

景观要素对南京传统商业街魅力度的影响

The Influence of Landscape Elements on the Charm of Nanjing Traditional Commercial Street

詹芳芷 刘昊天 王成康*

ZHAN Fangzhi LIU Haotian WANG Chengkang*

基金项目:

教育部人文社会科学研究一般项目青年基金项目“基于环境-行为分析的南京明城墙景观形态优化策略研究”(编号:18YJCZH167)

江苏省基础研究计划(自然科学基金)项目(编号: BK20190751)

南京林业大学大学生创新课题“景观要素对传统商业街魅力度的影响”

文章编号: 1000-0283 (2020) 04-0063-06

DOI: 10.12193/j.laing.2020.04.0063.010

中图分类号: TU986

文献标识码: A

收稿日期: 2019-12-06

修回日期: 2020-01-09

摘要

商业街魅力度已成为衡量商业街价值的一项重要指标。本研究以南京市传统商业街为研究对象,从游客角度出发,分析归纳出景观性小品、传统建筑元素等7个影响传统商业街魅力度的景观因子。结果发现:提取出的7个景观因子均对提升传统商业街魅力度有积极作用,其中景观性小品对传统商业街魅力度影响最大。游客大多聚焦于商业街中参与性及观赏性强的景观要素,对照明系统、标识系统和功能性小品等实用性景观要素关注度较低。最后结合调研及分析结果,对传统商业街的景观设计提出建议。

关键词

传统商业街; 魅力度; 景观要素; 因子分析; 风景园林

Abstract

The attractiveness of commercial streets has become an essential indicator for measuring the value of commercial streets. This study takes Nanjing traditional commercial streets as the research objects, and from the perspective of tourists, analyzes and summarizes seven landscape factors such as landscape sketches and classical architectural elements that affect the charm of traditional commercial streets. The results found that the extracted seven landscape factors all had a positive effect on enhancing the charm of traditional commercial streets. Among them, landscape sketches were the landscape elements that had an enormous influence on the charm of traditional commercial streets. Most of the tourists focused on the participation and viewing of commercial streets but paying less attention to practical landscape elements such as lighting systems, signage systems, and functional sketches. Finally, based on the results of investigation and analysis, suggestions are made for the landscape design of traditional commercial streets.

Key words

traditional commercial street; the degree of charm; landscape elements; factoranalysis; landscape architecture

詹芳芷

1997年生/女/山西运城人/南京林业大学在读/研究方向为风景园林规划与设计(南京210037)

刘昊天

1997年生/男/河北石家庄人/南京林业大学在读/研究方向为风景园林规划与设计(南京210037)

王成康

1986年生/男/江苏南京人/博士/南京林业大学讲师、硕士生导师/研究方向为风景园林规划与设计(南京210037)

*通信作者 (Author for correspondence)

E-mail: chengkang.wang@njfu.edu.cn

1 研究概述

1.1 研究背景及意义

传统商业街是历史街区的特殊形态,既承载着物质功能特性,也包涵着传统文化内涵^[1-2]。近年来,随着新兴商业综合体等的发展,传统商业街面临着商业模式和消费环境的革新压力。如何在有效保护传统商业街文化属性的

基础上,通过提升由商业街提供的商业服务以及周边设施环境等,即商业魅力度来吸引客流和增加传统商业街活力,成为了各地主管部门和学术界关注的热点问题。

目前,国外相关学者已证明环境属性是商业街魅力度的重要构成属性之一^[3-4]。环境要素由各景观要素组成,景观要素尤其是传统景观要素越来越受到研究者的关注,成为影响游客感知的重要因素之一。笔者团队通过整理现有传统商业街魅力度相关研究发现,探讨不同景观要素对传统商业街魅力度影响程度的研究还较为薄弱。部分研究仅进行商业街景观现象的描述和个体案例的分析,无法解释景观要素和魅力度之间的关系。本文以传统商业街为研究对象,从游客角度出发,分析探讨不同景观要素对传统商业街魅力度的影响程度,并从风景园林学的视角对如何提升传统商业街魅力度提出建议。

