



#### 高岩

香港大学助理教授，致力于推动在高端数位技术平台下建筑话语、技术、理论的发展。过去10年，他参与了多个建筑设计竞赛和实际专案，并获得多个建筑设计奖项，与此同时策动了建筑设计在社会学、环境学、政策、建筑职业和技术等多维交叉学科的探索和应用。

#### 郭馨

深圳大学讲师，专长于先锋设计理念在建筑设计及营造等方面的实践应用，致力推动新技术、新材料在建筑、景观和城市设计等多学科的运用。目前在深圳大学担任参数化设计-数字建构、建筑课程设计等教学工作。教学研究方向是参数化设计方法和高级信息建模等技法。

# PUBLIC ARCHITECTURE AS SOCIAL ORGANISM

## 公共建筑有机体

公共建筑和公共空间作为大众活动的重要场所在城市中以各种形式存在，每个公共建筑不仅是专业功能的载体，也是基地周边区域大众交流、参与、休闲、娱乐的重要场所。大众的参与度往往是评判一个公共建筑影响力的重要指标，因此这就要求公共建筑/公共空间不仅要空间好、流线好，还要保证商业模式可持续发展，空间策划合理周全，后期运营大力支持，只有这样才能让公共建筑达到设计好、建设好、用得好的最终目的。

#### 公建骨骼-空间复合

人们物质水平的不断提高使得人们对公共休闲空间的需求日益提升，曾经强调功能纯粹的建筑设计及规划片区逐渐被复合性空间和业态所取代。以往的博物馆、图书馆中的咖啡厅和礼品店大多为这些专业功能的简单配套，仅能给参观者提供短暂的停留和休息，通常也不被重视。但随着各类公共建筑长期高昂的维护费用，以及设计师和开发商对本体验的逐渐关注和放大，以专业功能为主题的体验式商业和配套专业公共建筑场馆的商业复合模式逐渐获得市场的认可。一方面，在功能配比上形成和公建平分秋色的公共商业体验空间；另一方面，也成为一个独具体验感的特色吸引点为核心公建增加收益引入人流。如诚品书店、深圳中心书城等以书籍文化为主题的休闲商业餐饮，798、OCT等以艺术为主题的产品创意展览休闲商业餐饮，它们都将公共建筑及商业体验良性复合，互惠互利。这无疑是未来公共建筑发展的方向之一。

#### 公建器官-空间策划

如果曾经建筑师们所习惯的工作方式是基于完善的设计任务书，现在建筑师所面临的一大挑战是基于大致方向的空间策划及建筑设计。这需要建筑师能够具备积极参与空间策划的能力和意识，并努力和开发商形成良好互动，在不断协助完善任务书的同时推进设计。在万科坂田体验馆的设计中，初始任务书十分简略，面积和功能都有很大浮动。这就要求整个设计过程和空间策划密切联系，以空间为手段反复推敲策划，并紧跟空间策划的修订和深化而修改和细化方案，以获得多方关系的平衡完成设计。因此，策划中有设计，设计中含策划的“空间+策划”一体的设计策略也越来越成为主流设计服务而普遍出现。

#### 公建血液-空间运营

公共建筑的设计和建造往往是设计师关注的重点，同时公共建筑建成后的使用和运营情况的重要性不亚于设计及建造期，并决定其影响力。以展览馆为例，设计师在设计阶段对空间和流线的精心设计往往在后期使用时被完全颠覆，因随意使用导致的流线混乱等现象比比皆是。万科坂田体验馆负责空间运营的馆长在设计末期介入，并和设计及布展团队密切配合，保证了设计对空间的预想在后期空间运营中得以充分实现。

用得好的公共建筑需要各专业的紧密合作和反复交流，建筑师未来的公共建筑设计内容也会向着全面复合的方向发展，着力点也会涉及到建筑设计的上下游流程通盘考虑，“策划-任务书推敲-可行性研究-建筑方案-运营模式”等完整的梳理协调和积极参与将成为用得好的公共建筑的重要保障。AT



## THE VANKE EXPERIENTIAL SHOWROOM

### 万科体验馆

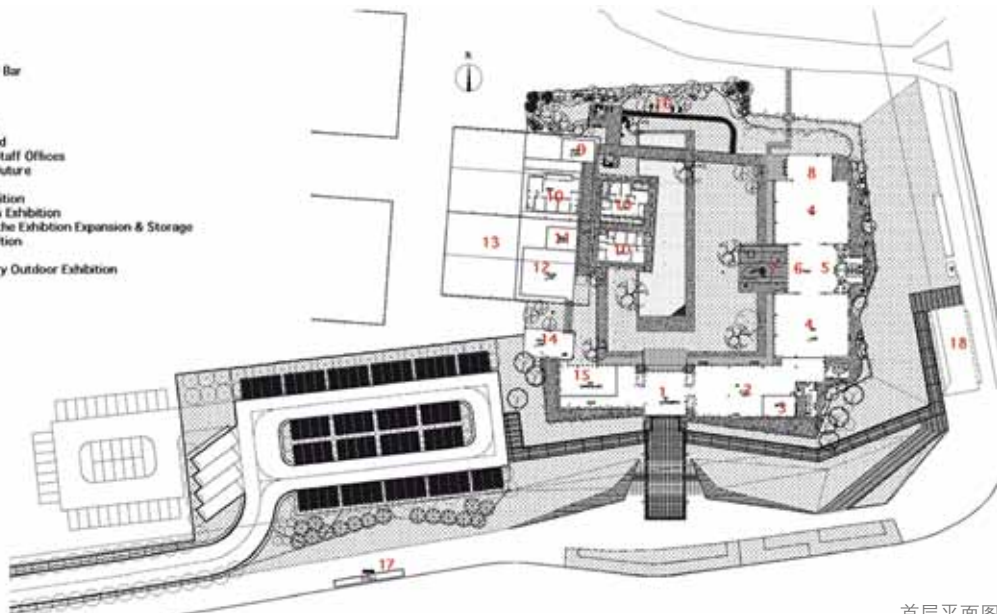
业主单位：深圳万科房地产有限公司  
建筑设计：深圳度态建筑设计有限公司、深圳华汇设计有限公司  
景观设计：北京创翌善策景观设计有限公司  
室内设计：水平线空间设计有限公司  
展览设计：笔克联动咨询有限公司  
施工图设计：深圳建筑设计与研究院总院  
占地面积：10 000m<sup>2</sup>  
总建筑面积：3 500m<sup>2</sup>  
设计周期：2014.4~2014.6  
竣工时间：2014.8.30



