

第五章 不見天街與購物中心拱廊空間之分析

本研究於本章呈現的內容主要包含二個部分，藉由文獻、觀察等方法對於空間及生活狀態進行分析，以進一步的瞭解兩者空間的差異性與關連性。

第一節 空間分析

從以物易物、以工易工到貨幣貿易，人類因為必須滿足彼此的慾望與需求，因而產生多樣的交易模式，進一步發展不同的商場類型。在歷史的脈絡中，我們可以察覺各式商場的開發因為種種因素的影響，造成彼此差距的延伸，但在本質上與最終目的都是相同，在於吸引人潮、刺激買氣，以提供彼此一個交易進行的空間場所。

古老的不見天街與十九世紀末發展出來的現代拱廊商場，一個可以讓人群集中的地點。這個場所除了可以滿足消費者購買東西的需求之外，也提供街坊鄰里或商場生活範圍圈裡的居民一項生活情報交流的功能。隨著工業時代的來臨，消費購物的空間與人群生活形態更形複雜，加上休閒娛樂的觀念不斷提升，使得新世代的人們益能夠體會三者之間共存的局面。因此在這個情況下，本文在空間分析採用 Francis D. K. Ching 所提出的空間設計準則，並以「機能與目的」、「造型和尺寸」、「意義與意涵」為本研究分析的項目。

壹、機能與目的

在空間的構築裡，基本的機能需求是必須被滿足的，除此之外，也必須符合於該空間設計的目的，因為設計之目的在於改良空間原本之機能，並使身處其中的人群的活動更為方便、舒適、愉悅。不見天街與購物中心拱廊空間，既然為頂蓋商業空間之中的類型之一，自然在本質上有許多相似之處，但在其地域的發展上或是開發者的經營策略上的距離，兩者空間在機能與目的上是否存在著些許的差異，本文從以下的分析來進一步探討與瞭解。

一、不見天街

以不見天街而言，該空間最原本的型態皆為露天的、公共的、且人群聚集的商業性街道，在先天環境上即面臨幾項問題。

(一) 氣候的干擾：如鹿港的素有「風頭水尾」之稱，除了旱澇不時，強勁的九降風也讓該地無論是商業或農業上受到不小的滋擾；同樣的，九份人也用了兩句俗諺來說明他們心中對當地多雨不晴的無奈，就是「落到棕簑生青苔，落到棕簑生蝨母」；而石碇更受到東北季風影響，春寒陡峭，終日霪雨霏霏，少見陽光，鋒面一遠則撥雲見日，「春天晚娘臉」正是石碇的寫照。

(二) 防盜的因素：與九份、石碇較為不同的是，鹿港不見天街的興起因素，部分起因是受到盜賊侵擾及械鬥之風鼎盛。但鹿港雖貴為開台三大港之一，卻未曾築城防禦，市街亦不曾經過規劃，因此在狹隘的街道面上加蓋屋頂，並於街段設置隘門，日落之後街門紛紛關閉，恍若城堡，利於防盜。

整體而言，不見天街考量的背景因素皆基於利市的原則下所構想出來。其中，氣候的干擾是各地不見天街所面臨的共同問題，也是形成的主因，因此在空間的形成之中，本文整理出以下機能的需求與設計目的（表 5-1）。

表 5-1 不見天街機能和分析

形成因素	機能需求	目的
氣候干擾	提供人群聚集、互相進行買賣、交換生活必需品。	藉由聚集經濟的效應來吸引人潮的聚集。
	營造一個舒適、不受天候影響的交易空間。	增加購物人潮的滯留時間及消費意願。
		避免生意受到氣候干擾。
		增加運貨往來的方便性。
防盜	抵禦盜賊侵擾，防範械鬥滋事	共同防禦，謹防盜賊、械鬥等情事，以利進退與防守。

資料來源：本研究整理。

二、購物中心拱廊空間

購物中心拱廊空間的規劃發展，不若不見天街受到聚落發展的影響，而是全賴經營者對於該地市場區隔、消費層級等因素制訂經營策略，進而規劃空間配置。雖然如此，在空間的形成背景之中，仍可發現部分相同的因素以待瞭解。

- （一）氣候干擾：如同不見天，購物中心在形成之初同樣為城市中露天的商店街道，而在歐美地區，氣候的朝夕

變化更劇，大雪紛飛之時更是讓人寸步難行，因此在購物街道加上頂蓋，形成完全室內的購物空間，立即使其相較於露天式的購物商店街更具有競爭力，這也就成爲後來拱廊商業空間的形成基礎。

