

0453.从“地方”走向“全球”

——伦敦市场活力研究

于红

【摘要】

伦敦市场是伦敦市重要的城市空间，既保持了浓郁的地方特色，又融汇了世界多国的文化特色，近几年逐渐成为伦敦旅游的必经之地。伦敦市场具有的广泛的社会包容性与文化多样性是其成功的关键所在。笔者通过梳理伦敦市场的典型类型与空间分布入手，通过研究伦敦市场的发展模式、文化特征、经营时段、产权管理模式、政策支撑以及推动社区发展等几个方面，试图总结其从“地方”走向“全球”过程中所具备的关键因素，意在希望为中国城市焕发传统城市空间活力，实现可持续发展提供参考。

【关键词】

伦敦市场；特色化发展模式；多元文化；经营时段；产权管理模式；100个伦敦市场计划；社区发展粘合剂

【正文】

1 伦敦市场是伦敦城市空间中的奇葩

伦敦市场是伦敦城市风景中的一朵奇葩，它既是伦敦传统商业的重要载体，映射出最具英伦情调的文化，又是展现伦敦世界城市风貌的重要城市空间，吸引了世界各地游客的目光。它们大多历史悠久，有的甚至可追溯到几个世纪前，经历了伦敦大规模的城市重建与城市更新，却仍然保持着自身的历史与文化特色，既立足于伦敦本土，又逐步享誉全球，可以说，伦敦市场带给伦敦的不仅仅是经济效益，还有更大的社会与人文的效益。

1.1 伦敦市场是伦敦重要的经济空间载体

目前，伦敦大都市区拥有350多个市场，出售商品种类繁多，人们可以从伦敦市场中找到任何一种出现其在脑海中的商品。伦敦市场每年的营业总额430,000,000英镑（4.3亿英镑），占全伦敦零售业总额的0.94%，并且提供7319个全职工作岗位。

伦敦市场凭借比邻城镇中心的区位优势，吸引着大量的消费者。2010年关于伦敦市场的调查报告指出，大部分在城镇中心购物的顾客都会同时逛逛附近的市場，顾客在城镇中心的商店里每花掉1.75英镑，就会同时在附近市場里消费1英镑。很难想象，没有了市場的城镇中心会是什么样子，调查显示近42%的消费者表示不会去没有市場的城镇中心，80%以上的旅游者都会到伦敦知名的市場逛逛。

同时，伦敦市場给低收入社会群体带来了大量就业机会和居民收入。伦敦市場十分鼓励

新创业者的加入，并且积极为其提供更为便宜的创业场所，鼓励市场中小商店诞生以及新型商业体的存在。早在 2005 年 11 月，伦敦发展委员会开展的调查表就已经表明消费者在市场里的商店每天消费 3000-15000 英镑，所有的商贩几乎都大力推崇市场的存在。

1.2 伦敦市场具有独特的人文特色

伦敦市场是真正意义上的市民场所，是伦敦城中充满独特人文气息的城市场所。现今每一个伦敦市场，都是在伦敦的漫长演变中通过优胜劣汰而存活下来的，都充分地展现了伦敦这个全球城市多元文化的风采。在伦敦的市场里，人们既能体会到最本土的英伦文化，又能饱览世界各国的传统文化，因此，这里的传统文化是多元而独特的。

伦敦市场是伦敦人的“起居室”，人们在这里买菜，买衣服鞋子，与商贩讨价还价，在这里与家人朋友一起喝咖啡聊天，还有人在这里工作，创业，成长、养家糊口、维持生计。同时，伦敦市场也是世界各地旅游者的必经圣地。人们慕名而来，来着里感受最地道的本土伦敦，在 Camden Lock 市场里体验着伦敦缤纷繁杂的商业文化，在 Borough 市场里购买伦敦高品质的生鲜食品，在 Convent Garden 市场里感受伦敦的创意文化，在 Old Spitalfields 市场里品尝 伦敦的各类风味美食。无论是那些大名鼎鼎的特色市场，还是那些随处可见的小市场，在游人眼中，都是不平凡的，是不一样的生活场所。

