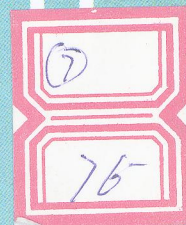


WORKPLACES AND WORKSPACES

工作空间设计

[美] 哈德森 编著

吴晓芸 译



室内设计师系列



中国轻工业出版社



室内设计师系列丛书

工作空间设计

[美]哈德森 编著
吴晓芸 译



中国轻工业出版社

工 作 空 间 设 计

图书在版编目(CIP)数据

工作空间设计/[美]哈德森 编著; 吴晓芸译. —
北京: 中国轻工业出版社, 2000.10
(室内设计师系列丛书)
ISBN 7-5019-2948-3

I·工… II·①哈… ②吴… III·办公室-
建筑设计 IV·TU243
中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第44296号

Original Title: Workplaces and Workspaces

Copyright ©1998 By Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form without written permission of the copyright owners. All images in this book have been reproduced with the knowledge and prior consent of the artists concerned and no responsibility is accepted by producer, publisher, or printer for any infringement of copyright or otherwise, arising from the contents of this publication. Every effort has made to ensure that credits accurately comply with information supplied.

责任编辑: 剧 鹏 责任终审: 孟寿萱
美术编辑: 剧 鹏 责任校对: 方 敏 责任监印: 崔 科
出版发行: 中国轻工业出版社
(北京东长安街6号, 邮编: 100740)
网 址: //www.chlip.com.cn
印 刷: 深圳利丰雅高印刷有限公司
经 销: 各地新华书店
版 次: 2000年10月第1版 2000年10月第1次印刷
开 本: 940×1270 1/16 印张: 11.75
字 数: 200千字
书 号: ISBN 7-5019-2948-3/TU·020
定 价: 180.00元
著作权合同登记 图字: 01-1999-2471

·如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换·



室内设计师系列丛书

工作空间设计

[美]哈德森 编著
吴晓芸 译



目 录

序 言 /9

介 绍 /10

公司及各类机构办公室 / 12

Solomon R. Guggenheim 博物馆商业区 /14
纽约著名的 Guggenheim 博物馆 SOHO
分部的管理办公室

Solomon R. Guggenheim 博物馆 /18
位于纽约 Upper East Side 的 Guggenheim
博物馆管理办公室的整修、扩建工程

Lowe 及其合伙人 /SMS/22
在全球范围内均有业务往来的崛起新星
英-美广告代理公司的美国总部办公室

Lowe Howard Spink/26
国际广告代理商伦敦办公室

Paige 电子 /28
电线及相关产品批发公司总部办公室

McCann-Erickson 广告公司 /30
全国知名的广告公司圣弗朗西斯科办公室

Burger King /34
跨国快餐连锁店的公司总部办公室

Boyd Lighting Company /38
照明装置设计与生产公司的主要办公室
及展览大厅

Amerin Guaranty 公司 /42
总部位于芝加哥的保险公司的新总部办公室

HOK Houston /46
设计公司自己设于得克萨斯州的分部办公室

Sullivan Higdon & Sink /48
Wichita 最大的广告代理商的办公室

公司及各类机构办公室(目录)

