

论城市商业中心的旅游空间营造*

——以重庆市沙坪坝区三峡广场为例

张述林¹, 姜辽^{1,2}, 李琮¹, 游桂¹

(1. 重庆师范大学地理科学学院, 重庆 400047; 2. 浙江树人大学管理学院, 杭州 310015)

摘要 旅游空间的规划设计对商业中心的可持续发展具有十分重要的推动作用,但对商业中心旅游空间的研究并不多。从分析重庆市沙坪坝区三峡广场旅游空间的现状及生存问题出发,采用“借空间”的思想,发挥空间思维的想象力,接着在图底理论、联系理论、场所理论3大理论基石的基础上营造三峡广场的旅游空间,最后从物质性空间与非物质性空间的角度深入解剖了广场旅游空间营造的相关因子及营造体系。通过对三峡广场旅游空间的营造,不仅有利于增加当地居民的游憩与休闲场所,也扩大了旅游者购物、娱乐的内容,对三峡广场的多样化、可持续发展有十分重要的意义,同时对其他类似商业中心的生产发展也具有十分重要的借鉴作用。

关键词 商业中心; 旅游空间; 空间营造; 空间思维

中图分类号 F590.1

文献标识码 A

文章编号 1672-6693(2009)01-0089-04

1 阴云中的困惑——商业遮蔽下的旅游功能

三峡广场位于重庆市沙坪坝区的中心地带,总面积8万多m²,平面形态呈不规则的十字型,因在中心节点处修建了三峡工程的微缩景观而得名三峡广场。广场分为绿色艺术园、商业步行街、历史文化名人园、三峡景观园和江南园林5个部分,绿化率达50%以上,它是目前中国西部最著名的广场之一。三峡广场在设计之初就被定位为城市副中心,目标是要将它逐渐发展成为城市中央商业区和城市中央商务区^[1]。由于沙坪坝区是重庆市著名的文化区,又位于重庆市的中心地带,三峡广场周围商场、旅馆、金融机构、住宅、学校云集,因此实际上三峡广场现在已经成为一个以商业功能为主,兼有居住、观光、餐饮、娱乐、金融、办公和旅游等复合型城市公共空间。

从城市规划角度看,广场的建设缓解了沙坪坝商业中心区内公共空间相对匮乏的矛盾,为当地市民提供了相互交流、参与公共生活的必要场所。广场自2002年底投入使用以来,产生了积极的使用效果。广场内恒久旺盛的人气提升了沙坪坝商业区的活力,广场也逐渐成为重庆市新的旅游景点,前来参观的外地游客络绎不绝,既提升了城市形象,也使当

地获取了可观的经济效益。

从旅游规划特别是旅游空间设计的角度分析,尽管广场的建设在一定程度上缓解居民生存、生活、交流、游憩空间的不足,但舒适度、愉悦度、幸福指数并不高。随着都市旅游的迅猛发展,广场已然成为重庆大都市的一个新的旅游景点,同时商业活动的过度开展又与旅游功能的发挥产生一个很难协调的矛盾。一个个国内外名牌企业进入广场这一狭小的空间,在增加广场人气和知名度的同时,又使得旅游空间受到挤压,休闲、游憩的场所被过多地挪用于商业促销行为,使游客感到拥挤、不适,从而导致旅游行为难以完全释放,旅游时间不能持久。

2 困境中的思索——谋求旅游生存之道

商业圈影响下的旅游业该如何发展?旅游功能以何种形式释放出来最为合理?与商业争夺生存空间亦或是共谋发展之路成为三峡广场旅游业进一步发展的头等大事。

由于三峡广场在设计之初就已被定位为城市副中心,目标是要将它逐渐发展成为城市中央商业区和城市中央商务区。如果旅游业想与之展开一场空间争夺战,其竞争压力之大是可想而知的,同时也违背了广场设计者的初衷,不符合商业发展的趋势。

* 收稿日期 2008-09-18

资助项目 重庆市哲学社会科学规划项目(No. 2007-JJ34),重庆市教委科学技术研究项目(No. KJ070813)

作者简介 张述林,男,研究员,研究方向为区域旅游规划与风景地理研究。

要想商业空间的中谋求自身的发展之路,唯一有效的办法即是采用合作方式,那么合作的基础是什么?何种方式更为合理?怎样进行合作?是接下来首先需要解决的问题。既然合作的主要矛盾是空间问题,于是联想到“借空间”的思想,借商业空间用于旅游事业,同时又不压制其发展,而文化空间、公共空间、娱乐空间、购物空间、餐饮空间、休闲空间自然成为借用的对象。

