

# 目錄

設計議題

設計目的

基地分析

設計說明

平面圖

透視圖

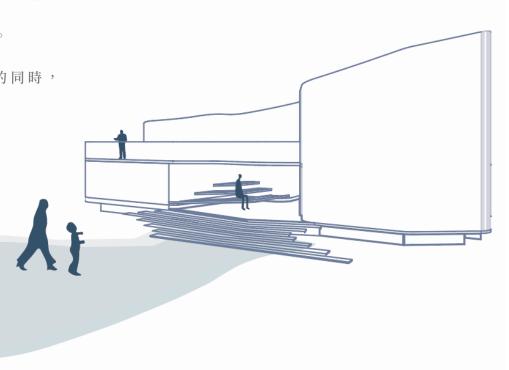


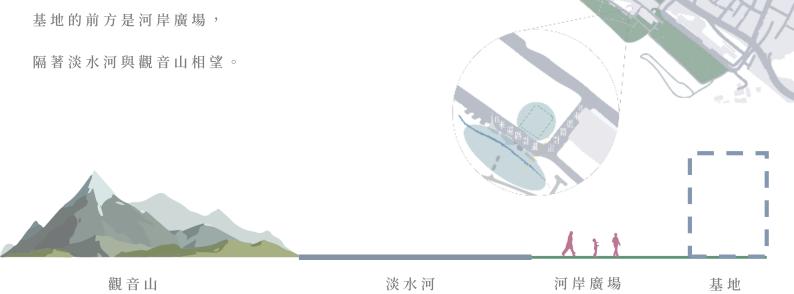
- ① 接待中心往往給人嚴肅的形象,讓人們容易與接待中心產生距離感。
- ② 進入接待中心的人們,通常都是在短時間被動的接受銷售資訊,因此無法自己內化所接收的訊息。

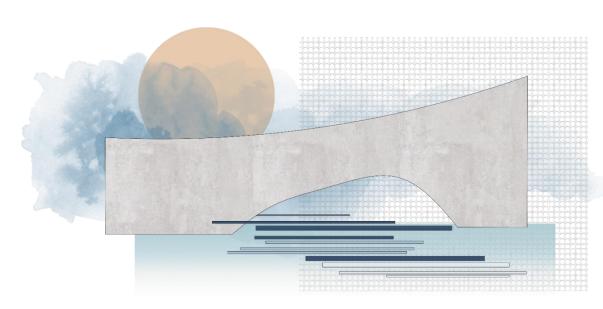
① 打造一個與自然連結的場域,讓人們自然而然地被吸引 而主動進入,同時透過自己的窗口解讀銷售資訊。

透過氛圍的營造,讓拜訪的人們在欣賞自然景致的同時,

也可以感受人文的氣息。





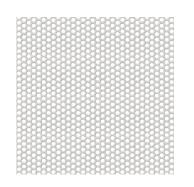


# |空間意象|

運用通透輕盈的材質、揚起的屋頂與海浪般的玻璃 帷幕,形成「帆」的既視感。

「猶如淡水河上層疊起伏的輕舟,與觀音山相望, 與淡水河成映。」

# |材質計畫|



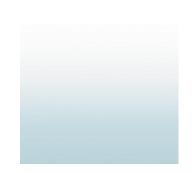
沖孔板 /建築外觀/



混凝土 / 地板、牆面 /



大理石/地板/



漸層玻璃/牆面/

#### |空間引導|



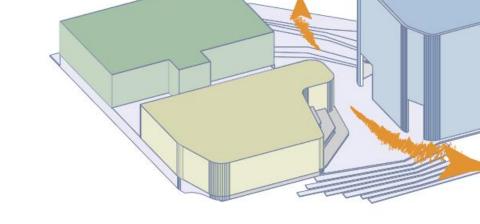
分析淡水河岸廣場的基地特性,接待中心的客群可以分為遊客與顧客。其中遊客的主要動線 多流動在河岸廣場與商店區之間。



為了將前方的人潮引入接待中心,將綠地延伸, 模糊商店區與河岸廣場的界線,提供人們一處觀 景、休憩、停留的地方。打造一個與自然連結的 場域,讓人們自然而然地被吸引而主動進入。

