

时代楼盘

104

地产 设计 趋势 TIMES HOUSE

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

ITOPICI

华润商业&万达商业

时尚生活购物中心 都市文化主题体验

沈阳华润万象城

“汇聚”主题空间 现代“城中之城”

南宁华润中心

临海建筑文化底蕴 简洁形体城市地标

大连万达中心

延续万达特色 树立区域标杆

莆田万达广场



广东省出版集团
广东经济出版社

TU 241-64
20105
104

时代楼盘 104

地产 设计 趋势 TIMES HOUSE

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

华润商业 & 万达商业



广东省出版集团
广东人民出版社

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	王珂	王克霞	平刚	白祖华
任湘毅	刘纲	刘桐	刘晓逢	刘光亚	伍晓红	朱晓东	孙虎	孙湛辉	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	李海鸥	李渊	苏坤	何显毅	余琪	邹航	邹睿	张源
张建文	张建浩	张小波	杨茜	郑小平	周文斗	庞伟	林毅	范勇	范文峰
项秉仁	赵红红	赵伟强	赵屹懿	赵晓东	赵海	俞锦杰	施道红	胡旭东	高瀛东
敖洪	钱明波	郭文河	袁丁	曹一勇	盛宇宏	黄庆和	黄理辉	黄煜	梁鹏程
曹宇英	彭涛	韩冬	廖文瑾						

时代楼盘战略合作伙伴

图书在版编目(CIP)数据

华润商业&万达商业 / 唐艺设计资讯集团编.

— 广州: 广东经济出版社, 2013.8

(时代楼盘)

ISBN 978-7-5454-2087-6

I. ①华… II. ①唐… III. ①住宅 - 建筑设计 - 中国 IV.

①TU241

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第175138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	恒美印务(广州)有限公司
开本	965毫米×1270毫米 1/16
印张	8
版次	2013年8月第1版
印次	2013年8月第1次
书号	ISBN 978-7-5454-2087-6
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 ·



班申(中国)
BSN ARCHITECTS (CHINA)

班申(中国)设计有限公司
BSN Architects (China) Co., Ltd.
<http://www.bsnsn.com>



A&I INTERNATIONAL

杭州安道建筑规划设计咨询有限公司
A&I (H.Z) LANDSCAPE&ARCHITECTURE DESIGN CO.,LTD
<http://www.aandi.net>



禾泽都林设计机构
Hesoms Design Institute
<http://www.hesoms.com>



上海锋思建筑设计有限公司
GPT Architecture Design Co., Ltd.
<http://www.gpt-archi.com>



上海霍普建筑设计事务所有限公司
<http://www.hyparchi.com>



HUMAX
北京东方华脉工程设计有限公司
<http://www.chinahumax.com>



水石国际
W&R GROUP
<http://www.shuishi.com>

2010
104

时代楼盘 104

地产 设计 趋势 TIMES HOUSE

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

华润商业 & 万达商业



广东省出版集团
广东人民出版社

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	王珂	王克霞	平刚	白祖华
任湘毅	刘纲	刘桐	刘晓逢	刘光亚	伍晓红	朱晓东	孙虎	孙湛辉	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	李海鸥	李渊	苏坤	何显毅	余琪	邹航	邹睿	张源
张建文	张建浩	张小波	杨茜	郑小平	周文斗	庞伟	林毅	范勇	范文峰
项秉仁	赵红红	赵伟强	赵屹懿	赵晓东	赵海	俞锦杰	施道红	胡旭东	高瀛东
敖洪	钱明波	郭文河	袁丁	曹一勇	盛宇宏	黄庆和	黄理辉	黄煜	梁鹏程
曹宇英	彭涛	韩冬	廖文瑾						

时代楼盘战略合作伙伴

图书在版编目(CIP)数据

华润商业&万达商业 / 唐艺设计资讯集团编.

— 广州: 广东经济出版社, 2013.8

(时代楼盘)

ISBN 978-7-5454-2087-6

I. ①华… II. ①唐… III. ①住宅 - 建筑设计 - 中国 IV.

①TU241

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第175138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	恒美印务(广州)有限公司
开本	965毫米×1270毫米 1/16
印张	8
版次	2013年8月第1版
印次	2013年8月第1次
书号	ISBN 978-7-5454-2087-6
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 ·



班申(中国)
BSN ARCHITECTS (CHINA)
班申(中国)设计有限公司
BSN Architects (China) Co., Ltd.
<http://www.bsnsh.com>



A&I INTERNATIONAL
杭州安道建筑规划设计咨询有限公司
A&I (H.Z) LANDSCAPE&ARCHITECTURE DESIGN CO.,LTD
[Http://www.aandi.net](http://www.aandi.net)



禾泽都林
HESOMS
International Design Institute
禾泽都林设计机构
Hesoms Design Institute
[Http://www.hesoms.com](http://www.hesoms.com)



上海锋思建筑设计有限公司
GPT Architecture Design Co., Ltd.
[Http://www.gpt-archi.com](http://www.gpt-archi.com)



霍普建筑
上海霍普建筑设计事务所有限公司
<http://www.hyparchi.com>



HUMANAX
北京东方华脉工程设计有限公司
<http://www.chinahumax.com>



水石国际
W&R GROUP
水石国际
W&R GROUP
<http://www.shuishi.com>

时代楼盘顾问单位:



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



广州市太合景观设计有限公司
Guangzhou Tai He Landscape Design Co., Ltd.
Http://www.taihe-ld.com



上海华都建筑规划设计有限公司
Shanghai Huadu Architecture & Urban Design Co., Ltd.
Http://www.hdad.net.cn



广州普邦园林股份有限公司
Pubang Landscape Architecture Co., Ltd.
Http://www.plandscape.com



深圳市清华苑建筑设计有限公司
Tsinghua Yuan Architectural Design Ltd. Shenzhen
Http://www.thy.cn



