

第一章 緒論

第一節 研究背景

頂蓋空間自從被引用到商業用途，便逐漸成為商業市集交易地點之一；從古至今，不分中外，「市集」，這個結合了商業與社交功能的場所從來就沒有消失過。國內傳統的線型市街買賣，在「清明上河圖」中清晰可見；雖然時至，新式商業形態不斷被開發，但如今仍然身居台灣商業形態主流之一。國內在早期移民進行開發之時，多數住宅採以「上宅下舖」(註一)的住商混用模式聚集開發(林季芸，民 85)，謂之「店屋」建築，此種現象造成在聚落在發展過程中，商家於連棟店屋的夾道中覆上頂蓋，形成街道內不見天日之景，故有「不見天街」、「暗街」等形態產生，如今雖隨著現代化的腳步而遭到破壞及損毀，卻仍然可在許多傳統市集中一窺昔日不見天的景象(圖 1-1、1-2)。



圖 1-1 傳統市集雨棚頂蓋。本研究拍攝。



圖 1-2 傳統市集拱型頂蓋。本研究拍攝。

註一 即地面層做生產活動使用，通常為商業性；二樓以上當住宅的使用模式。

除此之外，同樣具有頂蓋形式的拱廊空間在歐美購物中心的開發上更是發揮的淋漓盡致。今日北美現代購物中心，拱廊在商業上的開發，可說是建立在一個有計畫、已開發、獨立且被經營為一有機單位的地點，並朝向與其周邊環境有密切貿易互動目標的人為商業環境邁進，成為毗鄰居民的基本生活形態；歐洲則多與都會中心內具有歷史結構的空間相互結合，試圖融入都市紋理之中，儼然已成為現代人們流行資訊與經驗交流的重要生活場所之一。

近年來，我國因為經濟成長、國民所得大幅提升，進而帶動國民生活品質的成長與進步，使得台灣晉升至現代國家之列。過程中，為配合產業結構改變，對於土地使用與地面上的建築，都市順應時勢做了調整與變更，以期符合現代化發展的趨勢。因此，傳統店屋遭遇了淘汰與破壞的命運，昔日地區商業中心的角色地位也漸趨衰退；時至今日，消費者想要的不再只是單純消費的場所，而是一個可以放鬆、自在消磨的場所，因此促使開發者引進歐美現代購物中心的概念，試圖在國內營造一個能讓消費者在同一個地方，同時滿足購物、休閒娛樂、餐飲等多元性需求的複合空間，終而促使國內新形態商業空間的產生。

第二節 研究動機

頂蓋商業空間的發展在商業開發的過程中佔有舉足輕重的地位，因循著這個概念也發展出許多形態，如歐美的拱廊空間、矩形空間、穹窿空間；國內的不見天街等，而且許多已逐漸與當地的歷史、文化及都市紋理相結合。

整體而言，歐美各國由於拱廊形式的優美造型與其蘊含的空間特性，使其在購物中心的開發運用中明顯普遍，觀諸國內商場形態的發展，可以察覺遠在清領時期的鹿港市街也曾發展出覆有頂蓋的「不見天」街道市集，在學者專家研判之下，該形式約略形成於清乾隆四十九年（1784年）之後（施添福，民89），可說與十九世紀末出現的大型購物拱廊商業空間，米蘭的維多利歐以馬內利二世拱廊商場（Galleria Vittorio Emanuele II，1877）相互輝映。這讓人不禁加以聯想，在當時的時空背景之下，如此形態的產生，在其空間內的結構及生活形態有何值得探討的異同之處。

總地來說，目前在傳統建築及購物中心領域中，相關性研究雖然為數不少，但尚無將此兩者空間相提並論之作。對於兩者而言，究竟其空間的構成在隱藏的社會現象與自然現象複合之下，有哪些因素存在。凡此種種，引發出研究者對於其複雜因素的探究，更期於兩者之間尋得其關連價值。

第三節 研究目的與問題

頂蓋商業空間具有獨特的發展背景與空間特色，並在近代商業開發上佔有一席之地，本研究基於時間、人力與限制，以購物中心拱廊空間與不見天街為研究對象。因此，基於研究動機，提出以下研究目的。

- 一、透過頂蓋商業空間的概念，對不見天街與購物中心拱廊空間探討其歷史發展脈絡。
- 二、藉由空間結構與生活範圍及結構的分析，探討在東方與西方不同之時空背景下，所發展出來之不見天街與購物中心拱廊空間之差異。
- 三、本研究除提出不見天街與購物中心拱廊空間的分析探討之外，亦冀望對於目前相關文獻有所裨益。

根據研究目的，本文提出以下問題以待探討。

- 一、何謂頂蓋商業空間，其定義為何？
- 二、不見天街與購物中心拱廊空間其形成的根源、發展脈絡為何？
- 三、不見天街與購物中心拱廊空間其空間結構的異同性為何？在形態上有何差異？
- 四、在不見天街與購物中心拱廊空間之下，其生活形態發展為何？在生活範圍與生活結構下有何差異？

