

时代楼盘 86

地产 设计 趋势 Real Estate Design Trend 广州市乐居房地产市场策划有限公司 策划 唐艺设计资讯集团 编

提问2012 ——楼盘设计趋势

2012, 商业楼盘设计何去何从?

多功能业态组合 公园化办公体验
细化商业需求 提升项目品质

2012, 奢华是否是酒店的必需品?

品牌高端化 精品艺术化
奢华度假村的中国式设计

2012, 公寓建筑能代表城市文化?

公寓是城市文化的阐释者

2012, 别墅是热点还是盲区?

市场区域分化 高端别墅为主
顶级别墅将成热点

2012, 综合社区是文脉的传承还是人性化的回归?

宜居高品质 绿色科技化
文脉的现代化实践
人性化设计回归居住功能

时代楼盘 86

地产设计趋势 Real Estate Design Trend

广州市乐居房地产市场策划有限公司 策划 唐艺设计资讯集团 编

提问2012——楼盘设计趋势



时代楼盘特约专家组：

(按姓氏笔画为序)

于志远	王木林	王向荣	王祥龙	王晓泉	王益民	平 刚	白祖华	任湘毅	刘 纲
刘 桐	刘晓逢	刘光亚	伍晓红	朱晓东	陈一峰	陈 冰	陈 欣	陈晓宇	陈新军
陈 忠	李念中	李珣聪	李 振	李新福	李少云	李志彬	李 昆	苏 坤	何显毅
余 琪	邹 航	张 源	张建文	张建浩	郑小平	周文斗	庞 伟	林 毅	范 勇
范文峰	项秉仁	赵红红	赵伟强	赵竑懿	赵晓东	赵 海	俞锦杰	施道红	高瀛东
敖 洪	郭文河	曹一勇	盛宇宏	黄庆和	黄理辉	黄 煜	彭 涛	韩 冬	

图书在版编目(CIP)数据

提问2012：楼盘设计趋势/唐艺设计资讯集团编.--广州：广东
经济出版社，2012.2

(时代楼盘)

ISBN 978-7-5454-1168-3

I. ①提… II. ①唐… III. ①住宅-建筑设计-研究
IV. ①TU241

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第013328号

策划：乐居地产

出版发行	广东经济出版社有限公司(广州市环市东路水荫路11号11~12楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	利丰雅高印刷(深圳)有限公司 (深圳市南山区内环路南光路口利丰大厦)
开本	965毫米 1 270毫米 1/16
印张	8
版次	2012年2月第1版
印次	2012年2月第1次
书号	ISBN 978-7-5454-1168-3
定价	35.00元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

销售热线：(020) 32069500 32069501

版权所有 翻印必究

时代楼盘顾问单位:

(以下排名不分先后)



天作國際
TEAMZERO
美国天作(TeamZero)建筑规划设计集团
广州市天作建筑规划设计有限公司
TEAMZERO ARCHITECTURE DESIGN & URBAN PLANNING CO.LTD
Http://www.teamzero.com.cn



广州土人景观顾问有限公司
GUANGZHOU TUREN LANDSCAPE PLANNING CO.,LTD
Http://www.turenscape.com/gzturen



广州晴川环艺艺术有限公司
GUANGZHOU SUNNYRIVER
LANDSCAPE ARCHITECTURE ART CO., LTD
Http://www.qingchuan.com.cn



美国JY建筑规划设计事务所
锦杰建筑规划设计咨询(上海)有限公司
JY DESIGN PLANNING, INC. USA
HTTP://WWW.JY-DESIGN.COM.CN



上海港普泰建筑设计咨询有限公司
GPT ARCHITECTURE DESIGN CO.,LTD
Http://www.gpt-archi.com



广州中恒信德建筑设计院有限公司
CITICAD Design Ltd.



北京源树景观规划设计事务所
YUANSHU INSTITUTE OF LANDSCAPE PLANNING
AND DESIGN, BEIJING
Http://www.ys-chn.com



同筑行
香港同筑行(深圳)建筑设计有限公司
SHENZHEN ARCHITECTURE CO-DESIGN CO.,LTD.
Http://www.AIA168.com



太合景观
TAIHE LANDSCAPE
广州市太合景观设计有限公司
GUANGZHOU TAI HE LANDSCAPE DESIGN CO.,LTD.
Http://www.taihe-cn.com



锐城国际(香港)建筑设计有限公司
RICH CITY INTERNATIONAL (H.K) ARCHITECTURE DESIGN CO.,LTD
西安锐城建筑设计有限公司
RICH CITY (XI'AN) ARCHITECTURE DESIGN CO.,LTD
Http://www.rcid.cc



深圳市国际印象建筑设计有限公司
SHENZHEN INTERNATIONAL IMPRESSION
ARCHITECTURE DESIGNING CO.LTD
Http://www.inf-impres.com



美国博万建筑与城市规划设计公司
深圳市博万建筑设计事务所
ARCHILIER ARCHITECTURE LLC
Http://www.szbowan.com



嘉景国际
URBAN DESIGN & ARCHITECTURE
上海嘉景建筑规划设计咨询有限公司
JIA INTERNATIONAL URBAN & ARCHITECTURAL
DESIGN CO., LTD(SHANGHAI)
Http://www.jia-group.com



美国HOOP建筑设计咨询(中国)有限公司
HOOP ARCHITECTURAL DESIGN CONSULTANT, INC
Http://www.hoop-archi.com



北京莫尔莫建筑设计有限公司
BEIJING MAM ARCHITECTURAL DESIGN CO.LTD
Http://www.bjmam.com



上海华都建筑规划设计有限公司
SHANGHAI HUADU ARCHITECTURE &
URBANDESIGN CO. LTD
Http://www.hdad.net.cn



广州宝贤华翔建筑工程设计事务所
GUANGZHOU BXHH ARCHITECTS & ENGINEERS



澳大利亚道克设计咨询有限公司
DECO-LAND DESIGNING CONSULTANTS (AUSTRALIA)
Http://www.deco-land.com



泛澳建筑景观设计广州有限公司
HS CONCEPT AUSTRALIA, LTD.
Http://www.hsconcept.com.cn



HKS 奇思国际
景观·价值·运营·商
Http://www.qisigroup.com



普邦
创造人与自然的和谐之美
Creating the Harmonious Relationship between the Human World And Nature
广州普邦园林股份有限公司
PUBANG LANDSCAPE ARCHITECTURE CO.,LTD
Http://www.PBLANDSCAPE.com



