

# sweet HOME 家

W M'SIA RM12.00  
E M'SIA RM14.00  
S'PORE \$5.50



风采feminine

**VOL. 48**  
AUG & SEPT  
(逢双月份15日出版)



*Celebrities Home*  
**KK 黄国祥**  
**酒店狂想居**

*Dream Home*  
**大屋搬小屋**  
**情牵峇厘屋**

*My Sweet Home*  
**YB 黄思汉**  
**满室异国风**

*Special Feature*  
**完美厨房特辑**

- 40 好样厨房用具
- 6 式厨房开眼界
- 轻装多功能厨房
- 男人心水厨房
- 未来厨房乐园

*Property Supplement*  
**房产特辑**

- 住宅形象决定回酬
- 买卖房产掌握优劣
- 熟知法律投资保障
- 看准地点敢敢出击

随书附送  
(只限北马)



# 男人厨房

# MENS' KITCHEN



# Apple 蘋果旅游 革新大楼 跨越半个世界

办公室，一个上班8小时或以上的空间，对许多上班族来说，这个长时间工作的地方，俨如第二个家。只是，期待有个漂亮、舒适的办公环境，除了得看公司规模，有时也得看运气。蘋果旅游就深明空间形象之重要，知道为伙伴们营造一个家的感觉有助于凝聚彼此感情，更能展现一个公司的精神价值与理念。



●蘋果旅游创办人拿督斯里李益辉太平局绅把自己的构思发挥于办公室内，让员工工作之余也像旅游般，是同业间的表表者。

●本案的建筑架构，原是没有电梯的设计，眼前的新电梯是经过翻新后才前来报到。电梯装修也精心，用心地看，这里可以找到紫色、木纹、环保砖等本案常见的核心建材，此举透露了设计师细心维系整体空间设计连贯的完整性。



