

世界知名 建筑师的 提案策略

让甲方选中你的15个秘诀

[日]守山久子 著 [日]日经建筑 编 牛晓琳 译

隈研吾/原田哲夫 / SALHAUS / 东利惠 / 内藤广 /
西田司 / Coelacanth K&H / 大谷弘明 / 中村拓志 /
SUPPOSE DESIGN OFFICE / 伊东丰雄 / 奥雅纳公司 /
青木茂 / 克莱因·戴瑟姆建筑事务所 / 山梨知彦

15组建筑师
详解提案策略
助你轻松
中标



世界知名 建筑师的 提案策略

让甲方选中你的 15 个秘诀

[日]守山久子 著 [日]日经建筑 编 牛晓琳 译

图书在版编目 (CIP) 数据

世界知名建筑师的提案策略：让甲方选中你的15个秘诀 / (日) 守山久子著；日本日经建筑编；牛晓琳译.

— 南京：江苏凤凰科学技术出版社，2019. 1

ISBN 978-7-5537-9660-4

I. ①世… II. ①守… ②日… ③牛… III. ①建筑设计—设计方案 IV. ①TU2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第209782号

江苏省版权局著作权合同登记 图字：10—2017—326

KENCHIKU PUREZEN 15 NO RYUGI HITO WO UGOKASU MISEKATA

TSUTAEKATA by Hisako Moriyama, Nikkei Architecture.

Copyright ©2016 by Hisako Moriyama. All rights reserved. Originally published in Japan by Nikkei Business Publications, Inc. Simplified Chinese translation rights arranged with Nikkei Business Publications, Inc. through Tuttle-Mori Agency, Inc.

世界知名建筑师的提案策略 让甲方选中你的15个秘诀

著	者	[日]守山久子
编	者	[日]日经建筑
译	者	牛晓琳
项目策划		凤凰空间 / 陈舒婷
责任编辑		刘屹立 赵 研
特约编辑		陈舒婷

出版发行	江苏凤凰科学技术出版社
出版社地址	南京市湖南路1号A楼，邮编：210009
出版社网址	http://www.pspress.cn
总 经 销	天津凤凰空间文化传媒有限公司
总经销网址	http://www.ifengspace.cn
印 刷	天津图文方嘉印刷有限公司

开 本	710mm×1000mm 1/16
印 张	14
版 次	2019年1月第1版
印 次	2019年1月第1次印刷

标准书号	ISBN 978-7-5537-9660-4
定 价	88.00元

图书如有印装质量问题，可随时向销售部调换（电话：022-87893668）。

前言

从“说服”到“共享”

建筑物的设计者在实现大胆创意、解决复杂难题的过程中，是如何“说服”客户及相关人士的呢？

日经建筑以此为出发点开始了连载企划“打动人心的说明展示”，而本书则是对该企划重新编撰后的集大成之作。本书将为您介绍活跃在第一线的15组设计者，他们有的率领自己的工作室事务所，有的则从属于大型设计事务所或建设公司设计部。每组的前半段通过事例学习深挖1个项目的实现过程，而后半段则总结了各设计者说明展示的窍门三要素的风格。

通过采访，我们发现，无论哪一栋建筑物，设计者绝不会仅仅是为了“说服”客户而进行说明展示。共通的态度是设计者与业主通过交流而找出能够“共享”的价值。这种意识的共享才是打动与项目相关人士的原动力。

纵观近年来公共建筑的状况，我们不难发现，设计者只靠热情是无法推动工作进展的。建筑使用者参加型的设计变得不再稀奇，各种场合下，要求设计者履行说明责任的机会也越来越多。相关人士与设计者之间哪怕存在一点意识的不同，之后都可能会引起巨大的问题。为了建造出让大家满意、甚至爱上的建筑设施，设计者必须比以往更加重视与客户及使用者之间的关系，找出相关人士的需求，这对设计者说明展示的能力有很高的要求。

在本书中登场的说明展示可谓丰富多彩。不同的设计者有不同的方法。例如，有的设计者一开始就会展示出具象化的空间形象，一边激发客户的想象力，一边向目标靠近。而有的设计者则故意在开始时用简洁的手法表现视觉要素，重在引出客户的潜在要求。还有的设计者会根据建筑物的种类、规模、背景等要素进行多种尝试，时而表达自己的想法，时而引出客户的需求，以此来实现建筑的概念。

