



一個「三通修飾蓋」的故事：

- 契子
- 背景說明
- 設計理念
- 設計說明

○ 平 / 立面圖

○ 情境展示

○ 照明設計

● 情境(一)

● 動線引導

● 情境(二)

● 產品聚焦

● 情境(三)

● 視覺框景

● 情境(四)(五)

○ 老舊建築結構對策

○ 環保

○ 洽談區



契子/

一個「三通修飾蓋」的故事：

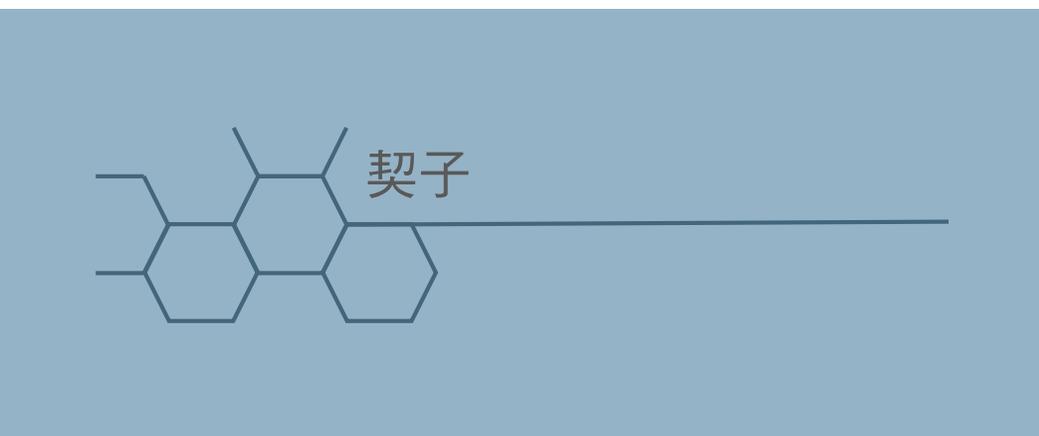
小零件的啟示

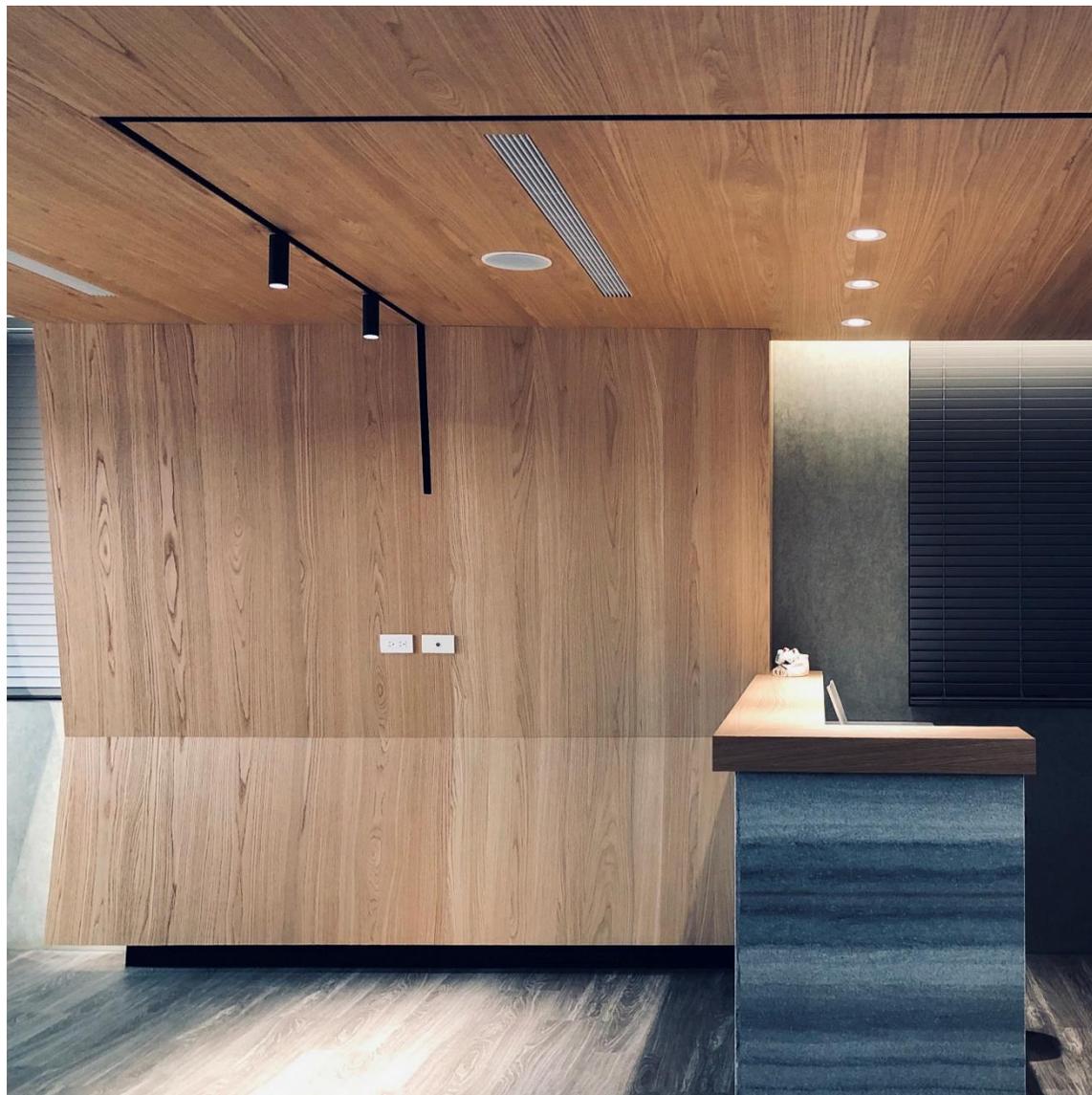
本案為知名日系衛浴設備品牌展售店之一，在台中南區已有一二十年的歷史，在既有品牌的知名度下尋找創新突破點並非容易的事！！業主是一名具有強烈企圖心的企業二代，面對市場的激烈競爭及二代接班有不能輸的壓力。

