

# The Relationship Between Interior Design of Commercial Projects and Business Planning, Architecture, and Landscaping in Urban Renewal

Mengwen Jin

Tianjin Damu Fengshang Environmental Art Design Co., Ltd., Tianjin, 300100, China

## Abstract

Urban renewal, as a vital strategy for promoting sustainable urban development, involves collaborative efforts across various domains. Within the context of urban renewal, commercial projects play a significant role in shaping the city's image, and their interior design is intricately linked with business planning, architecture, and landscaping. This paper thoroughly explores the interconnections among interior design of commercial projects, business planning, architecture, and landscaping within the realm of urban renewal. By examining aspects such as user experience, brand communication, and spatial creativity, this paper aims to provide a comprehensive and innovative design perspective for urban renewal practices.

## Keywords

urban renewal; commercial projects; interior design; business planning; architecture; landscape

## 城市更新中商业项目室内设计与商业策划、建筑、景观的关系

靳梦雯

天津市大木锋尚环境艺术设计有限公司，中国·天津 300100

## 摘要

城市更新作为推动城市可持续发展的重要策略，涉及多个领域的协同合作。在城市更新过程中，商业项目作为城市形象塑造的一部分，其室内设计与商业策划、建筑、景观等专业之间存在紧密关系。论文深入探讨了城市更新中商业项目室内设计与商业策划、建筑、景观之间的相互关系，从用户体验、品牌传达、空间创意等多个角度进行分析，以期城市更新实践提供更加综合和创新的设计思路。

## 关键词

城市更新；商业项目；室内设计；商业策划；建筑；景观

## 1 引言

城市更新是提升城市可持续性和宜居性的关键举措，商业项目在其中扮演着重要角色。商业项目不仅是经济发展的引擎，还是城市形象的代表。在城市更新中，商业项目的室内设计需要与商业策划、建筑、景观等专业相协调，以创造出具有吸引力、功能性和创新性的商业环境。

## 2 商业项目中室内设计与商业策划的关系

室内设计和商业策划作为商业项目中的两个重要组成部分，它们之间的协同关系在塑造成功的商业环境中起着关键作用。室内设计不仅关乎空间美学，更包含功能性和用户

体验的考量。而商业策划则从战略层面规划项目的商业目标和发展方向。论文将分析室内设计与商业策划之间的紧密联系以及它们相互影响的因素。

### 2.1 品牌传达

商业项目的成功与品牌认知息息相关。室内设计可以通过色彩、装饰、材料选择等方式，将品牌的价值观和形象融入空间中，从而传达给顾客一个明确的品牌印象。商业策划需要确保室内设计与品牌一致，以保持品牌的一致性，提升顾客对品牌的认知度和忠诚度。

### 2.2 用户体验

商业策划需要深入了解目标受众的需求和喜好。室内设计通过空间布局、家具摆放等手段，创造出满足顾客需求的舒适和便利。两者相互合作，确保室内环境能够提供令人满意的用户体验，从而吸引更多顾客并促进销售。

【作者简介】靳梦雯（1974-），女，中国天津人，本科，从事室内设计研究。

## 2.3 空间功能与流通布局

商业策划需要确定业务目标和活动，而室内设计需要根据这些目标来规划空间的功能分区和流通布局。协同合作可以确保空间合理布局，从而提高工作效率和顾客体验。

## 2.4 氛围营造

室内设计通过灯光、装饰、家具等元素，创造出特定的氛围。商业策划需要根据目标市场的特点来指导室内设计，以营造适合顾客喜好的氛围，从而影响顾客情感和购买行为。

## 2.5 人流管理

商业策划需要考虑人流管理，确保在高峰期和低谷期都能保持合理的人流分布。室内设计可以通过布局和设施的设计，支持人流的合理引导，从而提高顾客的满意度和购买体验。

## 2.6 可持续性和成本控制

商业策划需要考虑项目的可持续性和经济效益。室内设计可以通过智能的材料选择、能源利用等方式，支持商业策划的可持续发展目标，降低运营成本。室内设计与商业策划在商业项目中相互交织，共同决定了项目的成功与否，在商业项目中，充分的沟通和合作将是实现室内设计与商业策划协同最佳效果的关键。

