

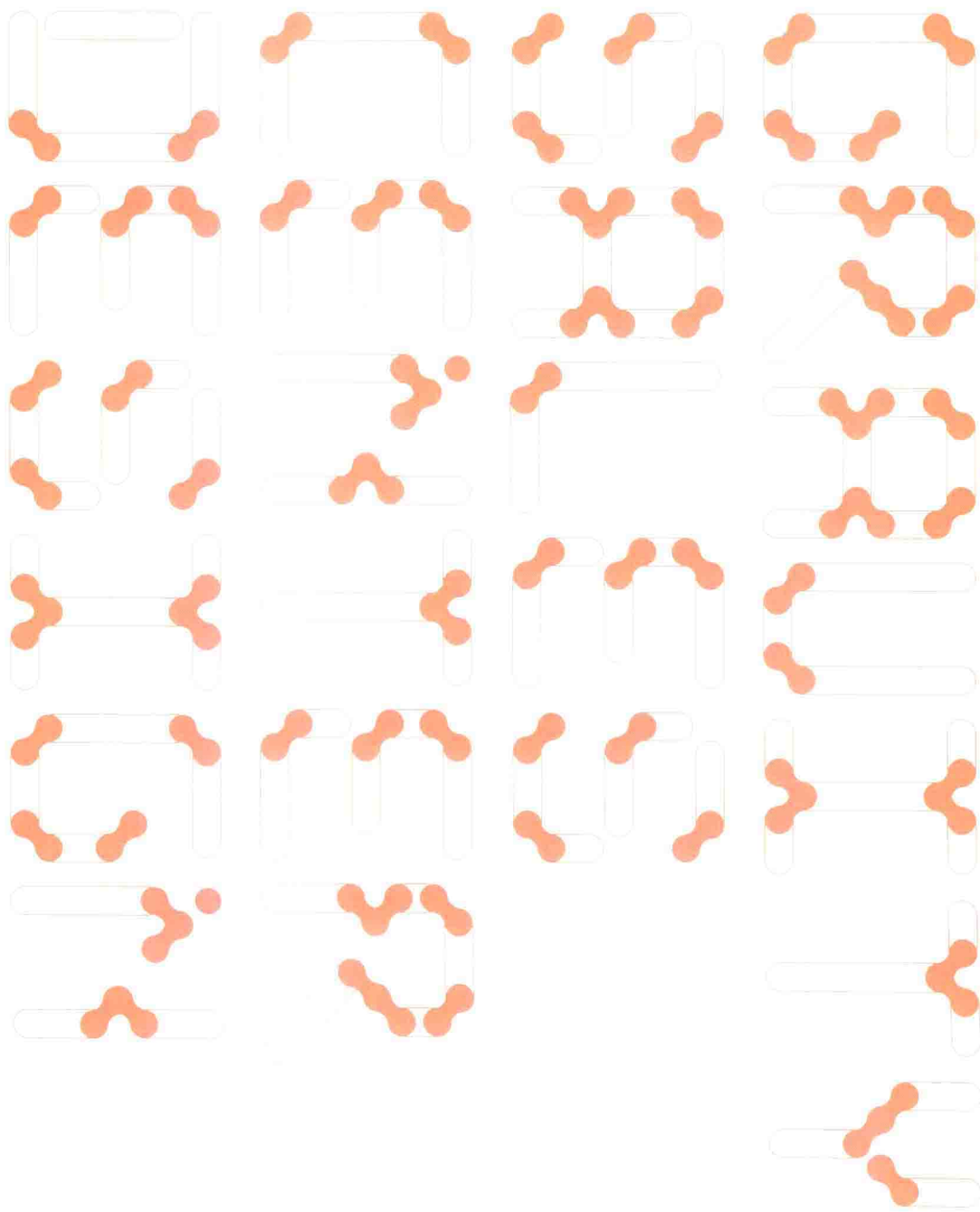


万有引力  
售楼部设计

GRAVITY  
/  
SALES CENTER  
DESIGN VI

策划 / 欧唐文化 主编 / 黄彦 马勇

江苏人民出版社



万有引力  
售楼部设计 ≤

GRAVITY  
/  
SALES CENTER  
DESIGN VI

策划 / 欧朋文化    主编 / 黄滢 马勇

江苏人民出版社

## 图书在版编目 (C I P) 数据

万有引力：售楼部设计. 6 / 黄滢, 马勇主编. —  
南京：江苏人民出版社, 2012. 11  
ISBN 978-7-214-08823-9

I. ①万… II. ①黄… ②马… III. ①商业建筑—建筑设计—作品集—世界 IV. ①TU247

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 238125 号

## 万有引力——售楼部设计 VI

---

|      |                                                                 |
|------|-----------------------------------------------------------------|
| 策 划  | 欧朋文化                                                            |
| 主 编  | 黄 滢 马 勇                                                         |
| 责任编辑 | 刘 焱                                                             |
| 特约编辑 | 陈丽新                                                             |
| 责任监印 | 彭李君                                                             |
| 出版发行 | 凤凰出版传媒股份有限公司<br>江苏人民出版社<br>天津凤凰空间文化传媒有限公司                       |
| 销售电话 | 022-87893668                                                    |
| 网 址  | <a href="http://www.ifengspace.cn">http://www.ifengspace.cn</a> |
| 经 销  | 全国新华书店                                                          |
| 制版印刷 | 利丰雅高印刷（深圳）有限公司                                                  |
| 开 本  | 965mm×1270mm 1/16                                               |
| 印 张  | 21                                                              |
| 字 数  | 202 千字                                                          |
| 版 次  | 2012 年 11 月第 1 版                                                |
| 印 次  | 2012 年 11 月第 1 次印刷                                              |
| 书 号  | ISBN 978-7-214-08823-9                                          |
| 定 价  | 348. 00 元                                                       |

（本书若有印装质量问题，请向销售部调换）



## CONTENTS

## 目录

A  
Oriental  
Legend

## 东方传奇

- 012 天津东丽湖万科城售楼部
- 018 台湾国泰璞汇接待中心
- 026 上海国信世纪海景园售楼部
- 038 台湾新理想(新北郡)林口外接待会所
- 048 招商武汉雍华府售楼部
- 058 招商重庆花园城售楼部
- 068 招商成都雍华府售楼部
- 078 嘉兴蓝光·名仕公馆售楼部
- 088 台湾远雄奥斯卡接待中心