本书从3个章节介绍了15组设计者的说明展示，分别是“‘意见一致’的过程”“获得‘认可’的技巧”以及“‘获得信赖’的秘诀”。读者不仅会从这些事例中看到设计者的绘画技巧及交流技巧，甚至能窥探到每个设计者独有的处事“哲学”。希望本书能为读者提供灵感。

目 录

第1章 “意见一致”的过程	7
隈研吾	
【事例学习】 长冈活动中心：布局突破常规，克服议会传讯实现方案	10
【风格】 “让步、贯通”软硬皆施，双管齐下	18
原田哲夫	
【事例学习】 阿倍野HARUKAS：调整真实的利害关系，实现复合型超高层建筑	24
【风格】 积累认同，诞生新意	32
SALHAUS	
【事例学习】 鹤川的集合住宅：敢于碰撞两种方案，借机寻找对话开端	38
【风格】 培养选择方视角作为竞赛的砝码	46
东利惠	
【事例学习】 Seapalpia女川：利用简单的图片与视频迅速对应振兴事项	52
【风格】 特意制作“有推翻余地”的图示	60
内藤广	
【事例学习】 安云野市政厅：舍弃形式，坚守本质，灵活前进	66
【风格】 利用“蒸汽”腾腾式图示慢慢获得信赖	74
第2章 获得“认同感”的技巧	81
西田司	
【事例学习】 东五反田樱花台：精密模型是事业的推动力	84
【风格】 用“1案主义”讲述故事	92
Coelacanth K&H	
【事例学习】 千叶商科大学 The University DINING：重视使用方法，借“有家具”展开讨论	98
【风格】 倾听利用方法，做出真实回应	106

大谷弘明	
[事例学习]	京都丽思卡尔顿酒店：以文化论为基础，坚持设计方针112
[风格]	话不多言，用图画与音乐来传达120
中村拓志	
[事例学习]	丝带教堂(Ribbon Chapel)：以解决问题为起点，“进攻性”的“重新推敲”126
[风格]	理解对方的话语，展示形态的意义134
SUPPOSE DESIGN OFFICE	
[事例学习]	关东马自达目黑碑文谷店：即使形式被否定，也要在思考过程中找到共鸣140
[风格]	用简洁的图纸彰显高雅品位148
第3章 “获得信赖”的秘诀153	
伊东丰雄	
[事例学习]	大家的森林岐阜媒体空间：严谨讨论，简洁传达156
[风格]	引出要求中没有的“行为”164
奥雅纳公司	
[风格]	用简洁的结构表达说服客户170
[风格]	客观数据诉说温馨话语177
青木茂	
[事例学习]	干驮谷绿苑住宅：通过先行提案消除经营方不安184
[风格]	整理列表明确选项192
克莱因·戴瑟姆建筑事务所	
[事例学习]	湘南T-SITE：与客户共享体验是创新的动力198
[风格]	通过亲自实践获得“认同”的方法206
山梨知彦	
[事例学习]	On the water：培养伙伴意识，引出客户的冒险欲望212
[风格]	连接四方利益推动说明会顺利进行220

世界知名 建筑师的 提案策略

让甲方选中你的 15 个秘诀

[日] 守山久子 著 [日] 日经建筑 编 牛晓琳 译

图书在版编目 (CIP) 数据

世界知名建筑师的提案策略：让甲方选中你的15个秘诀 / (日) 守山久子著；日本日经建筑编；牛晓琳译.

— 南京：江苏凤凰科学技术出版社，2019.1

ISBN 978-7-5537-9660-4

I. ①世… II. ①守… ②日… ③牛… III. ①建筑设计—设计方案 IV. ①TU2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第209782号

江苏省版权局著作权合同登记 图字：10-2017-326

KENCHIKU PUREZEN 15 NO RYUGI HITO WO UGOKASU MISEKATA
TSUTAEKATA by Hisako Moriyama, Nikkei Architecture.

Copyright ©2016 by Hisako Moriyama. All rights reserved. Originally published in Japan by Nikkei Business Publications, Inc. Simplified Chinese translation rights arranged with Nikkei Business Publications, Inc. through Tuttle-Mori Agency, Inc.

