

区域级商业综合体设计要点简析

朱凌¹ 马鹏超²

1. 上海华润建筑设计研究院有限公司; 2. 同济大学建筑设计研究院(集团)有限公司

摘要: 随着中国城市化进程的不断推进, 商业综合体的类型呈现处多样性。本文按区位条件对已建设的商业综合体予以分类, 并通过样本及数据的对比, 结合实际项目操作过程中的设计流程及方法, 从经济技术指标、立面设计管控、功能业态类型三个方面, 重点总结归纳出区域级商业综合体的设计要点。在宏观及中观层面, 商业综合体的分类方式及区域级商业综合体的设计要点对今后的商业综合体的建筑设计起到指导的作用。

关键词: 区域级商业综合体; 经济技术指标; 立面设计; 业态类型

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2022.03.060

引言

商业综合体是将住宅、办公、购物、娱乐等单一的建筑功能结合起来形成一个综合的场所。这种场所不仅能够为人们提供更加优质的购物服务和体验, 还能够满足现代人们对建筑提出的多功能建设需求。商业综合体建筑类型随着我国城市化进程不断演化发展, 建筑形态呈现出多样化。本文对目前已经出现的商业综合体按区位条件予以分类, 并针对区域级商业综合体的新特点予以分析。

一、商业综合体分类

(一) 城市级商业综合体发展历程

20世纪末期, 我国的商业综合体兴起于一、二线城市中心、副中心。此类商业综合体的设计的建造具有拉

动了城市新区的经济发展, 展现城市形象、促进城市旅游的作用, 此类综合体统称为城市商业综合体。目前, 由于城市化进程的不断放缓, 城市中心、副中心商业配套趋于饱和, 城市级综合体鲜有出现。

(二) 商业综合体的分类体系

随着城市化进程的不断深入, 商业综合体的新发展则以TOD模式为导向, 不断向城市各地区中心, 社区生活圈衍生发展。在区域层面, 出现了以华润万象汇、龙湖天街为代表的区域级商业综合体; 在社区层面, 出现了以旭辉mall, 旭辉U天地等商业品牌。至此, 商业综合可以划分为城市级商业综合体、区域级商业综合体、社区级商业综合体。这三类城市综合体对应城市中心、地区中心、社区中心形成了高、中、低三级搭配。由于三类商业综合体的目标人群的差异性, 其建筑设计具有较为鲜明的特点。

二、区域级商业综合体设计要点

(一) 注重经济技术指标的合理性

城市级商业综合体具有极强的标志性, 其建设开发为开发企业带来经济效益同时, 更多的是社会效益。因为区位条件的不同, 区域级的商业综合体更为注重经济效益。此外由于电商的兴起, 房地产增速放缓等客观原因, 出于运营招商的考虑, 有效降本增效是区域级商业综合体平面功能设计考量的首要因素。

1. 建筑规模的缩减

经过调研, 近年投入运营的社区型商业综合体, 仅

表 1: 商业综合体建筑规模

编号	类别	调研案例	建造年份	商业建筑面积	商业裙楼层数
1	社区级商业综合体	上海旭辉控江 MALL	2017	4.5 万 m ²	6F/3F
2		上海宝山旭辉 U 天地	2019	4.6 万 m ²	3F/2F
3		合景泰富·上海悠方	2017	5.2 万 m ²	4F/2F
4	区域级商业综合体	宁波龙湖天玥	2021	8.6 万 m ²	4F/2F
5		上海奉贤龙湖天街	2020	10.2 万 m ²	4F/2F
6		杭州萧山万象汇	2018	9.6 万 m ²	6F/3F
7		浙江余姚万象汇	2014	8.3 万 m ²	5F/3F
8		江苏南通北大街万象汇(城)	2018	12.5 万 m ²	6F/2F
9	城市级商业综合体	上海市五角场万达广场	2008	26.2 万 m ²	4F/2F
10		杭州万象城	2008	13.1 万 m ²	6F/3F
11		无锡万象城	2009	14.5 万 m ²	4F/2F
12		郑州万象城	2009	11.7 万 m ²	7F/3F
13		合肥潜山路万象城	2010	18.1 万 m ²	6F/3F

注: 江苏南通北大街万象汇与泰州万象汇(城)一期两个项目营销名称为万象城, 建设标准为万象汇。

配套地块周边社区居民的社区级商业综合体地上商业建筑面积偏小，均控制在6万平方米以下。区域级商业综合体商业建筑面积均控制在8万平方米至13万平方米。而目前新建的城市商业综合体，商业建筑面积均控制在13万平方米以上。相比较之下，不同梯级的商业建筑面积呈递减趋势。（详见表1）

