

建筑策划

/ 曹亮功 著

ARCHITECTURAL PLANNING
ARCHITECTURAL PLANNING
ARCHITECTURAL PLANNING
ARCHITECTURAL PLANNING

非外借

中国建筑工业出版社

建筑策划

曹亮功 著

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

建筑策划/曹亮功著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2017.8

ISBN 978-7-112-20729-9

I. ①建… II. ①曹… III. ①建筑工程—策划 IV. ①TU72

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第096990号

建筑策划涉及人类共同生活的社会、环境和生活秩序,它具有政策法规性、现实可行性、技术性与创新性、适调性与弹性等。本书内容包括建筑策划概述、建筑策划原理、建筑策划程序和工作内容、建筑分类、商品住宅建筑策划、经营性酒店建筑策划、租赁性商贸中心建筑策划、公益性建筑的建筑策划、自持自用建筑的建筑策划、建筑策划思维方法的延展运用等。

全书可供广大建筑师、规划师、景观设计师、政府管理人员、房地产开发商、建筑院校师生等学习参考。

责任编辑: 吴宇江 张 建 何 楠

责任校对: 焦 乐 李美娜

建筑策划

曹亮功 著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京海淀三里河路9号)

各地新华书店、建筑书店经销

北京京点图文设计有限公司制版

北京云浩印刷有限责任公司印刷

*

开本: 850×1168毫米 1/16 印张: 21½ 字数: 442千字

2017年9月第一版 2017年9月第一次印刷

定价: 78.00元

ISBN 978-7-112-20729-9

(30395)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

序

建筑策划，这个二三十年前尚不为建筑师所熟悉的概念，到今天已逐渐成为我们必须关注的一个专业领域。过去做设计，只需吃透设计任务书就可以开始构思方案，而现在却不同了。当我们做一个新城的规划和建筑设计的时候，业主在给出一些基本资料的同时，往往会要求你对新城功能定位、业态组合、产业支撑等提出你的思路，特别是如何把这些似乎与创作无关的思路“化”入到你的规划设计中，这是业主特别关心的。理由很简单，因为这直接关系到新城的建设能否按期收回成本，甚至涉及一个企业的生存和发展。做酒店设计，酒店管理公司的商务策划是必不可少的。但建筑师能否吃透这些策划的要点，并且能够结合市场环境在设计上创造性地表达出来，就成为对一个建筑师是否具备全面专业素质的一个考验。一个更能说明这种变化的例子是博物馆（文博建筑）建筑的设计。在过去，这类被认为是艺术殿堂的建筑似乎与经济业态很少关联，而如今情况就不同了。特别是这些年来，在我国博物馆如雨后春笋般生长出来的情况下，受后工业社会消费文化的影响，一个博物馆仅仅靠陈列展品来吸引观众就显得不够了。越来越多的博物馆仅仅靠政府拨款或公益赞助也是难以生存和发展的。今后博物馆的建筑设计，在考虑典藏、教育、研究等传统的功能要求的同时，也要考虑创新展陈方式、组织各类活动、开发可以售卖与藏品有关的纪念品，以及增加各类服务性功能设施等。而所有这些都与建筑策划密切相关，也与建筑设计密切相关。我们需要意识到身处当下“体验经济”时代，包括博物馆在内的这类建筑设计已不仅是功能性、文化性的表达，以经济性（广义的）为重点内容的建筑策划，已经成为一个日显重要的专业领域，作为建筑师，我们需要学习、实践，这样我们的设计才能更加符合时代的要求。

这些年来，我国不少建筑师已在关注建筑学领域中的这一变化，而曹亮功先生则是其中较早的一位。他不仅已经做了大量工作，具有丰富的实践经验，而且还系统地加以总结写成本书。在本书中，曹亮功先生结合当代建筑设计领域的现状，从建筑本源出发，分析了建筑的文化属性、科技属性与经济属性的关系，指出一切建筑活动都需要以经济合理性为基础，从而强调了建筑策划的重要性。书中不仅论述了建筑策划的概念和原理，具体分析了在基本建设投资决策和可行性研究过程中建筑策划所起的作用，特别是本书所阐述的不同类型建筑在建筑策划各个阶段的工作内容，将使我们的工作更具规

