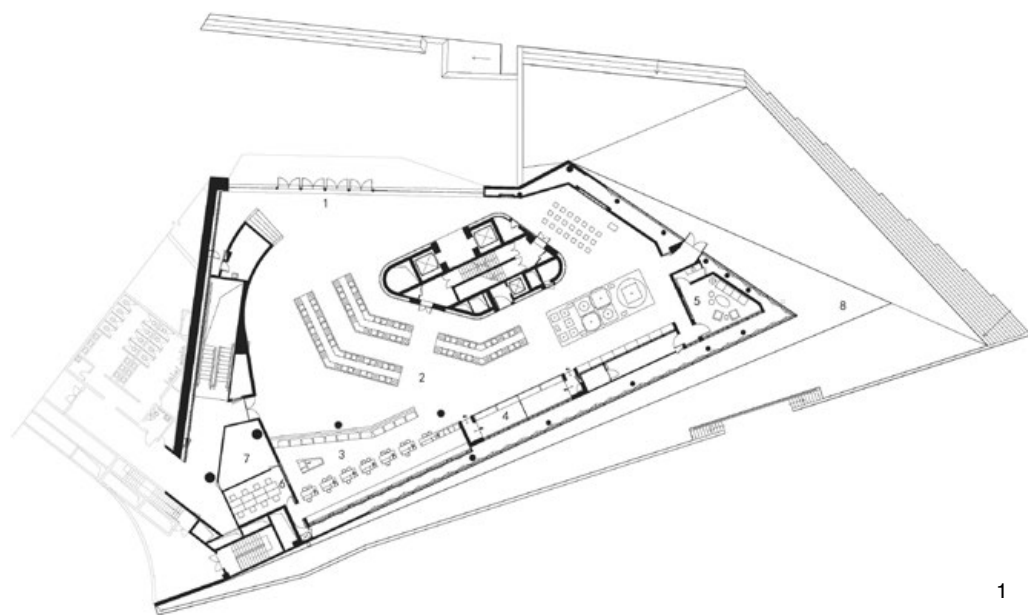


科技之境 大疆旗艦店

設計者」萬社設計 / 林倩怡 楊東子
參與者」鄧寓文 李澤兵 潘百真 羅超 張峻瑞 謝騫 張越
攝影者」SFAP
空間性質」商業空間

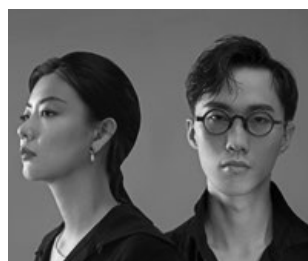
坐落位置」中國
主要材料」玻璃、金屬、石材
面積」1210 坪



1

深圳大疆旗艦店是品牌迄今規模最大、最具標誌性的門市據點，企圖以極具辨識度的建築語彙，傳遞科技美學與精密工藝的交融。萬社設計受邀參與此次形象重塑，透過空間的精煉演繹品牌歷經時光淬鍊的不懈追求，並藉由動線梳理與場域規劃，構築集產品展示、互動體驗、技術支援、專業培訓於一體的空間。

1. 一樓平面圖。2. 技術支援區於服務櫃台背牆結合產品零件的展示。



萬社設計 / 林倩怡 楊東子

萬社設計作為一間建築和室內設計工作室，致力於地方及全球性設計研究專案。工作室成立於 2017 年，擁有國際頂尖背景的設計師團隊，其專業範圍涵蓋建築空間、室內設計、材料研究、平面和交互設計等，致力於高端及實驗性項目的設計與研究，從空間功能出發，通過對材料的研究，挑戰常規，關注細節與品質，為每個專案打造出獨特的視覺效果。同時，作為一處藝術家和設計師的合作平台，萬社希望能夠結合創意與技術，探索過去、現在與未來，突破創作界限。



2



3



4

旗艦店共計四層，各樓層功能層疊有序，環環相扣。一樓與二樓採取開放式規劃，作為產品展示與互動體驗區，打破傳統零售框架，使顧客得以在其中自由探索，親身感受產品的魅力。三樓則為「大疆」與「哈蘇」雙品牌的聯合展區，透過寧靜氛圍中呈現影像藝術的深度，並設有私密接待空間，讓觀者從沉浸式體驗裡展開想像。最高樓層則為禮堂，主要作為新品發表、專業講座與品牌活動的園地，在明淨不失科技氣息的空間敘事裡，賦予科技文化更為深遠的儀式感。

建築與環境交融

此次設計引入「大疆公園」，使建築與環境相互交融，既作為日後無人機飛行表演的重要場域，亦回應城市公共性的需求，藉由這座兼具科技感與生活氛圍的創意綠洲，為品牌形象建立靈動且回應當代環境的印象。

