



解放周一

纵深

城事

见识

博闻

9 瞄一流 献一计
见微知著看上海

擦亮“上海购物”，如何从动线设计开始

■ 本报记者 吴越

近年来,上海商场数量和规模持续增长,承载着饮食、购物、娱乐、休闲等多种功能,“去商场”已经成为人们日常生活中的一部分。在商场购物也是许多人接触并且熟知“上海购物”品牌的重要途径之一。

但是,有些商场空间内的便利却让不少人犯了难。比如,偌大的商场为何像个迷宫,让人找不到方向?形形色色的指路牌,标识牌为何发挥不了作用?驱车前往为何停车难,找车更难?

事实上,这些问题都离不开动线设计。这一次,我们把目光投向商场,探索设计背后的服务理念,聚焦商场空间在城市中的角色与作用。

导视系统不完善,不易辨认

本楼层的公共厕所位置在哪?地铁换乘要到哪个方向、哪一层?前后左右分别通向哪个区域?身处大型商场,面前是一条条岔路,人们很容易感到迷失。询问服务台的工作人员是一个途径,但更多时候,靠的是商场各个区域节点处的导视牌。记者在走访了多家商场后,发现导视系统存在不少问题。

重点区域缺少导视,指引:

浦东正大广场连接滨江大道的人口,进入之后的区域缺少导视牌和相关业态布局指引。

虹桥天地值机大厅外缺少指引。记者体验值机后前往机场的路线时发现,人们可以选择乘坐商场提供的接驳车和自行乘坐轨道交通两种方式。接驳车的班次信息在值机大厅可以找到,直接在门口乘坐。半小时一班的接驳车提前5分钟便已就位,准点发车,但门口缺少相应指示牌,不熟悉的人可能需要向工作人员再次进行确认。若选择自行乘坐轨道交通,就需要穿过一个商场区域,再下两层。相关信息缺少引导,只有在自动扶梯旁边的楼层导视图中才能看到地铁和飞机的小图标。

导视牌设置过高,颜色不明显:

虹桥天地内的悬挂式导视牌位置过高,直接“贴”在墙顶,人们在看的时候需要把脖子高高仰起,很不舒服。与此同时,导视牌颜色与周围环境过于相近,采用白底白字,字样较小,不易辨识。相对而言,与之相连的龙湖虹桥天街,悬挂式导视牌高度适宜,字样较大,人们行走过程中平视微微抬眼即可看清,美中不足的是也采用了白底白字,对比不够强。

普陀环球港内的悬挂式导视牌样式,大小都不统一,同一层中,走道区域的标识采用棕底白字,易于辨识。一旦走到商场中间圆环区域,如“画廊东大街”“花园东大道”等位置,导视牌采用了棕底红字或棕底绿字,远远望去一片模糊,也未给出任何明确信息。在不同楼层,还有一些上面标注区域内容、下面标注公共设施位置的导视牌,其中,标明厕所、电梯、扶梯的图像远远小于“潮流服饰、手表饰品”的文字,功能性不强。

导视图不易辨认:

在浦东正大广场和五角场万达广场,1楼的商场整体导视图,都没有做到人、图与环境方向统一。按照所在位置,人们需要在脑海中把平面图“镜像翻转”调换来看,才能找到正确的方位。

问询台位置隐蔽:

在与爱琴海购物公园地下一层相连的新华红星国际广场,提供引导、租借婴儿车等服务的客服问询台“缩”在通向露天中庭的一个出口的旁边,位置过于隐蔽,周边也没有任何指引。“客服台”三个字与普通店铺招牌一样,并不醒目,行人经过时很容易错过。

指路机作用不大:

环球港各个楼层电梯旁都有设置触屏指路机,不时有人试图借此找到方向。但是,指路机只会显示店铺的“门牌号”,比如鹰巢咖啡在L1-150,然后需要人们再点到具体楼层的导视图,从几十家店铺中对上正确的数字,再从自己所在方位找到正确的方向。一来二去,还是相当麻烦,有的消费者驻足停留了一会儿,离开时还是一脸茫然。