世界知名建筑师的提案策略 让甲方选中你的15个秘诀

著	者	[日]守山久子
编	者	[日]日经建筑
译	者	牛晓琳
项目策划		凤凰空间 / 陈舒婷
责任编辑		刘屹立 赵 研
特约编辑		陈舒婷

出版发行	江苏凤凰科学技术出版社
出版社地址	南京市湖南路1号A楼，邮编：210009
出版社网址	http://www.pspress.cn
总 经 销	天津凤凰空间文化传媒有限公司
总经销网址	http://www.ifengspace.cn
印 刷	天津图文方嘉印刷有限公司

开 本	710mm×1000mm 1/16
印 张	14
版 次	2019年1月第1版
印 次	2019年1月第1次印刷

标准书号	ISBN 978-7-5537-9660-4
定 价	88.00元

图书如有印装质量问题，可随时向销售部调换（电话：022-87893668）。

前言

从“说服”到“共享”

建筑物的设计者在实现大胆创意、解决复杂难题的过程中，是如何“说服”客户及相关人士的呢？

日经建筑以此为出发点开始了连载企划“打动人心的说明展示”，而本书则是对该企划重新编撰后的集大成之作。本书将为您介绍活跃在第一线的15组设计者，他们有的率领自己的工作室事务所，有的则从属于大型设计事务所或建设公司设计部。每组的前半段通过事例学习深挖1个项目的实现过程，而后半段则总结了各设计者说明展示的窍门三要素的风格。

通过采访，我们发现，无论哪一栋建筑物，设计者绝不会仅仅是为了“说服”客户而进行说明展示。共通的态度是设计者与业主通过交流而找出能够“共享”的价值。这种意识的共享才是打动与项目相关人士的原动力。

纵观近年来公共建筑的状况，我们不难发现，设计者只靠热情是无法推动工作进展的。建筑使用者参加型的设计变得不再稀奇，各种场合下，要求设计者履行说明责任的机会也越来越多。相关人士与设计者之间哪怕存在一点意识的不同，之后都可能会引起巨大的问题。为了建造出让大家满意、甚至爱上的建筑设施，设计者必须比以往更加重视与客户及使用者之间的关系，找出相关人士的需求，这对设计者说明展示的能力有很高的要求。

在本书中登场的说明展示可谓丰富多彩。不同的设计者有不同的方法。例如，有的设计者一开始就会展示出具象化的空间形象，一边激发客户的想象力，一边向目标靠近。而有的设计者则故意在开始时用简洁的手法表现视觉要素，重在引出客户的潜在要求。还有的设计者会根据建筑物的种类、规模、背景等要素进行多种尝试，时而表达自己的想法，时而引出客户的需求，以此来实现建筑的概念。

本书从3个章节介绍了15组设计者的说明展示，分别是“‘意见一致’的过程”“获得‘认可’的技巧”以及“‘获得信赖’的秘诀”。读者不仅会从这些事例中看到设计者的绘画技巧及交流技巧，甚至能窥探到每个设计者独有的处事“哲学”。希望本书能为读者提供灵感。

