

## 杭州河坊街历史街区商业网点业态结构及规划启示\*

潘丽丽, 罗宇红

(浙江工商大学 旅游与城市管理学院, 浙江 杭州 310018)

[摘 要]选取位于杭州清河坊历史街区内的河坊街步行街作为研究对象,采用参与观察法和内容分析法,对河坊街上商业网点的业态结构进行分析。结果表明,河坊街历史街区商业业态以旅游功能为主,网点同类型空间集聚,并与周边商圈有机结合。同时也存在地方表现度不足,商品同质性高,结构相对单一等问题,需要完善业态结构,把控商品质量,挖掘本地文化,以加强自身特色,并为类似景区提供借鉴经验。

[关键词]历史街区;商业网点;业态结构;河坊街

[中图分类号]F592.7

[文献标识码]A

[文章编号]1674-3784(2014)06-0074-05

### 一、历史街区商业业态概述

历史街区是指“具有历史文化价值并且保持一定原有风貌的地区”<sup>[1]26</sup>。城市历史街区对城市职能、城市空间发展具有重要意义,其商业业态的发展也值得关注。与历史街区旅游发展、规划设计的众多文献研究相比,其商业业态的研究显得不足。商业业态被认为是商业企业为满足不同的消费需求而形成的经营形态,包括百货店、购物中心、仓储式商场、超级市场、大型综合超市、便利店、专业店、专卖店、批发市场等批零业态<sup>[2]</sup>。商业业态在中国不断发生改革和变化,但由于历史街区对于城市发展的特殊性及其职能限定,历史街区的商业发展及业态受到一定的限制。在历史街区的商业开发方面,历史文化保护和开发存在长期的辩证关系,需要把握好允许变化的程度和规模<sup>[3]</sup>。历史街区的保护不仅不会阻碍经济发展,其带动的旅游产业、环境管理等会成为经济发展的有力工具<sup>[4]</sup>。在历史街区的发展中,商业是复兴街区活力的手段<sup>[5]</sup>。

我国学者对于城市街区商业业态布局、影响因素、结构等方面进行了探索研究。研究表明,历史文化因素对城市街区商业业态有一定的影响<sup>[6]</sup>,商业业态布局与竞争力有一定的一致性<sup>[7]</sup>,历史街区空间更新与业态更替之间存在关联<sup>[8]</sup>。古镇商业业态类型有集聚形态和自由形态两种类型,决定因素在于古城

镇自身、消费者行为和商业业态自身<sup>[9]</sup>。政府宏观调控、开发商特色开发和业主科学经营三方面是城市街区商业网点业态结构健康发展的有效措施<sup>[10]</sup>。但总体上看对于特色街区,尤其是浓郁地方特色的历史街区商业业态的结构还缺乏典型案例解析。

### 二、研究区域与方法

#### (一)研究区域

杭州河坊街是清河坊历史街区核心地段,清河坊自古是杭州的繁华地段,位于杭州上城区老城区,有丰富的历史人文遗产和文化底蕴。2000年杭州市政府颁布《杭州市清河坊历史街区保护办法》,清河坊街区功能规划为旅游、购物、餐饮、娱乐与休闲。业态布局上保留街区内著名的老字号,另以招租、联营等形式,引入商家经营古玩、字画、旅游纪念品、工艺品、杭州及各地名优土特产等符合历史文化氛围的项目。其中河坊古迹区是其重要区块,规划的商业业态包括医药、茶、饮食、古玩艺术、市井民俗、文化古迹等6个方面,是研究历史街区商业业态典型的案例地区。本文研究区域为河坊街历史街区核心地段,即东起中河高架打铜巷,西至吴山广场华光路,包括步行街范围内南北方向上大井巷、小井巷、西太平巷、中太平巷、东太平巷和后市街与河坊街步行街融合的区域(如图1灰色区域所示)。

\*[基金项目] 国家自然科学基金项目(41201138);浙江省自然科学基金项目(Q12D010022)

[收稿日期]2014-04-24

[作者简介]潘丽丽(1975-),女,辽宁沈阳人,博士,浙江工商大学副教授,硕士生导师,研究方向为旅游地理、旅游规划;罗宇红(1990-),女,安徽蚌埠人,浙江工商大学2012级旅游管理专业硕士研究生,研究方向为景区管理、旅游资源管理。

