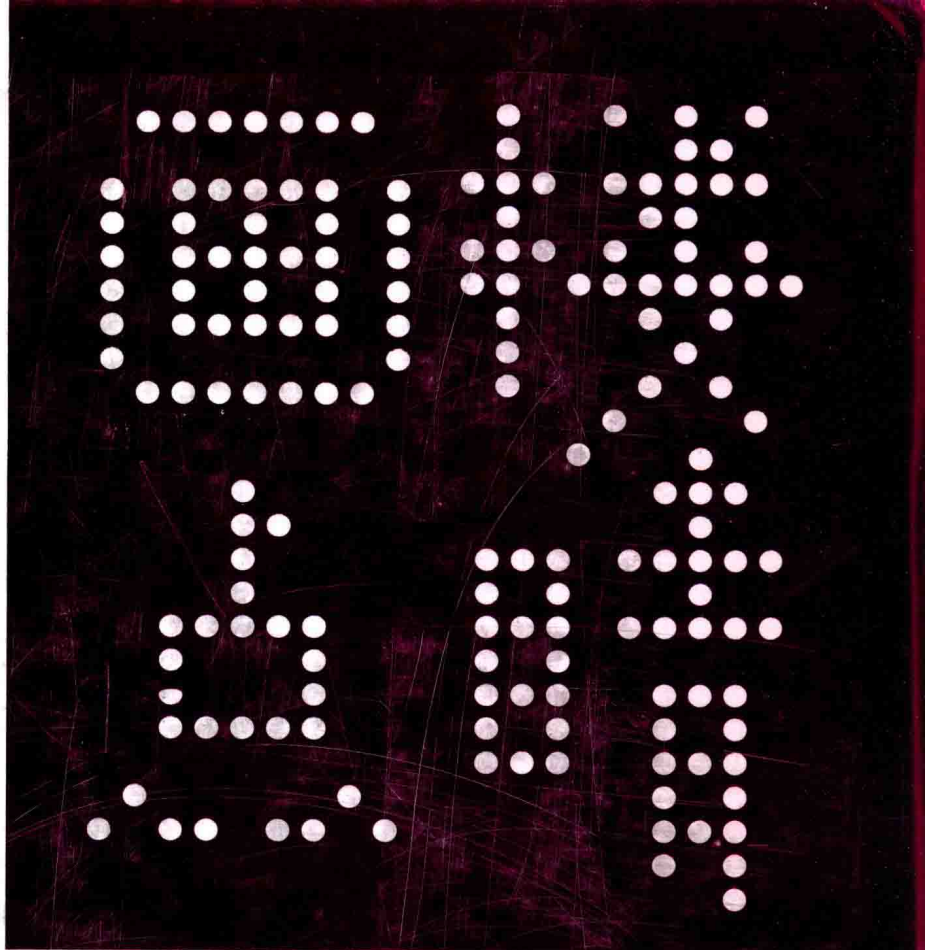




HKASP
先锋空间 主编



营造体验式 销售中心

新东方式体验
欧洲贵族式体验
「轻」人文式体验
现代时尚式体验

江苏凤凰科学技术出版社

现代时尚式体验

「轻」人文式体验

欧洲贵族式体验

新东方式体验



画楼点睛... 营造体验式销售中心

HKASP | 先锋空间 主编



图书在版编目 (CIP) 数据

画楼点睛：营造体验式销售中心 / HKASP先锋空间
主编. -- 南京：江苏凤凰科学技术出版社, 2014.8
ISBN 978-7-5537-3586-3

I. ①画… II. ①H… III. ①商业建筑 — 建筑设计 —
世界 — 图集 IV. ①TU247-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第170758号

画楼点睛：营造体验式销售中心

主 编 HKASP | 先锋空间
责任编辑 刘屹立
特约编辑 赵 萌

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司
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>
经 销 全国新华书店
印 刷 深圳市新视线印务有限公司

开 本 889 mm×1 194 mm 1/12
印 张 27.5
字 数 165 000
版 次 2014年8月第1版
印 次 2014年8月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5537-3586-3
定 价 398.00 元 (精)

