



相信合作力量，一同化阻礙為無礙

透過設計讓銷售與人文共生

投入地產設計領域多年，ONE HOUSE DESIGN 壹舍設計創始人方磊認為，在這時代下，售樓處不僅是展示銷售場所，更是一種未來生活的探索與實踐，透過更貼近人性的場景設計，實現銷售與人文的共生。

ONE HOUSE DESIGN 壹舍設計創始人

方磊

**設計
策略**

- 含蓄手法敘事，讓空間更具內涵和層次。
- 把銷售需求放入設計中，創造共贏局面。
- 協同業主化解難題，推動銷售順利進行。

People Data

現職／ONE HOUSE DESIGN 壹舍設計創始人
經歷／2009年 ONE HOUSE DESIGN 壹舍設計、
2018光華龍騰獎·中國裝飾設計業十大傑出青年、
2019義大利A'Design Award 國際設計大獎最高獎項
——鉑金獎



由方磊領軍的 ONE HOUSE DESIGN 壹舍設計在一次地產開發商的臨危受命下，不負所托替業主方打下好成績後，也在地產圈引起廣大迴響。投入地產設計領域多年，隨著接案規模愈來愈大，為了提供地產商更好的市場建議和趨勢，特別於公司中組成了「研發團隊」，專職研究設計、材料、趨勢等，作為每一次與業主合作的利器。

據方磊觀察，近幾年售樓處的設計趨勢，已力圖從視覺刺激上征服大眾，轉而把對生活的聯想，以更具內涵、更有層次的方式做表述。他認為產生如此轉變的原因在於，售樓處作為一個公共兼商業的空間，除了賦予各式功能，但它背後更重要的核心是提供人們對美學、對未來生活的一種啟示性。正因人們看待售樓空間追求的是更內斂、更精神價值的層面，思考售樓處設計時，會傾向以「含蓄」的手法替空間、產品說故事，方磊解釋，含蓄其實是讓表現形式更為收斂與抽象，因為一旦呈現的設計、元素過於「喧鬧」，容易失焦、也無法與銷售產生平衡，因此選擇將形式上趨於簡單、乾淨，好讓消費者將重心聚焦在空間，也能加速為產品埋單。

方磊說選擇讓設計收斂，一部分不希望搶走了銷售核心，另一部分也盡可能地在簡單中放入多重考慮和深層用意，做到讓空間的美感與實用並行。以售樓處看房動線為例，設計動線不單要流暢、合宜，如何緊扣銷售心理更是重要。在動線和功能區的安排上，他會嘗試把「多進式」概念納入，利於銷售人員快速反應來客需求，進而做出好的安排；從入門一開始的預接待，即先了解客戶是第一次或第二次看房，接著再依序進入到展示區、洽談區等，整個過程十分流暢，既不會造成人流阻塞，也可以帶領參觀者看到售樓處的每個角落、感受每一處的細節。

跨越設計範疇，整合室內、建築、景觀面向

方磊也坦言，相較於其商業項目，地產設計面臨的問題往往更加複雜，不只要考量定位、銷售、運營等面向，就連成本也必須仔細掌控。方磊說作為設計師要在有限的空間和有限的預算下，打造出相對理想的效果，得在價格與效果之間做出取捨和權衡，在面對這樣的情況時，除了仰賴研發團隊不斷找尋價格好、效益高的創新材料外，再者他也會掌握「抓重點」觀念，即在找出空間裡的主次關係後，再依據主次關係放入重點設計，一來可以把成本花在刀口上，二來空間也有了視覺焦點。

投入地產設計領域多年，方磊也說難題在每個項目

中多少都會遇到，但這也是啟發自己如何跳脫單純的設計範疇，懂得整合建築、室內、景觀三者於一體，一同協助地產商解決問題，好讓銷售可以更順利進行的原因之一。在規劃「上海招商虹橋公館二期」時，便發現空間平面屬狹長形式，重新調整動線後，連帶一同把建築、室內、景觀三者做了有效的結合，更做到讓售樓處肩負體驗未來居住社區生活型態的任務。



左頁 + 右頁上／在動線的安排上，方磊會依據銷售需求做出好的安排。**右頁下／**「上海招商虹橋公館二期」入口前廳以7.8米高挑空設計，予人大器印象，也作為引領來客進入到接待中心的序曲。