(二) 平面組織鬆散：原本露天式人行購物街，其組織架構相當的鬆散且不正式，許多小型店面單元僅是靠路過性的購物人潮來維繫生意。爲了平衡購物街裡的商場型態，讓主要吸引消費者聚集的磁力商店能夠帶動整個購物街的人潮，促使依賴磁力商店依存的小店家能夠增加顧客瀏覽的機會，同時降低公共區域維護管理的成本負擔，因此這些零散的單元店面便被組織於起來，形成一個井然有序的平面配置，使其無論在行銷上或經營上都因此而具有主題性。

(三) 節約能源：鑄鐵、玻璃拱頂的空間模式，是早期百貨公司中央空間或大型拱廊商場所運用的設計手法。在1973年全球普遍面臨能源危機之後，設計者基於節約能源的因素考量，而將這種設計手法重新運用，在購物街道上加上玻璃採光屋頂，以減少需要人工照明的樓層。

氣候的干擾，同樣是購物中心拱廊空間最初形成的背景因素，在拱廊空間的形成之中，本文整理出以下機能的需求與設計目的（表 5-2）。

表 5-2 購物中心拱廊空間機能和目的分析

形成背景	機能需求	目的
氣候干擾	營造一個舒適、不受天候影響的交易空間。	增加購物人潮的滯留時間及消費意願。
		避免生意受到氣候干擾。
平面配置鬆散	提供人群聚集、商家交易的場所。	吸引消費人潮，發展聚集經濟的功能與效應。
		集中管理、統一行銷，強化商場主題性。
節約能源	引入自然光的照射	節約能源，減少需要人工照明的數量與樓層。
		賦予公共動線空間富有戲劇性的變化。
		試圖將購物者視野延伸至戶外，以融入周圍環境的尺度。

資料來源：本研究整理。

貳、造型和尺寸

嚴格說來，早期的人並不知「設計」為何物。許多空間或是產品都是順應時勢或是環境的因素而產生。以不見天街為例，一個提供買客不畏日曬雨淋購物環境的主要想法，造就了該種空間型態的產生；而在現在強調形式與機能的觀念下，在設計的過程中同樣會將當時的環境背景因素加入考量，以購物中心來說，當設計者面臨全球能源危機之際，對於玻璃拱頂的運用就於此時重新被啓用。由此可知，「設計」這個行爲的出現，並非全然要經

過計畫性、系統性的分析之下才可以為之，很多時候在生活之中便有可能創造出新形式的作品出來，如不見天街的出現。

芝加哥派教父路易斯·沙利文（Louis Sullivan）曾提出「形隨機能」（Forms follow functions）的理念。而前文曾對於不見天街的機能與目的做過探討，在不見天街中，依照結構形式將之分為亭式、頂棚式及騎樓式；而在購物中心拱廊空間中，則依照其空間的圍塑程度將之分為全採光式、局部採光、封閉式三種型態，如今將更進一步討論其空間造型，以便探討形與機能之間的關係。

一、空間造型

自然光的阻絕與否，是空間形態上決定圍塑性高低的關鍵因素。不見天街，顧名思義即為不見天日、陽光難入的巷弄街道。在此將針對亭式、屋簷遠挑式或騎樓式做一說明。

（一）亭式：以鹿港不見天街為例，雖然街道空間內可藉由規劃的天窗或是高低相間的縫隙中引入光線，但整體而言仍為低調樸素且高度圍塑的交易空間，所有空間內的照明皆以各家商號的光線為主。

（二）頂棚式：如九份的暗街仔，在屋簷設置遮雨棚或涼棚遠挑，延伸空間範圍，因此在狹隘的街道面上形成縱橫交錯的畫面，雖形式簡陋但功能猶在，日光雨水僅能由交錯的空隙之中進入，是現今許多傳統市集仍在使用的�方式。

(三) 騎樓式：為石碇內月仔特有的不見天空間形式，公共街道由建築實體中穿過，有如隧道一般，空間圍塑程度高，日光僅能由兩端入口處漫入，因此並無多大作用，在路燈尚未成為公共設施之際，街內光源靠的都是店家的燈光維繫。

