

# 样板园林——楼盘样板区景观设计初探

## Sample Garden: Explorations of Landscape Design in Real Estate Sales and Model Area

撰文 陈跃中 ECOLAND易兰国际

北京龙湾别墅区售楼处公共绿化

**摘要** 样板园林指楼盘样板区的室外园林景观。目前，关于样板园林的研究还很少。结合多年的样板园林设计经验，对其设计原理进行初步总结，并总结出主题性、浓缩性、戏剧性和情景性四个特点，以及礼仪空间、展示空间和情景空间三种空间形态，每种空间形态因性质的不同而具有不同的设计要求。

**关键词** 样板园林 楼盘样板区 景观设计

### 1 什么是“样板园林”？

样板园林，是指为配合房产销售，在楼盘样板区设置的室外园林景观，是整体楼盘销售的前导。中国房地产事业发展十几年来，人们对楼盘销售中的“样板间”已经十分熟悉，但对“样板园林”还比较陌生。

样板园林通过对楼盘样板区室外空间环境的精心营造，将售楼处、样板间等楼盘销售的核心功能空间进行有机组织，并与待售楼盘和城市空间柔性相接（图1）。理想的样板园林致力于营造一种舒适愉悦的看房环境，并烘托楼盘的独特气质。样板园林与样板间功能类似，它并非一定要作为未来居住区的真实景观或其中一部分，而主要在于参与楼盘气质的营造。购房者可通过体验其环境气氛，结合样板间的空间构想，获得对楼盘风格的认知和定位。

对于购房者来说，楼盘样板区的景观设计水平也从一个侧面反映着楼盘开发品质的高低，从而影响购房者对楼盘项目的认可度。学者研究发现，在影响消费者购房行为的诸多因素中，园林景观的影响度达到了22.3%。相比之下，项目地段的影响只有18.1%，建筑风格的影响则只有15.8%。虽然今天样板园林尚未在楼盘销售环节中得到普及，但从远期发展来看，样板园林将超越楼盘开发等级，成为未来楼盘销售中必备的功能组成部分。

迄今为止，关于样板园林的研究十分稀少，仅有的少数文章也往

往过多着力于细节，而缺乏对其本质特征的把握。基于多年楼盘样板园林的设计经验，笔者尝试对样板园林的设计规律进行初步总结，以期同类设计提供参考。

### 2 样板园林的产生

样板园林产生于楼盘销售过程中售楼人员对于有吸引力的售楼环境的直接要求。在样板园林产生之初（此时尚不称之为样板园林），不论是开发商还是设计师都认为，只要把居住区规划景观的一部分在样板区呈现出来即可。起初如此做法尚能够吸引购房者，但日久发现，相比遥不可期的居住区真实景观园林，样板园林更能促进楼盘的销售，购房者也更会被眼前所见之景所吸引。由此人们发现，样板园林同样需要精心设计。

从逻辑上讲，楼盘样板区不等同于建成后的居住区（二者存在的目的不同），因此样板园林也不等同于居住区的景观园林。相对来说，样板园林的设计需要承载更多的含义。正如购房者需要通过样板间对未来居室空间产生一定的想象，他们也需要通过样板园林对未来居住区的外部景观环境有所了解。样板园林承担着向购房者传达这一信息的重任，不必是未来居住区景观环境的真实表现，但一定要向购房者清晰表达出未来居住区景观环境的气氛或设计概念。值得注意的是，样板园林也于无言中向购房者不断传达着开发商的各种潜在信息：他的品味、价值取向、对生活的理解和设想等。我们可以将其看

