

# 可供性视角下茶酒空间设计风格的融合转向

## ——以南京市秦淮区钓鱼台米店大街为例

杜闻涛<sup>1</sup>, 王逸菲<sup>2</sup>

<sup>1</sup>南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

<sup>2</sup>南京林业大学艺术设计学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年7月4日; 录用日期: 2024年8月13日; 发布日期: 2024年8月22日

### 摘要

随着社会经济的快速发展, 老旧社区、市井小巷成为众多城市在进行城市换新过程中的重点改造对象。如何在保留区域原有传统风貌及地域特色的基础上进行更现代化更商业化的改造, 在传统文化社区融入现代元素一直是各个城市改造焕新工程中的核心命题。中国茶文化发展的于两宋时期鼎盛阶段, 自宋朝开始, 茶餐一体的理念, 便融入茶文化。因此, 历史悠久的茶艺文化与漂洋过海的西方鸡尾酒文化或能相互融合, 一方面为酒文化增添文化厚度与在地性优势; 另一方面, 有利于传承中国源远流长的饮茶文化。本文将以环境可供性的视角切入探讨茶酒空间与城南钓鱼台片区环境的功能关系, 通过对选区现状分析茶酒空间与城南地区相同的文化因素, 通过生产使用的可供性、感知社交的可供性和互动塑造三种实现可供性的维度分析片区目前主要问题, 探讨茶酒空间在老城改造过程中引入的合理性。借鉴茶文化和酒文化的元素通过融合设计, 协调人、茶酒空间与老城之间的关系, 更好地进行街巷改造, 提高经济效益, 促进茶文化和酒文化的设计元素融合, 更有助于保留传统建筑, 延续传统精神血脉。

### 关键词

环境可供性, 茶酒空间设计, 老城改造

# Turning to the Integration of Tea and Wine Space Design Styles under the Perspective of Availability

## —Taking Diaoyutai Midian Street in Qinhuai District, Nanjing as an Example

Wentao Du<sup>1</sup>, Yifei Wang<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

<sup>2</sup>College of Art and Design, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

文章引用: 杜闻涛, 王逸菲. 可供性视角下茶酒空间设计风格的融合转向[J]. 设计, 2024, 9(4): 527-537.

DOI: 10.12677/design.2024.94504

## Abstract

With the rapid development of society and economy, old neighbourhoods and alleys have become the focus of many cities in the process of urban renewal. How to retain the original traditional style and regional characteristics of the region on the basis of a more modern and commercial transformation, in the traditional cultural community into modern elements has been the core of the urban renewal project in each city. The development of Chinese tea culture was at its peak during the Song Dynasty, and since the Song Dynasty, the concept of tea and food as a whole has been integrated into the tea culture. Therefore, the long history of tea culture and the Western cocktail culture across the sea may be able to integrate with each other, on the one hand, to add cultural thickness and local advantages to the wine culture; on the other hand, it is conducive to the inheritance of China's long history of tea drinking culture. This paper will explore the functional relationship between the tea and wine space and the environment of Diaoyutai Area in the south of the city from the perspective of environmental availability. Through analysing the current situation of the selected area, we will analyse the same cultural factors between the tea and wine space and the south of the city, and analyse the main problems of the area through the three dimensions of production and use availability, perception and social availability and interaction, in order to explore the reasonableness of the introduction of the tea and wine space in the process of the transformation of the old city. Drawing on the elements of tea and wine culture through the integration of design, the relationship between people, tea and wine space and the old city can be coordinated to better carry out the street transformation, improve the economic benefits, promote the integration of the design elements of tea and wine culture, and more help to preserve the traditional architecture and continue the traditional spiritual lineage.