再者，購物中心的拱廊空間，若依照空間圍塑程度則有全採光式、局部採光及封閉式共三種類型。

(一) 全採光式：指的是整個拱頂採用玻璃筒狀拱頂形式，全開放式的設計讓光線自然引入，不僅減少需要人工照明的樓層，也使購物者視野可以無限延伸至戶外，融入周圍環境的尺度，營造出一種開放、寬闊的購物空間，徹底打破過去認為購物街燈光必須昏暗，才能凸顯店面的光亮，藉而引進人潮的設計原則。此種設計風潮於八〇年代開始引領風潮，在現今北美的購物中心中甚為普遍，如首度重新使用該設計手法的休士頓蓋樂瑞雅購物中心、本研究之個案達拉斯蓋樂瑞雅購物中心等。

(二) 局部採光式：全面採光雖達到節約能源及融合室內與戶外空間界線的目的，但大量的熱輻射卻使得空間內縱使使用空調系統，溫度仍然比其他空間偏高，且紫外線也無法加以隔絕，因此部分拱廊空間採用局部採光的方式，利用斜射的方式引入光線，減少日光曝曬量，雖無法全然融入室外景致，減少人工照明數，但卻能調和空間內溫度，以減少因大量空調所耗費的電

力。如多倫多橡樹谷廣場（Oakville Place）、台北 101 購物中心等。

（三）封閉式：雖然以「阻絕自然光線，達到塑造高級消費購物環境感覺」的觀念在八〇年代開始，已逐漸被開放式的採光玻璃拱頂所取代，但完全封閉的室內購物街道商場仍然存在，型態主要有二：

1. 舊建築更新利用：許多購物中心建築是採用舊建築更新的方式，將原本廢棄不用的建築體或是受到保護卻閒置多時的歷史建築重新開發。因此在結構上必須配合原有結構體的限制，以致無法如新開發案般可以自由設計，如位於美國華盛頓特區的聯合車站（Union Station）購物中心，該空間內宏偉壯觀並飾有六角形鑲板的圓筒狀拱頂天花就是原有建築結構中的一大特色。
2. 室內遊廊的設計：同樣將露天購物商店街的模式，將之規劃於購物中心的實體之中，以營造具有主題特色的室內遊廊，並在現代建築與科技技術不斷的創新與開發之下，做了許多的變化與改變，或為花園造景，或為藝文展示空間，以前文探探之東京多彩城維納斯百貨為例，仿中古世紀歐式街坊情景，並將千變萬化的天空景致移植至室內拱頂上，不僅讓消費者跟隨著時間的變化欣賞有如戶外的天色美景，使其同樣有如置身於室外的感受，也因此空間特色達到吸引消費者人潮的目的。

二、空間尺寸

再者，談到兩者空間尺寸的差異。在傳統的建築裡，寬度除了受到材料強度所能跨越的距離及當時的技術所限制外，也往往受到當地的自然環境的影響。前文提到不見天街的形成通常扮演聚落中重要之商業角色，加上台灣的商業聚落因土地利用的限制，多數皆以連棟店屋建築為主要型態，故其街道面較為狹窄。以鹿港不見天街的「街路亭」為例，街寬僅丈二（3.6公尺），而九份暗街仔也不過 3.4 公尺，石碇內月仔的街道面也僅約 3 公尺左右，在此先天條件即存有限制之下，材料與技術的影響層面就不如購物中心拱廊空間那麼大了。

一般來說，木或鋼樑混凝土樓板可以跨越 30 呎（9 公尺）的距離，木或鋼製桁架可以跨越 60 呎（18 公尺）以上的距離。工業革命後材料與技術日漸發達，通常只要工程預算足夠，再長的屋脊跨距皆可得以實現。因此在購物中心重視建築剖面設計的考量下，購物街逐漸被發展為具有特色的獨立建築個體，寬敞、舒適的街道空間取代昔日狹小的走道，而大跨距的拱頂空間也得以實現。

空間中另外考量的兩個向度為長度與高度。空間中的長度、寬度與高度決定了空間的形狀比例。通常長度大於寬度兩倍時，整體空間則較容易掌控，而當長度遠大於寬度時，整體動線就會拉長並加強其空間的運動性，也因此具備了空間的聯繫性，不見天街及購物中心的拱廊空間即是此類空間的範例。線性動線使得無論是不見天街下的店屋建築，或是拱廊空間下購物街兩側的店面單元都易於分割與配置，並擔任起空間聯繫

的角色。舉例來說，達拉斯蓋樂瑞雅購物中心即是利用一條強而有力的中央動線空間－「玻璃拱頂的購物街」來串連兩端的飯店與辦公大樓；而鹿港不見天街也同樣聯繫位於街尾的廟埕廣場。

