

# 场景视域下文化对当代城市商业空间发展的影响探究

## ——以合肥金大地东西街为例

宣蔚,肖佳琦,孔子然,嵇璇

(合肥工业大学建筑与艺术学院,安徽合肥 230009)

**摘要:**在城市更新和经济产业转型背景下,文化对当代城市商业空间发展产生的影响加剧。基于场景理论,从中微观层面剖析文化要素在城市发展和商业空间演变中的内在作用,指出了当代商业空间具有环境建造紧密贴合传统与当代文化、业态主导商业空间活力、内容运营促进实体与虚拟空间信息流通的三大特征,并通过分析合肥金大地东西街在空间转型中的具体实践对研究结论加以佐证。

**关键词:**场景理论;城市文化;商业空间;空间场景化;城市更新

**中图分类号:**TU-023

**文献标志码:**A

随着中国城市更新和经济产业转型的加速,文化逐渐成为拉动内需、促进经济增长和双循环的重要动力。国家统计局数据显示,2022 年上半年,中国文化及相关产业的营业收入高达 56 052 亿元,较之 2021 年同期增长了 0.3%<sup>[1]</sup>。《“十四五”文化发展规划》中提出,文化繁荣有利于激活发展动力、构建发展新格局,同时能够提升人民幸福感和民族向心力。整体来看,中国文化市场发展活力旺盛,以文化为主导的商业空间规模有望持续性地增长。因此,如何借助城市文化力量优化商业资源配置,通过现代化手段最大程度地发挥城市文化的影响力,成为当下促进城市动力转型和经济结构优化的重要议题。

商业空间即主要覆盖商品交换及服务交换的经营类空间,城市商业空间在此基础上包含了文化、经济、社会、生态等多方面效益

目标。在现有研究中,与文化相结合的城市商业空间在社会、经济学层面多聚焦于资源开发、产业转型、文化传播等领域,在环境设计层面的文化商业空间研究多围绕建筑布局、室内空间、视觉创意展开,如针对历史街区文化延续和经济效益提升的环境改造和空间重组<sup>[2]</sup>,从刺激消费者感官体验角度进行的空间设计理论创新与实践<sup>[3-4]</sup>,但这些研究多倾向于单一学科背景。当代商业空间的发展与互联网发展、数字化宣传、经济政策紧密相关,而在城市更新和城市动力转型背景下,从中微观层面综合社会经济学及建筑规划视角,理论与实践相结合,对当代商业空间发展演变规律和特征开展的研究并不多见。

场景理论研究起源于 20 世纪 80 年代,芝加哥学派的代表特里·克拉克(Terry Clark)通过大量的数据与案例分析,整合前

人的研究,形成了一系列重大学术成果。特里·克拉克提出的场景理论,涉及文化、艺术、政治、社会等多个领域,被广泛应用于历史街区、公共社区、商业经济等方向的相关研究。空间意向的场景化在寻求文化的多元性表达、城市空间的发展和实体环境的优化改造工作中产生了导向性作用。

针对已有研究的不足,笔者基于场景理论,对互联网、数字化、金融发展的复杂作用下,文化对当代城市商业空间的发展产生的影响进行探究,从多元角度对空间场景化在城市文化传播及商业空间发展中的综合作用进行系统性分析,并以合肥金大地东西街空间转型为例进行实证研究。

## 一、场景理论内涵及其对城市发展的作用

### 1. 场景理论

场景理论主要指“由特定区域、空间及相关网络要素所构成,以文化和艺术为中心的生活消费场景,推动现代城市发展转型”的理论学说。场景理论视域下的城市空间不仅具有社会属性,也是生活方式、文化价值、艺术审美的精神容器。场景理论凸显了生产型社会向消费型社会转化的过程中,文化与价值观影响个体行为动机中的决策作用,将艺术审美与消费生产以及身份界定、社会交往绑定<sup>[5]</sup>。特里·克拉克认为,区域场景反映并塑造了现代人的价值倾向和生活秩序,城市中的文化生活场景吸引了高素质创新人才定居、工作和消费。自此,他将塑造个体主义的生活场景元素从沃尔特·本杰明的艺术文学带入城市发展议题<sup>[6]</sup>。