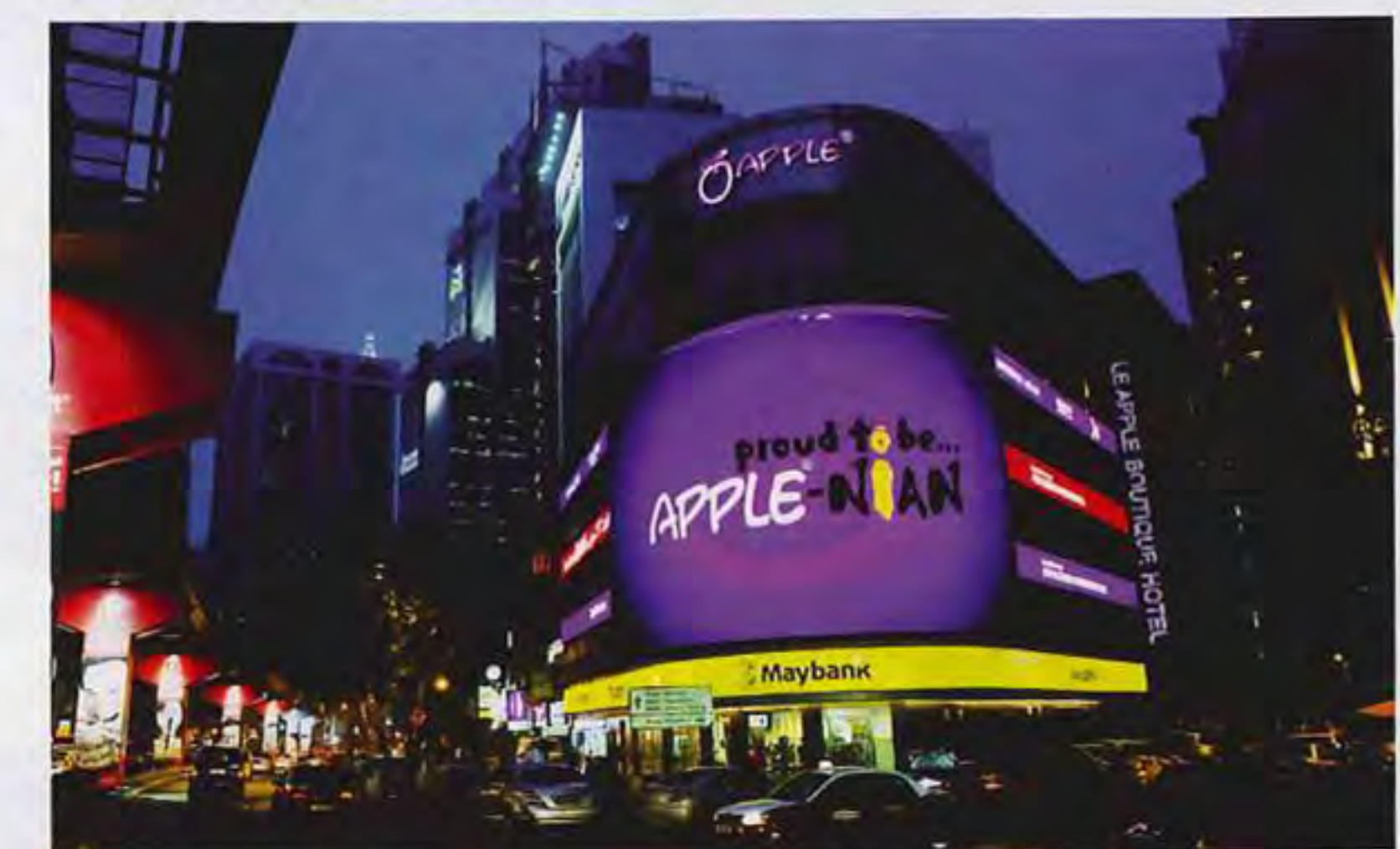
此处的人不知是否会让人错觉自己身处外国？

本案由Pride Studio的设计团队全力操刀，前后工程费时约6个多月，在设计师Patrick Chin的专业解说下，发现本案的设计过程犹如一趟“解构与重组”的奇幻旅程。

旧楼翻新，要让人耳目一新，本案让人看见的并非只是“覆盖”与“掩饰”，而是一次彻底的“解构”与“重组”，其中挑战与心思外行人无法想像。走在“蘋果旅游”的办公大楼里，真实看见Patrick所说的楼高不足、空间格局被定型、残旧等局限，也惊叹设计师化解奇难的腐朽神功。

其实，从零开始，对一个设计师来说或许比较容易，因为它能允许所有奇幻想像，但遇见旧楼，顾虑较多，挑战也多，接下工程做好准备，在Patrick第四次和蘋果旅游合作的过程中，他感激创办人拿督斯里李益辉太平局绅（李桑）对他的百分百信任，让他能全力发挥。在这之前，Patrick曾经接下两间蘋果旗下的酒店及李桑住家之设计案，多次的合作下默契早已建立。

办公室与酒店和住宅的设计始终不同，想同时兼顾美观与实用并不简单，旅游公司的工作流程与操作有其独特的模式，Patrick清楚必须要做出实用的空间，经过与“蘋果”的多次讨论把它搞清楚是不二法门。



●夜间的蘋果大厦，让人感觉像位于东京热闹都市的景象。

对于旅游公司的办公室，你有何想像？  
对 是一排排拥有很多桌椅、不同窗口的柜台，还是一间间只有简单拉门小房间的会谈室？抑或是在一栋大楼里许许多多不同旅游公司的密集方格？  
以上画面，现今仍然可见，但却不属于“蘋果旅游”所有。空间形象对“蘋果旅游”之重要性，从设计可以看出，也从他们多年来在企业策略上的“进化”得以感受。

“蘋果旅游”本在武吉免登的Wisma Mode Circle，去年9月搬到Jalan Sultan Ismail，有了属于自己的独立大楼，以崭新的形象呈现人前，而google map也从此有了一个名为Wisma Apple的地标。Wisma Apple楼高4层，除了底层分租给其他商业单位，其他皆属“蘋果旅游”所有。

熟悉吉隆坡金三角一带的朋友，相信你会同意用“眼前一亮”来形容驻立在热闹的苏丹依斯迈路上的Wisma Apple的第一印象。此建筑的前身原是一座3层高的旧式办公楼，没有电梯，没有大屏幕，岁月留给她的只是大量皱纹，残破不已，而今经建筑师团队和室内设计团队的巧手变化，却像“变形金刚”那样改头换面，非凡亮眼。银色外墙为它换来现代化干净俐落的外衣，外挂的大屏幕不时播放“蘋果旅游”最新消息，如东京热闹街头的大厦，站在

## Office Data

- 分层格局：每层约3千多平方尺
- 二楼：蘋果亚洲、蘋果穆斯林、蘋果 Whole Sale 部门等。
- 三楼：蘋果欧美 (Apple Signature Holiday)、蘋果机票部、蘋果市场销售与采购部、蘋果101、蘋果101精品兑换部等。
- 四楼：蘋果日本、蘋果 MICE (量身定造会议、奖励旅游、研讨会、展览等旅游团)、高级管理层办公室、人事部、物流部门、会计部等。

### Designer Profile

- Patrick Chin
- 公司名称: Pride Studio Sdn Bhd
- 电话: (t) 603-7880 9320 网站: www.pridestudio.com.my





