



# 聚

---

## HYP-ARCH

---

PROJECT 新案例分享  
R&D 霍普研发中心  
NEWS 霍普资讯  
UIA-HYP CUP 霍普杯

---

### NO.14

---

# PROJECT

## 新案例分享

太原万科中心  
宁波招商公园 1872 项目 · 办公楼  
保利 · 青浦赵巷镇  
保利 · 星海小镇

PROJECT · R&D · NEWS · UIA-HYP CUP

PART 01



# 01 TAIYUAN VANKE CENTER

太原万科中心

项目类型： 办公楼，商业  
项目地点： 山西，太原  
设计时间： 2015年  
建筑规模： 11.6万平方米  
项目状况： 设计阶段  
开发单位： 万科集团  
设计单位： 霍普股份



### 规划布局

太原万科中心位于太原市·口区核心地块,东至规划道路,南至长风西街,西至旧晋祠路。办公面积 69806.3 平方米,商业面积 17629.3 平方米,地上计容建筑面积 3643.3 平方米,地下总建筑面积 24759.86 平方米,地上由一栋高 120 米办公塔楼、一栋 71.8 米办公塔楼、四层商业裙房、两层商业街及两层地下停车场组成。整个项目沿长风街有 170 米沿街面,是重要城市干道上的黄金打开面。项目规划将主要的两个塔楼用足城市展开面布置并在城市十字街角布置超高层形成地标形象,集中商业的展示面也完全占足使用,充分利用了地块资源。



## 项目特色

### 项目定位清晰,产品思路明确。

超高层办公占足城市招示面,在配置上适度超越同地段办公产品,同时兼顾建设成本。70米办公塔楼通过体型控制和平面布局设计综合平衡了对北侧住宅区日照的影响,满足办公品质和使用的同时完美的解决了日照问题。

### 形态清新,符合城市提升面貌的适度超前精神。

副塔楼在形态上与主塔楼呼应,形成完整有节奏的城市界面。通过简单的立面材质划分和分段,破除了塔楼需要占足城市展开面带来的立面冗长感觉。在形态上更加侧重于主要城市展开面的“立面”设计,裙房的材质及块体比例与塔楼的材质分块在形状和材质搭配上进行了精心的设计。同时在功能上对于呼应城市转角关系,主广场打开引入,广告位后期落实等方面都进行了恰如其分的处理。最终得到了一个恰到好处并且符合万科干练包容气场的公共建筑形态。

### 业态适当,时尚与商务混搭。

这一特点主要体现在商业街形态设计和塔楼裙房商业的设计上。商业街用轻松的坡顶民居式的方式形成了现代的建筑立面。让每个商业销售单元都具备自己的识别性和时尚感。同时商业街的线条感和材质上也采用笔挺的线条和做法去呼应主要塔楼和商业的商务感。塔楼下的商业由于建筑密度的限制,基本与塔楼部分重合。在核心筒和各类规范条件苛刻的情况下,仍然实现了有简单动线的集中商业设计,业态上与商业街错位考虑,使整个项目的商业内容虽然总量有限,却也层次分明。



# 02

## NINGBO NO.1872 MERCHANTS PARK OFFICE

宁波招商公园 1872 项目 · 办公楼

项目类型：办公  
项目地点：浙江，宁波  
设计时间：2015 年  
建筑规模：1.3 万平米  
项目状况：实施阶段  
开发单位：招商地产  
设计单位：霍普股份



本项目是招商地产宁波公园 1872 项目的组成部分，位于宁波江北区湾头“九岛一心”规范化星湖西侧，西向商办公建轴线公共绿地北侧，处于宁波背部地区入城主干道大闸北路进入“九岛一心”规范化区的门户位置，地理位置优越。项目北侧为住宅区，隔南侧广场与相邻两个商办共同组成星湖区域西向大闸北路城市节点，结合项目南侧邻近华润万象城等项目，打造在宁波有竞争力的商办功能区。

本项目业主招商地产定位全销售型精品商办，典型办公产品产权面积约 200-

250 平方米左右，底层及二层商铺产权面积约 100-150 平米，定位偏餐饮，设置餐饮厨房等功能。东侧星湖是本项目的最大景观资源，如何利用星湖景观是设计中考虑的一个重点。设计中将 3-5 层东向沿星湖侧层层推台，以最大化利用星湖美景，朝向星湖的产品单元附设露台，提升了产品价值，同时赋予建筑变化丰富的体型特征。

办公标准层划分为 5 个产权单元，每户附设室外空调设备平台，方便业主自行使用，符合此面积段办公用户的使用需求，摒弃集中式空调，响应当前节能

减排的政策趋势要求。

总高 12 层 1.3 万平米的办公建筑注定无法通过建筑体量达到视觉标志性的目的，设计中摒弃传统的通过营造不同材质体块穿插的设计手法，采用层间尺度的单一体块的曲线肌理，响应当下的审美情趣，打造标志性的视觉体验，两层高的主入口大堂亦通过曲线造型与主题建筑完美整合为一体。同时分层组织造型单元，避免了大面积幕墙的使用，使得造型可以通过普通窗及层间装饰实现，有效节省成本。

