



主楼中廊



入口大厅

Space of Culture 方圆之间的本色

【文/冷梅 图/设计师提供】

或许每个人的内心,都有一个有关“自在”的世外桃源,在这个地方,没有焦虑,远离浮沉,可以放缓脚步,尽情释怀。也许,“FOR天物空间”能成为有如此渴望之人内心的归宿。简单而淳朴,精致而诗意,一色一味,方圆之间,尽显对生活回归本色的追求。

打造极物之道,是把民众的日常生活、人文历史的雅致,以及像艺术馆般开放空间的公共环境,转变成“心与物合”的消费互动氛围。让人们在这样的氛围中消费体验,体会到“极物”的乐趣,感受到东方生活艺术的魅力所在,感受到公共空间里的舒适、安全、宜行、宜伫的场所环境。

“FOR天物空间”的规划,是用空间来吸引消费者眼光,利用大量的公共空间组织形成一条流畅的商业动线。用红色铁锈外立面与简约质朴的内部风格,传递东方的生活态度,进而在内部打造一个非静态的场景,形成流动的空间组织。如高山流水,在每一个阶段都能看到不一样的风景、抓人眼球的亮点,促使消费者在与行中融入到整个消费空间中去。

空间的前身是红星电器厂的旧车间。鉴于原来的功能性,其整体布局比较闭塞,不太通透。主理设计师蒋华健,接手这个项目的最重要一个思路,就是将原有空间尽量打开,你中有我,我中有你。

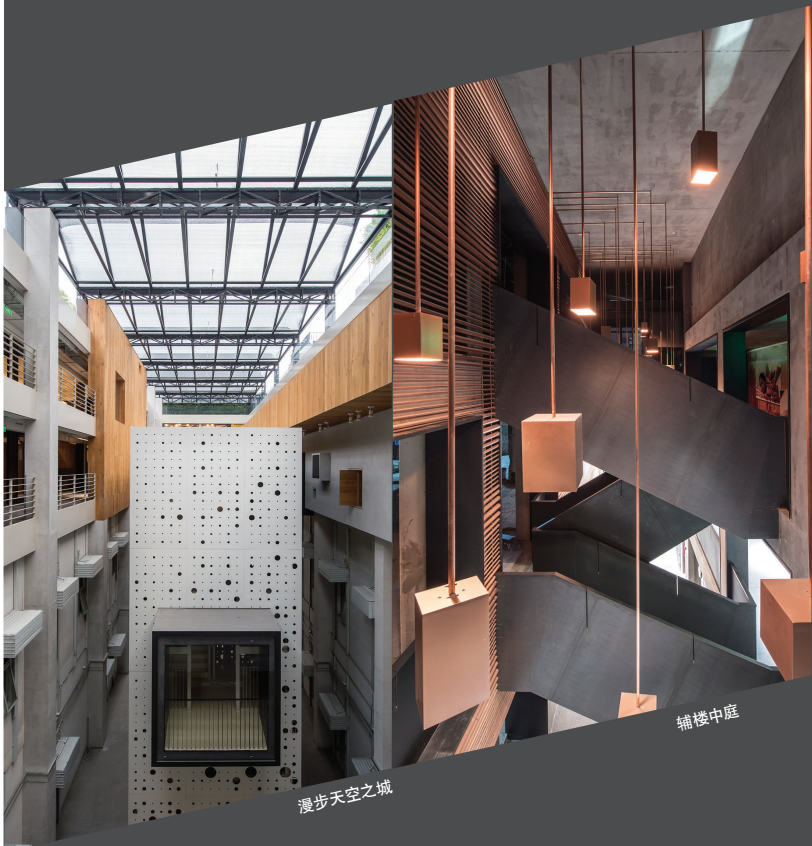
让大空间的格局突破单一的空间关系,例如上下关系、前后关系、虚实关系都是相应而生的,通过错落有致,体现空间的层次感和透气性。设计师最终实现了空间的打通,跨时空的勾连。空间使用和连接的不拘一格,让天物每个楼层间的连接,宛如盗梦空间般,设计师手里掌控着一个可以随意组合、嫁接的魔方,一个个小空间看似独立,却又彼此勾连,互为交错,最后互为彼此,又相互统一,在大时空里组合成妙趣横生的对撞和连接。而7、8两层楼,通过漫步天空,这个“云梯”盒子将顶层和下部空间做了有机连接,今后可以作为艺术展览的展示空间。

在高端消费向东方回归的潮流下,将“极于心,应于物”的极物精神融汇在空间、服务、商品之中,满足高端人群对“极物”消费的需求。另一方面,空间也将填补中国生活艺术商品及服务消费平台缺失的空白,营造365天“东方生活艺术——极物”不间断的艺术馆式的极物文化体验空间。



建筑外观

街景式屋顶



辅楼中庭

漫步天空之城

QA

生活周刊×蒋华健

天物空间设计师, 本哲建筑

Q: 天物的设计精髓“极于心, 应于物”, 在空间上如何体现?

A: 一个空间畅想者,能够赋予任何空间无限想象。“FOR 天物空间”取天工开物之意。将中国传统文化中的匠人精神书写到极致,作为一个商业空间,它探讨的是除了商业之外,又能如何赋予它更多的文化属性,它将来一定是一个文化体验空间。未来,任何一个商业综合体都应该是一个以文创为载体的生活方式的结合空间,这也是消费升级的需要。

Q: 在当下的设计风潮中,新中式的回潮似乎成为一种趋势,您怎么看?

A: 我觉得一定不要把自己框死在中国传统的复古概念里,我更愿意定义一种风格叫做“当代中式”,任何一种传统的再现都是与当下的风潮相结合的,也与国外最新的设计理念相借鉴;既有改良,也有传承,并最终融于当代人的理解之中。

Q: 您个人更偏爱什么类型的设计风格?

A: 设计本身是为人服务的,所以最好的设计一定是兼顾更多的人性理解。我个人比较推崇日本设计师的理念,更为人性化,功能性和服务性也考虑得细致入微。在国外,其实是没有内装修这个概念的,国外只有建筑,内建筑和外建筑是一体的。我自己对建筑的理解,就是要探讨人与社会,以及与自然之间的关系。建筑要与人融合,建筑也要去和自然结合,人与自然在其间有关联。这种相互关系,有时进一步,有时退一步,可攻可守。我所指的自然,就是空间具有开放性,将阳光和空气引入其间,让建筑和自然相互拥抱。