上海休闲旅游特色街空间结构及成因研究

[摘　要] 休闲旅游特色街，作为上海都市旅游业发展的重要组成部分，日益受到关注和重视。本文通过对休闲旅游特色街空间结构的实证研究，在明晰其空间分布现状以及构成特点的基础上，试图解读其多元化的形成原因，从而为休闲旅游特色街的深度开发和合理调整提供科学的依据。

[关键词] 休闲旅游特色街；空间结构；成因；上海

休闲旅游特色街是城市旅游资源开发的一种创新形式，也是城市旅游发展的重要载体。如北京的王府井与天桥、南京的夫子庙与新街口、苏州的观前街，以及上海的南京路与豫园老街等都是在国内外旅游市场中享有盛誉的城市休闲旅游特色街。随着城市旅游的快速发展，展现城市风貌和品位的各种新的休闲旅游特色街倍加受到管理部门和经营单位的青睐。从国内城市的横向比较来看，上海城市范围内休闲旅游特色街的发展尤为突出。

一、关于特色街的研究和上海特色街的发展

休闲旅游特色街的建设和发展是现代城市旅游发展中的新课题。目前，关于休闲旅游特色街（下文简称特色街）的研究已取得不少的进展。从国际上看，对城市特色街的研究主要集中在城市建筑、城市规划和城市旅游等多个领域。如艾纳（Einar Lillebye，1996）从历史的角度对街区建筑以及形成的内在关系进行了探讨[1]；安森等（Assenna Todorova、Shoichiro Asakawa、Tetsuya Aikoh，2004）阐述了城市街区基础设施的合理配置和方法[2]；斯蒂芬（Stephen W Litvin，2005）则针对城市旧区改造与旅游开发等关系进行了理论研究和实践探索[3]。而国内对城市特色街的研究重点落在商业步行街和旅游特色街两方面。从商业特色街研究看，唐凡茗（2005）关注商业步行街在旅游业中地位和作用[4]、郑晓山（2004）探讨了商业步行街的设计[5]、焦胜（2005）从旧城改造中分析商业街的开发模式[6]，唐跃(2004)主要论述了商业街与旅游发展的关系[7]；此外，保继刚等还将步行街作为城市RBD的特殊形态进行了探讨[8]；从旅游特色街研究讲，不少学者选择了上海作为研究的切入点，如姚昆遗（2000）[9]和陈继昆（2001）[10]对上海城市休闲旅游特色街功能定位的描述，郑正（2003）对特色街保护和更新的探究[11]，而严国泰(2000)则试图揭示特色街与都市旅游发展的关系[12]。国内外学者关于城市特色街多侧面和多层次的研究，为我们深入研究上海休闲旅游特色街提供了必要的理论铺垫和实践经

原文刊登于《旅游学刊》2006 年第 8 期。

验。

从城市休闲旅游特色街内涵上分析，一般包括“休闲旅游”、“特色”与“街”三个部分。休闲旅游是其基本功能，为市民与外来旅游者提供休闲旅游场所和服务产品，通过其核心产品的吸引物来体现；特色是其主题，包括单一性和综合性两种形式，由其主题表现元素来体现；而街则是其空间存在的形式，包括狭义上的街与广义上的街区两种基本形态。凡具备此三项特征的城市休闲旅游活动空间单元就可称其为特色街。

上海休闲旅游特色街是上海都市旅游发展的产物。就其发展轨迹而言，大致兴起于上世纪九十年代初中期，伴随1997年上海都市旅游业发展定位的明确而日益受到关注和重视，并逐步进入全面建设和发展阶段。当然，由于起步阶段的差异和市场发育程度的高低，除南京路、新天地等少数特色街如今已比较成熟外，大多还处于建设和完善期。尽管如此，特色街凸现出对上海都市旅游业发展的巨大推动力已是不争的事实[14]。目前，集中体现上海地方特色和海派风情，具备一定市场吸引力和产品知晓度，拥有餐饮、文化、娱乐、购物等休闲场所和较完备的基础服务设施，且具有活动时尚性和消费导向性的特色街区数十条，遍布上海城区和郊县。

从城市特色街产生和发展的角度看，大致可以将上海特色街概括为以下五种类型：一是利用旧城区老街传统的人文建筑风貌优势形成的特色街，如豫园城隍庙特色街。二是在已有商业街区的基础上更新与积聚形成的特色街，如南京东路步行街，就是在原有中华商业第一街的基础上演变而成。三是借助街区所在地的历史文化沉淀优势，结合中心城区的改造而生成的特色街，如新天地，就是利用石窟门老街区的改造建成了全新意义上的特色街。四是利用城市居住人口空间结构的调整机遇，对城郊结合部居民导入区进行新的功能定位和区域开发基础上形成的特色街，如普陀区梅川路特色街区的建设就是成功一例。五是在城市新一轮服务经济产业结构调整中，对老厂房、仓库等陈旧建筑物的再利用而形成的特色街，如8号桥、田子坊等文化创意产业园区。