參、意義與意涵

畢恆達（民 90）曾提到：「空間絕對不是一個價值中立的存在或是人們活動的背景，它一方面滿足人類遮蔽、安全的與舒適的需求，一方面更展現了人們在某時某地的社會文化價值與心理認同。」而設計的意象及所傳達的意義也必須與使用者及實際去體驗的人產生關連。

由於不見天街與購物中心拱廊空間案例豐富，本研究囿於限制及每個空間的所具有的獨特性，無法以所設對象來代表全體的空間意義與意涵，因此僅就本文之案例空間進行瞭解，並就兩者空間做進一步的探討。

一、不見天街

每個空間都有其代表的獨特意義與意涵，並與其所扮演的角色地位有著密切的關連。對於不見天街而言，最大的共同點皆在於扮演著當地聚落繁榮的商業市街。

單以鹿港大街為例，當初亭閣林立，矗立街頭的構想只是各大郊商所屬商號，單純為因應時勢需求所興築，形成「樓閣萬家，街衢相對，有亭翼然…」的繁華景象，當時雖未如同今日都會地區般的寸土寸金，但爭取黃金地段也利交易也是古今

皆然的道理，加上鹿港為當時除府城外第二大對外貿易港口，在此等時空環境不斷的影響之下，空間自然也與人產生了一種關連性，讓不見天街傳達出商旅雲集、貨市鼎盛的意象，加上該街區泉廈郊商居多，因此得有「繁華猶似小泉州」的美稱。

再者，相較於石碇內月仔與九份暗街仔，兩者同屬於山區聚落，繁華的商業貿易同樣在聚落中扮演重要的商業角色。不同的是，石碇內月仔同時身為淡蘭古道的一部份，扮演了貨物集散的轉運角色，因此石碇東街的地位在當時象徵了一個中繼站的地位，不似九份暗街仔因礦業而大起大落，呈現一個紙醉金迷、短暫投機的角色，這可從當時石碇被稱為「小迪化街」、九份被稱之為「小上海」或「小香港」中瞭解其背後所代表的意象。

二、購物中心拱廊空間

Galleria，高級購物中心的代名詞，全美有不少購物中心的名稱會冠上「Galleria」。從前，它是迴廊式的典雅街道，也是宗教意味濃厚的空間形式；如今在消費者日益注重生活品質的觀念高漲之下，不僅對於商場的商品選擇要求多樣化，對於購物空間更是熱切要求，因此它取代原先的機能與意涵，成為擁有寬闊中庭及雄偉玻璃天窗的大型高級購物中心的代名詞，而樹立此設計典範的，當推繼休士頓蓋樂瑞雅購物中心且規模更甚的達拉斯蓋樂瑞雅購物中心那綿延三百公尺的拱廊空間。

在購物中心之中，拱廊下的空間一向扮演整個建築的視覺焦點，無非是設計者在該空間中的公共動線區域通常規劃有常

態性娛樂或休憩設施，亦或是非常態的活動及演出如達拉斯蓋樂瑞雅的大型溜冰場、台北 101 購物中心的歐式露天咖啡座，或是東京多彩城的休憩長椅及攤販車，此時該空間便成為消費者一個休憩駐留、心情轉換的中介空間，如台北 101 購物中心便將該空間命名為「都會廣場」，顯示其為一個都會生活經驗交流的場所。

凡此種種，顯示每個空間所代表的社會價值，皆有其意象呈現，有時或許並不強烈，有時是一種符號意義的象徵、有時後卻又是一種現象的呈現（如表 5-3）。

表 5-3 不見天街與購物中心拱廊空間意義與意象分析

	角色地位	象徵意義	內容分析
不見天街	生活交流的節點 居民的記憶場所 聚落中商業命脈	財富的聚集 聚落的鼎盛 紙醉金迷	1. 商旅雲集、經濟活動鼎盛。 2. 聚落顛峰時期的象徵。
購物中心拱廊空間	休憩娛樂目的地 空間的焦點 中介場所	現代化代表 高級購物空間	1. 多數為獨門高級精品店面。 2. 寬敞、明亮、舒適，高級享受的表徵。

資料來源：本研究整理

第二節 生活範圍與生活結構

在早期以家族或聚落為中心的時代，居民的活動型態清楚可解，可以以「十人一色」的說法來作代表。隨著時代不斷進步，生活與科技水準日漸提升之下，人的精神與物質慾望也隨之水漲船高，以「自我」為中心的個性表現明顯可見，使得每個人的生活需求複雜化、多樣化，在這種情形之下時空的背景就由「十人一色」逐漸轉化成「十人十色」，或許更甚為「一人十色」的個性表現與慾望需求（中國生產力中心建築技術推廣組，民88）。