- 094 益阳梓山湖领御营销中心
- 100 济南世茂国际广场售楼部
- 012 The Sales Center of the Waves, Tianjin
- 018 The Reception Center of Uncut Jade in Taiwan
- 026 Shanghai Guoxin Shiji Haijingyuan Sales Center
- 038 New Northshire Reception Hall in Taiwan
- 048 The Sales Center of Grand Mansion of China Merchants Property (Wuhan)
- 058 The Sales Center of Garden Town of China Merchants Property (Chongqing)
- 068 The Sales Center of Grand Mansion of China Merchants Property (Chengdu)
- 078 The Sales Center of Celebrity Mansion in Jiaxing
- 088 The Reception Center of Oscar and Farglory
- 094 The Sales Center of Royal Leader, Yiyang
- 100 The Sales Center of Shimao International Plaza, Jinan

Modern  
Style

## 现代经典

- 108 台湾鸿筑吾江接待中心
- 116 台湾远雄U-PARK接待中心
- 128 成都金沙里售楼部
- 138 长安万科广场销售中心
- 144 台湾敦南枢苑接待中心
- 160 台湾科学园区接待中心
- 168 台湾宝鲸富椿接待中心
- 174 台湾独秀接待中心
- 184 杭州Arthouse售楼部
- 190 台湾峰之树接待中心
- 196 台湾大城朗云接待中心
- 204 福州北纬25°N·安妮女王售楼部
- 212 约克郡售楼展示中心
- 216 万科金域华府体验馆展厅
- 224 重庆山与城销售中心
- 228 海宁名力都会售楼部
- 234 天津金泰丽湾嘉园售楼部
- 240 台湾舞春秋接待中心
- 246 杭州西溪MOHO售楼部
- 250 广州信业尚上名筑销售中心
- 254 广州黄埔文冲万科金色悦府营销接待中心





- 108 Hongzhu Housing Reception Center in Taiwan
- 116 The Reception Center of U-PARK, Farglory
- 128 Gold Sand Sales Center, Chengdu
- 138 The Sales Center of Vanke Plaza (Chang'an)
- 144 The Dyna's Center Garden Reception Center in Taiwan
- 160 The Reception Center of Taiwan Science Park
- 168 Fuchun Reception Center in Taiwan
- 174 The One Reception Center in Taiwan
- 184 Arthouse Sales Center in Hangzhou
- 190 Crown Reception Center in Taiwan
- 196 Taiwan Da Cheng Lang Yun Reception Center
- 204 25 Degrees North Latitude.the Sales Center of Queen Anne
- 212 York Villa Sales Hall
- 216 The Exhibiton Hall of Vanke Golden Land and Luxury Mansion in Wuhan
- 224 The Sales Center of Mountain and City in Chongqing
- 228 Mingli Metro Sales Center
- 234 The Sales Center of Fine Garden in Tianjin
- 240 The Reception Center of Dancing Autumn and Spring in Taiwan
- 246 MOHO Sales Center in Xixi, Hangzhou
- 250 The Sales Center of XinYeShangShang in Guangzhou
- 254 The Sales & Reception Center of Vanke Golden House in Wenchong, Whampoa, Guangzhou