各种形式的特色街不仅为广大市民提供了日常的休闲娱乐服务，营造起浓郁的城市休闲氛围，有力推动城市和谐生活环境的构建，而且也不断丰富着上海都市旅游业的内涵，拓展上海都市旅游的发展空间，并从一个侧面展示了“特色街，让城市休闲旅游生活更美好”的发展理念和发展路径。

二、特色街空间分布结构

上海城市特色街的形成和发展是一个不断积累和螺旋式上升的发展过程，经过10余年的建设与发展，目前已有各种类型的特色街66条[①]，初步形成在功能上互

[①]本文选取2005年上海旅游节“万事达卡杯”十大休闲街评选活动期间由上海广大市民和各区县旅游主管部

为补充、市场上互为依靠、景观上各具特色的网络布局结构和梯度延伸空间。

（一）空间分布结构

1、层次结构

根据特色街的市场知名度、游客接待流量和服务产品吸引力等市场要素，可以将其划分为以下三个层次[①]：第一层次是指不仅具有地方，而且具有国内甚至国际影响力的特色街，如新天地、南京东路步行街、外滩等，共有10条。第二层次是指在上海地区已具备一定市场影响力的街区，如雁荡路、泰康路街区等，也有10条。第三层次，是指已初具规模，但因受制于各种因素，市场影响还相对有限的特色街，共有46条。见表1。

表1　上海特色街层次结构分类

Tab.1 The hierarchical structure of peculiar streets in Shanghai　　单位：%

项目类别	数量	百分比
第一层次	10	15%
第二层次	10	15%
第三层次	46	70%
合计	66	100%

2、区域结构

从区域分布的角度看，上海66条特色街分布在全市18个区县，其中47条特色街集中分布在卢湾区、黄浦区、徐汇区、静安区、虹口区、闸北区等9个城市中心区域内，约占特色街总量的71.2%，其余19条散布在其他区县，约占总数的28.8%。见表2。

表2　上海特色街区域分布结构

Tab.2　The spatial structure of peculiar streets in Shanghai　　单位：%

区县名	卢湾	黄浦	徐汇	虹口	静安	闸北	杨浦	普陀	长宁	其他区县	合计
数量	12	11	6	5	5	3	2	2	1	19	66
比例	18.2	16.7	9.1	7.6	7.6	4.5	3	3	1.5	28.8	100

（二）空间结构特征

1、传统核心区域的分异性

上海城市特色街空间分布结构的一个主要特征就是呈现出明显的传统核心区域分异性规律。对上海而言，其传统意

义上的核心区域主要体现在解放前所谓的公共租界和法租界地区内，包括今天闻

门共同推荐的 66 条休闲街作为基本样本。表 1、2、3 均根据评选资料整理而得。

[①]三个层次划分依据为上海十大休闲街评选过程中的三轮(休闲街推荐、专家海选和公众投票)淘汰结果.

名海内外的整个南京路、淮海路和四川路一带[①]。在这个核心区域内，集聚了37条特色街，约占总数的56.1%，见表3。

在37条特色街中，又有23条集中分布在以延安路为东西轴线，在南北宽约2000米[②]的近矩形区域（北以南京路为界，南以复兴路为界）内。从城市中心特色街的分布密度看，大致呈现从延安路[③]（原公共租界与法租界分界线）向南、向北依次递减的规律。

2、城市CED[④]的指向性

上海特色街空间分布结构的第二个特征就是呈现城市CED指向性态势，即以城市CED为中心的积聚规律，而且越是靠近中央娱乐区，该特征越趋明显。这主要得益于城市娱乐区的“磁石”效应。早在上世纪30年代，上海就形成了10个具有一定娱乐产业规模的城市娱乐区，包括1个中央娱乐区和9个次中心娱乐区[⑤]。伴随城市现代化进程，10个城市娱乐区发展水平参差不齐，但目前基本格局依旧，尤其中央娱乐区和邻近次中心娱乐区发展已趋成熟。