3 灵光闪现——对旅游空间营造的初步探索

3.1 旅游空间营造的空间思维过程

3.1.1 空间思维的内涵 空间思维是指人利用空间概念对思维对象进行分析、比较、推理、综合,以寻求解决问题的途径和方法,它强调空间位置的重要性,从空间角度认识和分析社会问题和现象,是深层次的大脑活动^[2]。空间思维涉及到对空间意义的理解:一是指空间环境的实际使用功能意义,二是指空间给人的美学感受,引发的思考及唤醒的历史意义。

首先,空间思维是一个动态变化过程,由静而动,使思维在变化发展中进行,空间思维必然超越时间和空间跨度,进行多向联系和分析,使空间结构内部的各种关系可视化,进而总结地理事物之间的静动态关系。其次,它是人类对世界事物存在或运动状态的“空间性结构”的认识和反映,它要求从事物的整体上去把握事物在空间的存在形式与性质,又要求从事物的结构上去把握事物在空间的位置与关系。最后,它是一种复合思维,是思维的最高形式,是允许多种思维方式(点式思维、线式思维、平面思维、立体思维、定向思维、发散思维、逻辑思维等)同时并用的复杂思维。

3.1.2 旅游空间营造思维 点式思维是在将客观现象看作有机联系的统一体的基础上,运用整体观点与全息方法,通过对事物一个“点”,局部或某一个体的深入研究而观全局的一种思维形式。旅游空间营造首先就是“点”的问题,它直接影响到了旅游发展的基础与发展的主题,是旅游空间精神的核心;线式思维是指对客体做单一定向的思维,这种思维形式表现为思维对象突破实物的空间范围进入概念空间,而旅游空间营造就是要突破“点”的束缚,进行发散思维,为旅游寻找更多可利用空间;面式思维是指顺着一定的面(平面或曲面)扩散生发的软性思维形式;体式思维是指在三维空间中,对认识对象从

多角度、多方位、多层次、多手段地进行考察和研究,力图真实地反映对象整体及其周围构成的立体画面的思维形式,它是纵横竖统一、空间全方位地反映思维整体的思维方式,旅游空间营造最需要这种思维,在找准空间立足点的基础上,可以进入多角度、多层次、全方位的思考与探索^[3]。

3.2 旅游空间营造的理论基石

3.2.1 图底理论 图底理论以前研究的是城市建筑实体与开放空间之间的形态规律。它从物质层面出发,认为任何城市的形体环境都具有类似格式塔心理学中“图形与背景”的关系,建筑是图形,空间是背景,以这种二维平面关系为基础对城市空间结构进行的研究被称为“图底分析”^[4]。而旅游空间营造也需要运用图底理论,通过控制图底关系来驾驭旅游空间的整体性与秩序性,通过“图底分析”来表达和剖析景观景点(图形)与空间环境(背景)关系,以深厚的三峡文化作为旅游空间的图底,将其营造为三峡广场旅游空间精神,在此前提下再进行广场的旅游物质空间营造。

3.2.2 联系理论 联系理论致力于研究城市形体环境中各构成元素之间存在的“线”性关系规律。这些“线”包括街道、人行步道、线性开放空间或者其他实际连接城市各单元的线性元素,如视廊、轴线等。三峡广场的旅游空间营造需要借助线形发散思维,营造隐形的旅游通道、旅游路径、旅游线路,将广场内的各个角落都连接起来,形成旅游空间组织,明确旅游空间秩序,建立不同层次的旅游空间结构,提高旅游的通达性,更好地发挥广场的旅游功能。

3.2.3 场所理论 场所理论是把自然、文化、社会的研究融入到对空间的研究理论中,通过对这些因素的分析,可以把握旅游空间场所精神的核心要素。相比图底理论和联系理论而言,场所理论前进了一大步。场所理论认为,空间是一个约束的有目的的虚空,具有充当联系物的潜力,只有被赋予文化和区域内容之后,才能变成“场所”。三峡广场的旅游空间只有具备了巴渝精神才能称其为真正意义上的旅游空间,在旅游空间营造上就要突出空间精神,因此营造过程还需有机融入一些自然物质、环境、人文氛围及社会文化因子。