可以说，伦敦市场发展至今，已经是伦敦城市空间中不可或缺的一道独特风景，是构建大伦敦的人文特色的中坚力量，是展现大伦敦城市活力与多样性的重要的城市公共场所，因此，笔者认为研究其从“地方”走向“全球”的动态过程中的关键因素，对于中国城市焕发这类传统城市空间的活力具有很重要的参考意义。

2 伦敦市场的类型与空间分布

2.1 伦敦市场的类型

伦敦市场是经过城市漫长演变发展所形成的城市空间，目前尚无对其准确的定义。笔者通过实地调研与查询相关资料，暂且将拥有一定数量的小型零售店面、摊位沿街布局，或者集聚在特定区域的小型零售店铺、摊位集聚区称为“市场”，它既有传统的集市概念，又有现代商业集聚区的含义。伦敦目前存在四种典型的市场类型，街道市场，各类专业市场，以及有“盖儿”市场。

街道市场（street market）是伦敦市场最为常见的类型，通常沿主要城市街道露天式布局。这类街道市场通常以零售为主，也会有批或者两者兼而有之。这类市场通常是综合类市场，包括家居用品、服装与配饰、水果蔬菜以等各类食品。例如女王市场（Queen's

Market)、Petticoat 街巷市场、东街市场。

专业市场 (specialist markets) 是指专门售卖某类商品的市场, 是英国的一大特色。这类市场通常包括艺术品手工艺品市场、服饰市场、旧物市场等, 摊位摆放更为灵活, 包括各类跳蚤市场, 例如以售卖古董著名的 Bermondsey 广场市场, 格林威治的手工艺品市场, Queensmead 学院周边的大型车后盖市场。此外, 农产品市场 (farmers' market) 也是专业市场中的一类, 农民通常直接将其农产品拿此售卖, 因此是物美价廉的高品质农产品的市场。除此之外, 还有一类叫做专项食品市场 (specialist food), 例如专门的法国食品市场、意大利食品市场。

有“盖儿”市场 (covered market) 是指非露天的市场, 具有永久遮挡物。这个分类是从物质结构上考虑的, 从销售内容上, 与街道市场或者专业市场基本相同。但是从形成原因看, 这类市场通常是城市更新后产物, 且多是以店面集聚在一个或几个街区为主, 形成的小型零售店面的集聚区。例如 Old Spitalfields 市场就是通过传统食品市场的改造, 通过加建玻璃屋顶, 增加商业店面, 形成封闭围合有内庭广场的市场集聚区。

2.2 伦敦市场的空间分布特点

伦敦市场通常位于或者比邻各区城镇中心, 60%的市场, 以及 68%的街道市场位于伦敦内城, 在伦敦郊区相对较少 (图 1)。这种空间分布特点与伦敦市场起源、郊区化有关。伦敦市场源自于欧洲中世纪城市, 当时的城市空间是以街道生活为主体, 商贩通常在城中心的重要街道两侧聚集, 并且在固定的时间出现, 这样逐渐形成了街道市场, 并且被保留至今。工业化与城市化带来了伦敦大规模的郊区化, 伦敦郊区也形成了以超级市场、大型购物中心为主导社区商业业态, 其周边环绕着大面积的私家车停车场, 因此, 伦敦的传统市场是很少出现在郊区中。

