



NO.1

① 规划
公共
PLANNING
PUBLIC

张先慧 主编

中国建筑设计表现作品集
CHINESE ARCHITECTURE DESIGN
AND PERFORMANCE ANTHOLOGY

中国建筑设计 with 表现作品集

CHINESE ARCHITECTURE DESIGN AND PERFORMANCE ANTHOLOGY

① 规划 公共
PLANNING PUBLIC

张先慧 主编

图书在版编目(CIP)数据

中国建筑设计表现作品集①规划 公共 / 张先慧主编. —南京: 江苏人民出版社, 2011.5

ISBN 978-7-214-06913-9

I. ①中… II. ①张… III. ①建筑设计—作品集—中国—现代

IV. ①TU206

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第041663号

中国建筑设计表现作品集①规划 公共

张先慧 主编

责任编辑 蒋卫国 曹惠珍

监 印 马 琳

出 版 江苏人民出版社(南京湖南路1号A楼 邮编: 210009)

发 行 天津凤凰空间文化传媒有限公司

销售电话 022-87893668

网 址 <http://www.ifengspace.cn>

集团地址 凤凰出版传媒集团(南京湖南路1号A楼 邮编: 210009)

经 销 全国新华书店

印 刷 广州汉鼎印务有限公司

开 本 965毫米×1270毫米 1/16

印 张 22

字 数 220千字

版 次 2011年5月第1版

印 次 2011年5月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-214-06913-9

定 价 278.00元

(本书若有印装质量问题, 请向出版社发行部调换)

1

规划 公共 PLANNING PUBLIC

- 004 导言 INTRODUCTION
- 006 序 PREFACE
- 009 城市规划 CITY PLANNING
- 131 景观规划 LANDSCAPE PLANNING
- 136 旅游度假 TOURISM AND HOLIDAY
- 167 广场 SQUARE
- 183 公园 PARK
- 194 古建筑 OLD BUILDINGS
- 197 文化中心 CULTURE CENTER
- 216 学校 SCHOOL
- 252 体育 SPORTS
- 269 图书馆 LIBRARY
- 300 医院 HOSPITAL
- 306 机场 AIRPORT
- 311 车站 RAILWAY
- 314 车站、收费站 STATION TOLL STATION
- 345 道路、桥梁、河道 ROAD BRIDGE RIVER

2

商业 展示 COMMERCIAL EXHIBITION

- 004 导言 INTRODUCTION
- 006 序 PREFACE
- 009 酒店 HOTEL
- 104 商业区 COMMERCIAL DISTRICT
- 139 商业街 COMMERCIAL STREET
- 175 商城 SHOPPING CENTER
- 213 综合体 COMPLEX
- 241 娱乐城 ENTERTAINMENT CENTER
- 244 银行 BANK
- 250 售楼中心 SALES CENTER
- 256 会所 CLUB
- 270 影剧院 THEATER
- 283 博物馆 MUSEUM
- 311 展览馆 EXHIBITION HALL

目录 /Contents

3

办公 OFFICE

- 004 导言 INTRODUCTION
- 006 序 PREFACE
- 009 商业办公 COMMERCIAL OFFICE
- 193 单位办公 UNIT OFFICE
- 225 科研办公 RESEARCH OFFICE
- 251 行政办公 ADMINISTRATIVE OFFICE
- 271 会议中心 CONFERENCE CENTER
- 288 工业厂房 INDUSTRIAL FACTORY
- 302 产业园 INDUSTRIAL PARK
- 323 物流基地 LOGISTICS BASE

4

居住 RESIDENTIAL

- 004 导言 INTRODUCTION
- 006 序 PREFACE
- 009 居住规划 RESIDENTIAL PLANNING
- 179 居住景观 RESIDENTIAL LANDSCAPE
- 196 高层 HIGH-RISE
- 279 多层 MULTIPLE-STORY
- 296 小高层 SMALL HIGH-RISE
- 307 单体别墅 SINGLE VILLA
- 327 联排别墅 ROW VILLAS

导言

/Introduction

记录精英 传播经典

《NO.1——中国建筑设计及表现作品集》是一套专业的建筑设计作品与建筑表现图全集，它全面反映了建筑设计及表现行业的最新成果，旨在打造中国最具影响力及最具权威性的建筑设计及表现行业典籍。同时，也给读者搭建起了解当前建筑设计及表现的状况、交流创意思想的平台。