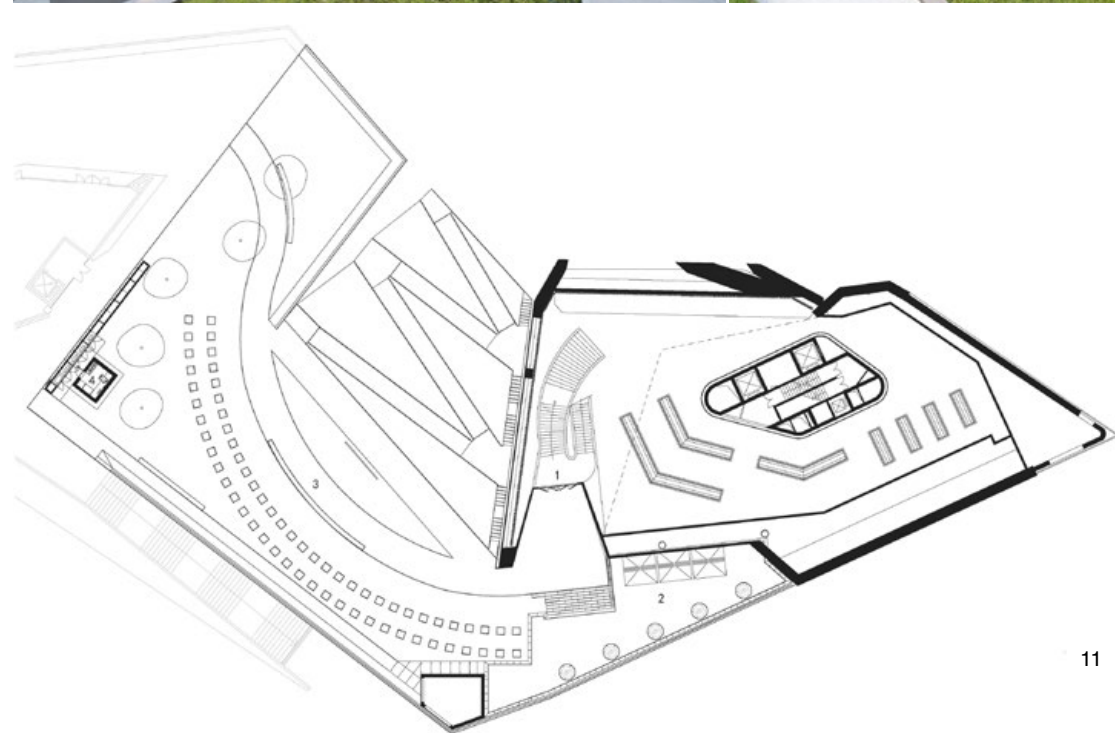
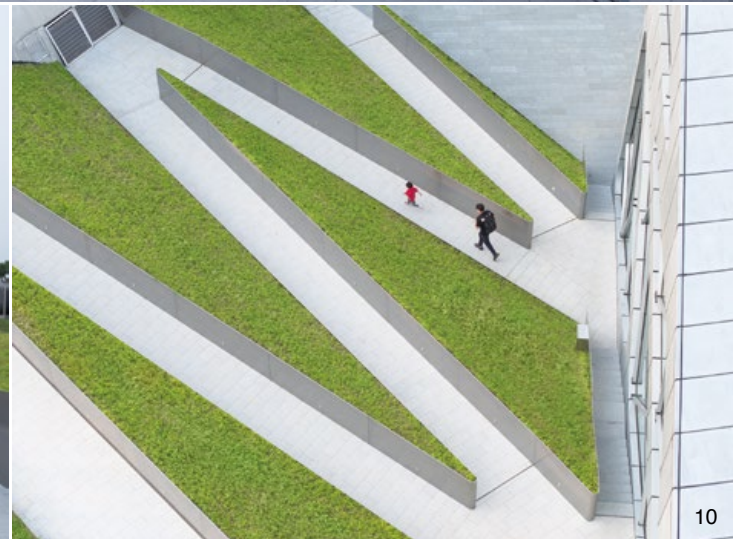


5

3. 出入口設置落地窗，配合一至二樓的展示功能。4. 一樓產品展示台和樓梯入口，通透牆面滲入公園的綠意，豐富室內表情。5. 產品體驗區。6. 一樓產品展示區配合起伏不定的天花調整吊燈高度，同時透過吊燈線條拉長整體視覺。



6

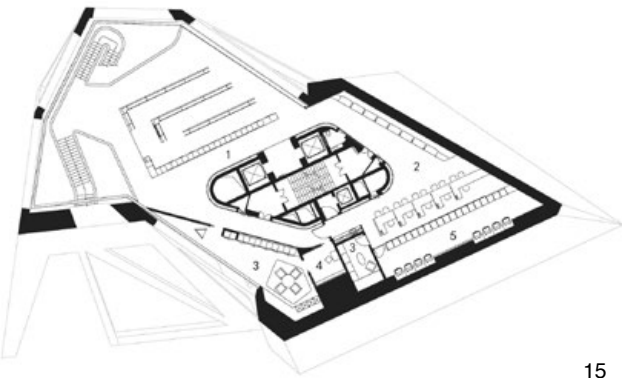


7. 利用玻璃的通透加入隔離層，雙層天花飾檢採光的攝入。8. 二樓出入口直通公園，方便產品試飛。9. 異形建築外立面結合造型和實用的需求，展現奪目的科技感。10. 大疆公園透過綠植和金屬組成形似蛋糕切片的三角花園，在舒緩的坡道上排列閃電狀遊逛動線。11. 二樓平面圖。



