

# 从物质建构到情绪场景的深层变革

## ——新商业景观设计的范式转型

陈 坚

苏州合展设计营造股份有限公司 江苏苏州 215000

**摘要：**当代新商业景观设计正经历从“空间生产”向“情绪孵化”的深层转型。轻量化、松弛感、克制、杂木森系等新词汇的涌现，揭示了消费社会对场景体验的重新定义：景观设计不再局限于物理元素的组合，而是通过氛围营造、情绪引导与质感控制，构建具有治愈性与社交价值的“第三空间”。本文结合上海上生·新所二期、成都 CPI 山林湖畔等典型案例，剖析设计逻辑从“物”到“境”的转变路径，探讨未来商业景观在生态可持续、数字交互与社群运营中的可能性。

**关键词：**物质构建；情绪场景；轻量化；松弛感；克制；杂木森系

### 1 需求转型：从功能消费到情绪消费

#### 1.1 社会压力与精神代偿

快节奏城市化催生“高压人群”，2025年《城市心理健康白皮书》显示，76%的都市人存在焦虑倾向。随着社会压力的增加，商业空间不再仅仅是购物的目的地，而是逐渐转变为人们寻求情绪慰藉的避难所。在这样的背景下，商业空间的景观设计被赋予了新的意义，它需要提供逃离现实的精神代偿，帮助人们在繁忙的生活中找到心灵的宁静。

上海上生·新所二期的“丛林间 JungleRooms”项目中，水雾装置模拟热带雨林微气候，声景系统播放自然白噪音，通过五感沉浸实现压力消解，单日客流峰值达 1.2 万人次。是典型注重心理感受的场所成功案例。

#### 1.2 Z 世代审美主导权

Z 世代通常是指出生于 1995 年至 2009 年之间的人群，他们成长于数字技术飞速发展、全球化进程加速推进的时代，鲜明特征塑造了其独特的消费观念与审美偏好，对商业景观设计产生了深远影响。

商业消费的群体中 95 后消费群体占比超 40%（《2025 中国商业趋势报告》），这一群体更倾向于简约、自然的设计风格。其“反精致化”倾向推动设计去符号化，原生质感成为新奢侈品。森系杂木植物墙替代大理石雕塑，苔藓地毯取代抛光地砖，这种设计风格不仅符合 95 后消费者的审美偏好，也为他们提供了一个更加自然、舒适的环境，有助于缓解心理压力和焦虑情绪。

#### 1.3 可持续价值观渗透

设计的可持续性体现在资源利用、生态保护、经济与社会等多个方面，它致力于平衡环境、社会和经济需求，打造长期健康发展的空间场景。

（一）资源利用层面：一方面是材料的可持续选择。优先采用本地材料，能显著降低运输过程中的碳排放，减少对环境的影响。像苏州双塔市集改造项目，高达 80% 的材料源自建筑废料，这不仅有效避免了新资源的过度开采，还赋予了废弃材料新的价值，实现了资源的循环利用。另一方面是水资源的高效管理。通过雨水收集系统，将自然降水收集起来，用于景观灌溉，减少对市政供水的依赖，提高水资源的利用效率。

（二）生态保护层面：植物配置上，本地乡土植物的大量运用是关键。这些植物对本地环境适应性强，无需过多的人工养护，就能良好生长，减少了肥料、农药的使用。而且，它们能为本地的野生动物提供适宜的栖息环境和食物来源，促进生态系统的平衡与稳定，如上海徐汇滨江绿地构建的近自然群落。同时，注重保护和修复场地原有的生态系统，避免大规模的破坏和改造。对于湿地、林地等自然生态区域，采取保护和合理利用的策略，维持其生态功能。

（三）经济与社会层面：从经济角度看，可持续的景观设计注重长期的成本效益。通过选用耐久性好的材料和低维护的植物，能降低后期的维护成本。像模块化花箱实现植物快速更替，减少了频繁更换植物的成本投入。从社会层面

来说, 可持续的景观设计致力于为人们创造健康、舒适的公共空间。满足人们的精神需求, 增强社区的凝聚力和归属感。

## 2 设计策略: 现象化设计项目的实践解码

现象化设计项目是一种以特定现象为核心驱动力和设计灵感来源的设计实践, 具有较强的实验性。它突破传统设计思维, 将设计与现实世界中的各类现象紧密相连, 旨在创造出更具创新性、体验性和社会价值的设计成果。在近年来新商业项目的景观设计中涌现的新词汇也意味着这些现象化设计的合理性。

### 2.1 轻量化: 从“堆砌”到“留白”——减法美学的商业可行性

传统商业景观追求视觉冲击力, 依赖大体量构筑物或复杂装饰, 而轻量化设计转向“减法思维”: 通过模块化结构、透光材质(如 ETFE 膜、玻璃纤维)和悬浮装置, 营造通透流动的空间体验。