機能美學

整齊序列的背後蘊含各式功用

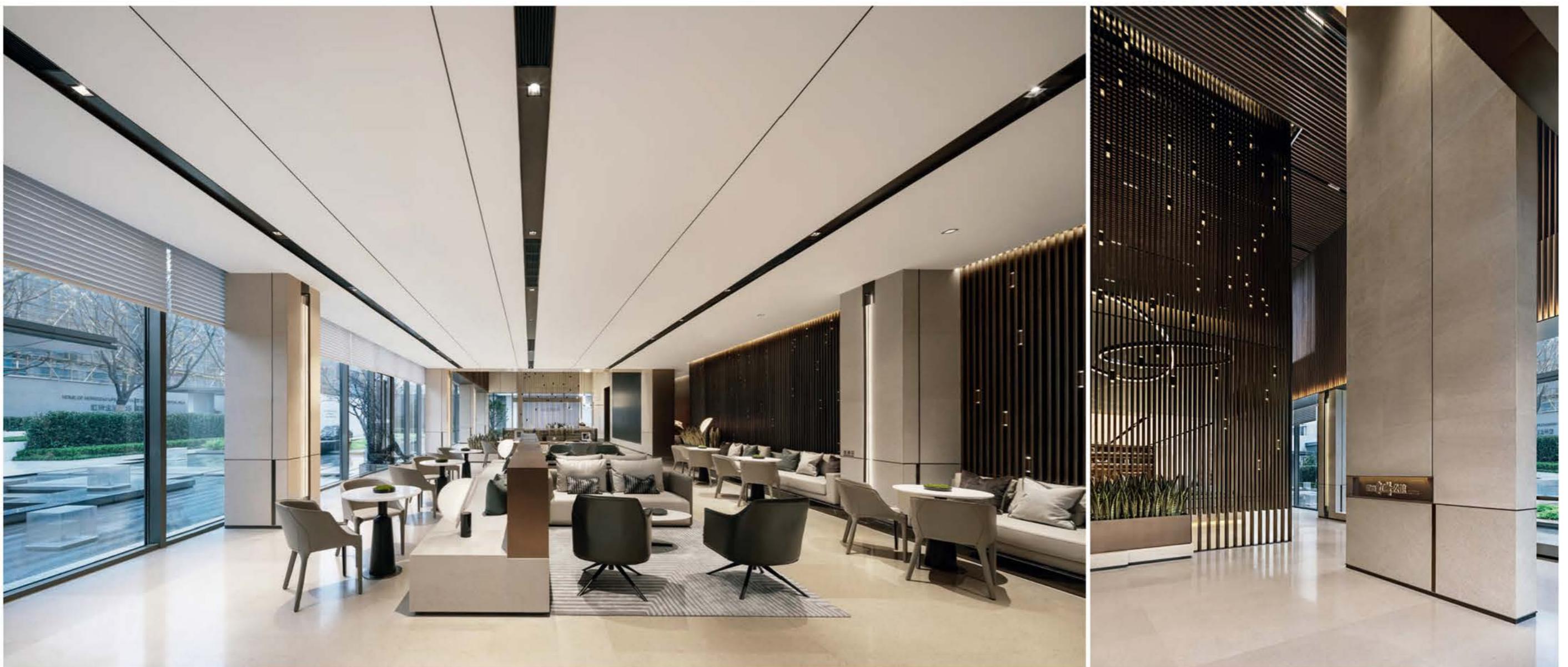
現代設計語彙， 為城市生活 下新註解

大陸的「上海招商虹橋公館二期」接待中心由 ONE HOUSE DESIGN 壹舍設計操刀規劃，透過對項目的了解及城市環境的觀察，海派文化促成了這次的設計靈感，整體以代表上海都會調性的材質、色彩鋪陳開來，為都市人居生活下了新註解。

Project Data

上海招商虹橋公館二期
大陸·上海／約 455 坪 (1,505 m²)
／石材、金屬、木料



設計
定位

- 以海派文化觀點回應項目的剛性需求。
- 現代簡約精神找到時代下的設計共鳴。
- 空間扣合銷售也反映未來的生活型態。

「上海招商虹橋公館二期」接待中心座落在大陸的上海虹橋商務區以青浦徐涇等區域為主拓展區的西虹橋一帶，整體交通、商業機能發達外，還享有豐沛的生活資源。ONE HOUSE DESIGN 壹舍設計創始人方磊談到，此項目以上海城市作為定位，思考設計時便從都會環境溯源靈感，「上海本身就是個開放性的城市，長期以來對中西文化的兼容並蓄，形成了特有的『海派』風格，另一方面，把視角再拉回虹橋商務區的發展上，它同樣也聚集了各式產業，最終便以『海派文化』作為切入構想，從城市、人文角度出發，找尋出格調品味與時代審美的共鳴。」

