

同济大学出版社

景观的连接

THE CONNECTION OF
THE LANDSCAPE

安道设计 / 编著

图书在版编目(CIP)数据

景观的连接 / 安道设计编著. -- 上海: 同济大学出版社, 2021.1
ISBN 978-7-5608-9661-8

I. ①景… II. ①安… III. ①建筑设计—作品集—中国—现代 IV. ①TU206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2020) 第 273397 号

景观的连接

编 著: 安道设计

总 策 划: 曹宇英

编 委: 赵涤烽 朱 伟 占 敏 夏芬芬

执行编辑: 赵 静 潘慧云

版面设计: 周 晟 蒋瑜萍

书籍顾问: 艾 侠

图片声明: 本书发表的所有图片均由编著方安道设计(浙江安道设计股份有限公司)提供, 安道设计(浙江安道设计股份有限公司)承诺对其拥有著作权和肖像使用权。

责任编辑 张 睿 责任校对 谢卫奋 封面绘制 曹启慧

出版发行: 同济大学出版社 (www.tongjipress.com.cn)

地 址: 上海市四平路 1239 号 (200092)

电 话: 021-65985622

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 上海雅昌艺术印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 20

字 数: 499 000

版 次: 2021 年 1 月第 1 版 2021 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5608-9661-8

定 价: 199.00 元

本书若有印装质量问题, 请向本社发行部调换
版权所有 侵权必究

目录 CONTENTS

- 03 序一 景观的边界
05 序二 看得见的空间与看不见的连接

01 | 以再生与公共意识启动城市更新

- 16 自然的乐园
24 幸福工厂
32 长江左岸的城市客厅
40 良渚文化村的地方营造之路
46 未来城市创意生活社区
52 打造城市休闲生活目的地
58 地方营造重塑城市归属感
62 以文化事件为触媒的城市再生
68 **小结：城市再生与美好生活的连接**

02 | 乡村文旅新价值

- 74 每个人心目中都有一亩田
82 田园城市的当代实践
88 海岸线上的公园

- 94 这是一所学校还是一座城镇
100 **小结：乡村与未来生活方式的连接**

03 | 幸福着的状态是最美的日常场景

- 106 活力星球
112 去风格化的 YOUNG 社区
120 多彩生活舞台剧

- 124 大湾区的美好生活
134 大地的景观
142 社区的城市界面
148 **小结：社区营造和日常生活的连接**

04 | 传承文化意象

- 154 杭州语境下的文化叙事
164 文人的理想
172 换一种方式看园林

- 178 国际式的东方意境
186 有一种隐逸在东直门
190 空间的编织性
196 自然的乌托邦
204 **小结：传统文化审美和当代美学的连接**

05 | 艺术介入生活

- 210 鲸鱼乐园
218 重燃舞台的大象
222 轻吻春天的白鹿
226 铁马星河入梦
230 蘑菇乐园
234 一轮月亮
238 随风歌唱的精灵
242 城市的知更鸟
246 鲸鱼跃出海面
250 **小结：公共艺术与游戏地景的连接**

06 | 学习社区：面向未来教育的空间

- 256 树荫下的七彩童年
- 262 无处不在的学习社区
- 268 自由共享的教育空间
- 274 探索和激发教具的未来
- 278 小结：未来教育与学习场景的连接**

07 | IP 时代

- 284 杭州文创的“沉思者”
 - 290 融创首席服务官
 - 294 “大眼金”和他的朋友们
 - 298 来自 16 号星球的小白
 - 302 小结：品牌与生活场景的连接**
- 307 后记 种植灵感二十年

我们不是生活在一个物理空间里面
而是生活在一个个充满意义的“地方”

景观的边界

/ 曹宇英*

自 2001 年成立起，安道已经进入发展的第二十个年头。我们也从一家专注于景观设计的公司成长为国内大型创意设计平台之一，设计的专业跨越了景观、建筑、艺术、文创等领域。在这二十年中，我们一直在思考：景观的边界在哪里？景观如何在未来的时代创造更多的价值？

今天，我们提起景观，很多人还是停留在花园、公园、风景园林的概念。这是一种狭隘的理解，也是因为长期以来景观学科的传统范围一直拘泥于刻意地设计自然，以及迎合视觉化的装扮空间和图画般的观看方式。这在很大程度上限制了景观学科的发展，贬抑了学科的价值。

