

# 杭城夜市现状调研及规划建议

## ——以吴山夜市为例

黄扬飞,黄晓峰

(浙江科技学院 建筑工程学院,杭州 310023)

**摘要:** 夜间经济是城市经济的重要组成部分,也是衡量一座城市经济繁荣的“晴雨表”。夜市已成为城市生活及经济发展中不可或缺的一部分。今以杭州吴山夜市为例,通过对夜市区位、布局、规模、消费群体等方面的调研,探究夜市的存在对于城市的生活及规划的影响,提出规划及管理上的改进意见,勾画出理想的夜市模型,使夜市能更好地服务于人们,提高城市居民的生活品质。

**关键词:** 夜市;现状调研;规划建议;杭州

中图分类号: TU984.11

文献标志码: A

文章编号: 1671-8798(2011)01-0047-07

## Hangzhou night markets situation investigation and planning proposals: a case study of Wushan night market

HUANG Yang-fei, HUANG Xiao-feng

(School of Architecture and Civil Engineering, Zhejiang University of Science and Technology, Hangzhou 310023, China)

**Abstract:** Evening economy is an important part of the city's economy, it's also a city "barometer" to measure the economic prosperity. Night Market has become an indispensable part of city life and economic development. Through the research of night market location, layout, scale, and consumer groups, taking Hangzhou Wushan Night Market as an example, we explore the implications of night market for the city life and planning. Then we bring up the planning and management improvements, and the ideal night market model, so that the night market can serve the people better, to improve the quality of the life of the urban residents.

**Key words:** night market; actualities; investigate research; planning proposals; Hangzhou

夜市是一个城市的缩影,尤其对一些有文化底蕴的城市来说,逛夜市是认识一个城市最好的方式。杭州是个旅游休闲城市,也是一个历史悠久的文化名城,其人文资源是最能打动本地人和外地游客的,其中人文资源的夜游作为游玩方式的一种也很受游客欢迎。杭州如今开设有大小不一的多个夜市,有些形成

---

收稿日期: 2010-06-12

作者简介: 黄扬飞(1978—),女,浙江东阳人,讲师,硕士,主要从事城市规划与城市研究。

了自己的特色,已经稍有名气。随着夜市规模的不断扩大,相关部门也开始重视对这块资源的开发利用,并制定了一系列的管理制度来规范整治夜市,以提高旅游吸引力。但即使在这样的环境下,由于夜市大多是自发形成的,之前没有进行过良好的规划,其带来的城市弊病越来越多,如堵塞交通、与民争道、制造噪声、污染环境、影响市容等,对一个城市的整体形象有相当大的影响,也不利于居民品质生活的提升。

对夜市方面的探讨在 2006 年前主要集中于夜市餐饮、食品卫生视角,如马建成<sup>[1]</sup>、李峥等<sup>[2]</sup>、卫安超<sup>[3]</sup>、钟祖标<sup>[4]</sup>等的报道。随着城市化进程的加快,政府和民间对夜市存与废出现不同的看法,学者开始探讨夜市所具有的文化象征意义,如李同昌<sup>[5]</sup>、梁冬平等<sup>[6]</sup>对夜市相关研究也逐渐多元化。杨柳<sup>[7]</sup>在实际调查的基础上对广州市北京路夜市百余条招牌用语进行归类并对其中 100 条进行数据统计和分析,得出餐饮类招牌用语的现状及其招牌语言独具的特点。卢曦<sup>[8]</sup>对桂林旅游纪念品市场中具有代表性的十字街夜市的经营摊铺进行抽样问卷调查和统计分析并提出建议及发展措施,旨在打造夜市的品牌化。刘金龙等<sup>[9]</sup>探讨了夜市行政执法的困境及其出路选择。卢莎等<sup>[10]</sup>采用问卷调查的方式对长沙夜市集中地段的居民进行了随机调查,内容涉及居民的环境意识、居民对夜市与环境的认识、政府对夜市环境的管理力度等方面。