本次征稿消息发出后，得到各设计单位和绘图单位的积极呼应和踊跃投稿，最终使本丛书得以顺利面世。我们用专业丛书的形式把最新、最优秀的建筑设计及表现作品记录下来、传播开去。

“记录精英，传播经典”，这是《麦迪逊丛书》的宗旨。

希望业界朋友继续关注与支持我们。



张先慧

中国麦迪逊文化传播机构董事长
中国（广州、上海、北京）“广告人”广告书店董事长
《麦迪逊丛书》主编

序

/Preface (排名不分先后)

LECTUR
AND
RMANC
LOGY

客户经营与企业竞争力

效果图公司在整个建筑产业链上的位置可谓不尴尬，前段时间和几个同行朋友聊天时大家讨论到了这样一个话题，说效果图这个行业很无奈，从员工到老板都非常辛苦，总之就是利润相对较低且干得多拿得少。似乎这些就是这个行业的特点，入行就得接受这样一个事实，如此可怕的理念一旦形成共识将会导致这个行业的优秀人才流失，后备力量培养不足最终造成企业竞争力的丧失。

对于这一切，我认为每一位从业者入职时都应该问自己3个问题，我是来做什么的？我将来的目标是要做什么？为了达到这个目标我现在应该怎么做？这是一个调整心态的过程，什么是客户价值？你又创造了多少价值？客户愿意花钱购买的是我们的功劳而不是苦劳，简单来说客户价值可分为“功能效用”和“延伸服务”两方面，在效果图这个行业中，功能效用的价值比重是相对较低的，也就是说把这张图做完（功能效用）和把这个图做出彩（延伸价值）是两个概念，客户愿意支付的成本中延伸价值占了很大的比重，判断一个效果图公司的竞争力也在于后者。

一个人来找你帮忙的时候，他告诉你一个需求，可能，这个需求背后还有很多很多的需求，但是他没有告诉你，或者说他自己也不知道，但是你能从简单的交谈里头，简单的需求中可以还原它更多的需求，还原成一个需求链。怎么理解这个话呢，在效果图行业中一般的企业都是会去争市场的份额，不过最终除了提高自己的成本外并没有带来额外的好处，因为蛋糕就那么大，你争过去我挖过来，最终彼此都提高了成本，并不是说这样有什么不好，而是不是解决问题的办法，因为这样同质化作品会越来越多，产品没有亮点，唯一就是拼价格，对于设计类的效果图行业来说将其日用品化显然不是方向。我们应该像父母关心自己的孩子一样去关心客户，你总能发

现别人没有发现的那些难题，这些难题就是商业机会，就是从它的需求链去打造一条关爱链，这样你的利润自然就会增长，规模自然就会扩大，一般的企业都是去争市场份额，就是从蛋糕上切下来一个更大的一块，讲的实际上是面积，而有些公司不去争份额，不去争蛋糕的面积，而是去争蛋糕的厚度，所以一个公司要做的好，真的要为客户创造价值，要有医者父母心的情怀，对现有客户深切体察，将简单的东西做出不简单来。

要提高客户满意度最关键的是找准客户的价值认同点，因为不同的客户关注点不同，按照价值匹配原则，对客户最看重的地方多下功夫会提升客户的满意度，这样就等于把客户的需求和我们的资源做了匹配，本着这样的顺序做事才会有效率，反之你把所有的时间都平均分配的话效果是很低的，客户也会认为你做事没有重点而降低对你的产品预期。

为什么我们也要强调客户的规范呢？我们必须承认，客户群体中确实存在着一些需规范的行为，比如说某些客户在项目时间安排上没有经过前期的计划和安排等，想到哪里做到哪里，想什么时候做就什么时候做，由于需求变化系数较大导致了下游的时间无法控制，最终造成作品品质下降，总结一下不难发现者是由于这类客户自身的管理成熟度较低造成的，但凡优秀的公司都懂得如何去规范客户的行为，因为有了规范才有发展，只是对于不同阶段的企业这个问题的重要程度不一样，特别处于初期的企业是不需要管理这一点的，但随着时间的推移和公司的发展，这个问题就会逐渐摆在我们的面前。