AIM International
[加拿大] 亚瑞建筑
[中国甲级]
加拿大AIM(亚瑞)国际集团
AIM Group International
Http://www.aimgi.com



杰盟建筑设计咨询(上海)有限公司
JGP ARCHITECTURE(SHANGHAI) Co.Ltd
Http://www.jgp-group.com



C&P(喜邦)国际建筑设计公司
AGENCE C&P ARCHITECTURE
HTTP://WWW.CP-ARCH.COM



华洲国际
浙江华洲国际设计有限公司
ZHEJIANG HUA ZHOU INTERNATIONAL DESIGN LTD



中建恒基 廣東信厦
广东信厦工程技术有限公司
Sunshine Engineering Technology CO., Ltd
北京中建恒基工程设计有限公司·广东
Beijing zhongjian hengji Engineering CO.Ltd.GD
Http://www.bizjhn.com



美国开林建筑设计顾问有限公司
CAPA ARCHITECTURE DESIGN CONSULTANT LTD.USA
Http://www.capadesign.com



TSINGHUA-YUAN
深圳市清华苑建筑设计有限公司
TSINGHUA YUAN ARCHITECTURAL DESIGN LTD SHENZHEN
Http://www.thy.cn



GVL 怡境景观
GREENVIEW LANDSCAPE DESIGN LIMITED
GVL国际怡境景观设计有限公司
GVL (International Greenview Landscape Design Limited)
Http://www.greenview.com.cn



深圳市华纳国际建筑设计有限公司
SHENZHEN WARNER INTERNATIONAL DESIGN CO.,LTD.
Http://www.ham-hz.com



北京博地澜屋建筑规划设计有限公司
Beijing Building Life Architectural Design & Urban Planning Co., Ltd.
Http://www.buildinglife.com.cn



奥意建筑
A+E DESIGN
深圳奥意建筑工程设计有限公司
Shenzhen A+E Design Co.,Ltd.
Http://www.ae-design.cn



GULAN
美国古兰规划与景观设计有限公司
AMERICAN GULAN PLAN AND LANDSCAPE DESIGN LTD.
深圳市古兰景观设计有限公司
Shenzhen Gulan Landscape Design Ltd.
Http://www.gulandscape.com



DF国际
美国DF国际建筑设计有限公司
DF-SLY设计机构
U.S.DIFFER INTERNATIONAL (SHENZHEN)ARCHITECTURE DESIGN INC.
HTTP://WWW.DF-ART.COM



澳斯派克(北京)景观规划设计有限公司
ABJ Landscape Architecture & Urban Design Pty., Ltd
Http://www.aspectbj.com



广州文和桦美园林
GUANG ZHOU WENHE HUAMEI LANDSCAPE DESIGN
HTTP://WWW.HUAMEIY.COM



阿拓拉斯(中国)规划设计
ATLAS (CHINA) PLANNING & DESIGN
Http://www.atfoschina.com.cn



JOCO LANDSCAPE DESIGN
深圳市筑奥景观建筑设计有限公司
Shen Zhen joco landscape architecture design co.,Ltd
http://www.jocoscapes.com



纬纶建筑设计
Win-land Architecture Design
Http://www.win-land.com



美国KY建筑设计事务所
上海齐越建筑设计有限公司
Http://www.ky-arch.com



TDI
上海创鑫建筑规划设计有限公司
SHANGHAI TOTAL ARCHITECTURE DESIGN & URBAN PLANNING CO.,LTD
Http://www.tdi-sh.com



禾泽都林 HESOMS
International Design Institute
禾泽都林设计机构
HESOMS DESIGN INSTITUTE
Http://www.hesoms.com



MILAND DESIGN
麦田·景观·设计
北京麦田景观设计事务所
Http://www.mtjg.com.cn



乔恩国际
JOIN CHINA INTERNATIONAL
重庆乔恩建筑设计咨询有限公司



天润园景
天润景观(福建)建设工程有限公司
TIANRUN LANDSCAPE DESIGN ENGINEERING CO.,LTD



源创易
DESIGN GROUP
深圳源创易景观设计有限公司
UC LANDSCAPE ARCHITECTURE DESIGN GROUP
Http://www.cn-ucla.com



HYN
澳大利亚HYN建筑设计顾问有限公司
HYN ARCHITECTURE DESIGN & CONSULTING PTY LTD. AUSTRALIA
深圳市汉方源建筑设计顾问有限公司
SHENZHEN HANFANG SOURCE ARCHITECTURAL DESIGN CONSULTING CO., LTD
Http://www.hyndesign.com



合众国际
HZH International
北京合众国际建筑设计事务所
HZH International Architects
Http://www.hzharch.com

电子合作平台:

时代金盘
www.kinpan.com

ABBS 建筑论坛
Architecture BBS
www.abbs.com/times



目录 CONTENTS

专题 | Topic: 提问2012——楼盘设计趋势

第一章 2012, 商业楼盘设计何去何从?

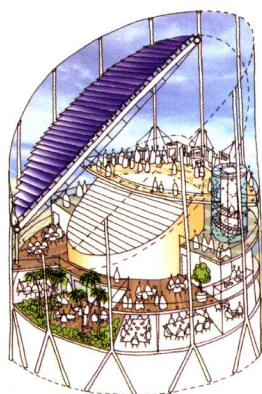
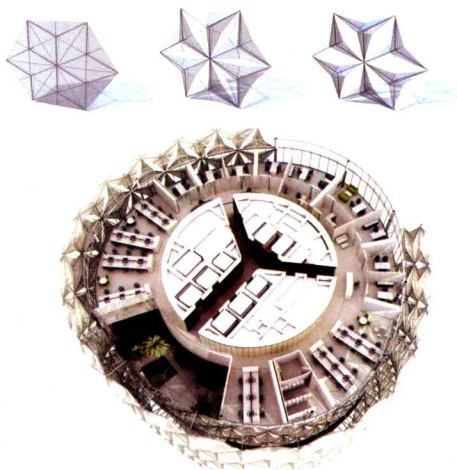
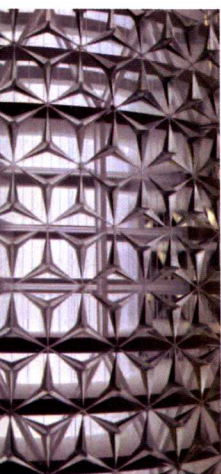
- 012 多功能业态组合 公园化办公体验
——2012办公楼设计新趋势
- 014 设计需要跟上新潮的思想
——访凯里森(中国)设计总裁Ro Shroff
- 016 细化商业需求 提升项目品质
——2012年城市综合体发展趋势
- 017 地域特色 时尚气质
银川金凤万达广场
- 024 围合花园广场 共生型购物中心
成都二十四城一期(商业)
- 030 尊贵钻石意象 大气空间布局
深圳卓越世纪中心
- 040 传统窗格演绎新江南水乡
扬州水岸商业街
- 048 金字塔式建筑群 多样化空间
昆山花桥游站

第二章 2012, 奢华是否是酒店的必需品?

