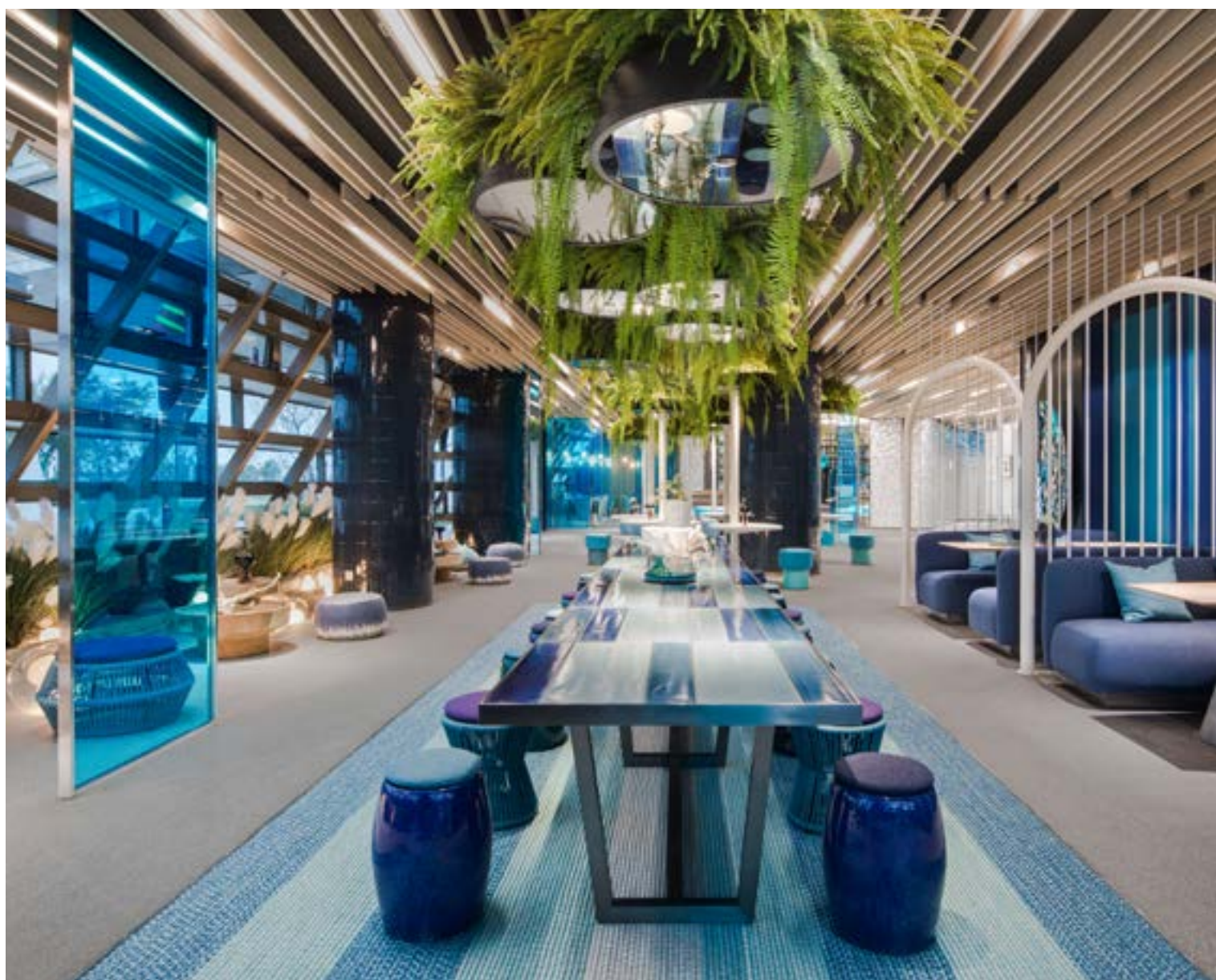




IPPOLITO
FLEITZ
GROUP
identity architects

Press information

CIFI Sales Center Qingdao



CIFI Sales Center Qingdao

Interior Design / Innenarchitektur

Kunde / client

CIFI Group Ltd.