写在最后，一个公司做得怎么样不是看这个企业现在有多么风光多大的营业额和客户数量，而是看它是否能持续的为客户产生价值，如果缺失了这一点，谈企业做大做强又何来意义呢？



给后来者

建筑表现行业是一个藏龙卧虎的行业，有人把它比作武侠小说里的江湖。对后来者，首先学好扎实的美术基础，认真观察场景做出合理的结构和角度基础，分析光影关系的互相反应和细微变化结合实际多加练习。效果图靠的是自身的修养和对环境艺术的领悟。只有自身艺术层次提高了，才能做出完美作品，从而立足于江湖，称霸武林，否则就只能随着江湖里的血雨腥风灰飞烟灭。



天欲集云风成雨，拓开欲语立清风

此次能受邀为中国麦迪逊文化传播机构策划出版的《NO.1——中国建筑设计表现作品集》写序，倍感荣幸。辞旧迎新之际，回首过去，展望未来，这些年市场的巨大变化，行业的巨大发展，可谓一片欣欣向荣，硕果累累！然而每个公司的取向不一，确实值得我们认真总结一下。

2010年，国家地产主管部门对地产的调控不断给力，房价也是忽高忽低。处在地产链接下游的建筑表现业，发展也更加举步为艰。正所谓“天欲集云风成雨，拓开欲语立清风”，无论遭遇多少挑战，又或者是面对市场成熟饱和状态下的诸如同行竞争，价格和价值取向不一等因素带来的更多挑战，我们要始终坚持，在技术上不断提升自己的实力，在服务上不断改善自己的作风和态度，不随波逐流，坚持自己对于事业的认知和追求，为客户提供高价值的服务。

诚然，每个公司、每个团队都需要有严密的组织机构、高效的科学管理机制，才能在激烈的竞争中始终保持自己强有力的优势，尤其是公司的财务管理、人力资源管理、流程管理等，以关注细节、关注执行为企业文化，使客户价值、员工价值和公司价值得到最大化体现。

韩文宏

/成都市浩瀚图像设计有限公司



十年，负重前行

十年前，自己在DOS系统里玩的是3DS4.0，那时就觉得计算机和建筑原来可以这样玩，于是兴趣让自己坚持下来，现在看来在学校里的一种爱好却不经意中成为了谋生的手段，回首自己的从业历程，个中滋味，难以言表。

随着计算机技术的发展，新技术的应用，大量的建筑设计、美术专业等新人进入这个行业，行业整体技术水平不断提升，如今效果图几乎可以假乱真，大量作品已是照片级水平。现在效果图应用的行业越来越多，建筑设计、室内设计、景观设计、工业设计等，特别是建筑设计与建筑表现更是密不可分，基本上每一个建筑设计项目都需要表现图，更多的设计者把效果图好坏与是否中标联系起来，无形中加大了效果图人员的压力。

行业内一直有这种不满的声音，那就效果图人员已分担了应是设计者的部分设计工作，而报酬却只是一张图的价格，这是不公平的。这个问题作为从业者是无法回避的。个人认为问题要从两个方面来思考：一方面建筑表现图从业人员需要具备一定的建筑设计能力，应该参与到项目中

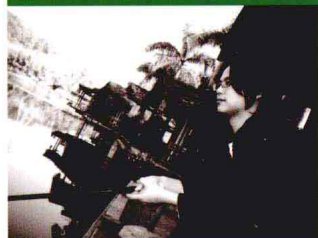
来，而不能把自己仅当作一个绘图者。另一方面建筑设计人员应主动地提供设计资料，而不能认为设计工作就只是作平面，找张参考图由效果图人员去作立面，这无法提升自身的设计能力，效果图人员也只能是辅助设计而已。