# 03 POLY QING PU ZHAO XIANG TOWN

保利青浦赵巷镇

项目类型：住宅  
项目地点：上海，青浦  
中标时间：2015年11月  
方案完成：2016年03月  
建筑规模：17.12万平方米  
项目状况：在建  
开发单位：保利地产  
设计单位：霍普股份





## 规划布局

基地内地势平坦,地块西侧有河道西新河,东侧有并线河,在设计中充分挖掘本案周边景观资源,通过对本区域现状社区产品分析,提供高品质、做针对性的住宅产品,充分考虑地块的自然资源,因地制宜扬长避短,将本案打造成花园式的宜居社区典范。将沿主要展示界面的地块打造成一个集社区配套和商业服务为一体的展示区,创造出独特典雅的城市界面。借助地块周边丰富的的滨水资源,因地制宜的设计出滨水景观、体验及康体为一体的社区互动区域。小区内部以合院为单位,组成从核心景观轴到院落空间的多重景观规划结构。



## 项目简介

保利·青浦赵巷镇项目位于上海市青浦区国际居住区,周边紧邻龙湖滟澜山、万科有山、金地佘山天镜、中海翡翠别墅等知名低密度楼盘。总用地面积 1.16 万平方米,总建筑面积 17.12 万平方米。本项目是上海保利房地产开发有限公司携手霍普股份在 2015 年打造的轻奢社区,产品包含邻里中心、叠拼别墅及花园洋房。





### 设计思路 and 理念

紧扣未来客户——小有成就的 80 后的主题，研究 80 后客户的生活梦想和困惑，营造一个属于 80 后自己的时尚轻奢生活方式。本方案最突出的两大设计亮点：其一，邻里中心的专注设计。80 后追求轻奢、健康、简单方便，同时他们面临工作、生活、家庭成长的不同因素，在创造社区感和邻里空间氛围的同时，也对其中的业态进行仔细的分析和筛选。力求对客户家庭生活真实的模拟探讨。其二，产品设计瞄准对小有成就的 80 后最具吸引力的 120 m<sup>2</sup> 叠拼产品，并且对市场已有的同类产品深入研究，提出具有绝对竞争力的全新大面宽产品。



### 建筑设计

本项目立面设计采用现代风格。它是新亚洲建筑风格在融入了中国传统建筑元素后的发展与提升，既保持了新亚洲建筑风格的大气与典雅，同时又兼具中国传统建筑的特色和文化气息既回归传统又不是现代与时尚。材料的选用上，建筑主体局部采用靓丽尊贵的米黄色石材，四层部分采用深色仿石漆，让建筑的体量的层次更加分明，灰色的水泥瓦屋面结合深褐色的金属檐口令建筑更显庄重儒雅。

# 04 POLY XING HAI TOWN

保利·星海小镇

项目类型：住宅、商业、学校  
项目地点：广东，广州  
设计时间：2015年  
建筑规模：30.05万平方米  
项目状况：扩初阶段  
开发单位：保利地产  
设计单位：霍普股份



### 规划布局

本项目由四块用地组成,总用地面积为 120200m<sup>2</sup>,均为可建设用地。其中,地块一面积为 45836m<sup>2</sup>,地块二面积为 16471m<sup>2</sup>,地块三面积为 29097m<sup>2</sup>,地块四面积为 28796m<sup>2</sup>。本设计基地分为高层住宅区、低层住宅区、幼儿园用地和小学用地。

规划设计以体现引导全新的生活方式,以人为本,尊重自然,营造健康舒适,强调亲和氛围,强调建筑群体与周边环境的关系及以人为本,以最大限度创造区内优质园景,令整个小区内各住户都融入优美舒适的景色之中。以充分体现时代感和超前性,作为整个规划设计指导思想。注重建筑与地形,建筑与建筑的空间及群体组合关系,以达到小区形象的丰富与统一,并遵循以下原则:

- a. 功能原则:争取最佳采光、通风、间距、朝向等功能要求,强调住宅的均好性。
- b. 经济原则:充分适宜地利用每一处土地,通过对单体建筑空间与花园的设计,与现有地形结合,运用灵活而合理的产品组合设计手法。
- c. 美学原则:注重建筑体量的高低组合,建筑空间尺度,建筑形式的和谐与丰富性,体现楼盘整体特色。





### 项目特色

在景观空间规划上,小区形成连绵不断的绿化体系和流动的景观空间,化整为零,使建筑座落于花园中。强调园林与建筑的交融,避免以建筑为界面围合庭院的刻板,反之以花园围绕建筑,营造宁静、休闲自然的生活氛围。项目绿地包括公共绿地、宅旁绿地、配套公建所属绿地等三类,采用集中与分散相结合,形成点、线、面相结合的绿地系统。小区游园为居住小区中心花园,配以绿荫、垂柳、亭台楼阁等园林小品,营造出一个庭园空间。居民可通过步行绿带进入该游园进行休憩活动。公共绿地中设置宜人尺度的座灯、座椅、小品、花坛、花架、儿童游戏器械等,配以草地、灌木及常绿乔木,成为居民就近休憩的半公共绿化空间。