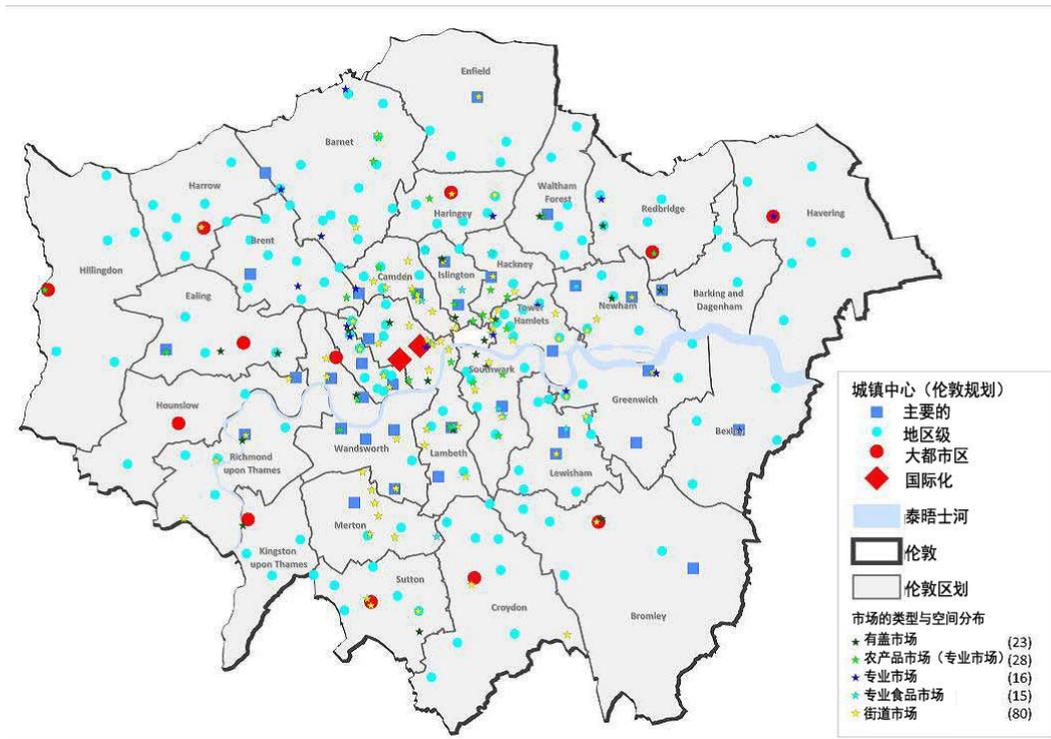


图 1 伦敦市场空间分布图

但是，食品市场由于占地空间大，对于物流运输要求频繁，已经逐渐向伦敦外围迁移，目前四分之三食品市场形成了以伦敦中心区为核心圆周式分布在外围伦敦。但是农产品市场和非食品类的专业市场在伦敦市郊之间却出现断层，尽管地方政府一直鼓励农产品市场与专业的食品市场，但是私人经营者一直面临营业困境。这一方面因为零售形式日益广泛，另一方面还有来自于超级市场与打折商店的竞争压力。例如，很少市场能够像超市那样延时经营到 5:30 分之后。

3 伦敦市场成功经验总结

近年来，伦敦市政府逐渐意识到市场对于城市中心活力的促进作用，相关研究表明，市场摊位数量与城镇中心的健康指数呈现正相关，很多伦敦发展优先区的空间选择也充分结合那些发展良好的伦敦市场。经营成功的伦敦市场大多位于各类城市更新地区，但又成功避免的被“中产阶级化”，依然保持了自身的传统特色，这种对于传统城市空间的可持续建设十分值得同类城市学习。

3.1 寻求特色化发展模式

每个伦敦市场的成功发展的都有自己独特的路径选择。伦敦市场数以百计，完全实现错位发展几乎不太可能，大多数出色的市场都是善于多方面营建，在营造空间特色、区位特点、

选择服务人群、销售产品类型等方面下功夫，充分发掘自身的独特要素，坚持自身的文化底蕴，运用现代化的经营手段，寻找亮点，构建特色。伦敦很多受欢迎的市场大多是特色化发展的成功典型（表 1）。

伦敦的 Borough Market 市场的特色售卖伦敦本土高质量的食物。它位于伦敦桥南部，有数百年历史，经历了几次搬迁，现在的市场始建于 1851 年，目前已经成为伦敦最受欢迎的食品市场，以批发为主，一周中只有两天半时间可以零售食品，尽管价格明显高于普通的食品超市，但是其优秀的食品质量依然吸引了很多伦敦本土人，以及慕名而来的游客。

位于伦敦北部的 Camden Lock 市场（图 2），其特点是伦敦知名度最高、吸引游客最多的复合型市场。它的主体是由四个市场组成的，包括以工艺品为主的 Camden Lock Market

市场，以时尚为主题的 Camden Stables Market 市场，以及出名很早的 Camden Market 市场等。这个市场地区不仅有各色的特色市场，还有很多的餐厅、酒吧、剧院与影院等。在周末时候，所有的店面全部营业，满大街人山人海，将整个 Camden 镇都变成了娱乐的海洋。