在某次的設計討論會議中我們無意間發現一個精緻的「三通修飾蓋」；我們很好奇她的存在，經業主說明之後我們才知道背後的故事：由於三通修飾蓋只是個很普通的零件且通常使用在不會被注意到的小地方，因此，通常被忽略不被重視。然而，業主的經營信念是再小的地方、不被注意的細節更應該做好，所以自行開發設計訂製了「泉」三通修飾蓋！

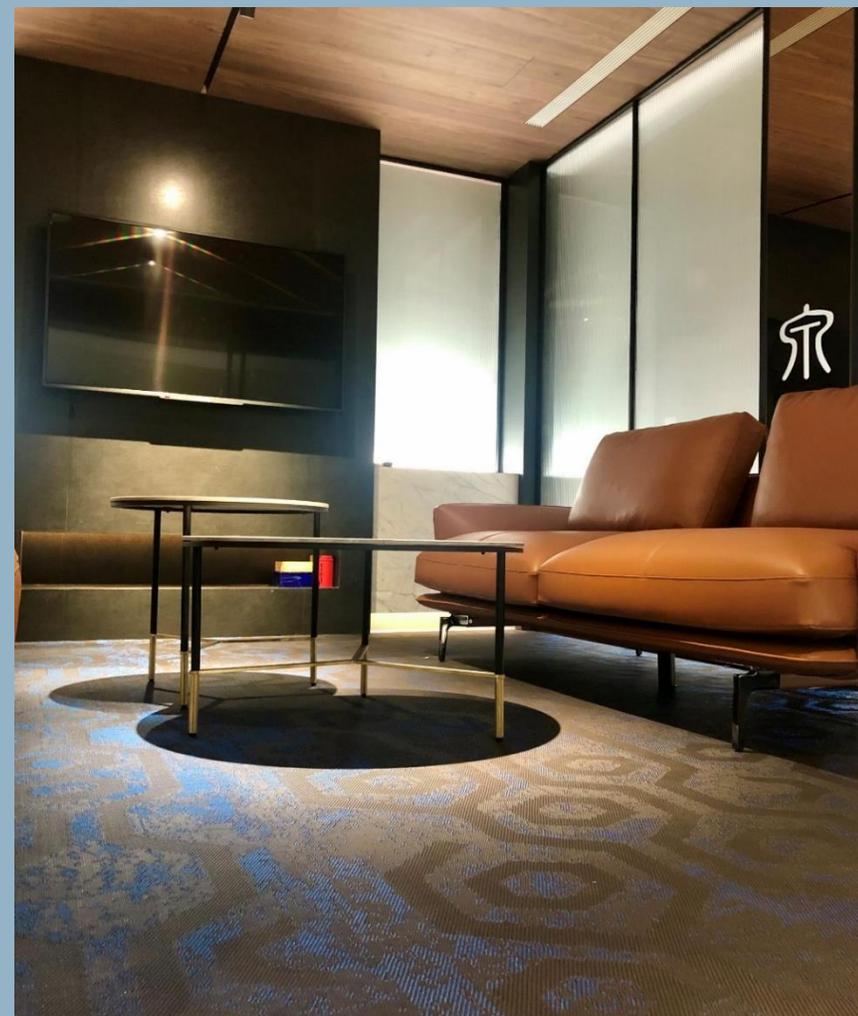
一個小小的三通修飾蓋子我們感受到業主對於品質的要求及對客戶服務的心如此細膩！

這也觸發了我們本案設計的意象由此而生……我們從「泉」三通修飾蓋中萃取了設計語彙將其融入全案之中！

