从园林营造的角度出发，上海豫园无疑是江南园林美学的集大成者，其空间布局、造景技艺与视觉策略无不体现出古典中国人在审美和生活上的高度融合意识。豫园的空间组织并非线性推进，而是以曲折回环、收放有致的结构引导观者在行走中逐步打开视觉的画卷。园林设计师通过对空间节奏的精妙掌控，使亭台楼阁、山石流水之间形成“步移景异”的感官体验。这一设计理念背后，是一种以观看者为中心的时空组织方式，强调人在场景中的移动与沉浸。在这种组织结构下，最能体现江南园林视觉美学特色的，莫过于“框景”技艺的运用。

所谓框景，即通过漏窗、洞门、轩窗、假山缝隙等构造出特定视角，使观者在特定位置看到“被剪裁”的景致，如同凝固在画框中的一幅山水图。这种构图并非简单的视觉引导，而是一种通过“设定观看”来**制造意味**的方式。它既控制了观看者的观察路径，又引发对“景外之景”的想象，从而增强园林空间的层次感与诗意性。豫园中的框景并不追求全景展示，而更强调**隐与显之间的张力**——一幅风景可能被半掩的竹影遮蔽，也可能在转角后豁然开朗，制造出意外的感官愉悦。这种设计体现了传统江南美学中的“有余不尽”“不即不离”的审美态度，也传达出一种“藏”的智慧，即通过遮掩和切割，反而激发更大的联想空间。

与此同时，园林中的框景并非静态图像，而是通过观者的身体移动得以激活。这与中国传统山水画中的“可游可居可行”原则高度一致。豫园的框景既是形式的构图，更是体验的过程，它将时间性纳入空间之中，建构出一种流动的、可参与的美学结构。简言之，豫园的空间本身就是一场视觉与心理的叙事，它不只是自然之景的再现，而是一种**宇宙观、人生观的空间化表达**。

而与豫园形成对照的是当代城市空间中的造景逻辑，以上海K11艺术购物中心为例，其空间构造虽然也诉诸视觉层次与东方意象，但其框景手法却指向截然不同的审美逻辑。K11在视觉设计上大量引入“自然”符号，如水体、竹林、石桥、镜面、灯光雾化等元素，以构建出一种可供拍照、传播与消费的“意境美”。这些设计无疑借用了江南园林的视觉母题，但其最终指向却并非内省式的美学经验，而是外向的观看机制，是“可打卡、可转发、可装饰”的消费性空间。

在K11中，框景的功能从“制造观看的深度”转化为“制造可拍照的点位”。那些“窗—景”关系不再是内在叙事的中介，而是成为了**感官刺激的引爆点**。例如，某处镜面反射出的竹影或某个装置制造的“拱门取景框”，虽然形式上模仿园林构图，但其根本目的并非引导沉思或构建时空的诗意，而是为拍照者提供最佳视觉构图，让照片中的自己成为画面的中心。这种空间逻辑的转换，是“观看世界”向“观看我观看的世界”的转变，传统园林中的审美观看被转化为社交媒体中的形象生产。

更进一步，K11的框景行为其实建立在一种“舞台化”的空间构造之上。空间的层次与构图服务于拍照、记录与再传播，其视觉语义被简化为“有趣”“漂亮”“精致”“东方感”这些标签。空间不再诉诸延宕与沉思，而追求即时的满足与视觉的强烈冲击。这种造景方式的底层逻辑是当代视觉文化的“消费性时间结构”——即一切都要迅速被捕捉、打包、消费、替换，而非细致地展开与反复品味。正如德波所言，这是一种“景观社会”，而K11正是景观社会中的微缩景点。

与之相比，豫园的框景所提供的并非一种“图像”，而是一种通向意义的路径。它不是为了“拍照好看”，而是为了“走进去，慢下来，感受其中的时空呼吸”。在豫园中，景是可以被凝视、被驻足、被回味的；而在K11中，景更像是一个背景板，是为了让人的形象成为焦点而被组织出来的视觉装置。二者在框景手法上虽有形式重叠，但其空间伦理、审美节奏与观看主体的位置早已发生了深刻的转变。

这种对比不仅反映出传统与当代在空间美学上的差异，更深层地揭示了我们如何从“世界的凝视者”转化为“影像的生产者”。在江南园林中，框景作为人与自然交流的媒介，传达的是一种审美沉思与精神对话；而在K11所代表的当代空间中，框景转变为技术化的“造景”策略，更多服务于品牌塑造与消费引导。它标志着江南美学的一种**表层转译**，也是当代视觉文化对传统美的景观化征用。