Ort / location

Qingdao Lingshan Bay

Jahr / year

August 2019

Fläche / size

2400 m²

Team

Ruth Calimlim

Joanna Chen

Halil Dogan

Steffen Hildebrand

Peiyu Ho

Peter Ippolito

Chia-Yi (lan) Li

Yu Yan

Wenso Yang

Gus Yap

Sasha Zhang

Jialiang (Tak) Zhou

Partner

Architecture: LWK + Partners

Lighting design: Studio Illumine, Shanghai

Fotografie / photography

Fenfang Lu

Copyright

Bilder mit Kennzeichnung „free press image“ dürfen uneingeschränkt publiziert werden. Für die Veröffentlichung aller anderen Bilder setzen Sie sich bitte mit dem Fotografen bezüglich der Lizenzrechte in Verbindung.

/

Images tagged with “free press image” might be used without restrictions and further notice. For all other images please contact the photographer concerning license rights before publishing.

© 2020

**Any questions or feedback?
Please contact Nathalie Prospero**

T + 49 (0) 711|99 33 92 355 | press@ifgroup.org

Ippolito Fleitz Group — Identity Architects

Augustenstraße 87

70197 Stuttgart, Germany

T + 49 (0) 711|99 33 92 330

www.ifgroup.org



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_01_FL_3B5A6529-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_02_FL_3B5A6712-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_03_FL_3B5A6785-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_04_FL_3B5A6720-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE





p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_06_FL_3B5A7012-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_07_FL_3B5A6628-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_08_FL_3B5A6612press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_09_FL_3B5A6587-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_10_FL_3B5A6962-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_11_FL_3B5A7029-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_12_FL_3B5A7038-press-.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_13_FL_3B5A6966-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_14_FL_3B5A7033-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_15_FL_3B5A6817-press.jpg

Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE





p1425_CiFi-Sales-Center-Qingdao_20_FL_3B5A7073-press.jpg

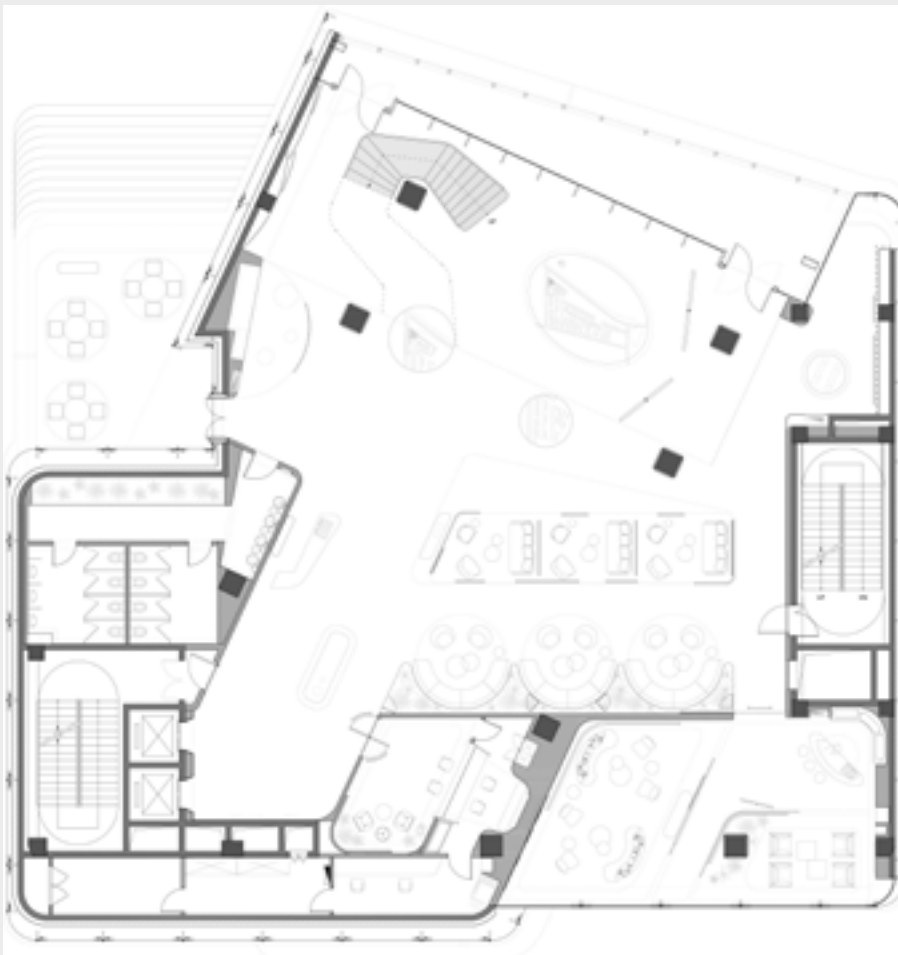
Photo © Fenfang Lu

FREE PRESS IMAGE



p 1425_CIFI Qingdao_1F.jpg

Plan © Ippolito Fleitz Group



p 1425_CIFI Qingdao_2F.jpg

Plan © Ippolito Fleitz Group

CIFI Sales Center Qingdao

Bis zum Horizont und weiter: Im CIFI Sales Center in Qingdao lässt unser Interior Design Besucher in maritimen Lifestyle eintauchen.

Meer und Strand waren lange Zeit nicht populär in China, trotz einer Küste von 14.500 Kilometern Länge. Das ändert sich jetzt, denn das damit verbundene Sehnsuchtsbild gewinnt zunehmend an Attraktivität: Sonne, Wind und Wasser zu fühlen, ist, verbunden mit der Weite des Horizonts, eine elementare Naturerfahrung für Bewohner der dichten und pulsierenden Städte Chinas. Das neue Sales Center von Real Estate Developer CIFI versteht seine direkte Strandlage in Qingdao daher als Ausgangspunkt für eine Customer Journey, die Besucher in die entspannte Welt eines maritimen Lifestyles eintauchen lässt. Da wir das Interior Design für das CIFI-Projekt in Qingdao nachhaltig konzipiert haben, lässt sich das Center nach der Sales-Phase mit minimalem baulichen Aufwand für den Betrieb als Restaurant umnutzen.

Tiefes Eintauchen in maritimen Lifestyle

Schon die Fassade des Sales Centers gleicht einer dynamischen Skulptur, die sich in dramatischer Geste in Richtung Meer verdreht. Sie macht unmissverständlich klar, um was es hier inhaltlich geht. Im Entree tauchen Besucher dann vollends in maritimen Lifestyle ein – eine vielschichtige Stimmung aus blauschimmerndem Licht, silbermetallisch reflektierenden Oberflächen und kleinen weißen Segelbooten. Die durchdachte Customer Journey beginnt hier in der Experience Zone als atmosphärisch-dichter, warmer und intimer Auftakt. Sie zeigt den Sehnsuchtsort Meer in all seinen Facetten und begeistert so eben auch für hochwertiges Wohnen am Strand.

Assoziatives Spiel mit dem Leitthema

Unser Interior Design spielt assoziativ mit dem Leitthema und löst so bei Besuchern die unterschiedlichsten Erinnerungsmuster und Gefühle aus: Mal geschieht das auf indirekte Art und Weise, beispielsweise durch ein besonderes Licht, das an sonnige Strandtage erinnert, oder durch Fotos, die das Leben am Strand zeigen. Dazu gehören ebenso kleine Tafeln, die Meeressedichte zum Inhalt haben, aber auch maritime Film- und Sound-Einspielungen. Ein anderes Mal triggern wir dann direkter, objekthafter, etwa in Form skulpturaler Fischernetze oder bunter Glas-Fischschwärme, die über den Köpfen der Gäste „schwimmen“. Den Abschluss der Experience bildet eine Präsentationszone, die Besuchern die CIFI-Markenwelt und die Besonderheiten des Projekts in Qingdao näherbringt.