场景理论在城市空间研究中的探索,突破了以土地资源、人力资本、劳动生产为导向的传统发展理念,在制造业向后工业时期转型的历史阶段,从文化实践角度推动了传统动力学理论模型的升级。

### 2. 场景理论对于城市发展的作用

#### (1) 场景化助力城市文化空间转型

在生产力发展初期,城市建设布局 and 空

间形态围绕制造业展开,文化生活场景仅存在于工业生产的夹缝中。随着生产力的解放,以人为本的思想理念开始传播,公众的文化艺术需求越发受到重视。通过挖掘城市历史资源、发挥文化影响力、创造产业价值来促进城市转型的组织方式受到各界的广泛认可,但长期以来的开发模式多倚重土地和资本,开发形式滞留于工业化生产阶段,部分大型文化娱乐设施的建设地点和使用场景脱离居民生活,新建设施的预期影响力与城市居民的实际感知不符,而场景理论中城市生产吸引力的关键,即在于能够打造细致化、生活化并受到使用者认可的场所空间。

#### (2) 空间场景化创造经济价值

商业活动是城市活力的主要来源,也是城市经济供给侧的重要组成部分,当代消费行为的内涵不仅局限于交换规则,更包含交换主客体本身价值取向和交换环境所承载的社会文化。通过对人口密度较高的国际大都市进行比较分析,克拉克等<sup>[7]</sup>发现,城市气质源于众多符号化文化场景组成的整体印象。符号通过强化场景的戏剧感,为居民带来区别于日常生活的独特体验,使空间展现文化与经济价值。资本在城市空间对文化需求的依赖中发现商机,通过市场手段刺激空间消费,挖掘空间场景化所具有的营销潜力。部分经历工业转型的城市借此提升发展创意产业、增加就业机会、增强文化软实力,通过空间场景化创造经济价值,促进城市再生。

#### (3) 场景文化促进人才吸引

传统城市研究多关注有形的物质空间,而场景理论更强调以相近地缘或共同情感为基础的多样性人群,及其在城市空间发展中发挥的主观能动性。在城市发展动力论的讨论中,理查德·佛罗里达<sup>[8]</sup>指出,城市的未来由从事文化创意、高新技术、金融服务等新兴行业,教育程度高,价值观超前,生活方式独特的创造性群体推动。在生活、工作场的决策中,相对于基础设施条件与物质经济,他们更追求城市空间的生活节奏和开放氛围。都市场景中包含的文化元素,增强了相同价

值取向人群的工作和定居意向,有利于城市空间活力提升和区域经济发展(见图1)。

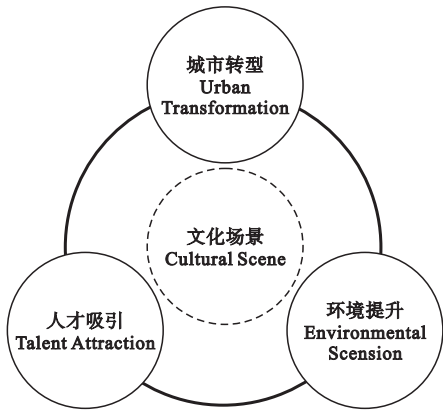


图1 场景理论下的城市空间发展示意图

二、场景导向下文化商业空间的演变

1. 增量扩张到品质提升

在城市高速发展前期,空间增值的主要手段是增量扩张,即通过建筑空间的翻新、重建、扩容等手段提升资产价值。伴随城市空间增量开发放缓,各大城市逐步展开了针对存量更新的结构调整,在解决建筑老化、环境恶化等基础问题的同时,重视更新过程中由空间品质优化带来的价值提升。文化重建在打破空间同质化困境、促进存量空间再生产中发挥了指引作用,将丰富空间信息和场景内涵作为一种城市空间发展手段。居民的非消费性行为在文化空间的品质提升过程中受到激发,空间继而出现了商品印记,产生了相应的消费价值。