## 认真但和谐的蘋果人

在整体设计上，蘋果旅游和一般的公司很不一样。电邮访问人在旅途中的“蘋果旅游”创办人李桑为何舍得一掷千金美化办公室？

“希望此空间能营造‘归属感’与‘荣誉感’，让全体‘蘋果人’无时无刻想回公司上班。另外，作为区域总部，这里要给人必要的稳重感。”此番回答简短明确，足见其对员工的贴心和发展企业的决心。

李桑告诉我，“蘋果旅游·日本至尊”是品牌也是承诺，他希望客人来到蘋果旅游办公室能体会到品质与设计是一致的，这是他们的信心。当然，要实践此梦想空间之塑造，空间设计师Patrick功不可抹。

“蘋果旅游”能接受创新，允许设计师的开放提议，本案同时拥有日本、北欧、现代等不同的主题风格，设计师依案意思把它们置放在不同楼层中，风格再依主题及作业性质延伸分配，不同表情勾勒出不同的情境，让人游走其中如跨越不同国度，在办公室中旅行。

二楼的门市部门是蘋果旅游的形象重区之一，此区以现代化的简洁定调，并以蘋果旅游的Corporate Colour紫色为主

题，再以不同渐层的紫色系为空间营造同为一家的和谐感。

三楼概括的部门较多，主打蘋果欧美(Apple Signature Holiday)，在设计上用上北欧式一贯干净俐落线条，以经营一个极致简约的环境风格，其他部门同时包括蘋果机票部、蘋果市场销售与采购部、蘋果101、蘋果101精品兑换部等，虽然在空间上切割较多，有避免不了的分化，但设计师把重点放在动线灵活的安排上，保持部门与部门之间的流畅。

重点区要数四楼，主打“蘋果日本”的此区设计以日本的“和式”为概念，沿用大量的和木、原木，淡雅的色调使整体空间尽显祥和，像是把人拉向“回到基本”的思考面向上。此空间的本身只有一楼，但经讨论后在屋顶上稍稍动脑，改搭出Double Volume的双层空间，改善了旧建筑先天天花板不够高的缺陷，让本案找到可以“气派”的条件与定点。

设计师Patrick告诉记者，虽然本案的各个空间拥有独立的设计风格，但在材料的使用上特别强调连结，他借由材料紧扣彼此，让他们的关系依旧绵密，此举虽然轻盈，外行的我尤其看不出来，但经其提醒后，当自己游走该办公室时就发现风格本来各异的空间，其氛围就因此精心安排如大同世界，和谐共生。

## 二楼 活力时尚提升第一印象

随着淡淡的蓝，转入蘋果穆斯林办公室，它处于门市背后，是一个独立空间，整体设计延续了门市的现代明亮风格，这里也用上透光的3D板



老建筑的结构会让设计增加难度，刚好在门市正中央的梁柱，经设计师的巧手下变得有趣，柱子以自然石包裹，加上简单的灯饰，像一棵树，如朝气向阳的生命力，可用作寓意步步高升。

门市对旅游公司来说是重要的形象区，它的一举一动将牵动销售，作为接待客人的第一个地方，设计师Patrick以现代明亮的风格为此定调，再遵照蘋果旅游为顾客提供宽阔舒适空间的坚持，为此划出了一目了然的俐落格局。为准确抓住办公空间的品味，凸显该公司概念，设计师Patrick总是细心推敲，透过风格定位、属性安排找到平衡，以求演绎独一无二的完美设计。

年轻活力、明亮舒服、摩登时尚，是此处任何时刻想予人的样貌，从门市入口处望去，两侧的办公桌与中间的蓝、白色的等候椅及天花板设计，如同会流动的河流，空间感透露出生动，像在引领着人们的视线慢慢往入，两侧的柜台设计虽然简单，但桌子下半部用上3D板，乍看之下就如鸟瞰图，Patrick觉得用在一个旅游公司室内设计上有特别的寓意。这透光的3D板如框住的灯箱，设计感十足，提升了整体空间的气质，也有点石成金之效。

在用色的部份，蘋果旅游的企业是温和的紫色，在必须依其延伸应用的大前提下，如何让一个年轻活力的空间保持亮眼，Patrick在此套入紫、白、黑三种颜色来调色，他让紫色以渐层的方式出现在壁柜及墙上，作为主导色；再以白色的不规则型天花板块来点缀，安置的灯饰看似平平无奇，但不刺眼的效果如妆点了浪漫，配合灰紫色天花隔音棉，为空间带来一丝新意，轻盈无压的氛围，让整体空间更加简洁、俐落。此外，由不同颜色块组成的砖地毯为这里注入活力，为空间凭添更多年轻跳跃的感觉。