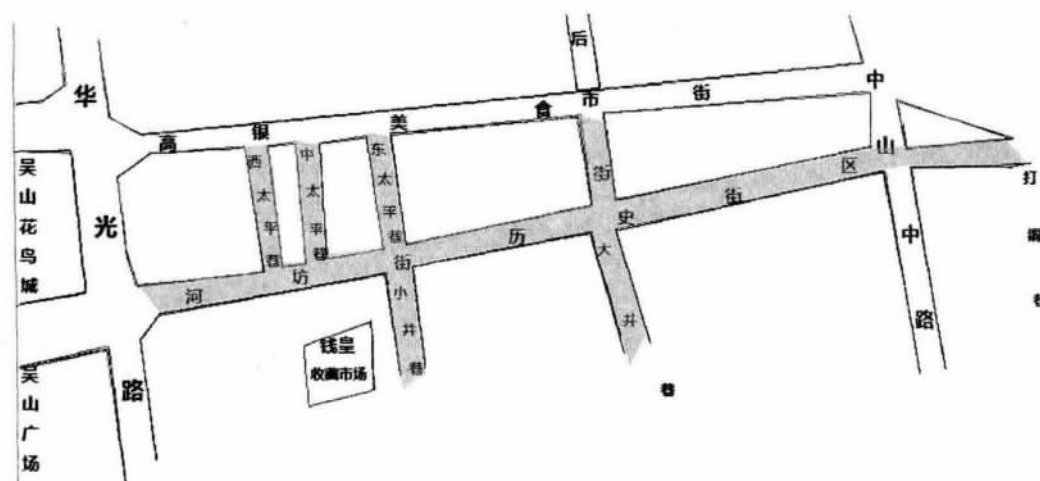


图1 研究区域示意图

## (二)研究方法

本文采取实地调查、参与观察和内容分析法进行研究,通过对杭州河坊街历史街区的实地调查和观察获取一手资料,再通过内容分析的方法处理数据资料。调查时间为2012年12月至2013年8月,调查内容包括观察河坊街(研究区域)的建筑风格、商业网点的分布,并对所研究区域上每一家店铺和摊位拍照,后期通过照片整理统计摊铺名称、商品类别、位置信息等作为基本数据进行分析。

## 三、河坊街历史街区商业网点业态结构分析

经实地调查,研究区域内共有商业网点234处,其中店铺170家,摊位64个。河坊街主街道上有包括展馆在内的店铺共135家,南北方向的巷弄里统计店铺共35家,街道中间的展示亭46处,胡庆余堂围墙下的小商品摊位以及街道拐角处共有摊铺18家。按照功能属性、地方属性进行类型划分,此234处商业网点分为五大类,即餐饮住宿、旅游商品、药店诊所、古玩字画和其他类型的网点,以及14个基本类型:(1)餐饮住宿,是指满足游客饮食和住宿需求的网点,共计12家,包括一般饮食、地方饮食和快捷酒店;(2)旅游商品,是指销售商品非游客基本需求,且满足游客个性化需求如求医问药、古玩字画等的商业网点,包括特色纪念品、地方特产、服饰等共计177家;(3)药店诊所,即中医馆和售卖中药补品的网点共12家;(4)古玩字画,包括木雕、紫砂、画廊等艺术类网点,共计23家;(5)其他类,是指街区上游戏娱乐、文化展馆和旅游咨询等网点共10家(如表1)。

### (一)河坊街历史街区商业网点特征分析

#### 1. 基于旅游功能的商业网点结构特征明显

河坊街历史街区是杭州市政府重点打造的以旅

表1 河坊街商业网点分类一览

大类	小类	店铺	摊位	总数	小计
餐饮住宿	地方饮食	5	—	5	12
	一般饮食	5	—	5	
	住宿	2	—	2	
旅游商品	特色纪念品	13	17	29	177
	一般旅游商品	41	41	82	
	地方土特产	31	1	33	
	丝绸织品	22	—	22	
	普通服饰	11	—	11	
药店诊所	中医馆	3	—	3	12
	中药补品	9	—	9	
古玩字画	古玩字画	23	—	23	23
其他	游戏娱乐项目	1	5	6	10
	文化展馆	3	—	3	
	旅游咨询点	1	—	1	
合计		170	64	234	234