## 建筑设计

项目的整体风格采用新亚洲建筑风格,致力于既摩登时尚又不至于太过激进,将古典对称和现代简约完美结合。集亚洲传统与现代文化之大成。以浓郁的亚洲区域文化为支撑,日式崇尚极简、东南亚风情万种的浓烈色彩氛围、中式雍容而内敛、苏杭渔歌唱晚的自然追求,在色泽上保持自然材质的原色调,在视觉上给人以质朴的气息。在此基调上引导小区园林设计,人在绿地中,沐浴着阳光运动,购物,休闲,城市生活气息浓郁。几何与中式古典园林借景,先抑后扬等理念结合,住户随着小溪的陪伴回家,在数万平方的绿海里漫步,又或者到开阔水景中徜徉,从景观阳台一眼望去那绿树丛,景色优美。

沿市政规划景观道路局部布置经营性商铺。商铺风格与小区整体风格统一,以外街形象为着重点,代表了小区形象又形成小区一景。建筑、商铺外摆、人行道路、城市道路街心花园形成一个跌宕起伏的城市天际线。

小学主入口规划在二号地块南侧,设置小广场满足人流疏散所需,在小学用地北侧规划消防和后勤出入口。操场规划紧邻西侧道路,远离居民小区,防止噪音影响小区。幼儿园的人行出入口设置在一号地块和二号地块之间的规划道路上。小学和幼儿园的主体立面及景观沿用项目的整体风格,更崇尚极简和内敛感觉,给人一种质朴、清新的气息。



# R &D

## 霍普研发中心

### 小公寓产品创新

#### 更舒适的居住空间

比较住宅与公寓的区别，公寓往往在朝向，得房率，厨卫通风采光，房间数量，等方面不如住宅。而这些原因，一方面降低了公寓产品作为住宅使用的舒适度，但也正是使其成为住宅的低总价替代品的主要原因之一。如何能让公寓变得更舒适，解决一系列的差异，正是我们的入手点。从产品设计出发，在地产销售和社会关怀两个层面为建筑带来提升，使得我们的公寓项目能实现“好卖，好租，好住！”

PART02

## 北向户型的阶梯办法



根据在全国各地的公寓项目经验，我们发现，在对于北向户型的抗性分析上，全国大致可以划分为这样三个区域：



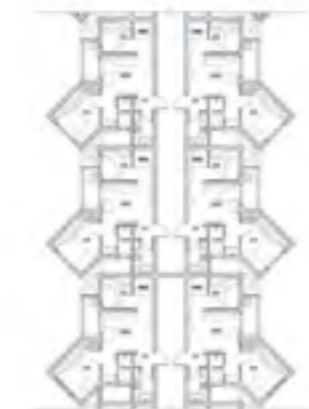
## 1, 基本不能接受北向户型的地区

主要是秦淮线以北的北方区域，从典型的北方公寓平面中不难看出，由于市场对北向户型的巨大抗性，在建筑单体设计时，北侧宁可做两户较大的东西向户型，也不做更符合标准化和小面积低总价原则的三户北向户型。应对这样的地区，我们可以通过调整建筑单体在总图上的形式，做成朝向东南和西南的鞭炮状户型，保证所有户型的朝向均好性。

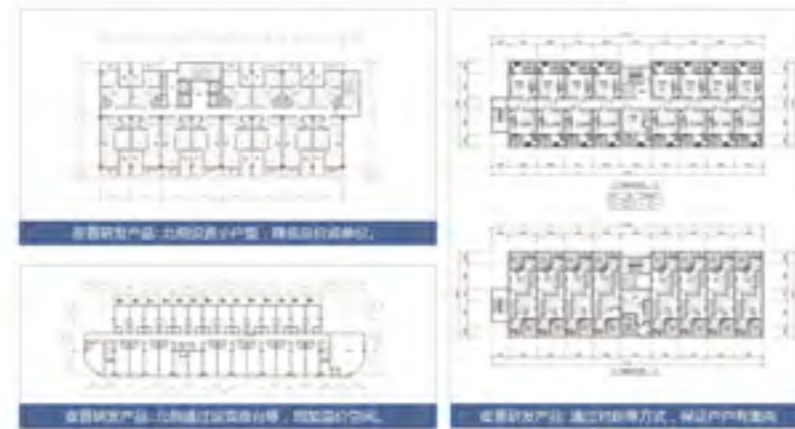
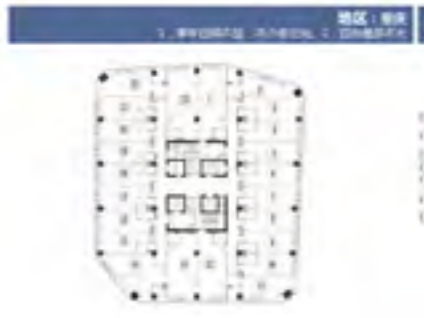
## 2, 对南北朝向不敏感的地区

首先是四川盆地地区，由于山区多雾，常年日照不够充沛，所以南向的日照优势并不明显，因此对于户型的朝向并不敏感。

另外，同样是对北不敏感的华南地区，由于四季阳光充沛，甚至在夏季还可能会有北向日照，对北向户型抗性不大，反而是对西晒较为介意。在标准层设计的时候，需要注意规避西向户型。而东向，东南向是比较受欢迎的朝向，可以设置略大的户型。