范性和可操作性。在本书的后半部分，作者以其丰富的经验向我们展示了几种不同类型建筑的策划案例，这无疑让我们能够更加深入地理解建筑策划的重要性以及应该如何具体地进行操作，这是非常珍贵的。

感谢曹亮功先生为同行们所做的富于前瞻性的工作，也期待本书能在我们的设计实践中发挥它应有的重要作用。

是为序。

程泰宁

2016年10月20日于杭州

自序

在国民经济高速发展的时期，建设投资活动异常活跃，建筑业的增长也是高速度的，甚至达到让人来不及思考的程度，在取得巨大建设成就的同时自然也出现了诸多令人遗憾的事，歪着脖子、扭着身子的形态至上的建筑的出现就不足为奇了，此后人们又开始呼唤建筑回归本源。

建筑本源的实质是什么？我们应该从建筑的起源去探求，维特鲁威在《建筑十书》里说：远古时代，为了生活，为了安全，“有些人便开始用树叶铺盖屋顶，有些人在山麓挖掘洞穴，还有一些人用泥和枝条仿照燕窝建造自己的躲避处所；后来，看到别人的搭棚，按照自己的想法添加了新的东西，就建造出天天改善形式的棚屋”。这大概是最早讲述建筑本源的论述了。维特鲁威在论述建筑起源的同时，细微而具体地讲述了社会经济与建筑的关系，他举例说：马其顿建筑师狄诺克拉底带着自己的得意之作阿托斯山城市求见亚历山大时，亚历山大看到城市方案突出了亚历山大殿下的威名，在高兴的同时却问道：“在食粮方面附近有没有足以维持那座城市的耕地？”当了解到除非渡海运来，否则不可能维持时，于是他说：“……恐怕在那个地方建起村落的人们，他们的判断会受到责备的吧！如果婴儿没有乳母的哺乳，就不能摄取营养，也不能成长到相当的年龄，同样，城邦没有耕地及流入城内的耕地收获物就不能强大，没有丰富的食粮人口不能密集，民众供应不充足也是不能维持的。因此，我评价这一设计是优良的，但是断言这个地址是不适当的。”他又举一例说：“虽然国王出生于米拉萨，但是了解到哈利卡尔那索斯乃是天然的要冲，适当的商埠，有用的港口，因而亲自在那里建造了宫殿。”他还举了一例说：“因为罗马庞大，人口稠密，所以要准备无数的房屋。然而在罗马不可能使如此众多的人口居住在一层里，所以不得不想到借助于建筑物的高度的情况，……这样就在城内建造高达若干层的建筑，增加了空间，罗马市民才会安乐融融地得到美好的住宅。”几个例子讲的一个道理：建筑及城市的产生是社会经济和人类生活需求的产物，没有经济基础的城市或建筑是不可能具有生命力的。建筑因社会经济发展而产生，因社会生活需要而产生，建筑的经济属性是第一位的，是最基本的属性。

当然建筑还具有许多属性，如文化属性、艺术属性、科技属性等，在建筑与城市迅猛发展的时期，由于经济高速发展掩盖了建筑的经济矛盾，而使人们忽视了对它经济

属性的重视，建筑的文化属性占据了建筑设计的主要视野，或者说仅是建筑文化属性中的艺术性占据了人们的视角，甚至出现了以奇、特、怪来获取人们的视角的现象。

维特鲁威在《建筑十书》中讲的马其顿建筑师的例子，说建筑师狄诺克拉底为迎合国王亚历山大，“把阿托斯山造成男人的形象，在他的左手设计出围起广阔城墙的城市，在他的右手设计出承受这座山的一切河水而从这里注入海中的钵形地带”，亚历山大国王清醒地否定了建筑师的方案。后来亚历山大国王在埃及“注意到自然防护的港口，优良的商埠，埃及全境谷物丰饶的田野，广阔的尼罗河的重大用途时，他决心按自己的名字建设一座亚历山大城”，建筑师狄诺克拉底也在其中施展了他的才华。