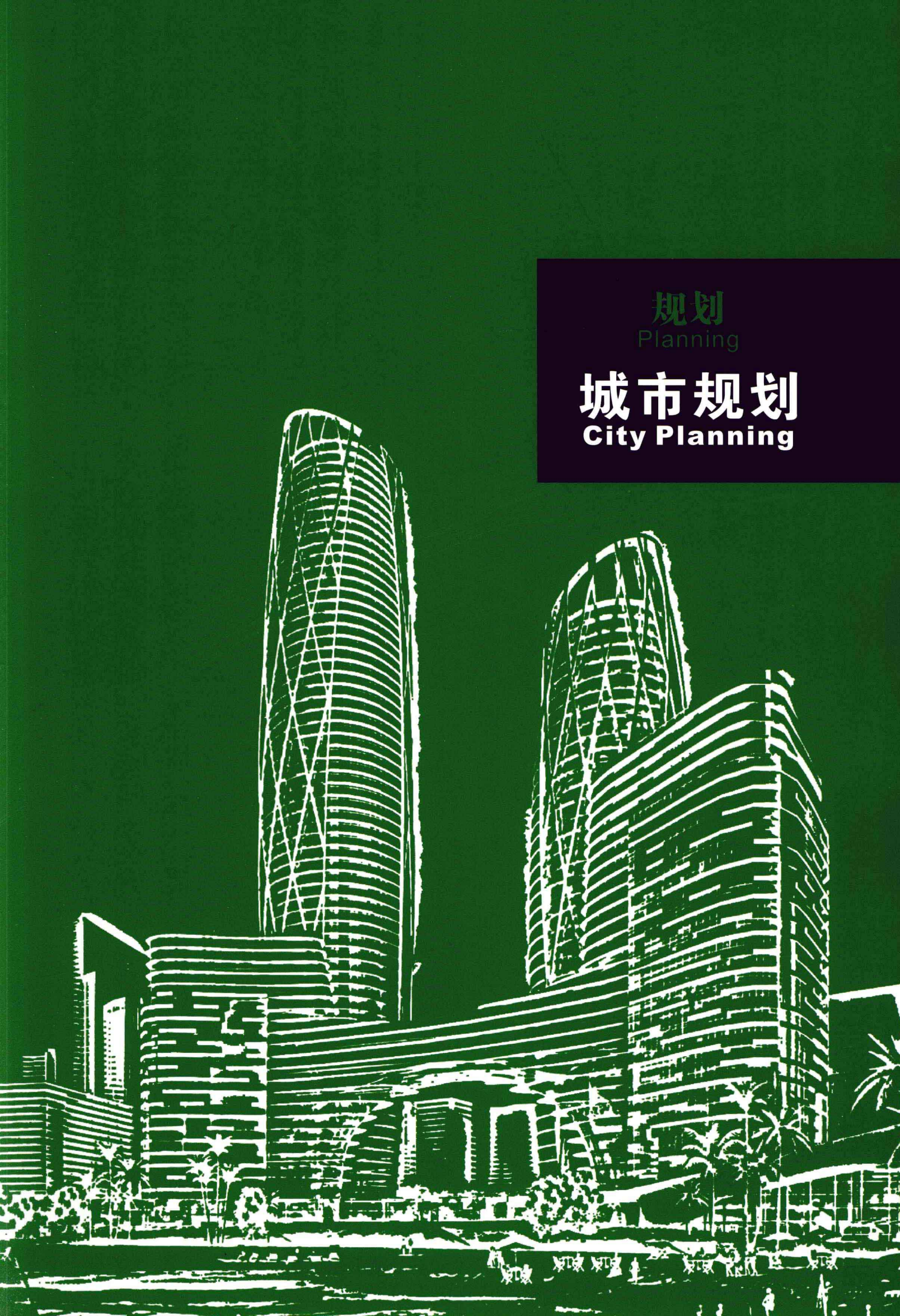
效果图行业繁荣发展同样造成无序发展、低价竞争、人才流失、工作重压力大等现象，让这个行业发展令人担忧。首先行业门槛低，一旦具有一定工作能力后即可另立门户，行业公司遍地开花，水平参差不齐，若是客户量跟不上，就采取低价策略，于是整个行业图价是一路下探，利润微乎其微。加班是这个行业从业者心中永远的痛。十年来，自己都数不清有多少个不眠之夜了，节假日更是无法正常休息，于是很多有多年经验、能力强者下定决心转行，造成行业人才流失严重。

一张好图，我们欢呼雀跃可以忘记多日加班的痛苦；一声辛苦了，我们也可以把心中积蓄的不快统统释放。效果图行业的发展，离不开从业人员加倍工作与努力，也希望大家对这个行业更加爱护与支持，谢谢。

