**一、规划设计必须以人为本，以住户的生活舒适方便为本，这应该是最高原则。**

“规划方案无小事”，一个细节留下麻烦，住户会抱怨一辈子，这些细节就显示出设计师完全没有从住户的方便舒适角度去考虑问题，只是简单的从平面布局的美学效果出发做设计，犯了一条大忌。

**二、规划设计方案必须符合设计定位，不要偏离定位去追求一切不切合实际的东西。**

项目定位是一个项目的根本大纲，框定了我们的规划设计方向，背离定位就会做出完全不能用的方案。深圳宝安碧海名园项目，定位是中小户型白领社区，价位适中，档次中等，但设计院做出了一个出人意料的中庭园林景观设计，在大约一万平米的中庭里，布置了“地中海”、“爱情海”、“波罗的海”，连成一个完整的水系，加上喷泉、叠水、五个水幕墙，完全是顶级豪宅的景观设计配置！粗劣计算一下，每平方米的造价要几百元，而物业管理的运转费用更是高的可怕，这样一个中档小区，向业主收钱的管理费是有限的，而单是水景的运转费用，一年就需付出三十多万元！谁来承担这笔费用？这就是设计师背离项目定位的典型例子。

**三、规划设计要充分考虑将来物业管理的方便。**

现在物业管理已经成为楼盘项目成本的一个重要方面，“买不买房看环境，掏不掏钱看户型，满不满意看管理”。以前设计方案是不考虑物业管理的，而现在策划项目时就必须提前考虑物业管理的各种问题。湖南株洲的明珠花园，最初的规划设计方案是上海一家设计院提供的，以一个湖为中心，湖周围是一圈独栋别墅，别墅外围是多层住宅，再外围是小高层住宅。设计的想法很简单：让别墅的业主最接近湖景，可以从客厅、卧室的落地玻璃窗内直接欣赏湖光水色。但是他没有考虑到：这个湖不是别墅业主独享的，而是小区业主共享的，那些住在多层、小高层的业主要去湖边散步游玩时，都从别墅的花园、门前甚至窗前走过才能到达湖边，别墅的业主经常受到这种门前屋后纷纷来去的干扰，个人隐私无法得到有效保护。后来调整了规划方案，把一个湖变为两个湖，内湖是别墅区独享，外胡是小区业主共享。这样，别墅单独成区，物业管理和安全保护工作都以桥为界，相对容易一些。

**四、规划设计在条件许可的前提下，应该尽量考虑项目营销的方便。**

**营销在规划设计上有两个基本要求，一个是卖点，一个是卖相。**卖点要实在，比如深圳宝安碧海名园项目，最大的卖点是户型设计，所有的户型都是错层，每户送20平米左右的一间或两间房，广告口号是“经典户型，买一送一”。而在那些户型比较一般的项目上，设计师力求环境景观园林设计有些出彩的新意。石家庄天山花园项目，最初的设计方案并未考虑到开盘销售的卖相，在小区布局和分期建设方面都只考虑居住和施工的方便。后来有人提出“先做卖相”的观点，坚持要求项目开盘时必须完成一个漂亮的小区大门、一条主轴景观商业大道、一处中心园林、一个布置精美的会所（兼做售楼中心）、一组精心装修温馨舒适的样板房。开发商按照他们的要求，首先在一期施工中完成这五个工程，项目就具备了良好的卖相。现在许多项目在楼房建好之前，先做好环境景观园林，目的就是为了营销的需要。开发商只有完成销售才能实现利润，因此不得不要求设计规划工作也为营销服务。

**五、规划设计除了遵循专业规范以及技术要点之外，还要尽量考虑中国传统建筑景观学说中的基本禁忌。**

一般来讲，容积率、建筑密度、绿地率等技术要点都是规定死的，只能在这些前提下做规划设计。但传统建筑景观学说，很多设计师都不大了解，所以经常在这方面出问题。另外在楼盘规划和户型设计方面，关于路冲、角冲、门冲等等基本禁忌，都是只要稍加注意，就可以完全避免的，关键在于设计师必须懂得这些基本禁忌。

**六、规划设计还必须满足“掏干吃净”用足指标（用足容积率和建筑密度）的原则。**

**1）用足容积率：损失可销售部分的容积率等于白白扔掉一块利润；**

1.1容积率是通过控制性详规过程中的设计与测算得出的此地块的用地开发强度，具有一定的科学性，规划出一份足额容积率的总图应该是可以操作的。

1.2影响容积率的几个客观因素：日照规范、间距要求、退红线要求、限高要求等。也有人为操作因素：不利地块的利用度，单体楼型的选择等。

**2）用足建筑密度：损失建筑密度等于白白扔掉一块溢价空间；**

2.1建筑密度主要与首层建筑面积有关。首层户型（赠送私家花园）是项目卖家最高的户型，项目溢价的主要组成部分，绝不能浪费掉。好地段的沿街底层商业面积更是寸土寸金，绝不能放过。

**3）用足地方法规的边界**

3.1利用挑空阳台不计面积的政策，提供更多可带来溢价的赠送面积，验收后改成房间，有效增加实际容积率；利用2.2米以下不计建筑面积的规定，可将半地下室垫高至2.2米以内，赠送给客户，带来销售溢价，验收后将垫层清除，改为房间。赠送空间的楼板改为花架，等验收后封上改为房间。

**七、规划设计还必须实现货值最大化原则。**

1）不平衡使用容积率，是提高货值的有效办法，做总图之前要进行业态组合比例模式推演；

2）运用两种业态之间的产品类型，卖高一级业态的价格，提升溢价空间；

3）资源利用最大化，尽可能多的扩大优质资源户型比例，扩大溢价范围；

4）尽可能开发不占容积率的地上和地下空间，变为可销售面积。

**八、规划设计偶尔还会采用“拿来主意”思想原则。**

1）利用产品库中的成熟产品进行复制，速度快、风险低；

2）使用模块产品和组团复制；

3）会所、幼儿园等配套设施复制成熟模块。

**九、规划设计同时还需深入考虑以下几点内容：**

1）我们有没有发掘到地块最大的优势？

2）我们有没有把最好的景观、朝向资源给最好的户型？同时保证均好性；

3）我们户型分布与设计是否有更好的方案？

4）我们的商业是否最有利于销售和经营？金角银边是商业设计的基本法则；

5）我们的建筑形象和环境设计是否创造了更好的卖点？是否有更好的展示内容和条件？

6）我们的产品设计是不是从客户的需求出发而设计？