表3　上海66条特色街分布

Tab.3　The distribution of 66 peculiar streets in Shanghai　单位：%

区县名	特色街数量	A类街数量	A街占%	B类街数量	B街占%	C类街数量	C街占%
卢湾区	12条	12	18.2%	10	15.2%	10	27%
黄浦区	11条	8	12.1%	8	12.1%	8	21.6%
静安区	5条	5	7.6%	4	6.1%	4	10.8%
闸北区	3条	1	1.5%	0	——	0	——
徐汇区	6条	5	7.6%	1	1.5%	1	2.7%
虹口区	5条	5	7.6%	0	——	0	——
杨浦区	2条	0	——	0	——	0	——
长宁区	1条	0	——	0	——	0	——
普陀区	2条	1	1.5%	0	——	0	——
浦东新区	4条	0	——	3	4.5%	0	——
闵行区	2条	0	——	0	——	0	——
嘉定区	3条	0	——	0	——	0	——
奉贤区	1条	0	——	0	——	0	——
金山区	1条	0	——	0	——	0	——
松江区	1条	0	——	0	——	0	——
南汇区	3条	0	——	0	——	0	——
青浦区	3条	0	——	0	——	0	——

[①]即：由今十六铺起，沿老县城北城墙(今人民路)至老西门，向南达徐汇路并沿肇嘉浜路直至徐家汇，沿华山路穿过静安寺、经西康路抵苏州河，河（苏州河）北从西藏中路北端指向四川北路北端，再与军工路南端直线连接一线和黄浦江共同围成的区域。详参:郑祖安.上海地名小志[M].上海:上海社会科学出版社,1988 年 10 月第一版:P13-14.

[②]根据上海市测绘院:《上海城市通电子地图》,上海电子出版有限公司 2003 年版进行测算.

[③]指延安中路和延安东路.（下同）

[④]中央娱乐区的英文（Central Entertainment District）缩写. 所谓中央娱乐区,指包含美食、购物、休闲、文化、娱乐等内容的休闲娱乐场所.

[⑤]详参:楼嘉军.20 世纪 30 年代上海城市文化地图解读[J].史林,2005(5):120.

崇明县	1条	0	——	0	——	0	
合计	66条	37	56.1%	26	39.4%	23	62.2%

注：A表示位于20世纪30年代上海公共租界和法租界地区内的特色街数量；B表示位于沿延安高架现代服务业带内的特色街数量；C表示位于原来的租界地区和延安高架现代服务业带叠合部分的特色街数量。

以次中心娱乐区——淮海路、陕西南路和茂名南路地区为例，在其周围500米[①]范围内就积聚有淮海路、茂名南路、皋兰路、香山路、思南路、长乐路和复兴中路等7条特色街，积聚程度很高，超过平均水平（6.6条）。中央娱乐区积聚程度则更强，而距其较远的次中心娱乐区（如老西门文庙娱乐区等）就相对较弱。

3、与现代服务业发展轴的吻合性

以延安路——世纪大道现代服务业轴为轴线的东西向带状积聚规律是上海特色街空间分布结构的第三个特征。同样以延安路为轴心、宽约2000米的近矩形范围（北以南京路为界，南以复兴路为界，东延伸至世纪大道）为参考，全部样本的39.4%（表3）集中分布于此狭长区域。从横向（沿延安路向）来看，以黄浦江为界，浦西特色街的分布密度远远高过浦东；从纵向（垂直延安路向）来看，同样呈现从轴心向两翼积聚密度递减的规律。这与上海现代服务业发展定位高度吻合：上海将依托区位优势，围绕城市功能转变，着力构筑三大服务业积聚带，并重点打造体现上海国际大都市功能与形象的黄浦江、苏州河现代服务业集聚带和延安路——世纪大道为轴线的上海商务走廊[14]。

4、与城市空间扩张的一致性

上海特色街空间结构特征之四就是与城市空间扩张的一致性，即呈现与黄浦江平行的东北西南向集聚分布规律，这主要源于上海从南京路、人民广场一带分别向东北、西南方向延伸的城市演变轨迹。在该区域，集聚有包括杨浦区（2条）、虹口区（5条）、黄浦区（11条）、卢湾区（12条）和徐汇区（6条）等区在内的36条特色街，约占特色街总量的54.5%。

三、多元化的成因解读

上海特色街的兴起、发展和繁荣绝非偶然，而是和这座城市的命运息息相关，既有昔日的烙印，更具时代的召唤。深厚的城市文化底蕴、现代城市功能转变和未来城市发展趋势共同促成了这朵朵奇葩。

（一）文化积淀与现代元素的完美结合

首先，近百年的积累沉淀了独特的“租界”文化，并与华夏文明一道融为上海特有的海派文化。“国际性的公共租界和法租界的设立，使上海快速与国外直接连接起来。西方的物质文明、政治制度、思想文化等，紧随着商品，以很快的速度进入

[①]同前页②.

