, 我们还可以发现, 我国有的地方商业步行街的环境景观设计非常精致、雕楼画栋的, 非常悦人耳目。然而, 它又陷入了另外一个极端, 使景观设计纯粹成为景观设计师个人的艺术创作, 使得商业步行街的实用性功能丧失。一句话就是华而不实。很明显, 在一个如苏州园林般的街面上, 你可能只顾徜徉于错落有致的亭台楼阁中而忘而知返, 这样商业步行街的经济性功能却丧失了, 长此以往, 这样的商业步行街就会因为丧失人气而凋落。我们这里说的人气是指由于商家缺乏必要的回报而退出商业步行街。这个现象反映的是同一个问题, 那就是商业步行街的环境景观设计既非是某些领导、也非某些专业人士, 而是一个大众参与的事物。

**1.4 环境景观设计类同、舶来现象突出** 纵观我国商业步行街的设计, 大家可以发现一个现象, 那就是环境景观同质化现象严重、过于崇洋媚外。至于这其中的原因, 笔者在下面部分再作分析。其实商业步行街环境景观是局限于特定时空背景下。所以说在进行环境景观设计时, 绝不能脱离当时当地的环境因素, 诸如经济、艺术、宗教信仰、文化特质之类。很明显, 欧洲各国的商业步行街之间区别较大, 原因就在于它们各自的人文风情的不同, 它不是一个标准化产品, 而是一个个性化的事物。这也应了一句话, “民族的才是世界的”。我们只有在认真分析当地的文化特质、历史背景, 结合现代潮流, 积极发动广大群众热心参与, 才能设计出独特的商业步行街的环境景观。而非几个领导一到外国考察, 一拍脑袋就敲定下来。它非行政任务, 而是当地特殊人文的凝聚。

**1.5 景观设计重平面轻立体** 在商业步行街环境景观设计中还存在一个突出问题, 那就是景观设计重平面而轻立体。其实这是我们长期以来沿袭下来的设计手法。但是传统商业街是与过去时代的经济方式和生活方式相适应的产物。这就必然要求我们不能简单地照搬传统的商业街形式, 而须在继承的基础上, 重在发展, 探索适应今天社会发展要求的新商业步行街形式。作为落后经济状况下的传统商业街, 在今天看来, 一个较大的问题便是空间的单一和环境的简陋。随着人们生活水平的提高, 逛街行为作为一种购物与闲瑕相结合的活动, 在人们生活中占有越来越大的比重, 随着行为内容的丰富, 对商业空间的要求也日益提高<sup>[3]</sup>。我们应本着“人为本”原则来处理平面与立体搭配的问题, 试图创造安全卫生、舒适安逸的购物环境。在商业步行街内部通过平面分

**作者简介** 艾亚玮(1973-)女, 江西兴国人, 硕士, 讲师, 从事室内设计、环境艺术等研究。

**收稿日期** 2009-01-21

流、立体分流等方法来解决人流与车流之间的相互干扰。平面分流是指通过在地面设立机动车、非机动车及行人专用道,使3种交通流各行其道、互不干扰;立体分流是通过设立空中步行系统以及地下步行系统,将行人和车辆在空间上分离并考虑预设地铁或轻轨接口。所以,在商业步行街环境景观设计过程中,真正地实现消费人流平面和立体的多线流动。

## 2 步行街环境景观设计问题的原因分析

透过现象看本质,我们会发现,导致我国商业步行街环境景观设计中存在问题的原因主要有以下几方面。

**2.1 官本位思想根深蒂固** 在中国,官位主宰了国民的一切,经过几千年的沉淀,反映到国民的心理上,就是唯官位马首是瞻的官位心理。判断一个人的言行是否正确,不是到实践中去检验其是否符合实际情况,而是看其言行官方认可的程度如何。只要是官员,哪怕是不入流的楼道长,也常常能断是非。当然,官员的话其“正确”程度要看其官位大小而定。在科长面前,处长的话就是真理。这种官本位思想导致在位官僚只需向上级负责,这反映在商业步行街环境景观设计上面,不少地方的领导操纵商业步行街建设作为自己的政绩,从而向上级邀功献媚,作为自己升迁的台阶,这样这些步行街项目就成为他们的“政绩工程”、“形象工程”,也自然成为与其政治对手竞争的工具,这是问题的主要症结之一。