Fallon McElligott 广告公司 /50

饮誉全国的中西部广告代理商主要办公场所
的扩建工程

Starbucks 咖啡公司 /52

迅猛崛起的总部设于西雅图的咖啡零售商
总部办公室

Phillips 饮料公司 /56

国内饮料批发公司的主要办公室

Iu & Lewis 设计公司 /58

由公司在纽约自建的一处小型设计办公室

Astraea 机构 /Sister 基金会 /60

由几家慈善妇女事务机构共用的一处
小办公场地

WESCO 批发公司 /62

全国最大的电子产品批发商的总部办公室

宾夕法尼亚州高等教育助学代理处 / 6 6

为宾夕法尼亚州的大学生提供经济资助的
私营代理处的新总部大厦

D'Arcy , Masius, Benton & Bowles /70

一家大型广告代理公司的密歇根分部的
郊区办公室

美国海军 /74

坐落于树林之中的新建大楼上的美国海军
行政办公室和海军军事演习设施

Morse Diesel /76

总部设于纽约的承包建筑公司的主体办公室

高科技与生物技术办公室 / 8 0

预测设备公司 /82

一家刚起步的小型电脑公司的纽约办公室

ZymoGenetics /86

一家生物技术公司的总部办公室和实验室

Silicon 工作室 /90

由好莱坞和硅谷软件设计者组成的合作
小组工作室

Chiron 公司 /94

加利福尼亚一家生物基因工程公司的临时
财务部办公室

Silicon Graphics /98

最大的绘图软件制造商之一的主要办公大楼

Sybase 公司 /102

总部设于加利福尼亚的软件设计与生产公司
法国总部办公室

SoftImage /106

一家电影制造商和其它电影、动画软件公司
的办公室和工作室

Kinetix /108

Autodesk 公司的多媒体部门总部

Glaxo /110

一家医院公司的 R&LD 设施的行政大楼
办公室及相关场所

NeXT 公司 /112

Steven Jobs 的新建电脑公司的东部营销公司
总部办公室

诺基亚移动电话(日本)KK /116

世界第二大移动电话生产厂家日本分部办公室

银行，保险公司，咨询公司，法律事务所 / 118

Tokai 银行 /120

一家日本大型银行芝加哥分行

Volpe Welty 资产管理 /122

一家小型风险资产公司的办公室

Melchor 投资公司 /124

一家小型风险资产公司的办公室

A.T.Kearney /126

世界最大的管理咨询公司的芝加哥总部办公室

A.T.Kearney/128

总部设于美国的国际管理咨询公司的
伦敦办公室

A.T.Kearney /130

一家大型管理咨询公司的南加利福尼亚
分部办公室

Orrick Herrington & Sutcliffe /134

一家总部设于圣弗朗西斯科的大型法律事务
公司分公司办公室

Orrick Herrington & Sutcliffe /136

一家总部设于圣弗朗西斯科的大型法律事务
硅谷分公司办公室

Ariel Capital Management /138

总部设于芝加哥的投资咨询公司的新建办公室

Weil, Gotshal & Manges /142

一家从事知识产权方面法律事务公司的办公室

LaSalle 国家银行 /144

芝加哥最大的银行之一的零售与商业银行的
办公场所

Scudder, Stevens & Clark /146

总部设于芝加哥，业务遍及全球的投资
公司办公室

Latham & Watkins /150

一家大型西海岸法律公司的圣地亚哥办公室

媒体公司 /152

SMA Video 公司 /154

影视后期制作场地的办公室和工作室空间

EMI 唱片公司 /158

饮誉全世界的唱片公司总部

索尼国际音乐公司 /160

国际音乐公司拉美分部办公室

Steve Gold Productions /164

纽约一家小型胶片制作公司办公室

Wired Digital /168

Wired 杂志的在线版办公室

Warner Bros 唱片公司 /172

全国顶尖音乐公司之一的乡村音乐部的
总部大楼及办公室

Motown 唱片公司 /176

总部设于底特律的著称于世的唱片公司的
LA 总部

美国 Vingin 唱片公司 /178

总部设于英国的美国音乐公司的办公室

Jeppesen/182

世界最大的航空导航图表公司之一总部大厦
的扩建和翻新工程



序 言

通过对办公环境的设计，保持一个关键性的优势

Diane Hoskins

当前，对工作环境进行设计已成了一个新的行业。当今的设计师们采用新的技巧、方法，派遣优秀的设计队伍以期对工作环境的设计有更进一步的创意，设计这一职业也将继续推动这一行业的发展，使其更具活力，而非仅停留在美化办公环境这一目的上。诸多因素促成了办公环境设计的变迁，但最为重要的两点更值得注意。

引起变化的重要因素之一是客户所面临的激烈竞争现状。在当今竞争近乎残酷的大环境下，公司所面临的难题当属不断地创新和保持强有力的竞争优势。因此，它们必须敏锐地把握好它们的资源优势，必须能应和市场机会和竞争对手的穷追猛打而不断地进步。很明显，办公场所作为一种经营工具必须为获得尽可能多的利润提供更大的可塑空间，甚至要随着商业环境的不断变化而变化。

