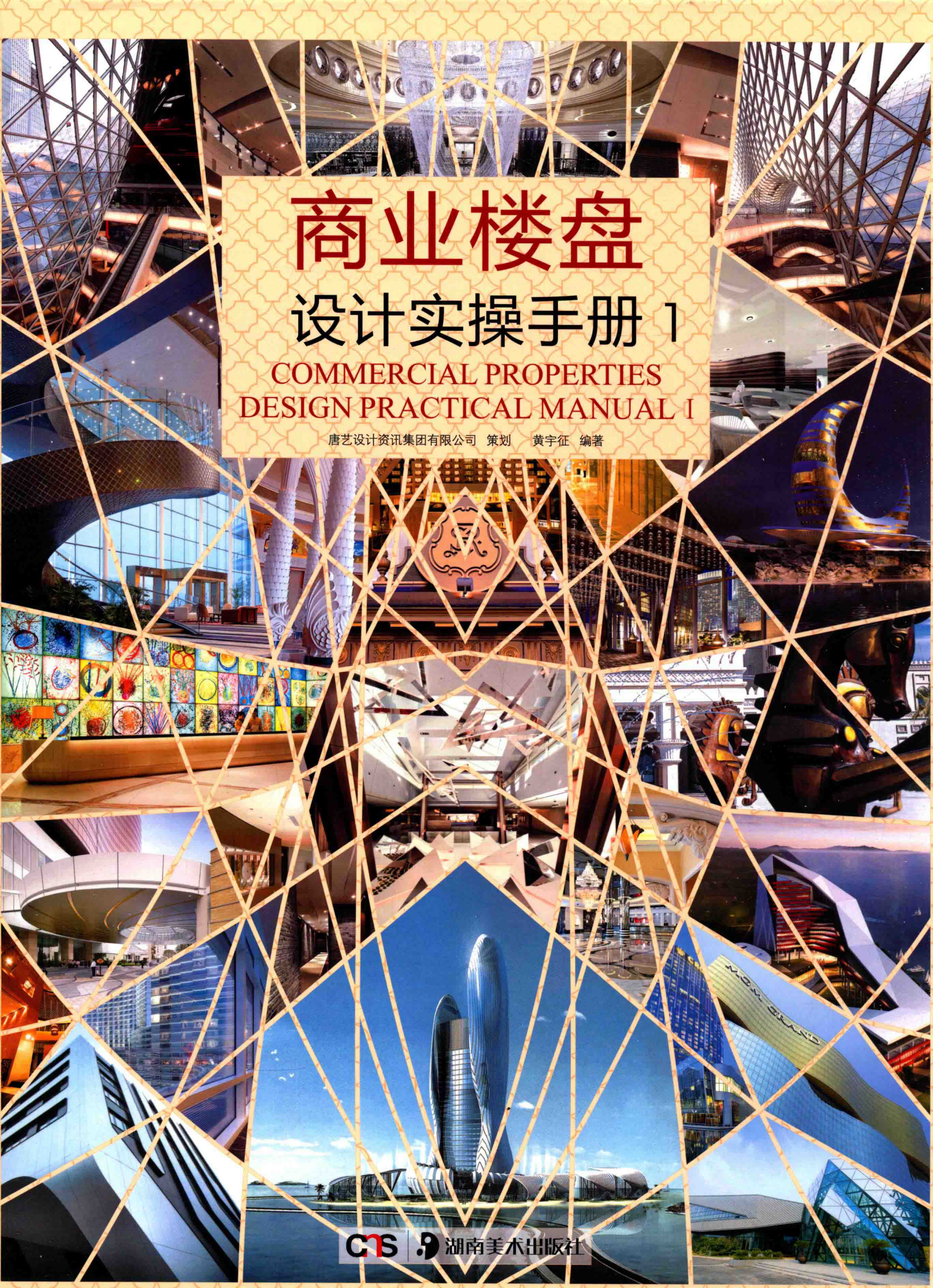




商业楼盘

设计实操手册 1

COMMERCIAL PROPERTIES
DESIGN PRACTICAL MANUAL I

唐艺设计资讯集团有限公司 策划 黄宇征 编著

CMS



湖南美术出版社

商业楼盘

设计实操手册1

COMMERCIAL PROPERTIES
DESIGN PRACTICAL MANUAL I

唐艺设计资讯集团有限公司 策划 黄宇征 编著

CTS



湖南美术出版社

图书在版编目（CIP）数据

商业楼盘设计实操手册：全2册 / 黄宇征 编著.
—长沙：湖南美术出版社，2012.4
ISBN 978-7-5356-5282-9

I. ①商… II. ①黄… III. ①服务建筑—建筑设计—手册 IV. ①TU247-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第051693号

商业楼盘设计实操手册1

出 版 人：李小山
策 划：唐艺设计资讯集团有限公司
编 著：黄宇征
责任编辑：范 琳
流程指导：陈 玲
策划指导：高雪梅
文字整理：高雪梅 钟 丽
装帧设计：林国代
出版发行：湖南美术出版社
（长沙市东二环一段622号）
经 销：新华书店
印 刷：利丰雅高印刷（深圳）有限公司
开 本：1016 × 1320 1/16
印 张：40.75
版 次：2012年4月第1版 2012年4月第1次印刷
书 号：ISBN 978-7-5356-5282-9
定 价：RMB 638.00 USD 108.00 （共两册）

【版权所有，请勿翻印、转载】
邮购联系：020-32069500 邮 编：510630
网 址：www.tangart.net
电子邮箱：info@tangart.net