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

目录

现代时尚式体验

海德公园售楼处 • 092

086 • 重庆万科西九销售中心

绿地南充售楼处 • 082

076 • 悉尼绿地中心售楼处

无疆接待中心 • 072

066 • Wyne 售楼处

世界CBD 售楼中心 • 062

052 • 画廊 303

万科南京九都荟售楼处 • 042

032 • 万科展厅

I'Park City 售楼处 • 022

010 • 山与城重庆南山会所

将捷NIT接待中心 • 190

180 • 七天四季销售体验中心

美丽庄园接待中心 • 172

160 • 耕曦接待中心

琢赋接待中心 • 150

「轻」人文式体验

142 • 溪山御景体验中心

达丽建设售楼处 • 136

128 • 香草天籁接待中心

绿地·海珀旭晖售楼处 • 120

112 • 中航元屿海

XXXXX接待中心 • 106

100 • 百川大喆接待中心

目录

276 • 绿地·海珀璞晖售楼处

宜春江湖禅语销售中心 • 264

新东方式体验

252 • 盛泽湖售楼处

文昌湖售楼处 • 244

236 • 天域·半山豪庭营销中心

九龙仓君廷售楼中心 • 228

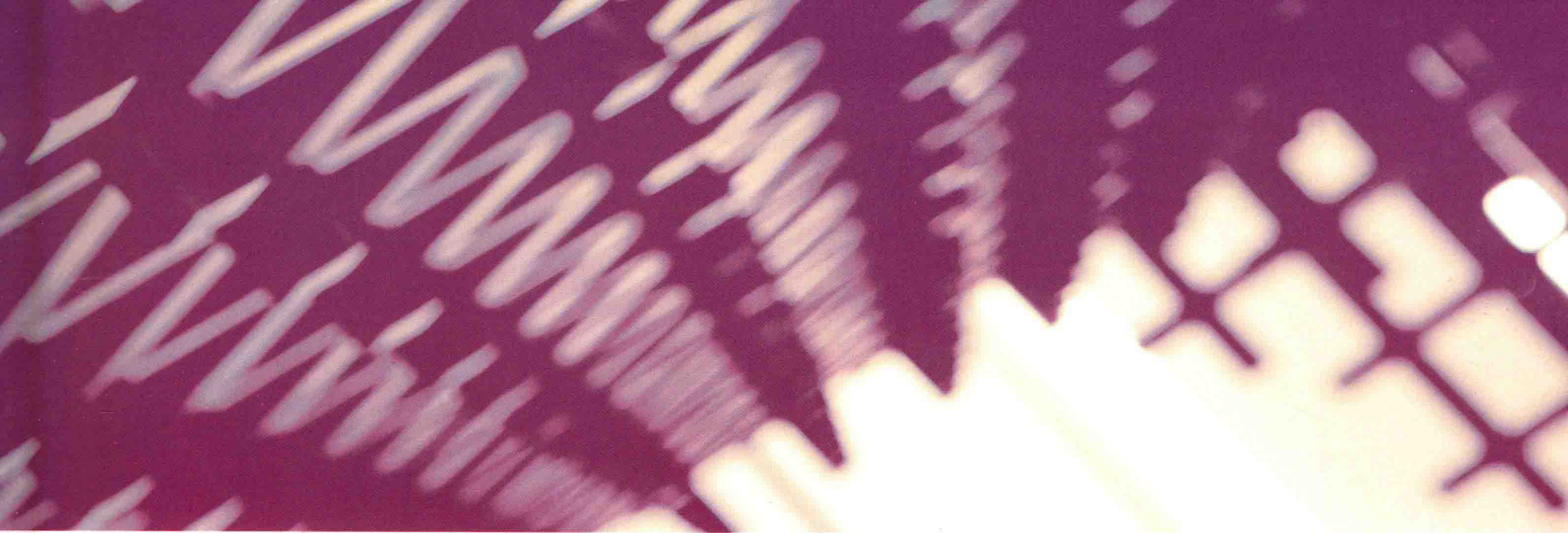
218 • 杭州中海御道路一号售楼处

欧洲贵族式体验

捷年 Next Gene 21+ • 212

206 • 明·明德

力璞晴接待中心 • 200



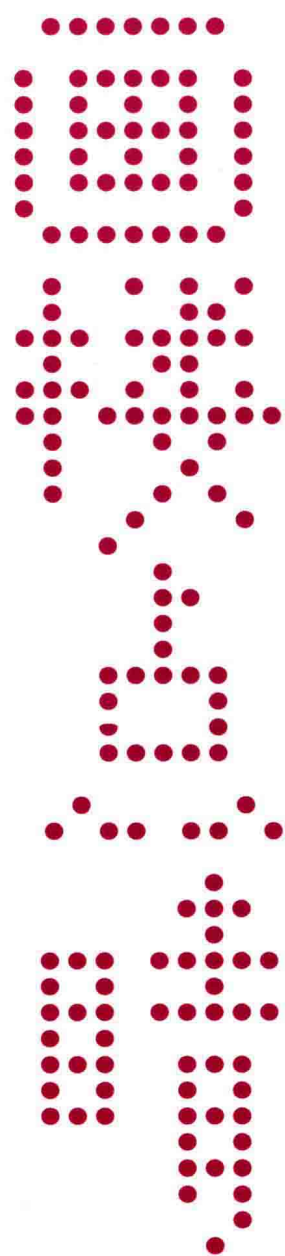
284	●	广天厦接待中心
晶砚接待中心	●	292
298	●	宏普之星接待中心
皇翔玉鼎接待中心	●	308
316	●	首富售楼中心
金城销售中心	●	320
326	●	鸣谢

现代时尚式体验

「轻」人文式体验

欧洲贵族式体验

新东方式体验



画楼点睛 · 营造体验式销售中心



HKASP — 先锋空间 主编