游为主要街区功能的特色商业步行街,从街区商业网点类型的总体情况看来,旅游商品销售作为主营类商业网点,与历史街区功能定位相吻合,基于旅游功能的商业网点结构特征明显。由表1可知,现有的234处商业网点中,旅游商品类的商业网点共177家,占全部商业网点的75.64%,排列在前三位的网点基本类型分别是一般纪念品、地方土特产和特色纪念品,均属于旅游商品的类别之中。在旅游商品类店铺共有118家,占店铺总数的69.41%,且此处旅游商品主要包括一般商品、特色纪念品、土特产、丝绸、服饰等即时购物类商品,药店诊所的消费者多带有求医问药的明确目的而来,古玩字画的消费需要一定的欣赏和鉴别能力,客户群体有限,并未列入旅游商品类别

之中。在 64 家摊位中,除 5 处为游戏娱乐项目,其余 59 处均属旅游商品销售类型,占摊位总体的 92.19%。

2. 商业网点文化原真性表现存在差异

历史街区应保留文化原真性,增强游客对文化的体验,在继承有价值的文化渊源基础上“有机成长”<sup>[11]</sup>。本文以网点销售商品的本地性为着眼点,以前文的河坊街网点分类为基础,将河坊街商业网点的地方特色表现度划分为 3 种层次,即具有浓郁本地特色、具有一定本地特色和基本不具有本地特色(如表 2 所示)。

表 2 河坊街商业网点地方特色显现度

地方特色表现度	基本网点类型	网点数量	店铺数量	摊位数量
具有浓郁 本地特色	地方饮食	4	4	—
	特色纪念品	6	6	—
	地方土特产	2	2	—
	中药补品	2	2	—
	中医馆	4	3	1
	比例	7.69%	10%	1.56%
具有一定 本地特色	地方饮食	1	1	—
	特色纪念品	24	7	17
	地方土特产	29	29	—
	中药补品	7	7	—
	古玩字画	23	23	—
	丝绸织品	22	22	—
	文化展馆	3	3	—
	游戏娱乐	2	—	2
	比例	47.44%	54.12%	29.69%
基本不具 本地特色	一般旅游商品	82	41	41
	一般饮食	5	5	—
	普通服饰	11	11	—
	住宿	2	2	—
	游戏娱乐	4	1	3
	旅游咨询点	1	1	—
	比例	44.87%	35.88%	68.75%

(1)具有浓郁本地特色。主要是指创办于此的老字号店铺,商品具有其他历史街区不可取代和复制的独特性,是河坊街历史文化的传承和生活旧景的再现。现有共计 18 家此类型的网点,占总体的 7.69%。包括地方餐饮中的状元馆、西乐园、王润兴酒楼和太极茶道苑;潘永泰棉花、元泰丝绸和元泰老号、张小泉剪刀、王星记扇子以及万隆火腿等特色纪念品;蒋同顺和蒋顺发两家土特产和糕点店;胡庆余堂、方回春堂和万承志堂 3 家中医馆;益元参号和保和堂两家老字号中药补品店;以及摊位中的小热昏梨膏糖。

(2)具有一定本地特色。是指与清河坊文化相关

联,是当地文化的衍生,具有一定的独特性,共计 111 家,占网点总数 47.44%。包括地方饮食中的爆鳝面馆;特色纪念品中的工艺伞、剪刀铺等;地方土特产里则包括了茶叶、菊花、糕点等等多种杭州及周边特产;中药补品类的商业网点是杭州中医文化发展的产物;古玩字画虽不是杭州所特有,却体现了杭州的文化底蕴,与周边的钱皇收藏馆、吴山花鸟城相得益彰;丝绸是杭州特色产业之一,是杭州女装产业的重要组成;江南铜屋、钱币馆、开明画院等文化展馆也都对杭州的历史文化、艺术收藏有所展现;摊位中有 17 家商品手工制作及现场展示,与一般的旅游商品相区别;另有大宋沙包、宋朝拉大片两样娱乐项目具有一定的地域特色。

