

价值的最大化

——武清华北城商业、酒店及会展综合体概念设计

Value Maximization

—Conceptual Design of HuaBeiCheng Commerce, Hotel & Exhibition Building Complex, WuQing, TianJin

熊曦

Xiong Xi

[摘要] 设计兼顾各城市节点的客流，由连续流畅的商业动线最大化挖掘地块的商业价值，通过利用沿街商业与开辟商业内街、下沉式广场等手法增加商业的城市展示面、提升商业价值，并且营造了独特的购物体验，活跃了空间氛围。商业划分灵活开敞，适用于不同种类的商业。

[关键词] 投资者 使用者 价值导向 最大化 地标 设计模式比较 经济效应 社会效应 商业延展面 开放式综合体

[Abstract] The design takes traffic flows of different urban nodes into consideration; maximizes its commercial value via maintaining continuous flow of traffic; increases the commercial value of the district by means of including street businesses, internal shopping streets and sunken plaza. All these aspects help to create a unique shopping experience and a vibrant atmosphere. The space partitioning is flexible to accommodate to all sizes of businesses.

[Keywords] Investor User Value Orientation Maximize Landmark Comparison of Design Options Economic Effects Social Effects Retail Frontage Open Space Within Building Complex

一、引子

传统的城市综合体（HOPSCA，酒店、写字楼、公园、商业、娱乐、居住等功能混合区）经由二十多年的发展，衍生出多样的形态。由于城市综合体的规模远远超过了常规建筑的尺度，它所涉及的问题也不再囿于技术和艺术的范畴，而深入到城市生活及城市发展的各个层面，成为一项经济与社会文化、建筑与城市空间、环境与生态技术等多学科交织的系统工程；围绕这些不同的课题，综合体项目的开发越来越趋向于不同价值导向之间的协调。在这种背景下，建筑师面临更大的挑战，需要从多个角度来思考设计的方向，统观各方面的需求，实现综合价值的最大化。

二、项目背景

天津武清区华北城项目是天津近年重点推进的十大批发市场项目之一，在政策的推动下，该区域将发展为以建材和家居为主题的、配套功能完善的区域性建材家居中心，以及北方的建材物流中心。华北城商业、酒店及会展综合体项目即位于该区域的东侧入口位置。

设计地块占地3.2hm²，东侧是刚建成的规模化建材市场，北侧为规划中的红星美凯龙等大型家居中

心及小型商业。上位规划对于设计地块的初步定位为商业、酒店、会展，希望能通过这个项目满足一定的社会需求；但投资者对于该项目也有自己的诉求，对于开发的风险及项目的品牌效应成为他们的关注点。

鉴于项目定位的不明确性，我们跳出建筑设计的尺度和范畴，首先展开了区域背景研究，以期在设计地块度身定制一个合理的发展定位。

三、目标定位：区域的新目的地和发展引擎，武清的新地标

我们着眼于设计地块周边更广的区域：介于京津两城之间的特殊位置——距天津市区与北京市区分别约40min和1h的车程，临近京津公路与京津城际铁路武清南站，使得地块具有绝佳的区域交通可达性。凭借政策支持的华北城项目作为有力依托，该区域将会吸引大量从两城过来的人流。区域内，设计地块的西侧规划为生态园区，东侧也将建成较大规模的居住区。

因而我们推论，设计地块将面对的目标客户群主要为周边城区来此地购置建材家居产品的外来人员、当地的居民，以及相关的员工、建材商，加上适量的休闲度假人员。这类人群将产生一系列购物、餐饮、娱乐的需求，为地块带来发展的契机。

