

坐在飞机旁喝咖啡听音乐 轻拂高空的风 惬意赏斜阳

屋顶上的『别样风景』



梅江环宇城楼顶的运动空间。



社会山广场举行露天烛光音乐节。



万科广场动漫二次元痛车展。

也许您已经留意到,近年来,身边越来越多的商业项目在“向上生长”。

曾经素面朝天的屋顶、露台被利用起来,“长”出屋顶花园、露天餐厅、运动场地、潮流市集,不仅延伸了商业功能,也让城市的天际线亮眼灵动。

作为建筑的“第五立面”,屋顶的开放空间与封闭的室内场所形成互补,对于商业体来说,能够承载许多无法引入室内的业态与功能,为打造消费环境提供了更多可能性和想象场域。随着天津商业载体不断丰富,屋顶上的新玩法也层出不穷,“冲破”建筑天花板的商业,正在打开经营新思路,给业界带来新思考。



和平印象城楼顶娱乐空间。

和平印象城 串联全天休闲场景

微风拂过,与好友坐在户外吃烧烤、喝啤酒,眺望海河两岸夜景,欣赏驻唱歌手现场演出——如今,这样的体验在高楼林立的城市中心也能实现。

自今年5月“开箱”以来,和平印象城的屋顶餐吧一直颇有人气,“环境好”“惬意”“氛围感”是顾客点评中出现最多的几个关键词。

作为金街商圈的城市更新项目,和平印象城将目标客群指向年轻人,在业态设计上迎合了许多人“早C晚A”(即早上喝咖啡“Coffee”,晚上喝酒“Alcohol”)的生活习惯。“项目的整体定位是‘日不落潮流引力场’,也就是既有白天的业态,又有晚间的业态。比如我们引入了多家咖啡类的门店,还有一些特色酒吧和音乐演出场馆等夜间经济的实体商业。”印力集团天津和平印象城项目合伙人郑峰介绍。

在这个“全天候”休闲场景中,屋顶是一个重要组成部分。“在改造原有建筑时,我们就将屋顶设计成可以在上面活动。A区顶楼放置了一架大飞机,打造出露营、餐酒的场景,C区屋顶是运动公园,把户外空间都利用起来了。”郑峰举例说,“晚上天气好的时候,可以先去屋顶吃个烧烤、喝点啤酒,接下来再去看一场演出,场景就这样串联起来。”

谈到利用屋顶空间的想法,郑峰表示,人们都喜欢亲近自然,特别是户外环境会营造出一种比较新颖的氛围:“比如以前的婚礼都是在酒店举办,但现在很多人会选择户外婚礼,是一种升级的体验。”

走进和平印象城,顾客能感受到的不同之处不仅是屋顶的设计,各类主理人品牌、设计师品牌、买手店、古着店也成为这里的一大特色。“购物中心的B区是策展型商业,我们引入这些特色店铺,是希望挖掘更多年轻人的喜好,也展示更多品牌的价值主张。”郑峰说。

“天津是有消费活力的城市,也有符合年轻人定位的品牌。商场作为消费的基础设施,能为本土品牌提供生长的土壤,如果可以从我们这里诞生首店,再向其他省市拓展,这也是为天津商业作出的贡献。”郑峰表示。

本报记者 马晓冬 摄影 吴迪

梅江环宇城 体验“空中”运动场

“很刺激,又学会一项新技能,在‘空中’运动的感觉很好!”自今年4月底天津梅江环宇城开业以来,在附近上班的小李就经常到商场楼顶的滑板公园玩滑板,还特地购买了商场里培训机构的体验课。她告诉记者,除了距离近的原因外,自己看中的还有这里的环境:“之前很少能见到这样的滑板场地,而且是免费的,大家都可以过来玩,设计得很漂亮,非常适合拍照。”

天津梅江环宇城是梅江地区第一个大型TOD(以公共交通为导向的开发模式)项目。作为购物中心的特色之一,占地2800平方米的屋顶滑板公园成了热门“打卡地”。事实上,屋顶上不仅有滑板场地,还还原了一个真实的街道场景,人行道、红绿灯等元素集合在一起,给人带来身处街头的氛围感。尤其在傍晚,三五成群的“板友”、骑小轮车的孩子、专程来拍照的顾客,让这个“空中运动场”人气十足。