(3)基本不具有本地特色。是指商业网点与其他历史街区雷同,基本无特色可言。包括一般旅游商品、一般饮食、普通服饰、住宿、游戏娱乐以及旅游咨询中心,如毛绒玩具、汽车挂架等商品比较普遍,此网点共计 105 家,占网点总数 44.87%。

由上述可知,河坊街上 234 家商业网点中,仅有 18 家具有浓郁地方特色,地方特色表现度不足,基本不具有本地特色的网点比例将近 50%,表明河坊街上的商业网点,尤其是旅游商品类网点在地方特色的表现度方面有所不足。

3. 同类型商业网点空间集聚

通过对河坊街的走访调查和数据分析发现,各类型的商业网点分布在空间上具有一定的集聚趋势。街区上的餐饮类店铺多集中在河坊街东部,自打铜巷至中山中路段即有状元馆、爆鳝面馆、西乐园、王润兴酒楼,以及奶茶店、久久丫、麦当劳等 7 家店铺,河坊街美食一条街也位于此路段。而在河坊街西侧的华光路,分布有永和豆浆、DQ 等餐饮店。古玩字画多集中在主干街道两边的巷子里,在 23 家古玩字画商铺中,17 家店铺分布在小井巷、西太平巷、后市街等巷弄里,其余分布在街道拐角处以及河坊街西部靠近吴山广场处。其他商品如丝绸织品、地方土特产等,多是三五家同类型的网点或排成一行,或南北对应。

此种商业网点的空间布局与消费者的行为特征紧密相关。河坊街长 460m,游玩全程一般需要 2 个小时。据观察,游客多由西部华光路、吴山广场处进入,行至东部打铜巷附近用餐及休息,随后折返,呈往返式旅游路线。对于餐馆而言,集中于东部的地理位置不仅可以招揽河坊街的游客,同时也可以吸引附近街道和社区的居民前来消费,扩大市场范围。而古玩字画的消费群体特殊,喜好幽静,网点多分布于巷内。丝绸织品和土特产的集中分布方式产生规模经济效应,消费者可以进行比较和选择。

#### 4. 街区商业网点布局因地制宜

河坊街的布局充分考虑了区域内外联系,商业网点的类型分布与所在商圈的整体环境相适应。河坊街处于杭州上城区吴山商圈,东有南宋御街品质街区,北是高银美食街,延安南路汇集了多家商场和超市,是零售业的聚集区,南山路的精致店铺和餐饮对吴山商圈进行了补充。河坊街历史街区上的业态结构包括中医药、餐饮、古玩字画、土特产和旅游纪念品等,其中中医文化依托胡庆余堂、方回春堂等老字号,少量的餐饮网点与高银美食街相呼应,古玩字画与钱皇收藏馆和吴山花鸟市场衔接,土特产网点迎合了街区特色古街的特征并增加了商圈内的地方特色,旅游纪念品补充了街区的购物功能。

##### (二)河坊街商业网点存在的问题

###### 1. 历史街区商业网点结构单一

河坊街历史街区虽然对于购物、餐饮、娱乐类的商业网点均有涉猎,其中包括中药、字画、纪念品等的购物类网点偏多,为游客提供参与体验的网点有所欠缺,街区商业结构较为单一。从市场角度来看,消费者的需求不仅倾向于街区的主题性,也具有多元化的特征,消费者除了在河坊街感受市井文化、购买纪念品,也有餐饮住宿、休闲放松、获得知识的需求。而在河坊街,住宿类网点共有2家,集中在小井巷内,是普通的商务快捷酒店,缺少地方特色和文化。除了提供特色饮茶的太极茶道苑,游客参与的娱乐休闲项目仅有怪屋、大宋打沙包、拉大片表演,以及景区常见的古装照相和人物素描。街道上的休息区域少,沿途的小吃店、糕点店只提供外带打包,不少游客走累以后只能选择在方回春堂、胡庆余堂内稍作休息。

