

彭娟 著

李雯 审校

商业地产 从拿地到设计

——商业建筑设计手册

Commercial Real Estate

FROM SITE
SELECTION
TO PROJECT
DESIGN

中国建筑工程出版社

彭娟 著

李雯 审校

商业地产 从拿地到设计

——商业建筑设计手册

Commercial Real Estate

FROM SITE
SELECTION
TO PROJECT
DESIGN

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

商业地产 从拿地到设计——商业建筑设计手册 /
彭娟著. — 北京: 中国建筑工业出版社, 2016.9
ISBN 978-7-112-19634-0

I. ①商… II. ①彭… III. ①商业建筑—建筑设计—
手册 IV. ①TU247-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 182925 号

责任编辑: 徐明怡 徐 纺
美术编辑: 赵 杨 牛 犇 张 凡
责任校对: 王宇枢 关 健

商业地产 从拿地到设计 ——商业建筑设计手册

彭娟 著
李雯 审校

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京海淀三里河路9号)
各地新华书店、建筑书店经销
北京画中画印刷有限公司印刷

*

开本: 880×1230 毫米 1/16 印张: 14 字数: 392 千字

2017 年 1 月第一版 2017 年 1 月第一次印刷

定价: 80.00 元

ISBN 978-7-112-19634-0
(29143)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

近几年建筑行业发展减速，不少地产开发商和建筑设计院处于焦虑的状态。事实上，看似悲观的经济态势也为整个行业的升级换代提供了不可浪费的机遇。专业化、精细化设计现在无疑是建筑设计的一个大趋势。在设计院的这些年，我一直忙碌在工作第一线，发现自己对商业建筑项目常常具有敏锐的理解，加之这些年积累的工作实践经验，我决定暂时停下来，做一次完整的梳理。我将这些年学习到、实践到和感悟到的相关经验写下来，试图形成一套完整的商业设计理念，也希望能为广大的建筑师及开发商提供一些参考。

商业项目尤其是商业综合体项目相对于其他项目开发类型来讲，是一种非常复杂的综合性项目，需经历拿地、策划、招商、设计、运营、管理、销售等极其复杂的过程，并且需要多专业团队合作，才能做到整个项目的成功运转。而任何环节任何专业如果有知识漏洞或对接不好，均会对项目造成极大风险，因此，参与商业项目的每个团队都需要了解商业开发和设计的全过程内容，这样才能做到专业化，并且能更好地与其他专业团队进行合作。

值得注意的是，商业项目形成的消费空间正在逐渐改变城市的空间形态和公共活动领域，同时商业空间正在以飞快的速度与城市的其他类型建筑形成了叠加的空间，时至今日，各种公共建筑类型或者公共活动均能与商业建筑有效地融为一体。可以说，我们现在已经进入了“商业建筑+”的时代。而与此同时，在全国各地集中出现了许多大规模的商业项目，但真正运作成功者少，失败者多，有感于此，梳理和总结商业地产从拿地到设计的规律便迫在眉睫。

那么到底商业项目该如何进行开发运作设计，笔者以商业项目进展的时间轴为线索对每项内容展开讲述，希望能形成一套易懂且逻辑清晰的思路。本书着重针对设计和策划定位，同时也对拿地招商工作的要点进行了分析，着重强调了这些环节对设计的影响，并且希望规划设计能在前期阶段便参与其中，如此才能深切地了解商业建筑的本质，也才能真正做好一个商业项目。本书的核心内容将最终指向：优秀的开发、策划、招商、设计等团队的密切合作才能保证商业项目的成功运转，而优秀的商业建筑师不仅需要处理好建筑的空间关系，还需要把握商业建筑的精髓——即挖掘商业的多重价值。

前言

第一篇 概述

- 1.1 商业地产的机遇和困难 / 014
 - 1.1.1 我国商业发展阶段 / 015
 - 1.1.2 商业地产发展前景 / 015
 - 1.1.3 商业地产发展难题 / 016
- 1.2 商业地产的内容解读 / 017
 - 1.2.1 商业综合体 / 018
 - 1.2.2 购物中心 / 018
 - 1.2.3 百货 / 019
 - 1.2.4 商业街 / 019
 - 1.2.5 零售店铺及沿街底商 / 019
 - 1.2.6 专业市场 / 020
- 1.3 商业地产的盈利模式 / 021
 - 1.3.1 销售获利 / 021
 - 1.3.2 运营获利 / 021
 - 1.3.3 销售运营相结合 / 022
 - 1.3.4 地产升值获利 / 022
 - 1.3.5 资本运作获利 / 022