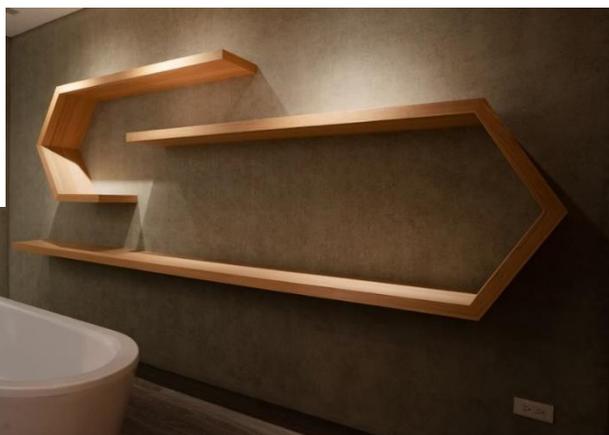
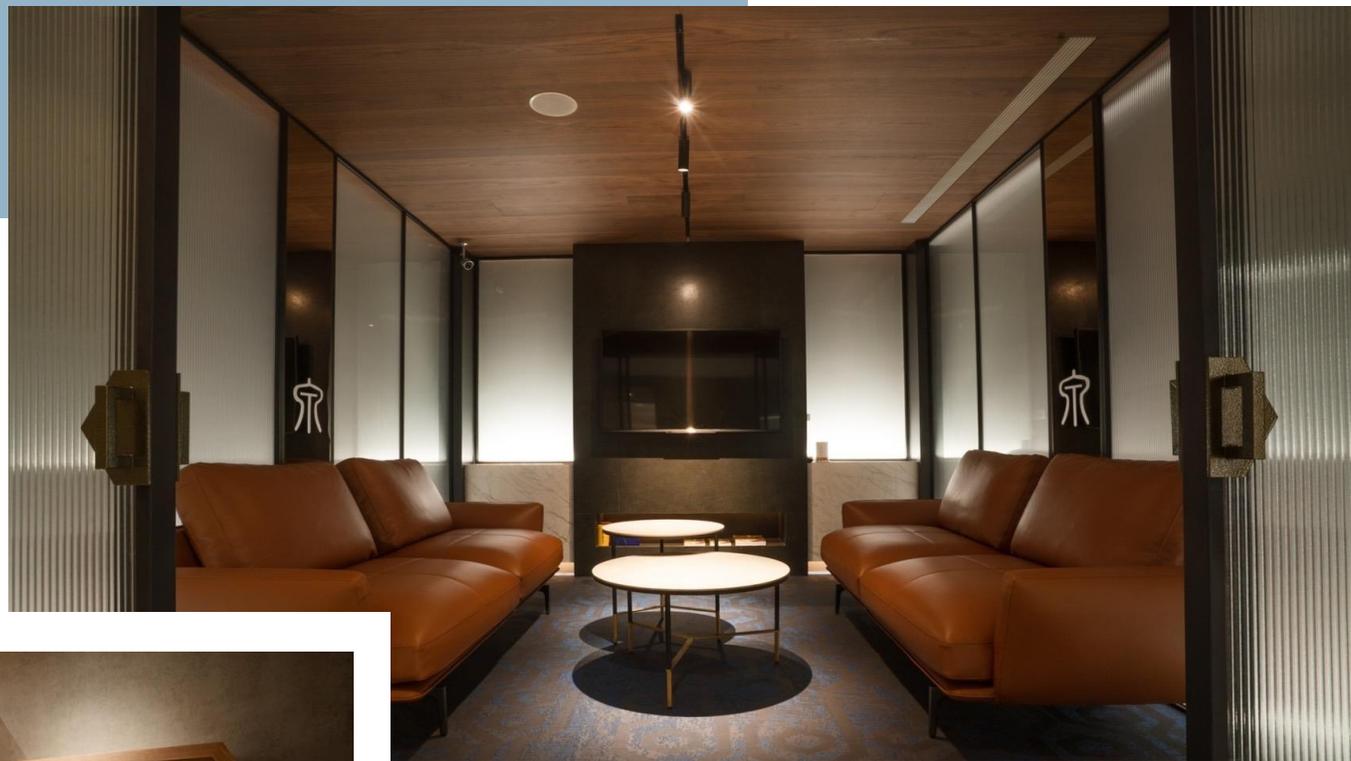
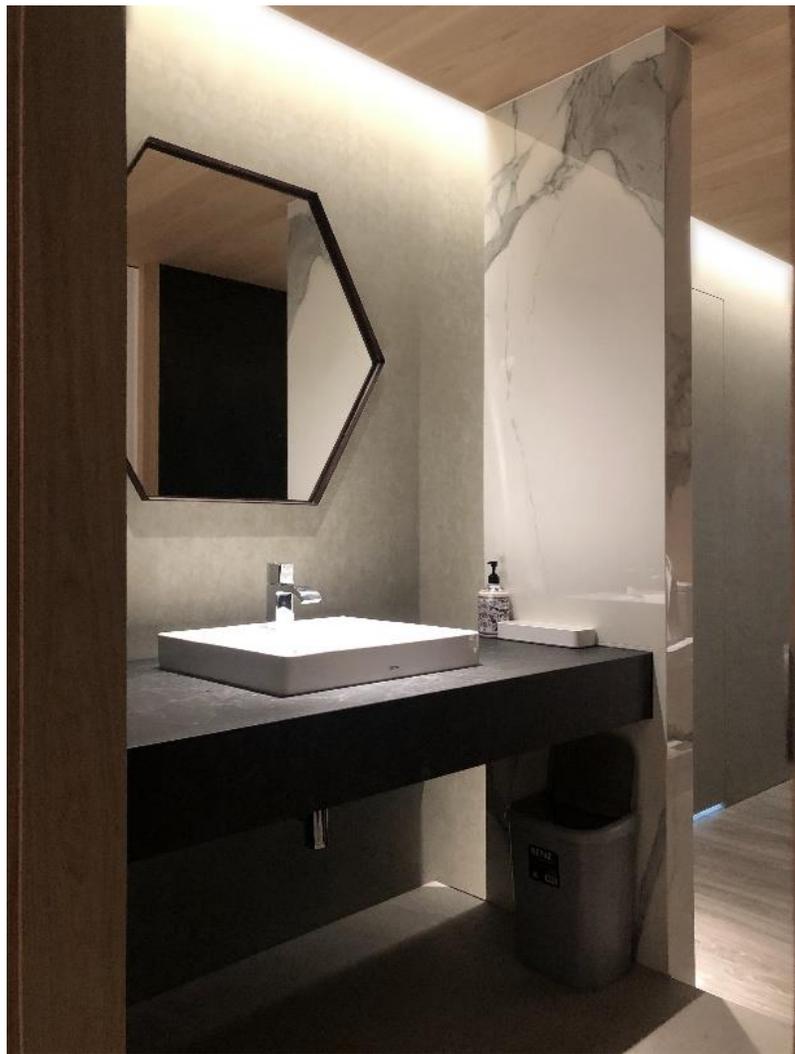




