

# Vertical Placemaking Design Method for Upper-Level Composite Atriums in Commercial Complexes: A Case Study of Wuxi Huishan Longfor Paradise Walk

Rongzhang Gao

Chengdu Xumiyuntu Architectural Design Co., Ltd. Shanghai Branch, Shanghai, 201106, China

## Abstract

Upper levels in multi-storey commercial complexes are often treated as areas with weakened pedestrian flow. Taking Wuxi Huishan Longfor Paradise Walk as a case, this paper proposes a vertical placemaking approach for upper-level composite atriums. Through network continuity, layered visibility, programmatic anchoring, environmental mediation and operational temporality, the upper level can be transformed into a “second ground” that is accessible, legible, inhabitable and repeatedly activated. The case shows that such a space is not merely an atrium form or interior theme, but a place produced through the coordination of TOD connection, escalator-bridge relations, tenant programming, floor-area efficiency, fire safety and structural constraints.

## Keywords

commercial complex; upper-level composite atrium; vertical placemaking; second ground; TOD

# 商业综合体高区复合中庭的垂直场所化设计方法——以无锡惠山龙湖天街为例

高荣璋

成都须弥云图建筑设计有限公司上海分公司, 中国·上海 201106

## 摘要

多层商业综合体的高区常被视为客流衰减后的运营难点。本文以无锡惠山龙湖天街为例, 提出“高区复合中庭”的垂直场所化方法: 通过网络接续、可见层叠、锚点复合、环境调节和运营时间性, 将上部楼层转化为可抵达、可感知、可停留、可持续激活的“二次地面”。案例表明, 高区空间并非单一中庭造型, 而是在TOD接驳、扶梯连桥、业态组织、面积效率和消防结构约束之间协同生成的公共性场所。该方法强调在方案阶段同步处理空间体验与技术边界, 为大型 MALL/Mixed-use 项目的高区设计提供可操作的空间策略和评价依据。

## 关键词

商业综合体; 高区复合中庭; 垂直场所化; 二次地面; TOD

## 1 问题提出

大型商业综合体在中国城市中已较为成熟, 但高区空间仍是设计与运营的难点。四层以上楼层往往同时面对客流递减、目的性业态依赖增强、空间记忆不足以及消防、结构、铺内面积相互牵制等问题。常见做法是以影院、餐饮、亲子娱乐等主力内容“拉动”上行, 但如果高区缺乏明确的可见性、停留界面和公共活动条件, 强业态仍容易被孤立为楼层末端。

本文所称“高区复合中庭”, 并非单一的中空大厅, 而是位于商业综合体上部楼层, 由竖向交通、跨层视线、公

共停留、目的性业态、自然化环境和事件运营共同构成的复合空间。其设计目标不是简单提高上行客流, 而是使高区获得类似地面街区、庭院和公共客厅的使用能力。换言之, 高区设计应从“引流”转向“造场”。

在许多建成项目中, 高区问题常被归因于招商或运营, 建筑设计只负责提供楼板、洞口和交通设备。本文试图把这一问题重新放回建筑学讨论: 高区不是客流衰减之后的补救对象, 而是商业综合体剖面组织中最能检验空间连续性的部位。它既关系到消费者的身体移动, 也关系到城市公共性在室内化商业空间中的再分配。

从这个角度看, 高区复合中庭的价值不只在“好看”或“有主题”, 而在于它能否把楼层差异转化为可被感知的空间秩序。一个有效的高区节点, 应使人在上行过程中持续获得方向判断、活动预期和停留理由, 而不是直到抵达影院、

【作者简介】高荣璋(1988-), 男, 中国上海人, 硕士, 工程师, 从事建筑设计研究。

餐饮或娱乐门店时才意识到楼层存在。

## 2 研究参照与方法

购物中心长期处在商业空间与公共生活之间的张力中。相关研究指出，mall既受私人开发和商业规则约束，也会在高密度城市中承担部分街道、广场和社区客厅的功能<sup>[1]</sup>。香港多层步行网络研究进一步说明，公共领域并不必然停留在地面，而可通过街道、连廊、室内通廊、地下空间和商业界面构成多层公共或准公共系统<sup>[2]</sup>。中庭研究则表明，中庭的价值不只是采光和集散，还关系到方向感、空间身份、社会互动和事件氛围<sup>[3]</sup>。日本商业设施公开空间研究强调外部、半外部与内部共用空间之间的连续性<sup>[4]</sup>，为理解商业高区的层次化抵达提供了参照。

这些研究共同提示，商业综合体中的公共性并不只由产权性质决定，也由可达性、可见性、停留条件和活动组织共同塑造。对于高区而言，难点恰在于公共性被垂直距离削弱：楼层越高，偶然到达越少，空间对人的召唤也越依赖明确的路径和场景。因此，高区设计需要把“垂直距离”转译成“空间期待”。