2. 注重建筑参数经济性

同时，由于建筑参数的经济性决定了商业综合体运

营的经济效益，在实际项目控制过程中，区域级商业综合体建筑内部的控制性指标更为繁杂、苛刻。经过调研，区域级商业综合体综合得房率基本控制在58%以上，平面开洞率控制在13%以下，且兼顾营销的需求，小铺率需要控制在60%以上。可见此类商业综合体可租售商业面积的总量与质量的要求较高，基本采用单动线的交通组织方式，追求得铺率，紧贴市场需求。（详见表2）

表 2：区域级商业综合体建筑参数

编号	调研案例	空间形态	动线类型	平面开洞率	小铺率	综合得铺率
1	长沙福元路龙湖天街	室内中庭 / 室外商街	单动线	-	61%	58%
2	宁波龙湖天玥	室内中庭 / 室外商街	单动线	-	61%	58%
3	上海奉贤龙湖天街	室内中庭 / 室外商街	单动线	-	61%	56%
4	合肥蜀山万象汇	室内中庭	单动线	12%	59%	63%
5	浙江余姚万象汇	室内中庭	单动线	11%	61%	63%
6	杭州萧山万象汇	室内中庭	单动线	13%	60%	63%
7	江苏南通北大街万象汇（城）	室内中庭 / 室外商街	单动线	12%	60%	60%
8	吴江万象汇	室内中庭 / 室外商街	单动线	12%	59%	59%
9	昆山万象汇	室内中庭	单动线	12%	60%	64%
10	扬州万象汇	室内中庭	环形动线	12%	60%	60%
11	泰州万象汇（城）一期	室内中庭	单动线	12%	60%	68%

注：江苏南通北大街万象汇与泰州万象汇（城）一期两个项目营销名称为万象城，建设标准为万象汇。

（二）注重立面设计集约性

由于区位的变化，建筑物标志性诉求降低。同时，受限于严格的成本控制，后期运营的经济压力，现今区域级商业综合体立面设计注重立面的成本控制，强调立面组合的主次关系。相较于城市级的商业综合体，区域级商业综合体对立面设计往往强调重点部位的设计。

1. 大数据分析导入

在设计前期，集约的立面设计需要运用大数据手段支撑。项目策划阶段，交通顾问会分时段分析商业建筑用地四至各类型交通人流的流量参数，形成交通分析专篇，并以此为基础从定性和定量两个维度确定不同属性的商业价值面。

对于重要商业价值面，立面材料选取成本可适当放宽，强调商业建筑的展示效果。其他次重要的商业价值面需要根据交通分析的定位，分层级控制立面设计的成本。由于大数据的介入，立面设计的重点更为突出。

2. 立面材质定档精细化

沿街立面低区是敏感度最高的区域之一，且在室内空间上均为对外商铺。因此，在近人尺度上，需要实现该区域的高品质，所使用的立面材质的价格一般较高。高区是消费者从城市道路上观测的区域，消费者对细节的敏感度不高，且在室内空间上均为对内商铺，通风采光无要求。因此，统一完整的立面形象更符合大众的审美，其材质价格一般较低。

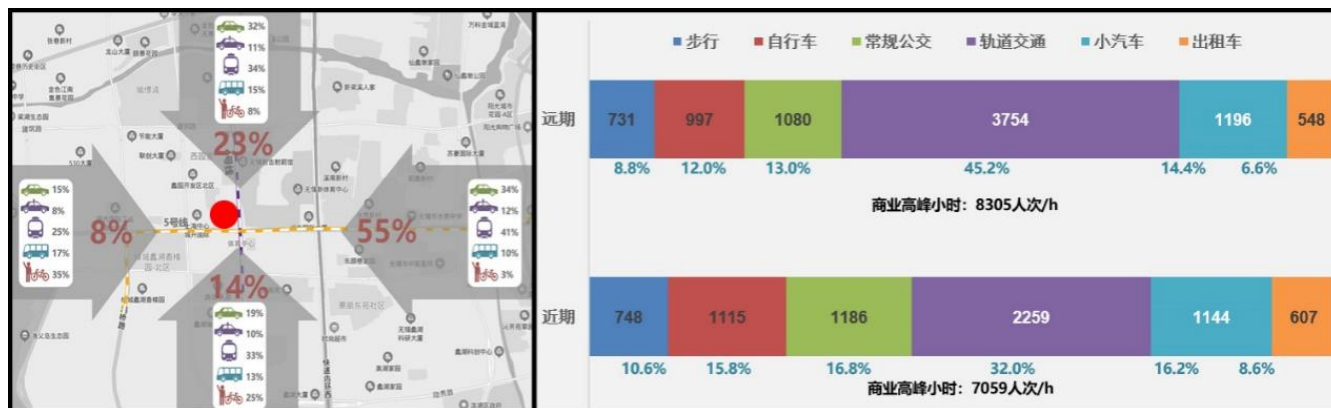


图 1：无锡某商业综合体商业价值面分析（作者自绘）



图 2: 立面玻璃元素与功能业态对应关系分析 (作者自绘)

