

NEW ARCHITECTURE

世界新建築

商業建築

5

世界新建築

商業建築

5

[西] 弗朗西斯科・阿森西奧・塞韋爾
鄭建民 魏建彤 宋曄皓 譯
程里堯 英若聰 校

 淑馨出版社

國家圖書館出版品預行編目資料

商業建築/弗朗西斯科·阿森西奧·塞韋爾著

;鄭建民,魏建彤,宋曄皓譯. --初版. --臺

北市:淑馨,民 86

面;公分. --(世界新建築;5)

譯自:New architecture:shopping malls

ISBN 957-531-568-5(精裝)

1. 建築物 2. 百貨商店

441.5

86003685

NEW ARCHITECTURE

Shopping Malls

©Francisco Asensio Cerver

EDICIONES ATRIUM, S.A.

Muntaner, 483, át. 4.^a

08021 BARCELONA

本書中文版經西班牙 Ediciones Atrium, S.A. 出版社正式授權

中國建築工業出版社在中國(包括臺灣、香港地區)出版、發行

臺灣版由淑馨出版社出版發行

大陸版由中國建築工業出版社出版發行

世界新建築⑤

商業建築

作者:[西]弗朗西斯科·阿森西奧·塞韋爾

翻譯:鄭建民 魏建彤 宋曄皓

審校:程里堯 英若聰

責任編輯:董蘇華 張惠珍

出版者:淑馨出版社

發行人:陸又雄

地址:臺北市安和路2段65號2樓(日光大廈)

電話:7039867·7006285·7080290

郵撥:0534577~5 淑馨出版社

法律顧問:蕭雄淋律師

印刷:香港雅歷印刷有限公司

出版:1997年6月初版

1997年6月一刷

定價:1500.00元 (共5卷)

ISBN 957-531-568-5(精裝) 版權所有·翻印必究

前言

在本世紀，大型商場和其他大零售商店的重要性不斷增加，這是由於一系列社會文化和經濟原因所導致的。首先是由於作為當代宏觀經濟基礎的商業和消費市場的建立，其次是由於在公眾思想中非常關心認同的休閒與消費之間的密切聯繫。

頭一個因素可以用 20 世紀後期政治和經濟的動力來加以說明，即這個錯綜複雜時期的特徵，是合併大型股份有限公司或建立控股公司來應付捉摸不定的經濟形勢以獲取最大利潤。然而第二個因素則更進一步說明了在零售業發展中的一些複雜的各種各樣的觀念。

休閒與消費的同一性來源於商業(*commerce*)一詞的語義學上的詞根。商業這個詞具有雙重涵義——單純的商品交換以及種種社會關係。這種雙重性使實際的商業行為與人類的社會需求結合成為文明的存在而引起了一系列的建築現象，包括從古希臘廣場和古羅馬廣場直到一開始產生就具有今日城市恒久特徵的交易市場和廣場。這決不是西方社會所獨有，在東方集市上也有同樣的情況。東方集市同樣反映出商業雙重功能的普遍性。

一旦明確了大型商場的經濟和社會文化根源，理所當然我們可對這些已經適應當代社會需要的歷史性模式進行正確分析。

從這種建築傳統繼承下來的兩個基本特徵，即“市場”的公共性及其城市功能在當今依然存在。更詳盡地探討這兩個特徵有助於解釋和弄清當代的現象。

大型商場作為公共場所，現在已經融入社會結構。它不僅是零售商店，而且也是人們休閒活動和社交的聚集場所。因此，當代在計劃這類建築時，不僅應向零售業提供場所設施，而且應很好地滿足與休閒活動有關的需求，以及由此而產生出的日益增長的服務需要，包括時裝精品店、餐館、電影院、臨時託兒所等等。因此，就此意義而言，大型商場還在日益成為一個完全獨立的中心，在此綜合建築物內，顧客對服務和休閒的各種需求都能得到滿足。

自然，購物中心作用的擴大不會不影響其建築形式。建築設計必須滿足更為廣泛的一系列需求，而不只是零售貿易急需而提出的那些需求，如進貨、貨物陳列和運輸等。物質空間尺度的不斷增大也要求有新型的建築。這種建築必須使不同階層的使用需求得到平衡。

