

基于建筑设计的内容策划与项目管理融合研究

陈 菲

中国建筑设计研究院有限公司, 北京 100000

[摘要]本研究立足建筑设计视角, 探寻内容策划与项目管理在建筑项目全生命周期内的深度融合方式。当前社会对建筑的需求已从单一功能性朝着复合性与体验性方向转变, 建筑设计因此不再局限于空间构建, 而是成为内容策划、文化表达与用户体验的综合体现, 通过剖析典型更新街区及公共艺术项目案例, 本研究阐明在项目启动阶段如何清晰界定目标客群与使用场景, 并借助项目管理方法保障策划内容的落地实施, 研究指出, 建筑师需具备跨界思维, 将内容策划与管理策略融入设计各环节, 进而提升建筑的社会价值与文化影响力。

[关键词]建筑设计; 内容策划; 项目管理; 公共艺术; 城市更新

DOI: 10.33142/ect.v3i9.17878

中图分类号: F407

文献标识码: A

Research on the Integration of Content Planning and Project Management Based on Architectural Design

CHEN Fei

China Architectural Design & Research Group, Beijing, 100000, China

Abstract: Based on the perspective of architectural design, this study explores the deep integration of content planning and project management throughout the entire lifecycle of building projects. The current society's demand for architecture has shifted from single functionality to complexity and experiential direction. As a result, architectural design is no longer limited to spatial construction, but has become a comprehensive reflection of content planning, cultural expression, and user experience. By analyzing typical updated block and public art project cases, this study elucidates how to clearly define the target audience and usage scenarios in the project initiation stage, and use project management methods to ensure the implementation of planning content. The study points out that architects need to have cross-border thinking, integrate content planning and management strategies into all aspects of design, and thereby enhance the social value and cultural influence of buildings.

Keywords: architectural design; content planning; project management; public art; urban renewal

引言

建筑设计不仅承担着物理空间的塑造任务, 更肩负着文化与社会价值的承载使命, 伴随城市更新进程推进与公共空间需求增长, 建筑项目需在初期阶段就明确服务对象与内容方向, 内容策划为建筑注入文化内涵与市场吸引力, 项目管理则为策划意图的高效落地与执行提供保障。二者的有机结合, 不仅能够增强建筑项目的社会影响力, 还可助力其发展成为具有广泛关注度的文化与商业项目, 本研究采用理论分析与案例研究相结合的方式, 探究建筑设计领域中内容策划与项目管理的融合路径及实践经验。

1 建筑设计中的内容策划逻辑

1.1 内容策划的内涵与特征

在建筑设计领域, 内容策划并非仅作为辅助性附加环节存在, 而是需从项目启动阶段便确立的核心思考模式。其本质是回应“建筑落成后服务于谁”“怎样使用”“能否吸引并留存目标人群”这类关键问题, 相较于传统设计仅着重强调功能与美学, 内容策划更注重文化叙事、商业逻辑和社会影响力的有机融合, 在城市更新项目里, 单纯对物理空间展开改造, 往往难以让区域活力得到激发, 而借

助内容策划, 可将地方历史、社区文化、潮流元素整合起来, 使建筑不单是物理层面的存在, 更成为承载各类活动与故事的平台, 它具有跨学科整合、持续性更新以及对市场与用户需求敏锐捕捉的特征, 注重在空间规划过程中预先设置“事件”与“体验”, 让建筑本身拥有成为文化现象的可能性。

1.2 目标用户群体与需求分析

确定目标用户是内容策划过程中的关键部分, 同时也是项目管理在前期必须做出的判断。不同的用户群体, 会使建筑在功能、形式以及运营模式上呈现出极大差异, 面向年轻群体的商业综合体, 通常需要融入艺术装置、潮流市集和社交空间, 以此满足该群体消费与打卡分享的双重需求; 而服务于社区居民的更新街区, 则更看重公共设施的完善程度以及日常活动开展的便利性, 以成都太古里为例, 该项目精准定位年轻消费群体, 在空间内融入艺术展览、公共艺术小品以及街区化商业体验, 使其不再局限于购物场所, 更成为社交活动与文化事件的发生之地, 借助细致的用户画像分析, 设计师与管理者能够预判用户的心理状态和行为模式, 进而在建筑中植入适宜的功能与内容,

让空间实现差异化竞争，同时持续吸引人流。

1.3 内容策划在建筑功能定位中的作用

内容策划不仅决定着建筑的使用对象与吸引力，还对其功能定位和运营逻辑产生直接影响。缺乏内容策划支撑的建筑，常常会面临“建成后即空置”的难题；而经过系统策划的建筑，在竣工之后能够快速进入活跃状态，以上海新天地改造案例来说，其在功能定位中加入文化展览、艺术表演和创意商业元素，让原本的旧街区在更新后成为具有广泛影响力的城市名片，便是典型例证，内容策划在功能定位方面的作用，不只是静态的空间分配，更是动态的运营逻辑规划：建筑成为持续举办各类活动的舞台，项目管理则确保这些内容能够长期、稳定地推进，通过这样的融合，建筑不再是冰冷的空间载体，而是能够不断创造文化价值与经济效益的社会平台，这种模式的成功，为城市更新以及公共艺术融入建筑提供了借鉴，即在项目前期就将功能与内容结合起来考量，才能保证建筑在后续使用中具备持久的生命力。

