

上海城市副中心地铁站点区域商业空间使用和步行路径*

Commercial Space Use and Walking Path in Metro Station Areas of Shanghai Sub-Center

庄宇 姚以倩

文章编号1673-8985 (2016) 01-0085-04 中图分类号TU981 文献标识码A

摘要 城市中心区地铁站点会导致大量商业空间的集聚;同时,轨道交通站点作为巨大的人流发生源,势必会在很大程度上影响区域的行人分布、商业空间布局、业态与空间的使用。以上海徐家汇与五角场两个城市副中心地铁站域为调查对象,对其步行路径人流分布、商业空间使用人流量等方面开展调查,以数据分析及可视化为手段,尝试量化区域内的商业空间业态组成和分布情况,记录商业空间的使用绩效并分析相关影响因子,对影响地铁商圈商业空间使用的步行路径布局提出建议。

Abstract Metro stations in the city center area will lead to the accumulation of commercial space, while flow stream from metro stations will largely influence the layout of commercial space, walking path and space performance as well. The paper takes Xujiahui and Wujiaochang, two sub-centers of Shanghai, as study cases, with the suvery of pedestrian volume and customers flow in commercial space, to describe arrangements and distribution of tenants mix quantitatively, and to analyze the space performance and related main factors of influence. Finally, the paper tries to give suggestions on the layout of walking path which influences the performance of commercial group in such station area.

关键词 地铁站域 | 商业空间 | 步行路径 | 空间使用效率

Keywords Metro station area | Commercial space | Walking path | Space performance

作者简介

庄宇

同济大学建筑与城市规划学院

教授,博导

姚以倩

上海弘城国际建筑设计有限公司

建筑师,硕士

1 问题提出

在上海地铁网络建设日趋成熟的今天,地铁站点对城市副中心的催化作用越来越明显,它为副中心区域的商业业态带来巨大的人流量和经济利益。

然而地铁站点规划建设的周期短、速度快,与周边地块开发不尽同步,导致车站孤立存在,与周边区域步行网络、换乘系统及项目开发的衔接有待完善。城市副中心地铁站点周边大量聚集的这些商业空间,它们的组成和分布情况是怎样的?空间使用效率如何?又与哪些影响因素相关,尤其是与主要步行路网的关联性如何?对这些特征性问题的解答,将大大有助于日后对该类区域商业空间及主要步行路径的协同发展研究。

2 研究对象

本文选取了上海市内徐家汇与五角场两个城市副中心的地铁站点区域(图1)作为调查案例,两个案例周边区域的商业发展已相对成熟,徐家汇商圈范围内的大小商业网点超过1000家,商业建筑面积近88万 m^2 ,五角场商圈商业建筑面积在2010年就已达75万 m^2 ,两者在商业空间容量上具有一定的可比性。前者已是目前上海运营最成功的商圈,而后者在建项目相继落成后具有发展潜力。

同时,徐家汇站是地铁1号线与9号线的地下岛式车站和换乘站,地下站厅跨度约为550m(调研期间11号线为在建,故本文暂不考虑),两线共有17个出入口;五角场站由于与江湾体育场站站距仅为500m左右,两站目前共

* 基金项目:由国家自然科学基金(51178318)和同济大学人居环境生态与节能联合研究中心重点项目资助。



图1 案例区位图

有6个出入口,轨道交通是人们到达这两个区域的主要公共交通出行方式。因此,本研究主要针对地铁站域(500 m范围)商业(包括各类细分业态)空间的规模容量、布局结构、空间形态以及区域内街道空间(步行网络)人流量和商业空间(包括地上、地下)的进出人流量进行调研统计。

3 案例调查与分析

(1) 商业空间特征

经调研统计,徐家汇站区商业空间数量为181个,五角场为293个;站域商业空间容量,徐家汇约为43万 m^2 ,五角场约为36万 m^2 ;两站域购物中心业态的容量都占据了绝大部分比例,其次为百货店与大型专业店^①业态。在购物中心容量方面,徐家汇所占比例超过了50%,五角场则未及半数,百货店与大型专业店方面两者差别不显著,不同的是五角场在有坐餐饮类业态方面的容量要远高于徐家汇,并且其拥有一个独立的大型超市业态^[1](图2)。