美国古兰规划与景观设计有限公司
American Gulan Plan And Landscape Design Co., Ltd.
深圳市古兰景观设计有限公司
Shenzhen Gulan Landscape Design Co., Ltd.
Http://www.gulandscape.com



迪弗建筑设计
DF ARCHITECTURE DESIGN
建筑 | 规划 | 景观 | 室内 | 环境
Http://www.DF-ART.com



深圳源创易景观设计公司
UC Landscape Architecture Design Group
Http://www.cn-ucla.com



深圳市赛瑞景观工程设计有限公司
Shenzhen CSC Landscape Engineering Design Co., Ltd.
Http://www.csclandscape.com



成都天道筑景建筑规划设计(院)有限公司
Chengdu Tiandao Zhujing Architectural and Planning Design Co., Ltd.
四川道法园林工程有限公司
Sichuan Dao Fa Landscape Engineering Co., Ltd.
Http://www.cdtzj.com



北京慧诺国际建筑咨询有限公司
HENO Group Beijing
Http://www.henodesign.com



成都万汇建筑设计有限公司
Chengdu VAN Architecture Design Co., Ltd.
Http://www.vanhui.com.cn



广州晴川环境艺术有限公司
Guangzhou Sunniver Landscape Architecture Art Co., Ltd.
Http://www.qingchuan.com.cn



锐城国际(香港)建筑设计有限公司
Rich City International(H.K.) Architecture Design Co., Ltd.
深圳市锐城空间设计有限公司
Rich City (Shenzhen) Space Design Co., Ltd.
Http://www.ruicity.net



广州宝贤瀚建筑工程设计事务所
Guangzhou BXHH Architects & Engineers



加拿大AIM(亚瑞)国际集团
AIM Group International
Http://www.aimgi.com



GVL国际怡境景观设计公司有限公司
GVL (International Greenview Landscape Design Limited)
Http://www.greenview.com.cn



深圳市筑奥景观建筑设计有限公司
Shenzhen JOCO Landscape Architecture Design Co., Ltd.
Http://www.jocoscape.com



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



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



奥雅景观与建筑规划设计有限公司
L&A Landscape and Architecture Design Co., Ltd.
Http://www.aoya-hk.com



成都赛肯思景观设计有限公司
Second Nature Landscape Architecture Design Co., Ltd.
Http://www.secondnature.cn



美国到特设计咨询有限公司
Design Dot, Inc.
Http://www.ddot-us.com



TONTSEN 建筑设计事务所(美国)
上海方大建筑设计事务所
TONTSEN FANGDA DESIGN GROUP
Http://www.tontsen.com



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



美国博万建筑与城市规划设计有限公司
深圳市博万建筑设计事务所
Archilier Architecture, Llc
Http://www.szbowan.com



澳大利亚道克设计咨询有限公司
DECO-LAND Designing Consultants (Australia) Co., Ltd.
Http://www.deco-land.com



浙江华洲国际设计有限公司
Zhe Jiang Hua Zhou International Design Ltd.



深圳市华纳国际建筑设计有限公司
Warner International Architectural Design Co., Ltd. Shenzhen
Http://www.ham-hz.cn



上海创霖建筑规划设计有限公司
Shanghai Total Architecture Design & Urban Planning Co., Ltd.
Http://www.tdi-sh.com



深圳市万漪环境艺术设计有限公司
TTR Landscape Design Co., Ltd.
Http://www.ttrsz.com



深圳埃迪优建筑规划与景观设计有限公司
Shenzhen IDU Architectural Planning and Landscape Design Co., Ltd.
Http://www.iduon.com



香港联众国际设计机构(有限公司)
Hong Kong LianZhong International Design Institution Limited
重庆联众建筑设计有限公司
Chongqing LianZhong Architecture Designing Co., Ltd.
Http://www.cqz2008.com



上海睿风建筑设计咨询有限公司
Http://www.ruffarchitects.com



深圳市迈丘景观规划设计有限公司
Metrostudio Italy
www.metrostudio.it



北京源树景观规划设计事务所
Yuanshu Institute Of Landscape Planning And Design, Beijing
Http://www.js-chn.com



上海嘉景建筑规划设计咨询有限公司
JIA International Urban & Architectural Design Co., Ltd. (Shanghai)
www.jia-design.cn



东易奇思
景 · 观 · 价 · 值 · 运 · 营 · 商
Http://www.qisigroup.com



广东信厦工程技术有限公司
Sunshine Engineering Technology, GD 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.bizhj.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



阿拓拉斯(中国)规划设计
ATLAS (China) Planning & Design
Http://www.atlchina.com.cn



香港ALD国际设计有限公司
Ald International Design (H.K.) limited
天润园景(福建)景观工程设计有限公司
Tianrun Yunjing (Fujian) Landscape Engineering Design Co. Limited
Http://www.fjrzh.com



广州山水比德景观规划设计有限公司
Sun & Partners Incorporation
Http://www.gz-spi.com



PLC国际设计集团(香港)有限公司
PLC International Design Group(H.K.) Co., Ltd.
杭州普立策建筑设计有限公司
Hangzhou PLC Architectural Design Co., Ltd.
Http://www.plcdesign.cn



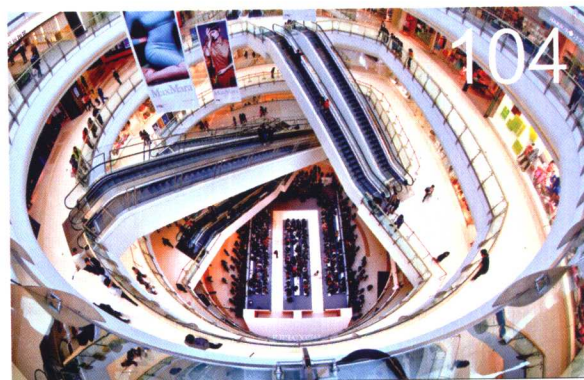
深圳市柏涛环境艺术设计有限公司
Shenzhen Botao Landscape Art & Design Co., Ltd.
Http://www.botaoead.com