第二篇 拿地

- 2.1 城市级别、发展及居民消费能力 / 026
 - 2.1.1 开发成本 / 026
 - 2.1.2 城市发展 / 027
 - 2.1.3 消费水平、人口属性和消费习惯 / 028
- 2.2 人流量是商业项目的基本要素 / 029
 - 2.2.1 确定城市，搜索城市的总人口 / 029
 - 2.2.2 确定行政区，搜索区域的总人口 / 030
 - 2.2.3 地图搜索周边地块的功能 / 030
 - 2.2.4 计算周边已建成建筑所容纳的人口数 / 031
 - 2.2.5 进行 3km 内的人口统计 / 032

2.3 区域位置是判断地块优劣因素的重要依据 / 034

2.3.1 区域及商业容量 / 034

2.3.2 周边环境 / 035

2.3.3 周边用地性质 / 035

2.3.4 人流方向 / 036

2.3.5 地块自身条件 / 036

2.4 交通对现代商业起着重要的作用 / 037

2.4.1 航站楼 / 037

2.4.2 城市站 / 038

2.4.3 地铁 / 038

2.4.4 公交车 / 038

2.4.5 城市道路 / 038

2.4.6 自行车停放点 / 039

第三篇 策划定位

3.1 级别的确定 / 042

3.1.1 城市级商业 / 042

3.1.2 区域级商业 / 045

3.1.3 社区级商业 / 047

3.1.4 街道级商业 / 049

3.2 产品的确定 / 050

3.2.1 综合体内容确定 / 050

3.2.2 商业产品形式确定 / 051

3.2.3 住宅、办公、公寓、酒店产品形式确定 / 053

3.3 规模的确定 / 054

3.3.1 商业容量计算 / 055

3.3.2 住宅、酒店、办公、公寓容量计算 / 056

3.4 商业档次的确定 / 057

3.5 业态的确定 / 058

3.5.1 业态概述 / 059

3.5.2 百货 / 059

3.5.3 超市 / 060

3.5.4	餐饮	/	061
3.5.5	影院	/	061
3.5.6	儿童	/	061
3.5.7	数码电器	/	062
3.5.8	健身房、运动馆、溜冰场等	/	062
3.5.9	文化展览、戏剧演艺等	/	063
3.5.10	KTV、电玩游艺等	/	063
3.5.11	美容、按摩等	/	064
3.5.12	服务配套	/	064
3.5.13	停车配套	/	064
3.6	业态组合及配比的确定	/	065
3.6.1	市区级商业业态组合	/	065
3.6.2	区域级商业业态组合	/	068
3.6.3	社区级商业业态组合	/	070

第四篇 招商

4.1	招商概述	/	074
4.2	制定租赁决策文件	/	076
4.2.1	可租赁物业租金收益表格	/	076
4.2.2	各业态面积配比及收益表格	/	079
4.2.3	物业费、广告费、停车费等收益表格	/	079
4.3	业态详细品牌确定	/	080
4.3.1	业态品类细分——业种确定	/	080
4.3.2	确定业种中的可选择品牌	/	081
4.3.3	制定招商计划表格	/	081
4.4	招商实施、合同的签订	/	082
4.4.1	招商实施	/	082
4.4.2	合同的签订	/	083
4.5	主力店条件对建筑设计的影响	/	084
4.5.1	百货设置条件	/	084
4.5.2	超市设置条件	/	086
4.5.3	餐饮设置条件	/	087
4.5.4	影院设置条件	/	088

4.5.5 儿童设施设置条件 / 089

4.5.6 次主力店设置条件 / 089

第五篇 规划

5.1 论证设计条件 / 092

5.1.1 论证政府规划条件要点 / 094

5.1.2 论证业主设计条件要求 / 095

5.1.3 法律法规政策 / 096

5.1.4 商业的经济型指标 / 097

5.2 项目分期 / 098

5.2.1 从产品考虑分期 / 098

5.2.2 从运营计划考虑分期 / 099

5.2.3 从投入成本考虑分期 / 099

5.2.4 综合考虑决定分期方案 / 100

5.3 总图布局设计 / 101

5.3.1 梳理用地限制，制作用地限制图 / 102

5.3.2 分析地块道路及交通情况 / 103

5.3.3 分析人流方向 / 104

5.3.4 分析周边环境 / 105

5.3.5 确定产品位置的摆放 / 106

5.3.6 确定产品的大小及高度 / 109

5.3.7 综合平衡各个因素，确定总图布局设计 / 109

5.4 停车场及停车库规划设计 / 110

5.4.1 确定所需停车数与停车库面积 / 110

5.4.2 停车场方式确定 / 110

5.4.3 停车库出入口数量 / 112

5.5 车行动线设计 / 113

5.5.1 场地车行开口 / 113

5.5.2 客运车行动线 / 114

5.5.3 货运车行动线 / 115

5.5.4 车库出入口 / 116

5.6 人行动线设计 / 118

5.6.1 场地人行开口 / 118

- 5.6.2 场地人行动线 / 118
- 5.6.3 立体人行动线 / 119
- 5.6.4 场地广场节点设计 / 123
- 5.6.5 建筑人行入口 / 125
- 5.7 总体形态概念设计 / 127
- 5.8 平面内容填充 / 128
 - 5.8.1 购物中心 / 128
 - 5.8.2 商业街 / 129
 - 5.8.3 住宅、办公、公寓、酒店 / 129