- 056 品牌高端化 精品艺术化
——中国顶级商务酒店的设计趋势分析
- 058 现代意境空间 江南特色酒店
无锡希尔顿逸林酒店
- 066 寻找失去的体验基因
——奢华度假村的中国式设计
- 068 风尚奢华度假体验
三亚万丽度假酒店

第三章 2012, 公寓建筑能代表城市文化?

- 079 公寓是城市文化的阐释者
——2012年公寓设计趋势解析
- 080 传统院落空间 时尚生活气息
南京仁恒G53公寓





上海创霖建筑规划设计有限公司

Add: 上海市国定东路275号8号楼3A03

Phone: 021-35315255

Fax: 021-35315258-8000

E-mail: TDI@tdi-sh.com

Http: www.tdi-sh.com

诚邀全国设计精英加盟

电子合作平台:

时代金盘
www.kinpan.com

ABBS 建筑论坛
Architecture BBS
WWW.ABBS.COM/TIMES



目录 CONTENTS

第四章 2012, 别墅是热点还是盲区?

- 091 顶级别墅将成热点
——2012年别墅发展新趋势
- 092 市场区域分化 高端别墅为主
——2012年别墅地产的现状与未来
- 094 岛居庄园 家族大宅
成都亚特兰蒂斯·黄金时代(一期)
- 102 山居别墅 绿色生态社区
杭州万科郡西

第五章 2012, 综合社区是文脉的传承还是人性化的回归?

- 110 文脉的现代化实践
——当代中式建筑设计综合思考

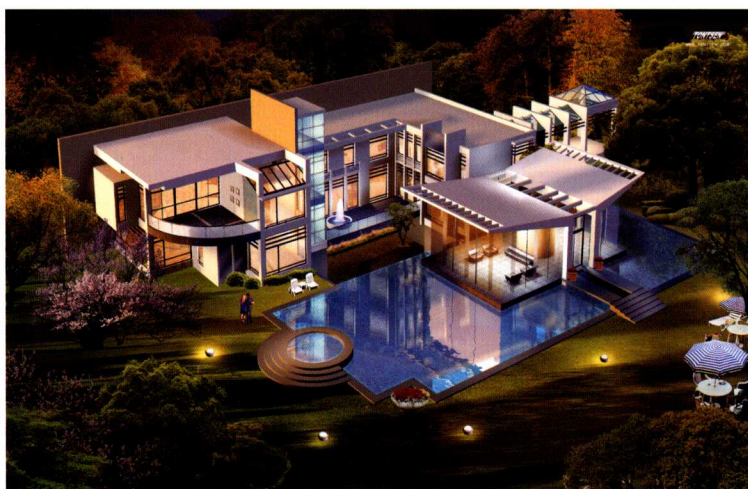
- 112 宜居高品质 绿色科技化
——解析2012住宅设计发展趋势
- 114 人性化设计回归建筑的居住功能
——2012年高层居住建筑设计
- 116 古朴典雅立面 多元灵动空间
杭州万家星城(一期)
- 126 传统徽派建筑 现代诗意人居
清远云山诗意
- 134 天人合一 人居社区
佛山滨海御庭

特色楼盘 | Characteristic Properties

- 142 双河景观 城市静谧居所
无锡万科金域蓝湾

动态 | Dynamics

- 150 招商地产逆势圈地, 两个月内连拿9宗地块





ATLAS 阿拓拉斯
规划 | 景观 | 建筑 | 设计

来自日本的景观

www.atlaschina.com.cn

ATLAS 规划设计集团成立于1968年6月，总部位于日本东京。是涵盖规划、景观、建筑设计的国际化综合性设计机构。

2003年ATLAS成立北京事务所。ATLAS(中国)结合日本的设计理念和中国的设计特色，为中国提供新颖而又适合地域特色的作品。以国际化的设计思路和多元化的业务支持，为客户提供独具风格的设计。

联系方式

日本

地址 东京都千代田区内神田2-4-4藤和内神田大厦八层

邮编 101-0047

电话 0081-3-3253-5890

中国

地址 北京市海淀区知春路盈都大厦B座19A

邮编 100098

电话 0086-10-58731918

E-mail atlas_china@126.com

新时期建筑设计哲学

——竞争驱动精品设计道路

文/欧阳康、丁明渊

当下，中国的城市化进程正以史无前例的规模和速度从沿海向内地、从一线城市向二三线城市推进，建筑设计界也经历了千载难逢的历史机遇。但回顾近几年的行业发展过程，平心而论，发展更为明显的是量，而不是质。建筑师追随着长官意志和开发商的指挥棒，机构竞争着公司规模和产值增长率，建筑设计行业越来越像制造业，不断地生产和复制各种类型化的产品，比拼的也仅仅是如何将类型化产品设计得更具有“品质”，设计周期如何压缩得更短，设计收费如何降得更低。与此同时，国内外重要建筑舞台依然鲜有中国建筑师的身影，世界规模的建筑实践没有造就世界级的建筑师和设计机构，中国建筑设计界的发展似乎偏离了方向，作为建筑师有必要重新思考自己的职业生涯，作为设计机构有必要再次审视自己的设计哲学。

在市场的激烈竞争中，设计机构必将求索并实践着精品设计的道路：在精品完成度的实现中，求索并推进着整体设计和全过程控制的方法；在建筑思潮和表现形式多元化的背景下，求索并倡导适合团队发展又表现建筑内涵和艺术发展方向的创作理念。如何实现这一点，我们从四方面着手。