图 2 London Camden 市场

此外，位于著名 Convent Garden Jubilee Market Hall 市场区中的 Apple Market 市场是以伦敦本土的手工艺品，草本护肤产品为主题的专业市场，市场有部分下沉广场，底层是各式冰饮、餐饮的集聚区。每逢周末，在下沉广场中央、广场入口增添各种表演成为市场的一大人文特色，促进了周边很多临时性工艺品集市的出现，很多外来游客都是为了买到便宜又最具伦敦特色的本土工艺品才来的。从伦敦最受欢迎的 10 个市场（表 1）的经营特点可以看出，特色化、错位发展是关键。

表 1 伦敦典型市场的主导业态与经营特点

名称	经营主业态	经营时段 (每周)	专时性市场类型	专时市场 经营时段	周末
Old Spitalfields Market	时尚产业。餐饮与艺术品	7 天	古董市场	周四	周六部分商店开门；周日最活跃
Borough Market	食品与餐饮	7 天	食品零售市场	两天半	
Portobello Market	古董	7 天	服饰鞋类市场	周五	
Columbia Road Flower Market	花卉	周日 (8:00pm-3:00am)	画廊、艺术品商店传统烘焙店		
Petticoat Lane	衬裙、服饰	5 天半			周六全天、周日下午不营业
Greenwich Market	古董，二手服饰与中国丝绸，创意礼品	7 天			
Whitecross Street Market	艺术画廊、慈善商店、花店	5 天	特色食品市场	周四或周五	
Billingsgate Fish Market	英国最大的鲜鱼市场				
Covent Garden Jubilee Market Hall	服饰、艺术品、手工艺品	7 天		周一上午	古玩市场

3.2 包容多元文化发展

伦敦市场的成功发展离不开对于文化多样性的鼓励与扶持。伦敦作为公认的全球城市，其在人口构成、宗教信仰、阶层构成等多个方面注定要多元化发展，才能使整个社会具有足够的包容性。这种多元融合的特点也充分体现在市场的发展演变上。伦敦市场通常位于老区，或者紧邻城镇中心，这类地区通常是人口构成、宗教文化最为复杂的地区，还是社会低收入者与大量外来移民维持生计的地方。市场的经营者，无论是地方政府还是私人业主都会通过良好的基础设施投入和适度的税收政策、公平的申请程序搭建了门槛很低的创业平台，随时欢迎不同文化背景的新型店面加入，在很大程度上包容了不同的风俗习惯、语言文化、饮食文化等等。例如位于伦敦东区的 Brick Lane 市场地区就是以孟加拉语言为主，混合了 80 多种语言的多元文化地区，很多外来移民都到这里来寻找家乡特色。在这里，多元的文化不是靠作秀做出来的，也不是政府短时期一蹴而就的，而是靠真正的市民生活支撑的。

随着伦敦全球化城市的迅猛发展与城市复兴的大规模建设，很多伦敦市场都面临着很多

被“中产阶级化”的压力，通常，“复兴”后的市场会带来价格的上涨、业态的同构，从而引发消费人口单一、文化吸引力下降、经济效益下滑等很多社会问题。为此，很多市场利用价格杠杆和政府补贴的形式来维持人口的多样性，进而保持文化的多元发展。这种文化的包容性在那些大名鼎鼎、享誉全球的典型伦敦市场里尤其常见。文化的多元融合增强了这类市场的旅游吸引力，实现了经济效益与社会效应双赢的局面，同时带动了周边地区的更新，避免了自身的被“中产阶级化”的压力。

3.3 灵活的经营时段

伦敦市场的经营时段是灵活多样的。通常，大多数常规的伦敦市场周一到周五是上午 10:00-下午 4:00，在周末会

适当提前开张、延时关闭各 1 小时。此外，伦敦还有一些专门的周日市场（Sunday Markets）（图 2），这类市场往往存在于一些大型市场中，有的具有专门的建筑空间，有的是露天形式的，多以专业市场形式为主。例如，位于伦敦东部著名的 Brick Lane 市场周边的 Sunday Up 市场就是一个只



图 3 Sunday Market

在周末开店的市場，人們在這裏邊喝啤酒邊歡度周末，凝聚了當地市場的人氣。除此之外，還有一些臨時性市場，通常是在周末占用其他的開敞空間，例如占用停車場、或者商業區的城市廣場。這些靈活的经营時段的實現離不開靈活的市场租金的管理，很多臨時市場或周末市場的小型商販只需繳納经营時段的租金，降低了经营門檻，也保持了這類市場的可持续性。