**2.2 商业化倾向严重** 按照商业步行街本身所具备的功能而言,商业步行街应具备商品贸易功能、旅游功能、休闲功能以及文化功能;其中商品贸易功能是最主要的功能,但并非唯一的功能。如果过于注重商业步行街的商品贸易功能,就会导致步行街环境景观的商业化倾向十分严重,从而使商业步行街的其他3个功能受到抑制,城市的文化特色被压抑,许多肤浅的环境景观现象是这种商业化的主要产物。其实商业步行街的四大功能是相辅相成,缺一不可,只有妥善处理四者关系,商业步行街才会有持久活力,商业步行街环境景观才会散发出无穷魅力。

**2.3 趋同心理浓厚** 中国文化讲求不偏不倚的中庸之道,这使得中国人对集体的认同感超强,在心理学上被称为“从众”。这种集体主义和文化趋同,使人们的精神虽经20多年改革开放,也没有形成真正意义上的个性化群体,一些有明显个性的个体往往被冠为“另类”。这种趋同心理和从众意识对于我们商业步行街环境景观设计而言也是十分有害的。这种“从众”意识在社会消费生活中是十分明显的,也就是所谓的“人所有的,我皆有之”,而不顾自己的实际需求情况。如:一个并没有什么音乐爱好的暴发户,会拥有高级音响设备<sup>[2]</sup>。而这种消费意识发展到一些地方政府领导或者是投资开发商的身上,就可能出现与国际知名城市看齐的某城市景观建设。当然,这之间的差别是,前者纯粹是个人的消费问题,而后者就是以纳税人的钱来满足个人的目的。

**2.4 艺术至上论作祟** 艺术给我们生活带来的变化有目共睹,艺术给环境景观带来的变化有目共睹,艺术确实推进了环境景观的进步与发展。但是,艺术决定论/艺术至上强调了技术即丢失了最可珍视的对人的尊重,偏离了人本主义的传统<sup>[4]</sup>。当越来越多的环境景观标榜对传统和谐、均衡、统

一、完满法则的反叛,当年轻的e一代热衷玩弄反美学的光怪陆离的环境景观符号时,当技术至上、工艺至上论甚嚣尘上时,罗斯金的提醒显得尤其必要:真正伟大的建筑,都有伟大的结构——技术的结构、艺术的结构和形而上的精神的构架。

**2.5 缺乏现代理念的创新型专家设计队伍** 人们日益提高的审美情趣和对生活品质的需求意味着景观春天的到来。在热火朝天的商业步行街建设大潮中,越来越多或雷同、或抄袭的低品质环境景观让我们对中国景观设计师的创意能力产生怀疑。景观设计是现代创意产业的一部分,对创造力的强调毋庸置疑,然而面对中国基础教育中创造力教育的缺位,高等专业教育阶段有必要有针对性地进行创造力的开发和训练,以弥补基础教育对设计专业人员基本创新素质培育的不足<sup>[5]</sup>。

## 3 应对之策

针对以上所说问题及其原因,笔者认为相应的解决之道也就蕴含在其中,概括就是:

**3.1 公众参与** 既然商业步行街环境景观是关系到广大市民的生活环境的重大问题,就应该由社会公众参与、影响城市建设的全过程。当然,中国公众对城市景观的认识和欣赏水平都还不高,而许多相关知识还停留在太专业的层面。这就需要媒体的大力参与和社会力量的介入。虽然目前这种趋势已经有所加强,但仍显乏力。并且,我们也能明显地觉察到,不少媒体被地方官员和商业操纵的情况。这需要人们更加警觉,尤其是我们这些专业人士,不要轻易地被政客和奸商利用,要坚持专业人士的社会独立人格,对科学和人文的良心,努力地与这些不良的倾向斗争,充分运用我们的专业知识和技能,为我们的社会争得更美好的商业步行街景观<sup>[2]</sup>。