1.2 研究方法

本研究将理论研究和实地研究相结合,以文献分析、问卷调查与因子分析作为具体研究方法,分析探讨不同景观要素对传统商业街魅力度的影响程度。

(1) 通过文献分析法清晰了解国内外目前对于影响传统商业街魅力度的景观要素的研究进展及有待解决的问题与不足,明确本研究的框架和影响要素的评价项目。

(2) 精准设计问卷,优化改进基于文献分析得出的评价项目,选取南京市夫子庙、老门东、熙南里商业街为线下调研试点,进行分段分层抽样调查;在线上利用问卷星平台进行网络问卷调查。

(3) 运用SPSS将问卷结果进行计算处理,通过因子分析法初步得出评价项目对传统商业街魅力度的影响关系。

(4) 对分析结果进行描述,得出相关推论及结论。

2 问卷设计及可信度

2.1 问卷设计

(1) 查阅大量文献、书籍及现有的研究成果^[5-12],初步进行景观要素评价项目的筛选。

(2) 选取南京市的夫子庙商业街、老门东商业街、熙南里

商业街为例,实地观察调研,并对商业街中随机挑取的100名游客进行问卷调查,进而对评价项目进行删除或者增补,完成问卷初稿。

(3) 以问卷初稿为基础,咨询风景园林学和建筑学背景的专业教师,形成景观要素对传统商业街魅力度影响研究调查问卷的终稿,最终筛选35种不同的评价项目(见表3“评价项目名称”栏)。针对评价项目的测度,利用SD语义法^①,分为很强、较强、一般、较弱、很弱五个等级,采用李克特五级量表,分值依次为5分、4分、3分、2分、1分,然后进行问卷分析。

2.2 数据来源

问卷编制确定后,采取现场调查和问卷星网上调查相结合的方式展开。现场调查从2019年4月30日到6月3日,在南京市夫子庙商业街、老门东商业街、熙南里商业街进行发放。考虑到天气因素与人们的作息时,选取每周日的上午9~11点,下午4~6点发放。调研对象为商业街中的各年龄段游客,回收问卷共150份,有效问卷140份。问卷星网上调查自5月1日起,进行为期一周的调查,回收问卷共426份,有效问卷426份。共计问卷566份,有效率98%。

2.3 信度分析

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)检验统计量是用于比较变量间简单相关系数和偏相关系数的指标,主要应用于多元统计的因子分析。KMO统计量是取值在0和1之间。当所有变量间的简单相关系数平方和远远大于偏相关系数平方和时,KMO值越接近于1,意味着变量间的相关性越强,原有变量越适合作因子分析;当所有变量间的简单相关系数平方和接近0时,KMO值越接近于0,意味着变量间的相关性越弱,原有变量越不适宜作因子分析。Bartlett球性检验是一种数学术语,用于检验相关阵中各变量间的相关性,是否为单位阵,即检验各个变量是否各自独立。因子分析前,首先进行KMO检验和巴特利球体检验。在因子分析中,若拒绝原假设,则说明可以做因子分析,若不拒绝原假设,则说明这些变量可能独立提供一些信息,不适合做因子分析。本研究的Cronbach's alpha

① SD语义法,即运用语义学中“言语”为尺度进行心理实验,通过对各种既定尺度的分析,定量地描述研究对象的概念和构造。

在研究空间中,被验者对该目标空间的各种环境氛围特征的心理反应,针对这些心理反应拟定出“建筑语义”上的尺度,而后对所有尺度的描述参量进行评定分析,定量地描述出空间目标的概念和构造。

系数为0.752，大于0.7，说明信度较高；问卷整体的KMO值为0.949，明显大于0.6，充分满足因子分析的前提要求，并且有充足的样本进行因子分析（表1）。

表1 KMO和Bartlett的检验表		
KMO和Bartlett球体的检验		
KMO值		0.949
Bartlett球形检验	近似卡方	9 311.47
	df	630
	p值	0

3 主成分分析结果

3.1 因子分析

利用主成分分析，一共提取出7个因子，特征根值均大于1，此7个因子旋转后的方差解释率分别是15.731%、12.935%、10.751%、8.903%、6.412%、5.997%、4.405%，旋转后累积方差解释率为65.135%（表2），大于50%，说明分析的样本中有足够的信息可以提取计算旋转后的因子载荷，结果见表3。

从表3可知：所有研究项对应的共同度值均高于0.4，意味着研究项和因子之间有着较强的关联性，因子可以有效提取出信息。确保因子可以提取出研究项大部分的信息量之后，分析因子和研究项的对应关系情况（因子载荷系数绝对值大于0.4时即说明该项和因子有对应关系）。