办公大楼没有小花园，但2楼有个小角落，适合供洽商或小休饮茶，那一抹绿，在此处特别亮眼和舒服，三盏挂灯甚具特色，投射在天花板上的光圈带来趣味想像。





赏心悦目的色彩是三楼的亮点，像是替简约的北欧风注入跳动的音符。

## 三楼

### 北欧风格 混搭活泼色彩

三楼是苹果旅游主打欧美的办公室，所以选择了以北欧的极致简约作为该处的设计主题。北欧的家私多用松木，松木具有清晰简单的原木纹路，原木的色调赏心悦目，具有自然美感。来到这里，你会稍微感觉它和二楼是两种不同的调性，设计师觉得跳脱原来的范围的三楼，在颜色的搭配上应该活泼一些，因此他选了带绿的黄色墙，并搭配上一些活泼的配件，如黄、白、蓝的造型椅，他们的出现如点点小花，煞是好看。



## 四楼

### 小日本 宣扬认真和谐

四楼的苹果日本是本案的设计重心，为了能完美诠释苹果旅游交下的期盼，设计师Patrick表示，除了和苹果旅游的李桑积极交流，还特别针对日式建筑做研究及调查。

随着电梯来到四楼，看见这个在简约空间线条内，大量运用原木、天然建材等元素打造的日式空间，无不发出惊叹声。不同颜色的木是空间最美的调色盘，让它独特有别于二、三楼，有人说四楼的整体就像一个日本小镇生活的展演空间，禅意随处可见，信手拈来。

这里是李桑最喜欢的地方，投射的尽是他对原木及和式空间的喜爱，曾经留学日本，深受日本文化影响的李桑觉得，日本人的工作态度，是企业成功的导航，因此他想借此空间的塑造潜移默化苹果人的“认真但和谐”的生活态度。

此空间曾经也获得在苹果旅游办公室乔迁开幕时，被邀请而来的几位日本州长积力赞赏，据说，“苹果”的这些日本

四楼的中庭最能显现空间的大器派，经过改造被搭建出double volume的双层效果，使它成了本案唯一具空间高度的地方，为了加强其优雅贵气，特色的灯饰有画龙点睛之效，让人的视线停驻。

贵宾觉得这里“比日本的更加日本化”，他们惊讶“苹果”对日本的钟爱。

李桑告诉记者，在日本，其实几乎没看过有任何一家旅行社会把旅行社和式化，这不代表他们不能，只是没有必要，因为他们的生活中的日式料理店与旅社都是和式设计。在海外也只会有一些日本餐馆会稍微带点日式设计，所以他构想的“和式办公室”是绝对能够表现出“和谐”的办公室气氛。因此为了打造这个和式空间，日本进口的原木和榻榻米能成就此番氛围。

站在中间抬头可见头上的阁楼有个会议室，外型是电影熟悉的和式房子，内则为塌塌米空间，拉窗与隔扇，只是窗户不再是纸糊的门，但保留了日式的木窗花，而温润的木色非常温馨，像家一样。特别的是，该空间许多和式的装饰品及天然木，多半都从旧办公室迁移过来，但设计师为它赋予新生命，重新安排，让它以全新的面貌示人。日式主题整体给人一种宁静和谐的感觉，有些细节摆设与排位其实能透露了日本传统的坚持与实用性。在日本传统中，和室的风格别具一格，简单明了的独特空间，再加上朴素典雅的视觉感受常让人一目了然。







●●顺着木楼梯往上,上方有个小阁楼,小阁楼上是个会议室,入口甚有禅意,是典型的日本传统居室。沿着楼梯还请你仔细感受设计师为实践和式氛围的努力,眼前的灯泡从旧办公大楼而来,经巧手改造,换上当下流行的灯丝,散发的光特别温和舒服,和日式空间特别契合。



●令人眼前一亮是此榻榻米室予人的第一印象,用作与公司伙伴们开会,或作为会客室,相得益彰。简单的灯饰是李桑在一次出差旅行时,给设计师带回来的分享,Patrick在经过调整后为其设计了这盏简单但有影响力的灯。



●●拿督斯里李桑的办公室位于4楼的向外空间,向外突出的弯型格局在设计上要花费较多心思,主人是木的爱好者,其中待客用的茶几木桌便是从旧办公室搬来,新的办公桌则是李桑特别去找的心怡原木,而设计师则协助把它变成一张独一无二的办公桌。基于建筑原型的状况,驻立于中间的柱子再次考验设计师,以美丽的自然石把它盖着,又是一灵巧的变通。



●这是苹果旅游的财务董事拿汀斯里刘丽萍的办公室,沿续四楼整体原木的质朴调性,加入艺术画,让这里更见优雅贵气。