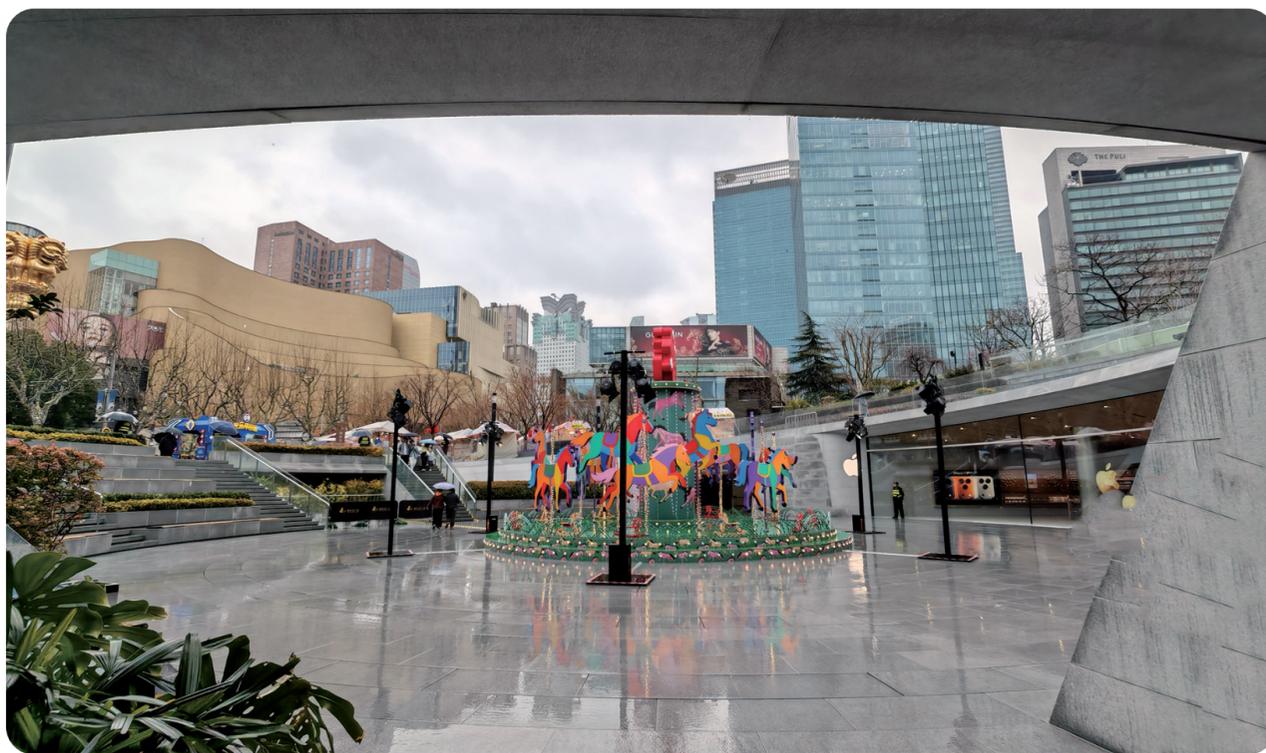




下沉广场，城市新地标？



近几年，上海出现了越来越多的下沉广场。本来只是在交通接驳、商业运营与公共服务中承担功能需求，面临通风、光照、标识与消防配套等诸多现实挑战，但如今，下沉广场似乎越来越成为商业体的新趋势，玩出了各种“花样”。其体验感和独特性甚至让它有可能成为新的打卡IP、城市地标。



静安寺地铁出口的下沉广场。 资料图片

本报记者 龚丹韵

从“下沉”变“首层”

走出复杂的虹桥地下交通枢纽，一股清新的草木气息扑面而来。不同于传统地下空间的阴暗压抑，眼前的场景更像是一处被精心雕琢的“地下花园”：犬牙交错的空间边界藏着错落的露台，一个个商铺如同自然生长般嵌在绿意之中，阳光透过层层绿植洒下斑驳光影，偶尔传来的欢声笑语与轻柔的音乐交织，让人恍惚间忘记了自己正身处地下——这就是虹桥新天地下沉广场，一度打破人们对下沉空间固有认知的“地下花园”。

早年间，下沉广场就是“挖个坑”，逼仄、单调、缺乏温度。但虹桥新天地用巧思，将这个“坑”变成了舒适空间。

“它有两大大优势，一是与地铁紧邻，二是让你完全忘记它是一个下沉广场。”吴中寅说。他毕业于同济大学，如今是日建设计的设计师，接手过上海多个下沉广场商业项目，对这个类型的空间十分熟悉。