第六篇 建筑设计

- 6.1 设计条件解读 / 132
- 6.2 水平动线设计 / 133
 - 6.2.1 动线宜简忌繁 / 133
 - 6.2.2 店铺可见可达 / 140
 - 6.2.3 形态宜曲忌直 / 142
 - 6.2.4 避免尽端动线 / 142
 - 6.2.5 动线的尺度设计 / 143
- 6.3 垂直动线设计 / 144
 - 6.3.1 自动扶梯 / 144
 - 6.3.2 垂直电梯 / 146
 - 6.3.3 自动坡道式扶梯 / 147
 - 6.3.4 垂直动线设计要点 / 147
- 6.4 中庭设计 / 148
 - 6.4.1 中庭的设置原理 / 148
 - 6.4.2 中庭的尺度设计 / 149
 - 6.4.3 中庭的内容 / 150
 - 6.4.4 中庭的顶盖 / 151
 - 6.4.5 中庭的风格 / 152
- 6.5 卫生间布置 / 153
 - 6.5.1 卫生间的数量 / 153
 - 6.5.2 卫生间的内容 / 154
 - 6.5.3 卫生间的位置 / 154

6.6	后勤流线设计	/ 155
6.6.1	后勤水平流线	/ 155
6.6.2	后勤垂直流线	/ 155
6.6.3	卸货区、仓储区	/ 156
6.6.4	垃圾房	/ 156
6.7	停车库建筑设计	/ 157
6.7.1	停车位尺寸及柱网确定	/ 157
6.7.2	停车库车行流线设计	/ 157
6.7.3	停车库人行流线设计	/ 160
6.7.4	停车库分区设计	/ 160
6.7.5	停车库与商业的连接	/ 160
6.8	立面设计	/ 161
6.8.1	风格与立面设计	/ 161
6.8.2	材质与立面设计	/ 163
6.8.3	色调与立面设计	/ 168
6.8.4	主入口空间设计	/ 170
6.8.5	广告位设计	/ 171
6.9	专项配合设计	/ 173
6.9.1	夜景照明	/ 173
6.9.2	导向标识	/ 174
6.9.3	景观	/ 176
6.10	上海最新商业案例	/ 178
	上海国金中心	/ 179
	环贸广场	/ 180
	环球港	/ 181
	静安嘉里中心	/ 182
	尚嘉中心	/ 183
	大悦城	/ 184
	晶品购物中心	/ 185
	正大乐城	/ 186
	南丰城	/ 187
	K11 购物中心	/ 188
	悦达 889 广场	/ 189
	金虹桥商场	/ 190
	大丸百货	/ 191

第七篇 大型商业建筑消防设计

- 7.1 总平面消防设计 / 194
 - 7.1.1 建筑性质定性 / 194
 - 7.1.2 防火间距 / 195
 - 7.1.3 消防车道 / 196
 - 7.1.4 消防救援场地 / 197
- 7.2 购物中心消防模式 / 199
 - 7.2.1 防火卷帘封闭中庭和平面防火分区 / 199
 - 7.2.2 竖向空间划分防火分区 / 203
 - 7.2.3 步行街顶棚可开启消防模式 / 205
- 7.3 购物中心消防设计 / 208
 - 7.3.1 购物中心防火分区划分 / 208
 - 7.3.2 购物中心疏散人数确定 / 209
 - 7.3.3 购物中心疏散宽度确定 / 210
 - 7.3.4 购物中心疏散距离确定 / 211
 - 7.3.5 疏散楼梯布置 / 212
 - 7.3.6 消防电梯布置 / 213
 - 7.3.7 地下商业消防设计 / 214

图片来源

表格来源

主要参考文献

彭娟 著

李雯 审校

商业地产 从拿地到设计

——商业建筑设计手册

Commercial Real Estate

FROM SITE
SELECTION
TO PROJECT
DESIGN

中国建筑工业出版社

近几年建筑行业发展减速，不少地产开发商和建筑设计院处于焦虑的状态。事实上，看似悲观的经济态势也为整个行业的升级换代提供了不可浪费的机遇。专业化、精细化设计现在无疑是建筑设计的一个大趋势。在设计院的这些年，我一直忙碌在工作第一线，发现自己对商业建筑项目常常具有敏锐的理解，加之这些年积累的工作实践经验，我决定暂时停下来，做一次完整的梳理。我将这些年学习到、实践到和感悟到的相关经验写下来，试图形成一套完整的商业设计理念，也希望能为广大的建筑师及开发商提供一些参考。