Magische Verkaufsshow im Obergeschoss

Vom Erdgeschoss fahren Besucher direkt in die zweite Etage. Dort betritt man einen niedrigeren Raum, der einen gleich mit dem Thema Horizont physisch in Verbindung setzt. Ein Dutzend Fotos, die alle den Meereshorizont zeigen, verstärkt dieses Gefühl. In einem kleinen Kino mit niedrigen Sitzgele-

genheiten aus stilisierten Tauen und stilisierten Segeln an der Decke findet die Magie der Verkaufsshow dann ihren Höhepunkt: Betritt man den Raum, schließt sich automatisch die Tür und ein Film über maritimen Lifestyle beginnt zu laufen. Direkt nach dem Film öffnet sich die Leinwand, Besucher können nach vorne an die Balustrade treten und den Meereshorizont in sich aufsaugen. Der Blick von der zweigeschossigen Fassade nach vorne zeigt Interessenten vor allem eins: In Qingdao blickt man direkt bis zum Horizont. Der Blick nach unten lässt bereits erahnen, dass es eine Etage tiefer vor allem um Projekt- und Kaufdetails geht.

Kommunikationsbereiche für jeden Anlass

Von der obersten Etage führt eine skulpturale Treppe hinunter zum 1. Obergeschoss mit dem großen Architekturmodell. Die Etage bietet weitere eindruckliche Aussichtsbereiche, fungiert darüber hinaus aber vor allem als Lounge Area mit angeschlossener Bar für ungestörte, entspannte Verkaufsgespräche. Ein VIP-Bereich mit geschlossenen Räumen komplettiert das Stockwerk. Es besticht wie das gesamte Projekt durch seinen großzügigen, offenen und fließenden Charakter. Aufgrund der gedämpften Farbpalette aus schwarz-weißen, grauen und hellen Holz- und Steintönen wirkt die Lounge Area wie auch alle anderen Bereiche stimmungsvoll, aber zurückhaltend. Filter, Möbel und akzentuierte Kunstwerke betonen auf allen Ebenen die große Nähe zum Meer und heben so das Thema eines zeitgenössischen maritimen Lebensstils in unterschiedlichen Blau- und Grüntönen hervor.

Ein Schaufenster für qualitätsvolles Wohnen

Vom 1. Obergeschoss geht es mit dem Lift zurück in die unterste Etage. Dort endet die Customer Journey in der Cafeteria, wo wir die maritime Stimmung von transparenten Blau- und reflektierenden Silbertönen noch einmal deutlich verdichtet haben. Die Cafeteria macht den großen Bogen deutlich, den unser Interior Design im Sales Center aufspannt – von klaren, offenen und weitläufigen Arealen zu dichten Bereichen, die insbesondere durch haptische Qualitäten glänzen, und so gleichzeitig als perfektes Schaufenster für qualitätsvolles Wohnen am Meer fungieren. Bei so viel maritimer Qualität und Atmosphäre denken dann auch Chinesen in Zukunft mehr ans Meer.

CIFI Sales Center Qingdao

Beyond the far horizon: Our interior design for the CIFI Sales Center in Qingdao immerses visitors in a maritime lifestyle

Historically, the allure of sea and sand has never been particularly strong in China, despite the country possessing a 14,500-kilometre stretch of coastline. This attitude is now changing, however, as the associated lifestyle becomes more attractive: Sun, wind and water, coupled with a wide expanse of horizon, are an elemental experience for inhabitants of China's dense and thronging cities. The new Sales Center for real estate developer CIFI takes its immediate beachfront position in Qingdao as a starting point for a customer journey that immerses visitors in the relaxing world of a maritime lifestyle. And as we have taken a sustainable approach to the interior design for the CIFI project in Qingdao, the centre can be easily repurposed as a restaurant with minimal construction once the sales phase is complete.