上海。(郑祖安,1999)[15]”在物质层面，突出体现在城市的建设面貌上：外滩优美的弧形建筑带、南京路五彩缤纷的繁华气象和别具一格的公寓大楼、环境幽静的新式里弄、花园别墅、别具风采的霞飞路（今淮海中路）曾分别为公共租界、法租界高度繁荣的标志，还有排排的石窟门里弄；在精神层面上，领先全国的城市建设经验和管理模式、生活理念等早已渗透在社会各领域的每个角落，塑造着新上海人的新生活。

其次，现代生活元素与文化积淀相结合的特色街建设模式在充分挖掘城市涵蕴、有力提升其利用价值的同时，也为其开发保护尝试着全新的途径，极具现实和借鉴意义。在追求个性化发展大潮中，宝贵的文化遗存不仅为上海城市的特色化建设提供了包括大量优秀、经典建筑等在内的丰富的素材，其与现代时尚元素的完美结合更是造就了一个个经典。新天地、外滩等特色街区的成功开发就是明证，并且已成为上海的张张名片，正在塑造一种品牌。

（二）都市旅游业发展的重要载体

上海国际化大都市的定位必然要求大力发展都市旅游业。“一般地讲，国际旅游城市不一定是国际化大都市，而国际化大都市必定是旅游发达城市(北京国际城市发展研究院,2002)[16]”。都市旅游在现代城市功能中的地位日显突出和重要，而上海城市旅游存在其资源天然不足的瓶颈。因此，作为城市发展的缩影、历史精华的浓缩和展示的窗口，原来的街已被不断加入更多旅游元素和赋予新的内涵，并日益演变为都市旅游业发展的重要载体，二者良性互动发展。

其一，运用现代旅游产品和市场理念对固有的老街资源存量进行盘活。典型代表如对外滩百年建筑的高科技包装和南京路的改造等，使其资源开放时空序列更趋合理、资源配置更趋优化的同时，观赏功能由平面走向立体、单一走向多元，从而使这些休闲旅游街更具特色、更趋成熟，并提升其作为都市旅游资源组成的地位和观赏品位。

其二，都市旅游业的深化发展不断催生新的特色街的诞生。2004年刚刚竣工的普陀区的梅川路欧陆风情休闲街就是其中之一，其定位的别样风格不仅充实了区域旅游资源，还有力提升了普陀区整体旅游形象。上海都市旅游业的高度繁荣为其特色街发展提供了千载难逢的良机，并将继续它量的积累与质的飞跃。

（三）城市生活休闲化的必然要求

114天的法定假日加上带薪休假、寒暑假等因素，实际上上海城市生活的1/3都处于休闲状态。国际发展经验表明，人均GDP3000～5000美元将是城市休闲化全面来临的临界点。统计显示，2004年上海市的人均GDP已经突破5000美元，足够的可用于休闲的时间和收入意味着上海全面进入了城市休闲化时代，生活休闲化将充分彰显上海城市未来发展趋势。

首先，满足商务区白领阶层的休闲需求首当其冲。休闲现已不再单是自我个性

张扬、人格完善和素质提高的方式，已成为进行商务和社交活动的手段。同时，他们还是休闲生活潮流的引领者。因此，满足白领阶层休闲生活需求的休闲设施与服务的供给将代表一个城市休闲生活水平的制高点，而富集餐饮、娱乐、健身、购物等功能的高档特色街区的出现也就成为偶然中的必然。

其次，大众化的休闲现状要求特色街建设的多元化。尽管从闲暇时间和人均国内生产总值两个标志性的指标来看，上海已达到了休闲理论公认的最低标准，但从如何用“闲”，即以何种方法休闲、市民总体素质、市民可自由支配收入等方面看，距真正意义的‘休闲时代’还有很大差距，大众化的休闲尚处于较低层次。于是，催生了特色街的全面兴起。同时，设计独特、环境优雅、服务周到的特色街往往在满足现实需求的同时创造新的需求，从而引导休闲生活水平的螺旋式提升，正在成为城市休闲生活的“向导”。

四、促进特色街健康发展的建议

从上海特色街的空间布局现状及其多元化的成因来看，特色街的开发成功与否完全取决于其自身所处的区位条件、资源条件和市场条件的组合与配置，如衡山路休闲娱乐街：沿途不仅有诸多的欧洲花园式遗存建筑，其间还有酒吧、保龄球馆、网球中心等完善的休闲娱乐服务设施；北临时尚购物街淮海路，南接商业中心徐家汇，市场需求旺盛；区位交通极为便利，轨道交通1号线全境通过，公交换乘快捷。鉴于此，针对上海目前各区县开发、建设特色街如火如荼的场面，笔者提出以下建议：