大型商場的第二個社會學問題是它們的城市功能。這是上述功能的合乎邏輯的結果。也就是說，作為公共場所的功能，大型商場必須易於進出，因此通常要建造在城市中和市區之內。與過去一樣，那時廣場和集市這樣的零售場所都是城鎮和鄉村的神經中樞，現在的零售中心仍然決定性地影響着現代城鎮和城市的結構。可以從這樣的事實清楚地看出，以前的標誌性建築像公共建築和政府機關建築，正在將其位置讓位給購物中心，亦即當代的紀念建築物讓位給私人企業的主動性和現代生活動力的真正催化劑。

然而，作為現代零售方法基礎的市場法則已經形成了多樣化的社會要素，從而導致不同類型的零售中心的形成。在這方面，市區的不斷擴大和人口的向市中心轉移，也表明城市正在為滿足各種各樣的市場需求而奮鬥。

因此，除了形成城市結構的不可缺少的大型商業性物業之外，還發展了各種新型零售商店以適應不斷變化的市場銷售策略（如在有限營業面積內提供品種繁多商品的批發價商店，例如維爾京超級商場），並且缺乏實質空間來建造新的綜合商場。有兩種獨特的方法已經用於尋找適合的場地：對

城內現存建築物進行翻修改建，和在城區邊緣或遠離城市中心地區去興建大型綜合商場。

上述的第二種方法近幾十年來已經佔據主導地位。由於城市再也不能給商業提供巨大的場地，規劃師不得不指望城市規劃中尚未變得錯綜複雜的那些空地。大型綜合商場座落在城市郊區就是這一過程的邏輯結果，並提供一種解決城市缺乏可利用空間的現實辦法。然而，必須指出，這些新開發項目需要更多的投資，因為需要建造基礎設施以滿足其獨立性和便於進出的雙重要求。

在簡要分析了當代購物中心的多樣性之後，我們能夠準確地繼續探討設計師們如何將這些不同的類型轉變為建築形式。在我們這套《世界新建築》的《商業建築》卷中編入的各種設計方案充分證明了這樣的事實：任何建築學派或建築語言都可以應用於這些購物中心的建築結構，不論是犀利的理性主義、創新的高科技派，還是後現代主義的方法。然而在各種不同風格的外表之下，有可能使我們認識到表現於形態、結構和風格方面的某些永恒價值。這是本卷大多數設計中所共同體現出的，並且都傾向於證明那些與歷史相聯繫的內涵，如特色或具樣板性的成果的正確性。關於這點，可以挑選出如下的幾個方面來說明：將自然與周圍環境相結合；進出道路與交通的理想佈局，以及影響消費者行為的關鍵問題——顧客流動路綫和燈光照明的優先處理。

關於第一個方面，有必要解決怎樣使零售中心令人滿意地適合其環境這個正在出現的問題，無論在市區內（要求改變城市規劃）還是在遠離市中心區（要求提供便於進出的道路網）。兩種情況都要求我們做出努力，破除那種粗暴的、僵化的或傲慢的形象，這種形象在過去已經給這類建築物帶來不好的名聲。

其餘兩個方面都與建築結構和佈局有關。就佈局而論，大型商場從城市模式中獲得啓迪，也就是圍繞着從城市規劃傳統中繼承的一系列形式要素來進行空間的組織：主軸綫，街道，廣場，裝上玻璃罩的人行道，地下通道，等等。同樣，消費者的行為是考慮的首要問題，切忌採取疏遠的方式，而要採取人流運動，利用天然光，甚至利用佈景透視要素等方法。

上面研究的一些問題似乎使人感覺本卷收入的多種設計是千篇一律的。然而在你瀏覽這些設計後，將很快使你消除當代大型商場可能被束縛在一般模式中的想法。因此我們在本卷中所做的努力，不過是單純反映當代購物中心建築的、極具魅力的多姿多彩世界。