在实际项目设计过程中, 高区有一些室内特色空间集中所在的楼层, 如城市客厅、大型餐饮、儿童活动、特色业态区域, 经常有比较强烈的对外墙采光的诉求, 且对外形象展示能力较好, 宜将经营活动区对外通透。这些商铺立面元素往往是建筑设计的点睛之笔, 凸显建筑物的性格。由于这些商铺处于高区, 凸显了建筑在城市中的昭示性。(详见图2)

3. 立面风格模块化

现阶段, 由于资本市场快周转的需求, 各商业地产开发企业均十分重视项目周期, 对项目进度的控制极为严格。头部开发企业为了实现商业地产的快速高效的落地, 均编制了企业内部的技术标准化文件, 对建筑立面设计进行了模块化的要素提取归纳。

因此, 现阶段实现的区域级商业综合体立面效果具有一定的同质化, 材质与体块组合取得较为中庸的效果, 立面手法缺乏先锋性与实验性, 立面效果个性化不足。笔者认为在以后的设计中需要更多关注本源的地域需求, 避免建筑形象的单一化。

(三) 功能业态多元化

区域型商业综合体需要配置社区居民日常生活必需功能业态, 它往往是一个创造趣味性公共空间的项目, 弥补了城市生活的缺口。在满足社区居民需求的同事, 还要争取区域城市人流的引入, 形成目的地人流、办公人流、周边居民的生活与工作的节点, 打造工作办公、户外洽谈、集会庆典、亲子活动、购物娱乐、运动社交等社会行为的场所空间。

1. 注重室外空间功能性

现阶段的区域级综合体强调室外空间的融合, 注重室外景观空间、灰空间的品质设计。在低层高密度的城市中心区, 区域级商业综合体整合了碎片化的土地资源, 赋予露台、屋顶空间的功能, 创造了屋顶农场、星光球场、健康步道等新型功能空间, “见缝插针”地完善了城市景观系统。在城市新城区, 区域级商业综合体更为关注客户游憩体验, 建筑空间往往是围绕商业内

街、室内中庭、入口广场展开, 在微观层面补足了城市景观系统, 提升城市品质。

2. 业态类型多样化

目前区域级商业综合体具体有零售、餐饮、娱乐、服务、超市共计五大类。其中零售类的业态均为城市级商业综合体减配而来, 招商品牌相对偏中低端。超市、餐饮类业态与城市级商业综合体品牌趋同, 功能上更为注重外卖流线的进出, 避免与商业人流的干扰。娱乐、服务类业态品类更为全面, 满足了商业人流的多种社会行为需求。

(四) 结语

商业综合体的发展过程中, 政府的管控相对弱化, 开发企业引领了此类建筑的衍生方向。在实际项目中, 不同的开发企业针对不同区位的地块, 具有各样的内部开发逻辑。这也是商业综合体类建筑百花齐放的原因。本文的样本选取集中于华东、华中片区, 且均为头部开发企业的项目, 实为挂一漏万。笔者认为随着商业综合体建筑的进一步发展, 还需要不断的归纳总结。

参考文献

[1] 赵勇. 城市商业综合体建筑空间设计分析[J]. 工程技术研究, 2021, 6(04).
 [2] 王子驹. 新时代背景下商业综合体建筑设计研究[J]. 城市住宅, 2020, 27(08).
 [3] 王德. 商业综合体的消费者空间行为特征与评价[J]. 建筑学报, 2017, 02(34).
 [4] 夏正伟. 高层商业综合体中人流、空间与功能研究——以3个轨道交通商业综合体为例 [J]. 建筑学报, 2015, 05(39).
 [5] 张肖峰. 大城市商业综合体交通策略研究——以天津市为例[J]. 城市交通, 2015, 11(10).

作者简介: 朱凌, 男, 1986年, 硕士, 中级, 建筑设计及理论。

马鹏超, 女, 1988年, 硕士, 中级, 建筑设计及理论。