3.4 多样化的产权管理模式

倫敦市場的產權形式与管理模式上既有公共的，也有私人所有的，也有公私联合经营形式，而联合经营的数量很少。数据统计表明，倫敦大約一半的市場是由地方政府管轄的，並且大多遵循 1990 年制定的地方管理法規（以及 1999 年威斯敏斯特區行政管理規定），這類市場的经营管理缺乏靈活性。地方政府通常只是將市場看作是一系列獨立商店的集聚聯合體，而不是一個統一的整体，因此其統一规划管理的職能受到了限制，例如不能擅自移動攤販的固定攤位，只能將營業執照發放給個人而不能發給企業，並且稅收來源有限。但是，在

解决问题时，可以联合交通、环境、规划等其他职能部门公共协商解决，会收到很好的效果。伊灵顿区政府就在市场管理方面取得了很好成功的案例，它通过部门联合会议，定期举办个人创业培训班，来促进当地市场的繁荣和可持续发展。

相反，私人企业管理经营的市场具有更强的弹性。他们对市场的空间布局具有更大的管理权限，可以根据具体商业氛围的变化，灵活的调配市场中摊位的空间布局。此外，他们还利用可观的税收收入投资基础设施的配建、市场治安管理等。例如，伦敦农产品市场有限公司就拥有全市 26 个农产品市场中 18 个市场的管理经营权，通过为每个市场量身定做发展计划，选择更有商业价值的区位等，取得了很好的效果。

3.5 “100 个伦敦市场”计划

伦敦地方政府部门一直认为伦敦市场是繁荣商业系统的重要部分，同时也有利于促进城镇中心的活力和乡村经济。尽管 25 个伦敦市区制定了一系列保护市场的政策，但依然有很多市场面临城市再开发的威胁。2006 年，伦敦市长提出的食品策略包括 100 个行动计划，覆盖了食品链条的 8 个阶段，其中三项行动计划涉及伦敦市场的发展，且主要关注批发市场而非零售市场。期间伦敦交通委员会也参与其中，包括增强步行空间、提供社区里的停车空间以及增加公共交通指示牌。但是伦敦市长与大伦敦政府依然认为这些措施还是不够充分，于是决定效仿伦敦市长于 2002 年 7 月提出的 100 个公共空间计划，制定 100 个伦敦市场计划，通过联合更多的相关部门，专业人士与地方代表（零售商与消费者），促进新市场的诞生，保护传统市场的可持续发展。

本次计划主要致力于三个层面，第一是完善政策，各区的地方政府大多制定了一套政策保护本地市场，帮助其避免再开发的威胁，在伦敦市层面制定促进城镇中心零售业与娱乐业的规划导则，将市场的发展融入城镇中心的发展；第二是鼓励市场中经济类型多样化，通过增加摊位与开展培训计划，不仅帮助原有私营业主更好的经营生意，也意在吸引新的零售摊贩加入市场，其中有的市场甚至鼓励临时经营者的加入；第三是增强市场安全性并且提高市场的吸引力，包括在建筑与市政等基础设施、公共服务、管理、公共设施四大方面给予充分的支持。100 个伦敦市场计划的受众目标不仅是伦敦市民，还要关注其对于旅游者的吸引力。从空间选择就能看出端倪，其中 83 个市场分布在伦敦内城，同时更多关注承办 2012 年奥运会的伦敦东部地区，同时，该项计划还离不开大量广告的宣传，也要依靠市场良好的信誉度。

3.6 社区发展的粘结剂

伦敦市场是一种功能复合的社区空间，是社区中重要的社会交往场所，逐渐成为老年人、妇女，还很多有小孩的家庭周末的休闲场所。这里不仅有满足当地需求和口味的各类商品，

餐饮和咖啡的小店，同时具备良好的交通可达性，通常位于社区中心，这是其成功地成为社区交往空间的重要前提。此外，与社区互动良好的商贩也是很重要的一点，因为商贩与消费者的互动构成了社区关系的纽带，对于增强社区活力起到了很重要的作用。