从商业空间布局来看,徐家汇站区的核心区是由数家购物中心与百货店围绕一个巨大的交叉口所构成的,在地下由轨交换乘枢纽的站厅层相互连接,消费者可以通过它在各商业设施间转换。核心区的主要业态根据《零售业态分类》标准的分类可以分为3类:购物中心、百货公司和大型专业店。核心区以外,徐家汇站区的商业布局呈现出沿支路线状布局的趋势,这些位于与主干道相邻支路上的线型商业由来自周边密集的居民区与公共交通节点所产生的人流为支撑,通常这些商业带定位中低

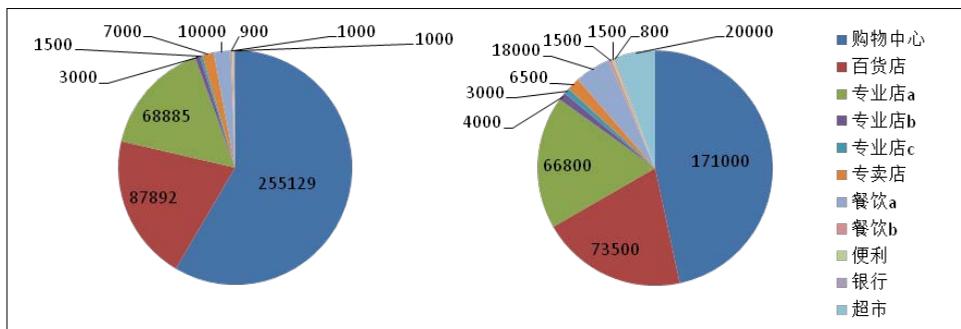


图2 各类业态空间容量(面积)所占比例比较(徐家汇左、五角场右)

档,其业态种类较核心区也更为丰富,包含了中档百货店,各种规模大小的专业店、专卖店、餐饮等,与核心区的商业设施形成错位竞争。这些商业带主要包括肇嘉浜路至天钥桥路沿街连续商业、华山路徐汇百联至广元西路沿街、天平路沿线以及南丹东路至漕溪北路沿线商业^[2]。

五角场站区的中心是由一个下沉广场在地下层连接周边五幅地块所构成的,其主要业态同样包含3类:综合的购物中心、百货公司和大型专业店。中环路将中心区的这几大业态一分为二,从现状看北部地区的万达与百联地块开发度较高且人流量也更密集,南部地区的两幅地块苏宁电器与东方商厦因商业规模和定位、受众人群等因素人气总是偏低。目前10号线五角场站与苏宁电器在站厅层有通道可直接进入,远期江湾体育场站地下也将与北部地区的地下商业全面地联通。在核心区周边的商业业态展现出浓厚的生活气息,从站区餐饮类业态的高容量就可见一斑:位于与主干道相邻支路上的线型商业业态为集中布局的小型专业店及餐饮类业态,其各档次业态种类齐全;在政通路沿线的餐饮业态定位中低档次;大学路与创智天地的业态定位为中高端餐饮,前者的受众人群为周边居民及上班族,而后者主要为来此购物休闲的消费者与商务人士。

在商业空间界面特征方面,徐家汇站区案例中核心区域内的各业态界面长度均值远远高于其他区域,但界面长度更长并不等于能够吸引更多的人流量。核心区内界面最长的港汇广场吸引到的商业人流量并不是最多,其原因

可能是受到相邻步行路径上的人流量分布的影响。美罗城作为该条步行路径上规模最大的商业综合体吸引了最多的人流量,但港汇广场凭借其规模与品牌效应,其通过地面入口进入空间的人流量虽不及美罗城却也相当可观。在次级区域中,各业态界面长度平均都要比核心区要短,其主要由界面较长的百货店或大型专业店等业态结合长度较短的专卖店、中小型专业店、餐饮与金融等业态。从对比数据上来看,界面长度对餐饮类及便利店业态的空间使用量影响并不大。

在地下层面,购物中心、百货店、大型专业店通常仅是通过通道与地铁站厅连接,其界面长度没有地面层那么长,但人流量依旧保持较高值,且界面长度最长的港汇广场吸引到最多的人流。在地下层占据通道连续界面的专卖店业态,其界面长度最高,其空间使用的人流量值较地面也有明显的提高。餐饮类的界面长度仅次于专卖店,与其在地面对界面长度因素影响度不高相比,在地下层餐饮类界面长度的增加可能能够吸引到更多的使用人流。

