

SAKURA HOME Home Furnishings Center, Taipei  
**台北·台灣櫻花旗艦店家居館**  
 近境制作 Design Apartment

主要設計：唐忠漢  
 空間面積：525 m<sup>2</sup>  
 主要建材：石皮·磁磚·胡桃木·手刷銅·  
 茶玻·特殊漆  
 座落位置：台北市內湖區  
 影像：日形影像 Dayform Studio  
 採訪：紀奕安



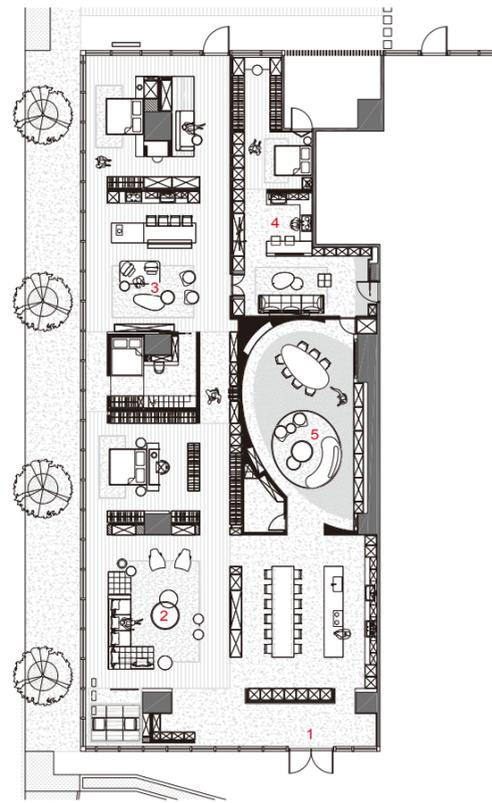
左頁·右頁：設計師將長型格局規劃為三種戶型的展示空間，體現各目標客群的家庭型態



長期在地經營的台灣櫻花廚衛品牌，近年以「美好居家生活的創造者」為新願景，使品牌不再侷限於產品本身，進而以「Home In O.N.E」為核心目標，提供顧客從單品到空間規劃的完整流程。全新旗艦店選址於熙來攘往的台北市內湖區，曾執行各式商空設計的近境制作依據空間需求，分別規劃「廚具館」及「家居館」兩個館別，結合美學與機能，為各館創造獨具風格的沉浸式體驗，帶領前來參觀的中高端設計師進入一場場極具互動性且貼近生活的感官之旅。

本案為「家居館」，旨在反映人們的日常生活情境。為此，設計師根據台灣的各目標客層，將長型格局規劃為三種戶型的展示空間，從入口的三房兩廳，到兩房一廳，最後來到一房一廳，運用層層遞進且連貫的方式，體現從各人生階段的轉變，並透過整體布局、色調明亮和櫃體使用，描摹不同年齡所需的生活模式。

首先進入A戶型，其公領域採回字型動線，將生活機能圍繞著帶有幾何設計的電視牆體，既提升空間坪效，亦劃分出客廳及餐廳區域；更利用金屬簾及格柵等具穿透性的牆體，在虛實之間保有場域的互動性，讓居者能時常邀請客人至家中聚會、品嚐美食。此外，該戶型以色澤沉穩的木材奠定寧靜氛圍，並搭配各式照明來形塑獨具品味的的生活場景。接續來到B戶型，在此矩形格局內，公區為家中軸心，凝聚家人情感；而功能性牆體在區隔公私領域的同時，亦發揮場域的靈活性，加上左右兩側的動線規劃，提供父母與孩子寬敞明亮的生活環境。最後，C戶型藉由延續性的收納牆貫穿全區，再以材料變化區隔空間性質；電視牆高度降低後，消弭視覺邊界。整體以大地色為基本調性，再藉由材料的堆疊，界定各戶型的主題定位。有別於居家規劃，洽談區作為鑑賞設計、溝通交流的中心，不僅運用天花鏡面延伸空間尺度，更讓天地壁以曲線將視線聚焦展示櫃體，同時在燈光的映襯下，營造摩登時尚的氣息。



平面圖  
 1. 入口 2. A戶型展示空間 3. B戶型展示空間  
 4. C戶型展示空間 5. 洽談區



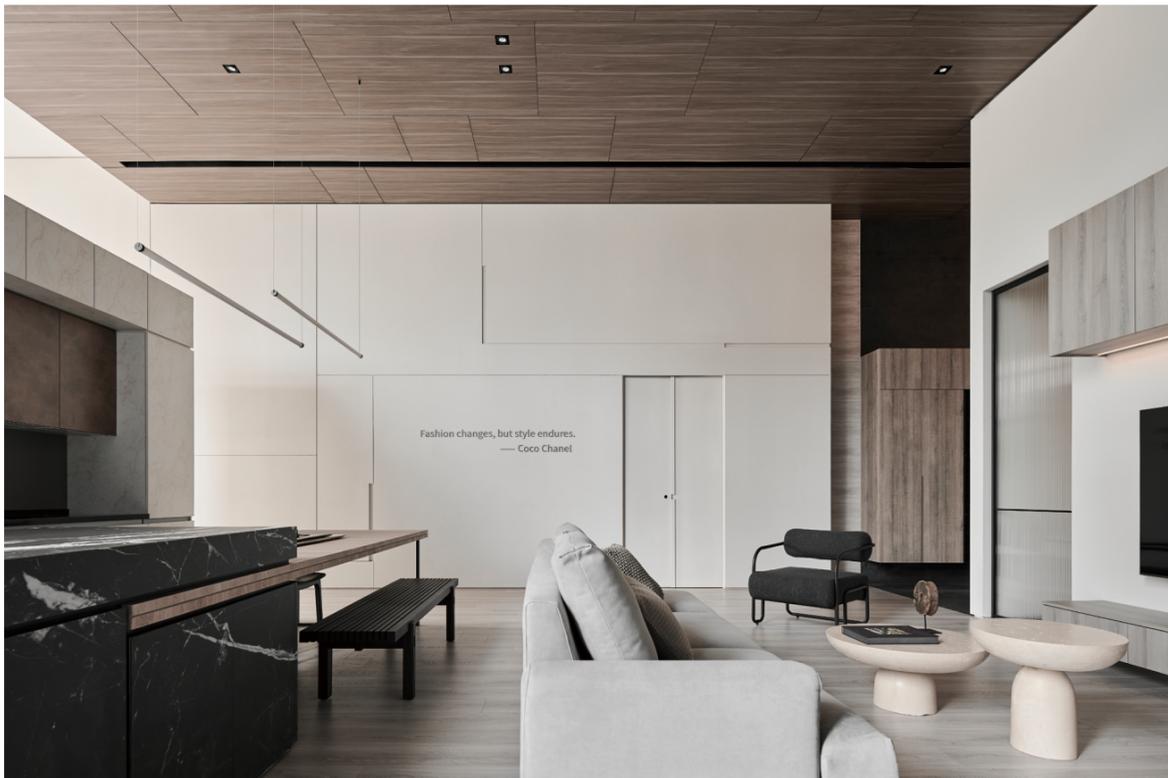


左頁·右頁：本案透過整體布局、色調和櫃體使用，描摹不同族群所需的生活模式





左頁·右頁：整體以大地色為基本調性，再藉由材料的堆疊，界定各戶型的主題定位



Fashion changes, but style endures.  
— Coco Chanel



SAKURA HOME