本书收录了四十个最新的各类售楼处案例的空间，并根据带给客户不同体验观感的设计特色将案例划归为四类体验点——欧洲贵族式、新东方式、

「轻」人文式和现代时尚式，这些带来四种不同感官体验和不同风格的售楼空间也代表了当今市场上最新、最主要的设计趋势主题。但是，不同的楼盘定位，同样的风格却通过不一样的设计表现又营造出不一样的空间效果。在每个作品中，都可以看出设计师们的精准思考，不再单一地因为设计而设计，案例售楼处的展示空间设计更多地考量了不同客户群体的感官和情感需求，设计也越来越人文化。而设计本身便是以人为主体去思考的过程，更应强调的是对身处于空间的个体的情感关怀。

以我们的两个方案为例，绿地·海珀璞晖和绿地·海珀旭晖售楼处所处地段、楼盘定位以及消费人群都是不一样的，因此在设计上采取完全不同的手法和风格。临近大学城的海珀璞晖，人文气息更浓，区域环境所强调的是精神与文化层面的需求，因此，设计灵感源自于《桃花源记》，将想象释放于空间，弱化了售楼处的商业目的性，凸显了整体楼盘的核心价值与生活倡导。空间中书法字被设计为装饰灯，整体色调沉稳质朴，这一切都凸显出行云流水般的气韵。

海珀旭晖则强调现代时尚和精品的概念，定位人群是都市中高阶层的消费者，崇尚舒适、现代化以及高档精品特色的生活理念，于是在整体空间的色调、装饰陈设上都采取形态各异的元素。材质和光线的设计明亮通透，现代摩登的都市风情在空间中尽显，突出了高端精品楼盘的定位和特色。

根据从以往售楼处项目设计上总结的经验，我们在设计的细节处理上，以三个要点为出发点：文化思考（thinking），感官（sense），客制化（customization）。文化思考是将文化注入设计，令人在艺术文化的层面有更多的思考，设计精神源于文化积淀的厚度；而感官，即为感性的内在体验，与空间环境中的设计所表达的情感诉求形成共鸣，听觉、视觉、嗅觉、触觉，触发内心的感觉；客制化的趋势更是一种独特性的体现，设计的不可复制性，凸显品牌的个性，楼盘的唯一性，这正是消费者所追求的。售楼处设计所传达的营销理念的价值由此被强化和体现出来。

售楼处设计需融入 人文情怀

撰文 ..