根据对各评价项目的因子载荷量的数值的统计，将35个评价项目按因子载荷量的数值进行分类并对7个因子进行命名（详见表3“因子提取与命名”列），从因子1至因子7分别为景观性小品、传统建筑元素、植物绿化、照明系统、标识系统、

功能性小品、地面铺装。

3.2 影响传统商业街魅力度的景观要素分析

商业街魅力度是评判商业街的重要因素，而景观要素是研究商业街魅力度的重要内容。传统商业街外部环境的景观设计很大程度上影响着人们的停留时间和感官感受，从而具有刺激消费水平的作用。本研究得出的七个因子对可能影响传统商业街魅力度的景观要素进行了概括。从提取的这七个因子出发，进一步分析每个因子中具体的评价项目对传统商业街魅力度的影响作用。

（1）景观小品。因子I“景观性小品”中，“01绿景”“02水景”和“03雕塑”这三项荷载数值相当，表明在传统商业街中，三者在一定程度上具有同等的重要性。商业街的园林小品是指商业街中供游客享受和使用的构建^[2]，可分为景观性小品和功能性小品，景观性小品尤指满足游客观赏需求的园林小品。商业街中的绿景主要包括花坛、花钵、树池、廊架等，绿景是商业街“绿色空间”的体现，游客可以在树下休憩、观赏花木，享受着绿意带来的方寸恬静，使商业街动中有静。水景以喷泉、跌水、叠水、水池等形式为主，丰富律动的水景设施给游客以丰富的亲水近水的机会，使商业街氛围更为热烈。雕塑增加了商业街的主题性与仪式感。景观性小品不仅可以体现单个景观元素的美感，不同元素间相互组合，和谐统一，具有变化韵律，也对烘托商业街风格和增强人们观赏意趣尤为重要。

（2）传统建筑要素。因子II“传统建筑元素”中，“04亭”和“05廊”的荷载数均在0.8以上，说明这两项对传统商业街魅力度有极大的影响。从建筑风格上来看，亭、廊是中国传统

表2 方差解释率表格

因子编号	特征根			旋转前方差解释率			旋转后方差解释率		
	特征根	方差解释率%	累积%	特征根	方差解释率%	累积%	特征根	方差解释率%	累积%
1	14.881	41.337	41.337	14.881	41.337	41.337	5.663	15.731	15.731
2	2.327	6.464	47.8	2.327	6.464	47.8	4.656	12.935	28.666
3	1.789	4.968	52.769	1.789	4.968	52.769	3.87	10.751	39.417
4	1.343	3.732	56.5	1.343	3.732	56.5	3.205	8.903	48.32
5	1.167	3.241	59.742	1.167	3.241	59.742	2.308	6.412	54.732
6	0.995	2.765	62.506	0.995	2.765	62.506	2.159	5.997	60.73
7	0.946	2.629	65.135	0.946	2.629	65.135	1.586	4.405	65.135

注：提取方法为主成分分析。

表3 旋转后因子载荷系数表格

评价项目名称	因子载荷系数							共同度	因子提取与命名
	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子6	因子7		
01绿景（花坛 花钵 树池 廊架）	0.465							0.653	因子 I 景观性小品
02水景（喷泉 叠水 跌水 水池）	0.527							0.69	
03雕塑	0.405							0.567	
04亭		0.808						0.809	因子 II 传统建筑元素
05廊		0.811						0.777	
06戏台		0.728						0.684	
07牌坊		0.753						0.639	
08露天茶座		0.563						0.563	
09传统牌匾		0.686						0.59	
10雕花门窗		0.601						0.628	
11外墙材质		0.631						0.693	因子 III 植物绿化
12植物色彩			0.473					0.648	
13植物气味			0.508					0.541	
14植物枝干特点			0.621					0.7	
15植物季节性变化特点			0.664					0.644	
16植物乡土性特点			0.584					0.629	因子 IV 照明系统
17入口部位照明				0.636				0.624	
18建筑立面照明				0.578				0.58	
19商业街道照明				0.677				0.709	
20公共设施照明				0.506				0.662	
21标牌与广告照明				0.554				0.578	因子 V 标识系统
22外墙形象标识					0.504			0.564	
23交通标识					0.682			0.701	
24导向定位标识					0.628			0.663	
25公共设施标识					0.629			0.686	
26警示提示类标识					0.739			0.736	因子 VI 功能性作品
27特色灯饰						0.414		0.539	
28垃圾箱						0.45		0.692	
29公共厕所						0.728		0.69	
30休憩座椅						0.504		0.667	
31服务商亭						0.671		0.63	因子 VII 地面铺装
32铺装平整度							0.504	0.609	
33铺装色彩							0.553	0.577	
34铺装质感							0.41	0.699	
35铺装与环境的统一							0.622	0.66	