Deep immersion in a maritime lifestyle

Even the façade of the Sales Center resembles a dynamic sculpture that twists with a dramatic gesture towards the sea. It makes the content of the space unmistakably clear. Stepping into the entrance area means diving straight into a maritime lifestyle – a multifaceted atmosphere of shimmering blue light, metallic silver, reflective surfaces and little white sailing boats. The well-staged customer journey begins here in the experience zone that provides an atmospherically dense, warm and intimate upbeat. It shows the dream of life by the ocean in all its myriad facets and inspires visitors to seek high-quality living at the beach.

Associative play on the leitmotif

Our interior design plays associatively on the leitmotif, triggering a whole range of different memory patterns and feelings in visitors. In part, this occurs in an indirect way, through a particular kind of light that conjures up memories of sunny days spent at the beach, for example, or through photographs of beach life. Triggers also include little panels displaying sea poems, as well as maritime video and audio recordings. Other, more direct, object-related triggers include sculptural fishing nets and colourful shoals of glass fish that 'swim' above the heads of visitors. The experience zone is rounded off by a presentation zone, which introduces visitors to the CIFI brand world and the particularities of the Qingdao project.

Magical sales show on the top floor

From the ground floor, visitors are then taken straight up to the second floor. Here you enter into a low-ceilinged room that physically confronts you with the horizon theme. A dozen photographs, which all show an ocean horizon, serve to rein-

force this feeling. The sales show magic culminates in a little cinema with low seating crafted from stylised hawsers and stylised sails on the ceiling. Enter the room, and the door closes automatically and a film about maritime life starts to play. When the film finishes, the screen opens up and visitors can step forwards towards the balustrade and soak up the view of the ocean horizon. The vista from the two-storey façade shows interested parties one thing above all: In Qingdao, you can gaze right out to the far horizon. Look down and your surmise will be correct that the floor below is dedicated to project details and sales.

Communication areas for every occasion

From the top floor, a sculptural staircase leads down to the first floor and a large-scale architectural model. This floor offers additional areas with wonderful vistas, but also functions as a lounge with an adjoining bar for relaxed and uninterrupted sales discussions. A VIP area with closed-off rooms completes this floor. In line with the entire interior, this area is distinguished by its generous, open and flowing character. With a subdued colour palette of black and white, grey and pale wood and stone hues, the lounge area and all other areas appear atmospheric yet restrained. Filters, furniture and accented artworks emphasise the close proximity to the sea on all floors, accentuating the theme of a contemporary maritime lifestyle in different shades of blue and green.

A showcase for high-quality living

From the first floor, a lift takes you back down to the bottom floor. Here the customer journey ends in the cafeteria, where we have condensed the maritime mood once more through the use of transparent blues and shiny silver tones. The cafeteria exemplifies the arc our interior design spans in the Sales Center – from clear, open and spacious areas to densely concentrated zones with haptic qualities that sparkle and function as the perfect showcase for high-quality ocean living. With such an abundance of maritime quality and atmosphere, in future even the Chinese are certain to set their sights on the sea.

CIFI Sales Center Qingdao

超越天际线：旭辉银盛泰青岛售楼中心为访客打造海洋时尚。

虽然有着14500公里的海岸线，但大海与沙滩在中国曾一度受到冷落。如今，对大海的渴望与追求终于又重新走入了现代人的生活愿景。特别是对于生长在人口密集的大都市里的中国人，阳光、海风、海水的抚摸，还有一望无际的天际线，都变成令人向往的自然享受。因此，地产开发商旭辉银盛泰集团在青岛的售楼中心特意抓住青岛的滨海优势，带客户踏上一次释放身心的海洋时尚旅程。我们为旭辉银盛泰集团青岛售楼中心所做的室内设计依据可持续发展精神，在售楼结束之后只需略作修改，即可变成一家宜人的餐厅。