而目前地块周边3km范围内规模化的商业、酒

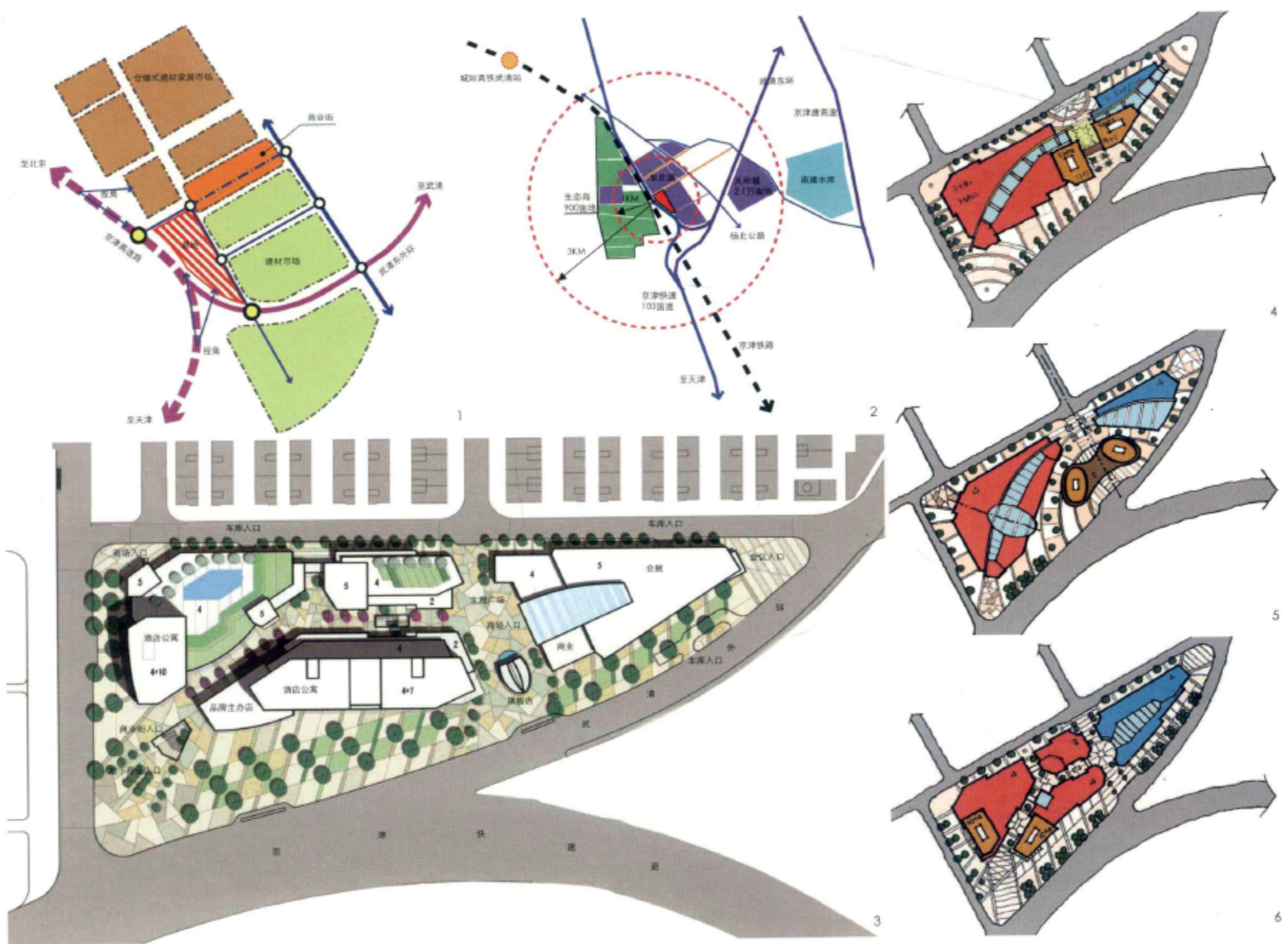
店产业空缺，华北城综合体项目将有足够潜力发展为区域的新目的地。我们需要通过高品质的内外部空间等相关设计，为使用者提供舒适的商业、主题展览和商务会晤空间，树立项目的品牌以吸引目标客户群，最终成为带动周边区域进一步发展的引擎。另一方面，从投资者的角度，考虑到其对项目寄予的期望，以及项目的特殊位置，我们进一步明确，该综合体的设计将标志出华北城区域的门户，并成为武清的新地标。