契子



契子



背景說明

原況照片



本案建築屋齡已經 60 年有多處滲漏情形，原裝修為 15 ~ 20 年前設計的展場展示方式，在此之前裝修整改次數已不可考，我們為業主解決以下問題：

- 1 · 如何在有限的空間設置最多的展示情境以爭取原廠評比等級！
- 2 · 老舊建築結構安全性考量！

原況照片



設計理念

產品才是展示空間的主角，一切的空間設計都是為了展現產品的美。

體驗行銷，透過空間設計將情境體驗的行銷模式融入其中，以提高成交率增加企業營收同時也藉此提升企業形象。

優質光環境/展場空間設計，產品才是主角，透過照明呈現產品質感並結合體驗情境行銷模式及降低維護成本。

環保與節能/大量採用回收再製材及LED照明減少碳排。

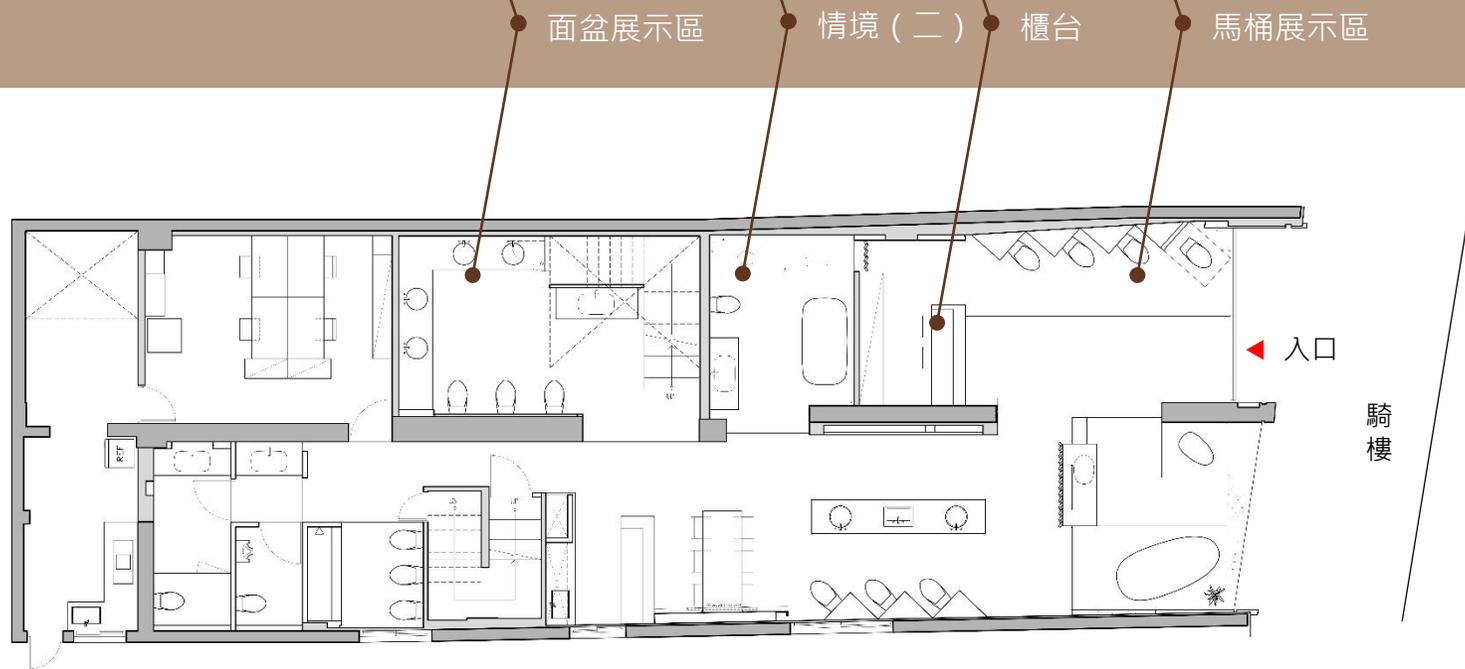
將感官美學融入生活、進而把生活美學潛移默化成為企業文化的DNA，我們相信當美學文化及企業精神融為一體成為一種生活態度時，企業成功的機會也將大增，而這也是未來企業經營的趨勢。