## Keywords

Environmental Availability, Tea and Wine Space Design, Old Town Renovation

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

近年来, 国内居民消费水平得到进一步释放。据商务部的统计表明, 3 月, 中国国内服务业商务活动指数为百分之五十六点九, 较上月提高了一点三个百分点。在强消费需求背景下, “围炉煮茶”、“早 A 晚 C”成为时下互联网带动下兴起的消费热词, 小众化与年轻化成为年轻人选择商家的重要评判因素。当前我国消费空间大多以单一产业的销售或体验功能为主, 传统的茶室缺乏娱乐属性, 接触门槛较高, 难以接触到年轻消费者; 酒吧作为西方舶来品, 近年来在北上广等一线城市快速发展, 单纯的竞争酒品质量价格或是打造个性化室内环境都难以弥补西式饮酒文化在国内水土不服的先天劣势, 随着市场复苏越发难以切中当下年轻人的兴趣, 因此, 打造复合型的茶酒空间仍有很大发展空间[1]。

由于消费者的消费选择性和信息差在不断提高和打破, 消费过程中的体验成为评价商业空间的重要标准。人们对于空间的需求也转向个人的体验和感受。跨学科交流, 跨语境转用为环境设计学科的发展

带来了新的研究手段与理论视角。在设计中引入可供性意味着特定情境下人与设计对象间所构成的互动关系, 这种联系和指标为设计提供了分析标准和建设路径。以可供性作为基础理论依据去推导消费者与空间的互动关系, 能为厘清商业空间存在是否合理提供理论指导和分析视角。

## 2. 基于可供性理论的茶酒空间设计策略

### 2.1. 不同主体视角下的可供性细分

环境的可供性是指对用户所提供的各种要素所构成的一种概念, 它可以被用户所感受到, 也可以被用户所感知到。因此, 环境供给是一种双向性, 也就是对人而言, 对人而言也是一种需求的体现。例如, 在一个广场上, 一条小路旁的石头; 膝盖高度和平坦的平面暗示着“可以坐下来”, 但由于没有人, “可以坐下来”也就没有了意义。基于此, 本项目将“环境可供性”引入到茶酒空间中, 通过对“用户群”与“茶酒空间”之间的相互影响, 实现对“用户群”与“环境”之间“互动关系”的深度认知, 从而挖掘出“用户群”与“茶酒空间”之间的内在联系。

#### 2.1.1. 消费者视角

茶酒空间的设计首先要考虑消费者的使用需求, 空间内需要将可被消费者感知和使用的可供性元素最大化。消费者在消费商品的前提下, 对于空间的体验和环境的使用是消费者选择线下门店的重要考量因素。空间中可以被消费者感知的元素主要可分为四大类: 一、消费的可供性: 消费者在空间内有多重消费需求可被满足, 例如茶饮可以满足不胜酒力、开车不能饮酒人群, 社交打卡、养生潮流的选择范围; 二、社交的可供性, 消费者有一人座至 6 人桌及包间的选择, 可以满足不同人数群体在空间内独处或是相聚的可能; 三、景观的可供性, 空间内通过各立面造型、装置陈设、绿植花窗打造出主题鲜明的茶酒空间, 给消费者五感上的体验; 四、该场所通过主题元素的贯彻, 特色空间造型的打造, 强调了空间的视觉效果, 通过提炼自《品茶图》中的品茗之景给空间的使用者带来视觉上的享受。

#### 2.1.2. 周边居民视角

空间与人的关系出去进入空间使用空间的人, 每天经过空间的人群也需要纳入考量范围。考虑到钓鱼台巷四通八达, 其北侧有大量的社区居民, 巷内接送学生上下学的学生家长群体, 巷口的快递驿站车辆, 该场所可提供的互动因素大概分为四大方向: 一、通过植物的栽培对局部气候湿度进行影响; 二、无论是非机动车的停放, 或是等候学生的家长, 沿廊的存在无疑是提供了短暂的落脚之地; 三、沿廊的引入作为临街面的建筑的过渡, 与室外共享空间一起承担了休憩的功能; 四、社交的可供性, 开放的空间给人人之间以接触的可能, 可以落座的街边沿廊, 让街边回归社区。

#### 2.1.3. 宏观钓鱼台街道视角

该项目坐落于钓鱼台巷口, 地理位置优越醒目, 空间设计中也要考虑宏观环境中茶酒空间与街道整体的互动关系是否合理。空间环境中需要更多的考虑在人文历史积淀厚重的地区如何将现代商业空间融入其中, 其次是空间可被感知的可供性, 分为灯光的可供性、人文资源的可供性; 使用的可供性可划分为商业的可供性和观赏的可供性, 茶酒空间作为融合茶文化和酒文化的现代空间, 弥补了街区目前缺乏的商业种类, 对于目标是其他商铺的消费者来说提供了等位时的新选择; 最后, 该空间为街道的拥堵情况提供了治理的可供性。