四、价值最大化设计

1. 基于经济效应、城市空间、建筑设计的三种设计模式比较

以不同的价值导向为出发点，设计展开了三种设计模式的假设：大型商业中心模式（The Mall），主题型综合商业与地标酒店（The Gate），开放式休闲娱乐商业（The Town）。

从建筑设计最大化的角度考虑，首先提出了大型商业中心模式（The Mall）。该模式与国内20世纪末、21世纪初建成的大量建筑综合体项目类同，以最大化建筑占地为显著特征，在巨型的建筑内部设置中庭空间，来适应人的尺度。这个模式是对传统空间与购物模式的一种复归，在提倡大型室内商业中心购物体验的同时，强调出英雄主义式、具有震撼感的建



1-2. 区位图
3. 总平面图
4-6. 三种设计模式图

筑。The mall的模式商业建筑规模宏大，有利于形成综合体的品牌效应；但设计地块周边目前尚未发展成熟，市场的接受度仍不可预期，大型商业中心的空间格局不够灵活，会增加投资的风险。

从经济价值最大化的角度进行假设，居住、酒店式公寓作为综合体项目中最易于销售的项目类型，可进行独立的功能分区来保证环境品质。主题型综合商业与地标酒店（The Gate）的模式，将商业、居住/酒店式公寓、会展三个既相互吸引，又相互排斥的功能单元从平面和空间上完全分开，给予各自相对独立的使用空间。酒店分设两栋，设置在正对快速路的中央位置，以双子塔的形式强化综合体的门户形象。商业建筑体量适中，会展中心分别位于南端。区域之间的空间也为大型主题城市广场提供了可能，将