如有倒装、破损、少页等印装质量问题，请与印刷厂联系调换。
联系电话：0755-26645100

前言

PREFACE

商业楼盘，狭义上或约定俗成是指用于进行商品交换和商品流通，并能提供服务的各类公共建筑。沿革中国《考工记 匠人》中有“左祖右社，面朝后市”的记载。其中的“市”就是商业集市。欧洲在古希腊罗马时期已有规模宏大的商业市场。近代由于商品交换与经济的不断演进发展，逐渐形成形态各异商业建筑。

这种类型的建筑形态囊括了提供日常用品和生产资料等内容的零售商店、百货商场、超级市场、购物中心、地下商业街；金融、证券等行业的交易场所及供经营管理业务活动的商务办公楼；各类服务业建筑，包括酒店、餐馆、文化娱乐设施、会所等等。

商业建筑自建国以来到20世纪90年代初，中国一直所指向的仍旧是城市中心的百货店、大型农贸市场或服务半径较小的中小型商店，但随着商品种类和交换的不断发展，城市化进程与经济的空前活跃，使得第三产业高度发达，商业建筑类别日益繁多，形式日益丰富多彩，甚至连住宿等空间有商业行为的建筑都被称为商业建筑。

商业建筑的总体布局和设计，不再仅仅只是应符合安全的要求、具有合理的组织、功能分区明确，并要方便群众，或成为一个建筑架构披上的一层表皮外衣。如今的商业建筑设计要参与到商业地产行业整个价值链条提升功能上来，甚至提升到对商业建筑所在区域土地价值提升与城市化进程推进的节奏之上，可想而知，这是一个在概念上的极大飞跃。

与住宅建筑相对稳定而单一的诉求相比，商业建筑更需要建筑师智慧。好的商业建筑不仅是设计创新的体验，更是价值实现的

过程。如何使商业建筑具备可持续发展的可能性？如何让商业体的设计方案同开发商的产业价值息息相关？如何做到与建筑设计价值、商业价值及城市价值的多方共赢？这似乎一直都是所涉及的链条上多方配合才能完满的一个“圆桌会议”。