#### 2.1.4. 茶酒空间的消费者画像

根据饿了么 2020 年发布的数据显示, 中国现制茶饮消费者主要年龄段集中在 18~28 岁之间, 其中年轻人及女性消费者是目前新茶饮的消费主力人群。茶酒空间满足了消费者在空间内进行社交、休闲、品

尝的功能需求,同时充当“社交货币”角色,茶酒空间定位于时下年轻人(以年轻女性为主)所关注的茶饮休闲空间,连接养生和传统中式文化,提供给消费者多种消费选择,解决了多人社交活动中不同需求难以调和的问题。茶酒空间不仅关注对消费者消费需求的满足,亦立足于社区功能。开放的公共空间和路边提供遮蔽休息的沿廊,强调了茶酒空间的在周边环境内的社会性。相较于新茶饮自同样竞争激烈的线上赛道,茶酒空间内的空间氛围是吸引用户体验的关键,空间内通过主体元素的确立和对空间氛围环境的营造是吸引消费者进入其中体验的重要因素。

## 2.2. 场地可供性分析

通过分析场地的主客观可供性可以为后续茶酒空间的设计提供功能和元素的指示性。根据上文中可供性的理论发展,实现可供性可分为感知可供性(Percieved Affordance)、使用可供性(Used Affordance)和塑造可供性(Shaped Affordance),并可以根据客观的生理感知与主观的心理感受进行进一步细分。根据茶酒空间的定位和理想中的使用情况又可分为功能可供性、五感可供性、情感可供性、叙事可供性和创造可供性。

### 2.2.1. 感知可供性

通过走访调研数据分析,该场地占地面积大,其临街面长边可达15米,但受访者对于如此体量的空间的感知度较低,原因主要在于该建筑临街面皆为白色高墙,只有入口处能单人进入的小铁门沟通内外空间,因此路人对该空间感知度较低。空间内部的住宅由一条狭窄的小道连接而成,小道上随意堆放着生活杂物,因此缺乏设计的场景感和对生活情景的再现能力。

人体的感知环境一般通过五感得到信息内容,随着虚拟技术的快速侵入生活,越自然化、原生化的因素更能够引起年轻群体及老年人的兴趣,其中包括色彩、材质、铺装、尺度、造型等各方面的因素综合影响,对于处于环境中的主体体验感及身心有很大加持。例如传统中式茶室一般会选用木质雕花家具,以古画书法作为墙面挂饰,色调一般和较成熟稳重,消费者对于这样的室内空间在感知上就会进行象征性概括,“上年纪”“中式”“谈生意”这样由简单观感直接得出的关键词对其是否进入空间以及预期活动影响较大。因此,无论是出于新兴社区中的商业空间的考量,还是作为社区群众的活动公共空间,都需要提升此空间内的可感性元素,例如在空间中扩大绿植的占比,统一空间内外主材为老木头,利用现代化的家具和设施形成对比,强调茶酒空间的现代性。再者,打通的室内外空间视线和大面积落地窗的应用增加了室内外互动的可能,“沿廊”作为建筑外体的一部分大大增强了外界对该空间的感知度,提供给社区人群活动的发生场合。

### 2.2.2. 使用可供性

环境中的因素被感知则会被使用,即物体被感知后有概率转化为被使用,而使用的方式和频率则取决于它的“易用”程度和“可供性”水平。由于该场地原为一处民宅,其使用对象主要针对于住户。根据走访调研,平均一天中有超过30%的时间会有非机动车例如电动车、快递转运车停放在建筑周边。由于老旧住宅下水道不通畅,住户会将生活废水倾倒在沿街的下水井里,到了夏日高温天时,经常会发出臭味。

茶酒空间在“可用性”层面上须考虑到商业活动与社会交往这两大方面的“可用”因素。室内外空间功能布局的合理规划,为不同的使用群体为活动设施提供必要的适宜的高度、材质、接触面积等,以满足不同社群使用者对于不同活动进行的基础条件。例如在“合肥市望湖公园”的改造案例中,作者通过改善住区的交通便利可达性、提升空间在儿童及看护者使用时间内可进行的活动多样性、丰富公园内可进行植物探索活动的条件与将儿童群体细化为小于3岁,3岁~6岁,6岁以上的三种类型,为其是指