以旅游商品销售为主的商业网点结构造成了游客在河坊街停留时间较短,游客在河坊街只能短暂停留,虽然符合参观型游客(尤其是团队游客)游览时间的限制,但是也限制了游客的游览时间,降低游客的参与程度,造成游客只会把河坊街作为游玩日程中的一个景点,甚至是一个购物点,从而错失了其文化内涵和休闲娱乐。同时,也不利于开拓本地居民市场,长此以往,市井文化缺失,河坊街就会沦为普通的旅游购物街,游憩功能未得到充分体现。

###### 2. 网点结构未充分体现历史街区文化深度

商业街的功能主要包括交通、购物、休闲娱乐、文化<sup>[12]</sup>。作为历史街区的河坊街步行街,原有的生活场景和生产消费空间也是该区域的文化遗产,对原有业态进行挖掘,使其展现在街区和网点中,是对街区历史文化的保护和合理利用。因此其主要功能除了旅游购物之外,还应具有显著的文化功能。通过前文对河坊街商业网点地方性表现度的分析发现,河坊街

虽然具有文化特色的商业网点较多,但充分体现杭州本地浓郁历史文化的网点比例不高,在网点设计及产品管理中还存在文化挖掘不深的问题。尤其是一些现存较好的文化要素未能得到很好的使用和展现。在河坊街历史街区中段,横亘的黛檐白墙上“胡庆余堂国药号”七个大字渲染了古街建筑与中医文化,但实际调研中发现,白墙下是一排售卖各式小商品的摊位,商品杂乱,质量参差。在街道展示亭中间的忠义亭,前后被摊铺包围,很多游人在这里合影却不知道亭子的含义。在小井巷入口拐角处的一组展现市井生活的铜像吸引了游人的目光,其背景却是商务酒店的LED招牌。清河坊“四拐角”的建筑还保留在原址,如今只剩下万隆火腿庄还延续当年的商业形态。沿街有武大郎烧饼、定胜糕的叫卖声,但武大郎是山东景阳冈的特色人物,定胜糕已经逐渐失去其原汁原味。街区在网点布局、商品构成、功能规划方面,与其所承载的文化深度不相符。

###### 3. 商业网点同质性高

在河坊街的普通商业网点中,商品的品牌和种类的重复度高,在短短的460米街道上,明信片的网点就有3家,筷子专卖店2家。22家主营丝绸织品的店铺中,西湖雪、洁绣丝绸、上海故事、幽兰佳人等品牌在街区上的网点都是2家。11家普通服饰的网点中就有4家女包店,其中2家同一品牌。过多的同类型商业网点,使其在街区内的竞争愈加激烈,从而降低旅游商品的利润空间,并会产生恶性竞争事件的发生。街区内网点,尤其是旅游纪念品类商业网点内,商品种类繁多、重复度高。多数店铺缺少知名度与美誉度,商品陈列摆设混乱,同种商品在不同店铺内的价格差异大等,影响了旅游商品在消费者心目中的可信力,不利于打造和维护街区的整体形象。

通过对河坊街商业网点在数量构成、空间分布、商品内容等方面的分析总结,可以看出河坊街历史街区商业网点的布局特色与问题并重,在业态结构、特色挖掘等方面都需要进行优化,在强化自身的基础上为国内其他景区提供借鉴经验。

#### 四、河坊街历史街区商业网点业态布局优化与启示

通过对河坊街商业网点在数量构成、空间分布、商品内容等方面的分析总结,可以看出河坊街历史街区商业网点的布局特色与问题并重,在业态结构、特色挖掘等方面都需要进行优化,在强化自身的基础上为国内其他景区提供借鉴经验。

##### (一)河坊街历史街区商业网点业态布局优化思路

###### 1. 完善业态结构,延长停留时间

河坊街历史街区的目标市场既包括外来游客,也

包括本地居民。而目前河坊街的商业网点过多注重旅游商品销售,业态结构单一,缺少对本地居民的吸引力。游客在购物之余需要休憩餐饮场所,本地居民的休闲聊天需要安静舒适有特色的环境。因此,可在目前的业态结构上,增加餐饮、娱乐等体验类网点,满足消费者除购物以外的需求。