注：提取方法为主成分分析、旋转方法为varimax最大方差旋转法。

园林建筑的典型代表，两者多结合出现。传统商业街中亭廊的组合方式继承了传统园林建筑的精华，体现了传统园林的造园意趣，是传统商业街建筑风格的具体表现。从功能上讲，亭、廊为游客提供了休憩交流的空间，是商业街风景的绝佳观赏节点，使游客在购物消费的同时，得到了视觉上的丰富体验，这对提高传统商业街魅力度具有重要作用。

(3) 植物绿化。因子Ⅲ“植物绿化”中，“15植物的季节性变化”的载荷系数在五项目评价项目中系数最高。植物的季节性变化是植物整体状貌的体现，是指随着季节的交替，植物变化所呈现出来的景色。不同季节的植物给商业街景观赋予不同的特点和风格，春季花繁锦簇，夏季绿树成荫，秋季霜叶如火、硕果累累，给游客带来不同的视觉和心理感受，在一定程度上影响着商业街对于游客的吸引力。

(4) 照明系统。因子Ⅳ“照明系统”中，“19商业街道路照明”的载荷系数最高。从商业街内部来看，商业街道路照明使夜间商业街道明亮，保障了游客的安全，提升游客的步行体验；同时，提高了各店铺的可达性，使游客能够更加方便快捷地进入商铺消费。从商业街外部来看，灯光过于暗淡，或无明显光源，使得商业街给人以萧瑟荒凉之感，大幅度降低了商业街夜景效果，使得游客从外部进入商业街购物的欲望大大减小。

(5) 标识系统。因子Ⅴ“标识系统”中，“26警示提示类标识”载荷系数最高。警示提示类标识主要为提示危险和商业街规章制度而设计，一般要求在水池边、栏杆旁边等为危险地区设立该标识。商业街区中人流量大，人群年龄复杂，老人和儿童尤其需要注意安全问题，做好安全保障对游客的人身安全至关重要。

(6) 功能性小品。因子Ⅵ“功能性小品”中，“29公共厕所”载荷系数最高。“功能性小品”是指满足游客使用需求的园林小品。商业街公共厕所是表现商业街细节的基础设施。将公共厕所合理地布置在商业街中，使游客能在合适的时间内及时找到，这使商业街的设计变得更加人性化，方便游客的使用，提高游客对商业街的直观感受。

(7) 地面铺装。因子Ⅶ“地面铺装”中，“35铺装与环境的统一”载荷系数最高。铺装的选择受到总体风格的影响，而传统商业街往往具有鲜明的传统风格与特色，因此，铺装与环境的协调统一，不仅具有组织交通和引导游览的功能，还直接创造优美的地面景观，增强景观性，给游客以细节的美感。

4 讨论与结论

本文采用问卷调查法和SPSS因子分析法，采集主观视角对传统商业街的体验，对收集的信息进行量化，以此来研究对传统商业街魅力度产生影响的景观要素。结果对于研究传统商业街魅力度和设计传统商业街景观有一定的学术价值和实用价值，其方法也突破以往对商业街魅力度的单一测评，对于商业街的景观要素进行了深入具体的分析。

通过研究分析，得到以下三点结论：

(1) 结论得出的7个景观因子均对提升传统商业街魅力度有积极的作用。按单项排名降序排序，景观性小品是对传统商业街魅力度影响最大的景观要素，其次是传统建筑元素、植物绿化、照明系统、导视系统、功能型小品和地面铺装。从单个因子内部分析，水景、廊、植物季节性变化、商业街道路照明、警示提示类标识、公共厕所、铺装与环境的统一分别在各因子中居榜首，对传统商业街魅力度最大，且为积极影响。

(2) 在各景观要素中，游客大多聚焦于三处：丰富且具有参与性的景观小景，如供观赏的各式花坛花钵、供水近水的水景小品（如喷泉跌水）等；具有明显传统风格特色的构筑物，如亭、廊等；植物所带来的观赏体验，体现在植物色彩、气味、枝干特色等。