梁黄顾设计顾问(深圳)有限公司
LWK & Partners (Shenzhen) Ltd.
Http://www.lwkpc.com



北京莫克建筑规划设计咨询有限公司
H+M DESIGN INC.(CANADA)
www.heademuc.com



电子合作平台: **金盘** KINPAN.COM
地产资讯交互平台

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

目录 CONTENTS

华润商业&万达商业

序 | preface

010 融合地域特色 建筑万象生活
Norman M. Garden

014 建筑师眼中的万达
方华

专题 | Topic

018 时尚生活购物中心 都市文化主题体验
沈阳华润万象城

030 “汇聚”主题空间 现代“城中之城”
南宁华润中心

040 临海建筑文化底蕴 简洁形体城市地标
大连万达中心

050 延续万达特色 树立区域标杆
莆田万达广场



HAPPY YOUTHFUL PROFESSIONAL

霍 | 普 | 建 | 筑

有这样一群设计师，他们拥有共同的气质：

乐观·活力·专业

霍普建筑正是由这样一群设计师组成，他们就是 HYPER!

霍普建筑——HYPARCHI

2003-2013：精研十年，专注高品质住宅和商业综合体设计，致力打造一个有创造力的顶尖设计事务所。

霍普杯国际大学生建筑设计竞赛

与国际建筑师协会（UIA）、天津大学及 UED 杂志合作举办，旨在支持学生进行国际性设计创作交流。2012 年成功举办第一届，2013 年第二届霍普杯正在进行中，相关信息可查看官网 <http://hypcup2013.uedmagazine.net/>

合作伙伴：主要来自国内优秀地产开发公司，如保利、万达、龙湖、绿地、万科、世茂、瑞安、华润、中海、金地、富力、宝龙、招商等。

霍普研究院：公司特色机构，每年研发十多项创新课题，协助地产公司制定设计标准。

公司网址：www.hyparchi.com

新浪微博：@霍普建筑

微信公众账号：霍普建筑

公司电话：+86(21) 58783137、68590505

市场联系：+86(21) 58201028 hypbd@hyparchi.com

公司地址：中国上海浦东新区芳甸路1155号

浦东嘉里城办公楼4201（201204）





电子合作平台:



KINPAN.COM
地产资讯交互平台

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

目录 CONTENTS

项目操盘 | Project Operation

062 当代芝加哥风格 绿色宜居社区
合肥华润中心凯旋门

酒店 | Hotel

074 前沿建筑现代内饰 诠释奢华新风尚
广州W酒店

084 文化构建精品 禅意塑造空间
普陀山雷迪森庄园

特色楼盘 | Characteristic Properties

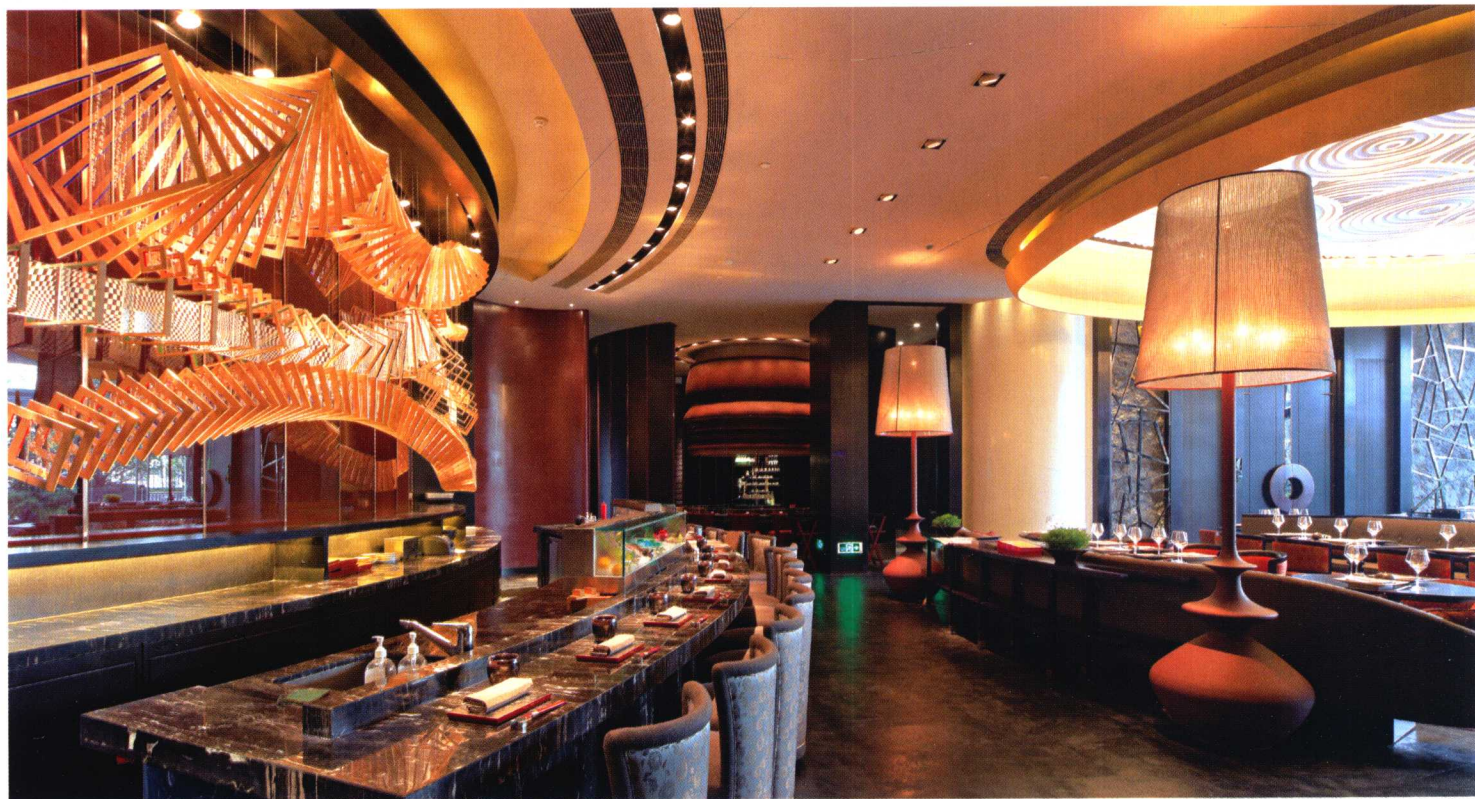
090 现代简约建筑 四维立体景观
上海东鼎名人府邸

方案透视 | Scheme Perspective

100 山地与平地建筑的融合
宁波象山潘家桥项目

景观 | Landscape

106 生态养生公园 简约古典空间
绍兴景瑞望府





WITH 唯士国际
D·K·B·U
地 产 开 发 综 合 解 决 专 家

50%
产品力的
提升

POWER PRODUCTS IMPROVE PRODUCT
FORCE

工地上机器轰鸣。1000万桩基已经打下。

杭州，这座久负盛名的江南天堂即将迎来又一座现代高尚社区。然而，杭州万科内部的气氛却稍显凝重，一份定价报告成了全场焦点——这组权衡了地价以及各方面，综合分析、精细计算得出的价格数据，很有可能吓退一大批客户。毕竟这是2008年，经济危机的阴霾隆重全球，这座城市也未能幸免，绝大多数售楼处门口罗雀，销售员焦虑又无奈着。一边是高昂的地价成本，一边是客户的心理承受能力。开发商陷入两难。

唯士的介入，似乎让局面有了解开的可能。几乎昼夜不停地画图、测量、计算、评估，一份全新的设计图纸摆上了会议桌——每个户型面积提升约50%。换言之，客户花相同的钱，却多了50%的面积，性价比顿时有了极大提高。开发商终于松了口气。

开盘逆市热卖！万科·金色家园在一众知名竞争对手的围追堵截中大获全胜。

所有的坚持，只为实现客户价值最大化

土地价值的深度挖掘

产品成本的有效控制

建筑美学的完美呈现

立足上海，项目辐射上海、重庆、广州、杭州、南京、宁波、青岛等全国40余个城市；中国建筑工程甲级设计资质，150名设计师+管理精英+国际资源团队，长期服务于万科、华润、绿地、建业、协信等国内众多知名企业，逾1000万㎡设计面积。成本控制+产品优化+美学呈现，我们所做的远超传统专业范畴。



ADD / 上海长宁区淮海西路666号中山万博国际中心11楼
TEL / +8621-3250 3750 FAX / +8621-3250 3950
HTTP / www.with-design.cc @WITH唯士国际



电子合作平台:

金盘 KINPAN.COM
地产资讯交互平台

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

目录 CONTENTS

商业楼盘 | Commercial Properties

- 112 多业态商业综合体 流线化立面形态
东莞万科广场
- 120 架构式外立面设计 特色LEED绿色建筑
成都万通中心
- 126 苗族文化演绎 城市气质建筑
贵阳花果园双子塔