赖成

/深圳市原创力数码影像设计有限公司





规划
Planning

城市规划 City Planning

三亚市景规划

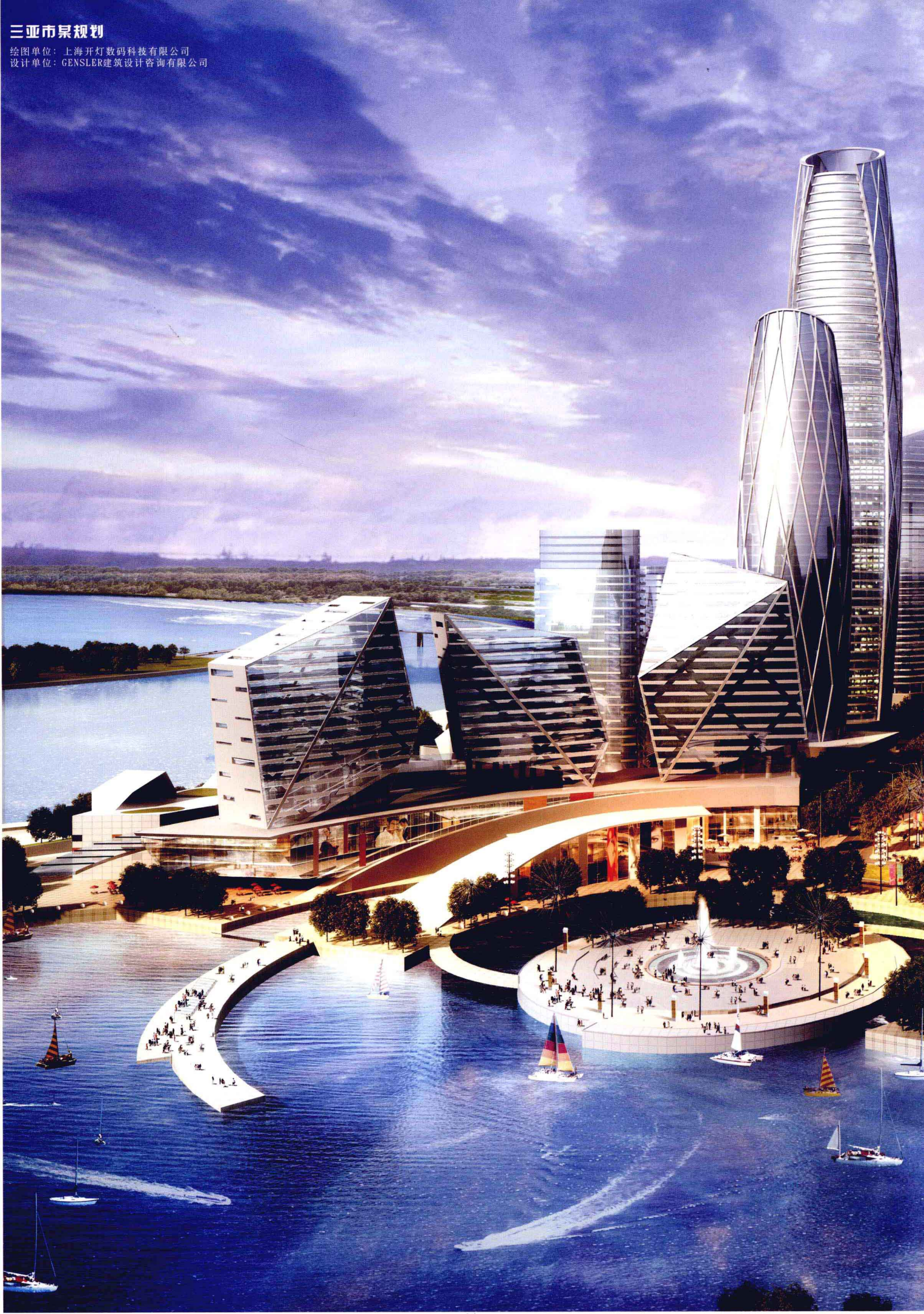
绘图单位：上海开灯数码科技有限公司
设计单位：GENSLER建筑设计咨询有限公司