商业是城市生活的永恒主题，商业的各种行为主体对城市空间有着不同的利益诉求，因此商业建筑表达着建筑师对商业与城市空间关系的更深层次的思考。建筑设计师在一个商业地产项目中最重要的价值之一是设计发展商的产业价值链，是为商业体里不同种类的产品和业态找到与之对应的关系，把它们之间的等级、尺度、语言有机制、有次序地整理清楚。而此过程中，不只是商业建筑，各种类型的建筑可能面临问题是割裂的矛盾，即一种是从商业利益的角度的一种诉求，一种是作为城市发展与更新中城市对具体建筑的一种制约，特别是在商业建筑里，这种双重利益的博弈最终导致商业建筑的结果。

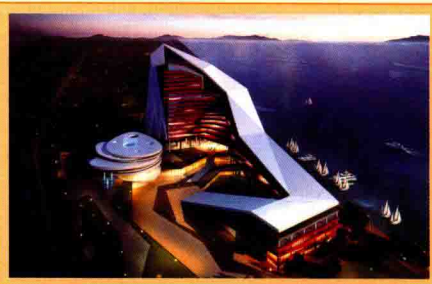
建筑师永远是在两种诉求的夹缝中进行创作和设计，而国内商业建筑的商业模式发展的层出不穷，常有十分丰富的概念生成，也常常让许多建筑师应接不暇。以建筑匹配区域，用建筑提升区域。建筑设计师将在此过程中不断致力于创造性与合理性，艺术性与功能性的完美结合，注重从创意到现实的整体过程，确保每个项目的实施效果。

在本书中，主要从商业、商用房地产中各选取了几种典型的商业业态：酒店、写字楼、创意产业园、商业广场、商业综合体、商业街、专业市场，从每一种具体的商业业态的完整设计过程去阐述商业细部设计的重点和难点，从实用的角度出发，给设计业界人士提供极具参考价值的类手册图书。