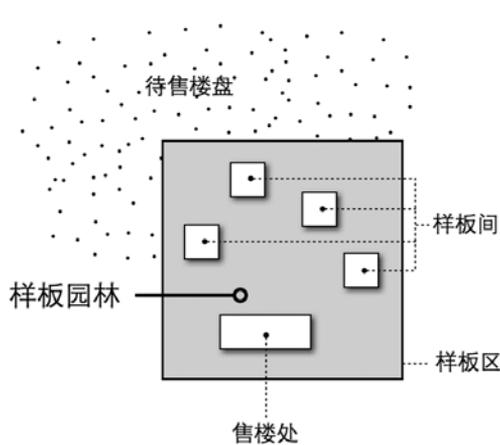


图1 样板园林概念示意

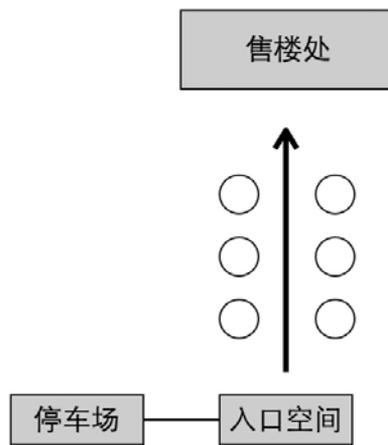


图2 礼仪空间的空间图式



图3 天津金泰项目的礼仪空间

作是购房者与开发商之间的一种“信心沟通”：购房者通过对样板园林的体会，决定是否对楼盘开发商产生信任，进而是否对其产品充满信心。这些因素实际上是决定购房行为最重要的因素。在消费社会的今天，开发商和设计者都需要明白：消费者购买的往往不是物品，而是物品所寄托的生活理想。

### 3 样板园林的特点

(1) 主题性：与一般的景观设计任务相比，样板园林更应该突出一种主题性，以此凸显楼盘个性，统领景观设计，吸引购房者。主题相当于样板园林的题目，其具体设计就如同围绕这一题目讲述的故事。今天的消费者往往被一种对生活的想象所打动，能不能讲好这个故事，就成为样板园林能否取得成功的第一步。

(2) 浓缩性：有限空间下的楼盘样板区决定了有限的样板园林空间，但并不意味着其内容有限，应竭力创造空间无限的感觉。这如同中国古代私家园林，于自家有限的庭院中营造出一方纳山纳水、纳天纳地的无限景观。好的样板园林应该达到同样的目标：空间有限而意无穷。设计一大忌就是，因实际使用空间有限，设计没有避其短而显得空间局促，这势必影响购房者的参观感受。

(3) 戏剧性：因样板园林必须在有限的空间和时间内，使购房者对楼盘风格特点产生比较深刻的理解，因此在空间安排上要极尽巧思。空间转换上的戏剧性，正如同一出杰出的戏剧在情节上的跌宕起

伏，使人心潮澎湃、留恋不已。由此，样板园林的设计才可避实际空间之小，而扬内容丰富之长。在设计手法上，其设计可借鉴中国古典园林障景、借景等手法，创造步移景异的效果。戏剧性是样板园林的真谛所在，它是浓缩的居住区景观，而不是居住区景观的片段。

(4) 情景性：主要体现在下文将要提到的“情景空间”中，这里样板园林与样板间将为购房者构建一个美好的生活场景。与样板间类似，样板园林特别是结合样板间的样板园林，应为购房者展现出未来于此生活的各种可能场景。比如散落一地的玩具和仍在摇曳的木马，让人联想到刚刚在此玩耍的小孩；或是矗立一旁的高尔夫球袋和斜依在沙发边上的高尔夫球杆，于慵懒的阳光下让人联想到一个热爱生活的主人形象。样板园林如同一个舞台，就在那一时、那一刻，上演着一出关于美好生活的戏剧，购房者于此体会到一种经过提升的生活品质。

### 4 样板园林的空间组成

(1) 礼仪空间：指购房者从城市环境进入楼盘样板区的转换空间，它从城市空间导向售楼处，一般位于样板园林入口处（图2）。其发挥两方面的作用：一是标明样板区的起始，二是表达对购房者的欢迎。从前一作用来讲，礼仪空间一定要有鲜明的标志，可以是一个入口大门，一处喷泉，一座雕塑，或者仅仅只是一个入口处的下车空间。从后一作用来讲，礼仪空间在设计上应具有正式感，表达庄重典



