



「街区视角下的商圈观测」系列⑥

苏河湾，商业下的内外「焕新」

本报记者 彭薇
“城市峡谷”

苏河湾万象天地的永久艺术装置“大象亲子乐园”，将地下商业与地面公园衔接，别有趣味。



元旦期间，慎余里的烟花造型装置增添了节日氛围。图片均由受访者提供

点亮热爱

这个地标式的新颖存在，大悦城顺势将商场打造成“魔都爱情地标”，年轻情侣手拉手来大悦城乘坐摩天轮成了谈恋爱的生动写照。

如果只是孤零零地立一座摩天轮，纵然再惊艳，新鲜劲迟早会褪去，吸引力自然随之而减。而大悦城的高明之处，恰恰在于没有把摩天轮当成一个孤立的打卡装置，而是以这座屋顶地标为核心，顺势在同楼层打造出室内主题街区“摩坊166”。

要知道那个年代，多数商场还在平铺直叙做常规商铺，这种“地标装置+主题体验”的组合堪称超前。室内主题街区引入手工店铺，如皮具坊、木工坊等，其中针对二次元客群引入了一批二次元品牌，举办了一些动漫展和线下见面会，回过头看，此时引入二次元客群，成了商场发展的“神来之笔”。

记者从静安大悦城了解到，摩坊166主题街区目前完成了它的历史任务，由于它所在的七、八、九楼的餐饮业态占比多，今年要重新规划，调配业态。

唐健之前做过商场的招商，多年来一直观察商圈的发展。在他看来，大悦城是上海市场在屋顶空间打造得最好的商业项目之一。究其原因，不仅在于内容丰富，更在于其前瞻引领。

大悦城对客群的目标定位一直很清晰，就是年轻人群体。围绕这一群体，屋顶商业的更新和探索没有停步。

除了挖掘二次元爱好者的诉求，还将年轻人喜爱的夜市经济纳入屋顶平台中。唐健说，商场因地制宜打造自有IP，充分体现出什么叫“用内容运营来活化商业空间”。在屋顶空间内容打造领域，最具代表性和原创性的是5.0版“当夏天台”，比如推出落日音乐会，搭配一些快闪活动和手办展等。

业内人士透露，一开始静安大悦城的屋顶空间主要有情调的西餐品牌，人气不是很旺，三四年调整调整为接地气中餐，客单价较低，比较热闹，反而强化了“夜食天台”的定位。商场引入刘栋梁大排档、朱金玉火锅等，打造了一种原生态的餐饮氛围。上海的年轻人不用坐在上街沿上畅饮、聊天，在屋顶平台聚餐，自由又浪漫。

去年春季，“夜食天台”的空间进一步优化布局，又引入多家餐饮品牌，晚上加入现场乐队演奏爵士乐，市民可在此远眺苏州河畔的夜景。不少人专程为此远眺苏州河畔的夜景。不少人专程为此远眺苏州河畔的夜景。不少人专程为此远眺苏州河畔的夜景。

“整活”还未停歇。可持续的夜市经济，不能只依赖短期流量，还需延伸各方链条。

大悦城推出一系列举措，比如夜间免费停车，南座10F电影院、密室、KTV一起营业至深夜，给消费者提供多元选择。

拥有好景观的高端餐饮不仅有市场，而且有良好的市场。

如今一些商场都在卷场景、卷视觉，艺术元素在苏河湾万象天地体现得较为丰富。

比如，让苏河湾万象天地一炮而红的永久艺术装置“迈上！”（小男孩的腿从地下跨上地面）与“大象亲子乐园”（母子象对望），将地下商业与地面公园衔接，别有趣味。

再比如，建筑符号与历史之间巧妙勾连，以慎余里划分的东里的室内部分设计了仿榫卯结构屋顶，以天后宫划分的西里商业区内部的房梁则模仿石库门木格栅式，两边相互呼应。

哪怕是卫生间的标识也有呼应，男士、女士图标都穿着中式风情的服装，这是对其历史保护建筑所留存底蕴的致敬。

商场不仅需要创造氛围，还需创造记忆。

“遛湾节”是年轻人给苏河湾万象天地的IP标签之一，这也是它的文旅商融合的IP活动，往往贯穿好几个月。

商场“靠山吃山”。“遛湾节”将运动、美食、音乐、艺术、光影等多元素活动植入城市绿地与历史建筑空间。巨C汉堡节、一起发酵吧面包节、天后宫百人瑜伽、苏河夜跑、晨间骑行、城市夜间定向赛等创意活动，将人气吸引过来。

苏河湾万象天地还出现在苏河湾Citywalk的打卡名单中，这在商场中并不多见。这条Citywalk线路上还有邮政博物馆、八号桥艺术空间、苏州河畔咖啡屋、乍浦路桥、外白渡桥等等。