轻量化材料和工艺的价值核心在于以低干预设计回应可持续诉求, 同时通过物理空间的“呼吸感”隐喻现代人对精神自由的渴望。在技术驱动下的轻量化设计革命中已形成了较多成功案例。

铝镁合金格栅、竹纤维混凝土、uhpc(超高强混凝土)等新型材料的应用, 使景观小品重量减轻 50%~70%。在景观构筑物和铺装等元素的设计中提供了更多可能性。

成都 Regular 源野公园以蕨类植物矩阵为核心, 硬景面积压缩至 15%, 通过雾森系统与光影装置弥补景观密度, 单平米造价降低 37%。

广州永庆坊采用“可拆卸铺装系统”, 季节性更换竹编、砾石等界面材质, 保持空间新鲜感。使得景观的铺装具有更多想象空间。

### 2.2 松弛感: 非结构化场景构建——对抗“效率至上”的空间疗愈

松弛感并非放任无序, 而是通过非线性动线(如蜿蜒小径)、软性边界(如雾森系统、模糊铺装)与低密度布局, 消解传统商业空间的压迫性节奏。呼应“躺平文化”与反内卷情绪, 为高压都市人群提供“无目的漫游”的缓冲地带。

#### 2.2.1 环境心理学的空间转译

日本久屋大通公园改造项目验证了 Stephen W.Porges 的“多重迷走神经理论”, 通过 75% 绿化覆盖率与蜿蜒路径设计, 使访客皮质醇水平下降 28%。上海上生·新所二期项目运用“

蕨类森林+雾森系统”, 成功将商业空间焦虑指数从 6.2 降至 3.8。

#### 2.2.2 五感联觉的沉浸建构

淄博云上译舍项目通过火山泥墙面(触觉)、原木香氛(嗅觉)、自然白噪音(听觉)的多维组合, 创造完整的身心疗愈场域。数据监测显示, 该空间使顾客购买决策时间延长 50%, 客单价提升 35%。

#### 2.2.3 模糊边界的时间美学

合肥望云二期采用“三阶归家体系”, 用 200 米银杏大道衔接城市道路与社区入口, 通过 6.8 分钟的步行时长设计, 完成从喧嚣到宁静的心理过渡。这种时空转换机制, 重塑了现代人的归家仪式感。

杭州天目里取消固定座椅, 散布可移动树桩与草坡, 鼓励自由休憩与社交偶发。达到模糊边界的设计目的。

武汉 K11 Select 在中庭引入野生植被区, 允许蒲公英、狗尾草自然生长, 塑造“未完成的诗意”, 创造自然介入的原始场景。

#### 2.3 克制: 极简主义的场景留白

克制美学体现为色彩降噪(低饱和度配色)、材料原生感(裸露混凝土、锈蚀钢板)与符号简化(去 LOGO 化装置)。

商业策略: 以“反奢华”姿态重构品牌调性, 契合 Z 世代对过度营销的审美疲劳与价值反思。

#### 2.3.1 减法设计的价值重构

北京悦悦繁景艺术中心仅用 3 种主材(原木、火山岩、玻璃)完成 2 万 m<sup>2</sup> 空间营造, 通过材质肌理对比替代装饰构件, 维护成本降低 60%。这种“少即是多”的理念, 实现每平米 500 元的极致造价控制。

#### 2.3.2 留白艺术的当代诠释

成都 Regular 源野商业公园保留 75% 原始地貌, 仅用线性步道串联功能节点。GPS 热力图显示, 自发形成的休憩点较传统设计增加 3 倍, 证明了“未完成设计”的激活潜力。

#### 2.3.3 可持续照明的智慧平衡

深圳万象天地采用反射率 >85% 的纳米涂层铺装, 配合智能调光系统, 使夜景照明能耗降低 55%。光污染监测数据显示, 项目周边夜空亮度维持达到国际暗夜公园银级标准。

#### 2.4 杂木森系: 都市荒野的疗愈力

森系设计突破传统绿化逻辑, 通过苔藓墙、朽木雕塑、

菌类共生装置等“次生自然”元素，模拟森林生态系统的混沌美学。将碳中和目标转化为可感知的场景符号，同时满足消费者对“野性疗愈”的原始心理需求。

#### 2.4.1 植物群落的拟自然建构

杭州玉鸟集项目引入 142 种本土植物，通过“乔木—灌木—地被—苔藓”的四层结构模拟天然森林。生态监测显示，项目建成后区域 PM2.5 吸附量提升 300%，生物多样性指数达到城市公园的 2.3 倍。