体验类商业网点包括影剧院、咖啡厅、茶馆、戏楼、酒吧、KTV、名人故居、博物馆等等<sup>[13]</sup>。就河坊街而言,影剧院占地面积过大、酒吧和KTV环境过于喧嚣,并不适合河坊街的整体街区形象。目前街区的二楼商铺多数空置,可以开发为茶馆、咖啡馆和戏楼,增加扇子博物馆、剪刀博物馆、丝绸博物馆,配以宣传手册和文字解说,引导游客自行游览。

同时,改变旅游商品的售卖模式。目前河坊街上已有一些网点是现场制作、手工艺展示,如花生酥、定胜糕、炒茶叶,还有传统手工艺表演如吹糖人、徐人面等,这些网点都会聚集不少游客驻足欣赏。河坊街可以增加此类网点的数量,如皮影戏、手工剪纸,使之区别于一般的城市历史街区,提高街区业态结构的完整性和层次性。

## 2. 把控商品质量,提升街区档次

首先,对234家商业网点进行管理和整顿。清理部分商品混杂、工艺品和珠宝首饰缺乏可信度的商业网点,鼓励特色鲜明、物美价廉的商铺进入,强调入驻商铺的专业化和精致化。其次,要注重强化街区的品牌特征。不同于引进多种高端业态的南宋御街,河坊街重在保护商业风貌,挖掘古都文化。加强街区内的老字号、特色商铺的设置,传承杭州的文化脉络,也有利于提高街区的知名度和美誉度。在业态引入时要不断进行品牌建设,强调文化的原真性和传承性。

同时,合理规划河坊街的业态分布。根据规划方案中强调的医药、茶、饮食、古玩艺术、市井民俗、文化古迹等6个方面,规划河坊街靠近中河高架段以餐饮小吃为主,体现市井生活的繁华喧闹;胡庆余堂和方回春堂周边以中医药为主,体现中医文化的博大精深;西太平巷和后市街以古玩艺术为主,体现书画艺术的高雅。

## 3. 挖掘当地生活场景和原有业态

在业态规划时要充分考虑街区的文化背景,挖掘原住民的原有业态,并以适合当代人旅游行为的方式表现出来,统一街区的生产、生活和消费空间,连接街区的过去、现在和未来,展现出立体的街区风貌。古建筑中的商业网点布局可以借鉴万隆火腿庄的经营,恢复当年“清河坊四拐角”的商业形态,开设香粉店、烟店、帽庄等地方表现度强的店铺。在忠义亭、市井

铜像附近增添休息区域,配合文化解说或演出节目,增加游客的视觉感受。对胡庆余堂白墙下的摊位进行清理,增添胡庆余堂的宣传展示栏、中医药文化介绍等内容。对街道中央的手工艺展示亭进行更新,清除部分杂乱无章的摊位,引进更多的传统手工艺,或者再现旧时的生活场景,如裁缝店、理发铺、茶馆、报馆和作坊等。这些传统的商业业态不仅能突出河坊街的历史文化、市井生活,也会对游客产生极大的吸引力。

## (二)城市历史街区商业网点布局思索

在城市历史街区的发展中,河坊街的结构特征和问题并不是其特有的,诸如黄山屯溪老街、平遥南大街等都存在类似问题。对于类似街区的网点布局,首先要从业态的结构和管理方面进行。在对消费者空间行为和消费偏好进行了解的基础上,分析停留区域、流量规律、消费能力、个人特征等,从而对网点的分布、休息区域的设置、街道尺度、建筑立面等进行合理布局。丰富历史街区的业态结构,同时吸引外地游客和当地居民,刺激消费者的积极消费。业态结构不是一成不变,也不是时刻变化的,街区管委会或者相关部门应建立良性的业态更新机制,及时根据市场内外部环境因素做出微调。对于传统业态采取租金优惠、装修补贴等手段进行扶持,建立商业网点的准入制度等,严格把控历史街区商业网点的进驻和退出,保持合理的业态发展结构。

同时,对于历史街区展现出的传统文化和地方生活场景,既要“保护”也要“开发”,要重视对其所承载文化保护和开发的“度”。如果过度强调文化的原真性,就会使得街区文化失去生命力而与整个城市的发展格格不入,阻碍文化的保留和传承;如果肆意地对文化进行更新和改造,就会使文化失去根基,对历史街区造成破坏。在城市历史街区商业网点的开发中,不仅要注重文化的传承,包括文化在商品中的体现,以及文化的现代表现形式;也要加强旧的生活、生产场景在街区的再现,为现代人提供怀旧场所,同时吸引旅游者和本地居民。

