

# 住宅地产设计原则探析

黄幸<sup>1</sup> 谭畅<sup>2</sup>

(1. 中机国际工程设计研究院有限责任公司, 湖南 长沙 410000;

2. 湖南省建筑设计院集团股份有限公司, 湖南 长沙 410000)

**摘要:**“安得广厦千万间, 大庇天下寒士俱欢颜”, 从建筑设计的艺术性与高度看, 居住建筑虽然无法与博物馆、艺术馆、写字楼等公共建筑相提并论, 但却是普罗大众赖以栖身的居所, 其重要性不言而喻。营营役役何所欲, 只盼居者有其屋。在我国, 大量的居住建筑都是由商业化运作的地产开发完成, 地产开发按性质可分成住宅地产和商业地产。住宅地产开发是多方博弈的结果, 本文希望能从客观的角度探索博弈的最优解, 寻求住宅地产设计的原则, 实现多方的共赢。

**关键词:** 住宅地产设计 价值原则 品质与体验 空间体验 成本适配

**DOI:** 10.12319/j.issn.2096-1200.2022.25.190

## 一、国内住宅地产设计发展背景

作为住宅地产的参与方, 开发商关注的是产品成本及其获得的收益, 还有良好品质获得的市场口碑, 购房者希望得到更好的品质和体验感, 政府则关注城市形象的变化和地方财税的收益, 住宅地产的设计需要在几方综合博弈中寻找最优解<sup>[1]</sup>。

在地产设计中应贯彻的原则主要有两条, 一是价值原则, 以业主感受控品质, 二是成本原则, 以老板思维控成本。

## 二、住宅地产设计各阶段

设计贯穿于住宅地产开发的全过程, 但主要集中于三个阶段, 即投资拿地、方案、施工图三个阶段, 每个阶段的关注重点各有差异。

### (一) 投资拿地阶段

一个项目的成败80%取决于拿地, 这个阶段设计的主要任务是辅助投资完成经济测算, 对设计来说指标填写最为重要。作为成本端的影响因素, 配套面积要预估准确, 适当预留余地, 如物业用房、社区用房、幼儿园、垃圾站、消防控制室、地下车库等, 更加容易遗漏的是诸如架空层、超高层的避难层等。影响收入的可售面积要预估准确, 不可盲目乐观, 对于别墅、洋房、商铺等高价产品更是要充分预估量和形态, 如一层商铺的价值和二层商铺的价值完全不同。

### (二) 方案阶段

是设计管理的前端, 关注更多的是创造性。通过产品的创新或价值的挖掘, 关键在提升项目的总体价值, 如提高价格、加快去化、获得影响力。这个阶段关注于拔高产品的上限, 是创造价值的核心, 体现的是价值思维。

### (三) 施工图阶段

是设计管理的后端, 关注的是严谨性。可以参照五星

级酒店的管理方法, 通过详尽的清单式标准, 严格的管理流程确保标准的落地, 将产品的瑕疵和风险控制到最小, 关注的是守住产品的底线, 包括品质的底线、风险的底线和成本的底线, 体现的是底线思维。

## 三、价值原则

### (一) 指标

面积一定要做满, 这是住宅地产设计的最基本的原则, 这包括两个层面, 即规划计容面积和房产测绘可售面积。

1. 规划计容面积。设计中应尽量做满规划允许最高可建计容面积, 否则意味着“损容”, 这是地产设计中的大忌, 实际操作中, 设计面积小于最高可建计容面积不应超过100平方米, 且越小越好。

2. 房产测绘面积。由于规划和房产分属两个不同的系统, 各自的面积计算标准和细则不尽相同, 在全国各地经常会出现房产测绘面积和规划计容面积不相同的情况, 大量的情况是房产测绘面积小于规划计容面积, 这对前期拿地测算的销售收入产生重大影响, 因此在设计过程中, 必须充分掌握两套规则的细节区别, 尽量规避规则不一致的情况出现, 使测绘面积尽量等于规划计容面积, 测绘面积小于规划计容面积不应超过100平方米, 同样越小越好。

### (二) 总图

1. 价值分析与趋利避害。总图布局的逻辑源于周边及地块内的价值分析, 及在此基础上趋利避害的设计手法。这些分析既包括现实的, 也包括规划预期发生的。常见的正向价值, 场地内外的优质景观资源, 如山景、水景、公园、人文景观资源、城市地标等; 或者能拥有开阔的视野, 视线无遮挡; 或者是没有优质外部条件的时候, 向内部发掘, 如小区内部打造大的中央园林。优质资源周围就是居住价值最高的位置, 围绕资源布置产品, 使资源优势