目 錄

芬蘭貝波普綜合商場 于爾基·塔薩	8
西班牙維爾京超級商場 大衛·阿奇博爾德	22
美國索格拉斯商場 國際建築設計集團	34
法國聖納澤爾市中心 克勞德·瓦斯科尼	44
希臘新廣場 維托里奧·馬祖科尼	52
美國達拉斯廊街購物中心 赫爾穆特－大畑－卡薩鮑姆聯合事務所(HOK)	62
英國卡梅倫·托爾購物中心 邁克爾·萊爾德聯合事務所	72
英國霍姆貝斯自選商場 尼古拉斯·格里姆肖聯合事務所	80
西班牙普埃塔·德托萊多購物中心 里卡多·阿羅卡、馬丁·多明格斯和赫蘇斯·佩尼亞爾瓦	92
德國西北中心商場 羅德、克勒曼、瓦爾羅斯基聯合事務所(RKW)	108
西班牙河谷購物中心 何塞·安格爾·羅德里戈	120
美國里弗蔡斯廊街購物中心 赫爾穆特－大畑－卡薩鮑姆聯合事務所(HOK)	134
德國奧利凡登霍夫廊街購物中心 亨特里希－佩奇尼格聯合設計事務所(HPP)	142
美國里奧零售中心 國際建築設計集團	154
芬蘭斯托克曼百貨商店 古利克森、凱拉莫、沃爾馬拉	162
西班牙蒙蒂加拉商業中心 L35 建築師事務所	174

奧地利 DM 通道式購物中心 馬丁·施特羅布爾	188
美國卡姆登·塞恩斯伯里超級市場 尼古拉斯·格里姆肖聯合事務所	204
西班牙玫瑰大道購物中心 L35 建築師事務所	218
德國薩爾廊街購物中心 福爾克溫·馬爾格	232

世界新建築

商業建築

5

[西] 弗朗西斯科・阿森西奧・塞韋爾
鄭建民 魏建彤 宋曄皓 譯
程里堯 英若聰 校

 淑馨出版社

國家圖書館出版品預行編目資料

商業建築/弗朗西斯科·阿森西奧·塞韋爾著

;鄭建民,魏建彤,宋曄皓譯. --初版. --臺

北市:淑馨,民 86

面;公分. --(世界新建築;5)

譯自:New architecture:shopping malls

ISBN 957-531-568-5(精裝)

1. 建築物 2. 百貨商店

441.5

86003685

NEW ARCHITECTURE

Shopping Malls

©Francisco Asensio Cerver

EDICIONES ATRIUM, S.A.

Muntaner, 483, 4^a.

08021 BARCELONA

本書中文版經西班牙 Ediciones Atrium, S.A. 出版社正式授權

中國建築工業出版社在中國(包括臺灣、香港地區)出版、發行

臺灣版由淑馨出版社出版發行

大陸版由中國建築工業出版社出版發行

世界新建築⑤

商業建築

作者:[西]弗朗西斯科·阿森西奧·塞韋爾

翻譯:鄭建民 魏建彤 宋曄皓

審校:程里堯 英若聰

責任編輯:董蘇華 張惠珍

出版者:淑馨出版社

發行人:陸又雄

地址:臺北市安和路2段65號2樓(日光大廈)

電話:7039867·7006285·7080290

郵撥:0534577~5 淑馨出版社

法律顧問:蕭雄淋律師

印刷:香港雅歷印刷有限公司

出版:1997年6月初版

1997年6月一刷

定價:1500.00元 (共5卷)

ISBN 957-531-568-5(精裝) 版權所有·翻印必究

目 錄

芬蘭貝波普綜合商場 于爾基·塔薩	8
西班牙維爾京超級商場 大衛·阿奇博爾德	22
美國索格拉斯商場 國際建築設計集團	34
法國聖納澤爾市中心 克勞德·瓦斯科尼	44
希臘新廣場 維托里奧·馬祖科尼	52
美國達拉斯廊街購物中心 赫爾穆特－大畑－卡薩鮑姆聯合事務所(HOK)	62
英國卡梅倫·托爾購物中心 邁克爾·萊爾德聯合事務所	72
英國霍姆貝斯自選商場 尼古拉斯·格里姆肖聯合事務所	80
西班牙普埃塔·德托萊多購物中心 里卡多·阿羅卡、馬丁·多明格斯和赫蘇斯·佩尼亞爾瓦	92
德國西北中心商場 羅德、克勒曼、瓦爾羅斯基聯合事務所(RKW)	108
西班牙河谷購物中心 何塞·安格爾·羅德里戈	120
美國里弗蔡斯廊街購物中心 赫爾穆特－大畑－卡薩鮑姆聯合事務所(HOK)	134
德國奧利凡登霍夫廊街購物中心 亨特里希－佩奇尼格聯合設計事務所(HPP)	142
美國里奧零售中心 國際建築設計集團	154
芬蘭斯托克曼百貨商店 古利克森、凱拉莫、沃爾馬拉	162
西班牙蒙蒂加拉商業中心 L35 建築師事務所	174