设计草图



1. Reception
2. Bookstore & Food Bar
3. Kitchen
4. Sell Lobby
5. Drink Bar
6. Indoor Playground
7. Outdoor Playground
8. Sell Reception & Staff Offices
9. Exhibition of the Future
10. Showroom
11. Interactive Exhibition
12. Housing Facilities Exhibition
13. Reservation for the Exhibition Expansion & Storage
14. Communal Exhibition
15. Auditorium
16. Communal Facility Outdoor Exhibition
17. Bus Stop
18. Metro Station



首层平面图

### 建筑设计概念

针对项目短期的使用性质和体验、展览与相关活动的功能需求，我们从策展的角度出发形成独特的建筑概念。考虑到使用者大多数为首次置业、首次换房的特点，结合建筑场地的限制条件，希望将整个建筑营造成为一个以“触手可及的梦岛”为核心的“大家”。空间叙事依次展开，内容与形式高度整合，室内与室外相互渗透，景观和建筑浑然一体，相互依托。















### 总平面规划

经过理性逻辑的基地分析，我们得出以下五点结论：

(1) 场地所处的城市环境总体上比较混乱，没有完整亲人的城市界面，两条宽阔繁忙的大道成为行人很难逾越的城市屏障，因此建筑整体空间定性为内向型，营造自己的内景。

(2) 场地东侧和南侧的城市环境比较嘈杂，不具备向城市开敞的条件，而北侧和西侧则相对安静，有成熟的绿化和质感朴素的旧厂房。因此，建筑的总平面布局呈现对东、南侧屏蔽，对西、北侧敞开的整体格局。

(3) 场地内的旧厂房，体量巨大，形象破旧，如何把它整合到建筑的整体形象中来？这促使我们设计了一个围合庭院，厂房成为空间核心——舞台的背景。

(4) 场地与周边城市道路有2m左右的高差，可以利用坡地景观，结合入口的空间序列设计，形成一个建筑和城市的积极界面。

(5) 考虑到万科精神堡垒的城市地标形象，我们结合建筑水平低矮的特征，设计了一个完整连续的外立面形象。

### 流线设计

虽然任务书对于整个参观体验流线有了明确的闭合环路的定义，但是考虑到很多使用者会多次造访，以及入口区域具备城市公共空间的功能特点，我们在人流设计闭合完整路径的基础上，考虑了多种不同短路组合的可能性。入口选在离地铁站和公交站较近的南侧，也便于从场地西侧的停车场进入。次入口设在北侧的现有场地内道路旁，所有的车辆都停靠在场地内的停车场，主入口只做行人使用。

### 系统设计

本项目建设周期短，设计准备时间紧张，必须在实现高品质的同时尽量简洁、易施工，建筑的体系需要精简单纯，连续完整，因此选用钢结构、轻钢龙骨干挂体系+玻璃幕墙的外墙体系，并采用模数化的设计，保证质量可控，工期可控。内部都是无柱的大空间，可自由分割。水平连续的外围墙设计采用钢构造与干竹围栏填充的系统。在样板房的核心舞台区，磨砂玻璃幕墙围绕遮挡样板房，通过光影变化形成梦幻房岛屿的效果。









#### 立面设计

立面设计根据模数化的原则，尽量纯净简单，通过1.2m和0.9m两种模数的组合变化，整合了落地平开门和落地幕墙，原则上不可开启的玻璃单元是磨砂玻璃，可开启的玻璃门是透明钢化玻璃，两种玻璃维护面都设计成通高的形式，形成一个完整连续的立面体系。

#### 设计与使用

本馆主要分为接待前厅、品牌展示（含影音洗脑厅）、景观公园、户型及精装体验馆、泛销售厅五大模块，设计流线为闭合单流线。为充分展示定型产品功能、性能、可能三大价值体系，馆内可模拟未来设计生活形态，除却品牌、景观、户型等基础展示模块之外，还将把“可能”中至关重要的“服务”模块有机植入其中，通过mini第五食堂、mini万物仓等来增强客户的体验感，从而获得丰富完整的参观体验。

本项目一开始并没有具体的任务书。任务书在设计进行的同时不断推敲和修改，最终是和设计任务同时完成的，并且由于整个设计周期极短，造价严苛，设计面临着前所未有的无休止修改与调整。最终经过策划与设计的不断磨









合，成功地创造了一种新式的交叉混合式样板间及销售中心的原型。它在普通销售中心的基础上还包括了品牌展示馆、书吧、中心梦舞台等公共空间，实现了一个能够举办多种公共活动的混合度极高的更加开放和具有休闲娱乐性的品牌体验馆。建成后获得多方认可，来此散步、休闲、活动的周边居民络绎不绝，不仅增加了销售区的客流，还很好地推广了品牌。这也引起了众多开发商的关注，开始建设类似的体验馆、品牌馆及销售中心。AV