两千年前的这个故事读来仍使我们深受教育，建设的决策者冷静地认识到建筑师的能力而不受他迎合权势的忽悠，按照城市建筑的经济规律理性地做出了正确的决策，并发挥了建筑师的技能，创造了永载史册的辉煌。两千年后的今天，当然有许多正确决策的例子，但也随时可以听到不少被种种忽悠而做出盲目决策的实例，由此而产生出奇奇怪的建筑。可见奇与怪现象的出现既有建筑师的“贡献”，更有领导者的“决策”。一段时期，外国建筑师将中国看成是自己异想天开方案的试验场，但如果没有领导去赏识它，又如何能实现？呼唤回归建筑本源，学习建筑客观规律知识不单纯是建筑师群体的事，也应当是建设决策者的事，还可以是全社会应当关注的事。

经济属性是建筑的最基本属性，因为只有社会经济的发展需要才会提出建设任务，才会有需求有投资，有建设计划，建筑师也才能施展才华；建筑还有很多方面的属性，建筑师的能力，也会涉及许多方面的知识、技能和创意才能。多年来所见所闻，很多建筑师在各方面有着天赋和才华，而却在经济学方面缺乏认识，缺乏知识，从而使设计作品脱离了社会经济的轨道，建设项目要经过许多审查环节许多专家反复校正才能走上合理的轨道。如果我们的建筑师都具有经济头脑、综合的建筑素质，可以使许多建设项目更顺利、更科学地实施。

根据建筑的经济属性规律，建筑应当有不同的投入产出的经济方式及盈利模式，而建筑设计、建筑策划也自然有与之相适应的规律，所以这本书提出了按投资方式划分的建筑分类。这可能是与以往诸多建筑分类法不同的一种概念，但可能对建筑策划研究和建筑设计的针对性深入都会是有益的另一角度的思维方法。

建筑活动是一种公开和公共性的行为，无论是什么性质什么功能的建筑，都会对社会、对城市、对区域、对别人产生影响，因而建筑活动应得到社会和周边多数人的赞同，方可展开。各国都建立各自的公开评判和公示的事前程序，我国虽然还不够完善，但从制度上也基本保证了社会公开认可的相应措施。本书研究了建筑行为的社会性，提出了与建筑活动相关联的社会公共利益维护、客体利益（又细分为终极客体、过程客体、环境客体）维护以及建筑投资者本体利益的保障等规律性问题，使投资人和建筑师能共同

认识建筑公众性的重要，并从建筑活动一启动就给予足够重视，自觉主动地协调各方利益，保证建筑活动的顺利和健康。

建筑的文化属性是建筑的重要特性，它包含着建筑的艺术性，但不应仅认为是艺术性。建筑的文化属性主要是指建筑表达使用者生活习惯、生活方式的特性。社会学认为文化是生活方式的结晶，而生活方式即是人类在适应自然、享受自然、防御自然、保护自然的长期生产生活实践中形成的共识习惯。自然不仅影响着人类的习惯和生活方式，甚至会影响人类本身。

维特鲁威在《建筑十书》中详尽地讲述了自然气候对南、北方人体的影响和人生生活习惯的影响。建筑对气候的适应是人类智慧的反映，也是人类适应自然的策略的表达，是建筑地域性的体现，是人类生活方式和生活习惯在自然环境下的表现，因而也是建筑文化属性主要承载的表达。

建筑的文化属性在哲学的范畴应当是建筑对时空的适宜反映，即在建筑诞生的地域和时代表现它应有的时空背景。一般情况下，建筑的地域性和建筑的时代感总会反映这两个方面，但往往有人片面地理解地域性是传统的形态，而忽视了它的现今时代。传统的建筑形态是那个年代的当时技术、当时材料、当时生活的产物，而现今的建筑应当是现今技术、现今材料、现今生活的产物，这才是对历史精神的继承，才是对城市发展的贡献。

只表达对城市环境（空间）的协调，而忽视对城市时代（时间）的反映是不完整的建筑文化观；只表达对时代的反映，而忽视对地域环境的尊重同样也是不完整的建筑文化观。不要片面理解地域环境等同于传统形态，因为时代总是日新月异的。

