

BIMAN.CC

ELABORATE COMMERCIAL SPACE

SPACE



BIMAN.CC

设计与经济是互相关联而不可分割的。社会富裕，具优厚的经济环境可帮助设计行业的发展，社会拥有优秀的设计亦可推动经济发展。两者是互相影响的。设计不分地域界限，而且具有它的商业存在价值。设计师需从社会的整体气氛和经济角度去考虑设计方案。同时，亦要考虑客户对设计作品的要求和所需，彼此互相配合，才可创作出优秀而成功的设计。设计师通过设计作品把恰当的商业成份融合起来，并把相关的设计和社会讯息带出，与社会大众之间建立沟通桥梁，让大众去欣赏和领悟其设计作品。

社会不断变迁，经济迅速发展，在资讯泛滥的时代，中国设计师的素质亦要相应提升，从而创作出高质量和优秀的设计，推动中国设计的发展。在五光十色的设计里，设计师需要在作品中保留中国传统的文化特色。把中国化元素融入设计，令中国设计于国际舞台上进一步提升。当然，设计行业也存在需要改善的空间，社会若提供充足的资源和相关配套去协助设计师的发展，可令整体的素质得以共同提升及进步，让中国更多的设计能够在国际舞台上绽放光彩。

从事商业空间设计，设计师的眼界需要放大，视野广阔，具市场敏锐的触角，还要留意客户在市场的定位和动态发展等。通过设计作品，将多层次、多变化及多元化的作品展示出来，把无限可能性的设计呈现于大众欣赏。同时，设计师亦要考虑客户的商业因素或市场利益，把客户的相关信息传递给他们的目标顾客，达到其设计目的。此外，客户的素质也会间接地影响其设计。若客户具有相关的设计理念和近见的市场策略，可以激发设计师的一些创作动力，亦发出更多设计方案，从而双方可建立一个良好的互动关系，共同推动创意工作的发展。不过，从事设计行业，设计师有时需要处理客户对设计的非理性要求，让设计作品去配合客户的市场推广及宣传。作为优秀设计师，除了创作设计外，还要懂得去理解客户的问题，作出相关分析及恰当地处理，这是十分重要的。当中的处理过程是一纸挑战，但是亦富有趣味，让设计师传递出正确的设计观念予客户，使他们对自身作品的主要目的和利用途，改变他们以往对设计的错误观念和想法，从而提升客户的素质。

商业空间设计的未来可塑性甚多，而且范围亦很广泛。以一个北京的设计项目作分享：客户建议该大型购物商场的花园成为年轻情侣约一起来逛逛的城中热点，作出较大的改革空间，希望将设计师构思的设计概念，运用独特的手法融入环境里，达到其设计目的和效果。空间设计是需要配合环境、时间和人物的，以人物为中心作出出发点，明确理解该项目的主题，令其设计作品有焦点性，引起大众市民赏识及关注。在设计上，设计师需要打破旧有的框框，运用不同的设计手法巧妙地改变某些原有的环境，加入新的潮流元素，并配合不同灯光效果，营造一個温馨和舒适的休憩地方。此外，设计师亦要考虑怎样运用空间设计去吸引更多顾客到来，增加购物商场的人流，令场地气氛热闹兴旺，从而帮助客户的相关推广和宣传，以巩固他们在市场上的位置。

世界各地的设计发展不断进步，亚洲地区包括新加坡、韩国、日本等都具有很优秀的设计，如日本在零售推广与商业空间方面的设计备受欣赏，我们需要学习别人优胜之处，把握互相交流的机会，从而推动创意工业的发展。中国设计不可以落后于人，或许我们错过了太多历史和文化的包袱，需要时回去思考我们该走的方向，为中国设计作出推动力量。



设计师: Andy Tong

Project: WTC MOMO Creative Pavilion

Location: WTC

Area: 1000 sq. m. 500 seats, 2000 sq. m. outdoor area

世贸中心MOMO馆

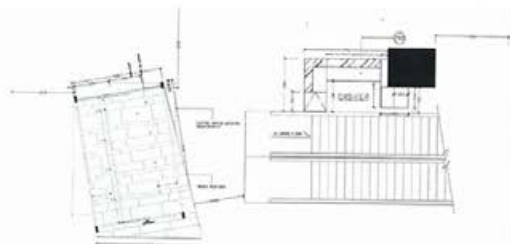
WTCMOMO MOMO SHOP

通过设计师的设计理念, MOMO馆——一个设计独特, 并体现环保的环保体验馆。在商场购物第一大卖场中心建立起来。其独特的设计概念, 带给消费者购物的乐趣。MOMA馆在商场中创造全新购物体验。而MOMA馆就是商场里与众不同的全新购物体验。也是年轻消费者的首选。

为建立一种全新的购物体验, 设计师特别采用环保设计, 木质的建筑外观如同传统

的木质一代木质建筑传统。基于创新的理念, 设计采用多种环保材料, 如MDF板, PVC Wrapping, Bubble Paper, 环保再生纸——建造独特的建筑外观。装饰材料, MOMO馆本身由多个独立组件组成, 方便拆卸、储存、安装, 真正绿色环保。

创新的环保设计和建筑特色, MOMO馆不仅吸引消费者的注意, 也赢得他们的高度评价。在MOMA馆后, 具有二次品牌带来的设计概念, 提升了品牌魅力和消费者环保意识。



平面图

图例: 木框建筑外观, 环保装饰材料。







PHOTO: GREGORIO S. LARRE