2. 注重空间场景的感性认知

城市空间是承载社会事件的动态容器,促进了社会关系的生产与融合。当下的城市空间再生产已进入注重主观体验的感性阶段,为激发环境使用者的共鸣,将创造性的艺术审美融入空间设计已成为行业的共识。广泛的艺术建设在受教育程度的提升和社交媒体的作用下,促使文化传播从精英化走向大众化。因此,以满足感知为目的而诞生的场景化空间,其存在具有时代的必然性。城市空间中注重感性认知的艺术建设具有社会福利性和传播性功能,一方面通过引导公众行

为,展现出城市文化的教育特质,另一方面通过塑造城市性格,进一步发掘民众的艺术感知潜能。

3. 数字新媒体放大文化影响力

数字化技术的发展和智能设备的普及使当下的信息传播方式打破了时空的束缚,并在新媒体的作用下撼动了传统地理学中“商业空间价值围绕城市中心区位梯度上升”的论断<sup>[9]</sup>。实体空间借助微博、朋友圈、小红书等社交媒体,增加了线上数据流量和线下人流量,放大了空间场景化优势。开放场所空间作为活动交往信息的物质载体,具备与数字媒体相似的信息传播特质和目的导向性。数字化媒体技术介入环境设计,有利于提高公共空间的社会互动性和创意趣味性,通过满足公众对新奇体验的向往,产生了许多现象级的场景空间,例如,被多媒体广告牌包围的纽约时代广场、装置“Wave”曲面投影墙的首尔 COEX 会展中心、开展数字艺术投影秀的法国拉罗谢尔市政厅。

4. 金融系统变革扩展空间增值渠道

金融资本是城市发展中不可忽视的推动力因素,资本进入城市建设的大循环,本质上是追逐空间的增值部分。传统城市更新注重物理空间的增量扩张,增益核心是实体空间更新前后的资产交易差价。随着金融体系的逐步完善,风投资本代替企业债券和银行信贷迅速拓展了城市更新的融资渠道,传统的空间价值供需循环演变为从逐步推高的空间价格估值中完成套现<sup>[10]</sup>。商业空间通过场景化和符号化的包装与营销带来线上关注度,加速了线上线下的流量循环,为推高空间的商业估价扩展了增值手段,网络流量、点击率、打卡人流量因此成为空间价值的新标尺。资本在此过程中为城市建设带来了流动资金,也激发了文化创意产业的生产潜力(见图2)。

三、场景导向下当代城市商业空间的特征

1. 环境建造紧密贴合传统与当代文化

移动互联网的普及开拓了公众视野,提



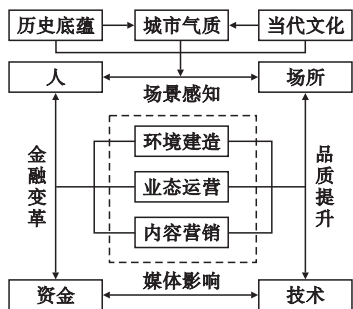


图 2 场景导向下的空间增值方式示意图

升了公众对优质实体环境的鉴赏能力。在此情形下,基于效率目标所建造的实体空间将扁平化、同质化的短板暴露得愈加明显。实体商业空间在寻求自身定位与公众认可的过程中,通过文化赋能产生特殊场景的不可替代性,进而给城市打上特异性标签。商业空间中蕴含的在地性文化和当代本土文化,能够展现出城市原生土壤中的文化内涵和独特气质,使来访者在实体环境体验过程中完整个体的空间意象,而本地居民是城市商业空间活力的稳定来源,具有文化影响力的商业环境能够激发城市居民的文化共鸣,实现城市空间的发展目标。例如,景德镇的新地标——陶溪川文化创意园区,通过将本地传统的陶瓷文化与现代创意产业相结合,从破旧老厂房变身为新潮文创街区,成为老工业城市动力转型背景下的成功转型案例(见图 3)。

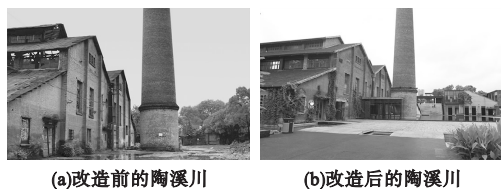


图 3 陶溪川文化创意园区改造前后对比

## 2. 业态运营成为影响商业空间活力的主导力量

全球化趋势使文化构成变得更加复杂,不同背景环境下的业态集群会营造出大相径庭的场景意向。由居民自发性产生的环境业态,会展现出本地区市井商业的原真性。例如泰国美功铁路集市,集市中的经营者和服务对象都是本地居民,主要售卖当地平价的