左／大片的玻璃窗從前廳延續至吧檯，同時進一步強化戶外景觀與室內的連結。右／挑高 7.8 米的設計，以一種大器之姿揭開接待中心的序章。

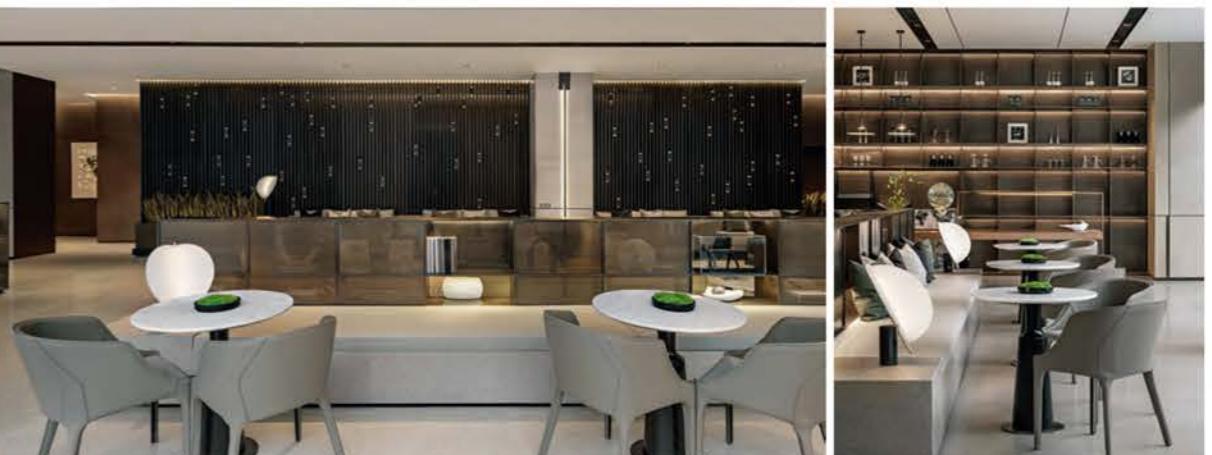
現代簡約手法找出對美的共感

方磊進一步談到，由於該項目瞄定的是區域商圈輻射範圍內 30 ~ 45 歲的剛性需求的自住客，他們看待設計著重實際需求也講究精神層面。擅長以現代、簡約精神描述空間的他，以上海的城市風韻和氣質作為基調，簡單俐落的線條、色彩以及材質，共同勾勒出城市剪影，向來慣用的線條、塊體處理手法，構畫出實用又不失質感的設計，為客群築建理想居家生活的想像基石。

方磊明瞭接待中心身兼銷售任務之外，還肩負體驗未來居住社區生活型態的任務。因此在思考空間時也注重室內、建築及體驗自然的關係，依據環境條件結合玻璃幕牆通透的特點將自然光引入室內，輔以綠意的植入，讓人能在現代城市中感受自然意趣、舒適步調的同時，還能予訪客不斷的視角轉換和空間層次變化的多樣體驗。



上／空間裡設有 VIP 室，舒適和緩的氛圍，予人更自在的洽談空間。下／空間中適度放入許多端景，步行流轉之間皆能看到景致。



設計概念

- 材質與色調共同帶出更簡練內涵的氣質。
- 疏密有序的分布，感受其中的虛實趣味。
- 重新解構洽談區，提供更好的溝通環境。

入口前廳以 7.8 米高挑空設計，象徵上海城裡的建築，經設計抽象轉換後，以大器之姿揭開步入空間的序章，米黃石材在粗細不一的金屬條劃分下，建構出比例合宜的塊體，而相異材質的對話與碰撞下，亦將城市的歷史與地域特性做了呼應。

視線從挑空設計再轉向另一處貫穿至天花的格柵，格柵上分布的星星點點是外部景觀波光粼粼的情景再現，讓其矗立其中，不僅打破了單調，也成為端景的一種。格柵後方分別為前廳、沙盤區、洽談區乃至各個區域的交流連接，方磊以一種「含蓄」手法表述，讓訪客遊走其中感到虛實有趣，疏密有序的分布，使用上互不干擾，還強化了層次感。

設計在空間各自發揮不同作用

由於接待中心包含了各種功能，因此在整體與局部的多方位考量中，方磊共同實現訪者會客、辦公、閱讀、休息等多樣性需求外，為了提供更自如的溝通環境，洽談區的規劃上摒棄常規手法，透過解構方式以卡座、沙發、散座等加以打造，同時更在中間安插了金屬沖孔板的櫃體，擁有視覺與功用的雙重感受外，亦有效地做了隱性的劃分。「不同形式的傢具組合，一方面營造出活潑、不呆板的氛圍，另一方面則替洽談區做了淺談、深談的區分，好讓銷售人員可以依據需求帶至適合的環境做各式的交流。」方磊解釋著。

原空間屬於長型格局，在重新拿捏室內的安排後，方磊將大片的玻璃窗從前廳延續至吧檯，同時進一步強化戶外景觀與室內的連結，光影可恣意地遊走於室內外，讓人無論坐身何處都能將景致收於眼底。為了讓訪客處處皆有驚喜，方磊除了藉由設計語彙串聯各個區域，也在其中規劃了數個端景，在起承轉合之間實現「移步換景」、「步移景異」、「情景交融」之境，讓訪客每一次的視線切換，皆可感受無處不在的美和耐人尋味的設計。

上／捨棄制式的鋪排，在卡座、活動傢具的組合下，更添洽談區的活潑感。