集美食、购物、亲子、培训、运动等业态于一体,梅江环宇城多样化的功能受到众多家庭顾客群体的青睐。

家住全运村的孙女士就将这里作为新的“遛娃”场地。“孩子可以在屋顶的公园骑车,比马路上安全。楼下就是吃饭、购物的地方,也有儿童乐园,逛一整天都没有问题。”她说。前不久的七夕节,孙女士还与家人一起到商场里露营风格的餐吧聚餐,一边吃饭一边俯瞰城市景色。“其实,这种时候吃什么是次要的,主要是享受露营的氛围。”她还不忘在朋友圈分享自己的体验。

和很多顾客感受到的不一样,“场景化消费”正是梅江环宇城打造竞争力的思路。据了解,这座购物中心由世界知名建筑设计事务所操刀设计,以“天津本土文化印象,寻求独特城市个性”为设计理念。在商场的各类空间中,除了屋顶滑板公园之外,落露台、下沉广场等也能与室内具有延展性的品牌互相结合,为消费者营造工作与休息之外的“第三空间”。

社会山广场 以露台为“实验基地”

相比新商场的“原始基因”,位于西青区南站商圈的社会山广场则是通过升级改造开发出了“露台经济”。

今年7月,购物广场3层的电影院旁,一座露台全新亮相,草地、桌椅、露营帐篷搭建起一片特别的休闲空间。

坐在露台边缘,感受徐徐微风,听一首歌曲,看夕阳西下,商场还推出了烛光音乐节、露天影院等活动,让这片此前的空置区域成了许多顾客青睐的休息场所。

社会山文旅港市场总监韩旭告诉记者:“社会山广场开业5年了,原本就有升级改造的计划,1楼的风格在向年轻化发展,我们后来又将继续延伸,决定把3楼之前的空闲区域做成露营地,在这里办一些圈层的活动。”她表示,这次项目“整容”是一次空间再利用,没有花费太多就呈现出松弛、休闲的感觉,既有效利用了场地,也给顾客提供了服务,起到了事半功倍的效果。

“现在大家都喜欢发抖音、朋友圈,但有时缺乏内容,这次改造就提供了传播的内容,形成了多样的、多视角的释放。这种释放对于我们来说是、非常有利的,让大家知道来这里不仅能吃饭、看电影,还可以在露台放松休息,增加了消费者的体验。”韩旭说,商场通过已有的社群传播,带动了客流。

今年,社会山广场暑期日均客流约为1.7万到1.8万人次,周末可以达到2.7万到2.8万人次,已超过2019年的最好水平。“提升改造带来的客流没办法用数字衡量,但它为整个商业的呈现创造出一个新颖的角度,既能带动客流量,也可以增加话题量。”韩旭说。

韩旭将露台看作“实验基地”,她认为,可以在此进行许多尝试:“这里不是经营性的场所,而是一个免费的共享空间。我们会自己策划,也会和商户联合推出一些主题活动。比如顾客可以带孩子在这里展现才艺、做社会实践,这些都能增加社群粉丝的黏性。它能承载的东西很多,如果效果好,还可以扩展到其他地方。”

社会山广场的“变身”为商场提升改造提供了一种思路。韩旭告诉记者,露台开放后,有很多相关从业者来考察参观,预计本月以及中秋、国庆假期期间,社会山广场会继续在露台推出各类演艺活动。

万科广场 打造屋顶“城市秀场”

2019年,位于河西区广东路的天津万科广场正式亮相,由过去的一座超市蜕变为“年轻”的社区商业项目。在引入多个品牌天津首店的同时,建筑空间也推陈出新,廊桥、街区、星空屋顶等众多精巧的设计让老建筑焕发出新活力。

“万科广场地处天津城市历史文化和城市商业交汇的地方,举办文化、商业领域的潮流活动既可以满足市民需求,也能带动商场自身发展。挖掘项目亮点后,我们发现4层停车场具有得天独厚的优势,所以开始打造城市屋顶经济、城市秀场文化。”天津万科广场相关负责人说。