## 3 商业项目室内设计与建筑的关系

商业项目涉及室内设计和建筑两个关键领域，它们的紧密协作对于创造成功的商业环境至关重要。室内设计强调空间的功能、美学和用户体验，而建筑则负责创造物理空间和基础结构。

### 3.1 室内设计与建筑的协同关系

#### 3.1.1 空间规划与功能性

室内设计和建筑在商业项目中紧密合作，确保空间规划和功能性能够相互匹配。建筑定义了整体的空间布局，而室内设计则在此基础上将不同区域进行细化，以满足商业需求。协同作用使得商业空间可以高效地支持各种活动和业务目标。

#### 3.1.2 美学与用户体验

建筑外观和内部结构对于商业项目的吸引力和独特性至关重要。室内设计通过色彩、材料、家具等元素，创造出与品牌和目标市场相符的美学。这种协同作用不仅影响顾客的第一印象，还在用户体验方面发挥着重要作用，从而影响他们的情感和行为。

#### 3.1.3 可持续性与环保

室内设计和建筑在商业项目中合作，以实现可持续性和环保目标。建筑可以采用绿色建筑技术，如能源有效的设计和材料选择，而室内设计可以在内部环境中推广可持续性，如使用环保材料、提高能源利用效率等。这种协同作用有助于降低项目的环境影响，满足可持续发展的需求。

#### 3.1.4 品牌传达与空间氛围

室内设计和建筑共同扮演着品牌传达的角色。建筑外观可以传达品牌的形象和价值观，而室内设计通过布局、装饰等手段，营造出与品牌一致的空间氛围。这种协同作用可以增强品牌的认知度，帮助顾客建立对品牌的情感连接。

## 4 商业项目室内设计与景观的关系

### 4.1 室内外融合与景观一体化

商业项目的室内设计应与周边景观相协调。通过室内外空间的视觉融合，创造出连贯的环境体验。室内设计师可以通过营造窗景、室内绿化等手法，将内外空间融为一体。

### 4.2 品牌延伸与景观设计

商业项目的室内设计与景观设计之间存在品牌延伸的关系。室内设计师可以通过使用相似的元素、材质和色彩，将商业品牌在室内空间和景观中延续，创造出独特的品牌氛围。

## 5 案例分析与实践经验

### 5.1 城市购物中心的商业项目整合

位于上海市中心的百联 IX 淮海 & 年轻力中心购物中心项目作为城市更新的一部分，展现了商业策划在整个项目中的重要性，指导了室内、建筑改造等设计在改造过程中的总体方向：

百联 TX 淮海 | 年轻力中心重构商业空间形态，策展式零售空间：

#### ①项目背景。

一是建筑硬件条件差——体量小、楼层高、层高低。

二是定位——策展型零售 CURETAIL。

TX 淮海定位为年轻人客群，并提出了一个新的商业理念——策展型零售，是将项目整体视作一个策展的场景，为消费者提供完整的沉浸体验，艺术作品与整个商业空间融为一体，品牌和商品也是策展的一部分。通过 CURETAIL 策展型零售的创新商业模式从空间策展、艺术文化、社群活力等多方面，赋能传统空间，为历史商圈的改造注入创新商业内容。针对项目，运用策划的手段，对每一层有精准细分的定位。

三是改造策略——独特个性的空间。

商场总体分为三种空间，分别是公共空间、商业零售空间和主题空间，深度融合以“DIGITAL 数字化、OASIS 可持续、URBAN 都市、X (COLLABORATION) 跨界”为城市永续发展的核心理念，为消费者提供完整的沉浸体验。