霍普研发产品



## 3, 对北向户型有一定抗性的地区

主要是华东大部分区域，和西南的部分区域。在这样的情况下，我们在不同项目中，根据项目特性，也研发了不同的应对产品，减少销售抗性。常见做法有：压缩北向户型单户面积，减少总价；北向赠送大面积露台，北向设置大面宽小进深舒适户型，或者通过对跃的方式，使得每一户都能够有一个朝南的开间等。

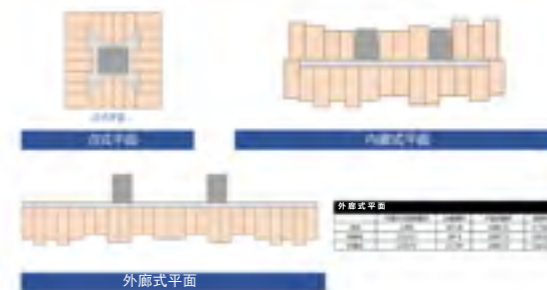
## 得房率资源的优化产品

公寓产品由于疏散宽度的要求，通常情况下，走廊和楼梯的面积都会更大一些，消防前室的面积要求也会更大，因此相对与住宅产品，公摊面积会更大，尽管通过在一个标准层内布置更多户数的办法，可以拉高得房率，但相对与通常都是小户型的公寓产品来说，公摊面积仍然大大地影响了购买的使用面积。

万通公寓标准层设计										
项目	标准层面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	使用面积 (㎡)	公摊面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)
标准层面积 (㎡)	110	6.12	21.12	25.42	11.22	14.82	5.72	30	12.72	61.22
得房率 (%)	76.8	77	74.9	60.3	73.2	74.8	75.9	76.3	76.1	77.8

绿地公寓标准层设计										
项目	标准层面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	使用面积 (㎡)	公摊面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)	套内面积 (㎡)
标准层面积 (㎡)	110	6.12	21.12	25.42	11.22	14.82	5.72	30	12.72	61.22
得房率 (%)	76.8	77	74.9	60.3	73.2	74.8	75.9	76.3	76.1	77.8



常见的公寓标准层得房率，大约在集中在77%-79%。以一千平方米的标准层为例，我们做了三种常见布置形式的得房率理论模型比较，我们发现，点式的得房率最低。相比较而言，内廊式的得房率可能是相对较高的。



## 高得房率解题产品

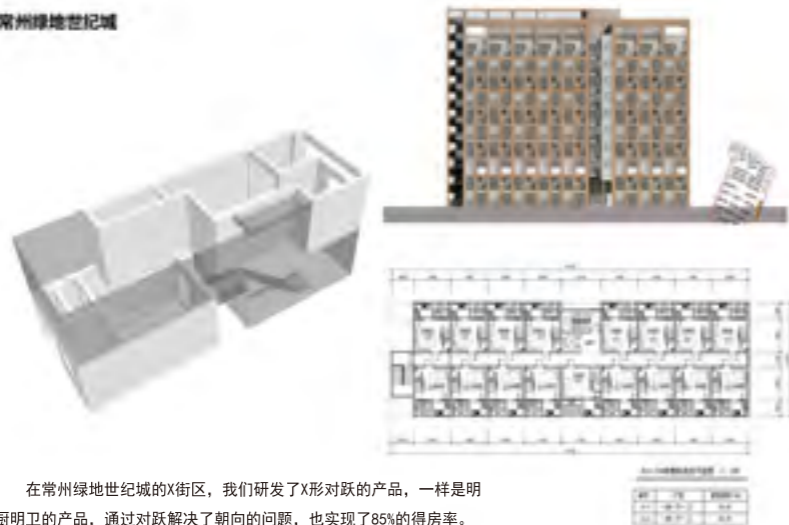
我们在几个项目中做的另外一些途径的尝试：

### 上海阳光城国际医学园



在上海阳光城医学园的项目中，我们利用满足单部楼梯加单部电梯的组合的最高层数和单层最多户数，设计了这样一个标准层，最终将得房率做到88%，使得建筑面积不到30㎡的户型，能够有足够的使用面积，做到4㎡明厨4㎡明卫的一室户户型。

### 常州绿地世纪城



在常州绿地世纪城的X街区，我们研发了X形对跃的产品，一样是明厨明卫的产品，通过对跃解决了朝向的问题，也实现了85%的得房率。

## 面宽资源的优化产品

### 万达公寓数据对比

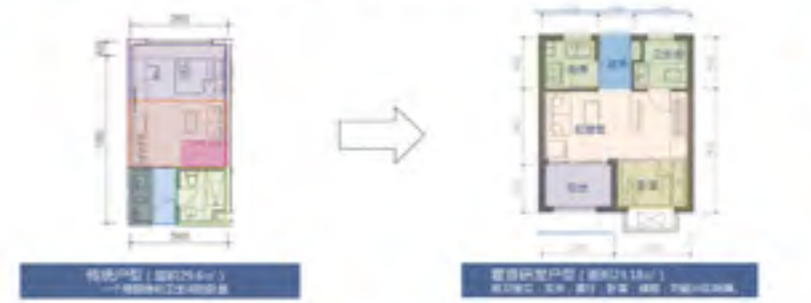
项目	标准层面积 (m²)	上海外滩	中法大悦城	嘉里	瑞府	上海江湾	瑞华中心	上海宝山	瑞华国际	瑞华
标准层 (m²)	8.4	8.2	8.9	8.2	8.4	8.9	8.2	8.2	8.2	8.9
标准层 (m²)	8	8.5	7.5	8.8	8.7	8.4	8.4	8.4	7.2	7.8
标准层 (m²)	12.45	10.4	7.5	9.6	11.1	10.2	8.8	8.8	9	7.8