酒店 Hotels 006-223

鸟瞰 008-019

酒店规划，首先要确定酒店的类型，即市场定位，根据区域特点、所处地理位置、周围的经济环境、自然环境、文化、历史，分析酒店客源情况。



整体 020-051

酒店，除了酒店传统职能外，开始追求更多的文化性、艺术性，追寻一种高层次的升华和飞跃。



局部 052-083

酒店入口的阶梯、独特的立面造型、房间与房间之间的立柱构成、不同角度的视野，都是构成酒店整体建筑的局部。



立面 084-129

酒店的立面给人们的感受更多的是舒适的，艺术的，具有可识别性的，立面造型具有均衡感、韵律感、对比性、统一性。



细部 130-145

建筑外部能反映出建筑功能要求和建筑类型的特征，建筑材料的质感和色彩的选择使酒店建筑效果丰富，更加生动。



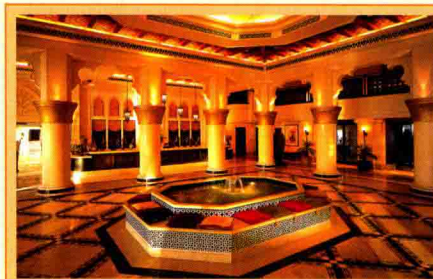
入口 146-171

门厅和过厅空间是人流活动最频繁的区域，作为空间的第一层次，其给人留下的印象深刻与否至关重要。



大堂 172-201

酒店大堂空间是每位光顾酒店的客人最为关注的一个地方，独特造型的天花会增加大堂的变化，在空间构成上形成了有效的互补。



通道 202-223

通道是连接酒店各空间之间的过渡地段，在必要的场合下，通道走廊往往是空间的主角，是空间构图和视觉的焦点。



写字楼 Office Building 224-271

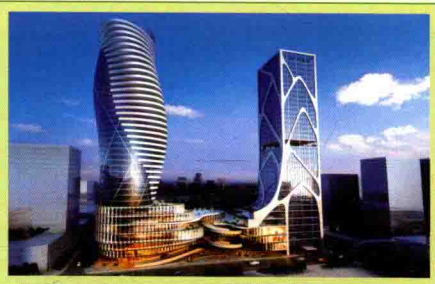
鸟瞰 226-229

写字楼建筑体量大，具有一定规模的伸展力及拓展性。



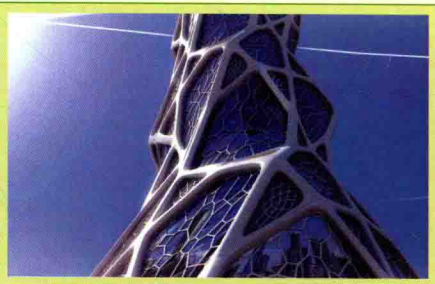
整体 230-243

办公类型多种多样，不同类型要求其所处的办公空间和环境要切合本行业的身份和特色。



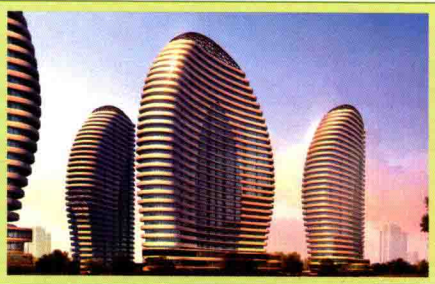
局部 244-251

平面布局有由几幢多层建筑组合成一组办公楼群的分散布局，也有由高层建筑或高层建筑与局部低层建筑相结合的集中布局。



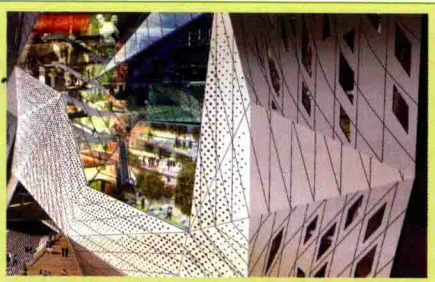
立面 252-263

办公建筑立面公建化，表达出建筑的庄严气质与威严的气度，同时体现人性化。



细部 264-267

材料方面具有强烈的生态和环保意识。



入口 268-271

入口是写字楼与城市空间的接合部，是不可缺少的过渡空间。



创意产业园 Creative Industry Park 272-303

鸟瞰 274-281

基础设施是园区发展的载体，又是其发展和环境改善的支持系统。



整体 282-289

创意产业园如同一个大型的社区建设，对基础设施建设有着一定的要求。



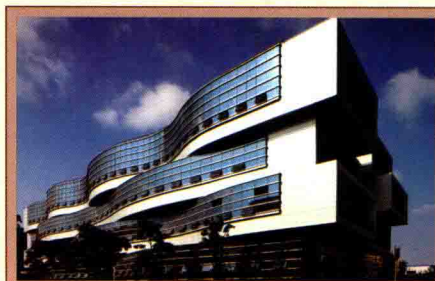
局部 290-295

连续性、人性化、类型的选择和细部组成了统一的创意产业园区。



立面 296-303

建筑空间多采用渗透式流线，结合创造性行为的特点，加强园区人员之间的交流。



酒店