從文獻中得知，「生活」可以分為「度日」、「生活」、「活動」、「聚集」、「工作」等五種範圍；生活結構也由「空間」、「交流」、「物品」、「生活型態」、「知識」等五類因素所構成。本文將於本章對不見天街及購物中心拱廊空間下的生活情況做一探討與瞭解。

壹、不見天街

在地方志、文獻或是一些口耳相傳，並沒有文字記載的鄉野故事中，常可以看到對於當時生活情形或生活結構的描述，其中包含了市井趣聞、歌謠俚語、聚落活動，或是名人軼事，這些精采夜譚，不但具體反映了真實的市井生活的情況，也兼有相當程度的歷史功能。因此，我們將由這些耐人尋味的文字之間來認識，探討不見天街在「生活範圍」與「生活結構」上的生活情景。並藉由以下的矩陣圖試圖在相交的項目中填入相關的地點或行為，以做一初步的瞭解（表 5-4）。

表 5-4 不見天街時期的生活範圍與結構

			生活結構				
			空間	交流	物品	生活形態	知識
生活範圍	生活空間	日常生活	家庭	井邊	生活用品	飲食買賣	生活瑣事
	私人空間	個人生活	個人				
	再生產空間	行動	買賣			看戲 祭祀	對外通商
	社會空間	聚集	街區	街區	酒飾品	社交娛樂	
		工作	店屋	交易行爲	盤商零售	住商混合	技術

資料來源：本研究整理

從以上的矩陣表中可以看出，不見天街下的生活範圍與生活結構在許多項目都與不見天街區有密切的關係，無論是聚集、工作、交流等空間都在不見天街下進行，如社交、娛樂、交易買賣也與不見天街脫離不了關係。因此，在此依據不見天街的機能與目的，配合生活範圍與生活結構的矩陣表，可以將不見天街主要

分爲兩大類來討探，並可從文獻中的文字裡瞭解當時的生活情形。

一、繁忙的貿易生活

商業因素爲不見天街最主要的生成原因，包含了工作、聚集、物品、行動與知識、技術的因素。雖然現今不見天街多數已榮景不再，但仍可從文字之中瞭解當時的情形。在葉大沛(民86)的鹿港發展史中，提到當時的彰化縣誌有云：

「鹿港大街，街衢縱橫皆有，大街長三里許，泉廈郊商居多，舟車輻奏百貨充盈。台自郡城而外，各處貨市，當以鹿港爲最。」

同樣在鹿港發展史中，洪棄生對於當時鹿港的不見天街之商業盛景就有一段生動的描述：

「樓閣萬象，街衢相峙，互二、三里。直如絃，平如砥。暑行不汗身，雨行不濡履。」

這段文字中，可以看出因爲不見天街減低了氣候之干擾，使得商旅往來於夏日免受日曬雨淋之苦，冬無憂寒風塵沙之襲，商務皆可於笑談之間中完成。因此不見天街在此時使得鹿港商貿達到鼎盛，不僅樓閣萬象，郊商林立，更達「頂到通霄，下到瑯嶠」之榮景，商務之發達甚有超越當時府城之勢。

相較於九份，這個因爲金礦而興盛的的山區聚落，聚集了

許多懷著淘金美夢的投機客，因此九份出現這麼一句俚語形容當時這些淘金客的際遇：

「三更窮、四更富、五更起大厝。」

此為當時湧入此地淘金客的最佳寫照，為了滿足這些短暫性居留且高消費族群的過客，暗街仔中的各項雜貨、娛樂、服務業孕育而生。街上除了原有的各式商店如剃頭店、布店、西服店、日用品店、香燭雜貨、棺材行等之外，尚有各類酒家提供娛樂服務，更有來自瑞芳、雙溪、鼻頭等地挑賣者，因此當時有人又稱此地為「小香港」、「小上海」，當下還流傳如此的俚語：

「上品送九份、次品送台北。」

這在形容九份當時時機好的時候，消費能力強，所以品質好的物產都先送到九份，賣剩的次級品才銷往台北（張璦文，民 83）。因此，九份人常說，短短的暗街仔就已經包辦了一個人從出生到死亡過程中的一切物品，只要走一趟暗街仔，生老病死要件一應俱全。足見當時暗街仔扮演了居民在個人生活外，生活必需品的重要性；而市場旁的戲臺更是提供了九份人一個娛樂社交的休閒空間。