### 绿城公寓数据对比

项目	标准层面积 (m²)	标准层面积 (m²)	标准层面积 (m²)	标准层面积 (m²)	标准层面积 (m²)	标准层面积 (m²)	标准层面积 (m²)	标准层面积 (m²)	标准层面积 (m²)
标准层 (m²)	8.5	8	8.5	8	8.2	8.8	8.8	8.8	8.2
标准层 (m²)	10.5	8	7.2	8.8	8.2	7	7.2	8.8	7.2
标准层 (m²)	10.5	7.7	7.2	10.4	8.2	9	7.2	9.8	7.2

### 功能分区明确

传统公寓的一脚踢户型，面宽资源分配不合理，导致出现黑房间，黑卫生间，黑厨房，卧室和客厅混在一个空间中，功能分区不明确等影响居住体验的缺陷。



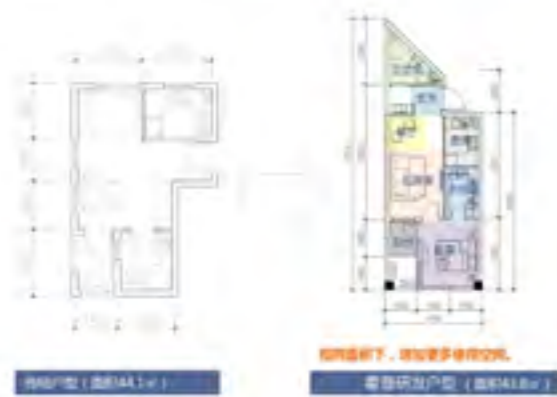
结合实际项目经验，大多数的公寓产品由于地库停车效率，柱网经济性等原因，大多会选择4.2-4.5m的面宽，在传统的公寓产品设计中，大多是将4米多的面宽做为一个开面来使用，这样会导致一个房间空间多大，面宽浪费，而其他空间不得通过间接采光，甚至是不能有自然通风采光。通过合理的面宽分配，其实不难实现各个空间都有自然采光的效果，下图就是我们在南通绿地项目中的一次产品研究。

在将面宽重新分配之后，我们发现，很容易就实现了厅室分离。而且在得到独立的卧室之后，我们进一步解决了储藏收纳的问题，在40㎡的居室里，配置了近4㎡的U形步入式储藏间。这一惊喜的发现，也让我们开始进一步思考，40㎡的小公寓，是否还有更多的可能性？

### 南通绿地

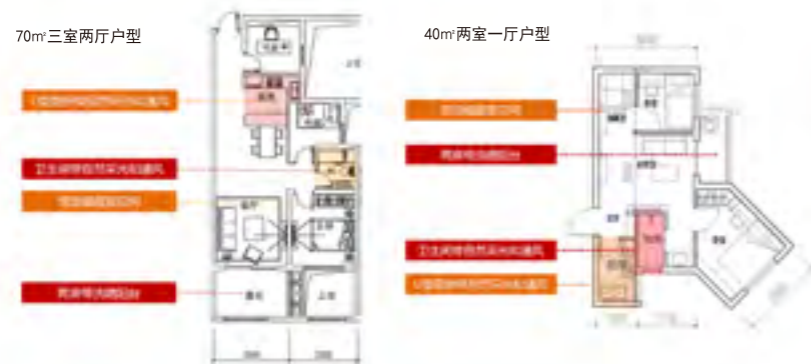


## 住宅化解题产品



在梳理了得房率，重新分配面积之后，我们重新思考，在常见的柱网设计内，是不是可以为40㎡的公寓户型实现更多可能：

完整的起居空间，最好还能满足就餐；一个尺寸合理的独立卧室，甚至两个；足有面积的卫生间和厨房，必须要是全明的；另外，还要有写字台，有展示墙；要充足的储藏空间，最好是步入式的；室外阳台，解决洗晒需求；细了说，最好还要有独立的玄关，具备完整的临时储物功能。



## 双钥匙产品概念的引入



双钥匙户型做法列举：

- 做法1 自主住大套房，出租小套房。
- 做法2 年轻小夫妻带着孩子住大套房，父母住小套房。
- 做法3 大套房自住，小单位改作办公室。
- 做法4 小套房自住，大套房出租攒钱。

在实现了在公寓中创造更多居室的可能后，我们又引入“双钥匙”的概念，希望能为公寓产品带来更多亮点。“双钥匙”的概念是收到08年前后比较流行的“两代居”住宅产品的启发，也就是在一个产权下，可以通过双重门的设置，入户后又再分成两套相对独立的套房。

为了研究在公寓产品中，哪些功能是客户们更易接受“公用”的，我们组织了对应的问卷调查和深度访问。在调查和访问的结果中，厨房，洗衣机，卫生间三个功能的公用接受程度依次降低，绝大部分人不愿意接受卫生间合用，而对于厨房的使用，首先是频率，公寓住户对厨房的使用频率多数在一周一到两次，明火烹饪的次数更少。由于订餐app的出现和推广，厨房的功能使用频次最高的依次是水槽，电冰箱，和微波炉。