第四節 研究對象與限制

基於本研究「頂蓋商業空間結構與生活形態之研究：以不見天街與購物中心拱廊空間為例」的動機與目的，範圍限制如下：

壹、研究對象

頂蓋商業空間型態眾多，各地分歧。本研究以國內傳統不見天街與歐美普遍開發於購物中心內的拱廊空間為例，並選擇部分個案以做進一步探討研究。

一、不見天街部分

在台灣傳統聚落發展上佔有一定的地位，著名如被稱為台灣街市之始的府城大街（今民權路）、聞名全省鹿港大街（今中山路）及九份暗街仔（今基山街）、石碇內月仔（今石碇東街）、竹山大公街等。在整體形態上而言，其頂蓋形式大部分屬於屋簷遠挑之頂棚形式，如九份、府城；獨鹿港大街之亭式及石碇內月仔之騎樓式與眾不同，故本研究不見天街選擇之研究對象如下：

- （一）亭式 - 鹿港大街（今中山路）
- （二）頂棚式 - 九份暗街仔（今基山街）
- （三）騎樓式 - 石碇內月仔（今石碇東街）。

二、購物中心之拱廊空間部分

在歐美商場開發的過程中，拱廊空間相對於購物中心來說，可說是一種非常普遍存在的空間形式，早期如十九世紀末

米蘭的維多利歐 以馬內利二世拱廊商場 (Galleria Vittorio Emanuele , 1877)、於廿世紀重新翻用玻璃拱頂手法的休士頓蓋樂瑞雅購物中心 (Houston Galleria , 1970) 到今日遍及現代化發展國家的各座現代購物中心，其數量眾多不勝枚舉。基本上，以王文義 (民 86) 對購物中心之分類而言，此類加上頂蓋皆屬於封閉式街道型購物中心，在其形態上依照空間圍塑程度可分為全面採光、局部採光及封閉式三大類。故本研究針對三類形態選擇個案如下：

- (一) 全面採光 - 休士頓蓋樂瑞雅購物中心 (Houston Galleria)
- (二) 局部採光 - 台北 101 購物中心 (Taipei 101 MALL)
- (三) 封閉式 - 東京多彩城購物中心 (Palette Town)

貳、研究限制

- 一、本研究著重於不見天街與購物中心之拱廊空間下的空間結構與人群生活形態之分析，其他因素則不予以著墨。
- 二、目前在國內所能尋及對於兩者空間的論述屈指可數，且多數僅輕筆帶過不加著墨，但本研究仍期望對兩者空間進行整合性的理解與分析，冀望對相關研究有所裨益，並為後續研究的基礎。

第五節 研究方法與架構

壹、研究方法

本研究主要以文獻分析法為主，不足之處藉由觀察法輔之，詳述如下：

一、文獻分析法

本文將對不見天街與購物中心拱廊空間進行蒐集、評鑑與過去發生之事件有關的資料，以考驗事件的因果或趨勢，俾提出準確的描述與解釋，進而解釋現況或預測未來的一種歷程。因此本文預期收集的文獻範圍包括：

- (一) 店屋建築與不見天街的發展關係。
- (二) 不見天街的資料文獻。
- (三) 購物中心拱廊空間的歷史脈絡。
- (四) 案例資料：
 - 1. 不見天街：鹿港大街、九份暗街仔、石碇內月仔。
 - 2. 購物中心：休士頓蓋樂瑞雅購物中心、台北 101 購物中心、東京多彩城購物中心。

二、觀察法

根據研究目的，對於部分案例空間進行實地觀察、拍攝等工作，並依所得記錄做整理與分析。主要觀察對象如下。

- (一) 不見天街的個案：九份暗街仔、石碇內月仔。
- (二) 購物中心：台北 101 購物中心。

綜合整個歷史調查分析與觀察的過程，主要目的在透過文獻探討與實際觀察、訪談來對於先前的瞭解進行修正與調整，以達到還原現象本身的過程，並藉由所得資料加以整理分析，以確實地瞭解空間的特性。