内部场景相似,有点像迷宫

高高兴兴去商场吃饭,却不断遭遇“鬼打墙”是什么体验?在大众点评网站上,一些差评和吐槽直指商场动线设计得不合理,让人产生行走在迷宫般的体验。

有网友写道:“这次来过日月光后,可能



虹桥天地悬挂式导视牌位置过高,颜色与周围环境过于相近,不易辨认



环球港指路机,提供的帮助有限



龙湖虹桥天街地下车库,悬挂式路标和墙体印刷路标同时给出了相反方向的出口箭头指示

对话

让商场成为城市的节点,而非终点

解放周一:如今,人们逛商场时不仅会注意其外观和内部品牌,“商场动线”也成为一个个频频被提到的词,究竟什么是动线?商场动线包括哪几个方面?

王桢栋(同济大学建筑与城市规划学院教授):动线是一种建筑与室内设计用语,一般我们讨论动线,指的是人在建筑里行进的活动路线。就商场而言,最核心的是顾客的动线,比如消费者在出入口、中庭、各楼层、各商铺、服务区之间的运动路径。消费者的流动方向也可以有计划地组织和引导的,所以人流动线也是一种客导线。

解放周一:当我们在考量商场动线设计是否合理的时候,通常要看哪些方面?对消费者来说,好的动线可以为他们提供哪些便利和舒适,反之会造成怎样的不便?

王桢栋:通道的曲与直、宽窄的变化、长度的适宜,中庭等公共空间的大小和位置以及店铺临面等,都是动线设计时应该注意到的方面。事实上,商场动线设计是否合理、流畅,很大程度上影响了消费者的购物体验。合理的动线简单、明了并体验丰富,不合理的动线则会让人不知所措,找不着北。

从消费者的角度来说,在商场这样的立体环境中,除了步行可达性,视觉可视性也很重要。有时候路虽然能走通,但是人们在不知道自己趋向什么目标、通往哪个区域的时候,感觉其实是不好的。研究发现,在商场中以屋顶花园、高空绿植为代表的立体绿化在垂直方向对消费者的视觉引导和吸引作用很大。

要让消费者有方向,导视系统的作用也非常重要。从外部进入商场区域,在恰当的位置应有清晰、合理的索引牌和指示标识。导视系统的规格、颜色、字体、设置位置和角度等方面也应该合理设计,让人看得清、看得明白。

此外,消费者在行进路线中的感受还与空间品质与业态布局息息相关。如果商场内空间使人压抑、环境使人不快、绿化都是假的,餐饮、购物、娱乐等主要业态分布毫无章法,必然会让消费者的舒适度和满意度下降。

解放周一:曾经,我国商场数量不多,类型也比较单一,但近年来随着城市的飞速发展,越来越多的商场拔地而起。商场动线设计和服务理念是否也发生了改变?

王桢栋:我们现在讨论的大型综合“商场”,很多都属于“城市综合体”范畴,而两者其实是有区别的。比如在大型综合性商场发源地美国,由于私人汽车的发展,在郊区出现了许多大型商场。这些商场往往是封闭和内向的,人们把车开过去,然后进行消费和娱乐。

城市综合体的产生,则是为了解决城市发展到一定程度之后面临的城市问题,作为全球范围高密度人居环境下,最重要的城市开发模式和公共建筑类型之一,城市综合体的核心价值体现为“1+1大于2”的“协同效应”。具体来说,它的内部包含了城市公共空间,同时集居住、工作、游憩与交通等多种城市活动,通过鼓励市民绿色出行,来缓解城市车行交通压力。目前国内存在这样一个误区,就是用一种美国郊区大型商场的逻辑去建设城市综合体,结果造成了周边地区严重的交通问题。