引起变化的第二个重要因素，如商界作家 Peter Drucker 所强调，是人们所从事的工作类型的转化。我们正经历着一个以工业为主体的经济向以知识为支柱的经济的转轨时期。Drucker 指出：“近在 20 世纪 60 年代，工业化国家几乎有一半的工人从事着制造业。美国大约有 2/3 的雇员从事着服务行业。知识正渐渐地成为最为重要的产品。”他更进一步提出这一转化“不仅需要不同种类的工人，更需要有不同以往的管理部门”。当然这就要求要有与之相配的工作环境。

竞争的越发激烈和向知识经济的转化二者结合在一起促使设计者必须紧跟时代步伐，必须具有革新意识。也正是由于这些因素，设计行业也实现了由传统的千篇一律的僵化式设计向创造“战略意义的经营环境”的转变。这一转变需要设计者在办公室的设计中采用新的方法和途径，而反过来这又是建立在多学科方法上的综合策略带来的必然结果。设计者的最终目标是为客户实现动态组织管理提供切实可行的、有创意的设计方案。

如今，工作空间设计策略的得当与否取决于设计本身能否体现出公司的商业特性。而成功的设计策略则必须能为公司的商业行为带来经济效益。因此，设计公司承接的每一次业务都要以调查客户的商业特性入手。调查的内容主要包括对多种信息的判断和归纳以及对关键性因素进行客观意义上的评估。从而找到体现公司商业特性的设计方案和策略的切合点。

由于当今的办公场所设计与公司的商业效益和经营质量有着密不可分的联系，公司总是期盼着设计者们能为它们的成功助一臂之力。这一新的角色为设计者们创造了得天独厚的良机，使他们在办公场所设计的领域中得到了前所未有的自由新空间和合作机遇。

Diane Hoskins 是 Gensler 设计公司华盛顿 P.C. 办公室的副董事长兼主管。曾为全球的许多国家从事过建筑、设计和策划工作。她还担任 Gensler Workplace Task Force 的主席职务。

介绍

沐浴在自然光中

Justin Henderson

在当今文明的社会里,每天数以万计的上班族所工作的场所不尽相同:它们或是城市中高峻的楼宇,或是低矮的郊区农庄,或是翻新后的仓库、工厂;它们或是大煞风景的房舍,或是高耸于城堡边土堤上触动灵感之弦的建筑绝品。全世界的白领们几十年如一日地遵循着上班下班的一贯模式,并且在将来的日子里也会一如既往下去。然而,在千禧之年已经到来的今天,对工作场所起决定作用的规章制度和条条框框正在发生着不停的变化(至少在出现了以知识经济为基础的全球经济结构,即所谓的信息时代的地方如此)。尽管许多事物都是旧貌依然,但巨大的变化还是姗姗而来了。本书概述了办公场所设计因素的变化,让您借此了解它们的产生,但更为重要的是了解它们的发展去向。

我们正在步入一个现代化办公环境的时代,在这一点上,人们对成功办公室设计的基本要求还是很明白的。这样的话也许会有人问,为什么好的办公室设计是如此的寥寥无几呢?我们往往会把糟糕的设计归咎于许许多多的原因或者说是借口——对设计不够重视、偷懒、资金匮乏或缺少想像力,或是对员工的需求漠不关心,随你怎么说。这些人为因素加上当前的市场趋势,如缩减规模、全球化经营、速度迅猛的技术革新正在经历着向知识经济的转变,你就会对造成办公场所设计混乱无序局面的原因了如指掌。无论走到哪一家公司的办公室都会发现它们所犯的通病:空间布局不合理,照明和采光不尽如人意,家具的选择上大大咧咧,色彩的运用令人心神不爽,等等。所有的这些因素加在一起便造成了即使使用嘴上留情的客气话来说也是令人压抑万分的办公环境。

近些年来,市场上大量涌现的杂志使得许多人在家居设计方面受益匪浅。同时,尽管在诸如此类的杂志上每期都刊载了关于办公室设计的内容,但都是浅尝辄止,并未对其作更为深层次的研究。也许主要缘于对办公室设计本身并非为其使用者的分内之职的缘故,他们既缺乏有关知识又对此不感兴趣。但这一情形将要永远成为历史了。因为那些雇主们情愿破费一些金钱——一笔不必太大的开支,从而为他们的雇员创造出更舒适的办公环境。本书提到了许多称职的设计者,他们设计的优秀作品一并供我们学习和借鉴。对员工体贴入微的办公室设计产生了令公司士气高昂的正面效应,除此之外,全球化的商业趋势促使设计者所设计的办公室具有灵活性和适应性的特征,这些特征的有无对具体的客户公司的商业策略成败起着决定性的作用。鉴于此,本书呈现给您的是世界上最优秀的办公空间设计者和具有前卫意识的客户们共同创造的力作。