奧地利 DM 通道式購物中心 馬丁·施特羅布爾	188
美國卡姆登·塞恩斯伯里超級市場 尼古拉斯·格里姆肖聯合事務所	204
西班牙玫瑰大道購物中心 L35 建築師事務所	218
德國薩爾廊街購物中心 福爾克溫·馬爾格	232

前言

在本世紀，大型商場和其他大零售商店的重要性不斷增加，這是由於一系列社會文化和經濟原因所導致的。首先是由於作為當代宏觀經濟基礎的商業和消費市場的建立，其次是由於在公眾思想中非常關心認同的休閒與消費之間的密切聯繫。

頭一個因素可以用 20 世紀後期政治和經濟的動力來加以說明，即這個錯綜複雜時期的特徵，是合併大型股份有限公司或建立控股公司來應付捉摸不定的經濟形勢以獲取最大利潤。然而第二個因素則更進一步說明了在零售業發展中的一些複雜的各種各樣的觀念。

休閒與消費的同一性來源於商業(*commerce*)一詞的語義學上的詞根。商業這個詞具有雙重涵義——單純的商品交換以及種種社會關係。這種雙重性使實際的商業行為與人類的社會需求結合成為文明的存在而引起了一系列的建築現象，包括從古希臘廣場和古羅馬廣場直到一開始產生就具有今日城市恒久特徵的交易市場和廣場。這決不是西方社會所獨有，在東方集市上也有同樣的情況。東方集市同樣反映出商業雙重功能的普遍性。

一旦明確了大型商場的經濟和社會文化根源，理所當然我們可對這些已經適應當代社會需要的歷史性模式進行正確分析。

從這種建築傳統繼承下來的兩個基本特徵，即“市場”的公共性及其城市功能在當今依然存在。更詳盡地探討這兩個特徵有助於解釋和弄清當代的現象。

大型商場作為公共場所，現在已經融入社會結構。它不僅是零售商店，而且也是人們休閒活動和社交的聚集場所。因此，當代在計劃這類建築時，不僅應向零售業提供場所設施，而且應很好地滿足與休閒活動有關的需求，以及由此而產生出的日益增長的服務需要，包括時裝精品店、餐館、電影院、臨時託兒所等等。因此，就此意義而言，大型商場還在日益成為一個完全獨立的中心，在此綜合建築物內，顧客對服務和休閒的各種需求都能得到滿足。

自然，購物中心作用的擴大不會不影響其建築形式。建築設計必須滿足更為廣泛的一系列需求，而不只是零售貿易急需而提出的那些需求，如進貨、貨物陳列和運輸等。物質空間尺度的不斷增大也要求有新型的建築。這種建築必須使不同階層的使用需求得到平衡。

大型商場的第二個社會學問題是它們的城市功能。這是上述功能的合乎邏輯的結果。也就是說，作為公共場所的功能，大型商場必須易於進出，因此通常要建造在城市中和市區之內。與過去一樣，那時廣場和集市這樣的零售場所都是城鎮和鄉村的神經中樞，現在的零售中心仍然決定性地影響着現代城鎮和城市的結構。可以從這樣的事實清楚地看出，以前的標誌性建築像公共建築和政府機關建築，正在將其位置讓位給購物中心，亦即當代的紀念建築物讓位給私人企業的主動性和現代生活動力的真正催化劑。

然而，作為現代零售方法基礎的市場法則已經形成了多樣化的社會要素，從而導致不同類型的零售中心的形成。在這方面，市區的不斷擴大和人口的向市中心轉移，也表明城市正在為滿足各種各樣的市場需求而奮鬥。

因此，除了形成城市結構不可缺少的大型商業性物業之外，還發展了各種新型零售商店以適應不斷變化的市場銷售策略（如在有限營業面積內提供品種繁多商品的批發價商店，例如維爾京超級商場），並且缺乏實質空間來建造新的綜合商場。有兩種獨特的方法已經用於尋找適合的場地：對

城內現存建築物進行翻修改建,和在城區邊緣或遠離城市中心地區去興建大型綜合商場。

上述的第二種方法近幾十年來已經佔據主導地位。由於城市再也不能給商業提供巨大的場地,規劃師不得不指望城市規劃中尚未變得錯綜複雜的那些空地。大型綜合商場座落在城市郊區就是這一過程的邏輯結果,並提供一種解決城市缺乏可利用空間的現實辦法。然而,必須指出,這些新開發項目需要更多的投資,因為需要建造基礎設施以滿足其獨立性和便於進出的雙重要求。