（一）追求空间布局合理化

空间布局包括特色街之间的空间安排和特色街内部的空间分配。追求空间布局合理化，一方面要注意各区县之间、区县内部特色街选址布局的平衡性，力争做到经营错位，市场互补；另一方面，要注意特色街内部各经营单体之间的布局合理性，以有效规避内部竞争引起的不必要损失，从而实现整条街区的共同繁荣。同时，还要处理好街区公共区域与私有空间的关系，使休闲市民和观光旅游者在不妨碍业主正常经营的情况下，享受最大的空间，获取最美好的体验。

（二）突出功能定位主题化

主题本质上是一种文化表现形式，是一种街区文化的创造，可以是提炼，亦可是变革。突出功能定位的主题化就是要凸现其特色。为此，在特色街功能定位时，就要全面权衡其内涵所在、优势所在，提炼、变革出最能象征其特色的主题，并逐一体现到包括街区标识、产品等在内的诸多细节中，以达到借主题来打造街区的目的：利用文化的加和作用，使特色街兼具更大的凝聚力，实现社会经济效益的最大。

（三）谋求资源配置最优化

所谓资源配置就是“资源在不同时间阶段、空间区域和用途之间的分配（楼嘉军，2001）[17]”。谋求特色街建设资源的优化配置就是要科学处理好市场、交通等与自身产品供给之间的关系，尤其要解决好外部的可进入性和内部的通达性，确保供需之间的无缝隙交流，实现全部资源效用最大化。

（四）实现整体运作市场化

目前，作为社区建设的组成部分，特色街建设基本还是政府投资。但是应当看到，企业行为的投资取代政府行为将是未来发展的趋势所在。首先，特色街的开发、建设，作为都市旅游发展的一部分，是一种经济现象，其最终要实现经济回报；其次，实行企业投资将有效规避政府投资带来的一些弊端，可以充分调动投资者的积极性，便于特色街自身的健康、可持续发展。因此，政府应准确定位自己，充分利用市场化条件下的各种社会资源，使建设的每一条特色街都能经得住市场的考验，以便更好的服务于广大市民和外来旅游者，真正实现“上海——精彩每一天”。

参考文献：

[1] Einar Lillebye. Architectural and functional relationships in street planning:an historical view[J]. *Landscape and Urban Plan*,1996,35:85-105.

[2] Assenna Todorova, Shoichiro Asakawa, Tetsuya Aikoh. Preferences for and attitudes towards street flowers and trees in Sapporo, Japan[J]. *Landscape and Urban Plan*, 2004,69:403-416.

[3] Stephen W Litvin. Streetscape improvements in an historic tourist city a second visit to King Street, Charleston, South Carolina[J]. *Tourism Management*, 2005,26:421-429.

[4]唐凡茗.步行街在旅游业中的地位和作用研究概述[J].桂林旅游高等专科学校学报,2005,16(6): 83-85.

[5]郑晓山.基于场所理论的春熙路商业步行街设计分析[J].西南交通大学学报(社会科学版),2004,5(6):139-142.

[6]焦胜,曾光明,李向辉,等.旧城商业步行街的复合开发模式探讨[J].四川建筑科学研究,2005,31(5):118-121.

[7]唐跃.略论商业特色街与旅游的关系[J].浙江树人大学学报,2004,4(3):28-30.

[8]保继刚等.城市旅游:原理·案例[M].天津:南开出版社,2005.160.

[9]姚昆遗.关于上海衡山路旅游街定位的思考[J].旅游科学,2000(1):9-11.

[10]陈继昆.浅谈福州路文化街功能的完善与提升[J].上海统计,2001(04):33-34.

[11]郑正.上海市多伦路商业文化休闲步行街区保护更新规划[J].城市规划汇刊,2003,147(5):34-40.

[12]严国泰.休闲街的品位与都市旅游[J].同济大学学报(社会科学版),2000,11(1):29-33.

[13]宋长海.上海创新开发都市旅游资源[N].中国旅游报,2006-03-17（5）.

[14]申城现代服务业构筑“3 带 19 区”[N].文汇报,2005-02-23（5）.

[15]郑祖安.百年上海城[M].上海:学林出版社,1999 年 4 月第 1 版:前言 P3.

[16]北京国际城市发展研究院.数字中国—中国非保密性数字读本[M].光明日报社,2002.313.

[17]楼嘉军.试论资源配置对上海都市旅游发展的影响[J].旅游学刊,2001,16(2):56.