最大化。

常见的负向价值，如场地周边的交通噪音、高压走廊、工业废气、有碍观瞻的外部形象等。对于这些贬损居住价值的因素，设计上尽量规避，如调整建筑的朝向，避开主朝向的视线干扰；规划排布时，相对较好的产品避开不利区域，在此区域布置不敏感的产品如公共配套、商铺等。

2.货值与利润。开发商往往要求货值最大化，但利润最大化的提法才更加严谨，因为不同的产品组合也意味着成本投入的不同，其经济性更多以毛利润来体现。

通常的做法是不同的产品组合，通过“拉高拍低”的设计手法实现，即高层住宅与别墅、洋房等产品组合，但随着越来越多的社会问题的出现，许多地方的规划主管部门已经对这种极端的高低组合方式有了更多的限制；当同类型产品布置时，将优质资源最大化利用，使高价值区域排布更多的产品。

3.产品品质。指更多地从单体产品角度出发，提高住宅产品的舒适度，来反推总图的排布。这种情况下通常会有更低的梯户比，更大的面宽，使单体户型设计的条件最优，产品的面宽更大，户型更通透。但也意味着对总图占地的要求更高，对于总量的排布和内部空间有影响。

4.空间体验。空间体验指的是空间节奏、空间序列等，良好的空间结构通常具有下列特点，多维空间轴线、多级空间秩序、多重归家流线、多元生活体验，内部往往有大尺度的中央花园，多方位、多层次的组团景观。

5.多方案比选。空间、利润和产品三者间的关系，既矛盾又统一，相互制约平衡，就像一个不可能三角，难以三者同时最佳。因此往往是根据项目定位、目标客户的不同，各方案的侧重点不同，具有不同的规划特征，在总图排布时，通常都需要提供三个以上的不同方案综合比选，寻求三个核心价值点的综合平衡。见图1。



图1 空间、利润和产品三者间的关系图

### (三) 户型

除区位和配套外，户型往往是客户最关注的，也是市场竞争的焦点，因此周边竞品对标中，“人无我有，人有我优”也就成了户型设计的要求。户型格局、朝向、采光通

风、面积、面宽、开间尺寸、赠送率、得房率、梯户比往往是客户的普遍关注点，除这些硬性因素外，户型的创新越来越受到重视，尤其是大户型、大平层更是如此。

户型中针对入户的创新，如私家专梯入户、主仆分道、步入式玄关存储等；针对客餐厅的创新，如270景观的边厅、LDK餐客厅一体化设计、大方厅等；针对餐厨的创新，如围绕中心岛台组织洄游动线、可分可合的餐厨空间等；针对空间垂直方向的变化，如复式住宅、错复式住宅、局部跃层住宅；针对阳台空间的创新，如两开间以上的通长阳台、转角阳台、第四代住宅的空中庭院阳台等。

### (四) 商业

1.商业选址。商业选址应综合考虑人流方向、商业价值、城市形象和售楼功能等几方面。

和住宅一样，商业布局也需先基于商业价值分析。商业布置通常可分为外向型商业和内向型商业。外向型通常沿外围道路布置，尤其是毗邻商业价值高的位置设置，如学校、医院、小区主出入口等人流量大的位置设置。部分商业可能需要兼具售楼的功能，则要求其展示价值高于商业价值，应尽量结合城市道路交叉口或者标志性的景观节点等设置。除此之外，商业应尽量避免选择城市快速路，城市绿化带、单边道路、尽头路等设置。内向型商业常见于外部商业配套不成熟的大型住宅社区，小区内部有足够的人流，结合小区主出入口设置面向小区内部的商业设施。

2.设计原则。设计上，贴线率用来衡量沿街长度的利用率，宜尽量做大，意味着更多的商业临街面。小铺率用来衡量小铺面积占有所有商业的比重，应尽量做大，统计数据表明，50平方米以下的，甚至是30平方米以下的小铺，其商业价值远高于50平方米以上的大铺。一层铺比例用来衡量一层商铺占有所有商业的比重，同样越大越好。商铺的层高在满足规范的前提下，以尽量高为宜。宽深比是商铺的面宽和进深的比值，以不超过1:3为佳，同样面宽下，进深浅的商铺价值高于进深大的。商业应尽量规整，避免过于异形，尤其是锐角，内部不出现无关的结构影响其使用。立面的广告昭示需清晰、醒目。

3.品质与体验。好钢用在刀刃上，提升住户的感受，需要提高产品的品质与体验感，需要重点打造业主归家动线，包括地上和地下两条归家动线。

小区人行主入口—小区园林—楼栋门楼—楼栋大堂—标准层电梯厅—归家

小区车行入口—地下车库—地下室大堂—标准层电梯厅—归家

对于主动线应加大成本投入力度重点打造，如地上、地下的归家大堂重点装修，甚至地下车库的吊顶装修等。对于一些成本投入有限的项目，设计上的许多细节更值得重视，很多细节的处理无关成本投入的多寡，却对品质和使用体验有很大的区别。如一些项目地下室回家主通道过于曲折、隐蔽，归家体验感差；又如地下室回家主通道上各种管线密布，有碍观瞻又使人心理压抑；标准层电梯厅开门正对着就是各种管井、消火栓等。应借助BIM正向设计等成熟工具，严控这些细节的品质。

