

从扎哈到 OMA：解构主义商业空间实践及设计语言谱系

张紫韵 魏 晗

景德镇陶瓷大学 江西 景德镇 333403

【摘要】：在当代商业空间设计演进中，解构主义已从理论思潮转变为重塑城市消费图景的重要实践力量。以扎哈·哈迪德建筑事务所与大都会建筑事务所为代表的先锋设计机构，是解构主义从理念走向现实的关键推动者。本文以两大设计机构为主线，梳理其理论根源：扎哈的设计思想深受俄国构成主义与至上主义影响，库哈斯及其团队则根植于荷兰结构主义与解构哲学。通过研究二者标志性设计语言，从参数化流体美学到程序化叠置策略，探讨先锋建筑形式如何与品牌叙事、消费行为、城市机能等商业逻辑融合互动。研究揭示，这些先锋设计不仅打造出极具视觉冲击力的城市地标，更重新定义了商业空间的体验本质与社会价值，完整呈现了解构主义在商业消费领域落地演进的路径。

【关键词】：解构主义；商业空间设计；扎哈·哈迪德；库哈斯；设计语言谱系；参数化设计

DOI:10.12417/3041-0630.26.09.074

引言

二十世纪下半叶以降，建筑思想经历了从现代主义对普世秩序的信仰，到后现代主义符号游戏的调侃，直至解构主义对中心、等级与稳定性的根本性质疑。雅克·德里达对解构主义的哲学文本的解读，通过彼得·埃森曼、伯纳德·屈米等理论家的转译，为建筑学注入了一种以破碎、偏移、分裂、碰撞为核心的操作方法。然而，解构主义建筑在早期多以中小型文化建筑或实验性住宅示人，其与庞大、务实且利益导向的商业世界似乎存在天然隔阂。

全球化与消费社会的深化，催生品牌对“差异性”与“体验性”的极致追求。商业空间不再只是货物交易容器，而是品牌价值媒介、城市活力催化剂与大众文化现场。在此背景下，以 ZHA 和 OMA 为代表的先锋事务所，凭鲜明形式语言与理论根基突破界限。其商业项目并非简单套用形式，而是设计哲学适配商业需求的创造性应答，形成风格迥异的设计谱系。本文梳理两大谱系理论源流、实践语言，探究先锋理念与商业逻辑的复杂共生。

1 理论谱系溯源：两种“解构”的路径

尽管常被一同归入“解构”的广义范畴，ZHA 与 OMA 的设计思想实则源于不同的历史与理论脉络，这从根本上塑造了它们各异的设计语言。

1.1 扎哈谱系：从俄国先锋派的动态乌托邦到参数化流体

扎哈·哈迪德的设计哲学，根植于二十世纪初的俄国构成主义与至上主义。马列维奇的抽象几何构图、塔特林“第三国际纪念碑”的动力学构想，为扎哈带来打破欧几里得几何静态秩序的原始冲动。她早期手绘图如“香港之峰俱乐部”，布满锐利斜线与动感线条，这并非随意的形式游戏，而是对城市、地景力量的图示转译与建构性解构——不为虚无破坏，而是打破

旧秩序，建立契合现代流动性的新空间秩序。此后德国维特拉消防站，完美诠释解构主义精髓，摒弃传统建筑的稳定、封闭与静态感，尖锐混凝土墙体如同飞驰板块、舒展羽翼，动态感十足地交错穿插。锋利墙体切割界定内外空间，形成富有张力的流动空间。这里没有直角与稳定参照，身处其中能直观感受空间的扭曲与动势。该项目让她从理论走向实践，开启辉煌职业生涯。

进入数字时代，这套设计脉络结合参数化工具，形成标志性“流体美学”。Rhino+Grasshopper 等软件，将她手稿中奔放的动态能量精准落地，打造出连续曲面、渐变拓扑与无缝整体形态。这便是 ZHA 核心设计语言：解构重力与刚体视觉逻辑，打造仿自然流变、极具张力的液态建筑。应用于商业项目时，可营造沉浸式未来感官场景，让消费者置身于别样叙事之中。

1.2 OMA 谱系：从荷兰结构主义到“程序”驱动的都市场策略

雷姆·库哈斯领导的 OMA，其思想底色是荷兰结构主义的理性传统与德里达式解构哲学的混合体。库哈斯深受其师赫尔曼·赫茨伯格的影响，后者强调建筑的社会责任与空间使用的灵活性，但 OMA 将其推向了一个更复杂、更矛盾的维度。同时，库哈斯在成名前，就以《癫狂的纽约》一书震惊建筑界，他提出的“拥挤文化”与“曼哈顿主义”，奠定了他将建筑视为容纳并激发都市复杂性的“人工地景”这一观念。这本书不是历史书，而是一部“retroactive manifesto”，即追溯性宣言，将曼哈顿网格作为一种释放欲望和可能性的“科幻”机器来解读，奠定了他对大都市、密度、拥挤文化的着迷。

