

锦沧文华有了全新『颜值』和升级『功能』

助推南西国际商圈升级飞跃



塔楼+裙楼、石材+玻璃，延续“挺拔向上”之气

锦沧文华广场位于的南京西路 1225 号,颇有历史渊源,原址为建于 1900 年的沧州饭店,这里曾接待过孙中山、郭沫若、梅兰芳和程砚秋等名流,杜威和泰戈尔等世界文化名人也曾到访,是中国近代史的见证者。

1990 年,锦沧文华大酒店在沧州饭店原址开业,是上海最早的 7 家星级酒店之一。“锦沧文华”的名字,由锦江饭店、沧州饭店和新加坡文华酒店三大品牌名组合而成。

这个 122 年的历史保护建筑,见证了上海的传奇、繁华、发展和腾飞。杨健说,对广场的改建,也肩负着对上海历史记忆的传承。作为城市文化的传承者与见证者,广场在场景建构上寻求与都市群体的“情感共鸣”与“气质认同”。

为了能更好的传承和延续锦沧文华大酒店的设计风格,设计团队还专门前往新加坡拜访了目前已经 80 多岁高龄的酒店设计师,因此广场的设计依然延续了之前“石材+玻璃”的主材基调,延续了建筑遗产一种“挺拔向上”之气。

为了在其历史风貌的基础上重塑空间功能,宝华集团携手国际顶尖设计团队 Gensler、Greenberg Farrow 及 Lead8,对整体楼宇及地下空间进行再改造。在地面空间,创造了从街道到塔楼的城市活动层,设计的核心区域将塔楼和裙楼连接在一起。杨健说,“建筑设计的灵感启发,来源于老建筑的叠层方式。我们要创造一个城市街景,将典型的城市零售街区重新定义为人性化的尺寸,因此允许在多个层面上与店铺进行更大的连接,这样的设计划分,增强了户外公共空间,从而形成全新的商业空间。”

质感丰富的石材、挺拔的金属线条、细腻灯光贯穿购物中心,衬托出大气且风尚感的气质;静态空间与动态空间的交叠,营造出动感、个性的商业动线。由于南京西路人流量大,广场沿着南京西路加大了零售商铺橱窗的可见性,同时将办公楼入口重新定位到建筑体的后方区域。而 17 个楼层的办公楼,3.3 米的层高,在上海的甲级写字楼里,无疑也是少见的。在地下空间,原本只有地下 1 层能容

记者 钱鑫

122年前,1900年,南京西路上的沧州饭店,见证了老上海的繁荣与传奇。

32年前,1990年,上海锦沧文华大酒店建成,这是上海最早的五星级酒店之一,是上海改革开放与城市国际化的缩影。

10年前,2012年12月,上海宝华集团收购上海锦沧文华大酒店,保留原来的“锦沧文华”四个字,命名为“上海锦沧文华广场”。决定在改造同时,赋予这座建筑新的城市功能。为顺应南京西路商圈升级,将原先单一的酒店业态,转变为“高端办公+商业综合体”复合业态。在保留其建筑精髓的同时,赋予了这座建筑焕新的面貌和全新的城市功能。

2022年8月18日,JC PLAZA 锦沧文华广场对外焕新亮相。宝华集团副总裁——杨健先生在接受《新闻晨报》记者独家专访时,讲述了宝华集团在城市更新之路上的心路。他透露说,JC PLAZA 锦沧文华广场将原先单一的酒店业态,转变为“3.5 万平方米的高端办公+2 万平方米的商业综合体”复合业态。

作为上海城市更新的重点地标项目,宝华集团致力于打造一座“新、海派灵感生活目的地”。JC PLAZA 锦沧文华广场的出现,也使得南京西路在已形成的以梅龙镇、中信泰富、恒隆为组团的东西三角,以芮欧、嘉里、久光为组团的西金三角之间,又形成了一个以锦沧文华广场、波特曼酒店、上海展览中心为组团的中金三角,三点连线的新格局,也进一步促进了南京西路国际商圈业态和功能的持续提升,进一步促进了消费潜力的释放,也契合着上海打造国际消费中心城市的愿景。