而別稱「小迪化街」的內月仔為淡蘭古道的一部份，在坪林開發之前為台北進入宜蘭的交通中繼站。日用百貨品齊全、商旅雲集；煤礦興起之後，更是為此地帶來榮景，商號林立服

務過往旅客，理髮店、飲食店、打鐵鋪、西藥房等店家在不見天的街路隧道中營業生計，帶動此地經濟繁榮盛景。

二、熱絡的生活交流

在頂蓋之下，雖然仍然為公共的道路空間，但家家戶戶卻都在頂蓋下休戚與共，自然而然不見天街便成為居民生活交流、社交的聚集場所。

蔡嵩林（民 79）在「以前的鹿港」中對於不見天街有這麼一段親身的描述：

我小的時候，五福街的道路上面鋪有瓦塊，從現在的停車場一直延續到媽祖宮，我們也稱之為「街路亭」。屬於各戶的街路亭，又在上面開一個二公尺平方的天井，讓陽光照射進來。夏天的時候大家就到這個街路亭來乘涼，下棋或聊天，自己成一個悠閒的世界，到了晚上又成為男女約會的場所。在以往非常保守的舊時代裡，這一條路成為女孩子外出唯一的路。

這樣的生活情景，可以看出不見天街在當地居民的生活中，提供了一個休憩、交流，並可以閒話家常的戶外場所，也成為男女之間約會的社交空間。在鹿江竹枝詩中甚至這麼形容提到。

方磚鋪遍滿街紅，天蓋相連曲巷通，郎住新興儂大

有，往來恰似一家中。」（註一）

可見居民在不見天街空間下互動往來的密切，如同在自家院裡般來往穿梭，宛如是同住一個屋簷下的景象。而天公爐的設置，在不見天街內的五福街各街段郊行更是必備之事。在左羊出版社（民 86）出版的「鹿港傳奇」中特別描述到各境內住戶，於正月初九時，共同祭拜玉皇大帝，並卜卦選出「爐主」與「首事」以辦理祭祀事務，由此看出空間內居民的生活信仰與行動。

九份暗街仔因為大著金時代淘金客的湧入，吃會、看戲班、逛酒家儼然為當時礦工下工後的生活模式，也是當地居民交換生活情報及社交的場所，當時九份流傳著一句話：「日時全乞食，暗時全紳士。」就是形容當時白天街上看到的都是身穿髒衣服和手拿鐵碗宛若乞丐的礦工，但是到了夜裡，這些礦工就變成穿西裝出來花天酒地的紳士，開始展開他們的多采多姿的社交活動。

貳、購物中心拱廊空間

近年來生活水準的不斷提升之下，人們的生活範圍與生活結構的不斷日趨複雜，辛勤工作賺錢已不再是人生中唯一的生活重點，生活需求也不再是仰賴單獨區域的發展可以滿足，相形之下，現代人生活的活動與情報都與過去有所差異（表 5-5）。

註一 新興、大有為鹿港街道的名稱。

表 5-5 現代社會的生活範圍與結構

			生活結構					
			空間	交流	物品	生活形態	知識	
生活範圍	生活空間	日常生活	住宅社區	社團	便利店 洗衣店	早餐店		
	私人空間	個人生活	電影院 飯店	網路	加油站	書店 唱片行	美術館 書局	
	再生產空間	行動	度假村 遊樂區	球場 俱樂部	運動 用品店	商店街 高爾夫球場	資訊展 旅行	
	社會空間	聚集			宴會廳	美食街	PUB	補習班
		工作		辦公室 工廠	展示場	盤商 零售		事務所

資料來源：本研究整理

從矩陣表可以發現，現代人的生活範圍已逐漸脫離以家庭聚落等族群為中心的生活結構，在各種精神與物質上的刺激之下，電影院、度假村、辦公室、便利商店等等以往不曾出現的生活空間，都逐漸成為現代生活者不可或缺的生活場所，生活需求與生活慾望慢慢的較以往更為多變與複雜，可說是生活在「一人十色」

的環境之下，因此，也造成各種新型態空間的產生，購物中心也在這股趨勢之下，從單一滿足使用者的購物需求轉變成為複合式的商業空間，在不斷的開發與改變之下，商場空間形式也多變起來，拱廊空間便是其中之一。