成为聚集人气的重要城市节点，有利于提升商业活力。The gate模式中，各功能分区相对独立，干扰较小；但也有其弊端，绝对的功能分区不利于各功能间的灵活转化。

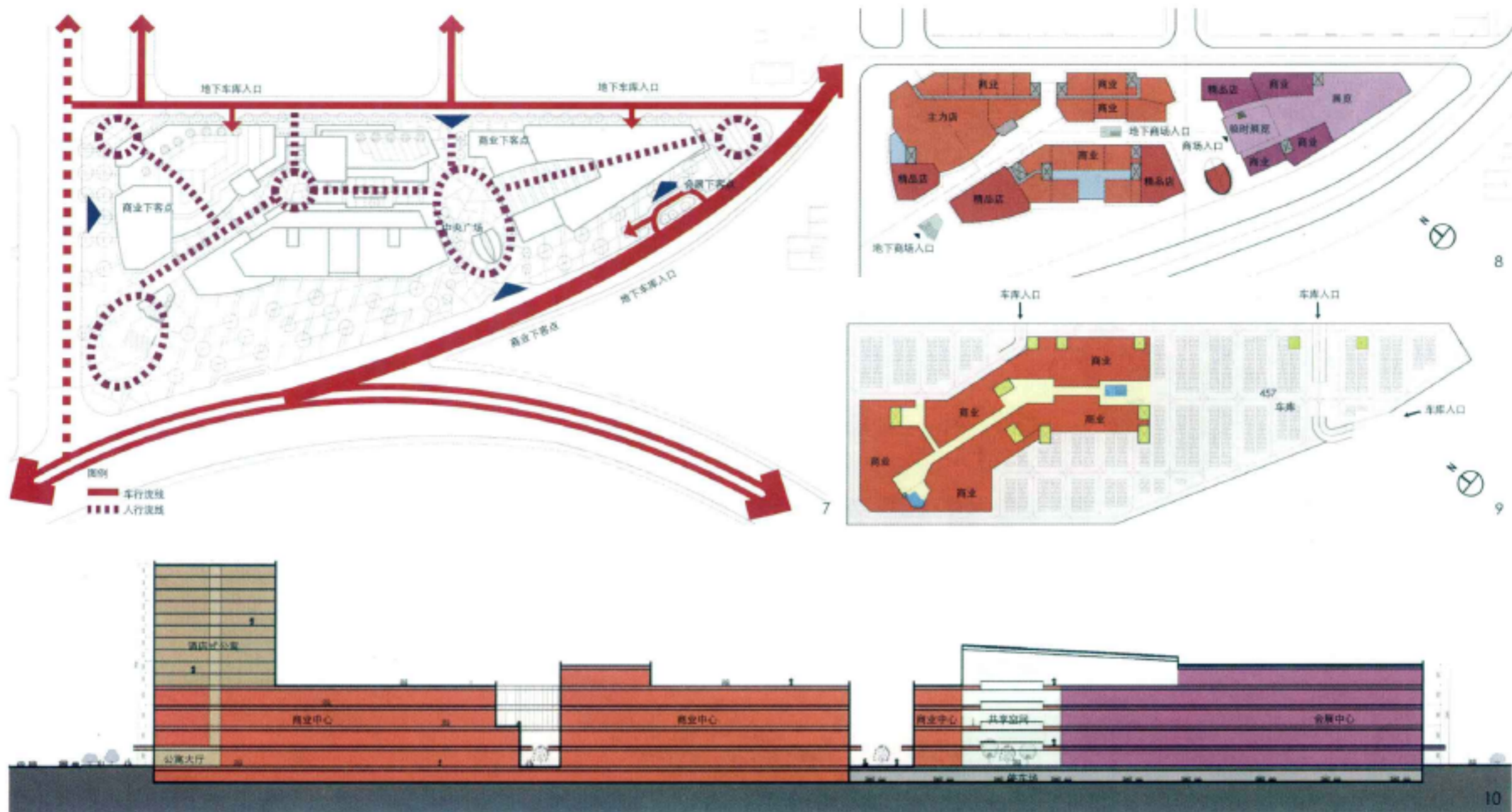
开放式休闲娱乐商业（The Town）模式，则权衡经济价值和城市空间品质，将传统的室内交流空间移至室外，回归城市。商业建筑的体量被切碎，以中小体量的建筑来延长商业界面。若采用常规的大型商业中心模式，地上商业界面总长度约为757m；而采用室外商业街模式，地上商业界面总长度可延展到1144m，实现了地块商业价值的最大化。这种方案的另一附加值是，各功能体块之间留有大量的外部空间，形成与传统的大型城市综合体完全不同的空间感受，增强了建筑与城市的对话。但同样，这种模式也

有明显的问题，虽然外部城市空间可以提升地块的公众性和活力，但气候寒冷的冬季也必须从室外来进入各商业空间，对于北方城市较难实施。

通过对这三种极端的设计模式的假设，我们可以清晰地找出设计的方向，以人为本，平衡投资者和使用者两方面的需求，创造二者价值的最大化，将是设计发展的方向。最终，我们综合了各方案的优势，以优化的The Town模式进行设计。

2. 建筑体量与功能分区设计

大型的一站式商业体位于设计地块的北端，衔接北侧规划中的红星美凯龙等大型家居中心。建筑体量较大，有充分的城市展示面。中间则规划为中、小规模零售类、餐饮、娱乐类商业建筑。这类商业建



7.交通流线分析
8.首层平面图
9.地下层平面图
10.剖面图

筑的内部空间可按街铺的形式独立划分，每家入住商家包括二层以上商家都有自己的商业展示面，空间可灵活分隔，能迎合高档品牌商家的个性化需求。

会展设置在东南角，结合大型建材商场设置，成为经由高速路进入地块的对景。展览空间可灵活使用，既可作为展厅，又是商场的公共共享空间。会展空间的底层还设有会议、宴会厅，有单独的出入口以分流商业与会议的人流。