設計說明



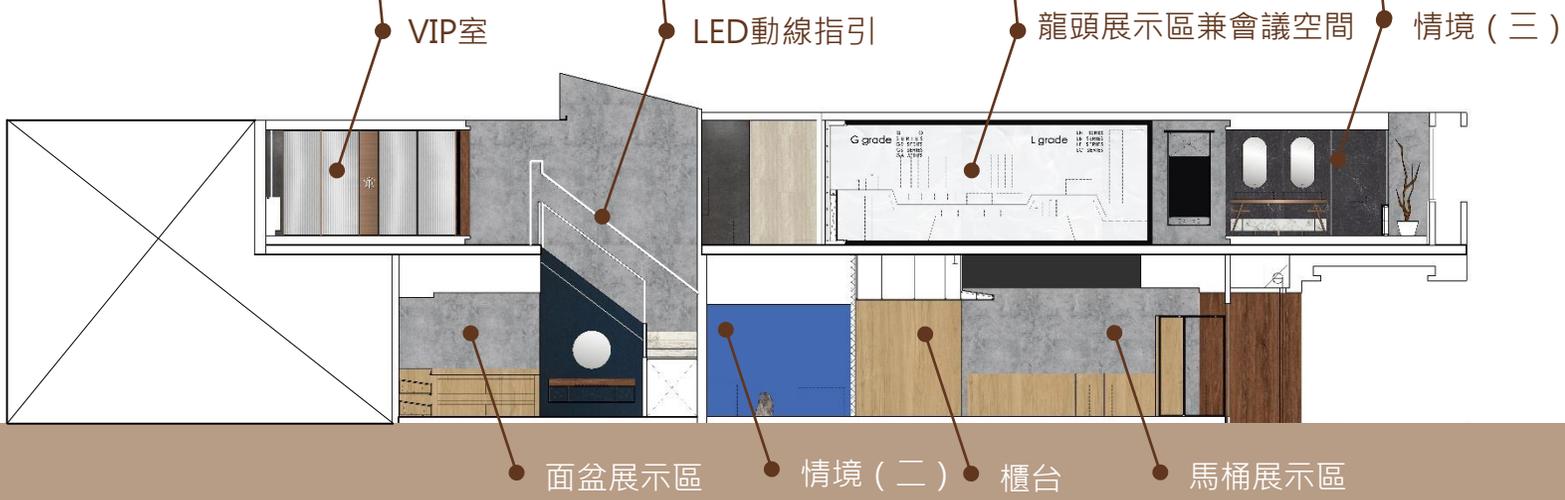
剖立面圖



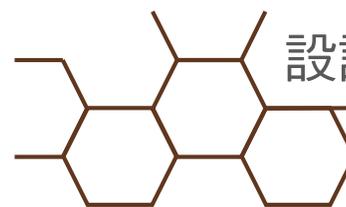
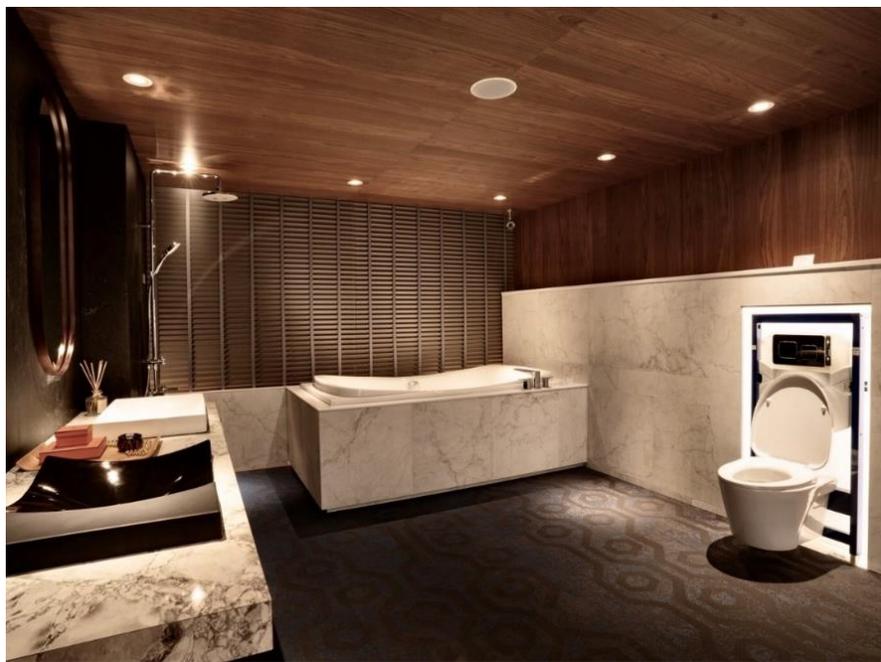
一樓平面配置圖