因此，我们根据双钥匙的概念，将公寓分成公共区域和套房区域两部分，在每个套房内，设置卫生间，洗衣机位置，并实现起居，储藏，陈列，就寝，学习工作等居住功能；将厨房和玄关功能剥离出来，置于公共区域内。

结合不同城市的层高限制，不同项目的标准层布置形式，以及不同面积段要求，我们研发了20m²，30m²，40m²三种产品。



## 双钥匙公寓研发产品一

### 5M层高，3M面宽

约20m<sup>2</sup>套内销售面积

整套模式

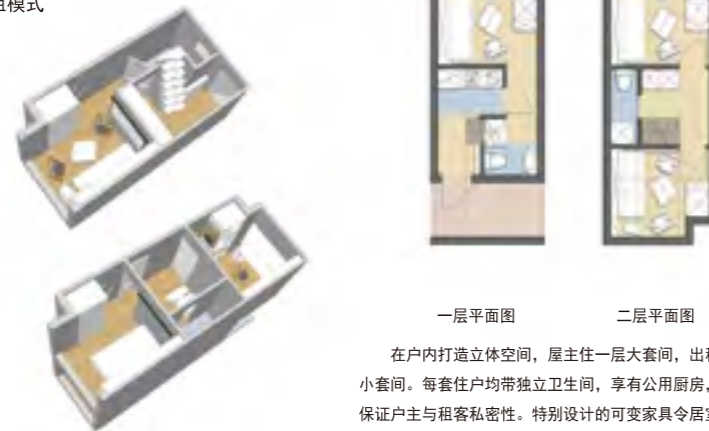


一层平面图

二层平面图

我们将一层设计为起居空间，二层设计为二间独立卧室充分利用竖向空间，所有家具“立”起来，确保最大活动空间。采用精细化收纳设计，满足日常若有收纳需求，功能分配舒适。

分租模式



一层平面图

二层平面图

在户内打造立体空间，屋主住一层大套间，出租二层小套间。每套住户均带独立卫生间，享有公用厨房，以此保证户主与租客私密性。特别设计的可变家具令居室在工作室、二人约会、多人聚会多种模式轻松切换。

## 双钥匙公寓研发产品二

### 3.6M层高，4.2M面宽

约33m<sup>2</sup>套内销售面积

整套模式

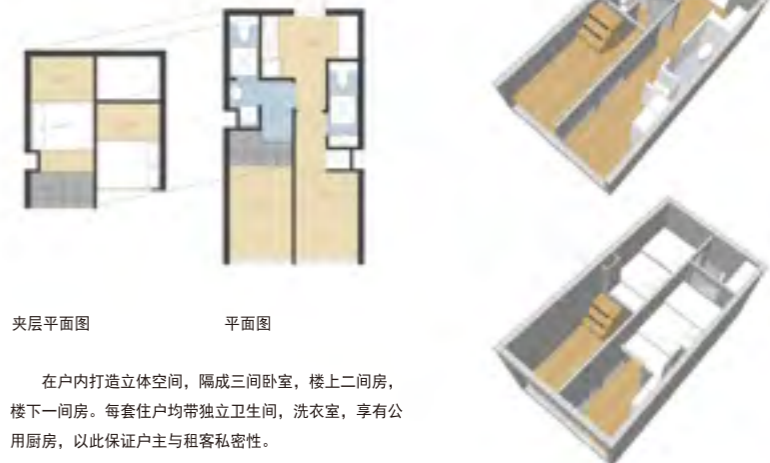


夹层平面图

平面图

我们将一层设计为起居空间，夹层设计为二间主卧空间，所有家具“立”起来，确保最大活动空间，做瑜伽都施展得开。更做到精细化收纳设计，满足日常若有收纳需求，功能分配舒适。

分租模式



夹层平面图

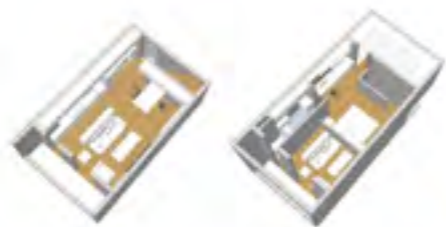
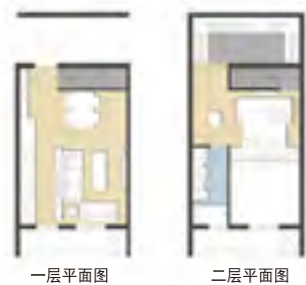
平面图