配套设施 | Facilities

- 132 传统意境现代风格 东方韵味古典气质
重庆万科悦湾销售会所

空间 | Space

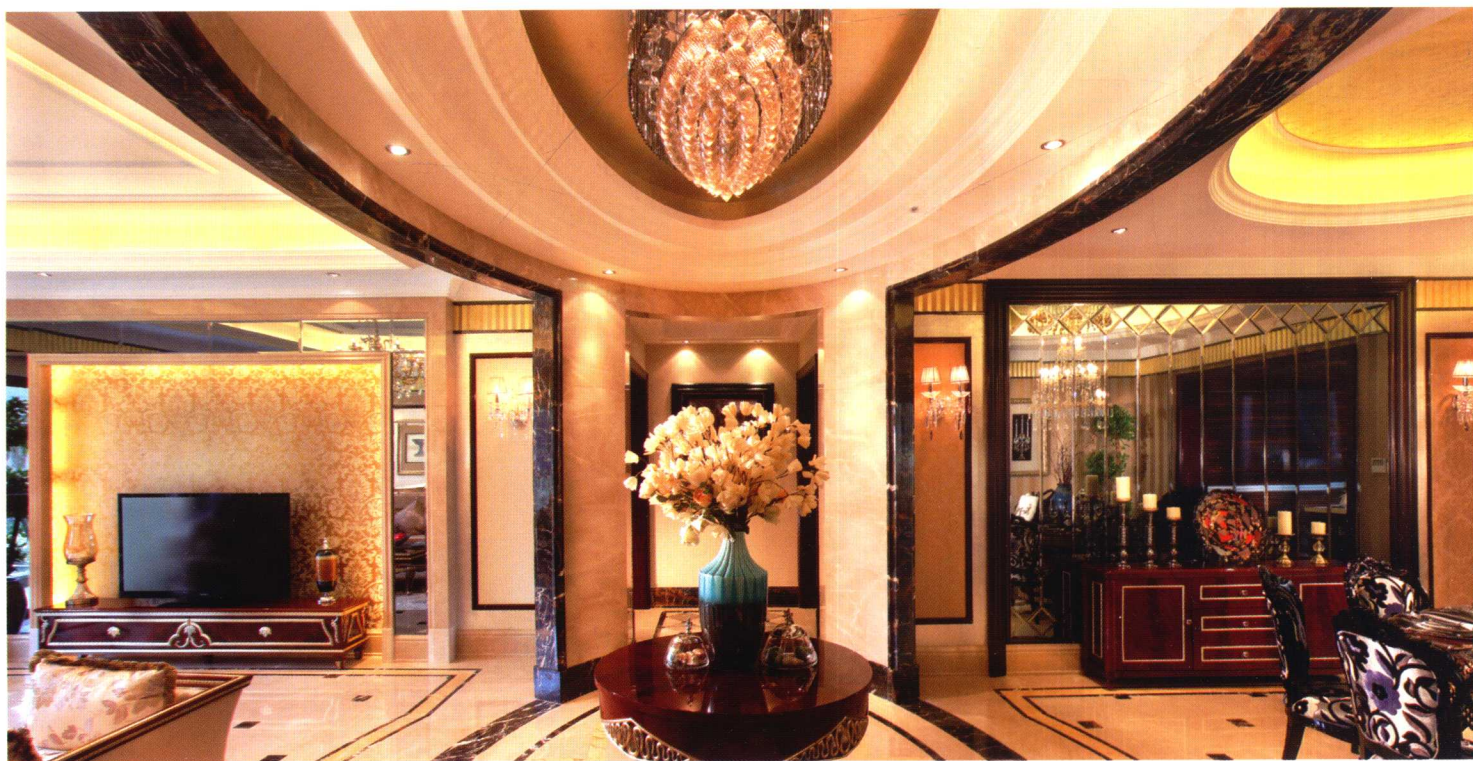
- 138 简洁利落设计 细腻感知空间
成都中德英伦联邦B-02户型样板房

动态 | Dynamics

- 142 Sunlay三磊设计举办系列沙龙,
拉开城市综合体交流帷幕
——第一场: 城市综合体综合什么

特别报道 | Special Report

- 144 精彩纷呈 思维碰撞
——时代楼盘第八届金盘奖评选活动正在进行时



LANDAU 朗|道|国|际|设|计

住宅景观

商业景观

旅游度假



T: +86-21-3331 5041 施先生

E: marketing@landau-design.com

A: 上海市卢湾区局门路550号八号桥三期创意园3号楼5F-6F

成都香颂湖国际社区

WWW.LANDAUDESIGN.COM

融合地域特色 建筑万象生活

——访RTKL执行副总裁，商业建筑全球负责人Norman M. Garden

作为华润地产的长期合作伙伴，RTKL设计的第一个万象城——深圳万象城开始已经成为业界学习的楷模，之后RTKL又主持设计了沈阳、南宁万象城。我们很荣幸能够邀请到Norm接受采访与读者分享RTKL的独特设计理念以及他对于中国商业综合体发展的独到见解。

时代楼盘：请您先谈一下沈阳万象城和南宁万象城有何亮点？

Norman M. Garden：每个万象城都有自己独特的亮点。这个亮点与都市历史、气候条件和城市文化密切相关。沈阳万象城项目，我们设计建造了一座椭圆形、玻璃幕墙的六层建筑——冬季花园。虽然沈阳四季分明，但有了冬季花园，所有活动将不受气候条件的限制。冬季花园也将商业写字楼、凯悦酒店、奢侈品牌零售店、高级餐厅和溜冰场紧密地汇聚起来。冬季花园直达城市广场，与斜对面的青年花园遥相呼应。

由于南宁万象城地势高低不平，我们提出了多首层设计理念，在万象城各楼层增设入口。通过一系列的露天阳台、楼梯和扶梯设计，我们实现了购物中心各层双首层入口设计。南宁市城市规划局也提出了45度交叉公共走廊的设计要求。利用两层高的交叉阳台和露天式下沉广场设计，我们满足了上述所有开发要求。这一设计特色成为整个项目的亮点，并把购物中心两部分紧密连接起来。

时代楼盘：两个项目之间有何相同之处？又有何不同？

Norman M. Garden：每个地区的万象城都有三个共同之处。从名称上，“万象城”的“Mix”在英文中是指多种元素的集合体。所有的万象城都是多功能的综合体项目，集商业零售、娱乐、酒店、商业办公和高端住宅于一体。其次，万象城汇集了众多知名独特的零售、餐饮和娱乐商户。第三，万象城是融合生活、工作、购物、餐饮、会友多种功能于一身的人群总汇之地。

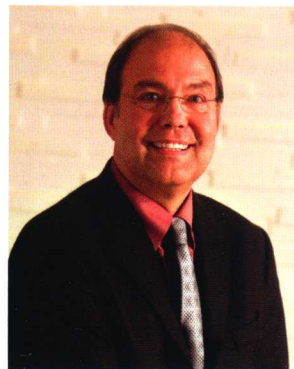
每座万象城通过设计将所有元素以符合其所在城市特点的方式有机结合了起来。我刚才提到的冬季花园和露天阳台，就是根据不同城市特点设计的代表性示例。这些设计方法，体现出不同地域万象城的特点，使它们各具特色，与众不同。

时代楼盘：我了解到在南宁万象城的设计亮点之一是采取双首层设计，灵感源自广西水稻梯田。从项目文脉基地发掘原创设计，在此问题上您是如何考虑的？设计理念如何能够和地域性完美结合。

Norman M. Garden：前边我也谈到了我们想充分利用南宁万象城地势高低不平的特点来设计项目，于是我们提出了多首层的设计。同时，这个设计也是为了满足城市规划局提出的建设都市开放空间的要求。结合上述所有要求，我们创造了一个具有多个楼层入口、充满活力的购物空间，并直接通向位于购物中心后方的住宅区，方便居民出行购物。设计中，我们总是努力融合当地地域和文化特色，如南宁随处可见的美丽山脉、岩石和露台等元素。

时代楼盘：无论是南宁万象城的双首层设计，或沈阳万象城立体停车场、局部多层通高等设计特点，我们不难发现，您试图通过各种设计手段弱化首层与高层店铺人流量差距。作为建筑师，能够真正为商业建筑设计做些什么？您认为一个成功的购物中心的核心竞争力在哪里？