秉承现代理性的创作风格

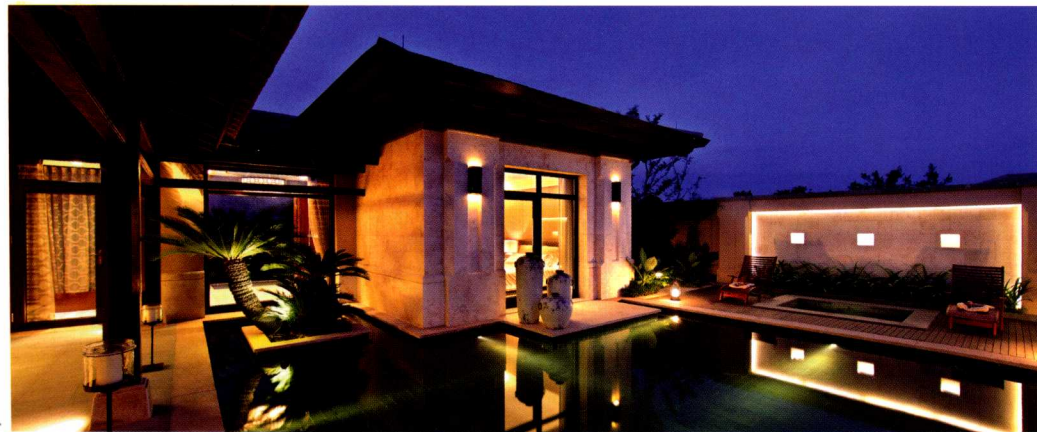
数十年的演进伴随着数十年的争论，“风格”成了慎谈的话题。但它又确实地存在着，存在于现实与意识之中。我们不主张沿袭过时的功能主义和反对一切装饰，趋于净化审美观的现代建筑学派，以及由此衍生的各种相关流派。我们也不主张在当今“类型化”建筑风格盛行中跟风逐流。

在创作中，我们更强调以现代理性的观念处理和协调建筑功能、形式，以及与其相关的各种矛盾和关系，并以不同的现代手法表达各类建筑的内涵，创造出与城市相协调、符合民俗、亲切宜人并充满时代精神的现代建筑风格。

彰显地域特征的创作源泉

从南到北，建筑形式的雷同多数受制于商业开发的要求，以及对创作的执着和能力，但对地域环境的忽视也是重要因素之一。

地域特征可概括为三个基本要素：一是人文环境要素，即地域的历史文脉、经济文化以及由此产生的地方习俗；二是自然环境要素，即基地及周边的地形地貌、山川林木和气候条件；三是生活环境要素，即





欧阳康 上海中房建筑设计有限公司顾问总工程师、教授级高工



丁明渊 上海中房建筑设计有限公司董事长

基地所处的道路交通、医疗教育、商业服务等状况。

越来越多的设计作品提倡从“人文环境要素”中以现代的创作观念、手法和科学技术来链接历史与未来，在传承文脉与文化的同时，体现时代精神和现代生活的需求；从“自然环境要素”中体现人、建筑与自然和谐共生的现代思想和理念，并在与天地呼应中寻求创作的灵感；从“生活环境要素”中找到合理安排功能的依据和适应、引导现代生活的方法。只有这样，我们才能不被各种形式所左右，建筑的创作才能寻求到真正的源泉。

尊重历史环境的文脉观

尊重历史是现代理性创作观的主要表现之一。在作大拆大建的城市化进程中，我们非常希望能为历史建筑的保护和城市文脉的延续作出努力。中房建筑在苏州平江路历史保护街区租借了一栋破旧老宅进行详尽的原真性调查和勘测，还原其历史变迁过程和文化底蕴。以保护为主，把它改造成了“筑园会馆”，成为有志建筑师的聚会场所和弘扬建筑历史的窗口。

此外，提倡和实践对有价值的原有建筑进行保留、改造并赋予新的功能，也逐渐成为未来设计发

展的趋势之一。这与拆除重建相比，不仅有利于节能环保，体现可持续发展的观念，同时还能满足人们的怀旧情节和文化认同的人文需求，使城市文脉和文化得到传承。

关注生态节能的社会责任感

“生态”是世界共同的命题，也是所有设计机构的历史责任。我们遵从节地以及合理布局的生态原则，同时关注对自然山水、林木湿地等自然环境的尊重、保护和利用；我们遵从建筑物自身节能、环保的理念，同时关注对各种成熟技术的应用及其与建筑的完美结合，这就是我们所提倡的现代生态观。

在设计创作中，我们不主张为求新而跟风，也不赞同片面追求环境的舒适而导致经济或能源的过度消耗。我们倡导根据国情和地区不同的经济、自然状况和生活习俗，合理选择成熟技术和逐步推进的环保观念。我们希望通过多方面的努力，打造适合时代的设计精品。



房地产市场 机遇与挑战并存

文/刘晓钟

时间真快,一年转瞬即逝;时间过得又太慢,因为这一年并不容易。房地产调控持续加强,市场在谨慎中徘徊,购房者或持币观望或仍嫌震荡不够猛烈。

从2010年底开始,政策就在缓慢地调控着。现在,调控效果虽然已经显现,但在2012年并不会有的大的改变。一方面政策需要循序渐进,需要一定连贯性;另一方面市场也需要一段时间来消化,在整个经济大形势下,不仅房地产,金融、矿产、机械制造乃至文化产业都需要调整,房地产的发展速度已远超国民经济,是到周期性调整和沉淀的时候了。

俗话说,股市是国民经济的晴雨表,楼市是国民经济的指南针。房地产发展的规律是伴随整个国家经济发展的规律上下浮动的。它们是两条不同步的波状曲线,前期房地产应慢半拍,后期应快半拍,然后再相辅相成。这既是放之四海皆准的客观规律,也是在我国特有的经济环境下决定的。只有当一切符合经济规律和国家实际状况,才能更好地抵御风险。

据相关数据显示,2020年中国的城市化率有望达到60%左右,届时将会超过世界平均水平,但仍然明显低于发达国家。目前世界城市化率已经超过50%,发达国家一般都在80%以上。因此,在此次调控之后,我们将面对的是一个稳定的、繁荣的、和已建成规模一样庞大的市场。虽然并不是井喷式的黄金时期,但依旧是伸手有效益的白银时代。

不管是设计还是开发,此时正是对产品上台阶、提要求、练内功的时候,此时是一个很好的机遇,真正好的产品是可以经受住市场的考验的,是不怕卖的,什么时候都可以被市场接受,即使受客观条件的限制也不要怕,那是短暂的。理性回归是客观、真实的。

市场在期待,需要在期待,时间不等待!