纳 30 个车位,通过再次开发往下延伸,开发出地下 3 层的地下空间,车位也增加到近 300 个。

历时 10 年,锦沧文华广场终于迎来了焕然一新。

潮奢品牌,凸显独特、个性和创新

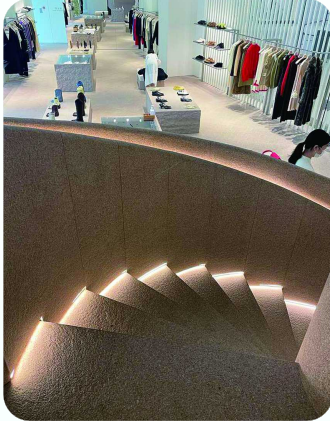


的气质代表着无尽可能,是对理想的向往,是对前卫生活方式的探索。

摩登与练达典范的高端奢华品牌 JIL SANDER 致力于优雅与纯粹的设计,Jil Sander 被誉为“一代简约宗师”,其去繁求简的风格,所带来的穿搭高级感收获了一大批粉丝的追随。尤其在经历了全球疫情肆虐的环境下,简约美学的风潮似乎更能反映出当下都市人的心境,也因此成了年轻一代心目中“奢侈”的另一个代名词。摩登与练达兼具的高端奢华品牌 Jil Sander 将材质创新与卓越工艺巧妙融合。此次上海旗舰店则是继东京表参道旗舰店(Omotesando)和巴黎蒙田大道旗舰店(Paris-Avenue Montaigne)之

后,Jil Sander 创意总监 Lucie 和 Luke Meier,携手英国著名设计师 John Pawson 的又一力作。秉承品牌简约、洗练的美学特征,整个旗舰店的室内设计和陈列均高度展现了品牌的纯粹美学,利用光线、色彩、线条和材质之间的完美韵律和微妙平衡。

AMIRI 为高街摇滚演绎极致型格,将极致的工艺与洛杉矶音乐和街头文化融为一体,采用优质面料缜密剪裁而成,以奢华工艺点缀,每一个设计细节都成为品牌的符号。此外,还会有独家售卖的上海胶囊系列,经典的 AMIRI 元素以深海军蓝色调进行重新构想,点缀银箔 logo 图案,让人产生无限想象。



锦沧文华广场对面就是恒隆广场和中信泰富,面对这两家全中国最奢侈的高端商业体,锦沧文华广场如何进行错位竞争?不久前,在社交媒体上,一位时尚博主的一张美图,引发大家关注:在 Amiri 复式店的二楼,并没有摆得满满当当的商品,店铺中间是一张色彩鲜艳的桌球,两位顾客一边打着桌球,一边悠闲地喝着咖啡,一边欣赏着城市灿烂的落日。

记者发现,Maison Margiela,MARNI,JIL SANDER 和 AMIRI 这四家品牌均为复式商铺;其格局也大致相同,一楼为商铺,二楼都拿出相当空间打造出一个生活空间:AMIRI 店铺二楼打造了限定款的 AMIRI 台球空间,绿意葱葱的加州植物和温软舒适的绒面地毯,让大家



潮在时尚空间里,看城市的落日

可以在繁忙的都市生活中,找到一片小小的精神净土和休憩之地,这次在店铺还展出了中国艺术家李仲实富有表现力和抽象感的画作,作为室内空间的一部分,与 AMIRI 的加州设计美学和情感逻辑融为一体。

Maison Margiela Café 二层运用粗糙朴质的线条和材料,营造出街边小酒馆的温馨舒适氛围。白色帆布座椅与弧线型抱枕、由凝灰石拼砖打磨而成的内凹式圆柱矮桌,呼应着周边空间里彼此分离的石膏立柱,强化了品牌的视觉语言。

MARNI 与建筑师 Wilson 兄弟以及 Brinkworth 室内设计工作室共同打造了“陨石”的艺术空间,不定期呈现不同艺术家的创意思法,



与世界上的“美好之物”邂逅

欧亚大陆的绮丽风光,古巴的黑色容颜火山石,热那亚港口 GIOBAGNARA 的皮革匠人精心缝制的针迹,Lorenzi Milano 工坊里珍珠母的银色光泽,匍匐在烛台上的金色鳄鱼是 Coralla Maiuri 所创造的诗意与惊奇的宇宙,是物与物合奏出的迷人乐章。