我们去某个国家、城市、景点、乡村，经常会听到人们发出“这里的景观好美”的感叹，这样的感叹往往并非仅源于当地的自然景观，而是当地的人文环境、生活状态、精神格局等综合要素带给人们的感知、记忆与想象。此时，景观既指向了空间、物质和环境的特征，又包括了日常生活的事件——所有人类时间与场所连续在一起的事件和活动，景观的概念也就跳离出传统的自然概念和美学的代名词，景观使物质与精神、本质与想象、空间与社会等互动起来，景观的意义也从狭义的空间延伸到环境和社会生活的综合。

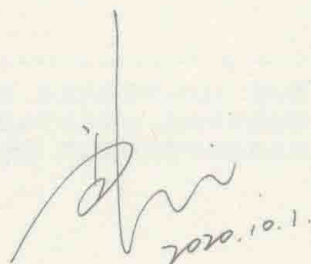
* 曹宇英：Antao 安道设计总裁、董事长。美国建筑师联合会会员、美国景观设计师协会会员、美国绿色建筑委员会会员。长期致力于以景观的跨界思维对中国城市规划和建筑设计的可持续发展进行研究，并结合景观设计学的发展趋势，提出了“幸福设计”的理论。曾荣获“2018 浙江年度创意经济人物”等称号。

很多时候，设计师、开发者和管理者总是将景观看作一个客体、一个事物，仅仅从视觉上、美学上去关注景观，而日常居民对景观的体验总是在一种非刻意状态下，更多的是通过一种生活和使用习惯，他们对场所的生动印象更多的是与可感知的意义关联而并非视觉和美学，这一矛盾，促使景观成为深度美学化的客体，也让景观在很长的历史中，履行和扮演了建筑物之间的缓冲和建筑的基地角色与背景。同样，景观的创新更多的与形态、与空间相关联，这也让景观学科逐渐变得灰暗，成为没有应许的未来。

141

我们需要从本体重新定义景观，重新审视景观的价值和思考学科的未来。与其他设计学科相比，景观是一个年轻的学科，而中国的景观更是近几十年来才引用的学科概念。其实，传统园林在中国的发展已有几千年的历史，景观学科已经远远超越园林的文化意义实践，更是关于我们生活中物质、文化和社会的综合学科，景观的未来依赖着更多的从业者以崭新的方式来想象这个世界。在保持景观学诞生崇高含义的同时，通过整合各种设计的学科和工具，对人居问题提供全面解决方案与策略，使城市和景观朝着更美好的未来进发。

《景观的连接》是继《幸福景观》出版五年后的一本关于景观边界探索的作品集，我们以“城市再生与美好生活的连接”“乡村与未来生活方式的连接”“社区营造与日常生活的连接”“传统文化审美和当代美学的连接”“公共艺术与游戏地景的连接”“未来教育与学习场景的连接”“品牌与生活场景的连接”等七个篇章来阐述我们的实践与思考。其中很多观点和案例也许有些生涩和稚嫩，但仍希望能给我们的行业和从业者，以及热爱生活和设计的同仁们带来一些有意义的参考与借鉴。同时，这也是对我们二十年来的发展做一个总结。



2020.10.1.

看得见的空间与看不见的连接

/ 赵涤烽*

在过去的二十年里，与城市公共空间和人居环境密切相关的现代景观设计，在中国取得了长足的发展，这直接促成了安道在业务规模和品牌建设方面的积累。但在市场发展到一定程度时，作为先行者之一，我们需要反思一下过往的历程，哪些实践受到了客观条件的制约，又有哪些观念能够具备对未来趋势的正向指引？

安道设计集团是一家国内领先的以景观和建筑设计为基础，在商业空间策划、装置艺术创作、生活文创开发等领域形成多维发展格局的设计集团，总部设于杭州，在上海、武汉、香港、深圳等城市设有分支机构。旗下拥有 500 多名设计师及多个跨界子品牌，且其内涵仍在不断地丰富和发展之中。

如果说建筑设计成果能够通过物质空间来换算成价值交易（通常意义的单价和坪效），景观设计成果的价值判断则显得微妙。相对于建筑学的主体位置，景观的客体身份更加明显，它的表现更像是一个综合环境的促进者，而不是交易计量的核心。但随着这种促进作用愈发明显，放眼现在任何一个新建社区、任何一处城市更新、任何一座文化设施，相信没有一个人敢忽视景观的价值。