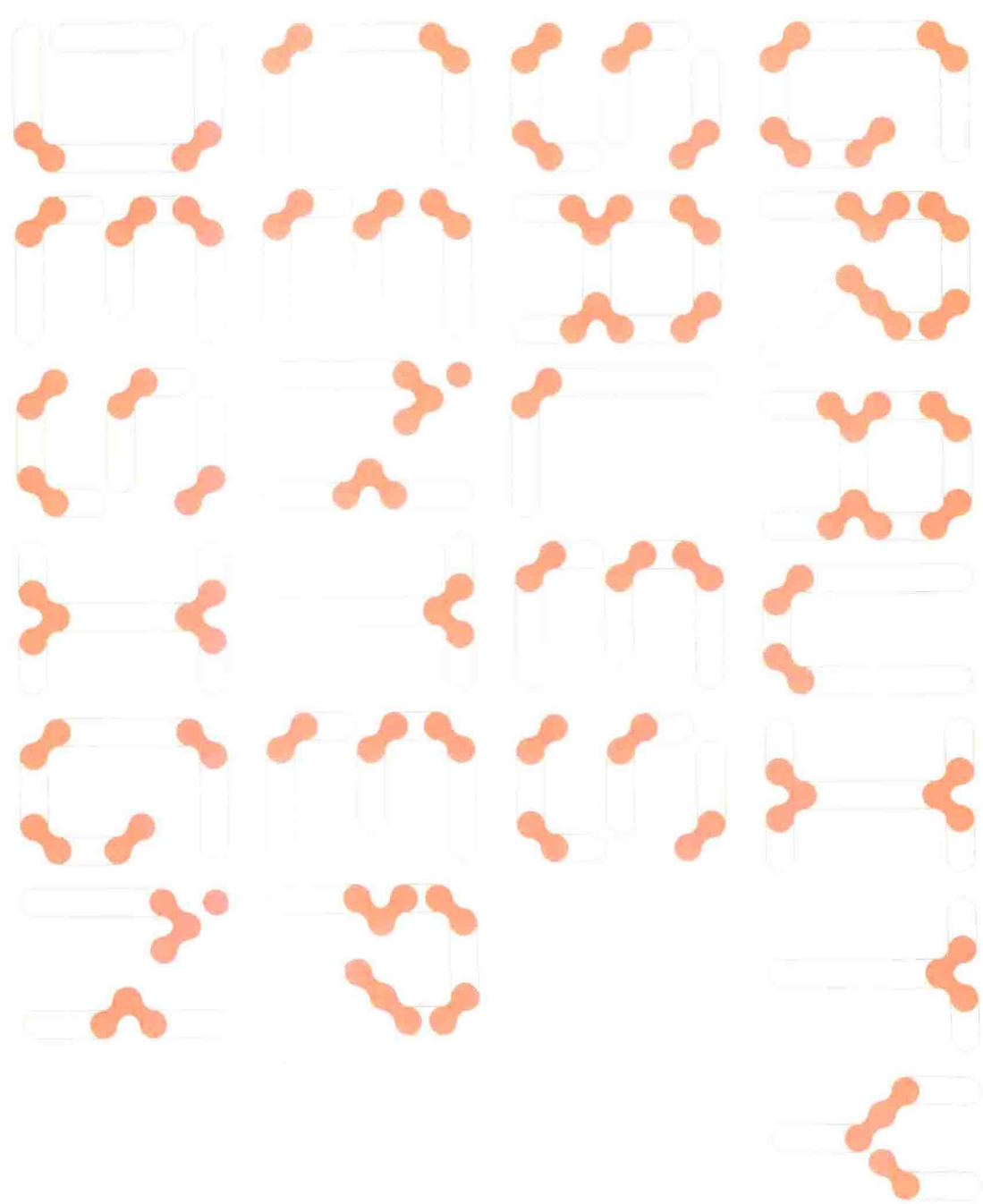


## Foreign Country Sentiment

### 异国情调

- 260 金地长沙三千府售楼会所
- 278 沈阳金地名京会所
- 290 重庆寰宇天下会所
- 300 台湾世界首席接待中心
- 308 台湾帝景苑接待中心
- 316 深圳绿景·香颂售楼处
- 322 台湾天厦售楼部
- 326 青岛紫御观邸售楼部
- 330 青岛东方金石接待中心
- 262 The Sales Center & Chamber of Gold Land (Changsha)Sanqian Mansion
- 278 The Chamber of Gold Palace in Shenyang
- 290 Universe Club
- 300 The Reception Center of Top of the World, Taiwan
- 308 The Reception Center of Regal Court, Taiwan
- 316 The Sales Center of Fragrant Greenview
- 322 The Sales Center of Heaven Plaza in Taiwan
- 326 The Sales Center of Royal Viewing in Tsingtao
- The Reception Center of the Oriental Gold and Stone in Tsingtao