本研究希望通过对杭城夜市的初步摸底调研,全方位地了解杭城夜市,并尝试从规划视角出发,提出规范夜市的建议,使夜市更好地融入城市,为居民生活提供便利。

## 1 杭城夜市概况

唐宋时期,杭州作为当时的商业都市,商业已经相当发达,大街小巷店铺林立,早市、夜市“买卖昼夜不绝”,还有各种小贩、货郎满街叫卖,商业气氛相当浓厚。于是,夜市作为一项传统的娱乐活动项目被很好地流传下来,并在杭州人的心里占据着重要的位置。现今,杭州正朝着国际大都市的目标迈进,但是一座国际化的大都市不应该只有高楼大厦和高端的奢侈品市场,还应保留市民原生态的民俗文化。而通过形成规模的夜市来打造城市名片,正是杭州目前所需要的。同时,夜市作为一种草根文化,与普通大众、底层人民的生活是密切相连的,吃、喝、玩、乐、穿、戴、用通过较少的花费都可以在这里得到满足。夜市是寻常百姓过日子的乐趣,是生活多滋多味的见证。杭州如今已有不少规模较大也比较有特色的夜市,其中典型者如表 1 所示。

表 1 杭州典型夜市比较

Table 1 Contrast of Hangzhou typical night market

夜市名称	地理位置	主要经营商品类别	特点
吴山夜市	仁和路和惠兴路交叉口,工人文化宫前	以服饰类为主	有许多杭州白领、外国游客、外地游客造访,是杭州档次较高的夜市。过去多以卖工艺制品、古玩字画、文房四宝、丝绸等为主,颇具杭城韵味。
大关夜市	香积寺路,大关公园外围	服饰类与生活用品各半	呈“L”形,周边有很多大型小区,人流量相当大。主要适合高校学生和打工者闲逛,大多数摊位都是直接摆在地上,十足的“地摊货”。
东宝路夜市	东宝路,靠近汽车南站	以生活用品为主	周边有陶瓷品市场、华东家具市场、浙江食品市场等特色专业市场。外来打工人口较多。
新市街夜市	新市街,上塘路西侧	以生活用品为主	主营产品比较适合年轻人和附近居民。
翠苑夜市	学院路杭州师范大学外	服饰类与生活用品各半	呈“L”形,人流量相当大。最具学院派的青春活力,是周边学校的学生们一天紧张学习后最佳的休闲放松之地。
清河坊夜市	河坊街	旅游纪念品、各式新鲜玩意	集聚了各种具有杭州特色的百年老字号,还有许多民间艺人的摊位,使清河坊古文化韵味达到极致,是寻找杭州古迹的最佳去处。特别适合外地游客、外国游客等。
舟山东路夜市	浙大城市学院与浙江树人大学之间	以青年服饰为主	呈“Z”字形分布。摊主以在校大学生为主,人流量非常大。常来逛夜市的除了大学生之外,还有住在周边的居民。

杭城的各个夜市基本上都位于人流量较大的区域,如商业区、居住区、学校等密集区的周边。如图1所示,大部分夜市主要分布在上塘高架的东西两侧,以天目山路—环城北路为南北分界轴。轴以北主要为杭州的居住聚集地。如大关夜市所在的大关地块,是杭州主要的居住性质用地集中地;舟山东路夜市则占具处于高教园区内的优势;而翠苑夜市则是集前两者的优势于一身,既是居住区又是学校聚集地。这些夜市主要存在于各大居住区之间的区域,为周边居民的生活提供服务。轴以南,则是杭州市主要的中心商业区,在这中间形成的夜市主要存在于人流量较大的商业密集区,依附于经济中心区,与各种商业街区分享人流,营业时间的差异、消费层次的不同,成为其吸引人流的特有优势。该类夜市作为商业区的补充,主要为本地居民和外地游客购物休闲提供便利。另外大部分夜市处于交通便利区,中河高架、天目山路、环城北路等途经夜市的道路都是城市的主干道,交通便利,往往一趟班次的公交车就可直达,所以这些夜市有其存在的必然性。



