

TID 2013 Award
Taiwan Interior Design

商業空間

The TID Award of Commercial space

諾柏豪斯

NOBLE HOUSE

真工設計工程股份有限公司
Z-WORK DESIGN ASSOCIATE

主持設計師
Chief Designer

程 紹正韜 Alex Cheng

協同設計師
Co-designer

江皓千 CHINAG HAO CHIEN

攝影者
Photographer

賈方

NOBLE HOUSE



NOBLE HOUSE

商业与人文

做為一個義大利、法國數十個最高級傢俱品牌在中國的展銷中心，這個位於北京市CBD商業核心區中心位置；中海廣場一、二、三樓占地三千余平方公尺的大型商業空間，它不只是一個國際品牌的生活傢俬在中國首都北京的戰略空間而已；它更是一個結合數種都市人文活動與商業行為的複合型都會商業體系品牌。

這個原本在珍稀都會中心地段裡，顯得奢侈浪費的巨大空間，在設計規劃上被我們先以都市設計的模式。將三個樓層水準分割成1樓的接待系統與對外的開放性都會休憩體系，2樓的區域則被設定為都市環境美學的生活講學與設計工作室系統。各種歐洲高級品牌傢俱則被如美術館藝廊一般，散置於1—3樓這些都市人文活動主空間之外的剩餘空間之中。



NOBLE HOUSE



新东方人文风韵

我們的目的，是企圖以一種弱化銷售行為而強化都會中心人文活動的設計方式，亦即是一種將中國各都會中心區已經氾濫的所謂流行的“強銷式”、“奢華式”、“好大喜功式”的唯物性裝飾手法與表象性銷售觀點，改為一種低調的、內斂的，強調都市人文關懷內涵的都市空間設計體系。它放棄了俗化市場的銷售機制，卻也同時承接了一個高端品牌對市場引導或對都市居民日常生活活動創造的責任。

這是屬於真正高端成熟商業品牌空間設計的精英思想，它更是一種對百姓友善的人文性商業活動。



NOBLE HOUSE



传统中道思想下 发展的 宽容风格

對社區的友善的設計行為，均始於當代中國人開始對傳統儒釋道文明的覺醒；讓我們開始思考當代北京富裕階層的消費文化，是否可以重新再度以某種和諧的商業運營模式回歸至一種中國古典的商業價值？亦即那種人與物流、錢流之間有商，有禮，有道，有義的因果平衡運行模式。它使我們重新自覺，我們可以讓商業運行在這樣子的充滿善念的觀點之下從事辯證；那種造善因善得果自然流轉的傳統東方思維之下指導著我們，讓它成為這整個空間企劃構成發展的基礎認識論。



NOBLE HOUSE



东西方融合后的优雅

在基本的商業性空間設計被反轉為流露人文關懷的都市有機空間設計之後，我們接續開始關注這個空間的環境美學風貌的發展。首先，在風格定位上，在北京這個中國的首善之區，我們遇到的問題是展售法、意高端傢俬，究竟該呈現的是一種在中國大陸已經習以為常並司空見慣的所謂新古典、歐式Art Deco等奢華形式主義風格；還是那種一味復古的所謂新東方風格？我們在這樣的問題上確實與業主、廠商進行了長時間、反覆性的思辨，最後，有幸于高品位的客戶，對市場的企圖與對我們設計能力的信任，我們獲得一個國際化的品牌在中國城市的販售，必須植基於一個重大的立足點的共識：那就是不論“國際化”與“地方化”都必須展現一種對立事物均可共榮共存的中道思想的設計模式。於是，那種清新靚麗的現代中國風格空間與時尚的義大利、法國精品的陳列，可以並行不悖地、彼此寬容地和諧共生的風格，終於被激蕩；被辛勞地辯證而出。

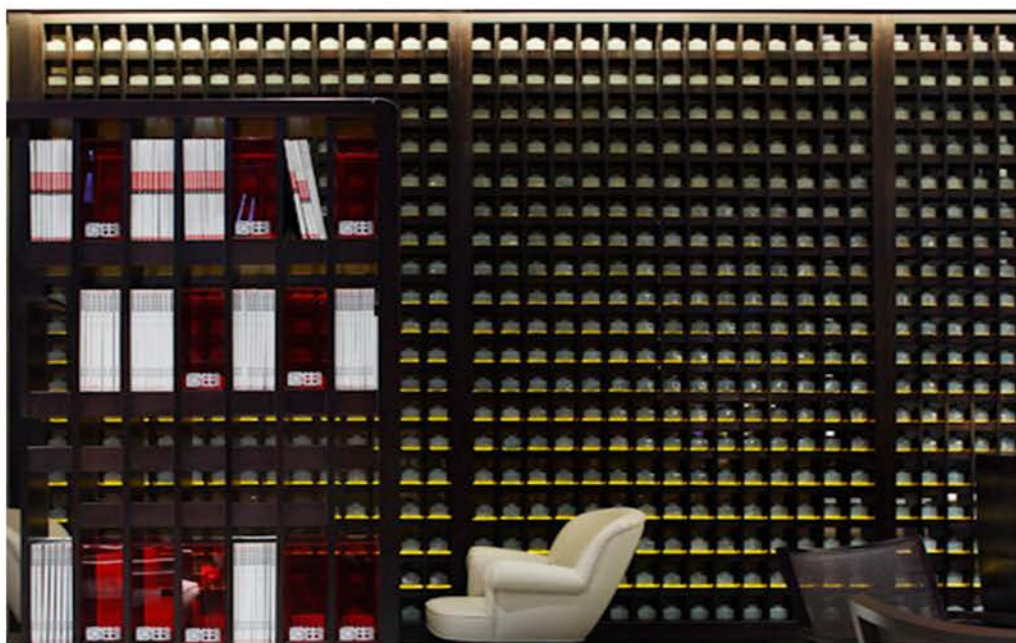


NOBLE HOUSE



东方古典商业模式的 回归

現在，這個優雅地佇立於北京市中心展現新中國自信，也充滿中國宋式生動氣韻的空間，除了販賣那些漂亮的國際一流傢俬精品之外，這兒，每天的生活講堂、藝文沙龍、藝術展演與時時舉辦的設計師論壇活動，也展現了當代中國人的自信與對自己民族、百姓的友善。這是一個和諧的空間，也是一個當代中國美麗的都市人文風景。



NOBLE HOUSE



展现和谐形质与语意的 环境艺术

不論這只是一個北京CBD中屬於全體地方居民友善的社區中心，還是一個來自全中國的高端住宅傢俬用品的買主聚集之地；總之，質勝文則野，文勝質則史。我們希望孔子的「文質彬彬，然後君子」的那種古代儒人既文雅又樸實的君子謙光，可以轉嫁成為空間設計的一種本質。

在一個被唯物史觀引導下已久的當代中國社會，與既有浮華物質重重導向的現代中國設計界，我們這種「唯心化」的思考觀點，與其後而來的美學方法論，都是用來企圖在中國當代這樣的浮誇氛圍之下，重新創造一種形質統一和諧環境藝術；這是來自五千年中華文化精髓保留區_臺灣的和諧語意，也是我們當代臺灣設計師對大陸最重要的價值。