在五角场站区案例中,核心区域内百联又一城购物中心为大型商业单体建筑,沿城市道路界面长度值最高。而万达广场为步行街模式的商业布局,业态上以专卖店、专业店、百货店、餐饮与金融类业态混合构成,虽然没有超长界面的商业综合体,但地块空间使用活力要明显高于地块内单一购物中心的百联又一城。万达广场地块为购物者提供了更多的消费选择与商业业态,步行街的布局形式也吸引了更多的步行人流。虽然百联东侧也设置有大量的

注释 ①在调查中将专业店细分为a(大型)、b(中等)、c(小型)三档统计,餐饮类业态分为餐饮a(有坐类)、餐饮b(无座类)两类。

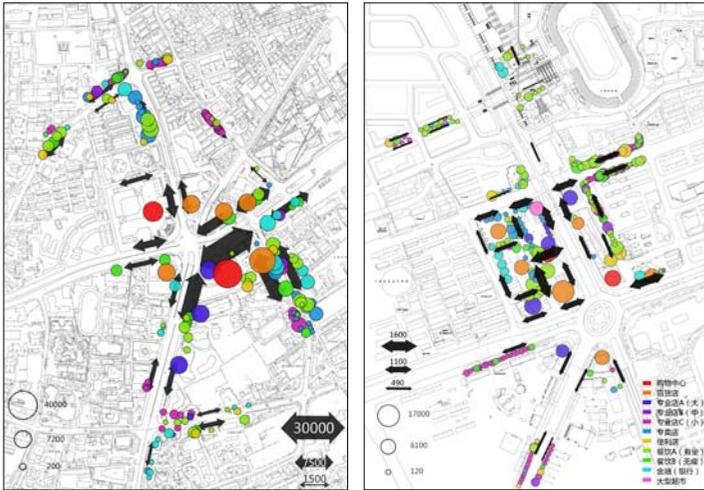


图3 地面步行路径人流量（黑色箭头）与商业细分业态空间使用人流量（彩色圆形）叠加图

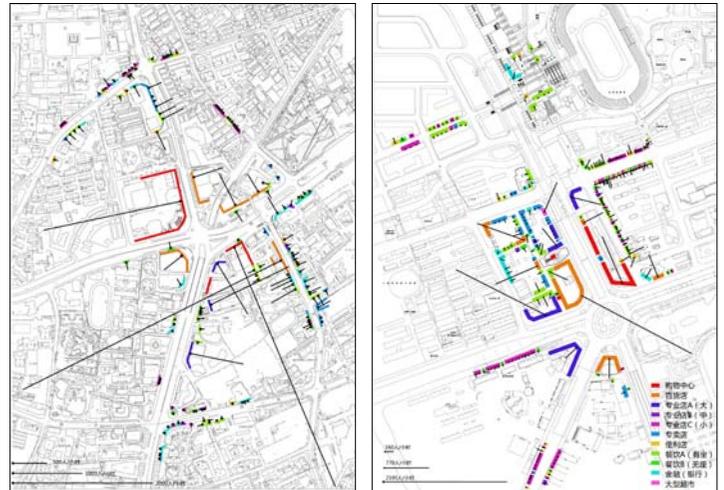


图4 地面商业界面长度（彩色）与商业细分业态空间使用人流量（黑色）叠加图

商业业态,但其主要以餐饮和小型专业店为主,吸引力明显不及万达广场。位于南部的苏宁电器与东方商厦因为其特定的受众面及单一的业态类型,总体空间活力较低。在次级区域内的各业态界面长度普遍较短且布局非常密集,政通路沿线布局有大量的餐饮类业态,这些业态开间普遍较窄,但界面的长短与空间使用人流量有较高的相关度,这一现象同样表现在小型专业店与便利店业态上。在同类业态中,界面较长的店铺通常具有更高的空间使用人流量。

在地下层面,从商业界面长度来看,在地面上长度各异的购物中心、百货店、大型专业店等业态在五角场下沉环岛内界面长度全部相同,但空间使用人流量的值存在较大的差异。在排除了界面长度因素后,购物中心业态吸引到了最多的人流,远远超出百货店与大型专业店业态。从布局上看,各商业地块相对孤立、缺乏联系,互相之间仅通过下沉环岛链接,位于苏宁电器一侧的小规模商业也没有表现出较高的空间使用人流量,空间活力较低。