**3.2 弘扬以人为本思想** 景观设计应该遵循理解人、尊重人、规划人的体验,理解自然,理解人与自然的相互关系,尊重自然过程,理解景观规划设计的社会环境,尊重人类文化,提高景观设计的认同感的原则,要求当代景观设计学必须调整自身的定位和价值观。现代景观环境中要充分考虑景观环境的属性,要体现为人所用的根本目的,即人性化设计。在设计概念上要强调整体设计观,这样的现代景观环境才不至于成为东拼西凑的杂乱无章之物。在整个设计过程中,应始终围绕着“以人为本”的理念进行每一个细部的规划设计。“以人为本”的理念不只局限在当前的规划,服务于当代的人类,而且应是长远的、尊重自然的、维护生态的、切实为人类创造可持续发展的生存空间。

**3.3 大力普及创意教育** 与多数西方发达国家相比,我国的创造力培养仍旧普遍地处于落后的地位,中国的景观设计教学中或多或少存在着以下这些与创造力培养相悖的现象。因此,许多专家认为,要搞好中国景观设计的重要一点,就是对广大公众的创意教育,尤其是对高校景观设计专业的学生。笔者建议,中国的景观设计教学有必要在景观专业课程体系中,增加景观设计创意方法的训练课程和相关理论的研究,作为景观设计专业基础教学体系的有机部分。

到乡村资源所能产生的经济效益,形成保护自身资源优势的自觉行为,实现农民收入增加,社区经济增长与村寨环境治理、文化保护的良性互动。即开发乡村旅游与新农村建设目标中“村庄治理”有异曲同工之妙。

以梅州雁南飞茶田度假村为例,该村位于梅县雁洋镇,距梅州市中心35 km,是一座集茶叶生产、加工、品尝和乡村旅游于一体的开放型旅游度假区。为了实现山区开发的效益最优化,雁南飞把山区绿色生态优势与浓郁的客家文化相结合,不仅在茶叶方面从种植、加工、包装到销售实现了一条龙,而且将“三高”农业与乡村旅游紧密结合起来。雁南飞因山就势,在绿化美化上匠心独运,逐步布局了茶艺馆、16幢度假别墅、3个游泳池和网球场、钓鱼池、围龙大酒店、围龙食府以及各式景点、雕塑数十处。雁南飞在开发过程中尽量向当地倾斜,使企业与社区相融合,在向省内外招聘管理人才的同时还大量吸引当地农民,把他们转化为农业工人,80%的员工是雁洋人,每月有800多元的稳定收入,这种收入在梅州农村居上等水平<sup>[4]</sup>。不仅如此,雁南飞还发动梅州广大农户在各地选择适宜栽种茶树的地方,这种以点带面、共同致富的生产方式,不仅延长了传统农业的产业链,而且很好地协调了雁南飞与当地农民的利益关系,建立了利益相关方的良好共享机制。雁南飞所在的梅州是经济欠发达的山区,而雁南飞的兴建则有力地改善了山区交通,搞活了市场,农民人均收入有了大幅度提高。

雁南飞茶田度假村是文化、生态、农业、乡村旅游等完美结合的一面“旗帜”,先后被评为国家AAAA级旅游景区、全国农业旅游示范点、全国精神文明建设工作先进单位、全国青年文明号、中国国际农业博览会“名牌产品”、广东有省最佳旅游景区、广东省最受欢迎自驾游十佳景区等多项荣誉。雁南飞是弘扬客家文化的重要窗口,其建筑均把典型的客家

(上接第5756页)