图1 杭州主城区夜市分布图

Fig.1 Distribution of downtown night market

## 2 吴山夜市调研及分析

杭州吴山夜市有20多年历史。由于吴山路整改,现在的吴山夜市既不在吴山广场,也不在吴山路,它已于2003年搬到惠兴路—仁和路之间的区域,但由于杭州人已经叫惯了,所以并没有改名。

吴山夜市是杭州最老、最热闹的一个夜市,一年365天,天天开张。吴山夜市不同时节营业时间略有不同。春夏季的营业时间为18:00~23:00,开灯时间为18:30;秋冬季的营业时间为17:30~22:30,开灯时间为18:00。开市前半个小时开始交通管制,禁止车辆通行。路边停车时间也确定为0:00~17:00,逾期停放的车辆将被拖离现场。

吴山夜市的主营商品前几年主要以古玩、字画等为主,现在已经变成了小百货,男女服饰、鞋包、钟表、

打火机、电脑配件、玉石、陶瓷、手工艺品无所不有。市场永远是围绕着消费群体而变化,现在逛夜市的大多是 20 来岁的年轻人,市场的竞争日趋激烈,每个摊主也顺应实际情况,纷纷做出调整。于是夜市的主体也渐渐转变为以年轻人的服饰为主。吴山夜市处在杭州市的商业中心圈内,周围的生活小区并不多,所以夜市的生活用品类商品所占比例并不大。反观大关夜市,其附近都是居住小区,所以相应的,该夜市的生活用品类商品比重远远大于其他种类的商品比重。在这里摆摊的小贩也是形形色色,有下岗工人,有既连锁经营又坐收租金的老板,有临时租客,更有初次创业的年轻人,特别是大学毕业生。

吴山夜市管理委员会隶属于杭州商业资产公司。管理人员共 14 人,其中办公室 6 人,保安 4 人,环卫 2 人,电工、城法各 1 人。

### 2.1 吴山夜市区位

吴山夜市东面是川流不息的花鸟市场,再往东是具有千年历史的商业老街——中山中路;夜市南面是官巷口解放路,也是近百年来的市中心商业圈,见图 2。在吴山夜市周边,还分布着杭州市第一人民医院,浙江省中医院,上城区消防大队湖滨中队,中山国际大酒店等大型公共场所。

### 2.2 吴山夜市布局

吴山夜市位于仁和路与惠兴路交叉口路段,如图 3 所示。整体呈 L 形。摊位直接摆放在道路上。仁和路总宽 14 m,两侧人行道宽 3 m,中间 3 车道,东侧靠惠兴中学这条车道作为停车道使用。这段摊位总长约为 50 m。惠兴路总宽 12 m,两侧人行道宽 2 m,中间机动车道宽 8 m。每条道路上摆放 4 排摊位,两侧的摊位延伸到人行道上,同时,人行道也可以作为暂时的囤货场地。这段摊位总长约为 100 m。

据统计,吴山夜市现有持营业执照的摊位有 467 个,流动摊位不计。每个摊位占  $1\text{ m}^2$  左右,正式摊位的桌子长约为 1.5 m,宽 1 m。生意好的摊主一般会租 3~4 个摊位,差的摊位只能蜷缩在小小的  $1\text{ m}^2$  范围内。而对于那些没有固定摊位的新手,就只能在边角位置差的地方摆摊。摊主之间也有不成文的规矩:不能越界,不然会引起公愤。