基于以上研究，本文将高区复合中庭的方法概括为“垂直场所化”。它包含五个工作界面：其一是网络接续，即把地铁、二层连桥、入口、扶梯和高区目的地纳入同一条路径；其二是可见层叠，即通过挑空、连桥、扶梯、栏杆、天光和绿化，使高区在抵达前即被看见；其三是锚点复合，即将影院、餐饮、休闲和社交内容转化为可停留的目的地；其四是环境调节，即以天光、植物、玻璃界面和类室外感降低封闭商业的疲劳；其五是运营时间性，即使空间能在日常、周末、节庆、品牌活动和夜间消费之间持续切换。

五个界面并非线性步骤，而是在方案阶段反复校准的判断框架。网络决定人能否顺畅抵达，可见性决定人是否愿意继续上行，锚点决定停留强度，环境决定停留舒适度，运营时间性则决定空间在开业后是否仍有更新能力。只有这些界面相互支撑，高区复合中庭才不会退化为一次性的视觉装置。

与传统中庭相比，高区复合中庭更强调“过程中的可见性”。它并不要求人在抵达终点后才获得空间震撼，而是让上行动线本身成为连续体验，使视线、停留和业态逐步叠合。

## 3 项目条件

无锡惠山龙湖天街位于无锡市惠山区政和大道与惠山大道交叉口西南侧，东侧紧邻地铁1号线堰桥站。项目总用地面积42004.00平方米，总建筑面积219966.07平方米，其中商业

MALL 建筑面积114791.07平方米，地下一层及地上一至五层为商业中心，影院局部设置于六层。项目所在片区居住和教育资源集中，日常消费潜力较大，但区域商业能级仍

有提升空间，因此它不是一个单纯依靠内部消费循环运行的购物中心，而是需要与轨道站点、城市界面和区域公共生活发生关系的TOD商业综合体。

项目的特殊性还在于，它的外部到达并非单一首层入口逻辑。轨道站点、城市道路、二层接驳和上部商业目的地共同构成多标高进入系统。若高区仍按普通楼层处理，二层及以上的到达优势会在内部动线中被稀释；反之，如果高区节点能与连桥、扶梯和中庭形成连续关系，轨道客流就可能被转化为剖面中的公共活动。

因此，高区复合中庭既承担内部动线转换，也承担轨道到达后的空间再分配。它把原本分散在入口、中庭、影院和餐饮区的使用需求，压缩到一个具有识别度的竖向节点中。

项目方案以“轨道+商业+社区”构建立体共生系统，并以“浮石”为设计母题，将无锡山水文化、城市界面和多层消费场景结合。若从设计方法看，其关键不在意象本身，而在于通过多标高接驳和空间场景组织，把轨道站点周边活动引入商业体内部，并在高区重新汇聚。

这一条件决定了高区不是单纯的楼层经营问题，而是项目整体空间秩序的一部分。高区复合中庭需要同时回应轨道客流、城市展示面、上部目的性业态和室内公共停留。

## 4 高区复合中庭的空间生成

项目最终采用的高区复合中庭方案一，并非通过单纯扩大挑空制造视觉效果，而是在四、五、六层之间重新平衡中庭尺度、连桥宽度、扶梯关系、铺内面积和后勤疏散。方案一中，高区复合中庭面积约660平方米；通过四至六层平面调整，铺内面积总计增加约858平方米，扣除后勤疏散通道后约增加595平方米，建筑面积增加约157平方米。这说明高区特色空间并不必然以牺牲商业效率为代价，关键在于空间连续性与面积边界之间的精细校准。

方案一的成立，在于它把中庭视为“剖面装置”而非孤立洞口。四层的停留界面、五层的跨越连桥、六层的影院到达和局部挑空被组织成连续的空间序列；人在不同楼层所看到的并不是同一个空腔的重复，而是随行进发生变化的上部公共场景。这种差异化视角，使高区具备被记忆和被再次抵达的可能。

在网络接续上，地铁1号线堰桥站与项目东侧界面形成直接关系，方案设置L2天桥及接驳通道，将轨道到达、二层入口、商业主路径和上行扶梯连接起来。传统MALL的高区多依赖内部扶梯逐层抵达，而本项目将高区放入“轨道站点-二层连桥-商业中庭-上部目的地”的连续体验中。扶梯与连桥的直接相连，使交通构件从单纯设备转化为空间界面。

这一路径关系使高区不再只是内部楼层，而成为轨道到达后继续向上展开的城市路径片段。

在可见层叠上,连桥宽度的收束并非为了追求夸张尺度,而是为了改善上下楼层之间的视觉穿透。扶梯、连桥、栏板、天光和植物共同构成逐层展开的空间图景,使高区在被抵达之前已经被看见。中庭由此不再只是洞口,而成为可阅读的空间层次。

可见性的组织也改变了商业界面的阅读方式。通常情况下,走道两侧店铺以平面陈列形成连续界面,而在高区复合中庭中,店铺外摆、扶梯侧向、栏板边缘和上部玻璃界面共同进入视野。消费者对空间的判断不再只来自眼前店招,而来自上下层之间的相互提示;这种“提前看见”是高区吸引力的重要来源。