目 录

第1章 “意见一致”的过程	7
---------------------	---

隈研吾

【事例学习】 长冈活动中心：布局突破常规，克服议会传讯实现方案	10
【风格】 “让步、贯通”软硬皆施，双管齐下	18

原田哲夫

【事例学习】 阿倍野HARUKAS：调整真实的利害关系，实现复合型超高层建筑	24
【风格】 积累认同，诞生新意	32

SALHAUS

【事例学习】 鹤川的集合住宅：敢于碰撞两种方案，借机寻找对话开端	38
【风格】 培养选择方视角作为竞赛的砝码	46

东利惠

【事例学习】 Seapalpia 女川：利用简单的图片与视频迅速对应振兴事项	52
【风格】 特意制作“有推翻余地”的图示	60

内藤广

【事例学习】 安云野市政厅：舍弃形式，坚守本质，灵活前进	66
【风格】 利用“蒸汽”升腾式图示慢慢获得信赖	74

第2章 获得“认同感”的技巧	81
----------------------	----

西田司

【事例学习】 东五反田樱花台：精密模型是事业的推动力	84
【风格】 用“1案主义”讲述故事	92

Coelacanth K&H

【事例学习】 千叶商科大学 The University DINING：重视使用方法，借“有家具”展开讨论	98
【风格】 倾听利用方法，做出真实回应	106

大谷弘明	
[事例学习]	京都丽思卡尔顿酒店：以文化论为基础，坚持设计方针 112
[风格]	话不多言，用图画与音乐来传达 120
中村拓志	
[事例学习]	丝带教堂 (Ribbon Chapel)：以解决问题为起点，“进攻性”的“重新推敲” 126
[风格]	理解对方的话语，展示形态的意义 134
SUPPOSE DESIGN OFFICE	
[事例学习]	关东马自达目黑碑文谷店：即使形式被否定，也要在思考过程中找到共鸣 140
[风格]	用简洁的图纸彰显高雅品位 148
第3章 “获得信赖”的秘诀 153	
伊东丰雄	
[事例学习]	大家的森林岐阜媒体空间：严谨讨论，简洁传达 156
[风格]	引出要求中没有的“行为” 164
奥雅纳公司	
[风格]	用简洁的结构表达说服客户 170
[风格]	客观数据诉说温馨话语 177
青木茂	
[事例学习]	千駄谷绿苑住宅：通过先行提案消除经营方不安 184
[风格]	整理列表明确选项 192
克莱因·戴瑟姆建筑事务所	
[事例学习]	湘南 T-SITE：与客户共享体验是创新的动力 198
[风格]	通过亲自实践获得“认同”的方法 206
山梨知彦	
[事例学习]	On the water：培养伙伴意识，引出客户的冒险欲望 212
[风格]	连接四方利益推动说明会顺利进行 220

第1章

“意见一致”的过程

本章将介绍设计者在面对设计方案的反对意见、复杂的利害关系、可以获得的信息，以及日程安排的制约等诸多要素时，如何设计出令各方都满意的方案。

隈研吾

隈研吾建筑都市设计事务所

事例学习

长冈活动中心：

布局突破常规，克服议会传讯实现方案

风格

“让步、贯通”软硬兼施，双管齐下

- 获得“支持者”
- 有勇气“舍弃”
- 明白逆境是统一意见的好时机

隈研吾：1954年出生于日本横滨市。1990年创立隈研吾建筑都市设计事务所。2009年开始在日本东京大学任教授。著有《十宅论》（1986年，TOSO出版）、《负建筑》（2004年，岩波书店）等多部作品。现在正接手“新国立竞技场”、巴黎郊外的“圣丹尼斯普莱耶尔站”等深受世界瞩目的项目。

长冈活动中心： 布局突破常规，克服议会传讯 实现方案

事例
学习



长冈活动中心的屋顶式广场(照片：长冈市提供)

2012 年 4 月，位于新潟县长冈市的长冈活动中心正式开馆。这是一座复合式建筑，其屋顶式广场“NAKADOMA”成为社会关注的焦点。在广场内，人们可以看到一部分玻璃构建的会议厅、市政厅与会馆入口并列在一起。隈研吾先生回忆道：“长冈市以市民协作为目标，长冈活动中心则是象征其市政厅的建筑，为此我提出了将会议厅建在一楼并面向广场的方案”。