置身海洋时尚的怀抱

售楼中心的外墙一步切题，以颇具动感的雕塑性外观扭转伸向大海，让一目了然地领会到这座建筑中蕴藏的对大海的渴求。从步入大堂的那一刻，访客即置身于海洋时尚之中——层次丰富的蓝色光线、银色的金属反光表面、小巧的白色帆船，无处不在吸引着访客的目光，令其放松精神，全心置身于一次丰富、温暖而私密的旅程之中。整个室内的环境设计到处散发对海洋的向往，唤起访客心中对高档海景住宅的渴望。

激发对主题的遐想

本次室内设计围绕主题不断发挥，激发访客心中各自不同的记忆和感受。有时，我们运用间接的语言，例如一束让人想起海滩暖阳的光线，或是一组以海边生活为题的照片，或是一块镌刻着歌颂海洋的诗句的木板，同时再辅以关于大海的影像与声音，使气氛不断得到烘托；有时，我们也会采取直接的方式，例如用渔网制作的雕塑，或者“游弋”在访客头顶的彩色玻璃鱼群。所有这些体验彼此辉映，将访客一步一步引领到旭辉银盛泰集团的展示区，让访客逐渐领略到青岛开发项目的过人之处。

顶层充满魔力的售楼演示区

访客从一层坐电梯直上三层。步入三层的那一刻，首先要经过一个天花低悬的空间，直接让人联想到遥远的天际线。几十幅以海平面为主题的摄影作品使这一感受更加强烈。在一间小型的放映厅里，缆绳制作的低矮座椅，和悬挂在

天花上的抽象风帆将售楼演示区的气氛推向一个高潮。访客一跨入该区，演示厅的门即会自动悄声关闭，围绕海洋时尚生活的影片开始播放。影片结束之后，银幕打开，访客即可继续前行，走到围栏边，感受海边天际线的壮美。两层楼高的玻璃外墙面朝大海，让人不忘青岛不凡的地理位置。低头向下，即可看到楼下展示的楼盘及销售详情。

满足各种沟通需求的交流区

从三层到二层有一道充满雕塑感的楼梯连接，直通一组大型的楼盘模型。在这一层，访客既有机会观赏外景，还能享受供应酒水的休闲区和吧台，并可以在这里私密交谈购楼细节。另外，本层还有一个与其他空间彼此隔开的贵宾区。这一层的设计风格一如整体——宽敞，开阔，行云流水。黑白灰和浅色木材与石材构成的高级灰度令休闲区氛围雅致内敛。隔断、家具以及各个楼层点缀的艺术品将大海拉到访客身边，层次丰富的蓝绿色调凸显现代海洋时尚生活的魅力。

展现高品质的家居生活

访客从二层乘电梯直下一层，在一间咖啡厅里告别这次旅程。咖啡厅采用透明的蓝色和反光的银色为基本色调，再一次呼应整体。我们在售楼中心的设计中搭建了一个巨大的弧形骨架，这间咖啡厅则是从简洁、宽敞、大尺度的弧形展示空间到细致生活角落的过渡。在这里，质感饱满的材料展现出高品质滨海生活的细节，将大海的魅力和气息越来越多地带到中国业主的身边。

CIFI Sales Center Qingdao

Заглянуть за горизонт: благодаря нашему дизайну интерьера в Центре продаж CIFI в Циндао посетители могут окунуться в морской стиль жизни.

Несмотря на то, что береговая линия в Китае составляет 14 500 километров, море и пляж долгое время были малопопулярны. Эта тенденция меняется, потому как связанное с морем изображение счастья становится все более привлекательным: солнце, ветер и вода в сочетании с бескрайним горизонтом дают возможность людям, живущим в густонаселенных и кипящих жизнью городах Китая прикоснуться к природе. Расположение нового центра продаж от компании-застройщика CIFI в Циндао в непосредственной близости к морю обозначает отправную точку для путешествия клиентов с полным погружением в приносящий успокоение мир морского стиля. Дизайн интерьера для проекта CIFI был создан для большого срока службы, поэтому после этапа продаж Центр может быть использован в качестве ресторана без больших затрат на перепланировку.