刘晓钟

北京建筑设计研究院总建筑师,北京市建筑设计研究院刘晓钟工作室主任,教授级高级建筑师,国家一级注册建筑师。

主要担任建设部住宅与建筑技术委员会专家组成员、北京市规委专家组成员、北京市规划学会住宅与居住区规划委员会主任、中国建筑学会建筑师学会住宅与居住区委员会副主任委员,多次获得建筑部金奖。

完成的主要代表作品有:北京市恩济里小区、北京市望京新城A4区、北京市颐源居、中共青岛市委党校、华亭嘉园、大连锦绣小区、福州江南水都、远洋山水等项目。

第一章

2012，商业楼盘设计何去何从？

当前，受楼市调控、房地产企业转型等综合因素影响，商铺、写字楼等商业地产持续升温，不仅在发展日趋成熟的一线城市遍地开花，二三线城市更成为开发商掘金的“宝地”。同时，办公楼的建筑设计也不断发生变化——从最初单一的使用功能开发，到积极应用工程技术对自然环境做充分利用，再到生态环保理念下建筑与自然的和谐统一。

2012年，作为商业楼盘中重要的一部分——商业广场将何去何从？它将遭遇怎样的机遇和挑战？其设计趋势及设计要点又会发生怎样的变化？2012年办公楼设计，如何做到多元化？上海新外建工程设计与顾问有限公司董事、总经理夏莹，北京绿城东方建筑设计有限公司执行总经理连铮发表了他们的见解。

多功能业态组合 公园化办公体验

——2012办公楼设计新趋势

文/连铮、申湘

写字楼的出现和发展，与城市化进程及社会经济的更迭密不可分。随着互联网的发展，国外早在若干年前就有人预言集中体量办公楼将死亡。但在中国，城市化进程是现在进行时，是当下经济社会的主旋律，并且会持续相当长一段时间，因而在当下中国，写字楼还有很长一段阔步向前的发展之路。

考虑办公楼建筑变化的趋势，首先要思考社会生活中哪些新的因素会引发办公方式的改变。第一，世界变平了，随着中国加入WTO，国际合作变成了许多大企业的日常状态，自然地对办公楼的设计及管理逐渐形成了相对的国际标准；第二，互联网的普及，极大地改变了我们的工作和生活模式，使我们的工作环境有了更大的灵活性；第三，中国的人文特色。中国经济已经取得了30年辉煌的发展，但仍然处在追赶之中。不知是追赶的惯性使然，还是原本就源自中华民族勤劳勇敢的心性，当下中国的工作负荷肯定排在世界的前列。工作和个人生活混为一体，界线不清，这也对办公楼的设计提出了新的要求。

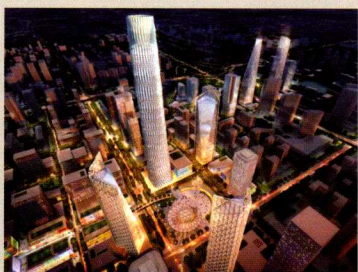
国内写字楼分三类

国内写字楼按发展的区域属性和类型，大致可分为三类：

第一是在城市的商务核心区，比如北京的中央商务区（CBD），上海的浦东新区以及广州的珠江新城，写字楼都是高层甚至超高层体量、高容积率、高投入成本、高建造品质的甲级写字楼。这些区域的建设，在更大的层面上是考验规划设计的远见及可操作性，也对当地政府职能部门的把控能力和调节能力有很高的要求。



北京中央商务区



(SOM)北京CBD东扩规划

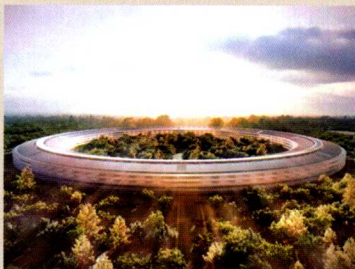
第二是在经济技术开发区的大企业总部，例如在北京亦庄开发区里的诺基亚中国中心，或是杭州的阿里巴巴总部。这些建筑从类型上更多地承袭了美国，尤其是硅谷周边的高技术公司——所谓校园化的总部建筑形式，以低多层建筑体量为主，与自然环境协调融合。在室内设计上强调交流共享的空间，以激发员工的创造力。

第三是近些年来各地都在推行的形形色色的各类产业园区内的写字楼，



宁波科技园

最具代表性的，如北京的总部基地。这类项目在用地性质、产权属性以及税收政策方面往往都有一些限制，目的是吸引初创或已有一定规模的企业进驻。建造上的成本投入相对较低，使用的类型及性质又要求十分灵活。甚至因为有政府财务上的补贴或减免，这些项目的售价会低于周边的住宅项目，因而常有发展商将其改造成为以居住为目的的公寓来销售。



Apple总部



阿里巴巴总部

写字楼设计趋势与属性

在新的经济格局和政府政策面前，以上三大类办公楼建筑，在规划设计上大致有以下四种共通的趋势和属性。

一、功能设定的复合化

建筑的复杂性和矛盾性，其实远不如城市生活的多元性和共生性来得更为复杂和纠结。早期以看似理性的功能区化为设计原则的城

市规划，造成了集中办公区白天人流熙攘、夜晚人去楼空如死城的状态，对社会公共设施和人们的时间都造成了巨大的浪费。随着近些年东京的中城中心（Tokyo Midtown）、纽约的时代华纳广场、北京的华贸中心等一批城市综合体项目的建成使用，给城市建设带来了全新的启示。这些项目，都集成了办公楼、酒店、商业中心、影剧院、博物馆、餐饮、公寓、城市公园等多种复杂的功能设施，几乎能满足个人甚至家庭的全部基本生活需求。看似矛盾的功能组合，其实互相补充、相得益彰，为城市生活带来了意想不到的活力。