## |空間引導|

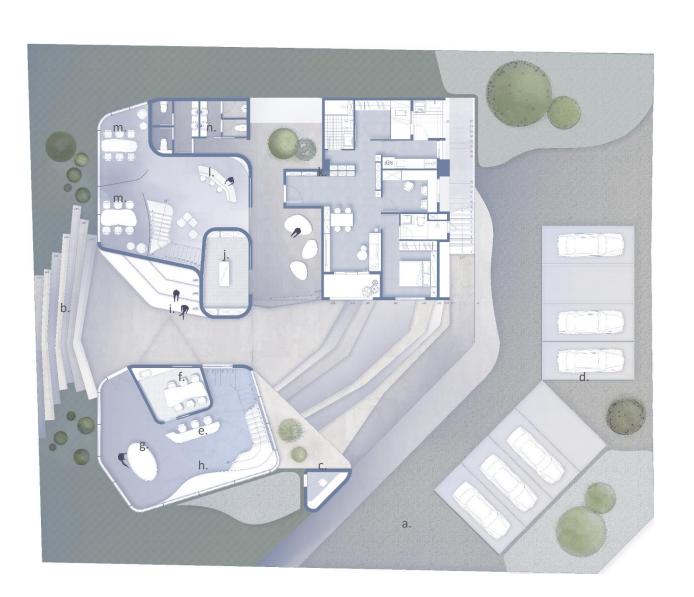
我們將空間分為三個量體,分別是接待區、樣品屋與洽談區,並透過階梯與廊 道吸引人潮進入,另一方面,也將來接待中心的人們引領至淡水河畔。



接待區







## |1F平面配置圖|

#### 空間名稱

a. 東向入口

h. 等候區

b. 南向入口

i. 投影區

c. 警衛室

j. 工學館

d. 停車場

k. 樣品屋

e. 接待櫃檯

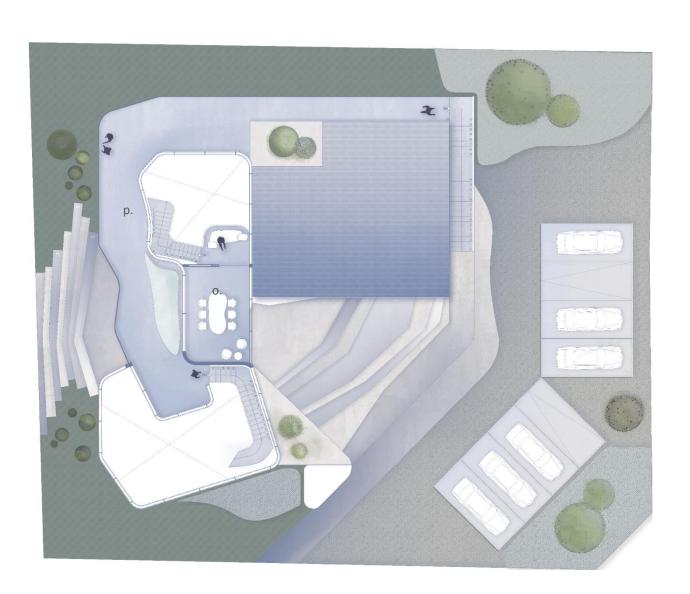
1. 茶水區

f. 辦公室

m. 洽談區

g. 模型台

n. 廁所



# |2F平面配置圖|

空間名稱

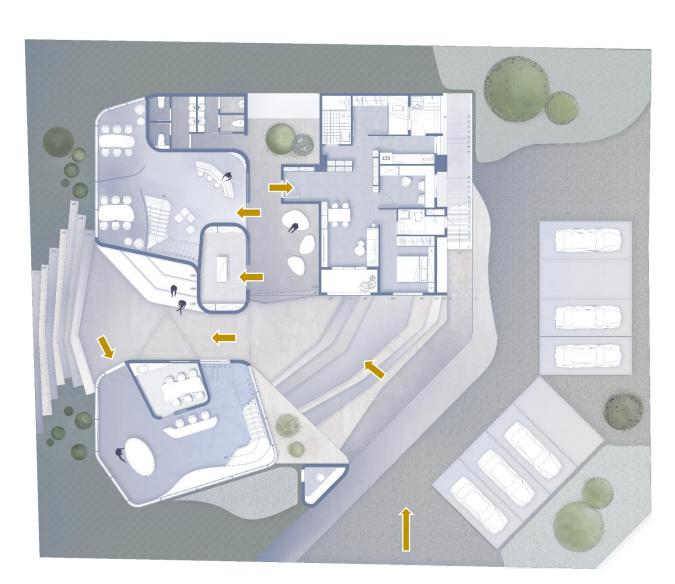
- o. 貴賓室
- p. 觀景台

## |顧客動線|

大部分的顧客由停車場進入, 沿著階梯可以看見由建築物框出的 觀音山,藉此引導顧客進入接待區 參觀模型,或是到頂樓的露臺欣賞 風景。再由專業人員帶往投影區、 工學館、樣品屋和洽談區。