商业项目尤其是商业综合体项目相对于其他项目开发类型来讲，是一种非常复杂的综合性项目，需经历拿地、策划、招商、设计、运营、管理、销售等极其复杂的过程，并且需要多专业团队合作，才能做到整个项目的成功运转。而任何环节任何专业如果有知识漏洞或对接不好，均会对项目造成极大风险，因此，参与商业项目的每个团队都需要了解商业开发和设计的全过程内容，这样才能做到专业化，并且能更好地与其他专业团队进行合作。

值得注意的是，商业项目形成的消费空间正在逐渐改变城市的空间形态和公共活动领域，同时商业空间正在以飞快的速度与城市的其他类型建筑形成了叠加的空间，时至今日，各种公共建筑类型或者公共活动均能与商业建筑有效地融为一体。可以说，我们现在已经进入了“商业建筑+”的时代。而与此同时，在全国各地集中出现了许多大规模的商业项目，但真正运作成功者少，失败者多，有感于此，梳理和总结商业地产从拿地到设计的规律便迫在眉睫。

那么到底商业项目该如何进行开发运作设计，笔者以商业项目进展的时间轴为线索对每项内容展开讲述，希望能形成一套易懂且逻辑清晰的思路。本书着重针对设计和策划定位，同时也对拿地招商工作的要点进行了分析，着重强调了这些环节对设计的影响，并且希望规划设计能在前期阶段便参与其中，如此才能深切地了解商业建筑的本质，也才能真正做好一个商业项目。本书的核心内容将最终指向：优秀的开发、策划、招商、设计等团队的密切合作才能保证商业项目的成功运转，而优秀的商业建筑师不仅需要处理好建筑的空间关系，还需要把握商业建筑的精髓——即挖掘商业的多重价值。

前言

第一篇 概述

- 1.1 商业地产的机遇和困难 / 014
 - 1.1.1 我国商业发展阶段 / 015
 - 1.1.2 商业地产发展前景 / 015
 - 1.1.3 商业地产发展难题 / 016
- 1.2 商业地产的内容解读 / 017
 - 1.2.1 商业综合体 / 018
 - 1.2.2 购物中心 / 018
 - 1.2.3 百货 / 019
 - 1.2.4 商业街 / 019
 - 1.2.5 零售店铺及沿街底商 / 019
 - 1.2.6 专业市场 / 020
- 1.3 商业地产的盈利模式 / 021
 - 1.3.1 销售获利 / 021
 - 1.3.2 运营获利 / 021
 - 1.3.3 销售运营相结合 / 022
 - 1.3.4 地产升值获利 / 022
 - 1.3.5 资本运作获利 / 022

第二篇 拿地

- 2.1 城市级别、发展及居民消费能力 / 026
 - 2.1.1 开发成本 / 026
 - 2.1.2 城市发展 / 027
 - 2.1.3 消费水平、人口属性和消费习惯 / 028
- 2.2 人流量是商业项目的基本要素 / 029
 - 2.2.1 确定城市，搜索城市的总人口 / 029
 - 2.2.2 确定行政区，搜索区域的总人口 / 030
 - 2.2.3 地图搜索周边地块的功能 / 030
 - 2.2.4 计算周边已建成建筑所容纳的人口数 / 031
 - 2.2.5 进行 3km 内的人口统计 / 032

2.3 区域位置是判断地块优弊因素的重要依据 / 034

2.3.1 区域及商业容量 / 034

2.3.2 周边环境 / 035

2.3.3 周边用地性质 / 035

2.3.4 人流方向 / 036

2.3.5 地块自身条件 / 036

2.4 交通对现代商业起着重要的作用 / 037

2.4.1 航站楼 / 037

2.4.2 城市站 / 038

2.4.3 地铁 / 038

2.4.4 公交车 / 038

2.4.5 城市道路 / 038

2.4.6 自行车停放点 / 039

第三篇 策划定位

3.1 级别的确定 / 042

3.1.1 城市级商业 / 042

3.1.2 区域级商业 / 045

3.1.3 社区级商业 / 047

3.1.4 街道级商业 / 049

3.2 产品的确定 / 050

3.2.1 综合体内容确定 / 050

3.2.2 商业产品形式确定 / 051

3.2.3 住宅、办公、公寓、酒店产品形式确定 / 053

3.3 规模的确定 / 054

3.3.1 商业容量计算 / 055

3.3.2 住宅、酒店、办公、公寓容量计算 / 056

3.4 商业档次的确定 / 057

3.5 业态的确定 / 058

3.5.1 业态概述 / 059

3.5.2 百货 / 059

3.5.3 超市 / 060