在户内打造立体空间，隔成三间卧室，楼上二间房，楼下一间房。每套住户均带独立卫生间，洗衣室，享有公用厨房，以此保证户主与租客私密性。

**4.7M层高，4.5M面宽**

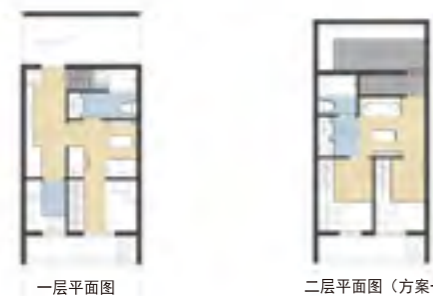
约37套内销售面积，实得68至75 m<sup>2</sup>使用面积

整套模式

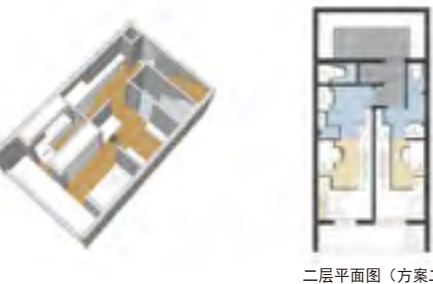


我们将一层设计为起居空间，二层设计为二间主卧空间家具布局合理，确保最大活动空间。精细化收纳设计，满足日常若有收纳需求，功能分配舒适。

分租模式



隔成三间卧室，楼上二间房，楼下一间房。



楼下一间房，楼上两间房，各自卫生间独立，一层厨房共用。



讨论了公寓产品的住宅化之后，我们希望再次回到公寓产品本身的属性上，寻找新的突破。它既是住宅又不止于住宅，极小化的单元设计，加上公寓本身的商业和办公的属性，给我们带来了更多的可能

在互联网时代的今天，公寓产品除了满足居住功能之外，它的集聚效应还可实现扩展人脉，创业办公，在线短租等可能。

**创客空间**

结合共享式办公与独立式办公的优势，整合公共资源。提供将提供创业工作、居住和生活三位一体的功能服务。办公区分为开放式办公和小单间办公两种，其中以小单间办公为主，设置包含2~10人办公桌的不同单间，同时将会会议室，茶水间设置在公共区域。

**短租平台**

用户可通过网络或手机应用程序发布、搜索度假房屋租赁信息并完成在线预定程序。

短租平台改变了人们的租住意识，它提高了投资客的收益率，保证长期有租户入住。



**结语**

小公寓产品的研发过程，始于“小”但不止于“小”。我们通过探索最小的人居空间，并将成果应用在公寓设计之中。如果把对于住宅的研究看作一部电影剧本，故事剧本涉及了“开发商”“投资者”“居住者（租户）”三个角色。我们在剧本中揣摩三个角色的心理活动，去发现三者的共同关注，以此设计出了40m<sup>2</sup>两室和70m<sup>2</sup>三室类住宅产品，20-30-40m<sup>2</sup>双钥匙系列产品，多种公寓产品的解决思路，希望能在实际项目的应用中，实现“好卖”“好租”“好住”的研发初衷，为“开发商”，“投资者”，“居住者”带去更好的设计。

**主题公寓**

年轻人的个性需求不断升级后，推动的公寓市场发展。是一个实现自己居住梦想的理想国。主题公寓满足基本居住生活的同时扩展人脉，和睦邻里，提高社交生活品质。



# NEWS

## 霍普资讯

PART 03



### 霍普股份 在广东东莞洪梅镇项目竞标中 以综合排名第一中标

在该项目的设计中，霍普股份充分利用场地自身景观优势，通过标准化的产品设计，整合资源，以绿色、人居、生态为主题，注重城市空间的塑造、社区体验的设计，以整体设计效益、经济效应与环境效益三者统一为基准点，展现区域的文化底蕴，通过公共开放空间将分散的几大地块有机的结合联系起来，旨在打造未来 CBD 中心城区的高端生态社区，实现人文都市与自然共生。



### 保利·西山林语 荣获中国地产设计大奖

3月30日，备受关注的“地产设计大奖·中国”颁奖典礼在上海浦东举办，霍普股份董事、副总经理成立，董事、副总经理杨赫，总经理助理许文秀受邀参加。霍普股份最新力作“保利·西山林语”项目经过层层筛选，荣获“地产设计大奖·中国”居住项目优秀奖，该项目主持设计师杨赫受邀出席项目演说及颁奖典礼。



### “未来已来”拥抱变革 霍普股份 2016 主题年会

1月23日，踏着新年的第一场大雪，霍普股份2016主题年会在乌镇隆重举行。基于员工与客户同等重要的价值观，公司年会上会表彰为公司辛劳服务的五年十年员工，并举办“年度最佳设计”项目颁奖典礼，旨在树立典型、表彰先进、促进员工创作积极性。本次年会还将素质拓展活动结合起来，促进团队合作能力、创造力及团队领导的指挥能力等。



### 中国勘察设计协会 民营设计分会事务所委员会(上海) 第一次座谈会在霍普股份举办

3月30日，中国勘察设计协会民营设计分会事务所委员会（上海）第一次座谈会在霍普股份举办，本次主题：新常态下的建筑事务所的营建与发展。霍普股份董事长龚俊和董事成立受邀出席，会上成立女士向与会者介绍公司概况及新的业务领域与产品应用，并现场让大家体验了一把“家源”样板房户型展示产品。对于大家感兴趣的霍普股份的上市初衷及发展现状等问题，董事长龚俊为大家做了详细解答。中国勘察设计协会民营设计分会事务所委员会（上海）宗旨在于创建行业内的交流平台，对事务所在中国的发展状况进行全面总结，提出发展建议，使设计事务所成为创新企业的典范。