建筑的艺术性是建筑文化属性中特别内容，建筑应当是美的，应当具有艺术感染力，但建筑不是艺术品，所以建筑的艺术性不是它的唯一，也不是最核心的价值。建筑的美是建筑的空间、结构体系及其相关系统的逻辑性生成的结果，其实世上一切动物、植物的形态美感也都是它们生物体结构的逻辑性表达，舞蹈的美是人体肢体的艺术性表达，自然界的美也都离不开大自然自身的规律。舞蹈脱离了肢体逻辑，山水违背了自然规律，生物扭曲了它的内在肌体，就会变得奇怪，而不再是美；同样，建筑的形态违背了内在空间、结构体系和其技术系统的逻辑性，也会变得奇奇怪怪，而失去合理的美。现今全社会自上而下取得了共识——不要再搞奇奇怪怪的建筑了，会越来越自觉地回归到建筑的本源。

建筑师应当具有丰富的知识、娴熟的技能、创意的能力和艺术的素养，在建筑创作中解决经济、技术、功能、空间等若干问题的过程中形成的建筑形态始终会表现出其艺术性，是建筑师艺术素养下意识的表露，不一定是刻意塑造，当然在作品近乎完成时，自然存在艺术、技术、经济、功能等的综合整理过程。艺术性体现在建筑创作的全过程，

体现在创作的每时每刻。

维特鲁威在《建筑十书》中没有专门讲述建筑的艺术性创作,但始终在强调“均衡”和“比例”,主张把建筑技术和建筑艺术结合起来,强调建筑师培养艺术素养,因为艺术素养是建筑师在职业生涯中创造优秀作品的基础。

一个民族的复兴,一个民族建筑的繁华应当建立在民族文化自信的基础上。中国的建筑成就和建筑遗产为世界所公认,所创造的建筑与城池均展现了人类适应自然、享受自然、保护自然、融入自然的智慧和天人合一的理念,成为全人类共同的文化财富的重要组成部分。中国建筑重实践、重建造,轻设计理论、轻总结,即使伟大的故宫也只留下样式雷的图样,而没有任何关于设计的记载和理论总结,甚至不知道任何一栋建筑的设计师,这些阻碍了中国建筑对世界建筑的影响力,以致许多世界建筑史书上记载中国建筑均仅寥寥几页。

中国应当重视从自己的建筑实践中进行理论研究,从中提炼出适合中国国情,用得上能推广的经验,在借鉴国外先进研究成果的同时重视中国国情的适应性。引进是为了利用,不是把我国的建设程序和实施纳入别国成熟的经验做法中,而应当吸取其精华,使其变为适于这片土壤的肥料。

建筑设计要创新,建筑策划要创意,没有创新创意,就没有生命力。

但是,创新创意不是仅局限在形态上。建筑的内涵很广泛,涉及功能、空间、构建、物理性能、环境适应等许多范畴,在解决这么多问题方面都有着创意创新的空间,在诸多创新课题的基础上,形态是他们逻辑性的外在表达,这样的形态自然是最具生命力的。

坚持建筑本源观,坚持文化自信,坚持创新应当是我们做好建筑策划应有的工作态度。

前 言

20世纪90年代初，就曾应出版社编辑朋友的建议，想写一本建筑策划的册子。后来总感到对建筑策划的认识还不尽完善，我国建设投资体系还在不断变化和发展中，而作为建设投资决策环节的建筑策划仍在发育过程中，尚不完善不健全，我对其认识也还不够深刻不够清晰，就中断搁置了。

现在重新拿起笔来，并不能说我对建筑策划已能深刻认识清晰认识了，只能说比当年清晰一些深刻一些而已，但由于年岁已长，再不动笔怕晚了，再等下去会不会以后拿不起笔了。我不想将许多实践的感想和体会随之埋没，想献出与同行们分享，也许在交流和讨论中能使建筑策划更加健康，更加繁荣。

彭一刚院士曾半开玩笑地对我说过：“书不宜早写。一因为出了书，别人就不请你讲学了，看书就行了；二因为认识不深刻而错，白纸黑字已出了，改都无法改，会后悔的。”1996年，应北京工业大学邀请，在该校建筑学院开设了《建筑策划》研究生课程，写了一册讲稿，但未印发给学生，多年后发现很多肤浅或幼稚之处，回想彭先生的教诲实在高明，也为听了他的话未迈错步而高兴。当我重新提起笔时，又想起这段话，将来若发现今天的浮浅和幼稚，又该如何呢？因为年岁到了，只能提笔写了，再出现错误只能说明我只有这个高度了。命运没有给我再提出一个高度的机会。