Norman M. Garden：这些都是我们在设计过程中遇到的挑战，也是我们工作的乐趣所在。我们需要处理好立体零售空间和局部多层通高吸引顾客到高层店铺消费的问题。这个问题并不容易解决，但在任何万象城的设计之初，我都会设定好项目的基本设计原则。下面我将逐一介绍这五条原则：第一，竖向流线的组织和布局——必



Norman M. Garden

RTKL执行副总裁 商业建筑全球负责人
美国建筑师协会会员，绿色建筑认证工程师
有着30年的实践经验，代表项目有深圳中航城、天津大悦城、沈阳中航综合项目、深圳华润中心二期等国际综合体开发项目。



南宁华润中心

须简单、便捷。我个人总是努力为消费者创造一个购物旅程或故事，使消费者在往来于首、高层购物时，这个过程更有趣。这也是为什么你会注意到每个万象城的扶梯设计都十分别出心裁。第二，空中平台理念。它指的是除了第一层的主空间外，在购物中心高层设立的推广或活动空间，吸引人流前往。我认为南宁万象城在这方面做得特别成功。第三，光线。温暖的自然光能将人群往高层吸引，因此在购物中心设计天窗使人们能看到天空很重要，但挑战是必须根据当地气候条件设计中做不同的调整。第四，停车场。任何能在高层为消费者设计停车空间将非常有益，但问题是地上空间都占用建筑面积，因此很多开发商都不考虑高层停车场的设计。这就是华润置地区别于其他开发商的地方——华润置地更愿意尝试，拓展新事物经验。第五，结合娱乐元素。娱乐形式多样，如电影院、溜冰场、互动科技区、儿童乐园、餐饮和宴会等。重点是这些元素要符合当地市场需求和大众消费水平。在这点上，华润置地再一次证明了自己在分析市场因素方面的独到眼光，哪些元素在哪些地区最适合消费者，他们没做得非常成功。此外，还有决定项目成败的其他重要因素，如地段。选择一个好地段是项目成功的关键。

时代楼盘：与华润合作数十载，您如何看待华润地产？

Norman M. Garden：我们和华润置地的合作始于2001年10月。2000年初，华润置业吴总率领团队在RTKL洛杉矶办公室与我的同事袁孝南高级副总裁（也是RTKL商业项目亚太地区负责人）会面，并参观了我们的办公室。此后，RTKL与华润置地开展了多个万象城项目，比如南宁、沈阳和深圳万象城，华润置地第一个旗舰万象城项目。通过十多年的合作，我们已发展成亲密友好的合作伙伴。与华润置地不同地区团队的合作也使我由衷地感到愉悦。我认为两家公司合作成功的关键是良好的沟通。我们理解并尊重华润置地致力于成为全球最佳地产开发商的美好企业愿景。

时代楼盘：迄今为止全国已经有5座万象城成功运营，从深圳万象城到沈阳万象城，华润在成功复制原有经验的基础上您认为其项目有何变化？

Norman M. Garden：每个万象城都有属于自己的“独特”故事。这完全归功于华润置地针对当地环境和市场所开展的细致调研。这些调研帮助我们保持万象城总体设计思路，并在不同地区成功融入了符合当地地理、气候条件和文化的特色元素。比如深圳万象城比沈阳万象城有更多的户外商业店铺，这个设计完全是基于深圳四季暖湿，而沈阳冬季寒冷的气候状况做出的。

时代楼盘：您认为万象城的成功为中国商业地产界带来哪些启示？

Norman M. Garden：我认为华润置地给我们的启示是他们一直在创造行业标杆。消费者很享受在万象城购物、娱乐、休闲的过程。很多开发商也注意到了这一点，RTKL经常接到客户的邀请，开发类似万象城综合体。我认为万象城的出现和成功对中国人来说也是非常有意义的，这充分显示了中国的强国风范。这也吸引外国游客前来参观和享受中国美好的购物环境和体验。

时代楼盘：在您之前的一些采访中，您提到超高层办公楼将会是RTKL今后的市场研究领域之一，可否请您详细谈一下缘由？超高层建筑所面临的技术难题更为复杂，它所带来的现实意义是什么？

Norman M. Garden：作为城市综合体项目设计专家，我们希望在项目的各个业态都有建树。RTKL在城市规划、商业设计、酒店设计和高端住宅设计方面享有盛誉。作为RTKL商业设计的全球负责人，我一直致力于带领团队在超高层办公楼和高端住宅设计领域拓展，因为我相信综合体项目各业态全面的设计专长将有助于我们更好地服务客户，为客户提供更全面和优质的服务。作为建筑设计师，这也将有助于我们更好地把控整个项目的设计。在RTKL，我们有专业的超高层技术人员，这些专业化技术团队使我们能够在超高层办公楼设计领域与顶级专家合作。最终，我们的目标是一切从客户的利益出发，为客户提供最好的设计服务。



沈阳华润万象城

Mr. Norman M. Garden's Exclusive Interview

MixC Shenzhen designed by RTKL has already become one of the best shopping centers in China that many try to learn from or copy. As CRLand's long-term design partner, RTKL also designed MixC Shenyang and MixC Nanning. I am greatly honored to interview Mr. Norm Garden to share RTKL's unique design philosophy with us and to get his opinions about the development of China's commercial real estate.

TIMES HOUSE: What are the highlights of MixC Shenyang and MixC Nanning?

Norman M. Garden: Every MixC created has a unique highlight which serves as a focal element that relates to its urban context, climatic conditions and city culture. At MixC Shenyang we created an elliptical formed, glass enclosed, six level Winter Garden. This was done to enable a year round gathering space as Shenyang has four climatic seasons. The Winter Garden also serves as a hub where the Commercial office, Grand Hyatt Hotel, luxury brand retailers, upscale dining and the ice rink all come together. The Winter Garden also interfaces directly with the Urban Plaza situated diagonally across from the beautiful Qingnian Park.