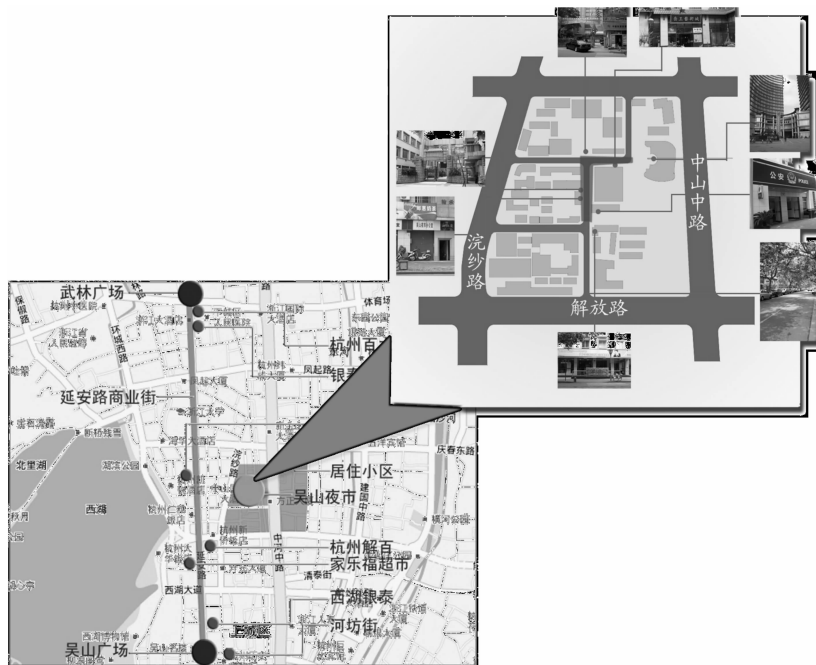


图 2 吴山夜市区位图

Fig. 2 Location of Wushan night market

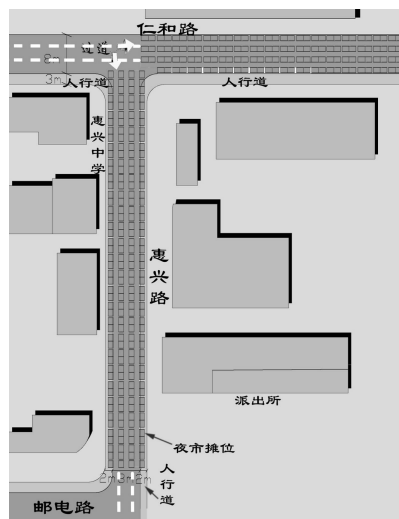


图 3 吴山夜市平面图

Fig. 3 Plan of Wushan night market

### 2.3 人流量统计

2010 年 5 月 26 日(周二),笔者做了一次吴山夜市的人流量统计(表 2)。在吴山夜市的 3 个出入口,同步对 0.5 h 内的前 5 min 进入人数进行统计,时间 19:00—21:35;其他 18:00—19:00,22:00—23:00 时

间段均按每 5 min 40 人计。

通过计算统计得出,吴山夜市在平时的平均人流量为 2 万左右。这一数据也得到了—些摊主的证实,同时笔者还了解到,周末或者节假日的人流量将增加 2 倍有余。通过统计发现,吴山夜市的人流量呈现波浪状起伏变化,在 20:00—21:00 间,人流量最大。

#### 2.4 周边服务设施配置

白天,在夜市范围内的惠兴路段上有 2 个垃圾桶,与惠兴中学公用一个小型垃圾收集站。周边没有公共厕所,路人只能去周边的商

业办公单位建筑楼里解决。街道上的休息设施很不错,几乎每 4.5 m 就有一个石凳。石凳下面就是给夜市供电的电力路网,比较有特色。但是,一到夜晚,夜市摊位摆出后,所有的服务设施就都淹没在夜市摊位内。所以,吴山夜市的配套服务设施总体上还是非常的缺乏。