12. 為了串聯樓層加入新的階梯，在空間中展現摺紙般扭轉折疊的塊體。13. 在邁向三樓的樓梯間漸進降低亮度，營造踏入另一個空間的儀式感。14. 和哈蘇攝影的聯合展示區以藝術攝影展覽的方式呈現。15. 三樓平面圖。16. 位於三樓的展場以深色厚重的歷史感烘托「哈蘇」攝影品牌特點，和一、二樓的產品展區做出區隔。17. 雙向產品回收櫃體應大疆具體需求特殊打造，檔案櫃可回收故障產品，待員工修理或更換機型。18. 大疆服務中心，等候區座位使用人造石材，一體化呈現，每個座位皆附設充電插座滿足等候客人的需求。

設計師指出，項目原本規劃作為遊客中心，建築外立面由大面積玻璃幕牆構成，雖能引入充足光源，然而頂層也因過曝而產生使用上的挑戰；再者，原有動線未能貫通全棟，更使三、四樓的流動受限，不利運用。為此，新規劃突顯建築立面特色，自二樓起透過牆面的交錯層疊調節日光強度，並依循幾何切面的指引，塑造異形天花，使空間光線與環境風光連動。室內的垂直動線亦同步優化，新增連貫四層樓的梯座，明確劃分各樓層機能，並以「摺紙」手法延展空間語境，形成層層遞進的探索感，並用立面起伏折線與曲折路徑，建構步步生景的體驗。

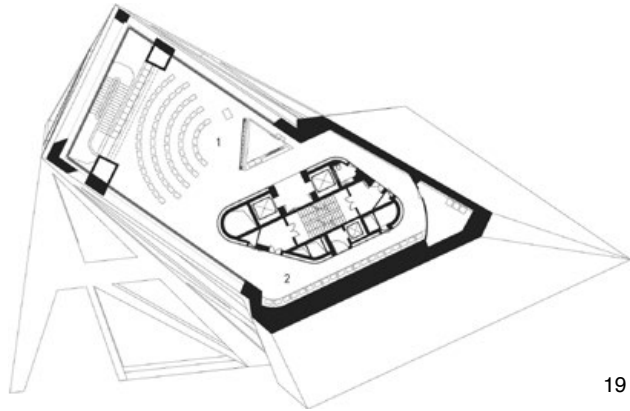


15



18

步行其中，可感受到空間語彙簡潔而有力，俐落的線條與純粹的色彩勾勒出明晰的展示界面，大面積碎石拼接地坪，在自然光的輕灑下，流露溫潤質感，亦與戶外公園相互呼應，不僅消弭室內外的界限，也使得整體空間體感更加富層次與變化。另一方面，公園景觀設計承襲建築語彙，透過線條的推移與轉折，塑造開放而富有互動性的品牌場域。在遊園動線與遊逛體驗相合的思考下，觀景平台納入了整體場景，飛行試驗場亦與零售空間產生結合，來訪者無論置身建築裡外，都能沉浸於場域之中，感受科技與自然的和諧共生。



用空間層層敘事

此作將場域設計融科技感與藝術性於一體——40米長的動態螢幕成為視覺核心，懸浮式產品展台輕盈如翼，而品牌標誌性的「爆炸圖」概念則縱貫一、二樓的技術支援區，構築專屬於品牌的視覺語彙。

三樓展區融合無人機與影像藝術，採取圍合式布局，營造靜謐的體驗空間。相較於「大疆」產品的現代輕盈感，此樓層則選用厚實展台與沉穩色調，以呼應「哈蘇」品牌悠遠深厚的歷史底蘊，於光影層疊間彰顯攝影之美。技術層面上，風口、音響、噴淋等機能設備皆隱匿於金屬格柵天花之中，使視覺更顯純粹而精緻。

19. 四樓平面圖。20. 位於四樓的大疆禮堂通過高達15米的高挑空間和特殊採光，引導來客向上仰望，營造空間儀式感。21. 列櫃整飾空間的畸零角落，反而建構了特殊的展示區。22. 大疆文化長廊環繞在演講廳外側，凝聚企業精神。23. 按照動線規劃觀看產品的順序，可見大疆代代革新的不同階段和努力。



20



21



22



23

位於最高樓層的禮堂，運用結構特色與自然光交織出莊嚴的科技儀式。金屬格柵天花篩落斑駁光影，隨日光流轉而變化室內氛圍，大尺度幾何造型引導視線上揚，彷彿仰望無人機升空的瞬間。禮堂層挑高可達15米，專為產品發表與體驗活動而設，並環繞品牌文化長廊，在歷史回望間鋪展品牌前行的軌跡。

設計團隊取品牌自身的DNA為藍本，於細節處精雕微琢，使科技感與人文關懷相得益彰，由外至內、從地面到頂層悉心建構豐富的場景體驗，在空間敘事裡層層鋪展，一如品牌科技的精準、流暢，也讓每位來訪者在豐富的場景體驗裡，感受品牌獨有的文化魅力與未來想像。撰文」江瑜