我有幸受命在1988年初赴海南大特区，经历了我国改革开放市场经济发育初期波动最激烈的时段，奉命在特区组建设计院，组建房地产开发公司，受到经济浪潮的冲击。而在此之前的“五七”干校和设计院下放的几年中，我也曾有幸下放干校承担基建管理工作，经历过许多环节和许多岗位的实践。也许，这些经历和建筑师职业将我自然地推向了建筑策划的研究之列。

1991年在海南，一位开发商让我帮他看一块美兰镇的地，因美兰机场已在规划之中，故我叫他买下开发，他说：“那你帮我设计啰！”一周后他电话问：“设计怎么样了？”我说：“你没说做什么！住宅？酒店？或其他？”他说：“我要知道做什么，还找你干吗？我盖房是要赚钱，什么最赚钱就设计什么，什么赚钱快就设计什么！”这段对话让我想了许多天，后来又让我想了很多年。

1992年海南，上级任命我担任海南设计分院院长的同时，担任房地产公司总经理（法

人代表)。在没给一分钱的情况下,利用各方面资源办起了公司,买了地修了路,盖房计划启动时已是1994年了,各方信息让我感到危机,心情十分沉重,就在地产泡沫破裂前,我们及时将土地转手而安全了。两年多的经历让我十分理解和重视建设投资决策。在建筑策划研究中,自然就重视决策和回避风险。

1993年海南,邓小平南巡讲话催动了市场经济急速发育,海南房地产公司雨后春笋般涌现,商人、记者、演员、退職公务员都涉足房地产,并成立房地产联谊会,邀我参加每周六聚会。因我是建筑师,故每周要帮助同行解决许多开发中的难题,将投资运行与建筑设计紧密结合起来。直到1994年5月海南地产泡沫破灭,这个联谊会也随之消亡。这两年的经历对我的建筑观是一次震动,认识到建筑的文化属性是从属于建筑的经济属性的。建设投资是建筑产生的最基本动因,而追求回报是建设投资商的天性。

1995年北京,在机械部设计总院从事生产经营管理工作的同时,用积累的认识和体会,不断实践着建筑策划,并相继得以实施检验。

1996年起应北京工业大学建筑学院之邀,在该校开设建筑策划研究生选修课程,先后持续若干年。在天津大学与校方导师合带建筑策划研究生,2004年起在华侨大学招研究生,直至2013年因年岁已长而止招。

在培养研究生的过程中,师生间的教学相长也使我对建筑策划的认识和理解更加深刻和完整。20世纪90年代天津大学研究生朱慧文在与我的交流中讲述了她读博弈论的体会,使我更加重视建筑策划市场适应弹性的研究;华侨大学的几届研究生与我共同讨论气候适应研究课题时启发了我对气候也可以成为资源的认识,在若干策划实例中充分利用气候资源化解了矛盾。

此书,几经起意,几经搁置。一因时间太零碎,二因总感不够成熟。

2010年经多方面鼓励和支持,成立了北京淡士伦建筑师事务所(伦敦注册名为DSL设计咨询有限公司)。自此,几乎所有设计项目都从建筑策划着手,将建筑策划与建筑设计密切结合起来,并将策划思维方法运用于城市规划、景观设计的过程中。

建筑策划已被与建筑有关的行业从业者广泛运用,也有的机构专门从事建筑策划,成为一种职业,出现了一些专著。建筑策划不再是新鲜的事,人们从不同角度去认识它、诠释它、实践它,似有百花齐放之势。

这本书的出版只是大花园中增加了一朵不同色彩的花而已。

这本书的产生及理念形成的过程都是在长期实践中积累而成的,自然也有不断学习、调整、再实践的循环,但仍以实践的成效检验为主。所以,引用文献并不多,而是以直接体会为依据,以实践的总结作为理性分析的基础。全书分2大部分。第一部分讲述建筑策划的基本概念,第二部分是分5个类型讲述建筑策划的实例。

