

용역검사 (수) 조서

문서번호	서울도시건축비엔날레사무국-1519	결재	선임	국장				
수신	내부결재		12/07 금명주	전결12/07				
접수번호				정소익				

계약건명	2017 서울도시건축비엔날레 국제스튜디오 ('16 가을학기)			
납품자	상호	게이오대학교(Keio University)	성명	Jorge Almazan
계약금액	금	삼천오백달러 정(\$ 3,500)		
계약체결년월일	2016년 09월 01일			
납품기한	2016년 12월 31일			
납품년월일	2016년 12월 01일			
검사(수)년월일	2016년 12월 07일			
검사(수)장소	서울도시건축비엔날레 사무국			
검수자의견 ※ 4개 항목 모두체크	1. 수량은 일치하는가 ?		예(<input type="radio"/>)	아니오(<input type="checkbox"/>)
	2. 계약규격과 외형은 일치하는가 ?		예(<input type="radio"/>)	아니오(<input type="checkbox"/>)
	3. 특허 등 특수기능은 있는가 ?		예(<input type="checkbox"/>)	해당없음(<input type="radio"/>)
	4. 구성품은 부착되어 있는가 ?		예(<input type="radio"/>)	아니오(<input type="checkbox"/>)
물품관리시스템 등록대상구분	비대상(<input type="radio"/>)	대상 (등록	미등록) 물품출납 부 등 재

위와 같이 검사(수) 하였음

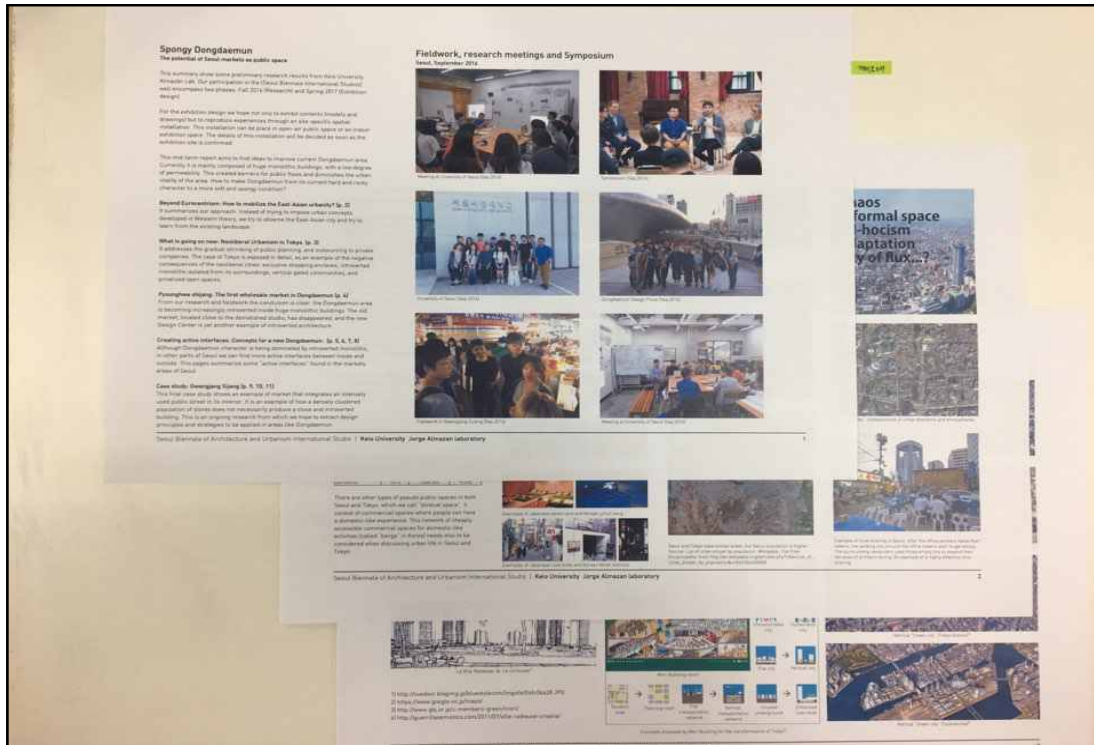
2016년 12월 07일

검수자 서울도시건축 비엔날레 사무국 직급 5급 성명 금명주
검수자 팀 직급 성명

물품출납
출납원

분임물품
출납원

검수 사진



중간 연구 결과물 인쇄본

Gwangjang shijang

Case study

Gwangjang Shijang is next to Cheongcheon river. It is a representative and traditional market that has supported the Seoul citizen's everyday life. In this market, small stores gathered selling mainly textiles or clothes. Retail is small but the street under the arcade in front of these stores has become a public space that have many kinds of activities like street vendors and markets from the retail. These activities are spread to the shopping arcade and blur boundaries between inside and outside. Gathering about 2000 small shops make a dynamic form of the whole Gwangjang Shijang.

1954	Japan took control of the management rights of the Namdaejeon market.
1965	Dongsaejung Co., Ltd. opened Gwangjang shijang.
1910	Japan's Annexation of Korea. Korea loss of national rights.
1950	Gwangjang Shijang was burned all by fire.
1951	The current 2 Floor buildings were built.
1970s	They refurbished those buildings many times.
2002	Government improved market environment as an urban renewal project.

Gwangjang shijang layout (plan for surrounding)

- textile
- clothes
- traditional clothes
- food
- others

Gwangjang Shijang different areas according to the products on sale. The second levels in the building has intricate character like Pyeongcheong shijang. Stores have small dimensions and gathering these small-retails create cooperative effects.

1) <http://img.seoul.go.kr/arc/arcimg/11071010>
 2) <http://www.seoul.go.kr/arc/arcimg/11071010>
 3) <http://www.seoul.go.kr/arc/arcimg/11071010>
 4) <http://www.seoul.go.kr/arc/arcimg/11071010>
 5) <http://www.seoul.go.kr/arc/arcimg/11071010>
 6) <http://www.seoul.go.kr/arc/arcimg/11071010>

중간 연구 결과물 시안