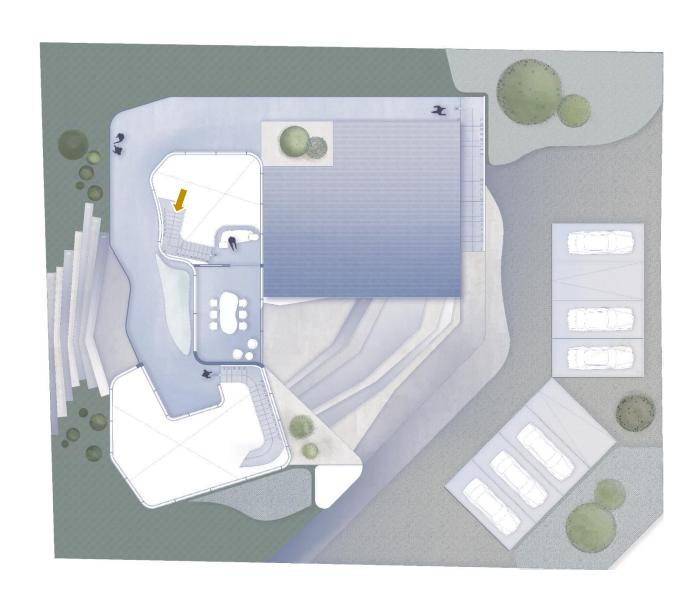


自然吸引而進入



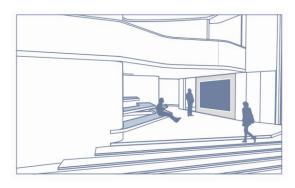
# |顧客動線|

若是VIP可以直接由洽談區 的樓梯通往貴賓室。

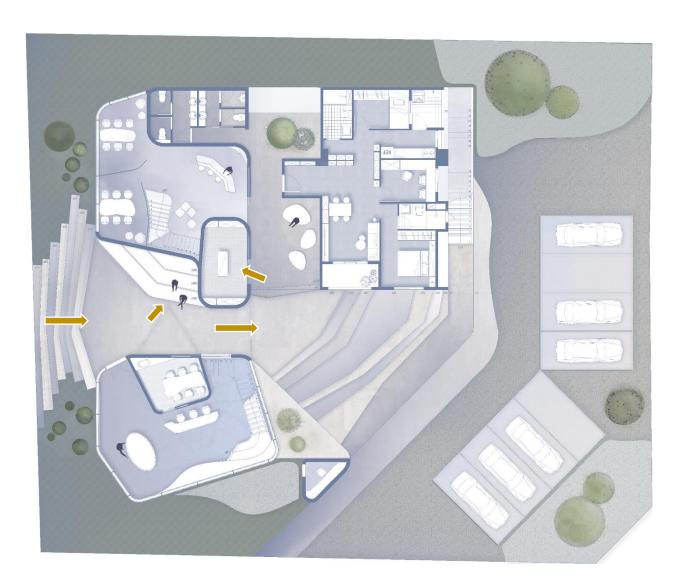


## |遊客動線|

大部分的遊客由接待中心前方 進入,先被半戶外投影區吸引, 接著在階梯與廊道間漫遊,感 受自然環境的同時也瀏覽沿途 的建案資料,讓訪客透過自己 的窗口解讀銷售資訊。



半戶外投影區-主動解讀銷售資訊



## |遊客動線|

到頂樓觀景並解讀完所有訊息, 對接待中心有初步認識後,可 選擇是否前往接待大廳繼續了 解銷售資訊。





|建築與環境|



|場域行為|



|廊道框景|



|接待大廳|



|茶水區|



|治談區|



貴賓室|



|觀景臺|

謝謝。