其次，由于很多伦敦市场大多位于社区中心，往往比邻城市公园、广场，亦或自身包含小型的公共广场，因此，市场往往在周末或者节庆假日扮演重要角色，社区居民在这里举行各种庆祝狂欢活动。很多伦敦市场已经逐渐成为社区居民心中的标识地区，具有强烈的社区归属感。再者，伦敦市场作为地方经济社会的重要场所，对于低收入的社区尤为重要。它不仅满足人们日常的生活需求，为低收入人群提供健康食品，同时也是大量社区居民的工作场所，逐渐成为承载伦敦市非正式经济的重要空间载体。

4 后续的思考

不可否认，伦敦市场在伦敦繁纷的商业体系中所占份额甚小，但是对于伦敦构建全球城市过程中保持文化多样性，体现社会包容性方面又绝对属于点睛之笔，可以说，伦敦用了极低的经济成本赚得了巨大的社会效益，成为世界了解“地方”伦敦的重要平台。伦敦市场的发展是从“地方”走向“全球”的过程，在保持地方传统的同时，又彰显了其海纳百川文化的潜力，是很值得拥有五千年华夏历史的中国城市学习的。总结分析，笔者认为有以下几点是中国规划师在今后类似项目中值得关注的议题：

4.1 避免城市更新过程中的“中产阶级化”

伦敦市场的良性发展与其在城市再开发中的博弈成功尤其相关，这种传统城市空间在城市更新中面临消失的问题在中国城市中尤其普遍，很多城市更新项目为了提升地区城市功能、升级产业，提高了地区发展门槛，也在一定程度上将传统的、大众的东西摒弃在外。其实，传统的东西，无论是生活习俗还是生活空间都具有一定的时代滞后性，这也是其能保存至今的关键原因，单纯的“中产阶级化”式的更新，只会给它们带来“拔苗助长”，直至毁灭。在这里，笔者建议采用渐进式、小规模更新的办法，增加新的元素，融入传统的空间，在保留原来的特色同时，逐渐演绎出新的生活内涵与城市空间。

4.2 鼓励“内生式”增长更新城市传统空间

作为具有五千年发展历史的中国，很多城市里都有向伦敦市场那样的传统型城市空间，可以是历史街区、可以是传统市场，甚至可以是历史悠久的城市公园、广场，但是对于这类城市空间的保护与管理方式十分匮乏，尤其是关于如何“活化”这类传统城市空间，更是有计可施。尽管很多城市针对历史建筑与街区都有保护条例，但也只是侧重于物质结构维护

与修缮，对于历史街区的可持续发展还有很长的路要走。在这里，笔者建议采用“内生式”增长模式更新传统城市空间，首先要充分研究这类传统城市空间中的市民生活，从经济、社会、历史文化等多方面考察，明确维持这类城市空间存在中所必须包含的经济、社会、人口要素，其次，选择性注入新的催化剂，可以是新的经济形态、亦或新的人口类型，从而带来就业的增长与人口的增加，进而对原来的城市空间提出更新的要求。这种有内而外的更新方式是符合城市有机生长规律的，也是实现可持续发展的毕竟之路。

参考文献

1. Cross, J. (1998) 'Informal politics: street vendors and the state in Mexico City', Stanford University Press, California.
2. Economic Development, Culture, Sport and Tourism Committee. (2008) 'London's street markets' .
3. Regeneris Consulting. (2010) 'London's Retail Street Markets - Draft Final Report' .
4. 张景秋著. 北京的文化包容性与世界城市建设. 北京规划建设, 2010 (5): 39-41
5. 刘蕾, 朱喜钢等著, 城市蔓延语境下的街道空间包容性思考, 现代城市研究, 2011 (7): 59-63
6. 董君等著, 欧美城市理论在城市活力方面的启示, 低温建筑技术, 2004 (3): 22-23
7. 余亮如等著, 基于规划视角的城市文化特色思考, 中国知识期刊网
8. 大伦敦政府著, 黄正骊译, 文化大都会 2010—伦敦文化战略的传播, 时代建筑, 2010 (6): 34-37

作者简介

姓名: 于红

性别: 女

出生年月: 1980.03

最高学历: 硕士 (Msc Building and Urban Design in Development, University College London)

工作单位: 天津市城市规划设计研究院

职务: 城市规划师

职称: 中级