全书计10章,第1章~第4章讲述建筑策划的概念、原理、程序及方法,在第4

章提出了按建设投资的建筑分类，并讲述各类型建筑的建筑策划要点。第5章~第10章是分类型实例，在每种类型中仅就代表性建筑类别进行讨论。如在商品性建筑中只讨论商品住宅，在经营性建筑中只讨论经营性酒店，在租赁性建筑中只讨论租赁商贸中心，在公益建筑中只讨论了文化宫，在自持自用建筑中只讨论了自用办公楼。不等于这些分类建筑仅有这些子类，但要深入讨论问题，越具体的对象，才越利于讨论得深入。

本书不可避免会出现各种问题或错误，请各方面专家及广大建筑师不吝赐教。

目 录

序

自序

前言

| | |
|---------------------------------|-----------|
| 第 1 章 建筑策划概述 | 1 |
| 1.1 古代的建筑策划实践 | 2 |
| 1.2 建筑策划的概念 | 11 |
| 1.3 市场经济发育与现代建筑策划 | 14 |
| 1.4 建筑策划的特性 | 15 |
| 1.5 建筑策划的意义与作用 | 18 |
| 第 2 章 建筑策划原理 | 23 |
| 2.1 基本建设投资决策的科学程序 | 24 |
| 2.2 决策期的工作环节 | 26 |
| 2.3 可行性研究 | 31 |
| 2.4 投资主体多元化背景下建设项目的投资决策 | 34 |
| 2.5 建设影响因素的解析 | 38 |
| 2.6 不动产概念对建筑策划的引导 | 41 |
| 第 3 章 建筑策划的程序和工作内容 | 53 |
| 3.1 国际上泛指策划工作阶段 | 54 |
| 3.2 建筑策划的阶段 | 56 |
| 3.3 建筑策划各步工作内容 | 57 |
| 3.4 建设目标 | 59 |

| | | |
|------------|-------------------------------|------------|
| 3.5 | 实况调查是建筑策划的基础 | 62 |
| 3.6 | 场地研究 | 65 |
| 3.7 | 建筑策划的创意研究 | 69 |
| 3.8 | 建筑策划书与方案验证 | 71 |
| 3.9 | 可行性研究与建筑策划 | 75 |
| 第4章 | 建设投资角度的建筑分类 | 79 |
| 4.1 | 建筑产品是资本增值的载体 | 80 |
| 4.2 | 建设投资角度的建筑分类 | 81 |
| 4.3 | 商品性建筑 | 83 |
| 4.4 | 经营性建筑的建筑策划 | 86 |
| 4.5 | 租赁性建筑 | 89 |
| 4.6 | 公益性建筑 | 91 |
| 4.7 | 自持自用建筑的设计前期工作 | 94 |
| 第5章 | 商品住宅的建筑策划 | 99 |
| 5.1 | 商品住宅的概念 | 100 |
| 5.2 | 商品住宅的市场 | 105 |
| 5.3 | 无形空间观念对建筑策划的影响 | 111 |
| 5.4 | 贵阳新太乙花园(在水一方)建筑策划(1999年) | 113 |
| 5.5 | 北京朝阳区来广营乡立水桥周边土地整治建筑策划(2003年) | 122 |
| 5.6 | 北京西三旗北陶厂项目土地开发工作研讨(2012年) | 130 |
| 5.7 | 北京紫竹雅苑(中海紫金苑)建筑策划(1999年) | 142 |
| 5.8 | 北京望京天平苑建筑策划(2003年) | 160 |
| 第6章 | 经营性酒店的建筑策划 | 167 |
| 6.1 | 经营性酒店的概念 | 168 |
| 6.2 | 经营性酒店的建筑特性 | 170 |
| 6.3 | 度假酒店的市场 | 175 |
| 6.4 | 经营性酒店建筑策划中的资源观念 | 177 |
| 6.5 | 酒店场地研究在酒店策划中的作用 | 181 |
| 6.6 | 慕士塔格大本营建筑策划(2006年) | 181 |