大观·自成空间设计

连自成

近十年来，售楼处在地产市场中已经形成了它独有的设计文化，而它所承载的不单单是楼市的商业理念，更被视为楼盘销售的陈列橱窗，成为营销传播艺术的综合载体。在设计表现上，用美学调控氛围，以空间概念传达楼盘的品牌精神，以设计定位配合楼盘销售的思维，正是许多设计师所考虑的焦点。

在当今市场中，消费者的需求驱动了市场的发展。然而，在当今社会，需求本身不再只是局限于房子的建筑结构。不可复制的区域性、独特性，开始成为影响消费者购买的因素之一。基于市场的不同层级的需求和目标客户的细分，在进行楼盘的售楼处设计时，我会在设计上更多地传达潜在客户的需求。因为，我认为消费者内在心理的诉求也是高端消费人群的消费触发点，以往高端楼盘的消费者大都喜欢外部张扬的奢华风格，但是如今市场上涌现出来的新兴的高端消费人群，在慢慢转变消费思维。这一消费群体，追求的是新奢华主义风格的精致生活空间，更懂得享受高品质的生活。于是单一的产品营销已经不能打动他们，具有情感价值的营销手段成为促成高端人群消费的因素之一。

在售楼处的设计构思上，设计师应注重从居住者的心理诉求出发，用艺术的视觉感性和专业的设计，向消费者传达一种内在的精神和情绪以及优雅的生活品质，倡导一种新的生活方式。而奢华的表达方式呈现也应是具有多面性的，不应一味过多地铺陈堆砌，而应该更好地把握精准的尺度，拿捏得更为恰当。回归本质，售楼处的设计是以人为主体的，它应该带给消费者一种更好的文化价值上的体验。