三亚市景规划

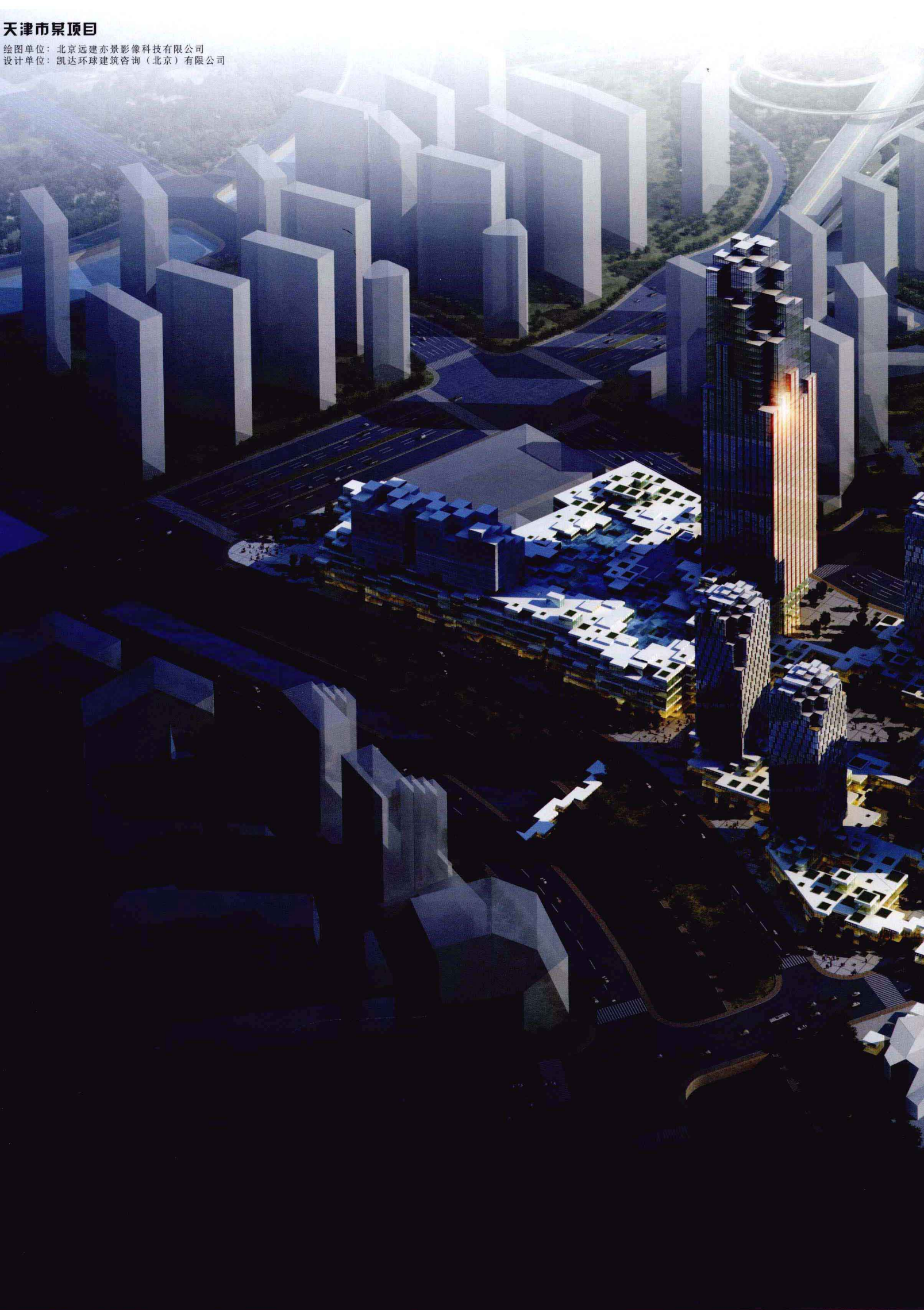
绘图单位：上海开灯数码科技有限公司
设计单位：GENSLER建筑设计咨询有限公司





天津市景项目

绘图单位：北京远建亦景影像科技有限公司
设计单位：凯达环球建筑咨询（北京）有限公司





杭州市青山湖区域规划

绘图单位：杭州石头动画制作有限公司
设计单位：杭州市城市规划设计研究院

