

公园城市背景下商业外部空间公园化设计研究

文 / 吴福兴 广州市城市规划勘测设计研究院有限公司

摘要：在公园城市如火如荼建设的背景下，人们对于优美生态环境的期待度正在提高。商业建筑作为创造宜居美好生活的空间，是公园城市建设与市民生活之间的重要衔接点。消费者对于商业空间建设品质的要求也越来越高，更加关注绿色、自然、健康的购物环境，商业空间的公园化正在成为新兴的设计趋势。当前对于商业空间公园化的研究，普遍关注建筑形态与景观环境的设计，缺乏从宏观的角度对城市空间与商业外部空间之间关系的研究。文章以公园城市建设理念与传统园林造园思想为基础，梳理商业空间公园化的深刻内涵与内在逻辑，通过商业空间公园化案例的实例分析，针对商业外部空间，分别从人文生活、城市空间、地域环境三个方面提出公园化设计的策略，以期从城市设计的角度为日后的商业建设提供参考与指引，为人们创造舒适宜居的城市商业空间。

关键词：公园城市；商业外部空间；公园化设计；造园思想

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2025.24.114

引言

当前，我国正有序推进“美丽中国”的建设，以人与自然和谐共生为发展目标。城市发展要坚持人民城市人民建、人民城市为人民，同时建设绿色低碳、环境优美、生态宜居、安全健康的美丽城市。“公园城市”作为城市发展的高级形态，充分展现了新发展理念，在园中建城、城中有园，使人民能够推窗见绿、出门见园，满足人民群众对于优美生态环境的期待。

商业建筑与人民生活息息相关，是人民绿色美好生活的重要发生地。随着人们对于环保以及健康生活方式关注度的提高，消费者也更青睐于在绿色自然的商业空间中消费。以生态自然基础设施为导向的城市空间开发模式正在国内外兴起，这种模式的兴起，不仅有助于改善城市生态环境，提升城市品质，还能为城市经济发展注入新的动力。

一、公园城市建设理念

2022年2月，国家发展改革委、自然资源部与住房和城乡建设部发布了《成都建设践行新发展理念的公园城市示范区总体方案》，公园城市示范区的打造必将影响未来城市建设的趋势。

城市公园系统发端于美国，奥姆斯特德提倡保护自然，将乡村带入城市，强调城市绿化。随着工业社会对于城市构想的演变以及公园系统理论的发展，霍华德提出“田园城市”，是为健康、生活和产业设计的城市与乡村的结合体^[1]。

公园城市的发展是我国基于人与自然和谐共生探索城市规划发展新途径做出的努力与尝试。自改革开放以来，我国对于城市人居环境的建设愈加重视，提出了许多指引城市绿色环境建设的发展模式（图1）^[2]。

二、传统园林造园思想

尽管身处城市，人们对自然仍有着无限的向往，对自然有着天生的好感。在人居文明的进程中，人们始终追求着即使身处城市也能享受山水之乐的生活理想。商业空间公园化的溯源，可以看作是中国古典园林思想现代化的延续与传承。

（一）人工化的自然

中国古典园林的“园”是在围墙内由屋宇、方池、林木、亭榭、土山与石峰等要素组合而成的。中国古典园林通过概括、加工和提炼自然要素而达到“虽由人作，宛自天开”的效果。因此，园林可以被理解成为达到某种目的的人工化自然，在与周围环境相对隔离的封闭空间中通过人工化的手法表现自然^[3]。

商业空间本身与自然空间是存在差异的，两种空间本质属性上的差异导致了商业建筑外部空间的公园化是一种人工化的自然。商业建筑外部空间的公园化，便是对人工化自然理念的呈现。通过商业空间公园化场景的创造，表现自然主题，比如峡谷、运河、森林或者花园；通过自然元素的人为加工，比如树木的植入、水流的引入、小品的放置等，使商业建筑外部空间在适应现代消费空间需求的同时，为消费者创造出身处自然的体验。