在场地的主要入口处设计为品牌旗舰店，吸引人流。

酒店分为两个体量，通过竖向来解决分区干扰问题。酒店设计为塔楼形式，强调竖向线条，呼应华北城规划的中轴线，位于一站式商业体的上层。板式酒店式公寓则沿高速公路展开，以横向舒展的体量与塔式酒店呼应，共同强调出华北城的门户形象。板式公寓位于长条形零售商业的上层，平面布局较为灵活，可转化为办公功能。商业建筑的屋顶花园还可成为酒店式公寓的配套。

设计对于大、中、小规模商业均作了考虑，同时，会展中心与商业空间可以相互转化，应对未来

市场的变化。灵活开敞的商业划分将为用户提供与众不同的商业体验，有利于商业价值的提升，也最大程度地降低了开发者的风险。

3. 公共空间与人流组织

综合体项目设计的要素之一是如何为用户创造良好的空间环境，即公共空间的引入。

方案采用了两种公共空间的设计手法。在大型购物中心和会展中心内部设有传统的公共空间，体现为室内中庭、连廊等，为人们提供交流聚会的场所。

随着人们观念的改变，消费者们越来越倾向于回归室外，在户外看着风景喝咖啡成为新的潮流。设计抓住这一趋势，营造了大量的外部空间，鼓励使用者的活动与城市环境产生交汇。在旗舰商店对应的入口地块设置下沉式广场，既可作为大型商业主题活动的舞台，也是室外展览的平台，有利于聚集人气。经由入口广场即进入地块内部尺度宜人的商业步行街。步行街分为地上、地下两层，地下商业街与地面商业动线平行，由下沉式广场引入。建筑形成丰富的退台关系，在露台处设置屋顶花园，为户外活动创造更多的