海产果蔬,本地居民习以为常的赶集生活,在铁路穿集市而过的动态加持下呈现出独一无二的空间场景,展现出区别于其他商业环境的文化戏剧性,美功铁路集市因此成为著名的旅游打卡点(见图 4(a))。政策扶持导向下的文化商业空间,在城市形象塑造上能起到引领性作用。20 世纪 50 年代,破败的纽约苏荷区以其低廉的租金吸引了艺术家群体入驻,成为当地艺术发展的源泉,20 世纪 70 年代,政府通过立法确定了苏荷区的艺术区定位,激发了苏荷区的空间再生,使得苏荷区成为纽约新城市文化的展示区(见图 4(b))。资本主导的商业空间根据具体地理位置、项目体量、运营资金的不同,会产生较为显著的差异性文化环境,而较为成熟的商业街区通常具有相对统一的环境格调,以使街区在后期运营中更好地落实街区形象和定位目标,进而达成氛围的统一性和场景特色的唯一性。

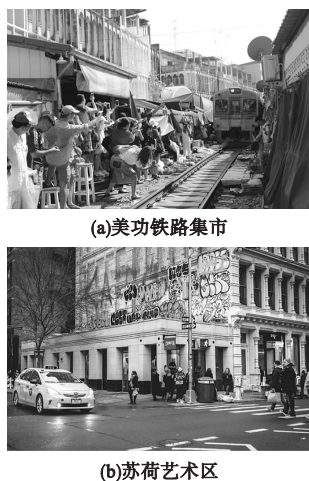


图 4 不同文化背景下的场景化商业空间

## 3. 内容运营促进实体与虚拟空间的信息流通

网络技术发展使文化以电子脉冲的数字方式广泛传播,实体空间依托内容营销与网络用户产生信息交互,线上访问量与线下到访量因此得以流通。基于此,城市文化空间出现了以促进流量互通为运营手段的内容营销。借助数字媒体的传播效应,实体空间得以增加线上曝光度,开发潜在消费者,同时根据到访者在社交平台发布的体验反馈,优化

文化商业空间的服务结构,借助消费者视角完善实体服务功能,再次激发到访者的分享行为,进而完成流量循环。以流量互通为核心的内容营销,会使各层级空间信息得到充分共享,从而扩大商业空间的文化影响范围,为实体环境营造长期的空间活力,实现空间增值成果在区域内的高效互通。

四、合肥金大地东西街转型实践范例分析

1. 合肥金大地东西街转型背景

金大地东西街位于合肥市蜀山区黄山路与怀宁路街道交会处,西望大蜀山,南接合肥政务新区(见图5),是蜀山区首个大型文化商业地产项目,也是合肥经济中心西移的标志性项目。合肥金大地东西街正式运营于2011年,开业仅半年时间,因其高端酒吧街的商业定位脱离居民生活场景,业绩持续走低。2012年6月,合肥东西街文化商业街的经营权转移,同时,优化了商业街区的环境、丰富了服务业态和转变了经营理念(见图6),由此逐渐走出经营困境,成为当代城市商业空间的典范。