2 项目管理在建筑全周期中的应用

2.1 项目初期的可行性与目标设定

建筑项目管理的关键在于从项目初期就明确可行性与设定目标，这一阶段除了要开展技术与资金方面的评估，还需结合内容策划思维，解答建筑建成后“服务于谁”以及“如何使用”的重要问题。项目在立项阶段若目标模糊，往往会导致后期设计与运营方向出现偏差，造成资源的浪费，以北京 751D·PARK 改造案例为例，该项目在初期就确定文创从业者与年轻游客为核心用户群体，所以在可行性研究中，重点探讨了艺术展览、创意工作室与休闲商业的融合，这种以目标为导向的做法，使得后期的空间设计与招商策略保持统一，进而让该街区成为首都文化创意产业的重要代表，由此可见，前期的目标设定不只是数字化的可行性研究报告，更是关系到建筑未来发展活力的战略性判断。

2.2 项目执行中的进度与成本控制

项目执行阶段，进度与成本控制是项目的核心内容，但要是缺乏内容策划的配合，项目很容易陷入“只关注建成而忽视运营”的困境。优质的管理不仅要按照时间和预算完成建筑建设，更要保证策划的功能与空间逻辑能够准确落实，以广州太古仓旧码头改造项目为例，该项目在执行阶段充分考虑了公共艺术与休闲功能的融入，为确保艺术展区与商业区之间的互动效果，项目团队在施工过程中采取了分阶段开放与灵活调整的策略，避免了传统施工“一次性完成”所带来的僵化问题，将进度控制与内容需求相结合，不仅减少了因返工产生的额外成本，还提高了项目完成后的整体吸引力，这表明建筑项目管理在执行环节需要同时兼顾效率与创新性，在把控施工节奏和预算范围的同时，确保策划理念不打折扣。

2.3 项目后期的评估与运营管理

建筑项目建成并不意味着管理工作的终结，相反，后期的评估与运营才是检验策划与管理工作是否成功的关键环节。评估内容不仅包含经济效益，还应涉及用户体验、社会影响以及文化价值等方面的考量，以成都宽窄巷子改造案例为例，在改造完成后的运营管理过程中，通过不断引入公共艺术装置与文化展览，维持了游客的新鲜感和媒体的持续关注，使其不仅成为传统街区更新的范例，更成为具有广泛影响力的城市符号，这样的成功源于持续的管理与动态的内容更新，而非一次性的建筑交付，项目后期管理要求团队持续跟踪用户需求的变化，在必要时对空间功能进行重新策划与投入，让建筑能够随着时间的推移始终保持活力，因此，评估与运营管理不只是延续性的维护工作，更是建筑生命力得以再生的过程。

3 内容策划与项目管理的融合路径

3.1 项目策划阶段的协同机制

项目策划阶段，内容策划与项目管理的协同配合是决定项目最终成败的重要基础。传统建筑项目常将策划与管理工作分割开展，致使策划内容缺乏实际执行条件，或管理目标忽略文化传递与用户需求满足，而真正达成成功的建筑项目，需在策划工作启动初期构建跨学科协同机制，推动设计师、策划团队与项目管理者共同参与流程，以深圳华侨城创意文化园为例，其在初期策划环节便邀请艺术家、商业运营方及社区代表共同参与讨论，最终形成既契合用户需求又具备商业落地可能的整体方案，借助在前期搭建协同机制，项目管理者可将策划中的创意构想转化为可落实的目标与时间规划，策划团队也能向管理层面反馈建议，让项目从启动阶段就拥有清晰的发展愿景与落地路径。

3.2 设计与施工阶段的动态整合

进入设计与施工阶段，内容策划与项目管理的关联需以动态整合形式呈现。建筑并非固定不变的设计蓝图，而是随环境变化、市场波动与用户需求调整不断优化完善的过程，策划思路可能因消费趋势转变、政策方向调整或周边区域功能变动而实时更新，因此项目管理者在该阶段必须具备高度灵活性与前瞻性，在保障施工进度与预算稳定的前提下，还需为策划内容调整预留充足时间与空间，例如北京坊更新改造项目，施工过程中将原本规划的部分商业功能替换为艺术展览与文创空间，项目团队通过科学把控施工节点，同时与设计方保持实时沟通，使新的策划理念顺利融入建筑空间，这种处理方式不仅确保整体工期不受影响，还大幅提升了项目的文化氛围与公众吸引力，此类动态整合避免建筑与实际需求脱节，让项目具备面向未来的开放性与发展性，能够承载更多元的使用场景与文化事件。