(3) 根据统计结果，游客对照明系统、标识系统和实用性小品等景观性较弱的景观要素关注度一般，对地面铺装的特征关注度最低。综上可以得出，在对照明系统、标识系统和功能性小品的设计中可适当增加其景观性，使商业街整体景观性得以提升；在地面铺装的设计中以实用性设计为主，可适当减少其景观设计成本。

本研究所得结果进一步完善了影响传统商业街魅力度的评价体系，填补了体系中景观要素对传统商业街魅力度影响程度相关研究的空白。研究结果直观反映了游客在传统商业街中的体验感受，在今后传统商业街的设计与更新时，对提高传统商业街的品质，增强传统商业街魅力度方面具有重要的意义。结合调研及分析结果，团队对传统商业街的景观设计提出了以下三方面的建议：

(1) 传统商业街景观建筑的营造应着重体现文化元素与传统元素，继承和发展传统园林的精髓和意趣。尤为需要注意的是，在设计和建造商业街建筑、景观建筑及建筑装饰等要素时，应具有明显的风格与主题，避免因元素混杂而造成风格迥异。

(2) 现有传统商业街的景观营造, 设计者往往因注重人文要素而忽略了自然要素。游客对于自然景观的观赏诉求是不可忽略的, 设计应注重植物景观的塑造, 尤其是季节性景观的塑造。

(3) 在保证商业街安全性和实用性的前提下, 设计时应注重完善商业街照明系统, 正确设置标识系统, 增加休憩座椅、服务商亭及垃圾桶等设施。▲

参考文献

[1] 杨慧. 地域文化视野下的传统商业街建筑外立面设计研究[D]. 西安: 西安建筑科技大学, 2017.

[2] 杨俊. 商业步行街环境的设计——以上海、南京、苏州主要商业街为例[J]. 文艺争鸣, 2010(14): 136-138.

[3] Kim. K. Consumer value application to mall and internet shopping[J]. International Journal of Retail & Distribution Management, 2002, 30(11/12): 595-602.

[4] Brambilla R, Longo G. For pedestrians only: planning, design and management of Traffic free zones[M]. New York: Watson Gustily Publications, 1977.

[5] 于茜虹. 商业街的传统文化属性与魅力度关系研究[D]. 长春: 吉林大学, 2011.

[6] 山中均之. 小売商業集積におよぼす非商業施設の影響についての分析[J]. 名古屋学院大学论集(社会科学篇). 1981, 17(3): 43-65.

[7] 范秀成, 罗海成. 基于顾客感知价值的服务组织竞争力探析[J]. 南开管理评论, 2003(6): 41-45.

[8] 王成康, 朱一凡, 杜文茹. 日本景观意识和景观政策的发展[J]. 中国园林, 2019, 35(5): 85-89.

[9] 马小琴, 吴小丁, 等. 商业街评价指标体系的探索性研究[J]. 中国零售研究, 2008(1): 14-24.

[10] 黄清明. 传统商业街的形态研究[D]. 武汉: 武汉理工大学, 2008.

[11] 兰文龙. 从公共服务设施论传统商业中心的活力营造——以南京夫子庙为例[A]. 持续发展 理性规划——2017中国城市规划年会论文集(07城市设计)[C]. 中国城市规划学会, 2017: 10.

[12] 徐郡婕. 潍坊市景观性小品地域性特征研究[D]. 济南: 山东大学, 2014.

基金项目遗漏补充说明

《园林》2019年第11期第56页刊登“多季茶花育种现状及公园绿地中的配置应用”一文(作者尹丽娟、有祥亮、张冬梅*)中, 原基金项目为上海市农委种业发展项目“多季开花茶花新品种创新与扩繁技术研究”(项目编号: 沪农科种字(2015)第10号); 上海市科委社发处重点研发项目“崇明世界级花岛适生植物筛选及其种质资源库和示范地建设”(项目编号: 17DZ1201801), 现更正为上海市农委种业发展项目“多季开花茶花新品种创新与扩繁技术研究”(项目编号: 沪农科种字(2015)第10号); 江苏省科技项目“多季茶花新优品种的引种、扩繁和新品种创制”(项目编号: BE2017313); 上海市科委社发处重点研发项目“崇明世界级花岛适生植物筛选及其种质资源库和示范地建设”(项目编号: 17DZ1201801)。