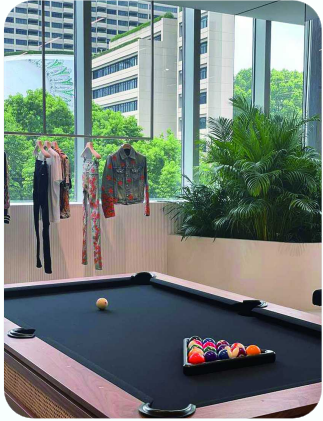
可可·香奈儿曾说过:在一个商业空间中,也许不该让购物的热念驱散了其他想法,而更该是在平和的心境中,仔细观察一只茶杯的细节、材质、色彩或是把手的温润转角,用眼睛、触觉和一切感官去开启对物的感知。

在世界范围内搜索的美好之“物”分布在 Justluxe 的空间之中。每件物背后都是一个独立的小小宇宙,让你经历不同生活场景下的多重感知。3 楼的 Justluxe 线下体验空间,是法国室内设计师 Vladimir Mirabeau 创立的,这位曾在斯特拉斯堡国立建筑学院攻读硕士学位,研究古建筑及其翻新项目的设计师,希望通过这样一处独特的空间,为新一代年轻人创造一个关于时间与空间的体验场域。

Justluxe 的质感家居及生活方式选品,主要来自于有才华的设计师和工匠制作,富有深厚的文化内涵与手工韵味,包括一些微妙的首饰盒、精细的收纳物等质感精品。设计师通过对商品陈列材料的选择,营造出一种身临其境的体验:地板上的地毯带来了舒适和家庭的气氛;墙壁上的涂层给人一种非常光滑和粉嫩的感觉,皮革加上胡桃木的展示增强了奢华的感觉。

店里除了小部分大众耳熟能详的经典品牌之外,大部分都是曾经服务于世界知名百货的资深买手精角,用眼睛、触觉和一切感官去开启对物的感知。

睡在床上,就犹如被云朵包裹,这是怎样一种神仙般的感觉?3楼的



以体现这家概念旗舰店的先锋性。Jil Sander 二楼贵宾室被柔和的色调和毛绒质感包裹,这里还布置着犹如花园般的绿植和花卉装置,可根据季节和服装系列的每月变换更新不同花卉组合。在静谧的更衣间里,富有艺术感的巨型花艺,更让整个空间变身让心灵和思想深呼吸的禅修之地。正如设计师 Pawson 所言,“在这里,你的身心首先感知到的是氛围,而非建筑本身。”

Diego Menarin 介绍说,OTB 旗下有众多品牌,我们想把我们的品牌店,变成消费者的第二个生活空间,在这里大家可以放松自己,享受美好生活。我们想成为时尚的引领者,带大家更多的时尚的生活方式 and 理念。



相关链接

宝华,愿做城市更新的实践者



从西郊的紫薇花园,到普陀的宝华城市之星,再到奉贤的宝华帝华园;从常德名园,到宝华现代城、宝华国际广场再到锦沧文华广场,宝华的每一个作品,都成为这个区域的城市更新的标杆作品。作为一家房企,宝华集团通过做加减法不断优化开发思路,并且融汇贯通,将在住宅开发领域的宝贵经验,应用到城市更新赛道……自 1998 年至今,宝华不仅用匠心筑造了一个个标杆作品,还积极回应时代需求,焕新一个城市地标,迭代着城市能级。

杨健介绍说,随着上海向更高层次演进迭代,城市更新已经成为城市可持续发展的必然选择。在这条全新的赛道上,如何讲好城市更新的故事,则成为房企的时代新课题。

依水而建的颛桥老街,自明代至今已有数百年历史,风貌古朴典雅,人文源远流长,是上海历史文化老镇的代表之一。这片土地也曾街市纵横,商贸云集,但随着时间的推移,原来的繁华早已消散在历史的尘烟里。如今的颛桥老街,只能用“老小旧远”来形容。新时代颛桥老街,不仅肩负着保护和传承历史文化风貌的责任,更肩负着打造宜居宜业的城市更新样板的使命。

