

# 人與人相遇的空間

## bulthaup Taipei



Friedrich Kleyboldt  
bulthaup 全球國際專案總監

整理撰文 | Edwina 圖片暨資料提供 | bulthaup / 楠弘廚衛 (07-338-2000)

人來人往的民生建國路口，一間嶄新的寬敞明亮展示空間，吸引人們透過落地透明窗注視其內，有別以往廚具的展示方式，全球首間以 **Activation** 概念融入空間設計的 bulthaup Taipei 台北弘堂門市，正以全新的廚房生活概念，邀請你前來親自感受，廚房不再只是烹調的場所，而是為了讓人與人相遇、人與人情感交流的生活空間。



根據德國著名商業雜誌《經濟周刊 Wirtschafts Woche》每兩年進行一次的奢華排行榜，bulthaup 持續蟬連第五名，僅次於保時捷、朗格錶等頂級品牌，為廚具品牌第一名，以廚具精品來定位 bulthaup 實至名歸！只要你到全世界各城市的 bulthaup 門市，你會感受到與眾不同的氛圍；2019 年 10 月，隨著台灣總代理楠弘廚衛將 bulthaup Taipei 喬遷至新址，煥然一新的展廳，將引領你感受這股與眾不同的全球同步廚房生活體驗。

今年正值創立 70 週年的 bulthaup，傳承三代、與時俱進，不斷思考現在社會與人們需要的是什麼，特地由德國前來參與台北弘堂門市的 bulthaup 全球國際專案總監 Friedrich Kleyboldt 即指出：「人，才是 bulthaup 現在最重視的，bulthaup 現在的思維不是怎樣去設計產品，而是去思考現在的人的需求是什麼。」所以，廚房創造出來的空間氛圍很重要，他更舉例位於新門市角落窗前擺放的小廚櫃，當客人進來時可以坐在這個角落去感受窗外人來人往、陽光灑進下的氛圍，而這個氛圍，是沒辦法被訴說或傳達，而是要被親自去感受的。

### 無隔間三大區域 空間寬敞、多元化運用

由 bulthaup 原廠主掌的全新 bulthaup Taipei，大膽跳脫以銷售為導向的空間規劃，反之將商品陳列定位為輔助銷售的角色。一目瞭然的無隔間設計，透過木紋地板串聯三個不同區域，消弭了傳統框架與場域界線，使整體空間運作更具自由調度的彈性與活力。進入空間的第一個區域，Monoblock 不鏽鋼中島以細膩手工打造的經典之作，揭開賓客到訪的完美開場。第二個區域以 Activation 概念，打造出品牌全新的社交場景，不受限的空間布局延伸出多元的面向、功能的展演，是知識性傳遞的講座、研討會，或是主題性的歡慶活動，更是生活、文化、藝術的展演平台，也是深入心靈等多層面的交流分享。

第三個區域為整體空間的大腦中心，舒心寬敞的餐桌搭配簡易一字廚房，結合半開放式的辦公空間，在專業的設計團隊溝通引導下，客戶能夠在此空間氛圍，自在的打造專屬於己的廚房空間。bulthaup Taipei 全新門市藉由三個不同功能的區域，透過不一樣的活動與主題，邀請客人前來體驗，希望人與人能在這個空間相遇，在此交流，分享不一樣的體驗、啟發不一樣的想。就像 bulthaup 的廚房，是開啓一天的活力來源，更是串起人與人之間真摯的情感交流。