Tokyo midtown



时代华纳广场

体量较小的办公楼，虽然没有如此复杂的功能组合，但也要考虑一定规模的餐饮、商业、会议、休闲功能以及得体的外部空间环境，不能再狭隘地认为只有在办公桌前才算工作。

二、外部环境的公园化

CBD之后的EOD(Ecological Office District)，即生态办公区，越来越成为与新经济相匹配的办公模式。很多500强的跨国公司总部，尤其是以硅谷为代表的高新技术公司都选择设在EOD内。这些办公区外部环境舒适、健康，处处体现亲近自然、尊重自然、爱护自然的理念，其内部空间也更为自由开放，提供了游戏休闲区、咖啡茶歇区等非正式的交流场所，以减轻员工的工作压力，提高相互交流和创造力。



在花园中工作1



在花园中工作2

反过来，这一趋势也改变了城市中心的办公楼对外部空间的观念。从单纯的观赏——追求轴线、序列感、几何构图的景观转为强调参与性和体验性，为人们的午间就餐、工间休息及与同事或客户的交谈提供尺度适宜的空间场所。内部空间上，也着力创造出一些同样的交流空间，来消融室内外的界限。

三、公共空间的网络化

互联网的发展从根本上改变了人类的生活。网络化的生活给办公空间及公共空间提供无线上网的便利。同时，表现在规划设计上，则是把一个区域内所有建筑的公共空间联系起来，像互联网一样实现联通和共享，更大限度地发挥出公共空间的服务潜力和影响力，并使每个建筑单体都能从中获益。从越来越多出现在建筑中心的、完全向城市开放的下沉广场、空中连廊、步行平台、共享中庭等都可以明显地感受到这一趋势。



(伍兹贝格)北京丽泽金融商务区

当然，公共空间的概念并不仅限于人的步行空间。汽车社会里地上地下的行车系统，停车场系统也需要网络化的管理（甚至可以延伸至能源网络等其它基础设施）。这无疑对整个区域的管理和运营都提出了更高的要求。

四、绿色建筑

能源费用的高涨、环境意识的增强，以及政府的要求和市场的认可，都促进了公众对绿色建筑的兴趣。主流的标准有美国的LEED认证以及中国的绿色建筑标准。总体来说，都强调充分利用现有的环境资源；重视太阳能、雨水、地热等自然资源的储存和利用；尽量利用可再生及可循环利用的建筑材料等。



(Aedas) Abu Dhabi-ADIC总部大楼

综上所述可以看出，四个趋势其核心有二，一是以客户需求为核心的顺势而为，二是为应对未来的变化而保持相对的灵活性，这两点正体现了当代社会可持续发展的基本理念。



连铮

北京绿城东方建筑设计有限公司执行总经理、加拿大皇家建筑师协会会员、安大略省建筑师；曾获得加拿大McGill大学建筑学硕士、清华大学建筑学院建筑学学士学位；曾任职于加拿大ADS建筑规划设计事务所、多伦多WZMH建筑设计事务所等多家知名公司；

代表作品有北京保利西山林语、北京红御别墅、北京君山高尔夫别墅、北京华润凤凰城（二期）、北京保利垄上别墅、上海万科提香别墅、上海招商依云郡、上海银都名墅、长沙美洲故事等。

设计需要跟上新潮的思想

——访凯里森（中国）设计总裁Ro Shroff

时代楼盘：当前，在国家的宏观调控下，众多开发商纷纷转向商业地产开发，使得商业地产持续升温，不仅在其发展日趋成熟的一线城市遍地开花，二三线城市更成为开发商掘金商业地产的“宝地”。您如何看待目前商业地产大热的现状？这对凯里森在中国的发展有哪些影响？

罗·斯洛夫：凯里森的经营策略一直秉承着以市场需求为准的原则，并且公司在国际市场，尤其是在中国的主要焦点一直以来也都是放在商业设计上。凯里森对房地产开发潜在的疲软与软着陆可能的预期，以及对商业地产的持续关注，使我们并未受到现有政策的影响，反而运转良好。

时代楼盘：凯里森作为专业的商业楼盘设计公司，在商业地产屡有建树，您觉得为商业楼盘量身定做的设计，怎样才能增加商业的附加值？请举例说明。

罗·斯洛夫：每个经委托的项目，我们都经历了严格的过程去探索新的理念、新的技术以及新的商业目标。我们不断地尽力设计出不仅引人注目、生动活泼而且能为客户带来特定价值的作品，比如万象城，它继续完善和扩大了品牌。有时候需要增添新的建筑类型，有时候需要对视觉形态及实体进行重新组合，才能使品牌权益持续发展并保持新鲜。

时代楼盘：有人对商业地产进行了新的定义——商业、商务、生活、娱乐、文化共生的城中之城，是一种最核心的城市功能模块的自我生存，您是怎么认为的？

罗·斯洛夫：综合开发的理念其历史可追溯至几千年前的古希腊出现的集市或市场，在大约40年前的美国发展成现代的模式，而真正成熟则是在亚洲，并且在中国继续蓬勃发展。本质上综合开发是城市的一个缩影，并提供紧密型发展模式下城市环境所能给予的一切便利。其中零售业是催化剂，它将各种各样的综合体功能包括工作、生活和娱乐粘合成毫无缝隙的整体。

时代楼盘：“遵从美的规律、艺术的发展规律，探索艺术表达的可能性及人类最本质的审美倾向”。在社会经济高速发展，审美倾向多元化的今天，建筑创作是人类艺术实践最直观、最综合的表现，这点在商业楼盘设计中如何去体现？

罗·斯洛夫：商业项目是否成功取决于空间效率、内部连接、可视度及可达性。然而在市场定位和竞争能力方面，建筑物带给人的视觉效果却是极其重要的。正因如此，有时候强调建筑的奢华很不幸地会使建筑物要么过于复杂，要么笨拙不雅。所幸现在大部分的设计都是由经验丰富的客户和市政官员仔细审查和制衡，达到简单、高雅和美观的目的之后才能投入施工。然而有时候追求唯我独尊和高人一等却使建筑的风格、高度及表现手法显得格格不入。建筑设计始终是主观、个性化及倚靠直觉的，个人希望有品味的设计一直占据优势。