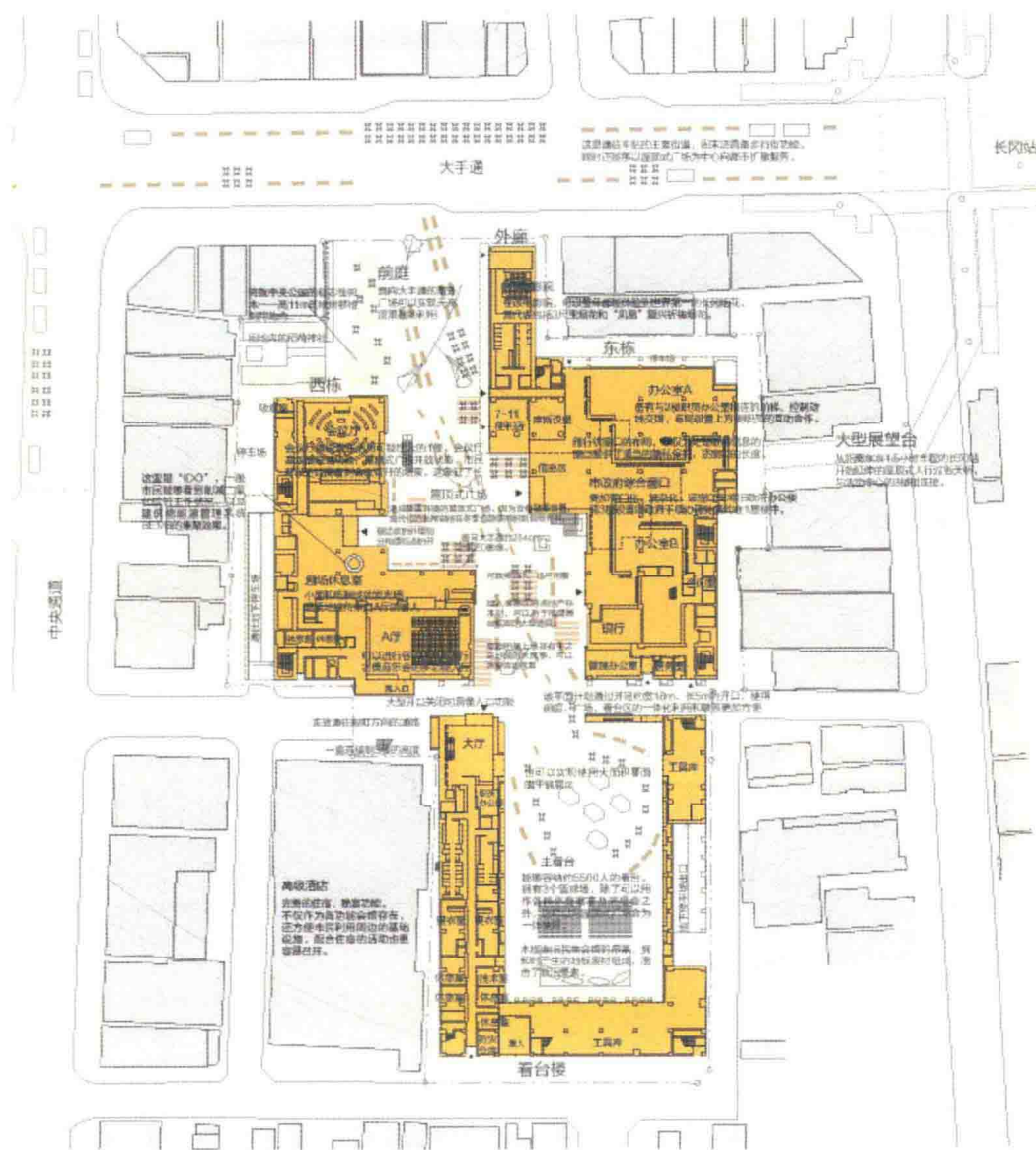
会议厅的对面就是便利店，人们围坐在露天桌椅前谈笑风生。这个打破常规的设计方案，克服了议会的反对意见才得以实现。

人生第一次议会传讯

在 2007 年举办的设计比赛中，隈研吾建筑都市设计事务所提出了以屋顶式广场为中心的方案，并被选为设计者。但在此阶段的设计中，会议厅尚被安排在最高层。

长冈活动中心

所在地：	新潟县长冈市大手通1-4-10
主要用途：	市政厅、剧场、多功能会馆、停车场
地域、地区：	商业地域、防火地域、多雪地区
建蔽率：	81.81%（容许100%）
容积率：	205.75%（容许600%）
基地道路：	东北36m
停车数：	103辆
用地面积：	14 936.81 m ²
建筑面积：	12 073.44 m ²
展开面积：	35 492.44 m ²
（不计在内部容积率的部分为4 754.5 m ² ）	
结构：	混凝土、部分钢、部分预应力混凝土
层数：	地下1层、地上4层
客户：	新潟县长冈市
设计管理者：	隈研吾建筑都市设计事务所
设计合作者：	江尻建筑设计事务所（结构） 森村设计（设备）
施工者：	大成建设、福田组、中越工业、 池田组IV
运营者：	长冈市
设计时间：	2007年11月 — 2009年9月
施工时间：	2009年11月 — 2012年2月
开馆日：	2012年4月1日



屋顶式广场周围的建筑布局

S=1:1000