细心研读这些设计方案,您不免会感到各个方案之间都有一定的雷同之处,毕竟,接待区域、工作间、接待室、照明装置、座位施备及其它的许多设计因素都是一定的,也正是由这些最为基本的建筑因素和室内设计因素共同支持了办公环境的形成。但是,在本书中涵盖了除上述提到的基本要素之外,其设计作品还清楚地呈现出了一种趋势:那些富于创新精神的设计者们正在打破传统的约束并摒弃了以往主宰着办公室设计的陈规陋习。在研究本书中工作场所设计所呈现出的一些趋势之前,简要地提一下本书的整体结构,对您可能会有些帮助的。但就不同办公室的设计特点而进行结构分类,主观性也就在所难免。本书可分为四大板块:第一大板块为公司办公室设计,第二大板块为高科技及生物技术办公室设计,第三大板块为法律及金融机构办公室设计,第四大板块为媒体公司办公室设计。诸如圣弗朗西斯科的McCann-Erickson这样的广告代理公司,它们致力于创造全新的公司形象,所追求的办公室品位与圣弗朗西斯科硅谷中那些前卫的高科技软件公司的所求有异曲同工之妙。尽管上述种种原因我们不得已而为之。读者们也许还想了解专业设计师同室内设计师设计作品的不同之处,鉴于此,我们在书中有时采用灰色为衬景,有时采用黑色或白色为衬景,这样不仅加强了设计方案的吸引力,而且还为读者提供了另外一种视角。

遨游于本书设计方案这一特定的海洋中，读者们禁不住会有探求设计师和建筑师们是如何在相当严整的办公室设计规划之中体现和阐释其设计理念的欲望。在对Chiron公司财务部的设计中，Braytonhughes的设计者们将该大楼所处城郊这一特点直接融入了设计之中。对科罗拉多的Jeppesen进行设计之时，Gensler的设计者们在公司扩建项目中融入了公司蓬勃向上的气象，并将此工程取势于一条邻近的弧形大街。NBBJ设计公司在为汉堡王总部进行设计时，采用了汉堡用料的色彩——莴苣、番茄、调味酱和芥末，它们足够艳丽，能够让人们遐想到佛罗里达的热带风光。TAS设计公司对迈阿密沿街而置的索尼国际音乐公司进行设计时，成功地采用了一种轻快冷峻的建筑风格，同当地的佛罗里达州阳光以及Morris Lapidws所创的怪诞迈阿密风格一拍即合。一些刚崭露头角的软件公司被安置在充满随意性的办公室中，它们的突出特征在于其外裸的结构、别出心裁的地面设计、街道风格的砂石材料地面和流行的艺术色调。

20世纪90年代中最为盛行的趋势之一是职务等级的消除，旨在体现风靡美洲大陆的民主化公司文化。这一趋势又导致了其它方面的重大变革，如灯光照明装置的改进。新的照明技术的发展一方面是由于迫于节省电力之需，而另一方面是由于无所不在的计算机视屏对不刺眼、不反光的照明装置的要求，而能满足这一要求的照明装置以特制的天花板照明装置为上选，它还配有特殊的镜头，同良好的日光照明结合起来效果会更佳。为了让办公室的中央地带也能充满自然光线，有必要在几乎每一间办公室中均采用玻璃墙，缩小甚至略掉以往认为最重要的建筑部分——办公室的隔断和角落中的办公室。将这些建筑部分改为开放式或让其变成共用之所是消除职务等级的当务之急，随之而来的还有实用、光线充裕的效果。如此而言，好的设计应迎合这一趋势，从而在多种层面上发挥作用。