#### 四、成本原则

建安成本的80%决定于设计阶段，成本管控的原则是成本适配，成本的控制与产品的定位相匹配，增效降本，提升产品价值。不一刀切盲目降低成本，也不一味拔高产品，将成本投入到客户不敏感的地方。“好钢用在刀刃上”，在对安全和使用功能不影响、用户不关注的区域严控成本；对客户关注的敏感区域，增加成本投入力度。严格控制不产生无效成本<sup>[2]</sup>。

##### (一) 总平面

1. 配套指标。配套指标的多寡是对楼盘“售建比”的关键影响因素，也是对住宅建安成本影响最大的因素之一。需严格控制配套设施的面积，尽量按政府相关规定要求的下限设置配套设施，如物业用房、社区用房、幼儿园、养老服务设施等。

2. 选择成熟产品、减少栋型。满足户型定位和配比前提下，尽量减少楼栋类型，选择适销对路的成熟产品，精准定位，并加大重复率，这样不仅能够节约时间、提高效率，也能大幅度降低施工措施费用、装配式建筑等费用，从而降低产品建造成本。

3. 土方平衡。根据用地现场条件，在满足规划报建及人防掩埋的前提下，尽量按照土方平衡的原则设计竖向标高。在总图设计中，应对土方平衡计算分析。

4. 优化出入口布置。除了优化建造成本外，还需要对后续运营成本提前筹划。每设置一个出入口就意味着需增加管理人员及相应设备费用，并且此类费用将长期发生，同时也会带来一定安全隐患问题。在满足消防、使用等前提下，尽量减少出入口，或者车行、人行出入口结合设置，减少管理人员的配备。

##### (二) 地下室

1. 减少地下室面积。严控车位数量，按照当地规划规定计算应配置的最少车位数量，充分做足地面停车率，不盲目加大地下室停车位的数量。严格控制地下室停车位单车

指标，该指标用来衡量地下室停车效率，影响停车效率的原因包括地下室面积的大小、地下室的规整程度、塔楼与地下室的关系、地面塔楼的间距、地下车库柱网的大小、人防面积占比等诸多因素。在平面布置上，尽量确保地下室的方正，避免曲折导致地下室外墙过长。

2. 控制地下室层高。地下室层高受制于结构形式、柱跨和荷载大小，对层高要求从低到高依次为无梁楼盖、单向双次梁、主梁+大板；具体操作应根据实际项目条件、设计及施工资源等情况综合分析确定，建议结合BIM工具对地下室管网综合设计，保证地下室车道和车位净高分别大于2.2和2米的情况下，有效的控制地下室的层高。

3. 控制地下室层数。相比二层甚至多层地下室，一层地下室能有效减少土方开挖、支护、抗浮等结构成本，因此同等面积下，应优先控制地下室的层数，以一层地下室为佳。

##### (三) 建筑单体

1. 控制建筑体形。建筑外部体形的长宽比例、对称性、高宽比以及复杂程度直接影响建筑物结构成本高低，同时建筑体形系数对节能影响较大，高层建筑单体尽量选择对称形式，低层建筑尽量形体简单。

2. 控制层高。一般来说建筑物每增加0.1米，单层建筑成本增加2%左右。

##### (四) 建筑立面

1. 控制立面材料。对于普通住宅而言，外立面材料可以主要以真石漆为主，搭配分隔缝的设置，以涂料的价格达到石材般的立面效果，空调格栅内侧封闭区域为客户的非敏感区域，可将真石漆做法改为普通涂料<sup>[3]</sup>。

2. 控制窗地比。窗地比每增加0.01，建安成本约增加6元/m<sup>2</sup>。控制窗地比，同样有利于环保节能。

3. 简化立面造型。立面造型宜尽量简洁，不设置复杂的建筑立面线条，且所有线条均上下楼层一致，降低施工难度和成本。屋顶造型力求简约，减少屋面花架造型和复杂的线条。减少向外悬挑，降低施工难度。

#### 参考文献

[1]宋昆、张佳晶.市场经济下住宅设计与开发的良性互动[J].当代建筑,2021(02):06-11.

[2]陈嫚娜.建筑设计阶段房地产项目成本管控的措施和要点[J].四川建材,2020,46(4):204-207.

[3]戴文清.房地产建筑设计管理要点探析[J].规划设计,2021(2):99-100.