按照规划,在颛桥老街原址上将崛起一座集居住社区、商业街区、公园绿地、教育资源等为一体的高品质城市功能区。而承担着提升上海市副中心居住品质的重任,正是体量超过 30 万平方米的颛桥·紫薇花园,这是由宝华集团携手东苑集团、弘久集团共同打造的。作为海派建筑的经典之作,紫薇花园不仅是高品质住宅的典范,更蕴含着海纳百川的海派文化精神。比如,整个项目里面有 4 栋区级保护建筑,宝华通过历史的调研,使其重新焕新,将老建筑平移到幼儿园边上,希望未来的孩子看到这些建筑,能够唤起他们对历史的兴趣。

SAVOIR 店,是 1905 年英国伦敦奢华酒店 The Savoy 创始人 Richard D'Oyly Carte,为了给客人创造更舒适的睡眠体验,联合当时著名的家具制造商 James Edwards 打造的床具,SAVOIR 由此诞生。SAVOIR 的床,被众多名人如丘吉尔、普契尼和玛丽莲·梦露等,认为是最舒适的、犹如云朵一般的床。床全部采用手工制作,材料全部采用天然材料,使用棉麻、弹簧和马尾毛等天然材质,在提供更持久的舒适外,还能吸收水分,提高睡眠质量。为了保证品质,不使用任何合成纤维、乳胶和记忆海绵,因为它们会随着时间的推移快速变质。

系列高端餐饮食肆的不断入驻也为 JC PLAZA 注入了新的活力,如连续多年保持黑珍珠三钻、米其林一星的菁莪荟;用心为每位食客呈现纯正本帮料理,并曾连续三年蝉联米其林一星餐厅的鹿园 MOOSE;将传统日式料理与西式料理优质结合的隐山料理等,它们为南京西路商圈的美食地图增添新的奢华选择。此外,更多具有创新、健康、独特理念的餐饮品牌也将陆续官宣入驻。

宝华中心项目坐落于大宁 CBD 核心位置,由一栋 27 层的国际 5A 甲级写字楼、一栋 19 层五星级万豪酒店组成,是宝华集团继成功运营甲办宝华国际广场后,于广中西路上的又一力作,而这—由宝华全资全程操作的项目,目前也已满租;上海杨浦五角场 CBD 板块,因汇聚众多世界 500 强企业而颇受外界瞩目,而国正中心项目也坐落于此。其由三栋高层写字楼和两栋多层商业楼组成。

而位于静安区的锦沧文华广场,则是宝华集团第一个商业项目,通过整整十年时间将磨一剑。在前期,宝华花了 4 年的时间做方案,在保留其基本的建筑元素的同时,提升它在城市空间里面的价值。如今的锦沧文华广场,是一个商业+办公的综合体,为实现高端办公需求,宝华通过四层变三层的方式,将原主楼 3.2 米建筑层高,改建为 4.5 米建筑层高。目前,包括 LVMH 集团旗下的 DIOR 等多家 500 强企业入驻办公楼。杨健介绍说,将“通过不同维度诠释灵感生活宣言与主张,潮领城市精致商业的新态度。”

业内人士认为,作为一个房企,宝华集团能“读懂土地需求”、“找准着力点”及“坚持以人为本”。不仅如此,作为城市运营商的宝华集团,已相继打造了静安宝华中心、宝华越商大厦、宝华国际广场、宝华城市晶典等众多商办作品。宝华选择商业项目,除了企业自身发展需求之外,更多的是从城市运营角度出发,希望通过焕新城市建筑,提升区域能级等多个方面为城市做出更多贡献。

杨健认为,作为城市运营者,宝华“不做产品做作品,不跟潮流引潮流”,宝华不仅仅焕新一个居所,更是通过焕新地标,成为了城市更新实践者。

房地产行业正处在剧变时代,对房企来讲,如何准确把握变化的趋势和趋势的变化,成为未来发展中的必修课。随着城市发展逐步由粗放式扩张转向内涵式增长、从增量开发转变为存量开发,城市更新不仅是未来的发展趋势,更是房企寻求高质量发展的新战场。