一旦将这种“促进”作用视为某些关键价值的“连接”，就使得我们的实践既不能被简单地理解为图纸交易，也不能用纯粹的学科界限去加以归纳。举例而言，景观首先是城市空间的连接，而不是填充。珍惜每一个城市空间，让它发挥多样的价值，成为景观本身的使命。同时，景观也反映了与艺术的连接，它是可触摸、有温度的，艺术的连接让我们的日常生活变得更丰富。再者，景观更是与自然的连接，在人类的建成环境里，与自然再接近一些，

* 赵涤烽：安道设计执行总裁、董事，美国景观设计师协会会员（ASLA），《景观设计》《国际新景观》《园林》编委。

鼓励人们享受室外活动，是一种可持续的观念。此外，景观也是与情感的连接，它建立着人与环境的趣味和认同……设计不仅要解决看得见的“空间”，更要促进看不见的“连接”——这个思维的演进，贯穿了安道设计迄今为止的全部历程，安道也非常愿意把它与行业分享。

2001—2011年：安道作为中国景观设计行业的先行者

在世纪之交，景观在中国的概念还仅限于“风景园林”的学科范畴。安道与一批同行一起，共同将现代景观设计学应用到商业地产景观市场，成为这个领域的先行者。在这个时期取得发展的景观设计机构，立足于理解中国城市化对社区环境的改善需求，因而赢得了市场先机。

2010年，安道成立景观建筑研究中心，推动知识体系的研发思考。2011年，著名学术期刊《时代建筑》为安道出版了别册《走向大景观》。随后，安道连续在地产风向标《时代楼盘》杂志开设多期度假社区专栏，探讨设计实践。

这个时期的景观行业大致有两种观念倾向，一种是以北京大学俞孔坚教授和土人设计为代表的“理论探索实践派”，他们比较注重西方现代景观理论在中国公共空间的探索；另一类是以安道、泛亚、奥雅等大型设计机构为代表的“城市地产实践派”，比较注重在地产项目中实现人居环境的进步。

而在安道，“建筑景观一体化”的概念正在形成雏形。安道做了一个管理试验，就是取消了建筑部、景观部的划分，实行项目制和全员项目经理制——每个项目针对性地选出最合适的设计人员组成项目组，由具备较强判断力、高素养的审美观和包容心态的人担任项目经理，进行项目控制和交付。这个举措在当年不能说是成功的，但现在回想起来意义非凡。

2012—2015年：安道作为中国景观设计行业的引领者

在确立以主流景观设计为业务方向之后，安道在公司管理模式上开启了一系列探索，向国际上成熟的大型设计机构看齐，如AECOM和SWA等。这个时期，公司各个层级的管理者都在积极地思考管理思维能够为企业带来什么，并连续开办了多次“设计管理工作坊”。公司呈现出两个现象：一是人员规模稳定扩张，二是专业能力持续进步。“专一创造独特价值”成为安道的企业标识。

在这个阶段，安道有三个重要事件值得铭记：2013年，安道第一本著作《景观的智慧》由凤凰出版传媒集团出版；2015年，安道进行了品牌视觉体系的重构；2015年，安道成为第一家新三板挂牌上市的景观设计机构。随着公司的扩张，对“景观”这个概念的理解，也呈现出一些演化。例如我们在书中提及：衡量一门实践学科的地位，要看它以多大的智慧去处理与它相关的学科和利益体的关系。景观与商业价值、景观与城市规划、景观与建筑、景观与人……面对这些交织的关系，景观的意义就在于作为一种容纳和安排复杂城市活动的载体，为其他利益单元的协同平衡提供更好的可能性。

站在整个行业视角，有两个观点得到了越来越多的共识：其一，以景观作为视角能更好地理解和协调城市发展过程中的不确定因素；其二，景观作为载体介入城市的结构，已经成为重新组织城市空间形态的重要手段。这就为下一阶段的转型奠定了认知基础。

