



当前位置: 景观中国 >> 景观文章 >> 学科教育 >> 房地产规划设计方案五诫

标题\作者\刊物关键字
标题 搜索

房地产规划设计方案五诫

作者: 张晓光 来源: 深圳特区报

[评论\(0\)](#) [打印](#)

景观文章·景观中国 <http://paper.landscapecn.com>

在房地产营销策划的实践中,常常可以碰到“一个设计方案害死一个项目”的情况。究其原因,大体有两种,一种是设计公司自己没有专业能力,“天下设计一大抄”,平庸浅陋,敷衍塞责,做出低下水平的作品;另一种是开发商自以为是,独断专横,听不进专业意见,完全不尊重设计院,把设计师当做一支笔,让他怎么画就得怎么画,最后的结局是项目失败,设计师承担罪名。

从房地产营销角度来看,一个规划设计方案的好坏,在很大程度上决定着项目的成败命运。那么,我们怎样去审视一个规划设计方案?评价分析一个规划设计方案,出发点是什么?根据我们的实践经验,对规划设计方案的评价分析应该把握五条基本原则。

一、规划设计必须以人为本,以住户的生活舒适方便为本。这应该是最高原则。楼盘建成是让人住的,要住七十年,你必须对住户的七十年(几乎是一辈子!)负责。许多规划设计在简单潦草仓促完成的同时,给住户留下的是长期的隐患。西安融发沁园的最初设计方案中,小区主入口在主干道上,人车混流;而主入口旁边不远就是一个红绿灯十字路口,一旦红灯亮起,排队的车辆即可一直排到小区主入口,而且旁边还有公交车辆的车站,可以想象将来小区业主的车辆出入会遇到多少麻烦!经过我们的再三坚持,这个方案终于做了修改,把车辆入口改为另一个地方,做到人车分流。这些细节看起来是小事,其实有大隐患,万万不可等闲视之。“规划方案无小事”,一个细节留下麻烦,住户会抱怨一辈子。这种细节就显示出设计师完全没有从用户的方便舒适角度考虑问题,只是简单地从平面布局的美学效果出发做设计,犯了一条大忌。

二、规划设计必须符合项目定位,不要偏离定位去追求不切合实际的东西。项目定位是一个项目的根本大纲,框定了规划设计的方向,背离定位就会做出完全不能用的方案。深圳宝安碧海名园项目,定位是中小户型的白领社区,价位适中,档次中等,但设计院做出了一个出人意料的中庭园林景观,在大约一万平方米的中庭里,布置了“地中海”、“爱琴海”、“波罗的海”,连成一个完整的水系,加上喷泉、叠水、五个水幕墙,完全是顶级豪宅的景观设计!粗略计算一下,每平方米的造价要几百元,而物业管理的运转费用更高得可怕,这样一个中档小区,向业主收取的物业管理费是很有限的,而单只是水景的运转费用,一年就需付出三十多万元!谁来承担这笔费用?这就是设计师背离项目定位的典型例子。

三、规划设计应该充分考虑将来物业管理的方便。现在物业管理已经成为楼盘项目成败的一个重要方面,“买不买看房环境,掏不掏钱看户型,满不满意看管理。”以前设计方案是不考虑物业管理的,而现在策划项目时必须提前考虑物业管理的各种问题。湖南株洲的明珠花园,最初的规划方案是上海一家著名设计院提供的,以一个湖为中心,湖周围一圈是独栋别墅,别墅外围是多层住宅,再外围是小高层住宅。设计师的想法很简单:让别墅的业主最接近湖景,可以从客厅、卧室的落地玻璃窗内直接欣赏湖光水色。但是他没有考虑到:这个湖不是别墅业主独享的,而是小区全体业主共享的,那些住在多层、小高层的业主要去湖边散步游玩时,都要从别墅的花园、门前甚至窗前走过才能到达湖边,别墅的业主经常受到这种门前屋后纷纷来去的干扰,个人隐私无法得到有效保护。后来调整了规划方案,把一个湖变为两个湖,内湖是别墅区独享,外湖是小区业主共享。这样,别墅单独成区,物业管理和安全保护工作都以桥为界,相对容易一些。