图4 沈阳金地名京的礼仪空间



图5 北京红山世家入口



图7 展示空间公共绿化

雅的感觉。具体设计手法可采取阵列式布局，轴线对称，或设置树阵、喷泉阵列等。

从形式上来讲，礼仪空间通常为线性空间，强调通过性。空间形式无需太多的变化。礼仪空间的功能性除作为入口，还必须设置机动车停放场所，即从停车空间开始，将停车场合理地整合进整个空间序列中，使其成为礼仪空间的一环，同时避免停车场本身影响礼仪空间的仪式感和空间序列。

礼仪空间通常位于售楼处之前，这意味着它通常是一个没有售楼人员陪同的空间环境。由此，空间本身的设计质量就显得十分重要。一般来说，礼仪空间应该表达出由工作人员传达的强烈的欢迎气息。在礼仪空间中，景观应该具有代替人说话的能力。

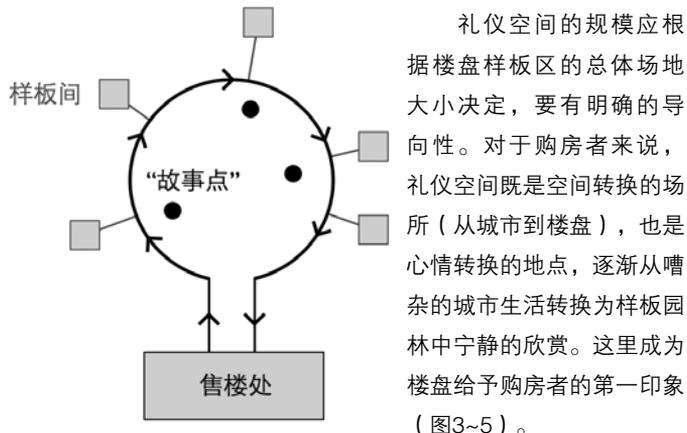


图6 展示空间的空间图式

礼仪空间的规模应根据楼盘样板区的总体场地大小决定，要有明确的导向性。对于购房者来说，礼仪空间既是空间转换的场所（从城市到楼盘），也是心情转换的地点，逐渐从嘈杂的城市生活转换为样板园林中宁静的欣赏。这里成为楼盘给予购房者的第一印象（图3~5）。

（2）展示空间：表达未来楼盘公共区域的景观质量，通常是一片令人惊喜的开阔场地，由一条曲折环绕的售楼路线串连几间样板间组成（图6）。

展示空间应具有交通联系和展示的功能。设计中应弱化这种通过性，使展示空间富于特点（图7）。购房者通过展示空间最终进入样板间，可以停留观景，而非匆匆通过。在具体设计上，可于售楼路线上设置若干个“故事点”——一个小平台或是一段矮墙。售楼人员可在这些场所向购房者讲述关于楼盘的特别故事，或是指引购房者观看该样板区特有的风景。另一方面从其展示功能来讲，应包含风格与规模两方面内容。每个楼盘要有自身的风格定位，无论是新古典还是新中式，亦或其他更具个性化的风格，都应展示未来公共区域中最精华的景观风貌。应该注意的是，展示空间应是无明显倾向的中性风格，而避免过于个性化的东西，否则它可能使购房者在进入样板间之前就对楼盘轻下判断，普受大众喜爱的叠水瀑布、大树参天、湖泊亭桥可能比烧烤架、棋盘、鱼缸更吸引人。此外，展示空间应呈现出一种开阔感，避免产生狭窄局促的感觉，可采用“小中见大”的景观设计手法，这是从相对窄小的礼仪空间到展示空间的必要空间变化（图8）。

（3）情景空间：指样板间周边的景观环境，如图9所示。相比于大场景的展示空间，情景空间更着重于小场景（图10）。情景空间的设计应该尽量场景化、生活化和个性化，如同布置一出戏剧，设计师应结合生活经验，对样板间的室内和室外进行全面仔细的生活场景设想（图11~13）。