因此，OMA 的“解构”更侧重于对建筑类型学与固定功能关系的批判。他们不追求 ZHA 那种视觉上统一的流动性，而是热衷于并置、交叉、重叠原本不相干的项目、功能与空间片段，通过精心“安排”其间的冲突与紧张，来创造前所未有的公共性与事件潜力。其设计常源于对项目“程序”（Program）——

即功能清单与社会关系——的极端分析，并通过图表（Diagram）这一核心工具进行转译与操作。OMA的解构，是一种策略性解构，其形式是内部逻辑被外力挤压、折叠后的外在显现，充满了智性的清晰与偶发的趣味。

2 设计语言的商业实践：案例解码

两大谱系的理论差异，在其商业空间实践中得到了淋漓尽致的体现。

2.1 ZHA 谱系：创造“未来目的地”的沉浸式奇观

ZHA的商业项目，旨在将购物或办公体验提升为一次进入未来图景的“旅程”。

北京望京 SOHO（2014）是扎哈在中国最具标志性的建成作品，也是北京城市天际线的亮点。它不只是一座建筑，更是融合设计、商业与城市活力的综合体。和扎哈早期尖锐、碰撞的解构风格不同，望京 SOHO 展现了她后期更成熟、流畅的参数化设计与液态建筑风格。设计灵感源自北京周边的山峦与河流，三座塔楼像三座相互掩映的山峰，蜿蜒的外立面模仿流水侵蚀的痕迹，满是自然动感，底部商业空间也与城市广场自然衔接。动态形态既塑造了独特的城市形象，内部中庭与流线也顺着曲面墙体形成舒缓引导，商业空间设计成连续的探索性空间，贴合 SOHO 中国打造高端办公与商业社区的需求。

首尔东大门设计广场（DDP，2014）集博物馆、展厅、商业零售于一体的综合文化商业中心，尽显扎哈“无缝”美学。建筑以“流体像素”为核心，通体由流畅曲线曲面打造，巨大银色曲面铺满场地，宛若外星飞船落于老街，又似自然雕琢的巨石，未来感与视觉冲击力十足，象征创意与流动。内部打破楼板、墙体、天花的传统界限，形成洞穴式连续空间。商业功能融入流体形态，购物不再是刻意之举，而是漫步未来地景的意外收获。DDP 让东大门从批发市场变身全球设计旅游地，达成文化与商业价值双赢。

对比北京望京 SOHO 与首尔东大门设计广场，能清晰看出扎哈·哈迪德标志性的大型商业空间设计语言。她的设计不只是震撼的外观，更是以流动空间重塑商业体验的系统策略。她打破传统“盒子式”商业空间，消解建筑边界，墙、顶、地平滑过渡，室内外界限模糊。两处建筑均少见笔直走廊与规整店铺，空间连续流动，通过曲折界面自然引导人流，延长停留与探索时间，增加商业曝光的随机性。建筑城市肌理连接，商业空间不是孤岛。望京 SOHO 的裙楼与广场、DDP 与公园及周边市场的无缝连接，将商业活力“泵送”到城市中，同时也将城市人流吸入内部。

2.2 OMA 谱系：编排“都市剧场”的程序化叠置

OMA 的商业与文化商业项目，更像一个精心编排的都市

微缩模型，其中冲突与并存本身即魅力。

普拉达基金会（米兰，2015）：虽然本质是艺术基金会，但其大量公共活动、酒吧、书店等功能使之成为一个高级的文化商业复合体。OMA 没有新建一个标志性建筑，而是对一座 1910 年的工业蒸馏厂进行了“外科手术”般的介入：插入一个光洁的波浪形混凝土大厅，将一个仓库包裹在金箔般的叶片中，在屋顶加设一个悬浮的玻璃展厅。新与旧、光洁与粗粝、封闭与透明被并置在一起，历史层次与当代干预形成戏剧性对话，在“新”与“旧”的两种极端状态之间创造一种充满张力的新旧模糊的混合状态。商业空间，如酒吧、书店被置于这些充满张力的空间节点，消费行为被提升为参与一场持续进行中的文化考古。

台北表演艺术中心（TPAC，2023）：该项目虽以表演为主，但其巨大的公共环流“球体公共回路”和嵌入的商店、餐饮，使其成为城市级的公共商业节点。OMA 将三个剧场像宇宙飞船一样插入一个中央立方体，部分剧场甚至悬浮于地面之上，这个造型极具未来感和机械感，清晰宣告了其内部功能的构成逻辑。最革命性的是，一条贯穿建筑、连接所有功能的公共路径，允许公众在不购票看戏的情况下，也能穿梭、驻足、消费，观察剧场的后台与前厅。这彻底打破了剧院“演出时开放、非演出时封闭”的传统，将其转变为“全天候的文化机器和城市景点”，将其转变为一座 24 小时活跃的都市立体广场。商业活动在这里成为公共流线自然滋生的一部分，是都市活力的见证者与催化剂。