4 生存之道——营造旅游空间体系

4.1 旅游空间营造的相关因子

广场旅游空间的核心服务对象是“游客”,或者

说是游客的行为和心理,它具有3重属性:即强调旅游空间物质性、文化性和时间性。其构成主要包括旅游空间的自然特征、文化特征、时代特征。其中,自然特征从属于场所的空间物质性,文化特征从属于场所的文化性,而时代特征则从属于场所的时间性^[5]。自然特征:包含广场的区位条件、广场地形、广场形态、植物、水池等。文化特征:包括景观、建筑、小品的形态特征,当地居民的风俗、行为特征,三峡文化底蕴等。时代特征:由于社会生产力水平的不断提高,全球经济一体化时代的提前到来,科技、文化水平的高度发达,人们的价值取向日新月异,体验经济时代、可持续发展时代对旅游空间营造提出了更高的要求。

4.2 旅游空间体系

4.2.1 物质性空间营造 自然空间营造。旅游自然空间的营造应结合三峡广场地处重庆市沙坪坝区的中心地带的区位优势,广场的十字交叉布局,充分尊重当地的地形特征,采用植物造景的形式,营造多样化的旅游空间^[6]。游乐空间:广场的绿化率达50%以上,绿色艺术园、江南园林是极好的游乐空间。可采用多样化的旅游形式,常见的有绿色景观迷宫即由绿色植物围合或者覆盖的游乐区域。这样的旅游空间符合少年游客的心理特征,同时植物配置的空间应富于变化,形式多样,色彩丰富,选用的植物宜开花、芳香、结果,无毒无刺,不能伤及到皮肤和身体,尽量要使游乐空间充满生机盎然的情趣,使少年儿童置身于大自然中充满快乐和想象力。休憩空间:休憩空间较游乐空间的动态性来说,是一个静态的空间类型,是为都市游客休息、观景而设立的。在形式上采用围合、半围合状,空间尺度上亲近自然,植物色彩宁静,不需要借助更多的其他东西。比如几棵大树下的休憩区域,庭院花园里的一隅,草坪上都是理想的休憩空间。

4.2.2 旅游路径空间 在自然空间营造的基础上,可以利用发散思维组织旅游路径空间,即旅游空间的“内在秩序”。三峡广场在平面上采用了十字交叉的布局方式,由东北、西北面的商业区、西南面的绿色艺术园、东南面的华宇商住区构成4个面,在这4个面的围合下形成4条线,即东南西北4条商业街,4条步行商业街上又各自分布着步行街休闲区、三峡景观园、江南园林、历史文化名人园4个景观节点,最后4条步行街再分别沿着4条线汇聚于中心点——中心下沉广场,形成空间序列上的高潮。这

种点、线、面结合的布局方式,十分有利于旅游线路的穿插连接,可以使旅游路径空间体系井然有序,再加上景观节点的点缀,从而更加完美且富有情趣^[7]。

4.2.3 体验性空间营造 所谓体验性空间营造是指从物质性空间到非物质性空间。人类最早的设计完全是出于实用主义,满足功能需要是首要前提。随着社会的发展,高科技的出现,旅游产品的感性和人性化需求越来越高。欧美等发达国家先后进入服务经济时代,社会需求的重点第一次由“物”的层面转向“非物”的层面,随着服务经济及非物质化的发展,体验性需求的到来,对旅游产品独特性、新奇性、地方性加强,旅游体验性空间营造更是如此。

1)空间意境设计。追求意的幽雅和境的深邃是旅游空间意境的重要特点;“庭院深深,深几许?”的诗句正是这一特点的生动写照。相比江南私家园林,为了在极为有限的范围内追求境的深邃,多不遗余力地以各种方法来增强景的裸度感。三峡广场的历史文化名人园、三峡景观园旅游空间意境的设计亦如此,藏与露,蜿蜒曲折等,不外是为了求得含蓄、幽深所采取的某种手段^[8-9]。除此之外,还利用空间的渗透、丰富的层次变化极大地加强了景的深远感,例如在东向三峡景观园透过水景远眺大型雕塑,直接看和透过许多多层次去看它,尽管实际距离不变,但给人感觉上的距离似乎要远得多。在西向的象征南方特色的小桥流水微缩江南园林景观直接观看和隔着几棵树去观赏效果明显是不同的。旅游多义空间营造可以说是对旅游空间意境设计的一种升华,它使得空间具有功能的多样性以及功能转换的灵活性,也就是创造能够同时满足不同活动的不同要求,或是多种功能同时存在于一个空间之中,可以根据实际情况方便地对其进行组合与调整^[10]。三峡广场旅游多义空间的营造可以体现在两个层面上,首先是广场整体环境多义空间的营造,即在整个商业空间范围内创造多种形式的旅游空间,以满足不同游客的需要;其次是在广场局部范围内,旅游设施和旅游空间的安排能够满足不同游览活动的要求。