（二）理想化的自然

在大自然中并不缺少奇山秀水的自然环境，在人口稠密的城市环境中创造出的一方特殊的自然空间，可以理解为这是脱离现实世界的理想化自然^[3]。中国古典园林写意的创作思想，如同中国山水诗与山水画一样，追求

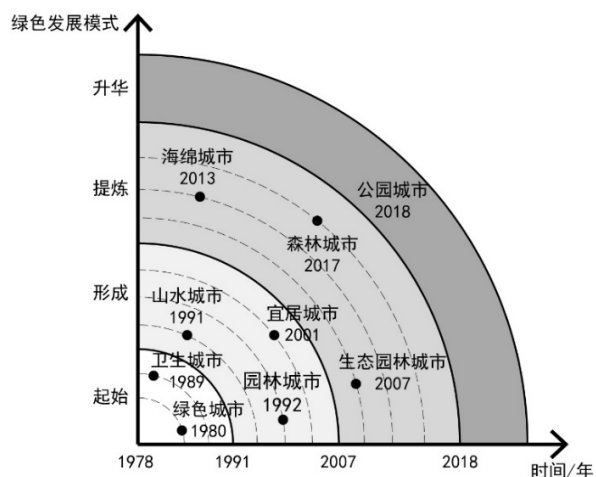


图1 我国绿色环境建设模式发展（资料来源：作者自绘）

的不是真实精确地反映实物，而是创造一种情景交融、虚实相生的诗情画意^[4]。

商业建筑外部空间的公园化，也并不是将一个真实、独立的公园置入商业空间中，这对商业效益而言起不到太多的积极作用。商业外部空间的公园化，旨在创造一个理想的自然环境，不是对公园空间的生搬硬套，而是通过各种现代技术手段的呈现创造出消费者眼中理想化的自然。这种理想化的自然所带给消费者的体验可能是现实生活中存在的、相似的甚至是从未有过的，使消费者在购物中心中流连忘返、意犹未尽，而获得心理上无限的愉悦与满足。

三、商业外部空间公园化设计策略

表 1 商业外部空间公共活动分析（资料来源：作者整理）

项目	泰国曼谷 EmQuartier	重庆光环购物公园
场景图示		
空间载体	街道空间	广场空间
设计分析	可作为临时活动的举办场所，比如商业表演或者商业市集，增加公共空间的商业性。	大台阶可作为天然的观众休息区，满足消费者观演休憩的需要。


商业外部空间有赖于一定的物质空间才能为消费者提供丰富的公共活动，通过公园化的设计使得社交场所更加的舒适与安全，从而能够吸引到更多潜在的消费者（表 2）。社交空间通过绿化景观的围合形成一个可供

（一）营造人文生活

人的行为活动总是依赖于特定的空间场所进行的，而空间场所也因为人的行为活动而获得了存在的意义和价值。因此，商业空间通过引入一定的公共活动能够更好地融入消费者的日常生活（表 1）。商业外部空间的公共活动，依照性质可以划分为商业性与社会性两类。商业性公共活动形式丰富，包括各种表演、促销、快闪活动、跳蚤市集等，不仅能为商业公共空间增加浓厚的商业氛围，还能极大地提升消费者的购物体验。社会性公共活动则更加注重社会大众的参与和体验，通常包括露天表演、公共展览、教育科普等。

消费者交流的空间，使人放松并回归到日常生活之中。同时，通过置入一定的休憩设施使消费者能够停留与休憩，如通过商业外摆的座椅使消费者能够休息并促进消费。

表 2 商业外部空间社交场所分析（资料来源：作者整理）

项目	上海绿地缤纷城	深圳宝安欢乐港湾
场景图示		
空间载体	广场空间	公园空间
设计分析	大面积的绿地空间鼓励人们进入，设置休闲座椅满足人们社交的需求，靠近景观绿地的地方设置为商业外摆区域。	为不同群体提供丰富的活动社交场地，包括滑板公园、城市沙滩、儿童游乐场、演艺广场、旱地喷泉、摩天轮等。