适应年龄段的可使用场地实施, 达到在城区公园内满足儿童及监护者活动休息的理想公园环境[2]。

## 2.3. 满足环境可供性需求的具体设计策略

### 2.3.1. 主体化空间视觉表现

拥有鲜明主题的商业空间能给人留下鲜明品牌印象, 吸引消费者进入空间并产生一定消费行为。空间外侧与空间中视觉元素会给主体产生感性判断, 对于空间主题有初步认知, 因此茶酒空间的视觉印象必须统一且明显。营造商业空间的视觉主题主要包含以下四个方面:

第一, 确立空间设计的主题, 突出商业空间的主体元素, 有品牌提炼出的主题元素必须贯穿在空间各个方面, 鲜明且统一的空间元素可达到感官上强调品牌主题的目的。

第二, 室内光环境因素对于空间整体氛围基调具有重要作用。不同强度、色温、色系的光源以及不同形式语言的组合都会营造出空间不同的层次。

第三, 主题元素在环境中的运用要以多种形式出现在空间中, 才能在空间元素统一的前提下避免空间单一重复, 不同功能定位区域的颜色、造型走线、材质和体量大小需根据不同空间分区的功能进行。

第四, 商业空间中的陈设装饰对空间整体氛围的营造具有极大影响, 细节处的陈设会影响整个空间精致程度, 家具选择、灯具造型及明暗程度、装饰物品都会侧面体现出整个空间的品味格调。

### 2.3.2. 多元化室内外空间布局

针对落地于老城南钓鱼台街道的茶酒空间的可供性内容, 其功能需要考虑到针对两类群体的可供性因素, 包括消费者和潜在的消费者以及社区居住者, 因此茶酒空间的功能除基本商业空间的功能分区例如吧台、散座区、茶室包间、后厨、储物间、卫生间、员工休息室外, 还须承担更多的社区交往功能例如演示区域、开放的社交区域、社区居民的休息社交区域以及非营业时间车辆停放功能的延伸。这些结合项目选址延伸出的独特社会化功能, 都将根据实际情况细化与落地。

### 2.3.3. 可视化空间界面布局

作为一个与社区紧密联系的商业空间, 路人或居民可以从外部了解到空间内的活动与情况会拉近商业空间与社区的距离, 潜在的传递品牌形象。另一方面, 消费者在室内可以了解到街巷情况, 视线开阔以及丰富的市井烟火气也会给身处茶酒空间内的人带来“心远地自偏”的饮茶心境。实现空间界面可视化主要通过以下三种方法: 一、在空间界面隔断及转角处选择透光性大的可视化材料, 例如玻璃、有色板材等; 二、整理空间界面使之不完全隔断, 即视线可以透过前一界面到达后续界面上, 例如运用花窗、绿化植物带、竹编隔离墙等形势, 在空间的分区上进行划分但不完全隔断; 三、在空间的对外界面的改造中既要注意保护空间内使用者的隐私, 也要通过窗户, 光照等形势增加室内外的互动方式。

## 3. 可供性理论视角下的茶酒空间实践

### 3.1. 区位分析

“米店大街”即钓鱼台巷位于南京老门东片区内。该片区历史悠久, 自三国以来老门东一直商贾云集、人文荟萃, 是江南商业及居住最发达的地区之一。明代老门东因商贸和手工业集聚, 成为城市重要的经济中心, 清末以后逐渐以居住功能为主[3]。1912年以来该地的建筑大多保留至今形成目前片区的传统民居风貌。近代以来, 城南地区街巷格局保留较为完整, 其地域文脉丰厚, 市井气息浓重, 但其住房质量低下与街区人员构成复杂、基本配套设施不完善等问题也十分明显。2011年至2015期间, 由南京城南历史街区保护建设有限责任公司进行“城市微更新”, 老门东片区得以保留历史文化脉络, 片区“微