(2) 步行路径人流量分布与商业空间使用效率

在徐家汇站区域中,美罗城正门前(肇嘉浜路)步行路径上的人流量最大,全天达到近4万人,其空间使用人流量也最大,几乎90%以上的行人会进入美罗城。由漕溪北路、肇嘉浜

路、天钥桥路这3条路的人行道所连成的步行路径也成为了徐家汇站区人流分布最为密集的区域,在此路径上涵盖了包括购物中心、百货店在内的几乎所有商业及相关业态,从区域整体来看,消费者对这些空间的使用度也相当高。

从徐家汇站区空间使用人流量图来看(图3),核心区内的商业空间和相关业态都保持着较高的使用效率,效率从高到低依次为购物中心、百货店、大型专业店、餐饮与金融。由于购物中心与百货店内部基本包括了其他各种商业及相关业态,因此在空间使用的人流量值上占有绝对的优势地位,但受到不同因素如与地铁的结合程度、业态集聚程度、业态本身定位等的影响,互相间也产生了较大的差异。

在次级区域,邻近公交站点、业态的种类越丰富,穿插的餐饮类业态越多,拥有规模较大的业态如百货店或大型专业店对空间的使用状况起到积极的影响,同时邻近以上这些区域的步行路径上的人流量也相对较密集。

在边缘区域,商业空间使用人流量整体较平稳,与核心区与次级区域相比空间使用量始终保持在较低的水平上,各业态在布局上更倾向于向公交站点、办公及居住区等人流发生点聚集,在各类业态中餐饮类的空间使用人流量明显高于其他业态,其空间使用人流量与步行路径人流量相关度也较高^[3]。

在五角场站区域中,万达广场南北及东西

两条中轴线步行路径上的人流量最大,全天共计近3.4万人,与地块内其余位置的商业空间相比,两条轴线上的商业空间使用人流量也相对集中,其中巴黎春天的全天使用人流量达1.7万人次,为站区范围最高。而空间使用人流量较高的业态大部分位于万达广场地块内。巴黎春天百货相邻4条步行路径全天人流量共34 048人,有50.3%即17 160人进入商场;第一食品商店为38.9%;离下沉环岛广场稍远的宝大祥百货、黄金珠宝店和特力时尚汇的使用频率接近30%,而沃尔玛作为区域内唯一的大型超市业态,其使用频率为43.4%。

位于政通路商业空间使用人流量及使用率较核心区域有明显的下降,有别于核心区内若干个大型商业综合体,这些区域内的业态主要为餐饮类、小型专业店、便利店等,以周边居民为受众面,其空间特点为开间较窄,通常在1—5m之间(图4),沿支路线性布局且相对密集。区域内生活气氛浓郁,其中餐饮类业态比例占到48%,小型专业店包括生活百货类、五金类等占到43%,其空间使用率都接近4%^[4]。

五角场站区的“边缘区域”是由不同步的开发进程所形成的,按照规划这一区域为规划建设中的知识创新中央社区,因此不同于通常意义上的边缘商圈,创智天地与大学路的商业业态定位及空间品质较高。创智天地与大学路区域餐饮类业态占到60%,其中多为咖啡馆