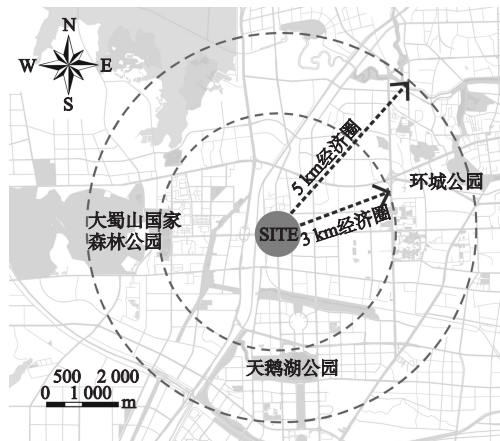


图5 金大地东西街区位示意图

2. 转型过程中的场景营造作用

(1) 历史文化与当代文化共存的场景观优化

将徽派元素融入商业空间的规划方案不在少数,且在安徽地区出现了同质化趋势。因此,仅在宏观层面强调徽州历史文化,难以将金大地东西街与其他同类型街区的竞争点

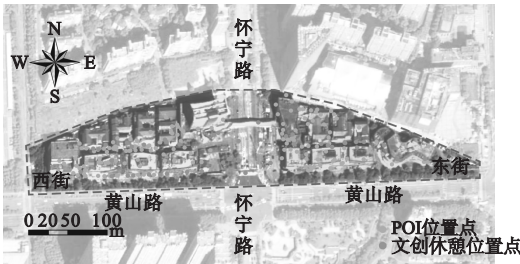


图6 金大地东西街兴趣点(Point of Interest, POI)及文创休憩位置点分布

作出区分。合肥是研究实力雄厚的科学之城,创造性群体在城市居民中的占比逐年增多,为此,金大地东西街的环境打造重点转向面向大众化、年轻化的公共场景塑造。东西街沿街建筑采用与城市科技形象相融合的现代主义风格,内部则由多个以合院为原型的新中式建筑组合而成,兼顾了现代和历史文化元素。街区从游客视角推进了物质空间建设的精细化,例如,在挡车石、灯柱等公共设施和小品中添加本地文化元素进行艺术设计,从细节上提升品质,从而服务于场景氛围的营造(见图7)。同时,街区将部分公共空间让渡于经营者,发挥了随机性场景与特定人群的链接功能,推动形成了历史文化情怀与当代文化需求相融合的优质场景空间。



(a)经过艺术雕刻的挡车石



(b)代表徽商的金骆驼铜塑

图7 雕塑小品

(2) 生活场景导向下的业态重组

运营初期,金大地东西街的主要业态为夜场酒吧,“网红高档酒吧街”的核心在于追求短时间内变现的经济效益,但对于当时的合肥而言,“酒吧街”的定位远离了城市主流

消费氛围,脱离了居民日常的生活文化需求。经营权变更后,运营方坚持地产自持,从整体层面对新业态进行风格把控,并将原有的单一业态置换为地方传统特色古戏台(见图8)、当代艺术美术馆等公益文化服务设施和文创集市(见图9)、原创潮店等品牌形象活力化的经营性文化业态(见表1),在同一个城市中打造出跨时代的艺术空间,塑造了戏剧化的文化氛围,完成了从面向单一群体的亚文化酒吧街向具有包容性的城市文化空间的转换。



图8 古戏台



图9 夜间集市

表1 业态调整后金大地街区文化空间概况

文化类别	具体内容	空间类型
公益文化	古戏台	构筑物
	金鹊桥	构筑物/展场
	大地美术馆	展示馆
经营性文化	霸都书局	书店
	一则咖啡	咖啡店
	OUR 艺术空间	体验馆
	媛塔镜	体验馆
	壹处杂致	服装店

(3) 主题活动策划强化场景记忆

转型后的金大地东西街在线下策划了一系列文化休闲主题活动,通过渲染青年聚集

的文化场景,将东西街打造为兼备公共文化服务的综合性功能空间。街区运营者策划了长期开展的“城市公开课”“青年艺术节”等一系列生活理念推广活动,通过邀请都市达人、艺术家宣传分享,关注当代青年文化表达;通过开展黄梅戏等非遗文化展演、民俗文创手工制作体验活动,为游客创造了深度感受传统徽派文化的机会;通过组织“摇滚音乐节”聚焦小众群体的文化需求。以生活分享平台小红书为数据参照,2022年9月以“金大地东西街”为检索词的文章分享量超过9 900次。借助数字媒体的宣传力,街区扩大了其文化主题活动的吸引力和影响力,满足了青年人群对生活化文旅产业的发展期待。

金大地东西街的成功转型展现了在技术发展和需求供给变化过程中,当代城市商业空间在文化加持下进行的多元探索。但空间活力在时间和空间上的不均,依旧是当代城市商业空间的典型案例所面临的现实问题。如何通过现代化手段增加空间场景化带来的长久吸引力,并更大程度上满足全龄居民在生活场景之外的文化商业需求,是转型后的金大地东西街所将面临的长期挑战。