**3.4 发掘当地的人文资源和自然资源** 步行街景观是自然景观、人文景观的综合。由于地理位置、自然环境、历史背景和发展历程不同,每条步行街都有特殊的性格和形象<sup>[6]</sup>。对自然资源的保护利用,对历史人文的发掘再现,是创造具有浓郁地域特征的商业步行街景观的关键。步行街景观特色来源于一些特定要素、自然景观资源。保护山林、水体、地貌、植被生态景观,增加景观异质性,造就了地域性的自然景观,同时带来的生态效应也成为步行街可持续发展的巨大动力,是其他任何因素所无法替代的。每个步行街景观设计者都应该充分认识城市的山、水、林等自然景观要素,在尊重自然规律的前提下,发掘、保护、改造、利用好自身自然环境。同时,又要注意人文景观的发掘,人文景观包括历史景观和

建筑特色和现代建筑理念相结合,并配套良好的花木、山水等生态景观,形成了客家特色的建筑文化。外立面红色、外形浑圆或半圆,彰显客家民居特色。围龙大酒店是传统客家建筑与现代建筑的完美结合,荣获国家建筑工程最高奖“鲁班奖”。围龙食府烹制出传统的梅菜扣肉、茶田盐焗鸡客家菜,同时结合现代人的饮食口味,对客家传统菜系进行改良,新创香茶炖乌鸡等新式特色菜肴,形成了客家菜特色的饮食文化。雁南飞歌舞艺术团的客家山歌对唱、表演唱,客家传统民间艺术鲤鱼灯等特色节目,充分展现出客家文化艺术的独特魅力,深受海内外游客的欢迎。在雁南飞,处处均鲜明地显现出颇具特色的茶文化。红灯笼上的“茶”字,造型各异,不仅配以大量咏茶的古诗词,而且流出潺潺溪水,将人造景点与传统文化结合得紧密自然。雁南飞把乡村旅游上升为“文化之旅”,客家文化、建筑文化、饮食文化、茶文化、企业文化……已渗透至雁南飞的每一个角落。雁南飞茶田形成了以“三高农业”、“生态农业”、“乡村旅游”三结合的经营模式,并带动了梅县华银垦殖场、兴宁黄峰窝茶场、蕉岭澳洲山庄、上官塘水库旅游农业、农庄园林化等一批新型农业模式,为梅州乃至全国发展山区农村经济提供了“样板”。由此可见,基于客家文化的乡村旅游开发建设就是致力于梅州的社会主义新农村建设,开展乡村旅游是促进梅州社会主义新农村建设的有效途径之一。

#### 参考文献

- [1] 郭焕成. 发展乡村旅游,支援新农村建设[J]. 旅游学刊,2006(3):6-7.
- [2] 何景明. 国外乡村旅游研究述评[J]. 旅游学刊,2003(1):76-78.
- [3] 郭山. 乡村旅游、贝叶文化与社会主义新农村建设[J]. 云南地理环境研究,2008(1):91-96.
- [4] 李锦让,曾志军,谢伟志. 旅游与文化的一面“旗帜”——“雁南飞模式”考[N]. 梅州日报,2008-12-06(5).

现代人工景观。城市历史景观主要反映在城市的历史建筑和历史街区上,它们体现了城市的传统肌理,是城市发展的见证与城市文脉延续的物质要素,是城市风貌规划的重要依据、源泉和组成部分。现代人工景观主要由现代城市建筑、广场、街区、公园等组成。

#### 参考文献

- [1] 甘萌雨. 广州商业步行街比较研究[J]. 商业时代,2006(33):97-98.
- [2] 赵辰,葛少峰. 国际化与本土化冲撞下的城市景观问题[J]. 新建筑,2004(1):40-42.
- [3] 刘正官,俞坚. 商业步行街发展的探索——绍兴市府河商业步行街的反思[J]. 浙江建筑,1994(1):37-43.
- [4] 刘云胜. 高技术生态建筑发展历程:从高技派建筑到高技术生态建筑的演进[M]. 北京:中国建筑工业出版社,2008.
- [5] 徐璐,陈耀,刘滨谊,等. 中国景观设计的创造力缺位[N]. 建筑时报,2005-12-19.
- [6] 陈英,李芬,刘伟. 试论旅游资源的开发与保护[J]. 今日科苑,2008(4):124.