（二）关联城市空间

商业外部空间能够引导消费者从城市空间中自然地到达商业空间中，既是城市空间的一部分，也与内部商业空间息息相关。

商业外部空间，作为城市开放空间的其中一环，不仅与城市空间紧密相连，还具备转化为城市空间的潜能，

为城市释放一定的公共空间（表 3）。实现商业外部空间的公园化设计，意味着将其从原有的设计框架中解放出来，使其真正地融入到城市公共空间的大系统之中。这种转变极大地增强了外部空间的公共开放性，不仅能够吸引消费者，还能为其提供丰富的城市活动场所，有效地分担城市职能。

表3 商业外部空间释放公共空间分析 (资料来源: 作者整理)

项目	上海苏河湾万象天地	成都 SKP	土耳其伊斯坦布尔 Zorlu Center
场景图示			
空间载体	公园空间	公园空间、屋顶空间	庭院空间
设计分析	建筑体量位于场地四周, 商业空间主要位于地下层, 将地面的核心空间留给公园。	地面层设置为城市公园, 承担了一定的城市公园的职能, 同时是锦城公园与环球中心轴线的一部分。	在购物中心内部创造了一个具有城市空间尺度的庭院, 延续了一定的城市空间关系。



城市空间的自然环境, 是设计中最宝贵的资源, 其独特的自然景观视野赋予了空间难以估量的价值。特别是在商业外部空间公园化设计中, 更应该充分利用城市中的自然, 使商业空间与自然之间形成和谐共生的关系, 相互融合并相互映衬。商业外部空间通过巧妙地利用城市中的自然资源, 使得外部的自然景观得以充分利用, 与外部景观在视觉上形成紧密的联系。这不仅丰富了商业空间的景观

层次, 还为消费者营造出了一个舒适宜人的购物环境。

(三) 契合地域环境

在商业建设的过程中, 需要保证城市风貌的整体性, 促进地形地貌、自然气候与现代美学结合。商业外部空间的公园化设计, 不是孤立的创作, 应当充分考虑当地的地理环境、气候特点作为烘托对象, 使空间与城市环境和谐共存 (表 4)。

表4 商业外部空间契合地域环境分析 (资料来源: 作者整理)

项目	土耳其伊斯坦布尔 Zorlu Center	成都港汇天地
场景图示		
空间载体	屋顶空间	庭院空间
设计分析	商场连绵起伏的绿色屋顶呼应了伊斯坦布尔的山形地貌。	种植西南地区的乡土树种打造川西森林, 通过溪流、涌泉以及水雾等呼应成都的湿润气候。

人类对于自然有着深厚的情感, 在商业外部空间公园化的设计中, 应当充分利用当地或异域独特的自然风貌, 如气候、地形地貌、地质特征、景观风光以及水文条件等。自然风貌是地域特征的生动体现, 通过巧妙的设计融入商业外部空间设计中, 不仅能使空间更具地域特色, 避免陷入程式化、固有化的商业设计中, 还能满足消费者对于个性化和差异化的表达。

结语

商业空间作为市民生活和活动的重要场所, 是城市空间品质展示的重要窗口。在公园城市建设的背景下, 人们更加关注绿色健康的空间, 商业空间的公园化设计也正在成为一个很具有价值的应对之策。对于商业外部空间, 应该关注人文生活的营造, 使公众能自由地参与到空间场所的活动中; 着重城市空间的关联, 使商业外

部空间积极地融入城市空间系统; 鼓励地域环境的契合, 使商业空间更具有个性与差异性。商业外部空间公园化的设计, 满足了新时期消费者对于商业空间的期待, 促进了商业消费并激发了城市公共活力。

参考文献

- [1] 王浩. “自然山水园中城, 人工山水城中园”——公园城市规划建设讨论 [J]. 中国园林, 2018, 34 (10): 16-21.
- [2] 张云路, 关海莉, 李雄. “生态园林城市”发展视角下的城市绿地评价指标优化探讨 [J]. 中国城市林业, 2018, 16 (02): 38-42.
- [3] 童明. 作为异托邦的江南园林 [J]. 建筑学报, 2017 (12): 98-105.
- [4] 曹林娣. 中国园林艺术论 [M]. 山西: 山西教育出版社, 2001.