如今的上海,越来越多的综合体出现在城市的各个角落,我们考察动线,实际上不单单要考虑它是否方便人们购物、吃饭,还要考虑它是否方便市民穿行去别处,是否方便公共交通和轨道交通的换乘,是否能够满足市民对日常生活服务的需求,有没有给不同年龄段的人提供足够的休闲和交往空间等问题。

以往的商场可能更多地从经济角度进行空间布局和动线设计,但现在的趋势是,也要从社会和环境角度考虑。过去传统商业建筑特别看中可出租面积,认为可出租面积低于总建筑面积的50%,商场肯定做不下去。后来,浦东正大广场成为全上海第一个低于这个“红线”的商场,提供了很多公共空间,并且经过运营方的努力“存活”了下来,让许多人从此改变了这一观念。还有一种现象,是传统商场的空间设计故意封闭,动线设计故意冗长,目的是让消费者进来容易出去难,尽可能地经过各个店铺,这种思路体现了商场被作为城市终点,而非节点的理念。

随着城市的发展,在国内外许多地方,大家都逐渐意识到,看上去“赔钱又浪费”公共空间和设施其实是吸引人流和留住人流的重要因素,作为城市节点让人们随意穿行的综合体始终不乏各类消费的发生。

解放周一:这是否说明,城市综合体应该强化其“城市属性”?

王桢栋:是的。它不应该仅仅成为利益获取的工具,或单纯追求运行效率的建筑,而应该是功能高度混合的城市空间,是城市基础设施的有机延续,并承载丰富的城市公共活动,面向各类人群开放。

对标

从商场穿,换乘更便捷

城市综合体中的开放公共空间更易于对立体交通流进行树立,并创造更为高效的城市通路和步行捷径。比如在日本东京涩谷未来之光(Hikarie)项目中,由于基地位于涩谷坡地的底层,所以建筑的垂直中庭空间每到一层就与周边的道路连接起来,建筑公共空间内的自动扶梯和电梯成为涩谷地区立体交通和换乘的捷径,给使用者带来了极大的便利性,上下班的人群和高龄老人完全不需要爬楼,便可以轻松到达与相应楼层同

店内有各式各样的美食、生鲜。由于品类众多,需清晰的导视系统,方便顾客寻找,设计方 Nippon Design Center 设计了两种颜色的标牌,将商店内部分为普通销售区域和生鲜食品销售区域。其中,红色代表普通销售区域,深灰色代表生鲜食品销售区域,而收银区则用白色标牌。所有标牌虽然只用一个字母表示,但信息传达度却很高,删繁就简的方式利于信息传达。特别是,他们将其改造成一个交叉悬挂的标志,便于从各角度观看,消除了盲区,使整个商场变得简洁明了。



①

高的道路,同时还可以乘坐电梯和自动扶梯前往更高层的美术馆、剧场等。往来涩谷的人群自然而然地聚集在这里,提升了整个建筑的活力。(图2)

在我国香港,金钟太古广场结合地形,在建设过程中通过自动扶梯的设置,将南部高处的城市空间与北部低处的城市空间和公共交通层相连,形成步行捷径。太古广场西侧的中庭空间除了作为步行捷径之外,还经常作为演出和展览的场地,这一空间成为人们往来金钟地区乐于经过并富有活力的城市场所。

值得一提的是,太古广场还利用所处的地形特点,将车流交通布置在裙房屋顶上,从城市高架上引人注目,不仅实现了人车分流,也避免了对地面繁忙交通的干扰。此外,裙房上的开放屋顶花园,不仅延续了南部半山公园的生态环境,还将太古广场的内部步行系统与城市绿色休闲步行系统相联系。

杂。”朱先生笑称:“那感觉就像在赶集一样,总想赶紧出去透透气。”

对此,同济大学建筑与城市规划学院博士陈胜馨认为,合理的商场动线设计应该给人们“喘息”的空间。具体来说,就是要在建筑内外预留专门的消费者行为空间,如小中庭、公共座椅、绿化、水池等,让大家在这些空间内放松休息或是产生交谈。从这方面来看,一些巧妙利用室外走道和半开放露台的商场就显得更为人性化。