这更加印证了，街区视角下的商圈升级，本质是从消费场所向生活空间的转变，商场也是街区居民与游客共享的生活空间。

一些消费者提出，苏河湾万象天地的商业都在地下，从地面到地下的人口其实较多，但标识不是很明显。也有人建议，作为商业区的一部分，慎余里和天后宫可以引入更多贴切的沉浸式体验，如小型非遗工坊、艺术驻留项目、结合建筑历史的剧本杀等，让历史空间真正“活”起来。

还可以强化“苏河湾”这个地标联动。商场与周边的邮政博物馆、四行仓库、上海总商会等历史地标，以及静安大悦城等商业体策划联动活动、文旅套票或主题游览路线。

从传统的商业认知上看，静安大悦城的南北两栋楼被市政道路分割，在商业空间、动线设置等方面多少有些受限。但它就是红了那么多年，为何？这不得不从它最早的定位说起。大悦城首次出圈在于屋顶的摩天轮，由于



苏州河汇入黄浦江前，勾勒出一道美妙的弧线，绵延数公里的苏河湾水岸，便在这道弧线中应运而生。

工业文明，曾是苏河湾最鲜明的时代注脚。而苏河湾万象天地的到来，彻底改写了这片区域的呈现，推动它迈入城市更新的新阶段。它的独特性在于，既是商场，又是公园，还和一些历史建筑连为一体。作为新生商场，它与“老牌劲旅”静安大悦城构成了苏河湾商圈的一体两翼。新旧商业同频共振、内外更新，较好地解答了商业如何为区域焕新添力的问题。

与传统的商场不同，苏河湾万象天地并不容易被发现。来到这片区域，远远望去像一个公园，走近才发现商业全都集中在地下。

这种商业形态可以叫作“公园商业”，或“峡谷商业”。其设计方在规划时提出了“城市峡谷”的概念，也就是说，将公园作为城市公共空间主导，而地下商业空间占据“峡谷”的部分，公园与商业的空间互相融合、流动。

Kokaistudios（国际建筑与设计事务所）创始人、首席建筑师安德烈·德斯特凡尼斯认为，“城市峡谷”是一个全新的公共空间，为城市商业空间树立了全新标杆。

这是上海首座万象天地，其“非标”程度很高。

在规划者眼中，公共绿地和商业都具有城市性，其使用群体互相重叠。所以，苏河湾万象天地在设计上创造了苏河水岸联系，有公共绿地、滨水空间、文保建筑（天后宫）、石库门建筑（慎余里）和商业体。

近年来，“无边界”成为商业发展的高频词。独立商业评论者、商业博主唐健认为，将“无边界”置于开放式商业项目中，这是人文社会整体进步的体现，“地面建筑分散后，把核心中部面积都让给了城市公共绿地，打造出大尺度的公园既视感”。

在他看来，这样规划的背后需要一定的取舍与坚守。项目将空间的中心话语权交还城市，这是对城市公共空间的打造和活化，也是该项目理念和价值观的绝佳体现。

记者看到，苏河湾万象天地的公共绿地上，许多附近居民、游客坐在长椅上晒太阳、聊天，一些人在慎余里闲逛、看常设的艺术空间展览。一些光影装置、艺术主题的快闪活动常在慎余里、天后宫举行。

慎余里于1932年建成，许多实业家和艺术家在此居住，它是苏州河北岸最精致的里弄代表。经过保护性修缮后，慎余里从民居更新成为新的文化地标，一个打造高端餐饮、时尚生活、文化艺术的空间。

也有美中不足。业内人士认为，在对历史建筑的处理上，慎余里翻新得有些彻底，因为太新反而少了温润感。

记者在苏河湾万象天地遇见了一些这片区域的原住民。43岁的李清和说，之前这里一大片房屋拆迁，城市面貌比较破旧，没想到如今大变样，“它为曾经的老中心城区注入了

新鲜血液，让城市面貌焕然一新。我现在经常带着家人回来，沿着苏州河岸走走，就餐就在地下商场里解决”。

他还告诉记者带到一座人行天桥上。站在天桥上可看见外白渡桥、黄浦江对岸的陆家嘴“三件套”。280多米长的天桥是一个通行枢纽。它一头连着慎余里，一头通向城市公共绿地与滨水步道，中间还串联起办公楼与地下商业的入口。它在福建北路两侧分别设置楼梯，等于又多了一个进入商场的入口。

从远处看去，天桥本身就是一件可呼吸的建筑艺术品。它以钢结构为主，搭配通透的玻璃护栏，当夜晚灯光亮起时，它如同一条发光的纽带，将慎余里的青砖黛瓦、天后宫的飞檐翘角与地下商业的霓虹灯光串联成线。好的建筑大抵如此，从不刻意张扬，而是默默地成为人们与城市对话的媒介。

生活空间

苏河湾万象天地毕竟是个商场，如何引来人气、留住流量是个现实的问题。



夜间，静安大悦城的“夜食天台”非常热闹，充满城市的烟火气。