更新”的理念也使该地区在保留地域特色的同时适应城市发展, 展现出现代化风貌(见图 1)。

“米店大街”紧邻内秦淮河, 周边分布着中华门、吴家账房、糖坊廊等一系列重要历史资源, 西接荷花塘传统民居片区, 东部与北部依次与老门东、小西湖、夫子庙等南京特色城市节点相望, 占据得天独厚的文旅发展优势。厚重的历史积淀与优越的城市区位条件使基地所处的老门西片区在秦淮区乃至南京城市发展过程中都起到至关重要的作用。



Figure 1. Location map  
图 1. 区位图<sup>①</sup>

### 3.2. 场地分析

本项目场地位于南京市秦淮区老门东钓鱼台街巷内, 该场地原为一层扩建民宅, 占地面积共计 436 m<sup>2</sup>, 本项目设计风格为现代风格。该街区自 2015 年翻新改造完成以来, 随着“米店”“罗拉快跑”等商户入驻, 该街区在保留传统市井小店的基础上也拥有咖啡馆、酒吧、日料店、宠物店等新兴商铺。其辐射范围一公里以内包含中华门城墙、夫子庙、秦淮河、万象城等人群密集的场所。巷内基础设施完善、公共厕所在巷头巷尾均有设置, 巷内除去商户门店、还有钓鱼台小学以及小区住户。周边消费群体可分为青年群体、中小學生群体、家庭群体等, 因此考虑到场地人员结构复杂, 需要根据不同群体的需求进行改造(见图 2)。

### 3.3. 场地现存问题

基于城市“微更新”理论, 该场地的功能更新必定无法保留现状杂乱的居住形式, 空间规划及内部造型均需进行更新置换[4]。该场地的所属街道在“米店大街”内, 该街道目前已发展为成熟的商业文化街区, 街边住户的保留并不合理。该场地在后续项目的改造上主要有以下方面需要注意及避免: 一、场地紧邻钓鱼台巷主街道, 钓鱼台巷作为单向道路, 在学生上下学期间为高峰期, 人流量大且道路狭窄极易拥堵。二、场地周边快递驿站的快递车辆的沿街随处停放, 使本不宽敞的街道更加杂乱拥堵难以通行。三、场地原住宅为一层平房, 采光与通风性极差, 在转角处有竹丛的生长。其缺乏被感知的可供性, 在后续的改造设计中需要考虑打通空间以增加渗透空间, 其次要合理加高房体, 增长光照时间及光线的通过率。四、该场地位于钓鱼台巷内入口处, 此处历史文化资源丰富, 近年发展以来有打造为特色历史文化社区的趋势, 该场地缺乏地狱特质, 缺乏人文性, 不能适应整个街区的发展升级。

### • 场地现状分析图



Figure 2. Site status analysis diagram

图 2. 场地现状分析图<sup>①</sup>

## 3.4. 视觉可供性营造

### 3.4.1. 主题来源

中华茶文化源远流长, 宋代茶文化更是达到顶峰宋代是中国古代文明的高峰期, 也是经济的一个巅峰时期, 从上至下都透露着一股小资情调。不同于唐代的豪放不羁宋人多了一分闲情雅致。宋人吴自牧在其笔记《梦粱录》记载: “烧香点茶, 挂画插花, 四般闲事, 不许戾家。” 点出了此“四事”: 焚香、点茶、挂画和插花。此四雅, 又称“生活四艺”, 透过味觉、触觉、嗅觉与视觉品味日常生活, 将日常生活提升至艺术境界[5]。

宋代点茶文化较今日饮茶方式不同, 宋人用的是“点茶”的方式, 点茶之美在于意境。由《品茶图》中提取品茶意境, 明代茶事画作《品茶图》中记述了当日的山中茶会共有宾主三人, 其中的二位端坐室内正享受对啜之乐, 而茶僮则在备水间正忙著煎水, 彼时, 不远处的另一人则正趋步而来的情景[6]。品茶图给人观感轻松, 画中二人自然之间举杯畅聊, 二人独坐山林中品茗畅谈的松弛随性, 正是本项目设计的初衷: 以品茗之心, 寻找生活新方式。通过提取画中“茅草屋”“窗棂”“松柏”等古意装饰元素, 搭配应用于空间设计的界面上现代简约的材质色彩, 营造一个盛放古韵意境的现代空间(见图3)。