②公共空间的格局——保持不变。

③各种主题空间——各为特色。

### 5.2 商业街区改造项目的跨专业协作

通过具体商业街区改造项目，探讨商业项目室内设计、建筑、景观等专业之间的协同合作。

此处以一个笔者自己参与的案例为例：该项目坐落于

天津市河东区老住宅区范围内,院内包含3栋独立建筑,整体面积不大12000 m<sup>2</sup>,原来的外部环境杂乱、交通拥挤,同时产业商业及社区公共配套空间具有延展性。策划团队根据三厂(中铁印业厂、闲置第一冷冻厂、原针纺厂)两商(一商茶城、金海马家具城)一闲置(周边闲置地块)与项目位置联动,最大可能提升地块价值以及活跃度的同时净化周边交通环境,为周围居民提供业余文娱场所。

室内设计、建筑设计、景观设计师与策划团队一起根据内部空间(空间大闲置、易改造、年代感、屋顶高、独立空间、建筑多元化)、音乐学院(1次方,年轻化、学习、新潮、教育、文化、交流、创作)、居住社区(2次方公共活动空间、以物易物、人口、怀旧收藏、老年人、遛弯、周末)、产业园(3次方,产业链、政策、经济、跨界多元、垂直、平台)4大要素制定了设计思路,将整个园区划分为静、动、景三区。“静”为吸引城市生活垃圾分类、生产环保类设计、营销、运营类功能集中办公使用;“动”为展示工作室活力,鼓励交流与创作,融合新集市文化笼络周边居民,通过创新二手市集与音乐活动提升居民业余时间文娱项目。提升地块热度,交友会客广开思路;“景”为景观设计分隔动静区域,打造重要景观节点及夏日广场,绿荫步道,音乐街,旋律灯光广场为一体的环状景观带。

该项目基于对场地现状及周边环境的整体调研考察,并结合成本控制综合考虑,采取“存旧,出新”的设计策略,对室内现状不做较大规模的拆改,在原有较好的基础上进行再次创作。以色彩为主要表现方式,采用喷涂的手法营造室内街区的环境氛围,对室内灯光进行重新考量,以达到满足功能性照明的同时,满足环境氛围营造的需求。由于该项目整体投资造价有限,还要兼顾这种老旧园区要满足现有建筑、消防规范等一系列的条件限制,建筑、室内、机电等专业需要精诚协作,设计巧妙地满足使用需求和限制条件。

在G座的室内设计中我们尽量不去破坏现有建筑结构用贴皮和大量景观植入、造景、结合标识美陈的方式呈现出最佳的空间效果,同时结合建筑机电专业把旧空间如何优化,如空调供热供暖机电设备做到即满足规范又达到节能效果。

在资金有限的情况下,实现园区改造目标需要精心地协调和整合策划、建筑设计、室内设计以及景观设计等方面的工作。以下是总结的一些方法和建议,满足有限的资金下有效地协调这些工作,以实现所需的园区改造目标:①明确优先目标和核心需求。②制定详细的项目计划。③团队合作与沟通。④综合设计方法。⑤重点投资关键区域。⑥材料选择和成本效益。⑦阶段性实施。⑧监督和评估。

在有限的资金下实现园区改造目标可能是一个挑战,但通过有效的协调、优先考虑和合理的设计决策,可以最大限度地发挥可用的资源,创造出满足预期目标的园区环境。

## 6 展望与结论

商业项目在城市更新中将继续发挥重要作用,与商业策划、建筑、室内、景观等设计专业之间的关系将不断深化。随着城市更新理念的演进,跨专业合作将更加紧密,为城市的更新和发展带来更多创新的可能性。

建筑、室内、景观设计与商业策划之间的协同关系在商业项目的成功中起着关键作用。论文通过多个角度的分析,阐述了不同专业之间合作的重要性以及如何实现商业项目与城市更新目标的一致性,希望能够为城市更新实践和相关领域的研究提供有益的启示。

### 参考文献

- [1] 查尔斯·兰德利创意城市打造[M].北京:社会科学文献出版社,2019.
- [2] 华高莱斯.世界著名城市更新[M].北京:中国大地出版社,2022.
- [3] 商业绘“策展型零售商业的变与不变-TX淮海|年轻力中心&升级改造三年回望”[Z].2023.