四、规划设计在条件许可的前提下,应该尽量考虑项目营销的方便。营销在规划设计上有两个基本要求,一个是卖点,一个是卖相。卖点要实在,比如深圳宝安碧海名园项目,最大的卖点是户型设计,所有的户型全都是错层,每户送20平方米左右的一间或两间房,广告口号是“经典户型,买一送一”。而在那些户型比较一般的项目上,我们就力求环境景观园林设计有些出彩的新意。石家庄天山花园项目,最初的设计方案并未考虑到开盘销售的卖相,在小区布局和分期建设方面都只考虑居住和施工的方便。后来我们提出“先做卖相”的观点,坚持要求项目开盘时必须完成一个漂亮的小区大门、一条主轴景观商业大道、一处中心园林、一个布置精美的会所(兼

专题 Topic



分类 Class

- 景观综述 学科教育 理论研究
- 设计实践 人物/事务所 作品赏析
- 景观生态 园林绿化 园林文化
- 景观工程 城市研究 保护与更新
- 人文地理 随笔杂谈 演讲实录
- 城市规划 建筑设计 景观艺术
- 设计史 风水研究 旅游规划
- 城市设计 技术应用 水景观

本周热点 Hot

没有论文排行

期刊导航 Magazine

- [城市环境设计](#) [中国园林](#) [景观设计](#)
- [风景园林](#) [国际新景观](#)
- [国际城市规划](#) [规划师](#) [城市规划](#)
- [建筑学报](#) [新建筑](#) [城市建筑](#)

文章统计 Stat

文章总数: 2343
 文章浏览: 9063684
 网友评论: 2486
 文章下载: 2199

特别说明 Explain

由于目前国内不同专业背景的人士对 Landscape Architecture 的中文译名存在差异,所以就导致相关文章中会出现诸如景观设计(学)、景观建筑(学)、风景园林等不同叫法。此处特别提示,以免读者混淆,不做争论!

截止2006年7月26日全部文章列表

做售楼中心)、一组精心装修温馨舒适的样板房。开发商按照我们的要求,首先在一期施工中完成这五个工程,项目就具备了良好的卖相。现在许多项目在楼房建好之前,先做好环境景观园林,目的都是为了营销的需要。开发商只有完成销售才能实现利润,因此不得不要求设计规划工作也为营销服务。

五、规划设计除了遵循专业规范以及技术要点之外,还应尽量考虑中国传统建筑景观学说的基本禁忌。一般来讲,容积率、建筑密度、绿化率等技术要点都是规定死的,只能在这些前提下做规划设计。但传统建筑景观学说,很多设计师都不大了解,所以经常在这方面出问题。另外,在楼盘规划和户型设计方面,关于路冲、角冲、门冲等等基本禁忌,都是只要稍加注意,就可以完全避免的,关键在于设计师必须懂得这些基本禁忌。

业内人士常说:“一个项目成败的70%在于前期策划。”这个前期策划中,所有关于项目定位,目标消费群定位、价格定位、营销概念定位等等重要的理念,其实全都在规划设计方案里体现出来。开发商的投资,策划公司的心血,也都凝聚在规划设计方案中。所以在规划设计方面精益求精,是保证项目成功的必备前提。许多项目在规划设计上费了两三年的功夫,最后一举成功,绝对不是偶然的。(作者系深圳同致业地产顾问公司总经理)

有奖上传

浏览:2882 评论:0 上传:[cbsky](#) 时间:2004-2-11 编辑:[清心](#)

【声明】 本文不代表景观中国网站的立场和观点。转载时请注明文章来源,如本文已正式发表请注明原始出处。

上一篇:再论景观设计六大误区
下一篇:人居环境理念及对现阶段城市建设与地产开发的指导意义

 读者评论 所有评论

还没有评论,欢迎您参与评论!

[【×CLOSE】](#) [【↑TOP】](#)

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [关于我们](#) | [征稿说明](#) | [内容合作](#) | [网站地图](#)

[^ TOP](#)

主办: 北京大学景观设计学研究院 北京土人景观规划设计研究院
电话: 010-62745826 Email: webmaster@landscapecn.com (发邮件请把#换成@) 客服QQ: 200896180
办公地址: 北京市海淀区上地信息路12号中关村发展大厦A103 邮政编码: 100080
Copyright © 景观中国 2003 - 2006 landscapecn.com All rights reserved