| | | |
|---------------|--|------------|
| 6.7 | 尼雅宾舍建筑策划 (2006 年) | 187 |
| 6.8 | 卡拉库里湖大酒店建筑策划 (2006 年) | 191 |
| 6.9 | 南宁市五象山庄建筑策划 (2012 年) | 198 |
| 6.10 | 帕劳共和国科罗尔 Meyungs 酒店场地研究 (2015 年) | 210 |
| 第 7 章 | 租赁性商贸中心的建筑策划 | 221 |
| 7.1 | 北京西西工程 4 号地建筑策划 (2001 年) | 223 |
| 7.2 | 天津武清区雍阳商城建筑策划 (2006 年) | 230 |
| 7.3 | 上海吉盛伟邦家具村专营品牌馆建筑策划 (2006 年) | 240 |
| 第 8 章 | 公益性建筑的建筑策划 | 245 |
| 8.1 | 公益性建筑的本质和类型 | 246 |
| 8.2 | 公益性公共建筑的建筑策划原则和要点 | 247 |
| 8.3 | 海南文昌演艺会议中心建筑策划 (2011 年) | 249 |
| 8.4 | 湖南娄底市工人文化宫建筑策划 (2013 年) | 257 |
| 第 9 章 | 自持自用建筑的建筑策划 | 269 |
| 9.1 | 合肥健桥科技产业基地建筑策划 (2000 年) | 270 |
| 9.2 | 三亚市供电公司自用办公楼建筑策划 (2000 年) | 273 |
| 9.3 | 国能生物发电集团公司研发中心建筑策划 (2010 年) | 277 |
| 第 10 章 | 建筑策划思维方法的延展运用 | 291 |
| 10.1 | 北京中关村软件园规划 (2000 年) | 292 |
| 10.2 | 永清台湾工业新城规划 (2005 年) | 297 |
| 10.3 | 北京市三眼井历史文化保护区保护修缮工程规划 (2006 年) | 303 |
| 10.4 | 南京青龙山人居森林概念规划 (2007 年) | 308 |
| 10.5 | 柬埔寨通岛开发策划建议书 | 312 |
| | 主要参考文献 | 327 |
| | 后 记 | 328 |

第1章

建筑策划概述

| | | |
|-----|---------------|----|
| 1.1 | 古代的建筑策划实践 | 2 |
| 1.2 | 建筑策划的概念 | 11 |
| 1.3 | 市场经济发育与现代建筑策划 | 14 |
| 1.4 | 建筑策划的特性 | 15 |
| 1.5 | 建筑策划的意义与作用 | 18 |

建筑策划是伴随着人类文明的产生发展而发育成长的，并自始至终为人类的生产生活服务。随着人类社会进入商品经济时代，现代建筑策划应运而生，并逐步发育成熟，成为市场经济时代建设投资决策的技术工作环节。

中国古代建设中所展现的人类智慧，使人类的居住与大自然和谐共处，体现了古代建筑策划的智慧。承德避暑山庄和皖南宏村两个优秀策划例证，一个官方一个民间，一个北方一个江南，一个国资一个民资，都同样表现出对自然的尊重，对资源充分利用，对建设成本的控制，创造了方便舒适的生活环境。

因为建筑策划涉及人类共同生活的社会、环境和生活秩序，所以它具有自身的特性：政策法规性、现实可行性、技术性与创新性、适调性与弹性。

1.1 古代的建筑策划实践

1.1.1 建筑策划起源于人类文明之初

建筑策划不是新事物，不是新课题。自从人类产生，就有了人类的策划意识。也许策划意识是区别人类与其他动物的重要标志之一。

原始社会，具有思维能力的人类祖先不满足于被动地适应环境，逐步发展为有意识地利用和改造自然。从寻找干燥、安全的居住洞穴到开凿洞穴，从利用树林遮雨蔽日，到用树干树叶搭居住窝棚。在居所外设置防卫措施，利用有利地形以获得阳光和通风，防止山洪侵害等，都是建筑策划意识的早期反映。这种从实践中逐步产生的在建设行动前有目的性的考虑就是策划的萌芽。

有些文献认为自从人类文明诞生以来，就产生了人类的策划活动，并以远在原始社会的人类有意识的主观念头作为证实。如果将策划思维的早期萌芽也称为策划，似乎过于牵强，因为人类文明诞生的标志是文字的产生，人类策划意识的产生要早得多，但策划一定是文明时代的产物。

有人类产生，便有了人类的策划意识。人是有思维能力的动物，策划意识是人的思维活动的反映，随着社会进步和生产力的发展，随着人类文明的诞生，人类策划意识逐步从不自觉到自觉，从感性到理性，进而发展为策划思想和策划活动。

在中国，用于抵御异族侵袭的万里长城、用于沟通南北交通的大运河、用于调节