图8 展示空间水系景观

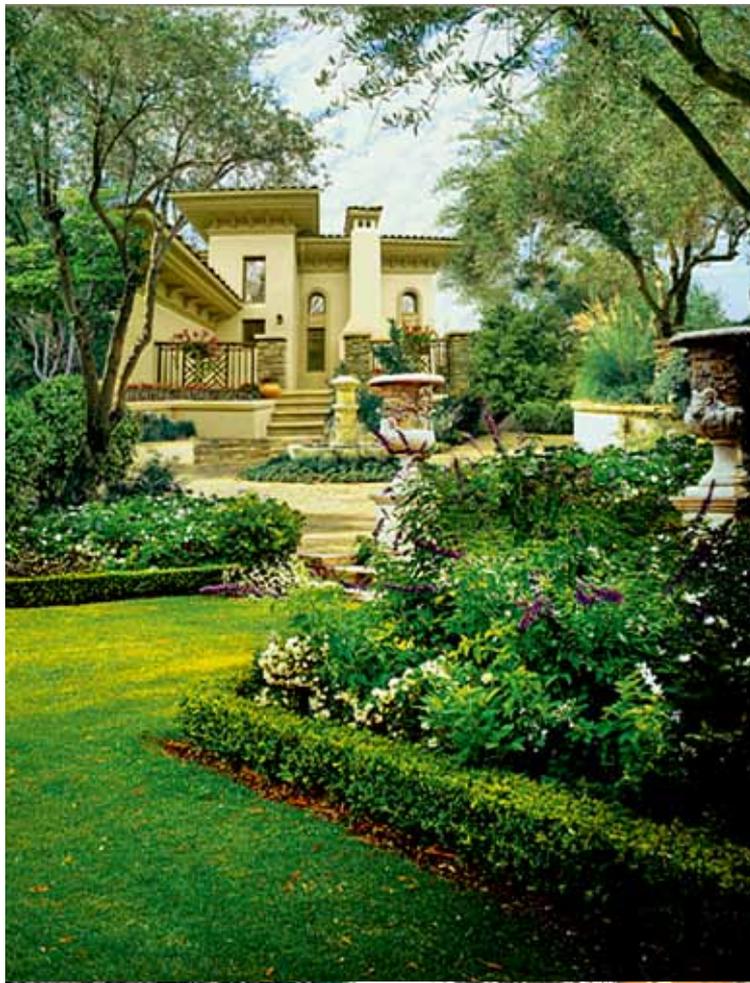


图10 小场景情景空间

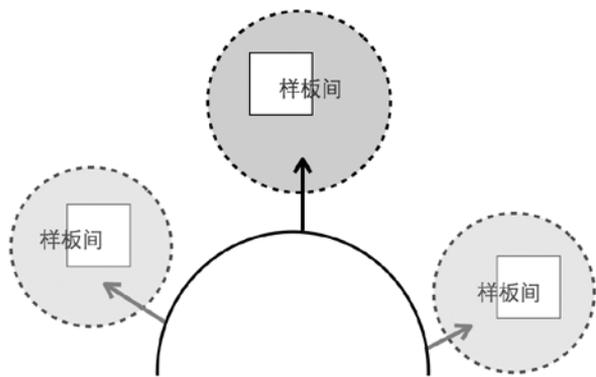


图9 情景空间的空间图

为了突显生活气息，情景空间可以利用生活化的小器物 and 近人的材料来柔化环境，利用绿植来软化界面等。如果说礼仪空间体现出一种仪式的男性气质，展示空间体现出一种开阔的中性气质，情景空间则相对地体现出一种细腻的女性气质（图14~17）。

通常一个样板区有多个样板间，相应地也具有多种情景空间，提供的可能性越多，也就越能打动客户群。可能第一个庭院里的金鱼没有打动购房者，但第二个院子里的一架木马就让家里有学龄前儿童的

购房者下定决心。

理想情况下，样板园林应遵循礼仪空间、展示空间、情景空间的次序，即购房者先从礼仪空间进入售楼处看沙盘，获得关于楼盘的基本信息，之后进入展示空间，沿售楼路线逐个进入情景空间而后观看样板间（图18）。但这一次序也不尽然，有时售楼处位于展示空间之前或之后，有时礼仪空间与展示空间合二为一，都需根据地形条件灵活处理。三个空间的大小也应根据地段条件灵活设定。