從前文對於購物中心拱廊空間所做的分析，與現代人的生活範圍與生活結構相對照，可以將購物中心拱廊空間下的使用者的生活狀況分為個層面。

一、追求物質享受的生活方式

戰後出生的「嬰兒潮世代」(Baby Boom Generation)與「X世代」的社會接班人，目前多數已成為社會的中堅份子或是正努力成為領導階級的族群，在國民消費水準不斷的提高，生活者的生活慾望也高度成長之後，生活的情形與需求將日益複雜且多元化，多數人除了將部分所得儲蓄外，也開始消費在高級房車、健康食品、精品、高級健身俱樂部或是渡假中心等高級享受上。隨著時代的進步，生活者不再以家庭、聚落為生活重心，追求的慾望逐漸傾向於創造自己個人的生活形式，並在每一個階段改變，以加強構築自己的生活信念。

在西風東漸之下，雅痞族(Youppies)、頂客族等人數漸多，這些在都會區含著高薪具有專業性工作的律師、會計師及一些中高階主管或是收入豐富無子女的夫妻，這些族群多半具有美式的生活風格－上班中有Coffee Break，下班後到PUB喝個一兩杯，抒解工作壓力；懂得投資理財，談吐中夾雜著幾個英文單字；講究穿著品味，常挑選名牌服飾；有時後甚至花大

錢請設計來裝潢一個一天待不到十小時的住家環境。所謂環境造就時勢，時勢也造就環境，這樣的生活方式使得高級的購物空間因而隨之產生。

從矩陣表可以瞭解，現代生活者終日在各個空間穿梭，以組織自己一天的生活模式，在這種忙碌不斷的生活節奏之中，提供基本生活基礎系列商品的街區或商圈對於都會區的生活者來說就不再是生活者消費購物的樂趣所在，也無法滿足其生活慾望。而這裡所謂的滿足，並非只能夠提供生活者所期待的物品需求的能力，對於現今的社會來說，指的更是能提供生活者比期待更高的生活滿足及附加價值。因此，在生活價值觀的改變之下，追求高級舒適的購物環境，讓人輕鬆享受與新事物的接觸，以抒解平常緊張忙碌的工作壓力，就逐漸成爲生活者在消費購物時的注意焦點，而購物中心拱廊空間便成爲眾多滿足此項生活慾望的生活場所之一。

購物中心的複合式功能結合現代人對於生活的要求，集合了工作、休閒、購物、娛樂、資訊等眾多生活空間於一身。在空間規劃裡，拱廊下的空間多半是擁有廣大中央空間的視覺焦點，許多時候更是整個購物中心的特色所在。該空間提供了消費者不受氣候干擾，舒適寬敞的室內購物街道，讓許多講求「生活隨性，消費隨性」的消費者有別於以往的百貨公司、露天商店街的擁擠或是日曬雨淋，得以輕鬆悠閒的漫步於街道上，隨意瀏覽每個沿街面的商店單元所提供的多元品牌產品與多種的樣式選擇，讓重視自己「消費權」觀念的現代人能享受充分的享受購物上所帶來物質上的樂趣。

二、重視休閒娛樂的觀念

廿世紀初期許多人歷經戰爭的慘痛，「前蕭條與蕭條世代」(Pre-Depression & Depression Generation) 這些被稱為「成熟世代」的族群經歷過「人無遠憂，必有近憂」、「填飽了這餐，不知道下一餐在哪」的苦日子，因此對於家庭與族群的觀念仍非常重視，在生活需求與慾望上也僅止於求得每餐溫飽，在生活娛樂也多是停留於「全家人圍著一台電視看八點檔連續劇」的景象，加上早期台灣除了對外貿易發達的都市，鮮少有國外商品的進口，當時的民生消費行為仍處於以基本生活面需求的滿足來達到購物的樂趣，因此在既存的各種空間形態中，為了符合經濟效率的原則之下，除了保留少部分面積為人行空間之外，大部分空間都仍然是用來陳列商品、銷售商品的地點，並無多餘的空間或場所來滿足消費購物之餘的生活需求。時至今日，全球邁向一個全消費的生活時代，消費者的價值觀與慾望以不再單純，而是不斷的隨著時間而改變，加上週休二日的觀念抬頭，單是購物已不再是消費者的樂趣所在，消費行為必須伴隨高附加價值而產生，雖然認真勤勉像來為國人的美德，但是新一代的消費者更多數卻認為「認真生活」是要認真工作，也要認真休閒，因此在辛勤工作之餘，更不忘積極消費，以慰勞自己平時的努力。因此提供寬敞的空間與生活服務，結合多種業種，並藉著購物、飲食、娛樂及舉辦種種文化活動來增加集客力、刺激購買力的購物中心便順勢崛起，逐漸有取代了傳統都市商圈的趨勢。