3.3 后期运营与持续更新的管理模式

项目后期阶段，内容策划与项目管理的融合主要体现在

于持续运营与动态更新的管理模式构建。建筑并非建成后便可无需后续维护,若缺乏持续的内容补充与灵活的管理机制,很容易在短期热度消退后陷入沉寂,丧失对人群的吸引力,只有不断引入新型文化活动、艺术展览与互动体验项目,同时搭配适应性管理方法,才能维持项目长期生命力与市场竞争力,以上海西岸艺术中心为例,建成后未局限于固定展陈形式,而是持续策划国际艺术展、跨界演出、潮流市集与沉浸式活动,不断吸引新客群,形成稳定文化流量,逐渐发展为城市文化符号,项目管理团队在此过程中发挥关键作用,不仅需实时监控运营数据,评估活动产生的经济与社会效益,还需协调人力、资金与场地等资源,保障更新活动顺利推进,这种模式将内容策划的创意转化为常态化运营机制,让建筑随时间推移持续焕发活力,从单一空间载体转变为可持续创造文化与经济价值的复合平台。

4 典型案例分析与启示

4.1 城市更新街区中的内容策划与管理实践

城市更新街区能否达成成功,很大程度上取决于改造过程中是否融入内容策划与项目管理的协同配合。仅凭借硬件设施的升级优化,难以实现对人群的长期吸引,而通过植入饱含文化气息与生活氛围的内容,街区才能够形成持续不断的活力,以北京南锣鼓巷为例,其在更新过程中并未局限于简单的外立面翻新工作,而是通过引入创意品牌、非遗体验馆以及特色咖啡馆,将历史街区的独特风貌与现代生活方式有机结合,使得更新后的空间成为市民与游客青睐的文化消费热门区域,项目管理团队在这一过程中发挥了关键作用,不仅严格把控改造进度,还积极协调商户类型与功能布局,有效避免因过度商业化引发的同质化问题,这一实践充分表明,城市更新街区的策划与管理工作需重点关注文化植入与生活场景打造。

4.2 公共艺术融入建筑项目的成功案例

将公共艺术融入建筑项目,往往是建筑项目获取“流量密码”的重要途径,它能够为空间赋予鲜明独特的视觉符号与深厚的文化价值,进而快速引发广泛的传播效应。以成都IFS国际金融中心为例,其在设计环节引入了大型攀爬熊猫艺术装置,这一艺术作品不仅成为城市中的地标性景观,更借助社交媒体的传播力量,吸引了大量年轻人前来打卡消费,项目管理团队在实施过程中,充分考量了装置的安全性、施工可行性以及后期维护需求,从而确保该艺术作品既具备较高的观赏价值,又能实现长期稳定的

存在,与此同时,内容策划团队也以熊猫这一城市文化符号为核心,延伸设计出系列商业活动与文化推广方案,使其成为项目整体运营中的突出亮点。

4.3 打造“现象级”空间体验的融合策略

想要打造“现象级”的空间体验,单纯依靠设计的独特性是远远不够的,更需要内容策划与项目管理在多个方面实现深度融合,所谓“现象级”,意味着建筑或空间能够突破专业领域的局限,成为社会大众广泛关注与传播的热门话题,以上海BFC外滩金融中心为例,其在日常运营过程中,不断引入沉浸式艺术展览、音乐节以及夜市活动,并结合滨江区域的景观优势,营造出一个既富有商业氛围,又具备丰富文化体验的综合空间,项目管理者通过灵活的场地调配与高效的执行,确保策划的多样化内容能够顺利落地,并且保持持续更新的状态。

5 结束语

建筑设计的价值并非仅仅体现在空间建造层面,更重要的是通过内容策划与项目管理的深度融合,实现社会效益与经济价值的双重提升,从项目初期的目标设定,到执行过程中的动态整合,再到后期的运营维护与持续更新,内容策划与项目管理始终处于相互辅助、相互促进的状态。通过案例分析可以发现,城市更新与公共艺术的有效结合,能够让建筑超越单纯的物理空间属性,成为具有广泛影响力的文化现象与社会话题,未来的建筑项目应当持续探索跨界协同的模式,注重用户体验与文化表达的有机统一,推动建筑真正发展成为具有长久生命力的社会平台。

[参考文献]

- [1]杨晓,吴艳,苗金铭.基于建筑色彩应用探讨建筑学专业设计色彩教学内容[J].中国建设教育,2024(1):39-42.
- [2]成佩.基于结构内容物性能的复杂工业建筑设计的必要性及可行性研究[J].中国住宅设施,2024(4):52-54.
- [3]姚稷原.以参与式理念为导向的高校博物馆建筑设计研究[D].广州:华南理工大学,2023.
- [4]丁鸣.房屋建筑设计中的防火内容探究[J].江西建材,2017(13):42-47.
- [5]裴伟华.基于使用后评估的城市规划馆建筑设计策略研究[D].长沙:湖南大学,2023.

作者简介:陈菲(1983.9—),女,吉林省吉林市人,满族,大学本科,中级工程师,就职于中国建筑设计研究院有限公司,从事建筑设计管理工作。