下沉广场最初的出现，是为了满足地铁交通功能、平衡容积率、承担地下疏散等城市硬性功能，更是一个“被需求催生”的功能性事物，没有太多额外的场景和

内容。其重要出发点是功能，以提高土地资源利用率。

但这些年，新的商业综合体已经不再满足于一个单纯的商场了。比如，在商业体旁边配套美术馆、大草坪、露营地，打造更多元的场景，让人愿意来、愿意停留，甚至建设成社区中心或区域中心。同时，随着生活水平提高，人们对空间的需求变了——不再满足于封闭、单调的空间，喜欢阳光、空气、自然。地下空间向上“借光”，在本来单调、封闭的地下空间中，挖出一个开放、露天的下沉广场，成为大势所趋。

逐渐地，下沉广场的发展又进了一步。孤零零的台阶显得无聊，于是在上面设置一些场景摆设、小凳子，让空间更有温度，场景的“颗粒度”开始越来越高。如今，开发运营者已经不再满足于只做好下沉广场本身，还通过运营活动、打卡景点、引入展览等多元业态来留住人。

市民对美好生活的要求越来越高，商业市场越来越“卷”，必须绞尽脑汁打造差异化优势。把下沉广场打造为“第二首层”，让人们愿意在下沉广场停留、互动，成为近年来的趋势。

当记者就上海的下沉广场请吴中寅推荐优秀案例时，他首选虹桥新天地这个自己并未参与却十分欣赏的空间。

“虹桥新天地这样的下沉广

场，在上海十分少见，非常值得借鉴。”他说。

一位拖着行李箱的女士直言“有点迷路，逛到后面忘了这是地下”。因为下沉广场敞开的缘故，下凹的复杂立体景观，加上自然阳光，提供了各种不同路线。“迷路反而有让人停留的魅力。”这位女士说。

吴中寅解释，虹桥新天地的成功离不开两个关键细节。其一，是恰到好处的宽高比。一个舒适的下沉广场，高度与宽度之比需远小于1，这样才能避免压抑感，让空间显得开阔通透。当一些同类项目因高宽比失衡，给人“深陷坑中”的局促感时，虹桥新天地凭借合理的尺度把控，让阳光能充分洒落，摆脱了地下空间的阴暗“魔咒”。

其二，是自然灵动的平面轮廓。不同于常见的圆弧“兜形”边界，虹桥新天地采用了犬牙交错的轮廓设计，没有明确的边界感，提升了空间的趣味性，也增强了公共空间的包容性。

“这里像倒过来的露台花园。”一个正在台阶上休息的青年对记者形容。错落的露台层层递进，低矮的商铺如同临时搭建随意散落，没有规整的束缚，与周围的绿植、光影融合，行走其间，自然灵动，让它拥有了区别于其他商业体的独特气质。

“我认为，它的气质是区别于大虹桥板块的。”吴中寅这样评价。虹桥新天地源于大虹桥板块的开发和配套，却被打造成具有城市公共空间属性的“森系秘境”。这种“无压力消费”的氛围，契合了人们对舒适生活的追求，也在一定程度上缓解了大虹桥商务枢纽的快节奏和紧张感。加上丰富的外摆、常态化的活动，让下沉广场成为人们愿意停留、互动、休闲的“第二首层”。

地下与地上“对话”

苏河湾万象天地的诞生有着鲜明的时代性。

它依托上海“一江一河”规划，是苏河湾区域改造的重要组成部分，其最大的特色是“全地下”的商业形态——整个新建商业体基本位于地下，同时与城市绿地公园相融，地面上复建慎余里、天后宫两大历史建筑群，成为兼具生态、人文与商业价值的城市新地标。这种布局在全国范围内都堪称标杆。

万象天地掩在地下商业体，基本采用下沉广场模式。它的巧妙之处在于，并不是全封闭的地下空间，而是挖出一个个大大小小的露天“圆坑”。每个圆坑，从B2到地面，用环形连廊和扶梯电梯相连，解决了地下商业体的采光、通风等难题。

然而，从记者的走访体验来看，当前的万象天地仍有一些外在的掣肘因素。比如，地铁站与地下商业体没有直接打通，通勤客流无法直接导入，让偌大的地下空间体验比较“分裂”。

此外，虽有慎余里、天后宫等地上历史建筑，但这些资源与地下商业体并未形成有效联动。就好比3颗明珠各自放光芒，在同一片区域中却没有对话，难以起到1+1+1>3的效果。