时代楼盘：一个Shopping Mall是否成功，看的就是人气，您认为一个好Shopping Mall应该凭借什么样的亮点来增加人气？

罗·斯洛夫：购物中心不断演变成为方便各类活动的场所，其涵盖的范围从从平常的时装、食品和娱乐设施扩大到新近出现的宴会厅、小型博物馆和表演艺术中心等。这些取决于它们的规模和定位。比起一个3万平方米的生活馆，一个15万平方米的购物中心在附加功能这一块享有更多的灵活性。在购物中心里，娱乐及餐饮占据了越来越多的空间娱乐及餐饮，尤其在有着奥林匹克场馆规模的溜冰场和IMAX影院，它们几乎是不可或缺的，百货公司似乎黯然失色。因此设计方案需要跟上新潮的思想才能增强人气。现阶段的市场目标是18~32岁的消费人群，他们善于使用社会化的媒体来传递信息且注意力不会长时间集中。若想增强人气，可以使用数字技术、大型LED媒体墙，引入欧式风味的小酒馆以及颇受欢迎的销售苹果数码产品或是流行时装的零售商。

时代楼盘：目前，轨道交通如地铁、公交、客运站、火车站、机场等与商业的无缝连接越来越紧密，请问您如何看待这种交通枢纽给商业带来的影响？

罗·斯洛夫：不像美国，欧洲和亚洲的大部分地区交通设施齐全，在这些枢纽位置的商业地产，毫无疑问有了成功的先决条件，因为周边享有大量固定的行人流量，不需要考虑人流、车流及停车因素就存在交通便利性。对于大型的多功能商业开发项目，和交通枢纽位置紧密连接，几乎是不可或缺的，从而实现经营的成功及交通设施长久的生命力，这已不再是一种“潮流”。

The design needs to keep up with trendy ideas

—Interview with Ro Shroff

TIMES HOUSE: Under the macro-control policies of real estate market in China, more developers turn to the commercial real estate now. What do you think of the current hot status in commercial estate market? Did it have some impact on Callison's practice and development strategy in China?

Ro Shroff: Callison's business strategies have always been based on responding to market demands and the firm's primary focus internationally and specifically in China have always been on Commercial design. The predictions of a potential slowdown in residential development, a soft landing and a sustained focus on commercial development, actually plays well to Callison's strengths.

TIMES HOUSE: Callison, as the leading professional and successful commercial design company, how can you make design created more added values to your project? Please give us an example, like 24 City.

Ro Shroff: Every project that is commissioned goes through a rigorous process of exploration of new ideas, technologies and business goals. We continually strive to design not only striking and vibrant designs but also bring in specific value to a client. The "Mixc" projects for example continue to refine and expand the "brand". Sometimes this is manifested by the addition of new building typologies and sometimes in a total reconfiguration of the visual forms and materiality, keeping the brand equity constantly evolving and fresh.

TIMES HOUSE: There is a definition of mixed-use as "the city within city" for which was existed as a core city function module including retail, business, life, entertainment and culture. Do you agree? Why?

Ro Shroff: The idea of Mixed Use historically goes back thousands of years starting with the Greek "Agora" or marketplace. The concept gained traction in its present form in the US about 40 years ago but really came to maturation in Asia and continues to thrive in China. In essence, the concept of Mixed Use is a microcosm of the city and provides for all the conveniences that urban environments offer in tightly knit developments, with retail as a catalyst which provides the glue that connects all the various components (working, living, recreation) into a seamless whole.

TIMES HOUSE: As rapid development of social economy and diversification of aesthetic trend today, architectural design became the most intuitive and comprehensive performance in human art practice. Please tell about its reflection in commercial real estate?

Ro Shroff: Successful Commercial projects depend on spatial efficiency,

inter-connectivity, visibility and ease of access. However the visual power of these structures is extremely important in their market positioning and competitiveness. For this reason, architectural extravagance sometimes unfortunately takes over making these buildings either unduly complex or ungainly. Fortunately most designs today are carefully scrutinized through checks and balances by experienced clients and city officials for simplicity, elegance and beauty before being built. Sometimes however egos and "one-upmanship" take over leading to a cacophony of styles, heights and expression. Ultimately architectural design remains subjective, personal and intuitive and one hopes that good tastes always prevail.

TIMES HOUSE: One of the most important factors to a successful Shopping Mall is popularity. Could you tell about what design solutions could be used to attract popularity in a successful Shopping Mall?

Ro Shroff: Shopping Malls are continually evolving to facilitate a variety of activities ranging from the obvious (fashion, food and fun) to newer paradigms (banquet halls, small museums, performing arts centers, etc). A lot obviously depends on the size and positioning of these centers. A 150,000 sm mall has a lot more flexibility to incorporate additional uses than a 30,000sm lifestyle center. Entertainment and F and B are consuming larger areas in malls with Olympic sized ice skating rinks and IMAX theaters almost a given, whereas department stores seem to be waning. Design solutions hence need to keep up with the latest thinking to enhance the "popularity" of malls. Today's target markets of 18 to 32 year olds are adept at social media and possess short attention spans. Infusion of digital technologies, large LED media walls, European style bistros, popular stores like Apple and "hip" fashion retailers enhance the popularity of these environments.

TIMES HOUSE: At present, the seamless connection between business and traffic hub had become a trend. What do you think of the effect upon commercial real estate brought by traffic hub?

Ro Shroff: Unlike the United States, most of Europe and Asia is well equipped with mass transportation facilities and the location of commercial real estate at these hubs is a given for success as it generates substantial foot traffic and provides ease of accessibility without resorting to traffic, cars and parking. For large scale mixed use commercial development, connectivity to these hubs is almost a pre-requisite and extends the financial success and longevity of these facilities. It no longer is a "trend".



罗·斯洛夫 RO SHROFF

1994年加入凯里森，现为凯里森（中国）设计总裁/凯里森合伙人

芝加哥伊利诺理工学院建筑学硕士、国际购物中心协会会员、高层建筑及城市住宅评议会委员、美国建筑师协会会员、AIA、美国亚利桑那州注册建筑师

罗先生有着30多年全球商业综合体项目设计经验，他始终坚持着设计与技术的创新，将全球视角和洞察力带入到以市场为导向的开发过程之中。凭借其在凯里森国际市场，特别是中国和印度市场的卓越设计领导力，以团队为中心的工作方式，他在各类项目上都拥有掌控全局设计的卓越能力，他领导设计的众多综合体项目提高了凯里森在此领域的国际认知度。罗先生与众多国际领袖企业建立起了长久的合作伙伴关系，其中包括中国的华润置业和新鸿基地产、印度的Unitech公司和阿拉伯联合酋长国的Limitless公司。