2)文化特质再现。体验经济时代旅游更注重的是地方性、民族性、历史性的东西,因此在旅游空间营造时,要把历史、民族和文化的内涵有机地表现出来,这已经成为一个共识^[11-12]。建筑大师贝聿铭的“每一个城市都有自己的历史与文化,因而也有自己的个性与特色。”这句话对旅游空间营造有着重要的启示。三峡广场除了具有明晰的空间结构体

系,还相当注重对地域特色文化的宣扬,广场以悠久浓厚的三峡文化为主线,以巧妙的艺术表现手法,将有关三峡的风光、历史、人文等方面反映在3个园区内。“三峡景观园”以千古传颂的三峡风光为背景,将三峡的过去和现在,通过一幅幅雕刻和石碑表现出来。在“巴渝文化墙”前,可以看到龙蛇巴人青龙白虎的图腾、大禹治水三过其门而不入的望夫石、三峡巴人打猎捕鱼的生活、出土战国剑上刻的虎形纹样等。“名人雕塑园”立有当年该地生活过的郭沫若、巴金、丰子恺、冰心、徐悲鸿、夏衍、柳亚子、李四光、于右任、阳翰笙、马寅初、潘梓年、臧克家、胡庶华、张伯苓等15位文化名人的雕塑像^[9]。这些都成为三峡广场旅游空间的精神所在。

参考文献:

- [1] 谷路. 场所精神-城市广场的灵魂-庆市三峡广场解析 [J]. 广西城镇建设 2005 4: 18-21.
- [2] 周振林. 论时间思维和空间思维 [J]. 学术交流, 1990 (5): 98-103.
- [3] 姜辽, 张述林, 张彦歌. 空间思维视角下目的地旅游发展规划研究——以陕西省镇巴县为例 [J]. 桂林旅游高等专科学校学报 2008 19(2): 199-202.

- [4] 许晓东, 任轩. 旧工业厂区再利用及其外部空间营造初探 [J]. 山西建筑 2007 33(11): 41-42.
- [5] 保继刚, 楚义方. 旅游地理学 [M]. 北京: 高等教育出版社 2004. 106-113.
- [6] 张舰. 活力与繁荣——浅析重庆三峡广场的人性化设计 [J]. 重庆建筑 2007 1: 55-60.
- [7] 任欣, 王大志. 现代城市环境中的传统园林空间营造——易园空间形态构成与意境解析 [J]. 四川建筑, 2006 26(2): 10-12.
- [8] 梁伊任, 曾伟. 融历史于现代的多义空间营造——西安高新区中心绿化景观带景观规划 [J]. 中国园林 2004 7 (20): 20-24.
- [9] 王征, 熊娟. 重庆三峡广场解析 [J]. 规划师 2004, 20 (11): 56-58.
- [10] 熊明均, 郭剑英. 西部古镇旅游发展的现状及开发模式研究 [J]. 西华师范大学学报(自然科学版) 2007 26 (3): 76-80.
- [11] 张述林, 姜辽, 高鑫. 耗散结构理论在跨县域旅游规划中的应用 [J]. 重庆师范大学学报(自然科学版), 2008 25(2): 83-87.
- [12] 曹诗图, 沈中印. 长江三峡旅游文化开发战略构想 [J]. 西南师范大学学报(自然科学版) 2004 30(2): 78-81.

Tourist Space Creation on the Business Center of City ——Based on the Sanxia Square

ZHANG Shu-lin¹, JIANG Liao^{1, 2}, LI Zong¹, YOU Gui¹

(1. College of Geography Science, Chongqing Normal University, Chongqing 400047;

2. Management School of Zhejiang Suren University, Hangzhou 310015, China)

Abstract: Planning and design of tourist space plays an important role in sustainable development of the business center, but the research in tourist space of the business center is not too much. The Sanxia Square is located in Shapingba District, Chongqing, with a total area of over 80 000 square meters, and an irregular shape being cross-shaped. The name is from a miniature landscape in the centre of the Three Gorges Square. The Square is divided into afforestation; commercial pedestrian street; famous historical and cultural park; Three Gorges landscape park and the southern gardens. It is one of the most famous square in the south-western China. This article starts from the status quo and survival of space tourism on Three Gorges Square, in the use of “by space” thinking to develop the imagination of space thinking and then makes an idea of tourist space creation from figure-ground theory, the association theory and site theory on the Sanxia Square. Finally it analyzes the creation system of tourist space on business center and its influencing factors.

Key words: business center; tourist space; space creation; spatial thinking

(责任编辑 欧红叶)