万有引力  
售楼部设计 ≤

**GRAVITY**  
/  
SALES CENTER  
DESIGN VI

策划 / 欧朋文化    主编 / 黄滢 马勇

江苏人民出版社



## CONTENTS

## 目录

A  
Oriental  
Legend

## 东方传奇

- |     |                                                                         |
|-----|-------------------------------------------------------------------------|
| 012 | 天津东丽湖万科城售楼部                                                             |
| 018 | 台湾国泰璞汇接待中心                                                              |
| 026 | 上海海信世纪海景园售楼部                                                            |
| 038 | 台湾新理想(新北郡)林口外接待会所                                                       |
| 048 | 招商武汉雍华府售楼部                                                              |
| 058 | 招商重庆花园城售楼部                                                              |
| 068 | 招商成都雍华府售楼部                                                              |
| 078 | 嘉兴蓝光·名仕公馆售楼部                                                            |
| 088 | 台湾远雄奥斯卡接待中心                                                             |
| 094 | 益阳梓山湖领御营销中心                                                             |
| 100 | 济南世茂国际广场售楼部                                                             |
| 012 | The Sales Center of the Waves, Tianjin                                  |
| 018 | The Reception Center of Uncut Jade in Taiwan                            |
| 026 | Shanghai Guoxin Shiji Haijingyuan Sales Center                          |
| 038 | New Northshire Reception Hall in Taiwan                                 |
| 048 | The Sales Center of Grand Mansion of China Merchants Property (Wuhan)   |
| 058 | The Sales Center of Garden Town of China Merchants Property (Chongqing) |
| 068 | The Sales Center of Grand Mansion of China Merchants Property (Chengdu) |
| 078 | The Sales Center of Celebrity Mansion in Jiaxing                        |
| 088 | The Reception Center of Oscar and Farglory                              |
| 094 | The Sales Center of Royal Leader, Yiyang                                |
| 100 | The Sales Center of Shimao International Plaza, Jinan                   |

Modern  
Style

## 现代经典

- |     |                    |
|-----|--------------------|
| 108 | 台湾鸿筑吾江接待中心         |
| 116 | 台湾远雄U-PARK接待中心     |
| 128 | 成都金沙里售楼部           |
| 138 | 长安万科广场销售中心         |
| 144 | 台湾敦南枢苑接待中心         |
| 160 | 台湾科学园区接待中心         |
| 168 | 台湾宝鲸富樫接待中心         |
| 174 | 台湾独秀接待中心           |
| 184 | 杭州Arthouse售楼部      |
| 190 | 台湾峰之树接待中心          |
| 196 | 台湾大城朗云接待中心         |
| 204 | 福州北纬25°N·安妮女王售楼部   |
| 212 | 约克郡售楼展示中心          |
| 216 | 万科金域华府体验馆展厅        |
| 224 | 重庆山与城销售中心          |
| 228 | 海宁名力都会售楼部          |
| 234 | 天津金泰丽湾嘉园售楼部        |
| 240 | 台湾舞春秋接待中心          |
| 246 | 杭州西溪MOHO售楼部        |
| 250 | 广州信业尚上名筑销售中心       |
| 254 | 广州黄埔文冲万科金色悦府营销接待中心 |





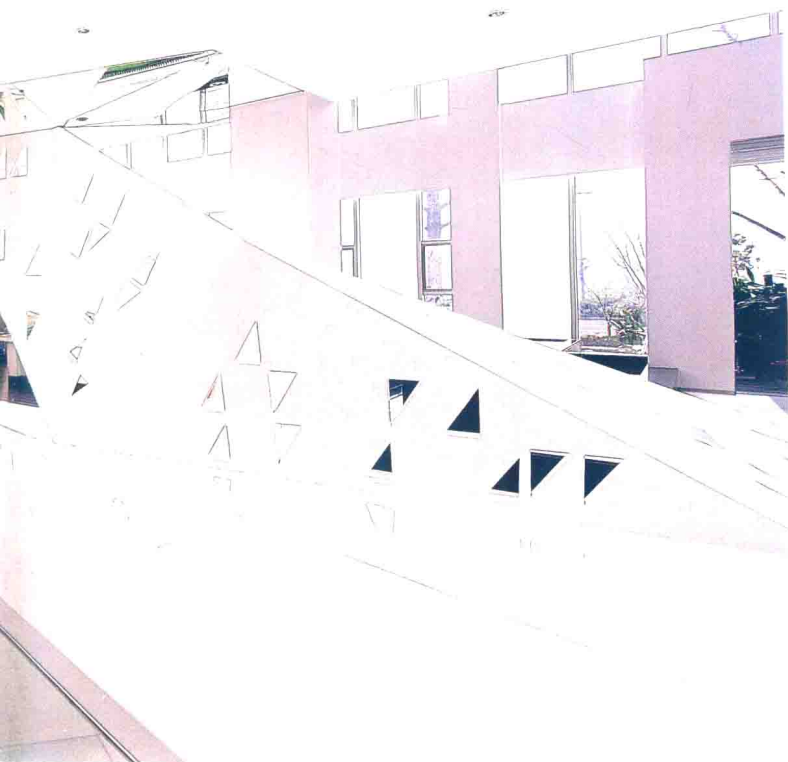
- 108 Hongzhu Housing Reception Center in Taiwan
- 116 The Reception Center of U-PARK, Farglory
- 128 Gold Sand Sales Center, Chengdu
- 138 The Sales Center of Vanke Plaza (Chang'an)
- 144 The Dyna's Center Garden Reception Center in Taiwan
- 160 The Reception Center of Taiwan Science Park
- 168 Fuchun Reception Center in Taiwan
- 174 The One Reception Center in Taiwan
- 184 Arthouse Sales Center in Hangzhou
- 190 Crown Reception Center in Taiwan
- 196 Taiwan Da Cheng Lang Yun Reception Center
- 204 25 Degrees North Latitude.the Sales Center of Queen Anne
- 212 York Villa Sales Hall
- 216 The Exhibiton Hall of Vanke Golden Land and Luxury Mansion in Wuhan
- 224 The Sales Center of Mountain and City in Chongqing
- 228 Mingli Metro Sales Center
- 234 The Sales Center of Fine Garden in Tianjin
- 240 The Reception Center of Dancing Autumn and Spring in Taiwan
- 246 MOHO Sales Center in Xixi, Hangzhou
- 250 The Sales Center of XinYeShangShang in Guangzhou
- 254 The Sales & Reception Center of Vanke Golden House in Wenchong, Whampoa, Guangzhou