At MixC Nanning we were working with a sloped terrain and this allowed us the opportunity to create multiple ground level entry points. We achieved this by creating an urban room with a cascading set of terraces, stairs and escalators which provided multiple ground level entry points at different levels of the shopping center. The Nanning City Planning Bureau had also envisioned a public corridor at the 100% intersection slicing through the site on a 45 degree diagonal. We achieved all this with the double story height cascading terraces which is merged with a large open air sunken court. This feature became our primary address statement and the hub merging the two legs of the shopping center.

TIMES HOUSE: Do they have something in common, and what is their difference?

Norman M. Garden: I believe that all MixC have three significant common traits that pull them together. I refer to the MixC name as in English it means a Mix of Elements. The MixCs are all Mixed Used Developments; hence first and foremost it is a Mix of Uses such as Retail and Entertainment with Hotel, Commercial Office and Residential Towers. The second Mix is the Collection of unique retailers, food and beverage entities and entertainment precincts offered. The third Mix is the creation of the various gathering spaces created which serve to bring the Mix of people together to live, work, shop, dine, and meet friends.

Each MixC through design forges these elements together in a unique manner appropriate to the City it resides in. As I mentioned before the Winter Garden and the Cascading Terraces are just a couple of examples of iconic elements unique to their specific MixC.

This is where design is able to create points of difference between the various MixCs.

TIMES HOUSE: As I know, one of MixC Nanning's highlights is its double first-floor, which is reminiscent of the renowned rice terraces of Guangxi province. What were your thoughts on this? How did you combine the design with the location so perfectly?

Norman M. Garden: As I mentioned earlier we were seeking to capitalize on the site's sloping terrain. This gave us the opportunity to capitalize on delivering more than one ground floor. The placement also followed the Planning Bureau's requirement for an urban open space. We merged everything together and were able to create a dynamic space with multiple entry points and a strong connection to the residences being built behind the shopping center. In our designs we always try to draw inspiration from the local vernacular. In this case, it happened to be the beautiful hills and out-croppings of rock and terraces surrounding the City of Nanning.

TIMES HOUSE: No matter through MixC Nanning's double first floor or MixC Shenyang's vertical car-parking and the partial multi-floor atrium, we can tell you are trying to break the flow gap between the first floor and the higher floors. As an architect, what else can we do for commercial development to make it successful? In your opinion, what is the key to make a shopping center successful?

Norman M. Garden: These are the challenges and what makes our job fun and interesting. Our Challenge is that we are dealing with Vertical Retail and the ability for the shopping center to entice and motivate the customer to flow to the upper portions of the Center. This is no small task, but I have some basic philosophies that I embrace when I sit down to design any MixC. Here are 5 Principles: First is the organization and layout of the Vertical Circulation. It should be simple and convenient. My personal passion is to create a journey or tell a story with how the customer can flow upwards or downwards. You will note the placement of escalators each MixC is unique and interesting. The Second Principle is the concept of what I refer to as 'Platforms in the Air'. What I refer to are creating promotional or event spaces at the higher levels in addition to the main space situated at the ground floor. I think the Nanning MixC achieved this very successfully. The Third Principle is Daylight. Warm natural light entices people to flow upwards. Being able to see the sky is important. The challenge is in the skylight design as it needs to be balanced with the local climatic conditions. The Fourth Principle is parking. Any opportunity to create additional access points for the customer at the higher levels of the center is a benefit. The problem is that in many situations this

above grade parking counts against the total permissible Floor Area and hence many developers/owners shy away from incorporating this parking. This is where CR Land separates itself from the others with their willingness to explore this. And finally the Fifth Principal is the incorporation of Entertainment Anchors. These uses can be in a variety of forms such as Cinemas, Skating Rinks, Interactive Tech Zones, Children's Play Areas, Banquet Restaurants, etc. The key is what is appropriate to the market place and what can the local residents afford. Again CR Land has proven their expertise at knowing which components work well for the specific City or Region. Of course there are many other elements that go into the creation of a successful Vertical Center such as location, location, location! Having the right Site is paramount to success.

TIMES HOUSE: With over 10 years' partnership with CRLand, how do you look at CRLand?

Norman M. Garden: I have known CR Land since October of 2001. RTKL was first introduced to CR Land when Chairman Wu of CR Land led a delegation of CR Land leaders and met with my partner Richard Yuan, our Regional Practice Group Leader for Asia, in our Los Angeles office. This took place in early 2000. Since that time we have worked on numerous MixCs, including Nanning and Shenyang but also the Flagship bearer which is the first one in Shenzhen. Through the years we have become great friends and I truly enjoy working and collaborating with all the various CR Land teams. The key to our success has been communication. We understand CR Land's commitment to be the World's Best Developers and Property Owners.

TIMES HOUSE: Now CRLand has 5 MixC, what are the changes in its projects from MixC Shenzhen to MixC Shenyang on top of adhering to the successful experience?

Now CRLand has 5 MixC, what are the changes in its projects from MixC Shenzhen to MixC Shenyang on top of adhering to the successful experience?

Norman M. Garden: Each MixC has a 'Unique Story' to offer. This is shaped by the intense research CR Land invests into the local environment and market conditions. From that research we get to create a Design that has a 'kit of parts' of design elements and principles that allow the MixC's to feel as one family of design but with differentiating features and elements appropriate to a specific locale, climate and culture. For example the Shenzhen MixC has numerous outdoor retail precincts as compared the Shenyang. This is based on the fact that Shenzhen is in southern China with a warmer climate as opposed to Shenyang located in the north having to deal with the winter months.