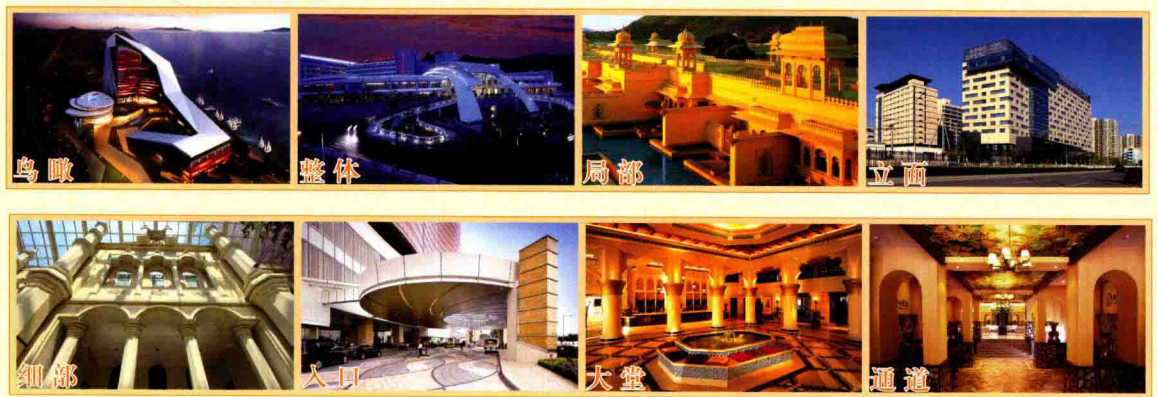
Hotels

酒店一般来说就是给宾客提供住宿和饮食的场所。具体地说酒店是以它的建筑物为凭证，通过出售客房、餐饮及综合服务设施向客人提供服务，从而获得经济收益的组织。近年来由于旅游业的兴起和发展更是促进了酒店业的快速发展。而且呈现多样性、专业性、特殊性和个性化的发展态势。各种设计酒店、艺术酒店、主题酒店等相继出现。

酒店的基本设施决定了一个酒店的接待能力和条件，酒店设施的标准和数量标准决定了酒店的档次。一个具有国际水准的酒店，首先，要有舒适安全并能吸引客人居住的客房，其次具有能提供有地方风味特色的美味佳肴的各式餐厅，另外还要有商业会议厅，贸易

洽谈时所需的现代化会议设备和办公通讯系统，旅游者所需要的康乐中心，游泳池、健身房、商品部、礼品部，以及综合服务部，如银行、邮局、电传室、书店、花房、美容厅等等。同时，各单位要有素质良好的服务员，向客人提供一流水平的服务。酒店的使用性质决定了它的一系列空间的设计，必须尽可能完美和谐地满足旅居者的生活需要，以一个共同的高格调来面对社会生活纷繁冗杂的不断变化，使每一位曾光顾过这里的客人都深深地眷恋它。

酒店规划，首先要确定酒店的类型，即市场定位，根据区域特点、所处地理位置、周围的经济环境、自然环境、文化、历史，分析酒店客源情况，消费群体所



占比例。客源的不同，对酒店的功能要求、空间的实用及设施安排的要求皆各有不同。酒店的设计是为经营者服务的，要方便酒店的管理经营，还要符合不同类型消费者的需要，使环境与消费者之间产生一种自然而然的亲切交流感。

从建筑上讲，酒店涵盖的空间需要有适当的面积和体积来满足人们的集散、交际活动。从室内设计角度讲，公共聚散和会客空间需要从色彩、形态、质感及尺度上给使用者一个明确的感受。每个空间都具有自己的性格和特点，或高大、宽敞；或亲切、温馨；有的要以线为主，有的则以静态表现为主。每个大型酒店都会有独特的风格和其独特的功能设计意义，因

此不管在设计上要采取何种手法，简洁明了的现代风格，复杂稳重的古中式风格，或欧式风格等，酒店设计在构成形式上都应该是一致的。

酒店的功能划分也需要理性思考，功能划分既要满足消费者的食、宿、娱、购、行等各种行为需要，还要保证酒店管理方的各种行为的顺利进行，酒店设备与各个空间功能需配备比例合理，每个空间进行具体划分。空间感是建筑体面的虚实围合给人的心理感受，最理想的状态是把酒店的建筑规划与室内空间融为一体。酒店一般都会出现大的共享空间，将室外的光、水、绿化引入室内，使建筑与室内空间融合达到完美，对空间进行创新。

鸟 瞰

鸟瞰，可以窥视到酒店的整体规划。在酒店规划设计中，首先要确定酒店的类型（商务酒店、度假酒店、精品酒店、主题酒店……），即市场定位，然后根据酒店所处的区域特点、地理位置、周围的经济环境、自然环境、文化、历史，分析酒店客源情况，消费群体所占的比例。根据客源不同，对酒店的功能、空间的实用性及设施安排的要求皆各有不同。酒店的设计是为经营者服务的，要方便酒店的管理经营，还要符合不同类型消费者的需要，使环境与消费者之间产生一种自然而然的亲切交流感。除了必须有的硬件设施外，酒店的景观设计对于消费者的体验而言更是设计的重点，尤其是度假酒店。