今日，購物中心積極試圖將室外的自然景觀移植到室內購

物街道，將中央空間利用一些富有想像力的手法來作為季節性或永久性的空間吸引焦點，已經成為廣為應用的設計手法，如美國華盛頓郵報曾在西艾德莫頓購物商場（West Edmonton Mall，1981）開幕時做的報導（胡琮淨、丁致成譯，民 91）：

「...。裡面有一個十八洞的迷你高爾夫球場；仿造波本街（Bourbon Street）上來往行人的雕塑都是黑色鑄鐵及時高至的巴黎仿製品；一座規模可供國家冰上曲棍球聯盟使用的溜冰場...。」

這樣的規劃設計，在許多拱廊空間中已是非常常見的設計手法，在講究更高附加價值的購物空間潮流中，如此的公共空間設計手法對於消費者而言是有其吸引力的，不僅滿足了每個人對於購物的需求，更提供許多別於購物之外附加價值的休閒育樂設施讓消費者得以享受。台北 101 購物中心就對自我的拱廊空間做出這樣的描述：

時尚美食新空間，異國美食主題餐廳，歐式林蔭露天咖啡座與豐富藏書，調和精緻美饌品味與流露幽雅文藝氣韻，滿足所有渴望。

對購物者而言，採光天窗下的大型挑空廣場其規劃的林蔭咖啡座椅及相關活動的舉辦，的確延長了他們在購物中心駐留的時間，甚至在空間中享用餐點做適時的休憩，甚至成為購物中心人潮最多的地點，顯示該空間對於購物中心的重要性及具備的吸引力。

三、流行資訊的交流

無論從古至今，當眾多商店單元聚集成一個區域或是商店街時，在彼此激烈競爭之下，不管該商業區的聚集屬性為何，各個店家總會提供當下最新最流行的產品資訊讓消費者得知第一手的訊息，對於今日處於資訊爆炸且訊息流通快速的世界更是如此，尤以提供時尚精品的商店更甚。因此，為了滿足都會區消費者複雜且多元的消費品味，並提供比露天購物商店街更舒適的人行購物環境，許多集合在一起的獨門精品店便從十九世紀有玻璃天窗的拱廊商場中找到最理想的商場造型，以販售高級、流行的商品給追求時尚的消費者。

新資訊的容易取得，可謂今日 E 世代最大的生活特色，因此對於別蓮蒂（民 89）筆下，勇於追求新知、購物重格調，認真工作也認真休閒的「水獺－認真生活族」，或者是流行跟著跑、喜好穿梭社交空間的「花蝴蝶－積極活躍族」之類的族群而言，拱廊空間下沿街面的精品服飾、生活雜貨所等獨門專門店提供的流行資訊及生活經驗的新知，無疑成爲其生活範圍中獲得流行資訊的來源之一。

第三節 小結

人類對於商場空間的要求，因地區的差異有所不同，即便是同為頂蓋商業空間的不見天街與購物中心拱廊空間也是如此。在錯綜複雜的歷史因素與生活範圍、生活結構的交相影響之下，兩者在機能目的、造型尺寸、意義意涵的呈現皆各有其特色，綜合分析結果如下：

表 5-6 不見天街與購物中心拱廊空間綜合分析

	機能目的	造型尺寸	意義意涵	生活範圍 與 生活結構
不見天街	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人潮聚集，增加滯留時間 2. 避免氣候干擾 3. 共同防禦 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 內向發展 2. 依照型態分為亭式、頂棚式、騎樓式 3. 尺度狹小 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 財富聚集 2. 聚落的鼎盛 3. 生活交流的節點 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一人一色 2. 交易買賣 3. 社交娛樂 4. 住商混合
購物中心拱廊空間	<ol style="list-style-type: none"> 1. 增加滯留時間，發展聚集經濟 2. 避免氣候干擾 3. 節約能源 4. 融入環境尺度 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 外向發展 2. 依照圍塑程度分為全採光、局部採光、封閉式 3. 尺度寬敞 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 現代化 2. 高級空間感受 3. 中介場所 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一人十色 2. 複合經營 3. 社交娛樂 4. 資訊交流

資料來源：本研究整理

從綜合分析表中可以發現兩者有許多的相同及相異之處，說明縱使在頂蓋空間型態的概念之下，不同地區的歷史背景與文化發展影響甚深，且即使是無承襲關係的空間形式，基於相同的生活者需求，仍然會發展出類似的型態，不見天街與購物中心拱廊空間即為此類空間的說明。