“随着网络购物的普及,商业综合体内的体验愉悦感尤为重要。人们进入商场购物时更注重消费环境,商场内可供休闲的有品质的公共空间可以让消费者脚步放缓,停留时间延长。”陈胜馨说:“优美的购物环境,惬意的购物体验,步行距离和公共休闲空间的人性化设计,具备了这些,大家自然更愿意经常到访。对商场来说,消费者黏度也相应得以提升。”

进车库难,停车难,找车更难

在上海,一些大型商场离市区中心距离较远,虽然有轨道交通可达,但不少前去度周末的家庭还是会选择开车前往。令他们烦恼的是,商场停车动线缺少合理规划,造成入口堵、停车难、找车更难的情况,让人吃足苦头。

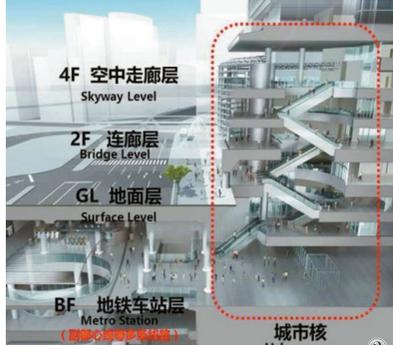
市民王先生至今难忘在一家购物中心停车的经历。那一天,他开车载着一大家子,准备去商场内的餐厅吃饭。因为恰逢周末,人很多,他提前把家人放了下来,随后自己继续找车位。没想到,光是排队进车库就等了老半天,好不容易开进去,却一直没找到空车位,只好不停地在里面兜圈子。最后,家里人把饭都吃完了,车子还一刻不停,王先生索性接上他们后直接离开。“从那以后,我再也没敢开车过去,不是打车就是坐地铁。”王先生说。

王先生的遭遇并不是个例。记者在线上汽车论坛也看到了人们对于停车难问题的诟病。有网友表示,商场车库出入口太单一,行车路径高度一致,特别容易造成排队、拥堵的情况,“没半个小时根本停不进去,一直堵在进口处。”进入后,虽然有3层地下车库,但有网友提出,经常遇到B1层入口被拦住,跟着指引到了下面两层,兜兜转转“找车位找到怀疑人生”,最后发现“B1层反而很空”。对于那些载着老人和孩子的车主来说,地下车库空气质量欠佳,光线也不太好,停留越久,心情可能就越烦躁。大家纷纷希望“车库设计者能从车主角度多考虑考虑”。

同一家商场去了很多次,为何每次停车还是“心里没底”?家住长宁区的金女士告诉记者,每逢周末,她都会和女儿去龙湖虹桥天街生鲜超市采购食品,因为买得多、拎不动,所以会开车去。不过,虽然已经是商场的金卡会员,每次车子驶到商场区域,看着一幢幢外观相似的玻璃幕墙大楼,一条条模样和名字都差不多的道路,街上又无明显导向牌,她们总是无法依靠一己之力找到停车库入口,必须要靠手机导航指路。

进入车库后,颜色、字体、大小不一的指路标识又让金女士母女头晕,有的是悬挂式的黑底白字,有的是墙体印刷的绿底白字,还有一种贴在墙面上、广告牌似的粉底白字。甚至有的悬挂式路标和墙体印刷路标同时给出了相反方向的出口箭头指示,使人愈加迷惑。尽管每层墙面上都贴了详细的综合平面信息图,但对驾驶者而言,焦头烂额找车位时,根本不可能停下来,特意找到这张画得密密麻麻的小图获取想要的信息,只能依靠醒目、准确的指路标识。

把车停好之后,金女士母女又会“一步三回头”,反复记忆车位到最近的电梯口的路线。“这里实在太大了,有购物中心A馆和B馆,办公楼好几栋,还有一家酒店,车位分布又没什么规律,一旦走错又要绕好一会儿。”



②