#### 2.5 消费人群调研及分析

笔者对吴山夜市的消费人群作了现场调研,共发放调查问卷 120 份,收回有效可信问卷 115 份,有效率 96%。

##### 2.5.1 逛夜市的主要以 21~30 岁的年轻人为主

据调查,如今逛夜市的主要以 21~30 岁的年轻人为主,占 58%。一方面,他们具备了一定的消费能力;另一方面,夜市这个游离于传统与现代,不乏时尚、偏于草根的文化特性正好符合这类人的生活需求。而 15~20 岁的人群作为即将步入 21~30 岁年龄段的后备资源,其所占的比例也比较大(占 29%),但是他们不具备一定程度的消费能力,这也决定了他们的比例必然比上一个年龄段的比例小。夜市的消费人群跟夜市的商品种类的构成是相辅相成的。吴山夜市以服饰类为主,必然吸引着爱好时尚的这部分人,所以这两个年龄段的人群占主体无可厚非。此外,31~40 岁占 8%,40 岁以上占 5%。

##### 2.5.2 消费人群逛夜市相当频繁

吴山夜市的地段及规模带来了非常大的客流量,1 个月来 1~2 次的比例最大,占 53%,其次是 1 周 1 次,占 20%。这说明,消费人群逛夜市还是相当频繁的。另据调查,市民去逛夜市的原因有很多,例如夜市人气高,可以讨价还价,商品种类多等。在众多原因当中,商品种类多,消遣,价格便宜占据了前 3 名,分别占 49%,45%,43%(原因调查选项可多选),这是夜市存在的主要价值体现。一方面,夜市的商品种类多,更新快;另一方面,夜市是一个消遣的好地方,饭后或者闲暇时间去逛一逛已经成了一部分杭州市民的习惯了。

##### 2.5.3 消费人群分布相当广

据调查,逛吴山夜市的人群分布范围相当广,最远的有大关、滨江区的。不过人群主要集中在西湖区、上城区及下城区,主要的服务半径长达 4 km。吴山夜市作为杭州乃至全国闻名的夜市,其名气可见一斑。

##### 2.5.4 交通可达性良好

通过问卷调查,将近一半的人都是通过步行的方式来到夜市,并且时间都在 0.5 h 之内。这表明,吴山夜市的区位及交通可达性还是不错的。

##### 2.5.5 配套服务设施使用满意情况

据调查,来逛夜市的人只有极少数(占 8%)会使用配套服务设施,而且对于配套服务设施也感到相当的不满。究其原因,是因为夜市的配套服务设施缺乏,使人们忽视了它的存在,更不用说使用配套服务设施了。根据问卷反映的情况,不满意的原因主要归结为难找和数量少(占 70%)。

表 2 吴山夜市人流量统计

Table 2 Statistics of people of stream in Wushan night market

时段	进入人数		
	入口 1	入口 2	入口 3
19:00—19:05	68	57	63
19:30—19:35	89	79	68
20:00—20:05	106	105	92
20:30—20:35	125	110	106
21:00—21:05	89	87	81
21:30—21:35	53	62	57

### 2.5.6 主要购买商品种类及购买需求满足情况

在市民的主要购买主体中,工艺品类占了 36%,生活用品占 32%,服饰类占 26%,其他类目仅占 6%。而吴山夜市当前的商品种类构成却以服饰类为主,这方面是相当不合理的。据调查,在夜市的消费人群中,8%的人认为夜市目前的商品种类完全能满足他们的购买需求,62%的人认为夜市基本能满足其购买需求,而 30%的消费人群觉得如今的夜市还不能满足他们的购买需求。同时,绝大多数的人认为现在的夜市规模已经比较适中,不需要再作更改或调整,只有 16%的人认为现在的夜市规模不适合。在访谈和发放问卷时,笔者了解到大部分消费者都对夜市的平面布局过于紧密感到无奈,过道中人流过于拥挤,也降低了他们的购买欲望。