松、竹、石作为高尚品格的寄托, 一直为世人所赞誉。茶室设计上将这些元素囊括其中, 营造出高雅清幽的空间氛围。方与圆的融合, 淡雅、简洁, 清晰的线条, 居室的设计带给人儒雅质朴之感, 加以瓷器、陶器装饰, 置于室内如沐春风。

### 3.4.2. 主题元素运用

提取自《品茶图》“茅草屋”“窗棂”等元素的材质与颜色被应用与空间各界面以及装饰物上, 主要的表现形式为: 一、在空间的一层入口和二层露台上均选用青石岩板和白色石子铺就而成, 进入空间由青石岩板踏步而入, 迎面便是青瓦堆叠, 线条极简的造型墙面。二、在大立面上广泛使用仿古水泥, 大朴若拙, 透过墙面仿佛听到千年前, 宋朝风雅人士的低吟浅唱。并在立面上开口大大小小的不规则方形以引光, 同时也能增强各个空间中的互动联系, 增强空间通透之感。三、空间在陈设装饰上选择了



Figure 3. Part of Tea Tasting Map  
图 3. 《品茶图》局部<sup>②</sup>

宋式侘寂风的插花和挂画，其与点茶、焚香并称宋代四般闲事。吃茶饮酒并非闲事，它是一种休闲娱乐的选择更是一种时代席卷中悠然自得的精神。当我们思想富足时，便开始心有所求，一花一木皆有趣，一处一人皆有意。四、空间整体设施的选用例如吧台、餐桌、茶桌都以现代风为主，茶酒空间并非一味仿古，而是于现代生活中追求一份悠然自得的古意，因此在器物的选择上都以功能和简约为选择标准(见图 4、图 5)。



Figure 4. F1 plane color diagram  
图 4. 一楼平面彩色示意图<sup>③</sup>



Figure 5. F2 plane color diagram  
图 5. 二楼平面彩色示意图<sup>③</sup>

### 3.5. 空间功能划分

本项目室内功能分区主要包含了前台、吧台、等候区、散座区、独立茶室、共享空间、后厨、员工休息室、卫生间、储物间等(见图6)。其中散座区和共享空间作为室内的开放空间,可以承担餐饮基本功能,也可以在此举办小型演出、社区论坛、影视放映等公共社交活动。

本项目的室外功能分区包含了露天露台和沿廊两部分。其中露台通过台阶打造的高低差,既可以提供使用者座位,在开放环境中品茶饮酒;另一方面保留了原场地中的竹子,通过植物的移植打造一个绿色景观。沿廊部分主要为对外公共空间,由于原厂地紧邻通行主干道且该道路在高峰期极易堵塞,沿廊在道路旁既可以在视觉宽道路,也是道路和建筑之间的过渡空间。在功能方面,沿廊的“后退”首先在形式语言上展现了茶酒空间不争抢的处事态度,其次沿廊内的空间可以承担路人休息、社交,在非营业时间可以作为非机动车辆停放的场所,承担了建筑本身所应具有的社会功能。



Figure 6. Functional division diagram

图6. 功能划分示意图<sup>③</sup>

### 3.6. 空间整体展示效果

本餐厅设计的基本就餐区域共分为散座区、卡座区、以及独立茶室。考虑了多种人数组合的就餐需求。传统的茶酒生活空间,普遍注重仪式感,文人调性,对于忙于为未来而奔波的年轻人来说,这样的仪式感无疑更难让人放松身心,难以传达生活的魅力。喝茶和喝酒本来的目的就是为了舒缓生活的压力或者分享生活的喜悦,而茶酒生活空间本该是人们聚会,畅聊,舒缓不愉快的地方,能让人放松身心的生活空间就是每家每户的庭院或花园。所以作品是基于舒适休闲的庭院场景元素和代表畅聊的简单图形元素去融合和演变。

南宋诗人陆游诗中“万户捣衣声不住,来迎晓色转轻云,茶烟隐处诗书在,酒意浓时笑语频”,饮茶作为消遣娱乐的雅事再合适不过。在现代高速发展的社会节奏下可以寻一处静心品茶之地,契合时下年轻消费者的需求。入门小径以深色仿古石板铺就白色山水石,在石板底部安装有氛围灯带,灯光衬托下点点星光闪烁。插花挂画、草木翠竹、空旷场地共同构成了让人觉悟放松的空间。入口处为前台和茶