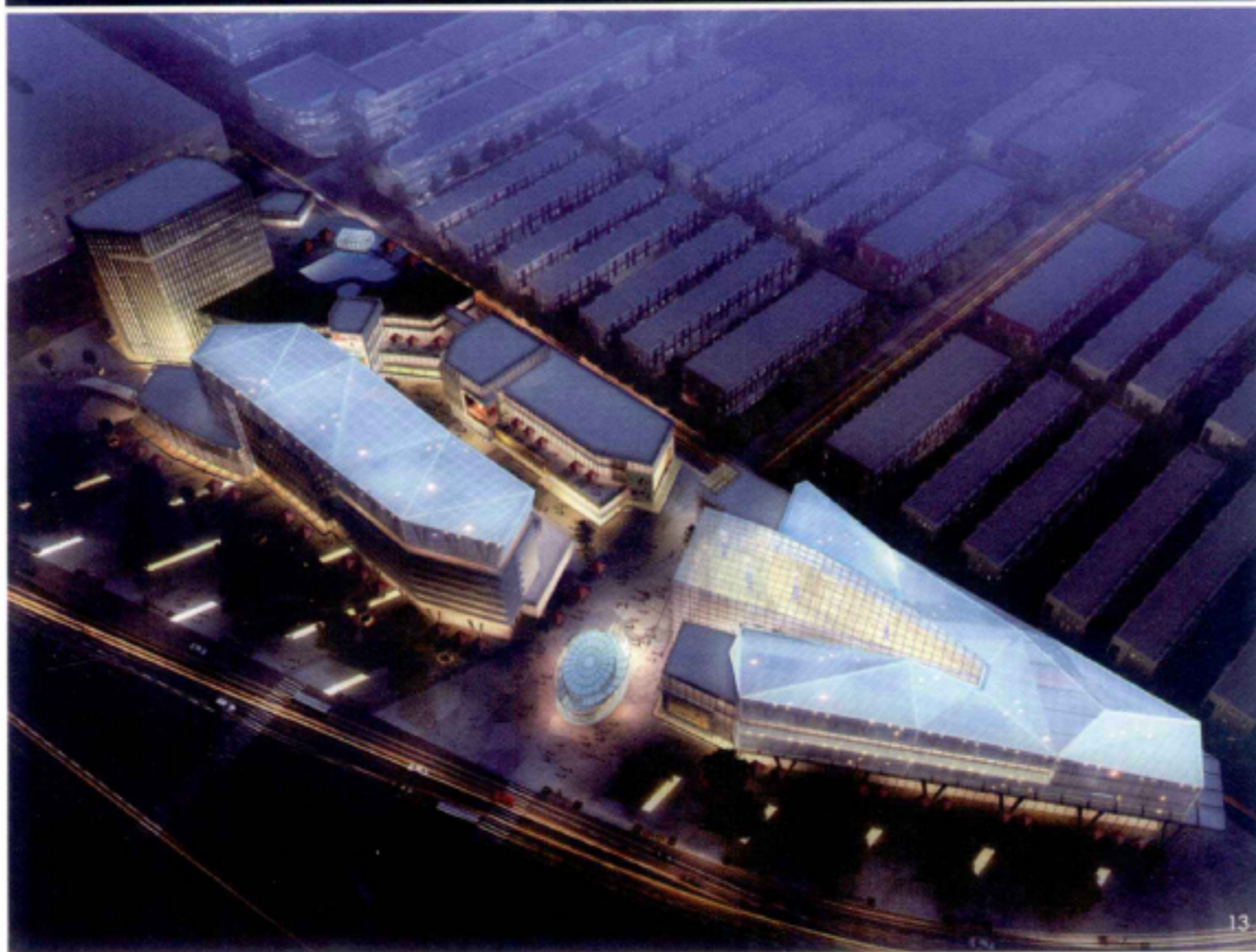
空间。内街的界面处理精细，符合人体尺度，营造具有亲和力的购物氛围。

综合体的内部，人流组织自成体系。借助地下层、地面层、天桥的有机转换，将建筑群体的地下或地上的人流最大程度地导向公共空间，使得建筑内部的交通系统与城市广场、屋顶花园有机联系，组成一套完善的“通道树型”（Access Tree）体系。这种人流组织方式打破了传统街道单一层面的概念，形成丰富多变的街道空间，建筑综合体与城市环境融为一体。

通过商业步行街和人流组织的设计，方案营造出丰富的室外公共空间序列，为用户提供多样的公共空间体验的同时，形成了地块内部连贯且流畅的商业动线，激发人们在体验的过程中进行消费。

4. 生态策略

考虑到天津的气候条件，在寒冷的冬天一般较难实现户外购物活动。对此，设计首先从规划布局上考虑，沿基地北向与西向布置高层，可作为寒风或风沙的屏障；曲折的内街也有效地避免了穿堂风。各商业



建筑在地下层相连，地上3-4层设有步行天桥和廊道，形成封闭的购物空间。此外，方案还考虑在商业步行街内的建筑立面上预留构件，以便搭建玻璃顶棚或拉膜结构，使内街成为半室内空间，同时再通过室外热辐射灯具等的使用，改善小环境来应对极端恶劣天气。

设计通过灵活多样的产品类型和可操作的开放空间来应对投资与使用二者之间的需求，促成该综合体经济效益、社会效应价值的最大化，以开放式的建筑综合体设计打造出武清的新地标。

五、指标体系

用地面积：3.2hm²
 总建筑面积：93049m²
 其中
 商业面积：43257m²
 会展面积：21291m²
 酒店式公寓：28501m²
 地下建筑面积：29562m²
 容积率：2.90

作者简介



熊 曦，ANS国际建筑设计与顾问有限公司主创设计师，荷兰注册规划师。

项目负责人：Joe Lau（澳大利亚注册建筑师）

项目团队：Joe Lau 周婕 吴新林 黄华锋 熊曦

11.小透视图
 12.立面图
 13.鸟瞰图