争论颇多，由科技发展导致的工作模式的变化，例如足不出户上班在很大程度上还只是一个幻想。为数不多的几个领头公司正在朝着这一方向发展，毋庸置疑，其它许多公司也将追随而来。一些雇员的确是在家中办公或利用零星的工作时间或者同其它的工作日程不尽相同的雇员合用一处办公空间。本书收录了几个诸如此类的办公室，体现了它们灵活多变的布局方法。书中运用了崭新的语言，从名词性的“office”(办公室)派生出了动词性的“officing”(办公室设计)，这一新的词汇正是为这本书中呈现给您的崭新的设计作品世界而存在着。

本书收录的曾为世界各地从事过设计工作的设计团体中拥有的美国一流的设计师。也可以说，正是他们制定了设计的标准。在大多数的办公室设计项目中，都对借鉴本土文化并将之融入设计之中作了尝试。例如，在对巴黎的一家软件公司的设计中采用了一种法国风情的开放式风格。

设计可创造公司的形象；设计可鼓舞员工的士气；设计可以给潜在的客户和来访者留下深刻的印象；设计可以使生意运作得更好；设计还有助于塑造公司文化，影响那些与之有业务往来的每一个团体或个人。办公室设计已成为我们所处的文化环境中至为重要的组成部分。本书中的作品将呈现给您一个十年以来最佳设计的全景，并以实例给您以灵感的启迪，帮您塑造完美的工作环境，工作在新千年的办公室中，您得到的不仅仅是经济上的回报，还将得到美的享受。

公司及各类机构办公室

那些为公司及机关办公室进行设计的人员常常要努力地协调一些矛盾的因素：预算拨款有限；公司职员的职务等级及其间的关系；技术革新（尤其与计算机联系密切）以及在考虑最大限度地发挥其实用性的同时，以某种方式建立乃至提高公司的形象。以上提到的诸多因素均是以“缩小尺寸”、全球化和公司更多地使用兼职工、临时工和电子办公职员为大背景的。

每一个办公室设计者都要首先考虑最为基本的设计因素，解决最为根本的问题：方案的制定、空间的布局、家具的摆设以及对一些特殊的装置、装饰、灯光效果和工效学的利用进行考虑。一些设计者要对工作空间进行重新整修以便使公司更具特色；而另一些设计者所要面临的则可能仅是光溜溜的地板了，这样的工作空间又何谈什么特色。这样一来，他们在设计工作开展之初便要如实而有形地把握好公司特色。由于所要设计的每一工作空间及其规模大小均不尽相同，而想对空间进行重新布局从而体现公司个性及其它考虑因素的公司，在求助于设计公司时所提出的要求更是多种

多样。鉴于此，在设计上是没有明确、快捷的规律可循的，像 Fallon McElligt 这样前卫的广告代理商和像 Burger King 这样的国际公司在世界上有着不同的发展前景是显而易见的，某种程度上对它们的总部室内空间进行设计时要反映出它们的这一不同，但是这些公司相互竞争因素则是相同的。

当我们走过这十年的尾声时，这些因素能够引起我们关注的是员工的职务等级不再那么明显如初。它们反映在：（一）把开放式区域移至更靠外围的位置；（二）私用办公室的数目越来越少，越来越小，越来越不正规；（三）办公区域反映出更大的灵活性。举例而言，办公区域的桌子、柜子及其它设施均可伸缩自如和自由移动；对办公室或办公场所随意调配使用，不再一成不变地归某人永久使用。另一个越发重要的因素则是交流。工作区域间的矮隔断促进了员工之间的沟通，增进了他们视觉和语言的接触。私用办公室数量减少或面积缩小使一些非正规的聚集场所以出现，甚至把一台“幕后”办公场所诸如复印室、咖啡厅等搬到拥挤不堪的地方，以便

员工们能聚在一起。

所有的这些因素都是息息相关的，而对它们又必须给予综合的考虑。在最成功的办公室设计中，整体性使公司的特色最终得以体现，有一种不可避免的特性。正如一个好的姻缘，设计良好的办公场所与在这里工作的员工，仿佛皆为对方而存在、而缔造。