## Foreign Country Sentiment

### 异国情调

- 260 金地长沙三千府售楼会所
- 278 沈阳金地名京会所
- 290 重庆寰宇天下会所
- 300 台湾世界首席接待中心
- 308 台湾帝景苑接待中心
- 316 深圳绿景·香颂售楼处
- 322 台湾天厦售楼部
- 326 青岛紫御观邸售楼部
- 330 青岛东方金石接待中心
- 262 The Sales Center & Chamber of Gold Land (Changsha)Sanqian Mansio
- 278 The Chamber of Gold Palace in Shenyang
- 290 Universe Club
- 300 The Reception Center of Top of the World, Taiwan
- 308 The Reception Center of Regal Court, Taiwan
- 316 The Sales Center of Fragrant Greenview
- 322 The Sales Center of Heaven Plaza in Taiwan
- 326 The Sales Center of Royal Viewing in Tsingtao
- 330 The Reception Center of the Oriental Gold and Stone in Tsingtao







## PREFACE 1 序言1



# 极六感， 潜建筑， 触动心灵

黄书恒

文字提供：玄武设计

激发消费者的情感，是赢得品牌营销胜利不可或缺的一环。质量精良的产品，加上优于业界的形象策略，将使商品在业界胜出。对一位不断探索建筑、文化、生命价值与对话的建筑师而言，建筑不再是冰冷建材的排列组合，而是有机藏锋的生命体。而一般人视为销售模式的接待中心、售楼处，在黄书恒建筑师的心目中，是挣脱空间的限制，让创意可以近乎无限遨游与超越的“梦想馆”。正因为如此，黄建筑师认为，只有以诉诸五感，甚至超越五感，乃至极尽六感的沟通方式，才能帮助未来建筑增强与访客或未来居住者的触动与联结。

所谓的五感建筑，正是将空间视为一有机生命体，以视感、听感、嗅感、味感、触感等五官机能元素，与访客进行对话与互动。举例而言，从勒·柯布西耶（Le Corbusier）到安藤忠雄所设计的建筑经典，都曾经出现过所谓的五感建筑。色彩斑斓、光影交织，带来视感体验；屋旁水声、轻慢脚步声，细细体验听感；流风暗送桂花香，捎来嗅感体验；温泉凝滑、茶香生津，引出味感体验；玉石玻璃、钢铁朴木，则是激发触感体验。然而，除了让人用五官去感受建筑的每一部分，创造建筑与人的对话之外，所谓的六感体验，更是触及人心，直诉心灵。

然而所谓六感，不仅仅是直觉（intuition），更是洞察力（insight）、创造力（creativity），对黄书恒建筑师来说，一言以蔽之，正是为访客带来深刻震撼的“灵感”（inspiration）。而接待中心或售楼处本身具有的先知与启示建筑特质，除了是激发访客追寻梦想的“前建筑”（pre-architecture），更是冲撞居住者灵魂反思的“潜建筑”（inner-architecture）。

### 视感

对黄建筑师而言，建筑也是以元素、质感和材料来表达的空间剧场学。以有限的室内空间，用出乎意外且极具反差的材质与元素，打造翻转理念的剧场；在冲突却又相容的吊诡（意为悖论，多用于台湾文学理论和批评界）中，营造出发人深省的建筑奇趣。

### 听感



为了寻求企业标准化的呈现，在创建严谨规范的过程中，设计者如何将个人的创意独白与团队、企业的精神协奏交融，并恰如其分地引发访客的共鸣，正如同音乐家殚精竭虑地在音符与节奏起伏间探索最美妙的序列一样。

### 触感

据说，“触感”是人类在母腹中首先发展的感知官能。然而，触感并不仅仅是依赖皮肤接触来形成认知系统；事实上，人类“心理上的触感”，更是另一项值得探讨的课题。通过“色彩、形状、材质、光影”的变化互动，黄建筑师巧妙地“正面唤起”或是“反面颠覆”了访客心理的触感记忆。