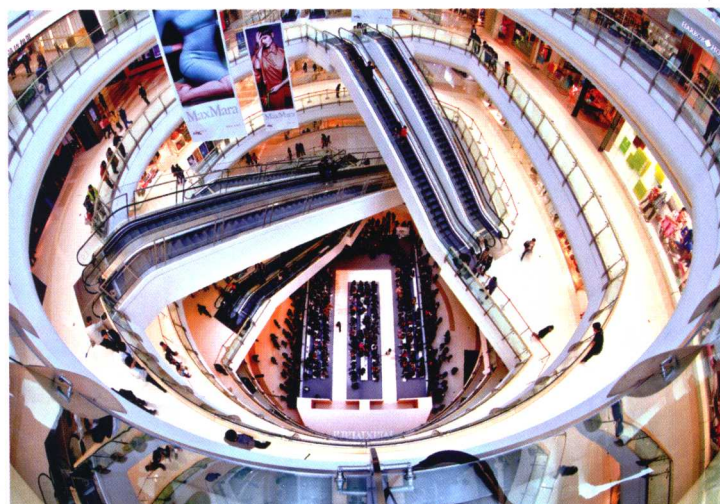
TIMES HOUSE: What would be the inspiration from CRLand's success to China's commercial developers or

the commercial real estate industry?

Norman M. Garden: I believe CR Land's inspiration to others is the fact they are raising the standard of excellence. People enjoy shopping and playing at a MixC. Other developers have taken note and we get requests from others to be involved in shopping centers and mixed use developments that can be like the MixCs. I think this is great for the people of China and sets a tone that China is a Great nation. This also invites and encourages foreign tourists to come and visit and enjoy the wonderful shopping destinations China has to offer.

8.I notice you've said high-rise office towers will be one of the fields RTKL focuses on in the future during your other interviews. Can you tell me more details of why RTKL chooses this direction? The technology involved in high-rise buildings will be more complicated, and what will be the influence this brings to the market?

Norman M. Garden: As urban mixed use specialists we desire to work on the designs of all the pieces of a project. We have a great reputation for our Urban Planning, Retail/Entertainment and Hospitality portfolio. As RTKL Global Practice Group Leader, I have been working on growing our abilities to expand our skillsets into high-rise Commercial Office and Luxury Residential. With the full complement of design expertise available we are better able to serve our clients. As architects and designers we are better able to control the whole design. We do have a very strong Technology division within RTKL. Having more high-rise experts allows us to collaborate more with our Technology experts. At the end of the day, it is all about what is best for our clients and being able to deliver the Best Designs.



沈阳华润万象城

建筑师眼中的万达

GPT自2007年和万达合作至今，可以说亲历了万达的种种变革，对其模式也有了一些自己的见解。

首先，我们来了解一下万达“产品”的升级历程。万达商业从最初的“一代”到现在的“三代”、“四代”，其实只用了短短十年时间。特别在2007年以后，万达随着快速扩张，更新换代速度明显加快。但从建筑师角度来看，万达商业广场的这一部分的功能从二代开始，变化是不大的，不同阶段的“产品”主要区别是在商业广场外围不同的扩展。简单来讲，一代产品是纯粹的商场，二代产品为了平衡开发资金引入了办公公寓塔楼，但这种方式其实并没有给万达带来多大的前期资金。在2008年以后，万达的“二代半”及“三代”很快登场，这一代才是万达的主力及成熟产品。万达第“三代”在商业广场之外设置了室外步行街（即“金街”）、酒店、住宅，他们的目的主要是为开发回收现金流。第三代和以前的产品还有一个最大的不同在于：商场的主力店除了超市，几乎都换成了万达自营的品牌，万达高层坦言，很多自营主力店是不怎么赚钱的，他们自营的目的是为了解决快速扩张带来的招商压力，在2008-2009年的很多项目，万达都做到了14个月从拿到地到开门营业，这几乎是商业项目开发的极限速度。

万达的急速扩张给建筑师带来极大压力，极短的时间内，万达需要一个非常“成熟”又具有“一定创意”的方案，因此第三代产品之前的建筑师绞尽脑汁地在可行性与创意之间平衡，往往在创意没有充分消化的情况下，项目已经上马了，这造成了很多项目修修改改，细节缺失。这样的开发模式对于“平民”化的万达是可以接受的，但进入2010年后，万达开始希望转变“平民”化的印象，开始第四代的研发。在我看

来，第四代万达广场除了在规划上加强了各功能区的联系外，主要是在立面上努力革新，万达的高层开始接受一些更前卫的材料和做法。

我记得2009年GPT开始运用参数化设计为万达设计过几个项目，当时的高层对这种设计完全不能接受，弧线、复杂节点，都是当时的设计禁忌。而到了2010年，立面设计所有的禁忌都可以突破了，万达似乎希望通过全新的外部形象来改变人们对万达广场的认识。现在，每次万达项目的投标都是设计公司的立面设计盛会，每个建筑师挖空心思的去找寻奇思妙想，数家公司，每个都要拿出数个不同风格的方案，而最后的结果往往是再来一轮。很多同行反映，这种对设计公司脑力的浪费让很多合作方感到疲倦，幸好万达始终能找到新鲜血液补充进来。

虽然进行到四代，万达的开发模式是没有改变的，因为只有快速营建才能满足万达的发展。因此，虽然很多方案效果图画得极漂亮，但是却缺乏时间“落地”，边修边设计的情况无法避免，更重要的是，后期施工方在极大时间压力下，几乎不可能做到精细化。我去看过很多我们设计的项目，大体都还不错，但一些细节就显得比较粗糙。现在问题最多的是万达的“金街”，也就是室外步行街，由于这些产品是在万达室内步行街的外围套上去的，本身它是违反商业规划“唯一性”原则的，加上室内、室外街的互动很薄弱，现在金街大多遇到了销售或者经营的困难。

我一直认为万达是一个目的性超强、学习能力超强的公司，但很可惜，他对于建筑师来讲是一个噩梦，他会不停地边驱打你边吸你的“血”，以达到他的目的。由于外界建筑师在整个万达项目中的参与度很低，建筑师做“产品”的感觉大过做“设计”，所以很多让人感动



方华

GPT设计机构创始人、高级合伙人、首席建筑师
德国RS建筑设计事务所上海首席代表
德国马格德堡大学建筑系研究生导师、毕业答辩委员会委员