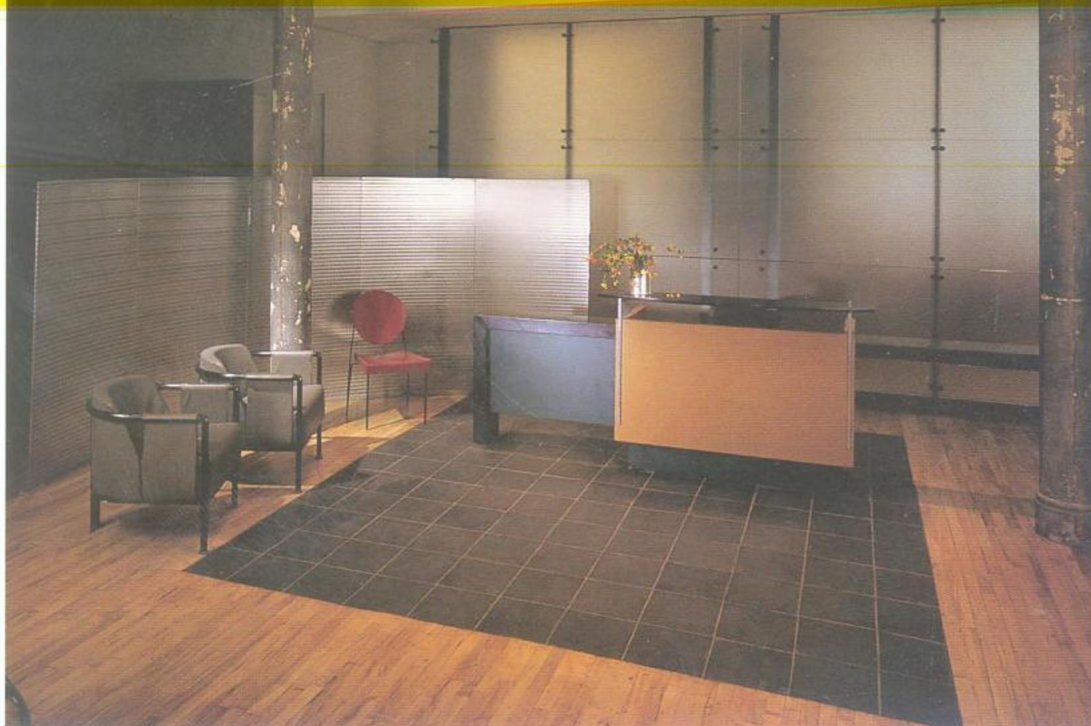


为纽约 Guggenheim 博物馆城区分理处的管理办公室而设计。它的设计灵感直接来自于现存的博物馆所在大厦及它的地理位置。该大厦位于 SoHo, 这里因铸铁建筑物而闻名于世。同时它也因20世纪六七十年代艺术家们重居于此而免遭破坏而著称。该办公室位于 Prince 大街与百老汇交汇处 SoHo 大厦的几个楼层之中, 视觉效果非常抢眼。

Solomon R. Guggenheim 博物馆商业区
纽约州纽约市
由纽约 TAS Design 设计公司设计

如同大多数的 SoHo 建筑一样, 这个博物馆最具特色的房屋特征便是宽阔的木质地板和尺寸超大的窗户。来自 TAS 的设计人员对与博物馆同处一楼的该临时博物馆办公室进行设计时, 力图保持了这些经典的 SoHo 建筑特色。

200ft (60m) 长的长地板被尺寸超群的窗子包容着, 同时被竖立其间的原始铸铁柱子很有节奏地分割开来。该长地板被再分割后削弱了分割之感, 使房间更显开阔。私用办公室被安置在角落之处。为该办公



接待室内, 专门设计的桌子, 房间中央铺于木质地板中的大理石地面及半透明的玻璃隔断同粗朴的铸铁圆柱和枫木地板形成对比。



玻璃隔断既保护了私用办公室的隐私, 又得以使自然光线进入室内, 在新与旧、工业与艺术的经典映衬中, 式样新颖的窗框镶嵌在原始古朴的斜面墙上。



几根古朴的原木构筑了接待室的框架。室内设有为其特制的桌子。它由涂有清漆的纤维板和着色的枫木胶合板精心制作而成。



这些工作区以其专门设计的展示台而独具特色。这些展示台上的展品或与最近的展示会有联系, 或将在博物馆的商店中出售。