### 嗅感

虽说人仰赖五官感知环境，但大多是由视感主导人的感官体验，其他感官则被忽略压抑。其实，“嗅感”是人类感官机能中非常奇特的部分，它能以特殊的方式被记忆，例如：闻到花香便想起初恋，嗅到桧木芬芳便开启对家的憧憬。一座优秀的五感建筑必须对大自然友善，仰赖风、花、水、绿等元素，与感官邂逅并相恋。黄建筑师喜欢在建筑的周边环境和内部，导入植栽绿化，并在环保节能的概念运用上格外用心。

此外还会通过一些活动形式，比如芳疗调香，将嗅感记忆与身体和环境实现互动，在空间中隐约植入嗅感音符，无所不在地创造出记忆中的故事与链接，以唤起访客内心底层最愉悦的情感回忆。

### 味感

人的感官是互相联系、彼此作用的整体，任何一种感官受到刺激以后，都会诱发其他感官反应，称为“共感”。参访黄书恒建筑师的建筑作品，向来都是一件“共感并行”、“赏心悦目”的乐事；然而，对认真探索自己未来生活形态、深刻思索梦想的访客而言，这不仅仅是一种愉悦的体验，更是琢磨感知与人心的旅程。

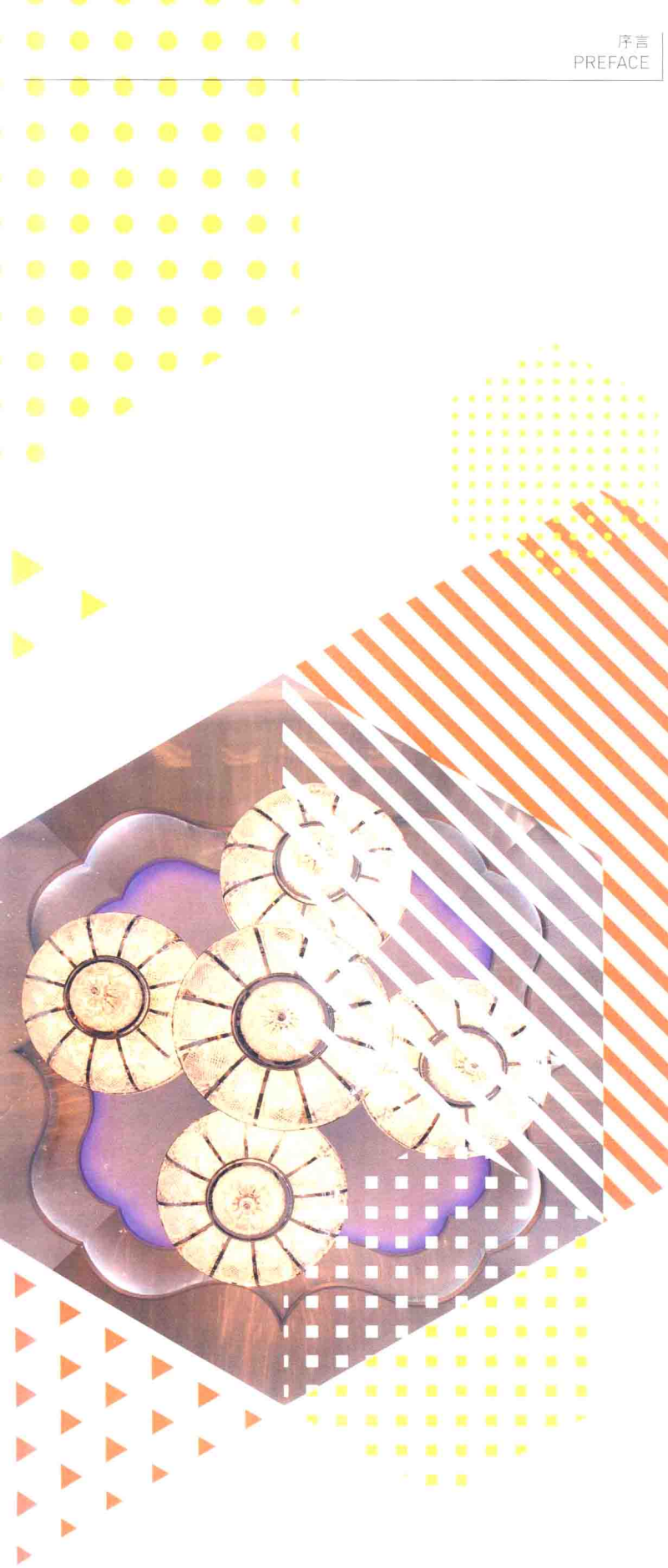
### 灵感

日本著名建筑师槇文彦曾指出，当人们进入建筑时，空间给予情绪的感染，使得人们真正感觉到这座建筑是为自己而存在，建筑的价值便由此而体现。而一切设计方法，不过是建筑师与人们在感觉上交流的管道而已。

