대우건설이 분양하는 대구 감삼동의 월드마크 웨스트엔드 모델하우스

모델하우스 외관 디자인 경쟁

소비자들의 관심을 끌기 위한 건설업체 간 경쟁이 치열하다. 1998년 이후 네이밍(아파트 이름 짓기) 전략으로 브랜드 파워를 높인 건설사들은 차별화를 위해 모델하우스의 외관 디자인 개발에 힘쓴 데 이어 최근에는 인테리어 개발에도 눈을 돌리고 있다. 건설사들이 소비자들에게 어필하기 위해 모델하우스 외관을 어떻게 꾸미는지 최근 트렌드를 살펴보자.

에디터 | 김대환 · 사진 제공 | 동부건설, 대우건설, 삼성물산

강남 일원동에 위치한 삼성 래미안 모델하우스

아파트 모델하우스가 빠르게 진화하고 있다. 정부의 각종 부동산 정책이 쏟아지면서 각 건설사들은 분양 시장에서의 경쟁이 치열해질 것으로 전망, 모델하우스 외관부터 차별화에 힘쓰고 있다. 내장재와 인테리어 등의 고급화 전략으로 수요자들을 유혹하던 아파트 건설사들이 더욱 차별화된 아파트를 만들기 위해 이제는 모델하우스 꾸미기에 승부를 걸고 있는 것이다. 모델하우스 디자인을 결정하는 과정에서 주부들의 의견을 반영하는 것은 물론 앙드레 김과 같은 디자인 전문가의 조언도 받는다. 건설사들이 이처럼 모델하우스 특화 경쟁에 나서고 있는 가운데 외관을 독특하게 처리한 모델하우스가 서울 강북 한복판에 등장해 눈길을 끌고 있다.

동부건설이 서울 용산구 동자동 서울역 맞은편에 위치한 모델하우스를 전면 리모델링해 재개장했다. 이 모델하우스는 외관이 독특한 데다 야간에는 아름다운 조명이 켜져 서울 강북의 새로운 명물로 부상했다. 외관에는 우주의 별을 상징하는 작은 타공을 불규칙하게 배치해 여백의 미는 물론 집중과 흩어짐, 퍼지는 듯한 율동감과 정지해 있는 느낌을 동시에 표현했다. 외관의 선 또한 획일적이지 않고 다양하게 꺾여 있어 살아 움직이는 것 같은 역동적인 건축미를 자아낸다. 야간 조명은 우주를 표현하는 전체적인 리모델링 주제에 걸맞게 상부에 별이 빛나는 것처럼 하기 위해 LED 조명으로 처리해 고급스러움을 더했다. 강북 등 수도권 주요 단지에서 공급하는 센트레빌 아파트는 대부분 이 전시관을 통해 선보일 예정이다. 동부건설 이하징 마케팅 팀장은 "센트레빌의 새로운 콘셉트인 '비움의 철학' 에 맞춰 모델하우스도 17억 원의 공사비를 들여 새옷으로 단장했다. 모델하우스에 담은 센트레빌의 신개념 건축 철학을 바탕으로 올해 분양 성공 신화를 이어가겠다" 고 포부를 밝혔다.

삼성물산은 2005년도 모델하우스를 고급 백화점을 연상케 하는 갤러리로 꾸몄다. 삼성물산은 미래 주거 문화를 제시하는 주택 문화관 '래미안 갤러리' 의 개관과 함께 유비쿼터스 라이프의 새로운 개념을 처음 도입했다. '래미안 갤러리' 의 외관은 아트하우스를 콘셉트로 쇼윈도가 설치돼 국내 정상급 설치미술가의 작품을 전시하며 실외에서는 사람 크기의 인형이 설치돼 지나는 이들에게 신선한 충격과 함께 웃음을 한다. 이런 독특한 외관은 고객의 목소리를 소중히 여기고 고객과 더욱 가까이 커뮤니케이션하고자 래미안의 의지를 건축적으로 표현한 것이다.

대우건설이 올해 선보일 모델하우스의 외관 콘셉트는 도시 속 숲을 표방한다. 모델하우스는 도심의 빌딩 속에 푸른 자연을 나타낸 숲을 연상하는 미래 지향적 의미를 담고 있다. 또한 외관은 유리 매스에 독특한 원형 모양의 스킨을 부여함으로써 진취적이고도 부드러운 요소를 가미해 내추럴하고 안정적인 느낌을 주기 위해 외관을 스톤과 유리로 장식해, 흰빛으로 고귀한 느낌을 더했다. 특히 대구 달서구 감성동에 분양하는 '월드마크 웨스트엔드' 의 모델하우스는 공사비를 100억원 가량 투입해 지상 3층 규모로 지어졌다. 모델하우스 외관에 'Worldmark Westend' 라는 로고를 새겼고 현대적인 느낌으로 디자인돼 야간 조형이 화려하다. 이렇듯 주택을 상품화하기 위한 수단의 하나인 모델하우스 외관은 더욱 발전을 거듭할 것이다.