### 2.6 交通与夜市的关系分析

通过调查问卷显示,大部分人都认为交通跟夜市之间互有影响,极少数人认为影响特别大,还有一部分人觉得两者之间互不影响。这应该是跟往来夜市的交通工具有关,因为大多数人都是步行或者坐公共交通而来,这样夜市周边的交通对他们都不存在很严重的影响。而认为影响大的被调查者,他们一般都是自驾车过来,由于夜市周边的停车条件差,这就难免给他们造成较大的困扰。

### 2.7 夜市对周边影响的分析

在与吴山夜市周边居民的交谈中,笔者了解到居民对夜市还是持欢迎态度的,夜市的存在为他们的生活带来了很多的便利,购物方便了;劳累的工作一天后,多了一个可以休闲娱乐的地方;对于摊主,无论是亲身参与到夜市摆摊大军中,还是出租多余的空间给其他摊主,都是一条增收的好途径。但是,任何事物都有其两面性,夜市在给居民带来便利的同时,也存在着很多干扰居民生活的因素,例如噪音,环境卫生等。

据调查,居民对夜市最大的不满在于夜市阻碍了他们夜间的出行。众多的摊位、拥挤的人群,都成了阻碍周边居民通行的重要因素。夜市的“脏乱差”也影响市容,让一些市民饱受其苦,这也给城管、环卫、环保等部门提出了更高的要求。同时夜市也危害到沿街商家或者说附近商家的利益。

## 3 规划建议

通过对吴山夜市的调研,笔者发现夜市已成为人们生活不可或缺的一部分。但由于夜市大多自发形成,调查中也发现了不少问题,比如配套设施缺乏,布局过于紧密,干扰居民生活,影响市容,阻碍交通等。针对吴山夜市存在的问题,笔者拟提出理想的夜市布局模型,见图 4。并对夜市规划建设提出以下建议:

1) 根据实际情况调整夜市平面布局,在不影响夜市良好的商业气氛的前提下,适当扩大夜市,解决夜市内人流拥堵的状况,使得人流通行流畅,此举可大大提高夜市的效益。

2) 调整并丰富夜市商品种类结构,使服饰、生活用品、工艺品三者比重适当,也可加入一些新的商品以满足顾客购买需求。在夜市经营范围符合消费需求的前提下,力求丰富多彩,主要以旅游特色商品、工艺品、文化用品、服装小商品为主,条件具备的也可经营小吃、点心、茶食等。

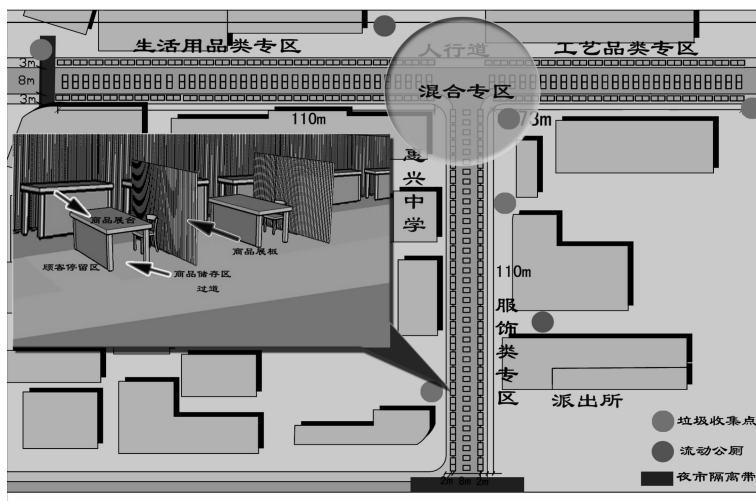


图 4 理想夜市模型图

Fig. 4 Ideal night market model

3) 设立指示牌等各种导向性设施,方便游客与行人轻松地找到夜市所在的位置。或者在夜市中做一种灯光的规划设计,通过灯的形状、颜色的不同来引导出入口的方向和人流的流向。