坊间一般接待中心设计，如同陈列居住形式的贩卖部；然而，黄建筑师所设计的接待中心则大不相同。他努力在个案中探讨理性机能与感性美学，创造丰富的有机建筑，使其在兼顾商业用途之余，不落俗套，成为肩负未来梦想的先知性建筑。或者，更明白地说，一般接待中心只接待了人的形体；黄书恒建筑师的接待中心，却不仅接待了人的形体，更接待了人的灵魂，触动了人的思想。

的确，这第六个感官来自深层的感动——它诉诸人的感性与灵性，所有在此建筑中的符号、意象都蕴含着神奇的讯息，直指人心，提升人们的领悟力与想象力。

纪伯伦有句名言：“我是一个旅行者，也是一个航海者，我每天在自己的灵魂中发现一个新王国。”极六感之至，潜建筑之能——从业主、设计者、访客到未来居住者——经过这一程六感之旅，每个人都必然在建筑的绿洲中，发现自我灵魂中的新王国。







满足功能+呈现愿景+植入文化  
+美术馆化+环保节能，  
一分才情+二分创意+三分设计  
+四分关注，  
让空间成为具有生命气息的  
“生命体”

何宗宪

## PREFACE 2 序言2

### 1. 在你心目中，比较理想化的售楼部应该是什么样子的？

我心目中理想的售楼部要超越外在美和功能的层次，在设计上周全照顾到以下三方面的设计元素：

- 一、售楼部要展现新的思维去探讨现代人的新生活模式及增强人们对高尚居住环境的认知。
- 二、售楼处的设计要能成为一个具有魔力的空间，所散发出的能量能够提高人们的内心置业的欲望。
- 三、令人从售楼部的环境中体会到企业品牌的精神。

### 2. 如何传达地产项目的在地特性，并以国际设计理念表达出来？

地产项目通常存在着地方特性，但在一切强调个性化的消费文化的大前提下，设计师所扮演的角色是为售楼处注入清新的主题，而并不一定只强调地方特性，而且利用新的思维发掘出人们对地产项目的激情，在设计中主要是将人们安居及置业的内心愿望联系起来。要成功演绎售楼空间，必须在设计上与企业品牌之间创造出一种情感联结，因为设计不能只披上漂亮的外衣，还需要利用空间的营销以及与顾客的互动，培养出一种认同感。

### 3. 售楼部以销售功能为主导，是地产销售的重要营销道具，要求瞬间吸引眼球，制造话题，从设计的角度，如何能够快速吸引关注，体现项目的独特个性？

售楼部不能只作为营销的道具，而是营销的主要策略之一，从设计的角度来分析要能迅速吸引关注及体现项目的个性，我个人认为必须做到以下三点：





第一、以往售楼部设计强调功能，一切以实际需求为先，但今天则注重设计故事，力图通过设计告诉顾客品牌的历史背景、精神面貌、产业优势，以达至更佳的销售效果。

第二、旧日的设计是“所见即所得”(what you see is what you get)，但今天则讲求“所想即所得”(what you imagine is what you get)，想象的空间被无限扩张。

第三、售楼部设计喜欢披上漂亮的外衣，打扮得美轮美奂，让人不禁眼花缭乱，但今天的设计却强调产业或物业的可塑性，以及顾客的互动，让顾客与产业的距离拉近，培养顾客产生对产业或物业的认同与信心。

#### **4. 售楼部一般要求体现或拔高项目的档次、品位和文化，我们知道文化的提升是一个渐进的过程，而地产销售却是追求瞬间爆发的效果，如何才能让消费者快速进入设计师所设定的情境或氛围当中？**

根据我个人观察，亚洲的设计师在体验了西方的奢侈文化之后，开始逐步寻求自己的文化质量，从而发展出适合东方的生活质量，而通过售楼部在品位和高素质的要求，加速了在文化设计上的追求。

我认为让人们快速投入售楼部里的氛围，比较直接的方法是以新颖独特的展示或策略性的安排来吸引消费者，以提高与产业及品牌之间的互动，其中可以是引用高科技设备及设计师无限的想象力。不过我觉得最大的吸引力应该是借以贴近消费者向往的生活模式和态度去表现，而不能纯粹以我们眼前所见的表面装饰去感染消费者。

#### **5. 售楼部在台湾往往被界定为临时建筑，存在时间很短，在这种短期存在之后，有没有后继回收再利用、环保再生的考量？**

环保再生的考量不是多加绿化或是再回收材料的运用，而是规划。所以环保是一个整体概念。在售楼部里除了开发无污染能源及节约能源外，我们应寻求规划上的突破。

我个人在杭州的一个售楼处的案子里做了一个以环保为概念的尝试。发展商原本计划把建筑物兴建成一般的销售中心，由于房地产业的发展活跃，如果以传统的方式在销售中心陈列需要经常兴建及拆除项目陈列品，既不合乎成本效益也不环保。业主接受了我们的建议后，决定把发展项目以展览形式陈列于楼高三层的建筑物内，犹如在艺术馆展示各式各样的艺术杰作一样，同时以此富有时代感的室内空间重新塑造更理想的企业形象。这座“美术馆”不但可延长陈列展期，容纳更多“其他楼盘作品”，有效地让目标客户认识发展商，更减低成本开支和达到环保标准，极富创意地一改销售中心的固有模式。