在簡要分析了當代購物中心的多樣性之後,我們能夠準確地繼續探討設計師們如何將這些不同的類型轉變為建築形式。在我們這套《世界新建築》的《商業建築》卷中編入的各種設計方案充分證明了這樣的事實:任何建築學派或建築語言都可以應用於這些購物中心的建築結構,不論是犀利的理性主義、創新的高科技派,還是後現代主義的方法。然而在各種不同風格的外表之下,有可能使我們認識到表現於形態、結構和風格方面的某些永恒價值。這是本卷大多數設計中所共同體現出的,並且都傾向於證明那些與歷史相聯繫的內涵,如特色或具樣板性的成果的正確性。關於這點,可以挑選出如下的幾個方面來說明:將自然與周圍環境相結合;進出道路與交通的理想佈局,以及影響消費者行為的關鍵問題——顧客流動路綫和燈光照明的優先處理。

關於第一個方面,有必要解決怎樣使零售中心令人滿意地適合其環境這個正在出現的問題,無論在市區內(要求改變城市規劃)還是在遠離市中心區(要求提供便於進出的道路網)。兩種情況都要求我們做出努力,破除那種粗暴的、僵化的或傲慢的形象,這種形象在過去已經給這類建築物帶來不好的名聲。

其餘兩個方面都與建築結構和佈局有關。就佈局而論,大型商場從城市模式中獲得啓迪,也就是圍繞着從城市規劃傳統中繼承的一系列形式要素來進行空間的組織:主軸綫,街道,廣場,裝上玻璃罩的人行道,地下通道,等等。同樣,消費者的行為是考慮的首要問題,切忌採取疏遠的方式,而要採取人流運動,利用天然光,甚至利用佈景透視要素等方法。

上面研究的一些問題似乎使人感覺本卷收入的多種設計是千篇一律的。然而在你瀏覽這些設計後,將很快使你消除當代大型商場可能被束縛在一般模式中的想法。因此我們在本卷中所做的努力,不過是單純反映當代購物中心建築的、極具魅力的多姿多彩世界。

世界新建築

商業建築

5

芬蘭貝波普綜合商場

于爾基·塔薩



貝波普綜合商場鳥瞰

貝

波普(BePop)商業中心座落在芬蘭一個擁有8萬人口的小鎮波里。該鎮建於1558年,是波的尼亞灣的一個軍港。19世紀中葉,原來全木結構房屋的小鎮完全毀於一場毀滅性大火,隨後進行了重建。目前這座現代化城鎮佈局合理,從科凱邁基河開始的由東向西和由北向南的兩條

大道,將全鎮劃分成四個區。貝波普綜合商場位於城鎮的中心,這個中心地區由於有幾幢有點黯淡、缺乏特色的現代建築物而佔控制地位。這種普普通通的环境使這家綜合商場顯得更加突出。

近幾十年來,芬蘭的經濟發展導致綜合商場這種類型的購物中心出現。活躍的經濟態

勢導致強勁的消費經濟,反映出來的現象則是要有一種新型建築來滿足公眾的需求。貝波普綜合商場的業主和主要擁有者是瑟東·奧蘇斯銀行(Seudun Osuuspankki)。這家銀行組織了一次競賽活動以確定這座建築物的設計。有四位建築師參與競爭,于爾基·塔薩獲勝。

于爾基·塔薩 1944 年生於



芬蘭的一個小鎮圖爾庫,1972年畢業於赫爾辛基大學,成為一名建築師。一年後,他與馬蒂·努爾梅拉和卡里·賴莫蘭塔合夥在首都開了一家事務所。除貝波普商業綜合商場外,塔薩已經設計的建築有,庫爾莫圖書館,赫爾辛基的馬爾米郵局和位於福爾薩的24幢公寓等。他將設計師職業生涯與教

師生涯結合了起來。自1973年以來,他作為赫爾辛基技術大學的副教授,給四年級學生講授“建築設計”課程。此外,他還在赫爾辛基工業藝術大學和芬蘭建築博物館講課,並且一直擔任許多權威性競賽活動的評委。塔薩所獲得的大量獎項和獎品可以證明,無論其個人建築作品還是集體作品都是

前立面圖