在锚点复合上,高区复合中庭把餐饮、影院、休闲和社交活动组织在同一场所结构中。餐饮和影院本身具有目的性,但若只被安排在标准走道两侧,仍难形成高区公共生活。复合中庭的作用,是把这些业态转化为可以等待、会合、观看、休息和参与活动的空间。

因此,锚点复合并不是简单地把强业态集中到高处,而是让业态门前空间具备公共前场属性。影院散场、餐饮候位、亲子停留、品牌快闪和节庆布置可以在同一中庭边界上发生,并在不同时间形成不同强度的活动。这种前场化处理,有助于避免高区在非高峰时段陷入空旷和断裂。

在环境调节上,高区复合中庭以天光、绿化、玻璃界面和自然化铺装建立“高区绿心”的体验。大玻璃界面引入城市景观,天光削弱封闭感,绿化和外摆感则使商业界面更接近街区或庭院。这里的“二次地面”,不是把地面广场复制到楼上,而是在高区重新生成一种具有停留边界、公共活动和日常使用弹性的空间。

“二次地面”的关键是让高区拥有类似地面的心理可达性。它需要可停靠的边界、相对开放的视野、可被他人观看也可观看他人的公共氛围,以及足够稳定的环境舒适度。天光和绿化在这里不是装饰性元素,而是帮助使用者把高区识别为可停留场所的感知媒介。

同时,高区复合中庭的形态并非由审美意向单独决定。方案过程中,铺内面积、中庭连续性、扶梯位置、消防分区、结构柱和地下层洞口需要共同校核。挑空越连续,空间记忆越强,但铺内面积和防火边界会受到影响;扶梯越贴近连桥,动线越直接,但结构、消防和洞口关系也需要同步调整。其设计价值正在于把这些约束转译为空间品质。

这种设计过程也说明,商业高区的“特色”并不只来自视觉主题,而来自多专业条件被重新组织后的空间结果。只有当动线、面积、界面和运营被放在同一张工作图上,高区复合中庭才可能真正成立。

因此,方案评价不宜只看效果图中的绿化和人群氛围,还应回到平面、剖面和分区边界,判断这些体验是否具有被建造和被运营的基础。

## 5 讨论与结语

商业综合体长期以面积效率、租赁效率和动线效率作为主要判断,但仅以这些指标理解高区,设计容易变成对客流衰减的被动补偿。惠山龙湖天街的实践提示,高区还需要纳入“场所效率”:一个空间能否被识别,能否让人停留,能否承载事件,能否支持业态外溢,并在较长运营周期中持续产生记忆。

“场所效率”并不是要替代商业评价,而是为商业设计增加建筑学维度。它关心空间是否能在客流之外形成情感和行为的黏性,也关心公共界面是否为不同人群提供相遇、等待、短暂停留和再次进入的可能。对于 TOD 商业而言,这一点尤其重要,因为轨道带来的高频到达并不自动转化为高质量停留。

场所效率并不与商业效率相冲突。具有场所效率的高区,不只是提高上部楼层到达率,还能够延长停留时间,增强餐饮和娱乐业态的外溢价值,为活动运营和社交传播提供平台。由此,高区设计应前置到总体空间组织阶段,而不是在平面确定后以室内包装补充;高区中庭也不宜简单追求最大尺度,而应在视线穿透、空间层次和面积平衡之间建立更精确的关系。

对设计团队而言,这也意味着高区判断应从单点效果图转向过程控制,把动线、界面、面积和运营脚本作为同一套空间策略来推敲。

无锡惠山龙湖天街方案一显示,高区复合中庭的生成是一种多目标协同的设计过程。通过网络接续、可见层叠、锚点复合、环境调节和运营时间性,上部楼层可以从客流末端转化为商业综合体内部的“二次地面”。对于未来 MALL/Mixed-use 项目而言,高区设计的关键不只是把人引上去,而是让人有理由抵达、愿意停留,并能不同时间反复使用。

## 参考文献

- [1] Lontoc D J, Arellano A, Baquiran R. Shopping mall as new urban core? A morphological study of contemporary urban fabric influenced by shopping malls[J]. *Journal of Architecture and Urbanism*, 2023, 47(2): 114-124.
- [2] Choi H S, Bruyns G, Reeve A, et al. The negotiated public realm in the contemporary city: hybrid walkable urban networks of Hong Kong[J]. *City, Territory and Architecture*, 2023, 10: 10.
- [3] Kusumowidagdo A, Sachari A, Widodo P. Visitors' perceptions on the important factors of atrium design in shopping centers[J]. *Frontiers of Architectural Research*, 2016, 5(1): 52-62.
- [4] Miura A, Kaneko S, Korenaga M, Yagi K. 都市における商業施設の公開スペースの構成[J]. *日本建築学会計画系論文集*, 2008, 73(625): 573-578.