2016—2018年：安道作为整合创意与创新设计的变革者

2015年地产行业经历一段波折之后，整个设计行业的生态系统和竞争格局也开始加速变化。而就在很多同行逐渐退出设计行业的同时，安道却利用整合

能力与协同效应，极大拓展了设计所能触及的边界和价值。安道设计衍生出多个子品牌，例如：AHA 是以装置艺术为核心的创意品牌，取意人类发现不同寻常的事物所发出的惊叹；ZAN（赞建筑）是安道全新成立的建筑师团队，在乡村和城市更新领域获得了品牌空间；“16 号星球”是安道对其办公场所的昵称，并由此派生出文创空间的副品牌。

公司的人员规模也在这个时期超过了三百人，成为中国最大的创意型景观设计机构。此阶段最重要的里程碑事件有三个：一是安道的第一本概念图书《幸福景观》出版，为普遍激进的行业注入新鲜的理念；二是安道总部搬入“16 号星球”，奇幻、开放、趣味的空间成为安道形象的新代言；三是 2018 年的米市公益夏令营，它为中国城市微更新探索新的出路。

在解决了基本的物质需求的后城市化时代，设计真正的魅力也许不再是功能和逻辑，而是为生活平添一份独特的幸福感。在环境之中但凡可供感知的物质因素，大多与景观设计息息相关。如果设计将“幸福的情感”作为一种目标，就可以重塑人对环境的满足感和参与度。安道将企业的新家命名为 A NATURAL PARK（16 号星球），这个微妙的昵称饱含着对土地（Earth）的尊重：城市、建筑、景观，无不植根于大地，Earth 既是我们工作的对象，也是我们保护的对象。在过去二十多年激进的中国城市化进程中，难免存在对环境不同程度的破坏，而安道的总部，试图通过设计去表达对人类赖以生存的大地环境的反思和敬意，也承载着对未知事物的兴奋和想象。

米市公益夏令营是安道持续五年的公益夏令营的新一站。在中国进入后城市化的时代，米市巷的问题并非单个社区的，也是中国城市旧区更新的普遍困难。面对这样的困难，工作营的团队没有丝毫退缩。卵石小径、手绘的墙面、

精致的路灯，设计师为单薄的空间增加了丰富的细节。我们可以想象，如果孩子们从小就生活在一个充满细节之美的社区，他们的心灵也是细腻的；如果孩子们发现设计师们如此用心地改变社区环境，经过岁月的积累，这种价值的传递是无量的。

2019—2025 年：安道作为当代美好生活的设计与实践者

未来很难预测，所以比起之前三个阶段的回顾，安道正在步入的第四阶段并无任何可以参鉴的先例。很多人问我们：当代美好生活的设计与实践者，面对这样的战略目标，你们还是不是一家设计公司？这个问题很难回答，因为涉及对“设计”二字的诠释深度。如果把设计理解为解决问题、交付图纸，那答案当然不是；而如果把设计理解为连接创意思维与实体环境的智力服务，那答案始终都是。

在安道成为品牌集群之后，我们发现世界变得宽广。影视制作、自然学堂、设计工坊、运动竞赛，都在 16 号星球发生了。仅仅在两年前，我们很难想象，插画师、策划师、玩具工匠、创意餐厅、装置艺术家，可以和景观建筑师在同一个屋檐下共事。而如今，大家在一起享受工作的幸福，成为再自然不过的连接。概括地说，引入互联网思维，将设计理解为连接城市、自然、人文和艺术的关键路径，是安道目前最重要的转型。

将文旅运营、自然教育、商业 IP 与产品研发、乡村营造、生活文创融入既有的设计业务之中，形成零界时代的多维产品线；同时，重视城市开发的存量经济，将设计创意注入市场需求，激发城市更新的价值，是我们正在实践的具体步骤。

目录 CONTENTS

- 03 序一 景观的边界
05 序二 看得见的空间与看不见的连接

01 | 以再生与公共意识启动城市更新

- 16 自然的乐园
24 幸福工厂
32 长江左岸的城市客厅
40 良渚文化村的地方营造之路
46 未来城市创意生活社区
52 打造城市休闲生活目的地
58 地方营造重塑城市归属感
62 以文化事件为触媒的城市再生
68 **小结：城市再生与美好生活的连接**

02 | 乡村文旅新价值

- 74 每个人心目中都有一亩田
82 田园城市的当代实践
88 海岸线上的公园