室包间, 考虑到作为建筑临街面, 既要强调室内环境的美观度, 吸引消费者注意到空间并进入, 又要保障空间中使用者的感受, 能感知到外界并与外部环境互动, 但其在空间内的活动等情况能得到隐私保护, 因此设置了独立茶室包厢, 石板路连接着不同的包房, 各室之间采用隔音材质, 不会相互打扰, 为顾客打造舒适的禅静空间(见图 7)。外部包裹了和纸材质的发光灯箱并安装氛围灯达到幽静朦胧的效果。



Figure 7. A rendering of the tea room area  
图 7. 茶室区效果图<sup>®</sup>

开放散座区域充分利用房体高挑高, 采用落地窗极大地引入自然光线, 自然光线透过窗外稀疏树影倾泻于室内, 营造空间通透开放之感。绿植在空间内起到点睛作用, 调和了空间内的工业气息, 强调了室内空间的自然之感。蕨类植物目前普遍运用于商业空间的室内装饰, 其喜阴凉、成活率高、易造型的特质(见图 8)。



Figure 8. The effect of scattered seating area  
图 8. 散座区效果图<sup>®</sup>

#### 4. 总结与展望

时下正处于技术、经济高速发展时期, 5G、AI、基于大数据挖掘的互联网技术正在重塑人、技术/人造物与环境三者之间的关系。技术发展所带来的变革正在深刻影响着人类生产生活的方方面面。商业空间在此背景下也展现出融合发展的趋势, “酒吧 + 咖啡”、“买手店 + 咖啡”、“日料店 + 杂货铺”等多种不同领域“商业+”模式逐渐形成规模, 如此类混合商业模式的运作无疑更适宜当今社会发展的快节奏, 更适用于消费者的多元需求。

本项目以可供性理论视角对项目场地进行量化分析, 结合消费者的主体需求, 理清茶酒空间环境与使用者之间的关系。同时提取茶文化与酒文化元素进行融合, 在满足空间功能性的基础上寻找茶酒空间

设计风格融合的具体设计方法。“商业+”模式可以有效地避免传统行业中的不足,例如,酒文化作为西方舶来品,酒吧的发展历史在我国并不长久,基本由沿海向内陆拓展,在经济繁荣夜生活较多的地区发展较好[7]但酒文化属性更凸显其娱乐和消费性质,对于消费者对精神文化需求满足的手段单一,只有将自身产品与当地特色进行有机结合,更能满足当代消费者物质和精神体验双重层面的消费需求。

## 注 释

①图 1、图 2 来源:作者拍摄、自绘

②图 3 来源:网页引用

[https://yangbo.cctv.com/2017/11/23/PHOANKVngfR9xQXnKirwVN3d171123.shtml#DwJPgouRdsxt171123\\_1](https://yangbo.cctv.com/2017/11/23/PHOANKVngfR9xQXnKirwVN3d171123.shtml#DwJPgouRdsxt171123_1)

③图 4~8 来源:作者自绘

## 参考文献

- [1] 董鹏. 茶酒产业结合的创新模式探讨[J]. 中国酒, 2023(4): 55-57.
- [2] 苏剑鸣, 张勳媛. 环境可供性视角下的儿童友好型住区公园优化策略研究——以合肥市望湖公园为例[J]. 建筑与文化, 2022(2): 240-243.
- [3] 叶露, 王亮, 王畅. 历史文化街区的“微更新”——南京老门东三条营地块设计研究[J]. 建筑学报, 2017(4): 82-86.
- [4] 李秋元. 历史文化商业街区商业业态特征研究——以南京市老门东为例[J]. 大众文艺, 2019(8): 249-250.
- [5] 吴秋发, 吴隽童. 雅致[J]. 检察风云, 2017(18): 94-95.
- [6] 陆天宁. 明清画家创作隐逸题材的条件与关系[D]: [硕士学位论文]. 天津: 南开大学, 2018.
- [7] 李博峰, 丁山. 浅析酒吧的设计理念[J]. 家具与室内装饰, 2014(10): 90-91.