细化商业需求 提升项目品质

——2012年城市综合体发展趋势

文/夏莹

不久前，在与做市场策划的朋友聊天时，他们提到，如果2012年内房地产调控没有放松，那到2013年初，整个国家的房地产价格将会下跌20%，这对政府来说其实是可接受的，这也意味着2012年政府将不会放松调控。住宅的限购，使得大量的开发商转战商业地产，对设计方而言是机遇与隐患并存。

几个月前，我们接了个项目，在对项目周边市场进行调查时，我们发现项目商圈周边未来3年内，要建成的商业地产量在600万~700万平方米，这个量已经超过了绝大多数二三线城市商业地产的总量。这么大的量，在这么小的区域里，短期来说过热、过盛是必然的。因此，现在国内大量投身商业地产的开发商，特别是中小开发商，3年后将会面临非常严峻的局面。

产品细分 专业管理

随着市场发展变化，粗放的发展阶段正在成为过去。在与国内一线商业地产开发商合作时，我们发现这些一线开发商也在调整战略，从他们的战略举措可以看出，从设计施工到招商管理都更趋专业化。

产品细分由市场决定，地段不同，项目具体的倾向性也不同。城市综合体产品也正在走向细分，根据地段不同分化出多种类型的城市综合体。比如万达，从去年就开始对商品进行产品分级，把项目分为A、B、C三级，广州白云万达广场是万达集团的第一个A级项目。由于商业地产市场日趋激烈的竞争及市场的饱和状态初显，万达集团开始走差异化道路，提高招商、物业、设计等多方位的水准。

竞争压力造成进度和经济性要求渐弱，品质要求渐强。以前万达给人的印象是一个北方开发商，产品较低端，招商引资也比较大众，给人的感觉是大、多，整体的档次却不高。为了配合目前业界发展的状况，那些最新开业的万达广场，慢慢地开始结合当地消费状况走高端路线。因此，部分A级、B级店也开始招一线品牌，把物业形象由低端向高端推进。

招商是商业地产的核心，商业地产本身有着各种各样的形态，因此招商也会出现不同的情况。随着城市综合体的高速发展，其规模越来越大，也出现了各种各样的形态，因此需要业主、策划公司和设计院三方来协作。

出售型产品仍然占据主流，且所占比例有上升趋势是市场竞争的一个要求。不像前几年商业地产开发商较少，当时大家都关注住宅市场，而现在几乎所有的地产商都往商业地产发展，很多新兴的地产商，把资金投入商业地产来，市场面临非常残酷的竞争。怎么才能在竞争中取得有利的位置，那就是通过细化商业的需求，来提升项目品质，从而应对市场发展。

体验型和特色型城市综合体越来越多，对商业策划和商业设计的要求也越来越高。体验实际上和品质是一致的，只有越来越细致地考虑商业活动的一些个人体验，才能吸引人流，提升商业价值。

关注品质 控制造价

商业地产发展过程中，业主都会关注项目的品质、进度、造价和经济

性。所有地产开发商都希望他们的项目品质高、进度快、造价低，但实际上这是很难达到的。我觉得在这三者里面，可取其二作为重点。根据项目的具体情况，确定项目侧重哪两方面，在完成侧重点的同时，在有余力的情况下尽可能满足另一方面。

三者得其二的取舍



资本本身不能解决问题，需要靠人的努力来解决。人的商业行为使商业地产的核心价值得以实现，而地段则决定了商业地产能够达到的人流总数，规模效应对人流的增长有促进作用，有效的流线组织和水平、垂直两个方向的人流引入，把商业人群转变为有效商业人流。

产品的定位和商业规划不是设计院能够解决的，但这些都与设计有着非常大的关联。通过大量的项目设计经验积累，以及与不同商业定位、商业策划公司的互动合作，作为商业地产建筑师，我对招商招租有所了解，并且知道这部分的重要性。在业主拿地过程中，建筑师需要密切配合，提供各方面的专业意见，以减少业主的后顾之忧，并且要与商业策划公司和业主的项目团队保持良性互动，为决策提供有力的参考。提供成熟细致并具备高度可实施性的用地方案，为业主、政府实现双赢，确保项目顺利立项，在各种可实施方案中要进行多方案比较，帮助业主把握项目进展的大方向。

对于建筑整体设计应该合理功能分区，降低工程造价，带来直观的经济价值。在建筑设计上，要摒弃华而不实的花哨建筑外形，尽量减少复杂玻璃幕墙的使用，采用性价比高的建材，合理安排停车方式，平衡地上地下建筑比例。

结构设计上，应该结合地方特色与地质资料来选择合理的建筑结构，对于跨度的选择及结构布置，在满足功能要求的前提下，应尽量考虑经济性，结构计算始终以降低造价为主要出发点，采用新型结构形式降低造价，并提高商业建筑的灵活性，尽量少采用复合结构与复杂结构，缩短施工周期。

机电设计上，精确容量计算，减少业主市政配套费用中的溢出，通过合理的机电设备选型，使设备选用与实际功能完美匹配，优秀的机电设备提升综合能力，减少施工中的障碍与反复。

室内合理的流线设计能够提高商业建筑各部分的租金与售价，可以采用多种手法来创造丰富的商业入口空间，引入商业人流；开发立体交通流线，来提升楼层商业面积价值；地下室商业面积中人流也要做到充分引入；打造体验式购物空间，将人流引入商业空间腹地地进行集散；灵活但指向性明确的内部空间流线设计，减少人流沟通阻力。

夏莹

上海新外建工程设计与顾问有限公司董事、副总经理，国家一级注册建筑师，毕业于同济大学。

夏莹从事建筑设计行业17年，在商业地产设计领域具有丰富的经验，先后担任过徐州国际学校、朱家角尚都里休闲广场、唐山万达广场、石家庄万达广场、广州白云万达广场、银川金凤万达广场、大庆世纪大道唐人中心综合体、恩施福星城、三林世博智园等众多项目总设计师的工作。在“上海设计产业论坛”、“现代商业地产前期开发与建筑设计及运营管理研讨会”、“2010中国商业零售及酒店地产高峰论坛”、“第四届现代零售与复合商业地产建筑设计国际研讨会”等多个活动中担任演讲嘉宾，并且在公司举办的多次设计沙龙中发表演讲，获得了客户代表、设计师和媒体等嘉宾的一致好评。此外夏莹还主编了论文集《商业+建筑》、作品集《现代建筑集成II商业》。