再者，万象天地紧邻苏州河，本以为在地下空间走着走着，可以顺着台阶，来到河边“豁然开朗”。但囿于种种现实因素，并未直通河畔风光。

当然，以上诸多空间条件的限制，有历史原因，有现实考量，还有消防、人防、防汛等各种安全因素，让该地块的设计殊为不易。

作为比较典型的下沉广场式商业体，融入地面的河畔公园，在天然绿化掩映下，颇有特色。如果后期运营活动丰富多元，场景搭建更多样，其规模优势、历史文脉的地块优势应能得到更好的发挥。因此，有专家建言：或许可以考虑建一条空中连廊，从空中俯瞰苏州河畔，引导人流，进一步产生地标效应。

除了以上两个大体量的下沉广场，上海还有不少小型的下沉广场，有画龙点睛之效。

比如，静安寺对面，地铁口出来，就是一个小小的圆弧形下沉广场。苹果零售店静安店作为这里的商业主体，让整个下沉广场成为一个小型打卡地标。

虽然它是个一眼望穿的“坑”，但体量小，舒适度并不低。环绕一圈，还有精心设计的木质台阶和绿化，拾级而上，标志性景点静安寺露出地平线上的飞檐一角。游客站在这个下沉广场仰望，可看到不同于地面视角的静安寺，地下与地上景点形成了一种对话和互文。

别看这个广场小，其实经过精心设计打造。一个半弧的层层台阶，提供与静安寺“对话”的视角，另一个半弧，地下是苹果店，地面则是玻璃廊道，光影绰绰透出静安公园的绿化，走在上面，也有观景效果。而圆弧形广场的正中心还有品牌活动装置，色彩亮丽。

“虽然它更多可能承载了地铁出口的功能，体量也不大，但作为点缀城市、高低起伏的建筑小品，给人带来了意外的惊喜。”吴中寅说。

“玩”到极致是园林

放眼全国，把“下沉广场+公园”玩到极致的案例，集中在成都。源野Regular、此地Cy PARK、成都SKP，这3个成都新兴商业地标各有特色，但无一例外，都是善用“下沉广场”和“公园”元素的商业体。

成都SKP于2022年开业，是全地下式商业体，地面则是公园，通过露天中庭相通。其高宽比相对合适，从地面可直接望见地下诸多店面，让游客有一种特别想往地下“探店”的冲动。景观总体由全球知名的纽约高线公园设计方设计，30多处大小

景点各有特色。地面地标性景点“生机之塔”，引流和话题量一直不断。有一段时间，成都旅游打卡视频中几乎全是它。

源野Regular，利用原本的公园地下空间改造而成。3个小型下沉花园连通，店铺围绕花园一周，曲径通幽，仿如探险。侘寂清水混凝土建筑风格，搭配舒适的餐饮和零售外摆，与下沉开放花园互为风景。有网友评价：“确实小，但是每一步都有景，都有惊喜，容易出美照。”自2021年开业以来，网上各种美图不断，成为它散播影响力的渠道。

此地Cy PARK，2024年开业，邻近运动主题公园，串联市政建筑，地上三层、地下一层，由红色景观桥连通。地面建筑和公共区域点缀丰富，户外生活创意小装置很多。宠物、自行车是它的主题，闲逛与打卡人居多。地下层洞口空隙窄，仿如山石的侧壁、缝隙中的餐饮外摆，显得颇为有趣。

吴中寅指出，一个好的下沉广场，不是只有一个“洞”（即单一的地下出入口），更要有建筑从地上到地下的穿插，打破地上地下的边界。比如，在转角的地方设置一个亭子或外摆，或从地面层一直贯通到底部，打破下沉广场的封闭感。而游览感受不佳的下沉广场，往往边界感很强，就像一个“打开了顶盖的盒子”，逛起来容易无聊。

游客逛上海的弄堂或北京的胡同，通常会觉得很有意思。因为它们自然地形成了犬牙交错的空间布局，这里搭出来一点，那里退回去一点，没有刻意的设计，却充满了生活气息和空间变化。

而这种空间变化，可以从中国传统园林的手法中借鉴，比如“藏与露”“明与暗”的对比。

下沉广场天然具备光影对比、空间遮蔽与打开的特点，这些本来是它的难度，但恰恰是中国传统园林擅长的元素。穿孔、褶皱、框景，光打在建筑上，形成变幻丰富的光影。这种对空间的切割和控制，非常细腻，也很有温度。