貳、架構流程

本研究以「拱廊商業空間研究：不見天街與購物中心拱廊空間之分析」為主題，架構流程如圖 1-3 所示。

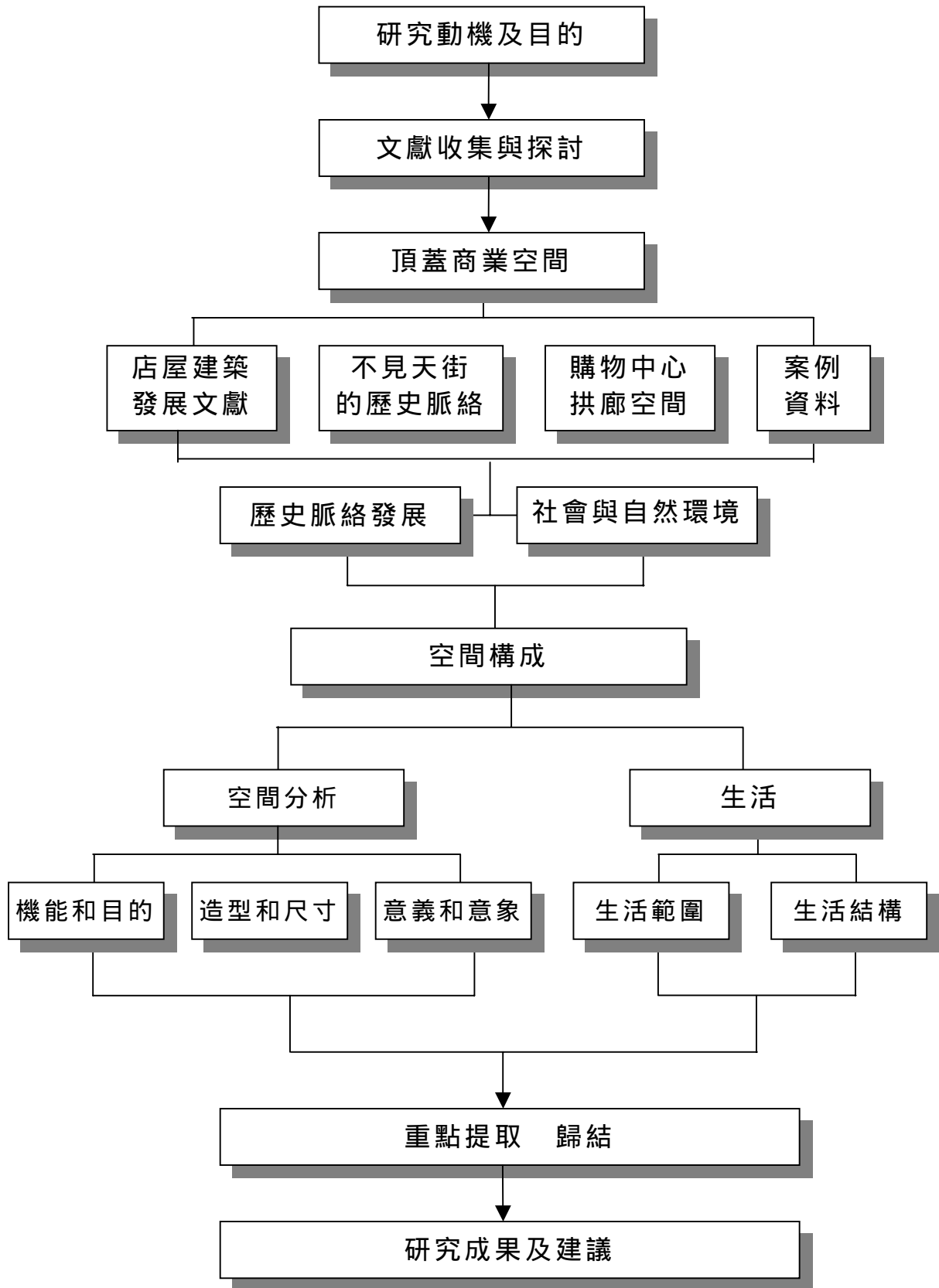


圖 1-3 研究架構流程圖

第六節 重要名詞釋意

一、頂蓋商業空間 (Roofed Commercial Space)

頂蓋商業空間並沒有一個明確的定義提出。整體而言，該類商場有別於露天的室內商業聚集體。型態包含有線性的拱廊或騎樓式空間、圍繞中央空間的採光大廳式。

二、拱廊空間 (Galleria space)

意指玻璃圓頂的散步場所或庭院。此類的建築裡，線性的、充滿自然光線、中央空間為其商場特色(Barry Maitland , 民 91)。

三、不見天街

又有「無天厝」、「暗街仔」等稱呼。昔日因商業及土地利用因素等相關因素，在兩排店屋夾道覆上頂蓋，造成不見天日的景象而有此稱謂。

四、店屋

又稱「街屋」、「街仔厝」、「竹篙厝」等，即傳統長形連幢店鋪住宅型態，在清代地基相契書中即使用此名，而南洋華埠目前仍使用此名稱之，通常都出現在港口河岸或山地與平原交會處的貨運集散處，朝向街道的部分大部分作為商業店面使用。

五、商店街

商店街是取日文「shyotengai」的音直譯而來，日本眾家學者並無一個統一明確的定義。整體來說，商業街是一種商業性聚集

體，由多數的中小零售業或服務業所組成，緊密聚集在一定的地區，所形成的商業聚集體，並發揮因商業聚集所產生吸引顧客的相乘效果（鞏林昀，民 85）。不見天街即是一例。

六、購物中心

國際購物中心協會（ICSC）於 1960 年所下的定義是：「購物中心由開發商規劃、統一管理的商業設施，擁有廣大的停車場與大型核心店，能滿足消費者比較購買。」（陳亞詩，民 91）

七、業種組合

業態是以其所經營的形態來區別，如百貨公司、超級市場等，業種是以商店所販賣的主要商品的種類來區別，如電器行、珠寶店書店等。而業種組合即是指購物中心內租用賣場空間之業種及業態的組合（陳亞詩，民 91）。