五、结 语

笔者基于场景理论,分析了城市更新及城市转型背景下,文化在当代城市商业空间发展中的影响作用,剖析了当代商业空间演变过程中展现的内在和外在特征,并以合肥金大地东西街的空间转型实践加以验证。笔者认为,场景理论有助于从多元角度理解文化在当代城市转型、空间增值、人才吸引政策方面的作用。

研究表明,文化作用下的城市商业空间增值重心,从容量扩张转向了场景品质提升。空间场景化为商业空间的物质环境创造赋予了文化精神内涵。商业空间在数字媒体宣传和金融系统变革的作用下,更关注体验者对空间场景的感性认知。场景导向下的商业空间具有环境建造紧密贴合传统与当代文化、



业态主导商业空间活力、内容运营促进实体与虚拟空间信息流通的整体特征。金大地东西街在业态组织、氛围营造上的成功转型也为开放式商业街区的发展提供了参照。

随着数字技术的发展和经济政策的调整,商业空间的演变路径也必然产生适应性的变化。因此,各区域在依靠文化建设城市商业空间的过程中,需根据区域经济密度、资本市场开发阶段等差异性要素因地制宜,创造受本地群众认可的城市空间。

参考文献:

[1] 国家统计局. 2022 年上半年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长 0.3% [EB/OL]. (2022 - 07 - 30) [2022 - 10 - 17]. [http://www. stats. gov. cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202207/t20220730\\_1886904. html](http://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202207/t20220730_1886904.html).

[2] 汝军红,曾浩然,陈瑶. 城市修补理念下传统产业街区的更新和保护:以邯郸市彭城镇磁州窑坊更新为例[J]. 沈阳建筑大学学报(社会科学版),2020,22(1):8-13.

[3] 陈飞虎,成今. 从体验消费文化看当代商业空

间设计创新[J]. 湖南大学学报(社会科学版),2020,34(5):146-152.

[4] 王玮,林琳,林宇宏. 地域文化视域下旧工业建筑空间环境的更新设计研究:以沈阳铁西1905 文创园为例[J]. 沈阳建筑大学学报(社会科学版),2021,23(6):541-547.

[5] CLARK T N. The city as an entertainment machine [M]. Washington DC: Lexington books,2011.

[6] GLAESER E. Triumph of the city [M]. London:Penguin press,2011.

[7] 克拉克,李鹭. 场景理论的概念与分析:多国研究对中国的启示[J]. 东岳论丛,2017,38(1):16-24.

[8] 佛罗里达. 创意阶层的崛起[M]. 司徒爱勤,译. 北京:中信出版社,2010.

[9] 李鹏. 互联网发展影响实体城市研究评述与展望:来自城市规划视角[J]. 城市发展研究,2021,28(12):55-61.

[10] 刘迪,彭姗妮,赵宪峰. 流量驱动的当代城市空间再生产研究:以上海市愚园路地段城市更新为例[J]. 西部人居环境学刊,2022,37(2):15-22.

Influence of Culture on the Development of Contemporary Urban Commercial Space from the Perspective of Scene Theory: Taking Hefei Jindadi East and West Street as an Example

XUAN Wei,XIAO Jiaqi,KONG Ziran,ZHUO Xuan  
(College of Architecture &Art,Hefei University of Technology,Hefei 23009,China)

**Abstract:**Under the background of urban renewal and economic and industrial transformation,the influence of culture on the development of contemporary urban commercial space has intensified. This study analyzes the intrinsic role of cultural elements in urban development and commercial space evolution from the micro level. With the help of scene theory,it proposes that contemporary commercial space has:environmental construction closely matches traditional and contemporary culture,business forms dominate the vitality of commercial space,and content operation promotes the information flow of physical and virtual space. The research conclusions are supported by the analysis of the concrete practice of Hefei Jindi East-West Street in the spatial transformation.

**Key words:**scene theory;urban culture;commercial space;space scene;urban renewal  
(责任编辑:高 旭 英文审校:林 昊)