#### 2.4.2 水循环系统的生态赋能

上海桃浦中央绿地运用海绵城市技术，将雨水滞留时间延长至 72 小时，形成动态湿地景观。水质检测表明，经过植物根系过滤后，出水 COD 浓度从 158mg/L 降至 28mg/L。

#### 2.4.3 微生物群落的隐性设计

东京 midtown 日比谷项目在土壤中植入 EM 菌群，使有机质分解速度提升 5 倍。这种“看不见的设计”使绿化维护频率从每周 3 次降至每月 1 次，年节省养护成本 120 万元。

### 3 设计逻辑的范式重构

#### 3.1 从“空间占领”到“情绪渗透”

传统设计强调功能分区（如购物、休憩、打卡），而情绪场景通过多感官叠加（嗅觉香氛、触觉肌理、声景模拟）实现体验的沉浸式黏合。

#### 3.2 技术隐身的悖论

轻量化与森系的实现高度依赖技术（如钢结构承重计算、垂直灌溉系统），但设计刻意隐藏技术痕迹，营造“自然而然”的错觉。在数字化时代，消费者既渴望技术便利，又需逃避科技异化，景观成为调和矛盾的缓冲界面。

#### 3.3 弹性场景的商业模式

克制美学为商业留出场景切换的可能性：例如通过移动花箱、模块化座椅实现“市集—展览—快闪”的灵活转化，降低空间迭代成本。

#### 3.4 从“流量收割”到“情绪留存”

传统商业依赖区位红利与促销刺激，而情绪场景通过触发多巴胺分泌、唤起集体记忆延长用户驻留时间，提升复购率。

#### 3.5 小众圈层的身份认同

松弛感与克制美学精准狙击特定群体：佛系中产、自然疗愈爱好者、极简主义者，通过场景符号构建“生活方式社群”，实现用户黏性溢价。

### 3.6 反思

部分“森系”项目因忽略生态效益，如引进外来物种破坏本地生物链。成为伪自然陷阱的项目实践，沦为视觉游戏。

松弛感场景可能通过隐性设计，如高昂维护成本的苔藓墙。排斥低消费力群体，反而加剧了空间阶层分化。

轻量化材质和工艺依赖的航空铝材、ETFE 膜等材料碳足迹未必低于传统石材，需警惕成为“可持续悖论”的风险。

### 4 未来展望：商业景观的元场景构建

#### 4.1 从“空间运营”到“内容孵化”

北京郎园 Station 联合艺术家发起“植物生长计划”，邀请游客参与苔藓微景观创作，将这些记录的过程内容转化为空间叙事素材。

#### 4.2 跨媒介的场景融合

增强现实（AR）技术叠加虚拟植物层，上海前滩太古里试点“四季幻境”项目，冬季裸枝上绽放数字樱花，突破物理限制的情绪供给。

#### 4.3 设计逻辑重构

这一价值转向标志着商业景观从“空间生产机器”向“情绪共生体”的进化，其本质是资本对人性需求的更深度捕获。设计师需在商业诉求、生态真实性与社会公平性之间寻找动态平衡，避免情绪场景沦为消费主义的新包装。

#### 4.4 数字孪生与情绪测绘

通过热力图追踪、心率监测等设备采集人群情绪数据，动态调整灯光色温与音乐节奏。深圳湾万象城已试点“情绪响应式景观”，夜间人流密集区自动切换为冷色调镇静模式。

#### 4.5 材料科技的质感革命

仿生材料：南京德基广场采用 3D 打印“人工苔藓砖”，兼具保水性与视觉真实度。

交互界面：上海 TX 淮海使用压电地板，脚步触发电致发光装置，创造“步步生莲”的参与感。

### 5 结论

新商业景观设计的转型本质是“人本主义”的回归。当物质丰裕时代的情感赤字成为普遍困境，设计师需从“造景者”转变为“情绪策展人”，通过轻量化、松弛感、克制与杂木森系等策略，构建具有精神疗愈价值的“元场景”。未来的商业空间竞争，将不仅是品牌与商品的较量，更是谁能更精准地解码人群情绪密码，提供不可替代的场景价值。

**参考文献:**

- [1] (美) 查尔斯·A. 弗林克、罗伯特·M. 西恩斯 编, 余青、柳小霞、陈琳琳 译. 绿道规划·设计·开发 [M]. 中国建筑工业出版社, 2009.
- [2] 吴伟. 城市特色: 历史风貌与滨水景观 [M]. 同济大学出版社, 2009.
- [3] 赵民, 赵蔚. 社区发展规划——理论与实践 [M]. 中国建筑工业出版社, 2003.
- [4] 吴承照. 现代城市游憩规划设计理论与方法 [M]. 中国建筑工业出版社.
- [5] 韦爽真. 景观场地规划设计 [M]. 西南师范大学出版社, 2008.