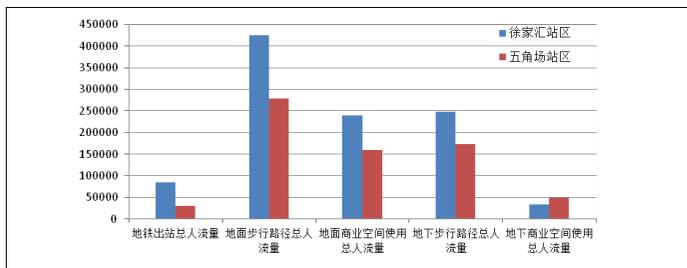


图5 徐家汇与五角场站区地面与地下主要调查数据总量比较（单日）

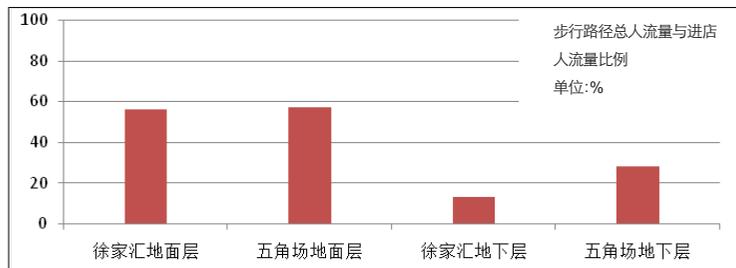


图6 徐家汇与五角场站区地面与地下单日步行路径总流量与商业空间使用（进店）人流量比例

和中高档餐厅,若干品质较高的小型专业店穿插其中,区域整体空间及环境品质要高于次级区域,这些区域的商业空间在特定的时间如下班后、休息日等会体现出较高的使用率。

4 结论

(1) 调查数据总览

据地铁公司数据统计(2011年11月某工作日,11号线未开通),徐家汇站区1号线日出站71 195人次,九号线日出站13 882人次,总计85 077人次。五角场站区五角场站日出站12 734人次,江湾体育场站日出站17 027人次,总计29 761人次。据步行路径人流量调查数据(2012年9月14日周五,未涉及节假日,11号线未开通,该数据与地铁公司数据在时间、季节和地铁运营情况等方面接近,具有可比性),从早10点至晚7点时间段内,徐家汇站区地面步行人流量约42万人,地下步行人流量约25万人,五角场站区地面步行人流量约27万人,地下步行人流量月17万人(图5)。从数据上来看,徐家汇站的出站人流量要比五角场站高出近3倍,区域内步行路径上的人流量比五角场高出1.5倍,单从人流量数据的对比可以发现,地铁站输送出站客流的多少对该区域的步行人流有一定程度的影响作用。

这一现象在其与商业空间使用总量的数据对比上也有体现,徐家汇站区地面商业空间使用总量接近24万人次/d(早10点至晚7点),五角场站区的地面使用总量约为16万人次/d,人数比徐家汇减少了近一半。同时,徐家汇商圈范围内的大小商业网点超过1 000家,商业建筑面积近88万 m^2 ,五角场商圈商业建筑面

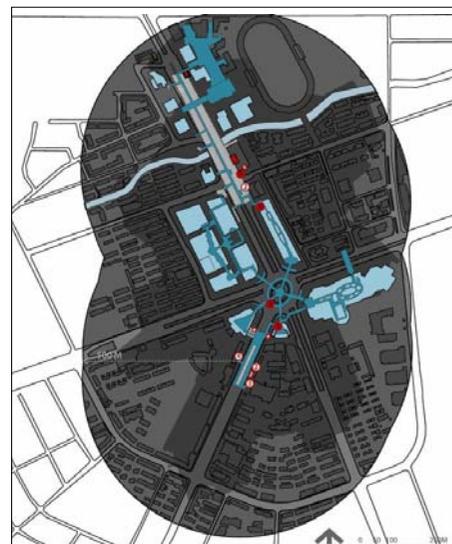


图7 徐家汇站域商圈的地下路径(左)与五角场站域商圈的地下路径(右)

积在2010年就已达75万 m^2 ,当环岛商业商务区在建项目落成后总建筑面积将达140万 m^2 ,区域商业建筑容量将全面超过徐家汇商圈。就目前调查数据来看,在两个站区商业建筑面积相当的情况下,徐家汇站的出站人流量高出五角场站3倍,其各项数据(除地下层空间使用量)也都明显高于五角场站区。同时,两站区的地面商业空间使用人流量与地面步行路径人流量的比值几乎相等,徐家汇为56%,五角场为57%。而在地下层面,徐家汇为13%,五角场为28%(图6),其空间使用总量上徐家汇也要低于五角场。

由此可见,轨道交通对轨交站区的步行人流量对地面商业空间使用量的影响非常明显,而地下层面的空间使用则会更多地受到其他一些关键因素的影响,如地下步行系统的空间结构、地下商业空间品质等。

(2) 商业空间使用绩效

综合不同规模和多样细分业态是副中心轨交站区域商业发展的基本特征。在案例轨交站区地面层,购物中心、百货店与大型专业店通常位于站区的核心区域,且基本都与地铁站有直接连接,地铁站主要出入口也分布于此,此区域的服务功能较强,商业用地综合效益也最高,时尚休闲与零售功能特别突出,这一区域的商业空间使用量占据了整个站区使用总量中绝大部分。次级区域的主要商业业态为专卖店与专业店,同时也会设有一些大型专业店或百货店以支撑其他业态的发展,这些区域的服务功能更偏向生活类服务。边缘区域的业态类型则更为单一,以小型专业店与餐饮类业态为主,其中餐饮类业态占到绝大多数并占据了

下转第117页