#### **6. 在售楼部短暂的存在过程中，有没有哪些是设计师希望能被受众体会到，或者能持久保留下来的特质？**

售楼处可能只是一栋临时建筑，所以身为设计师，我希望售楼空间不只是单纯的物理空间，还应是散发出生命气息的“生命体”，带领用家发掘优质的生活。希望在售楼部的空间设计上提升人们对于高雅生活文化的感知，同时承载人们一种幸福的心理。



## PREFACE 3 序言3

### 一趟纯粹的灵魂与 身体的旅行

张莉宁

在台湾，售楼处常常属于临时性建筑，是为了销售房屋而存在的一种销售方式与工具，属于商业空间的一种，我定义它是现代的，必须反映出建筑设计的时代精神与当代美学，必须具备话题性与视觉性以吸引人们亲临。

由于是临时性建筑，我希望它是未来消费者购买的住宅实体空间的延伸，所以，它必须符合建筑物的空间设计意象与营销精神主轴。然后设计者在主观与客观中发想出属于这建案的设计美学。

售楼处在城市中是一个短暂又醒目的空间，虽然是临时性的，却具有一定程度的影响力。

优秀的售楼处可以表现出城市的公共美学，让喧哗的城市带来美好的风景，给城市添加一个宁静的场域，让时间可以暂时凝固，意欲形塑一个大隐于市之空间场域，提供给市民未来生活空间的雏形，让





人们的生活与美学的诉求可以连接起来，是人们生活梦想的开始。设计者可以有较具实验性质也相对前卫的设计，所以，优秀的售楼部设计必须去引导人们产生对美好生活的无限想象。

地产项目的在地特性，应传达出建筑本身的设计风格，将贩售的作品取其意象，作为售楼处的空间风格，使得来买房子的人们先体验到这栋房子所带来的感受，使空间的体验能使消费者感动。

对我而言，参与建案企划会议的发想过程是非常重要的，充分地了解建案的设计与案名、销售策略等，依照建案的特性，然后创造一个空间的故事，将这些创造出多个情境，让消费者进入想象空间，而不同思维的设计理念，对于售楼处的思考并非暂时性的，反而是期待在空间中寻找一种时间的永恒性与诗性，让人们置身在这个空间中得到一种身心的安顿，灵魂上得到满足。

在我设计的售楼处中，有着对空间的一种感性的感觉，现代的建筑又蕴含着东方的内在氛围，向自然借景，表现出一种诗性的空间氛围。对人们的生活、文化、空间与美学有着关键性的影响。

售楼处为临时性建筑，如昙花的美，总是短暂易逝，所以在设计的当下，期望以宁静朴素来表现建筑空间的质地，让人们在空间里能够沉浸在美好的生活氛围中，这样心灵上的享受，让美去影响人的心情，改变这个城市的风貌。

我期望建筑能触动心灵，如诗一般。我们在其间体会了完整的时间感及存在感，一趟纯粹的灵魂与身体的旅行，是一种诗性化为空间体验的过程……



天津东丽湖万科城售楼处

台湾国泰璞汇接待中心

上海国信世纪海景园售楼部

台湾新理想(新北郡) 林口外接待会所

招商武汉雍华府售楼部

招商重庆花园城售楼部

招商成都雍华府售楼部

嘉兴蓝光·名仕公馆售楼处

台湾远雄奥斯卡接待中心

益阳梓山湖领御营销中心

济南世茂国际广场售楼部

The Sales Center of the Waves, Tianjin

The Reception Center of Uncut Jade in Taiwan

Shanghai Guoxin Shiji Haijingyuan Sales Center

New Northshire Reception Hall in Taiwan

The Sales Center of Grand Mansion of China

Merchants Property (Wuhan)

The Sales Center of Garden Town of China

Merchants Property (Chongqing)

The Sales Center of Grand Mansion of China

Merchants Property (Chengdu)

The Sales Center of Celebrity Mansion in Jiaxing

The Reception Center of Oscar and Farglory

The Sales Center of Royal Leader, Yiyang

The Sales Center of Shimao International Plaza, Jinan



东方传奇

ORIENTAL LEGEND

GRAVITY

SALES CENTER  
DESIGN VI



## 天津东丽湖万科城售楼处

## The Sales Center of the Waves, Tianjin

设计公司: KLID达观国际建筑室内设计事务所

设计师: 凌子达、杨家瑀

摄影师: 施凯

面积: 1800 m<sup>2</sup>

主要用材: 橡木、波斯灰大理石、维也纳米黄大理石、布艺软包、茶镜、茶玻、亚克力

Design Company: Kris Lin Interior Design

Designers: Ling Zida, Yang Jiayu

Photographer: Shi Kai

Size: 1,800 m<sup>2</sup>

Materials: Oak, Marble, Fabric Upholstering, Tawny Mirror, Tawny Glass, Acrylic