Глубокое погружение в морской стиль жизни

Уже сам фасад торгового центра напоминает динамическую скульптуру, которая драматичным жестом устремляется к морю. Она недвусмысленно дает понять, о чем идет речь. На входе посетители полностью погружаются в морской стиль жизни – многогранную атмосферу из мерцающего синего света, серебристо-металлических отражающих поверхностей и маленьких белых парусных лодок. Именно здесь, в зоне опыта, начинается атмосферное, теплое и уютное, при этом продуманное до мелочей путешествие посетителя. Оно изображает море во всех его аспектах как место исполнения желаний и вдохновляет на приобретение высококачественного жилья на берегу моря.

Ассоциативная игра вокруг главной темы

Наш дизайн интерьера ассоциативно обыгрывает лейтмотив и вызывает у посетителей широкий спектр чувств, эмоций и воспоминаний. Иногда это делается косвенно, например, с помощью специального освещения, напоминающего о солнечных днях на берегу моря, или фотографий, которые показывают жизнь на пляже. Эта игра также состоит из небольших плакатов со стихами о море, фильмов и звукозаписей с видом и шумом моря. В иной раз мы добавляем к ассоциативному ряду объектные элементы в виде скульптурных рыболовных сетей или рыбных косяков из стекла, которые «плывут» над головами гостей. Этот эмоциональный опыт завершается презентационной зоной, которая знакомит посетителей с миром бренда CIFI и особенностями проекта в Циндао.

Волшебное шоу продаж на верхнем этаже

С первого этажа посетители едут прямо на третий этаж. Там они попадают в более низкое помещение, которое приближает к теме горизонта на физическом уровне. Дюжина фотографий, с видами на океан и бескрайний горизонт усиливает это ощущение единства. В небольшом кинотеатре с низкими сиденьями из стилизованных канатов и со стилизованными парусами на потолке разыгрывается кульминационная сцена магического торгового шоу: после входа в зал автоматически закрывается дверь и начинается показ фильма о морском стиле жизни. Сразу после фильма открывается экран, через который посетители могут пройти вперед к балюстраде и насладиться морским пейзажем. Открывающийся с последнего этажа вид будто говорит потенциальным покупателям: в Циндао Вы сможете заглянуть за горизонт. При взгляде вниз сразу понятно, что этажом ниже речь идет о деталях проекта и покупке недвижимости.

Зоны общения на любой случай

С верхнего этажа скульптурная лестница ведет на второй этаж с большой архитектурной моделью. Этот этаж не только предлагает еще более впечатляющие точки обзора, но и прежде всего, выступает в качестве зоны отдыха с прилегающим баром для спокойных и непринужденных консультаций. В дополнение к ней VIP-зона с отдельными помещениями, очарование которой, как и всего проекта в целом, в масштабных, открытых и пластичных формах. Благодаря приглушенной цветовой палитре черно-белых, серых и светлых оттенков дерева и камня зона отдыха, как и все остальные зоны, производит неброский, но впечатляющий эффект. Перегородки, мебель и акцентированные предметы искусства подчеркивают на всех уровнях непосредственную близость к морю, выдвигая тему современного морского стиля жизни в различных оттенках синего и зеленого на первый план.

Витрина качественной жизни

Со второго этажа можно опуститься на самый нижний этаж на лифте. Там путешествие клиентов заканчивается в кафетерии, где мы снова подчеркнули морское настроение с помощью чистых синих и отражающих серебряных цветов. Кафетерий ясно показывает, что наш дизайн интерьера в Центре продаж объединяет в себе как просторные, открытые и обширные площади, так и компактные зоны, отличающиеся, в частности, своими тактильными свойствами и в то же время функционирующие в виде витрины для демонстрации высококлассного жилья на море. С таким большим количеством морского простора и атмосферы, китайцы наверняка будут еще больше мечтать о море.