### 2016 霍普诞辰日

3月3日，对于霍普人来说是个特别的日子——霍普诞辰日。今年是公司上市以来第一个生日，更显珍贵。随着公司规模扩大，业务领域的拓展，员工们的凝聚力和创造力一直是霍普不断前行的动力。



### 霍普股份商业事业部 副总经理孙义宁受邀担任中国地产 圆桌会讲师

3月16日，霍普股份商业事业部副总经理孙义宁受邀担任中国地产圆桌会讲师，为现场三十多位来自地产开发、媒体、品牌咨询机构的与会者，讲解了“商业更新与改造”课题成果与实战经验。中国地产圆桌会作为新加坡南洋理工大学、《地产》杂志和 RET 睿意德合作搭建的一个非营利公众学堂，已先后在北京、上海、成都等多地举办。通过邀请金融、地产、资深顾问、政府等高层人士担任讲师的方式，围绕地产热点，结合实战经验总结为大家深度分享地产市场新形势、商业地产和地产金融等各个领域热点问题。

# UIA-HYP CUP

## UIA-霍普杯



PART 04

## UIA-霍普杯颁奖典礼

3月14日，UIA-霍普杯2015国际大学生建筑设计竞赛颁奖典礼暨“跟大师学设计”新锐选拔赛于天津市民园体育场小剧场成功举办。本次颁奖典礼不仅有国际著名建筑大师伯纳德·屈米亲临现场，还迎来了20余位国内知名建筑师、建筑院校院长和60余位获奖学生，其中包括2名来自墨尔本大学、AA建筑联盟学院的国际学子。竞赛由13名国内外评委组成的评审团队，来自世界各地524组作品中选出一等奖1组，二等奖3组，三等奖10组，优秀奖18组及入围奖9组。

### 伯纳德·屈米致辞并解析2016竞赛题目

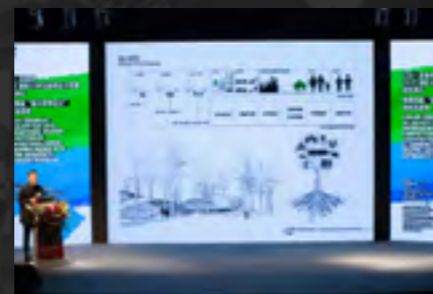
本次颁奖典礼上，2016竞赛评委会主席、国际著名建筑大师、伯纳德·屈米事务所创始人、哥伦比亚大学建筑学院前院长伯纳德·屈米 (Bernard Tschumi) 先生致辞并发布2016年竞赛题目解析。他表示霍普杯竞赛举办到第五年，已经有了相当的影响力。竞赛不仅仅是年轻学子的平台，也是业界学术交流共享的舞台、重要的建筑文化活动，更是探索建筑的未来的一种途径。2016 UIA-霍普杯竞赛题目：概念与标示，鼓励学生打开思路，面对建筑的概念展开设想并创造一种新的标示系统。屈米先生提出建筑是知识的一种表现形式，是概念的物化。建筑不仅仅看它有何外观，还应该看它有何作为。如何表达出建筑中的动态因素，建筑中的事件和运动，都是本次竞赛需要考虑的问题。

### 嘉宾发言

颁奖典礼期间，天津大学院长张颀先生在致辞中表示霍普杯竞赛的规模逐年提高，作品水准逐年上升，越来越国际化。竞赛激发了学生的创造力和想像力，对提升设计教学质量，加强高校间、建筑师间的交流有着重要意义。期望有越来越多的建筑学子脱颖而出，成为栋梁之才。霍普杯竞赛的独家冠名机构上海霍普建筑设计事务所股份有限公司董事长、总经理龚俊先生表示，霍普杯在国内外高校、建筑师等各界人士的支持下越办越好，非常高兴看到年轻学子们再创佳绩。



## 颁奖盛况



## “跟大师学设计”选拔

导师团成员：中国工程院院士、中国建设科技集团股份有限公司副总裁、中国建筑设计院有限公司总建筑师崔愷，中国工程院院士、全国建筑设计大师、深圳市建筑设计研究总院有限公司总建筑师、渡江战役纪念馆主创建筑师孟建民，北京市建筑设计院有限公司董事长、总建筑师朱小地，西安建筑科技大学建筑学院教授，陕西省古迹遗址保护工程技术研究中心主任，国际建筑师协会亚澳区建筑遗产工作组主任，西安建筑科技大学建筑学院教授刘克成，中央美术学院建筑学院院长、教授、博士生导师吕品晶，上海霍普建筑设计事务所股份有限公司董事长、总经理、首席设计总监龚俊，天津博风建筑工程设计有限公司总经理那日斯。面对强大的导师团，竞选学生进行了精彩阐述。随后，导师与各位获奖同学相互进行了提问、交流。最终，导师与学生通过互选的方式确定进入建筑事务所实习的学生名单结果，并颁发录取证书。



霍 | 普 | 股 | 份  
H Y P C O . , L T D .



公司网站



微信公众号

策划：许文秀 主编：龚俊 副主编：张源 责任编辑：周翠华、江思诗 美术编辑：赵伟娜

www.hyp-arch.com E-mail: info@hyp-arch.com TEL:+86(21) 58783137 58781808 68590505 中国上海浦东新区芳甸路 1155 号浦东嘉里城办公楼 4201 ( 201204 )