目录

现代时尚式体验

010 • 山与城重庆南山会所

ITPark City 售楼处 • 022

032 • 万科展厅

万科南京九都荟售楼处 • 042

052 • 画廊 303

世界CBD 售楼中心 • 062

066 • Wyne 售楼处

无疆接待中心 • 072

076 • 悉尼绿地中心售楼处

绿地南充售楼处 • 082

086 • 重庆万科西九销售中心

海德公园售楼处 • 092

将捷MII接待中心 • 190

180 • 七天四季销售体验中心

美丽庄园接待中心 • 172

160 • 耕曦接待中心

琢赋接待中心 • 150

「轻」人文式体验

142 • 溪山御景体验中心

达丽建设售楼处 • 136

128 • 香草天籁接待中心

绿地·海珀旭晖售楼处 • 120

112 • 中航元屿海

XXXXX接待中心 • 106

100 • 百川大喆接待中心

目录

276 ● 绿地·海珀璞晖售楼处

宜春江湖禅语销售中心 ● 264

新东方式体验

252 ● 盛泽湖售楼处

文昌湖售楼处 ● 244

236 ● 天域·半山豪庭营销中心

九龙仓君廷售楼中心 ● 228

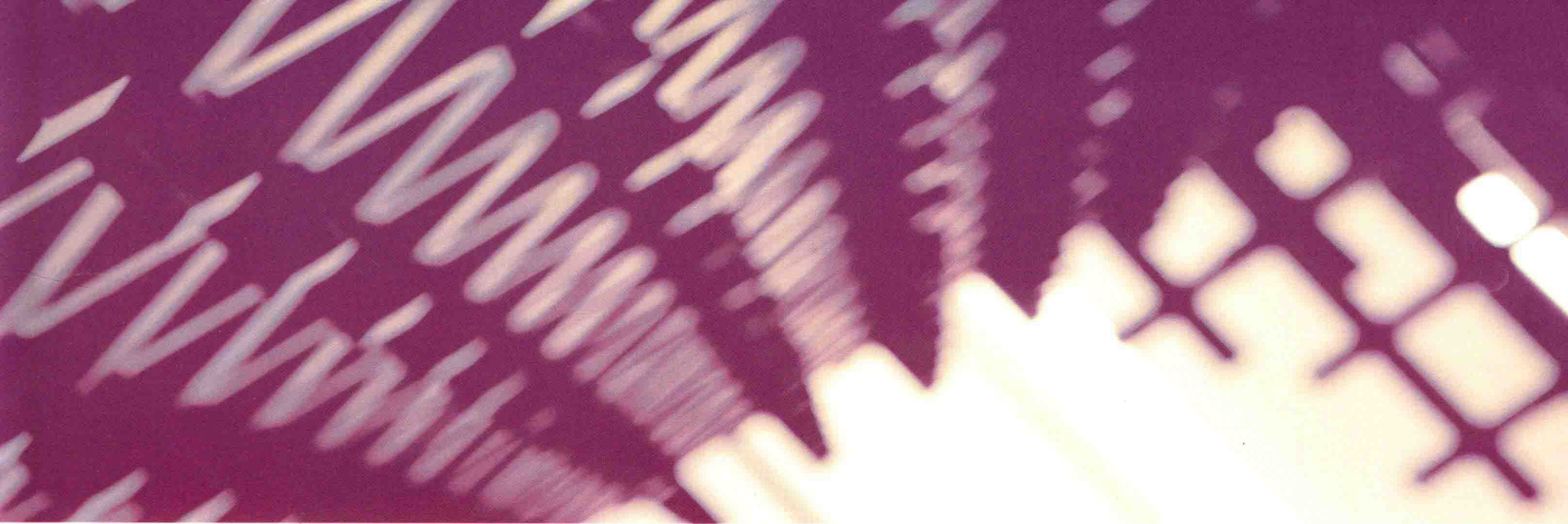
218 ● 杭州中海御道路一号售楼处

欧洲贵族式体验

捷年 Next Gene 21+ ● 212

206 ● 明·明德

力璞晴接待中心 ● 200



284 • 广天厦接待中心

晶砚接待中心 • 292

298 • 宏普之星接待中心

皇翔玉鼎接待中心 • 308

316 • 首富售楼中心

金城销售中心 • 320

326 • 鸣谢

现代时尚式体验

针对消费群

追求个性时尚、富有创新思维的
新锐群体，以年轻人为主。

体验点

时尚个性
造型新颖
视觉冲击

现代风格的设计往往以丰富多变的设计思维和夸张的造型取胜，它强调个性前卫的设计所带来的强烈的视觉冲击，反映了富有创新思维、生机勃勃的年轻人对个性时尚的追求。

现代时尚式体验售楼空间，正是通过这种创新概念和极具想象力的造型设计，富有时尚感的高纯度色彩和富有现代感的金属、玻璃、合成材料等新材料，以及现代新技术的运用，带给参观者们前所未有的视觉冲击和极具潮流个性的居住体验。




GREENLAND CENTRE
SYDNEY

THE
HIGH
CLASS
SET

GREENLAND CENTRE
SYDNEY

山与城 重庆南山 会所

总建筑面积：5 420 平方米
建筑设计：SPARK
项目负责人：Jan Felix Clostermann
团队：Eldine Heep, Leonardo Micolta,
Javen Ho
客户：Forte

室内设计：One Plus Partnership Limited
景观：Hassell (Hong Kong)
LDI: Chongqing Design Institute
结构：Chongqing Design Institute
建筑摄影：Jonathan Leijonhufvud 、
Fernando Guerr

现代
时尚式
体验点

本案建筑外观结合独特的地理环境来设计，蜿蜒伸展的几何状建筑完美地和自然地形结合，蜿蜒曲折的几何外立面也同时带给人以时尚的感觉。而室内空间的设计也延续了这一特点，利用不同材质打造的钻石切面的墙面和形态各异的装置，具有自然纹理的大理石地板和透明质感的玻璃墙面相互辉映，带给人极致的时尚感受。