4) 在新建夜市时,选址应尽量避免避开交通要道和缺乏停车场地的地段,适当偏离居民集中居住区,以不影响城市交通和市民夜间休息为宜。对于现存的夜市,建议有条件的可以拓宽道路甚至开辟新的道路,没条件的可以增加夜市入口,使拥堵的夜市交通向多个方位疏散,缓解交通压力。

5) 完善夜市的配套服务设施,设置若干个公共厕所,并做好指示标志,以方便顾客及夜市里的摊主寻找;增加垃圾收集站,改善卫生状况;合理设置休憩设施,以免造成夜市一营业,配套服务设施就被埋没的状况。

6) 做好夜市的宣传活动,各大夜市间要有互动和交流,做到产品、区位等因素的互补,使杭州的夜市形成一个系统,打出名气也就是所谓的“夜名片”来。

7) 夜市必须有统一的设施。摊柜、遮蓬、告示等要整齐统一,可由市场举办者统一制作后以成本价出售或租赁给经营户,也可由经营户按市场举办者统一设计的样式自行制作。市场内外要有明确的隔离标志,严禁随意延伸区域。要做到摊位整齐、通道整洁。

8) 适当地建造一些室内夜市,这样可以把夜市对周边环境造成的不良影响降到最低,同时也降低天气因素的影响。

#### 4 结 语

经过几个月的调查及逛夜市时的亲身体验,笔者充分了解到杭州夜市给顾客和周边居民所带来的便利和它自身存在的各种问题。通过本次调查研究,笔者更深刻地体会到对于城市规划,无论是设计还是管理,都存在方方面面的问题需要考虑、完善和解决。希望借本研究的微薄之力,能使社会认识到夜市也是城市规划过程中不可或缺的一部分,在以后的规划设计时将夜市也纳入其中,使夜市成为一个有规划、有条理的完整系统,不再是像现在这样“先形成后管理”的杂乱状况。经过这样一个提前规划的过程,使夜市档次真正得到提升,以改善居民的生活品质,提高旅游形象,打造出属于杭州自己的城市名片。

#### 参考文献:

- [1] 马建成. 新疆焉耆县餐饮夜市存在的主要问题及解决对策[J]. 地方病通报, 2006(4): 52-53.
- [2] 李峥, 张锁成, 蒋跃强, 等. 夜市食品卫生存在问题及管理对策[J]. 中国农村卫生事业管理, 2005(4): 57-58.
- [3] 卫安超. 三门峡市夜市饮食摊点的卫生状况及对策[J]. 河南预防医学杂志, 2005(4): 244-251.
- [4] 钟祖标. 夜市街头食品卫生问题与对策[J]. 中国公共卫生管理, 2004(1): 41-42.
- [5] 李同昌. 发展郑州文化夜市 打造文化新地标[J]. 协商论坛, 2007(9): 49-50.
- [6] 梁冬平, 秦璞. 夹缝中的夜市——对南宁市中山路的研究[J]. 南宁职业技术学院学报, 2008(1): 70-74.
- [7] 杨柳. 餐饮类招牌语言的调查与分析——以广州市北京路夜市为例[J]. 科技信息(学术研究), 2008(22): 313-314.
- [8] 卢曦. 试论打造桂林十字街夜市品牌[J]. 南宁职业技术学院学报, 2010(1): 72-74.
- [9] 刘金龙、陈志权, 常超, 等. 兰州夜市行政执法的困境及其出路选择[J]. 法制与社会, 2010(13): 160-160.
- [10] 卢莎, 刘亚利, 张若萌, 等. 长沙夜市居民环境意识现状研究[J]. 中南林业科技大学学报: 社会科学版, 2010(2): 41-45.
- [11] 卢莎. 基于长沙夜市低碳发展问题的调查研究[J]. 产业与科技论坛, 2010(3): 67-70.