中国古人对天地、自然、时空的理解自有独到之处。不追求刻意的夸张，而是注重空间的整体性和体验感，比单纯的视觉冲击更有生命力。因此，中国园林的妙处，就在于它不是一成不变的，而是根据场地的特点自然生长出来的，这种“现场感”是单纯的标准计算、图纸设计无法实现的。

好的下沉广场，也应该有这种“非一眼望穿”的园林感，有神秘、灵动、自然的氛围，通过明与暗的对比，让人们在行走过程中不断有新的发现，最终，为高密度、快节奏的现代都市提供呼吸的“气口”，甚至是“点睛”的华彩。

瞄一流 献一计
见微知著看上海

欢迎广大市民就上海城市精细化管理献计献策。
邮箱：shjianweizhizhu@163.com



忘记它是下沉广场

城市周刊：下沉广场这种比较特殊、有很多掣肘的空间，应该避免哪些“坑”？怎样让它更好地扬长避短？

吴中寅：第一，下沉广场一定要有良好的空间感。比如高宽比，“坑”不能挖太深，不然会显得压抑、逼仄，宽度远大于高度很重要。平面轮廓也不能太显眼。总之，下沉广场需要给人自然、明亮、舒适之感。比较忌讳的，就是一眼望去发现自己站在“坑底”。

第二，下沉广场要有足够的场景感。一定要有内容去填充，比如放外摆、做活动、设置休憩设施等，不能让它只是一个空荡的空间，中间夹杂一些店铺。它的留白区域被充分利用起来，能让空间“活”起来。

第三，好的下沉广场会让你忘记这是下沉广场。第一眼看到的，不是“这个下沉广场设计得不错”，而是“很舒服，我愿意停留”。而这种舒适感，需要一定量的植被、充足的阳光、优质的商业界面，甚至搭配美术馆等文化空间，看到不同人群在这里交流交融，各种元素组合起来，才能营造出这种“无违和感”的舒适空间。

城市周刊：可惜，下沉广场的设计和建造常常受到客观条件掣肘。

吴中寅：是的。比如我参与过的某个项目，其周边建筑太高，导致阳光洒到下沉广场的时间很短。没有光的时候，会让人觉得它只是一个通道通道，而非休憩空间，其魅力就降低了。

虹桥新天地这样的案例，它值得我们多次学习、思考，如何通过空间层次的营造，打破下沉广场的压抑感。

城市周刊：除了设计本身，运营是否也很关键？再好的设计，如果运营跟不上，也很难发挥出它的价值。

吴中寅：如果说下沉广场的本底是商业，那么运营的权重有时候会大于空间设计。运营相当于空间的“使用者”或“操盘手”，它决定了这个空间如何被利用，如何吸引人流、留住人流。

我们目前在设计与运营之间还未做到完全的协同。设计图纸时，往往缺少完整的运营方案，这就导致很多设计无法满足后期运营需求。

尤其是下沉广场，高低起伏落差大，且空间不规则。如果在早期设计阶段，招商和运营的人就能参与进来，店铺结合有趣的进行巧思，下沉广场就更容易成为亮点——做得好，下沉广场本身就可以成为一个IP、一个景点。

城市周刊：设计团队的想法受到了哪些现实掣肘？

吴中寅：现在的工业化、标准化虽然提高了效率，但也遮蔽了很多细节和温度。比如下沉广场的微小差设计，从设计角度来说，它能增加空间层次和体验感，但从招商角度来说，他们会担心老人摔倒，担心高差设计降低了商铺布置的灵活性，所以更倾向于留出最大的弹性空间。这种效率与体验的矛盾，有时候很难平衡。

城市周刊：未来的趋势是否会“螺旋式上升”：不会回到过去的手工时代，而是在工业化、智能化的基础上，保留那些不可替代的东西，比如现场的体验、人的温度、人的灵性？中国传统园林的美学理念，能否给我们提供借鉴？

吴中寅：从下沉广场的进化，到设计避坑、空间手法，再到未来趋势，本质上都指向了一个问题——如何让下沉广场这样的城市空间从“消极”到“积极”，摆脱单一的功能性，成为一个有温度、有灵性、有价值的空间，甚至价值溢出的文化地标。注重整体性、舒适性、自然性，让它仿佛自然“生长”出来，让人们在其中感受到“城市让生活更美好”，这个宗旨始终不变。



苏河湾万象天地，典型的下沉广场式商业体。 视觉中国供图