室内业态丰富,屋顶别有洞天。自商场开业以来,动漫主题手办展、城市音乐秀、复古市集、运动健身主题市集等特色活动向“空中”延展,让原本平平无奇的停车场中聚集了众多具有相同爱好的年轻群体,其中不乏从外地前来的参与者,碰撞火花,活力四射,让人不禁感叹,原来屋顶可以这样“潮”。

曾参与万科广场手办展的晁先生说:“对于玩家来讲,这是一个大规模的展览,为大家提供了一个线下交流的平台。”

商场所在的人民公园商圈是天津夜生活的聚集区之一,一直受到年轻人关注。在天津万科广场负责人看来,屋顶活动的举办能够体现商场的差异性,在商业同质化较严重的当下,走出一条自己的路,进一步繁荣周边夜间经济。

“我们在引入活动时侧重两类,一类是能在屋顶展示个性、潮流的活动;一类是具有标签的、年轻人喜欢的新型活动。比如改装车、潮流复古市集都是最近兴起的,有很多年轻人喜爱。”他表示。

屋顶的精彩还在继续。记者了解到,10月起,天津万科广场将持续推出“天台碰头计划”“动漫二次元痛车展第二季”“白日梦想家”等活动,力求将屋顶“城市秀场”打造成为市级潮流活动聚集地。

空中潮语

很刺激,在“空中”运动的感觉很好!
——玩滑板的小李

孩子在屋顶公园骑车,楼下就是吃饭、购物的地方,逛一整天都没有问题。
——“遛娃”的孙女士

对于玩家来讲,(屋顶)为大家提供了一个线下交流的平台。
——手办展参展者晁先生

专家观点

发展“屋顶经济”考虑因素有哪些

随着国内外应用场景日益丰富,“屋顶经济”“露台经济”方兴未艾。那么,什么样的商业体适合开发这一空间?有哪些需要考虑的因素?

来自天津市建筑设计研究院有限公司的建筑专家向记者介绍,现阶段利用建筑屋顶作为商业空间的项目,主要包括既有建筑改造提升和在新建项目中预留设计两种形式。

“新建项目的操作相对简单,在建筑设计过程中提前预留条件,将项目未来应用的功能考虑周全,并在建设予以实施。既有建筑改造过程相对复杂,由于建筑最初设计时间和实施改造更新的时间有差异,涉及的设计规范可能发生了很大调整,比如消防和抗震等方面。”该专家表示,建筑面积是否变化、结构构件所能承受的荷载是否满足现行规范

的要求、消防疏散和设施是否完备,是既有建筑屋顶空间利用需要评估的重要环节。

在南开大学文法学院教授、数字创意与智慧设计研究中心主任,天津市创意产业协会会长薛义看来,屋顶是呈现多样化空间效果、多样性商业功能非常好的载体。“天津比较早的屋顶花园是劝业场的‘天外天’,在建成时就成为一个特色,是当时重要的活动场所。”他说,“在增加利用面积的同时,顶部空间还带来了新的视野,人们能和户外空气、阳光接触,更利于休闲或举办各种活动。对于商业体来说,这里可以作为一种辅助空间,丰富商业的功能和特色,成为引流的手段。”

不过,薛义也表示,空间的使用和商业体整体的运营情况紧密相关,开发屋顶不一定是普遍适用的商业模式。“除了屋顶设施的特殊要求之外,还要衡量运营管理的成

本。室外场地会受到时间、气候限制,尤其对北方来说,可以使用的时间相对较短,投资和取得的效益是否成正比,是首先要考虑的。”

对于屋顶的设计思路,薛义认为要综合考量商业体所在的位置。“如果商场位于城市中间巨大的建筑群落里,那么我们想象的屋顶应该是绿色的、自然的、花园式的,才能在光秃秃的水泥建筑中脱颖而出。屋顶上的内容和功能一定要与周边环境特点结合,突出差异化、特色化。如果与周边是同一类业态,那么就要在品质上做出自己的亮点。”

薛义还提到,营造新的空间,是为了增加品质、满足人们的精神需要,这一思路也可以应用在其他建筑设计中:“从健康和生态友好的角度考虑,我们可以加强办公、住宅等各类建筑中露台、屋顶的应用,扩展工作、生活的空间,促进人们与自然的交流。”

差异化 特色化
多样性商业功能
多样性空间
绿色自然花园式
人与自然交流
营造新空间

合成图 制图 单君