

园林规划必须突破概念误区城市规划师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022__E5_9B_AD_E6_9E_97_E8_A7_84_E5_c61_646720.htm 目前，虽然房地产营销策划人才越来越多，但是从另一个侧面我更担心房地产营销策划的从业门槛会越来越低！北京房地产行业概念时代已经过去，然而某些地区仍然以概念策略为主导！这说明房地产行业仍然有些迷茫。换句话说：开发商仍然不知道自己所开发的是什么产品和消费者不知道自己买的是什么之局面一时还难以彻底根除！就园林规划设计的目的和作用为例吧，竟然有人认为：“是为了风水、是为了阳台的延伸、是为了接地气”。这倒不如说：“是为了绿化祖国好听呢！”。也有人认为：“策划就是花钱的，按照老板的意图花钱，花得老板高兴就算完成任务了。”，未免有些莫名其妙！www.Examda.CoM考试就到百考试题 那么，在营销策划方面应该如何进行园林规划设计策划呢？我想抛开绿色、生态等等概念，就如何做满足客户需求的园林谈谈个人意见，供朋友们讨论：首先，应该考虑目标客户群体的需要，使园林成为真正意义的买点什么样的园林是好？我认为“需要就是好”。如果说园林面积大就好。那么请问多大是大？多大才能够大？如果说美观的就是好，那么怎么才是最美？如何保证人人都会赞同？那个项目能做得比颐和园还美？其实园林本来就没有不美的。仅仅将园林作为项目的卖点更是一个误区，那个项目没有园林、那本楼书不强调绿化率？大家都有的东西还能称其为卖点吗？所以我认为，如果我们不弄清园林是给什么人做的，那么就不要再做了。道理很简单，你看到了自己

不需要的东西，你会去珍惜吗？会去在意吗？好比一块快要发霉的剩馒头对饿了三天的人会怎样？他一定会狼吞虎咽的把它吃掉，而对吃饱了的人就视而不见一样。所以，我们要根据目标客户的需要，追求实质、精心细化，根据他们的生活、工作环境、个性进行园林规划，不要以点概面，更不能抓面漏点，要把园林做到业主心里去。这才是成功之路。

第二，个性化设计 百考试题 - 全国最大教育类网站(100test.com)如果说园林做得越奇特越能体现个性化，我认为也是一种误区，主要误在设计和人的个性是不可等同的实质上。园林是用来供使用者发挥个性、满足个性张扬的，与设计师所发挥的设计个性不能等同。每个人每天都会面临着种种压力，包括同事、上级领导、生意伙伴、路遇陌生人的各种不同程度方方面面的压力，时时都在克制自己，无法发挥个性，因此希望回到家后充分张扬个性，找到拥有自我的感受。所以我们只有给他们准备一个可以参与，而不受限制的园林才是个性化的体现。只能观赏，不可参与的园林不是真正的园林。比如说，你做个奇形怪状的假山吧，它必定是假的，不可攀登，况且你无论如何也不可能作出自然山脉的感觉啊！；你铺块草坪吧，挂着不许践踏的指示牌。这都不是真正的园林，这只能好比一支花虽然漂亮，却只能插在花瓶里欣赏一样，不实用。这里所说的就是所谓的“观赏与参与互动”。

第三，体现人性化一方面，我们把“人性化”一词作为一个概念或口号，空喊了那么多年，却不能在项目中正确运用；另一方面，也有很多项目确实做到了，却不能使客户理解。这正是因为不理解“人性化”的真正含义。我认为一个真正人性化的小区园林规划必须做到想业主之所想、方便业主之无

所不及。简单的说：“老年人喜欢下下棋，能让他们不必每天抱着棋盘和棋子下楼；年轻人喜欢运动，让他不必每天抱着篮球到处找篮球场；少年儿童喜欢戏水，让他不必经常请家长带着去公园；……”。这就是人性化。第四，讲究园林与建筑的对话 建筑和园林都是死的，而设计思路是活的。很多成功案例在建筑设计中通常的手法是巧妙地将一些诸如传统吉祥符号、吉祥物之类抽象处理，加以现代建筑手法隐喻；让居住的时空与园林紧密联系，增加视觉性。再创造一种人性化的立面效果，如檐口、线条、色彩等等。即可提升建筑单体的视觉识别性与空间趣味性，又可与园林呼应。这就是园林与建筑的对话，就是所谓的建筑与景观互动。这一手法在房地产操盘实战中是比较奏效的方法，也就是说这种做法很容易使项目从众多项目中脱颖而出。第五，人景互动 百考试题 - 全国最大教育类网站(100test.com) 为什么要人景互动？人本身来自于大自然、属于大自然，只不过是由于生活和工作将其强行分开，人是需要回归自然来放飞心情、解除疲惫、张扬个性的，户外园林景观是居住环境中不可分割的一部分，而只有可参与性的景观才能让环境与居住最大限度的融为一体。因此，充分考虑到建筑与环境对人心情和家庭生活的影响力，注重实用、生态、功能、观赏性紧密联系是至关重要的一环。第六，注重园林对人心情和家庭生活的影响力 本文来源:百考试题网 大家都经常说环境可以改变人，这一方面是指人的工作环境，另一方面则是指人的生活环境。而园林恰恰是人生活环境不可分割的重要组成部分。如果你到山里接触到自然环境，为什么感到亲切，因为它能使你放松、使你自由自在，可以改变你的心情。所以成功的园林应

该是很随意、很自然、很放纵、视野很通透的。比如说两口人在下班后吃过饭，却因谁来洗碗等家庭琐事闹得很不愉快时，到园林里走一走，心情能够得到改变，从而化解了家庭矛盾。能够起到这种作用的园林肯定是好的园林。我想单单一片草地、单单栽几颗树，而不加以构思就不一定能达到这种作用。这一点对园林规划设计来讲确实很难，但是作为营销策划者，是必须要考虑到的，也是未来人们购房、生活所必须选择的！第七，降低成本，减少投资来源

：www.examda.com 我们面对的是越来越冷静的消费者，他们已经意识到开发商所作的一切都是在花他们自己的钱。所以园林规划时必须根据实际情况、项目条件，注重成本。考虑到以上各方面并不意味着要多花钱，更不意味着投入很多才能作出好园林，也不是说大就是好，更不能说复杂就是创意。园林的成功案例也不乏其数。我们在策划某8万平米的一个项目时，在园林规划上不仅节省了大量资金，同时还增加了很多项目卖点。可谓受益非浅！构思一种个性化、人性化、积极向上、新颖而不浮躁、美观而又实用、简介而满足需求的园林，确实很难，需要开发商作为一个课题研究，提出自己的设计要求和策划思路，再由设计师进行理解、完善、修饰和创意才是很本之根本，而不应该任由设计师随心所欲的去创造！这样很多参与招标的设计公司和参与人员都会很累，效果也未必令人满意，同时还造成社会资源的极大浪费。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com