图11 北京龙湾别墅区庭院景观



图12 广州托斯卡纳样板区



图13 样板庭院景观



图14 北京龙湾别墅区样板庭院1



图15 北京龙湾别墅区样板庭院2

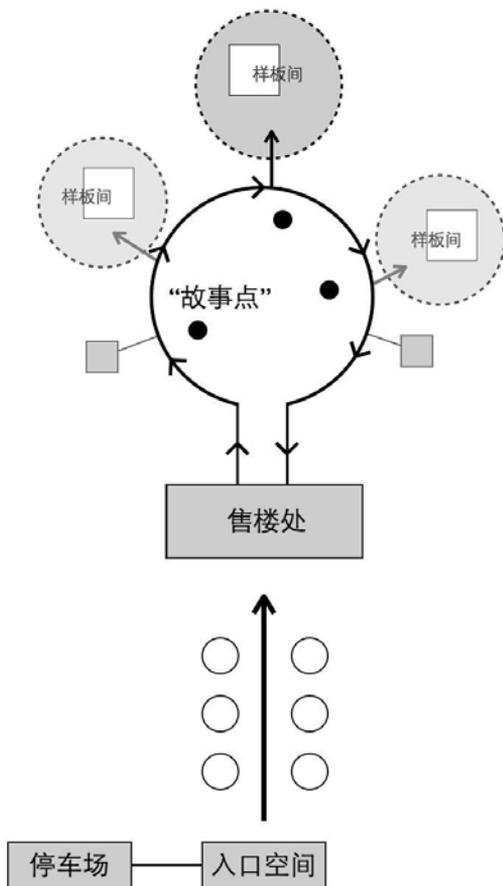


图18 样板园林空间构成

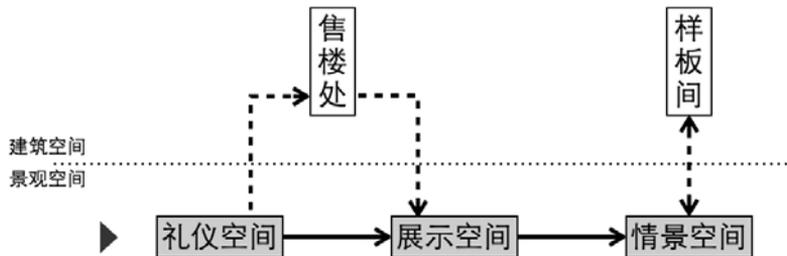


图19 楼盘样板区的两重建筑空间、三重景观空间及关系



图16 北京龙湾别墅区样板庭院3



图17 北京龙湾别墅区样板庭院4

## 5 结语

样板园林是近年房地产楼盘销售中出现的新趋势，它进一步完善了样板区的空间构成。完整的样板区将包括两重建筑空间和三重景观空间：两重建筑空间指售楼处和样板间，三重景观空间指礼仪空间、展示空间和情景空间（图19）。本文尝试提出对样板园林的系统理解，希望能够为未来的样板园林设计提供一定程度的借鉴。ATI

图片来源：所有图片均由ECOLAND易兰规划设计事务所提供。

### 参考文献

- [1] 许扬. 样板区景观设计浅谈. A+C, 2010(9): 46-48.
- [2] 全忠. 龙湖客户购房关键点研究报告. 内部资料, 2010.
- [3] 乔远生. “客户体验式”售楼卖场效果策划与实施: 体验营销策略. 百锐地产大讲堂, 2008.



### 作者简介

**陈跃中**, ECOLAND易兰国际首席设计师, 美国注册景观规划设计师, 留学于美国麻省大学, 获环境景观建筑及城市规划专业硕士。陈先生有近三十年规划设计经验, 主持过许多国内国际大型项目, 他所提出的“大景观”规划设计理念主张用生态景观的原则来指导城市的发展布局。主持的主要项目有艾林顿公爵圆形广场、鹰巢湾、丽兹酒店、威斯廷卡萨瑞娜度假区、2010上海世博会中国园亩中山水、北京奥林匹克公园、北京温榆河生态走廊(朝阳段)、北京欢乐谷主题生态乐园、北京首府PekingHouse、北京山水文园、东方普罗旺斯、北京香格里拉饭店、北京华润集团橡树湾、龙湾别墅、华润红山世家、金都·城市芯宇、观岭国际、三亚呀诺达等。