



不只是廚房，更是人與人相遇的空間

bulthaup Taipei

bulthaup全球國際專案總監 Mr. Friedrich Kleyboldt

文 | Jimmy 資料提供 | 楠弘廚衛

秋日陽光灑落的台北市民生東路建國北路黃金交叉口，落地玻璃窗內充滿簡約設計與散發精準工藝機能性的廚房氛圍，吸引著來往人潮的目光。全球首座以「Activation」概念融入空間的bulthaup門市於台北正式成立，不僅寫下了品牌的新里程碑，同時也將是未來全球其他城市bulthaup門市的设计標準。bulthaup全球國際專案總監Mr. Friedrich Kleyboldt特別為此專程造訪台灣，分享未來bulthaup設計的新風向。

凝聚情感互動的新空間

「廚房，是開啓一天的活力泉源，也是讓我們卸下疲憊，一同與家人歡聚療癒的出口。擁有70年歷史的德國bulthaup，依循著時代的演進與人們對於生活的期待更加多元不同，我們回歸到「人」為出發點，強調當代廚房不再如同過往只是下廚烹飪的場合，不僅僅是一座充滿料理設備的空間；相反地，人們渴望在這個空間裡能夠有情感的交流，不僅僅是和家人的相聚，更是和知心好友歡聚共享生活的空間。因此，bulthaup打造的是一座「人與人相遇的場域。」特別遠道從德國而來的bulthaup全球國際專案總監Mr. Friedrich Kleyboldt，在全新的bulthaup Taipei台北弘堂門市開幕記者會上，臉上難掩興奮與欣喜地說到。

1949年創立於德國南部巴伐利亞省的bulthaup，至今已傳承志家族的第三代，品牌歷經了三段不同時期風格的門市改造。2007年楠弘廚衛首度與bulthaup合作時，承襲了第二任總裁Gerd Bulthaup建築師的本位特質，於是品牌引以為傲的經典b1、b2應運而生；2017年第三任總裁Marc O. Eckert加入之後，將人的情感層面與哲理注入品牌的空間情境中，透過高低落差與空間的層次效果，呼應生命中多層次豐富的摺痕。全新的bulthaup Taipei台北弘堂門市，則是全球首度實踐品牌最新「Activation」概念的空間，未來也將以此為範本推廣至全球其他門市，透過序曲、轉場和構思的三種核心概念，捏塑出美好的氛圍情境。

三進式的空間對話關係

近百坪的全新bulthaup Taipei台北弘堂門市，巧妙地透過建築基地的特有結構與個性，將空間劃分成三個區域，透過更寬敞的互動式、沉浸式體驗，讓每位造訪的愛家人體會如何放慢腳步、如何張開身體的所有感知，體會每個枝微末節的工藝細節與情境氛圍。此外，透過bulthaup直覺式的設計，演繹出毫無負擔的廚房料理享樂，進而在不同的角落中發現bulthaup細膩貼心的設計細節。

開場的「Creative Meeting歡愉開場」，為到訪客人揭開空間序幕的Monoblock不鏽鋼中島，以細膩手工打造的經典之作是品牌最具象徵意義的標誌性商品，也是作為賓客到訪迅速識別品牌調性的完美開場；b Solitaire則扮演重要的空間轉場，串聯起不同產品系列之間的對話關係。中場的「Activation激活交流」區域是本次的重點，毫不設限的彈性多元使用，滿足彼此間的交流與靈感激盪，餘留的空間則順應著活動所有可能的型態、自由發展；商業展售目的在此降至最低，改以感官觸動的感性氛圍，提供實際體驗的互動連結，強化與客人間情感和心理層面的緊密性。終場末端的「Planning專業規劃」區域，提供舒心寬敞的餐桌搭配簡易一字廚房，並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，自在打造專屬於己的廚房空間。

1. 全新的德國頂尖廚具品牌bulthaup台北門市採用最新的Activation概念，未來將拓及全球的品牌門市。2. 從德國專程遠道而來的bulthaup全球國際專案總監Mr. Friedrich Kleyboldt。3.4. 開門的序曲中，以開放式的情境讓造訪的愛家人隨意體會空間中展示的產品，感受沉浸式的規劃。5.6. 第三進的專案規劃區中，不僅是工作夥伴工作規劃的區域，同時也是與消費者共同研討空間規劃的區域。