OMA 的设计逻辑，核心是拆解重组项目秩序与城市关联，构建自带内在张力的复杂体系。形式由策略而生，商业是盘活公共生活的关键，也是建筑融合商业与城市规划的落地表达。其设计不追求表象美感，而是让商业更高效、更有影响力，贴合当下城市生活与消费模式。落地的不只是建筑本身，更是引流造势、焕新品牌、激活城区的完整方案。作品视觉质感虽不及扎哈那般在视觉上浑然天成，但概念表达更犀利，对现实城市问题的介入也更直接深刻。

3 先锋形式与商业逻辑的共生策略

两大事务所的成功，绝非仅是艺术上的胜利，更在于他们发展出一套将先锋形式“兑换”为商业与社会价值的精密策略。

3.1 品牌价值的空间赋形与溢价

高端品牌如普拉达、地产企业如 SOHO 中国，选择先锋建筑事务所合作，本身就是强效品牌营销。扎哈流畅的曲线，代表着未来感、创新与奢华；OMA 理性复杂的拼接，象征批判思维、文化底蕴与都市思考。建筑成为品牌的核心表达，以独特造型塑造专属稀缺性，切实拉高资产价值、租金收益与品牌黏性。

3.2 体验经济下的空间叙事与消费延时

在体验经济时代,商业空间的核心产品是“记忆”与“分享”。ZHA创造的沉浸式奇观环境,鼓励游客探索、拍照、在社交媒体传播,极大延长了停留时间,将一次性消费转化为深度体验。OMA创造的充满发现乐趣的复杂空间,则满足了当代消费者对“探索”与“解读”的渴望。两者都成功地将购物从交易行为,重构为一次空间叙事的参与过程。

3.3 城市更新与流量引擎

无论是ZHA的DDP对东大门区域的整体提升,还是OMA的台北表演艺术中心对士林夜市区域的活化,这些项目都扮演了城市催化剂的角色。它们以强大的建筑形象和创新的公共空间策略,吸引全球目光与本地人流,带动周边地块价值,激活城市休眠区域。其商业成功,与对城市的社会贡献紧密绑定,实现了商业利益与公共价值的双赢。

4 结语

通过对ZHA与OMA两大解构主义谱系的梳理与比较,我们可以清晰地看到,当代最前沿的商业空间设计,已然超越了单纯的风格选择,进入了深层的哲学思辨与策略构建层面。

扎哈·哈迪德谱系,从俄国构成主义先锋派的动力美学出发,借助数字技术,创造了以“流动、解构、未来、有机”为特征的、整体化的未来奇观;而OMA谱系,从荷兰结构主义与解构哲学中汲取养分,发展出以“理性分析”为基础的、策略性的都市装置。前者将商业空间塑造为自成一体的目的地,后者则将其编织入城市复杂的肌理之中。

它们的实践共同证明,先锋建筑与商业逻辑并非悖论。当深刻的设计哲学与对消费社会、都市文化的敏锐洞察相结合时,便能催生出既具批判性又具赋能性的空间产物。这些空间不仅满足了品牌对差异化的渴求,更以建筑学的专业力量,重塑了公共生活的品质,定义了城市的时代面孔。

展望未来,随着可持续性、数字孪生、元宇宙等议题的深入,商业空间的设计将面临更多维的挑战。ZHA谱系可能进一步探索参数化设计与生态性能的深度融合,创造真正“智能”的流体空间;而OMA谱系或许会更专注于在虚拟与实体交织的语境下,重新定义程序、公共性与事件。无论如何,由扎哈、库哈斯等人开创的这种将理论谱系、设计语言与商业策略深度绑定的创作模式,将继续指引商业空间设计突破边界,驶向未知而又激动人心的未来。解构主义在商业场域的故事,远未结束,它正在被不断重写与续写。

参考文献:

- [1] 王晨曦.21世纪全球数字化进程下的解构主义建筑——以英国扎哈·哈迪德的建筑作品为例[J].浙江工艺美术,2024,(12):154-156.
- [2] 张玲,邵轲彬,陶伊奇.颠覆传统的建筑设计理念与实践——雷姆·库哈斯与OMA建筑事务所[J].世界建筑导报,2022,37(3):64-67.
- [3] 陈鸿雁.从哲学到空间的延续——解构主义思想对设计实践的启发[J].美术学报,2020,(6):33-39.