本文以河坊街为调研地,对其商业网点进行实证研究,分析、描述其商业特征和业态现状,以期对河坊街及类似街区的开发规划提供一定的参考意见。同时,本文也存在不足和不全面之处,继续研究可采用定量研究方法对街区商业业态的竞争力与空间分布进行更为详细的研究,也可在数据积累的基础上,进行横向或纵向的比较,探讨其业态发展动力和影响因素等。

(下转第88页)

# Analysis of Localization in Public Art Design for the Tourism Environment of Guilin city

Chen Jing

(Guilin Institute of Tourism, Guilin 541004, China)

**Abstract:** The analysis of localization is widely used in the public art design for the tourism environment. Through the study of the reality and development of public art design for Guilin's tourism environment, the writer is trying to illustrate the significance of the involvement of the symbols of the landscape, local history and folk culture in the city's public art design. It can improve the tourism environment of Guilin by providing a unique pattern of public art, which is the combination of traditional art with modern one, landscape with culture.

**Key words:** tourism environment of a city; public art design; analysis of localization

[责任编辑:陆宝福]

\*\*\*\*\*  
(上接第 78 页)

## 参考文献:

- |   |  |
|---|--|
| [1] 陆翔,王蓬. 北京 25 片历史文化保护区保护方法初探[J]. 北京规划建设, 2001(1):25—28.  | [8] 张环宙,沈旭伟,吴茂英. 城市滨水历史街区空间更新与业态更替研究[J]. 浙江外国语学院学报,2013(1):90—95.      |
| [2] 林耿,许学强. 广州市商业业态空间形成机理[J]. 地理学报,2004(5): 754—762.  | [9] 胡海霞,杨振之. 古城镇商业业态研究[J]. 软科学,2010(9):138—141.                        |
| [3] Lichfield N. Economics in urban conservation [M]. Dublin: Cambridge University Press, 1988:168—170.                         | [10] 宋长海,楼嘉军. 上海休闲商业街商业网点业态结构研究[J]. 旅游学刊, 2007(5):79—84.               |
| [4] John Laurie. Historic preservation and cluster based economic development[J]. Economic Development Journal,2008,7(1):38—46. | [11] 侯寅峰. 浅谈历史街区商业街的保护和更新[J]. 山西建筑,2007(5):70—71.                      |
| [5] Falk N. Baltimore and lowell: Two American approaches [J]. Built Environment, 1986(12):145—152.                             | [12] 徐康宁. 文明与繁荣:中外城市经济发展环境比较研究[M]. 南京:东南大学出版社,2003.                    |
| [6] 林耿,李燕. 历史文化因素对广州市商业业态空间的影响[J]. 人文地理, 2005(4):30—33.   | [13] 赵渺希,唐子来. 城市历史街区产业功能拓展的本土特色和导向策略[J]. 上海城市管理职业技术学院学报,2008(6):19—23. |
| [7] 周永广,温俊杰,陈鼎文. 基于信息熵权 TOPSIS 法的步行商业街区业态竞  |  |

# Study on Commercial Networks Structure and Development Enlightenment of Hefang Historic Street in Hangzhou

Pan Lili, Luo Yuhong

(College of Tourism and City Management, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China)

**Abstract:** This paper studies the structure of commercial networks of Hefang Street which is located in the historic district of Qinghefang in Hangzhou by participant observation and content analysis. The results show that commercial activities of the historical block of Hefang Street are mainly oriented to tourism function. The same type of commercial networks show the tendency of spatial agglomeration, organic integrating with the surrounding business circle. There are also some problems about commercial activities in Hefang Street, such as the lack of local features, commodities with high homogeneity and the relatively simple structure. Historic streets need to improve the industrial structure, to control the product quality, to explore the local culture, to strengthen their own characteristics, and to provide reference for similar scenic spots.

**Key words:** historic district; commercial network; structure; Hefang Street

[责任编辑:连云凯]