二樓平面配置圖



剖立面圖



設計說明

情境展示

衛浴展場設計新思維，以情境的展售方式，用框架創造不同的氛圍、讓消費者實際感受，滿足不同客群對空間的想像，透過視覺、觸覺、嗅覺、聽覺的感官體驗，更能貼近產品與消費者之間的距離與認同。

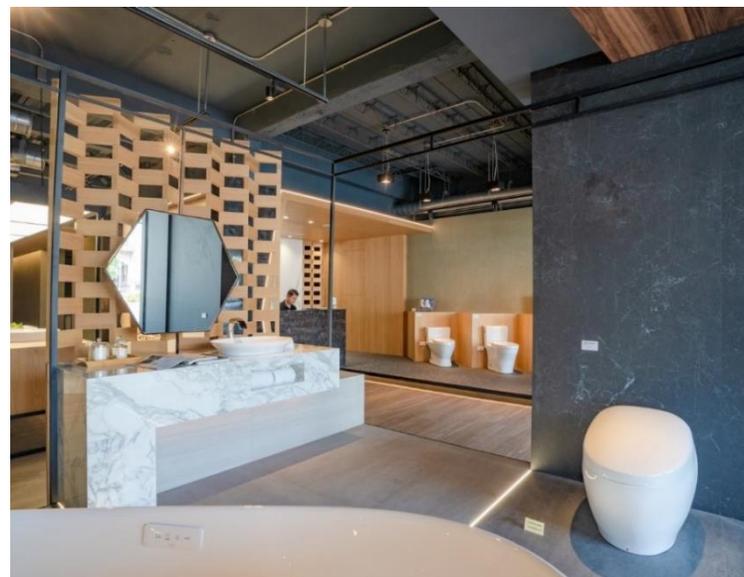
我們將各種不同的情境展示區規劃錯落分散在展場各個角落，藉此讓客戶在參觀的路徑中看到所有的產品。

設計說明

情境展示

情境(一)

將入口處的櫥窗展示主力產品，我們採用黑鐵件的線條框出抽象的空間範疇，既可框出衛浴空間又避免實體牆面造成視覺阻擋，在狹小的空間創造視出覺延伸的效果。



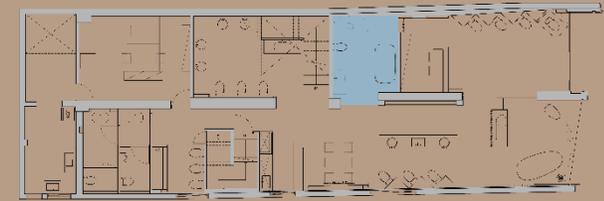
一樓平面配置圖



情境展示

● 情境(二)

有別於情境(一)的虛空間，我們透過端景的壁飾與業主收藏的名雕融合，妝點出日式品牌沉靜的衛浴氛圍



一樓平面配置圖

設計說明

情境展示



二樓平面配置圖

情境(三)

我們透過架高及框景方式讓客戶在進到二樓展示區時就能吸引住其眼球、想要一探究竟





設計說明

情境展示

◆ 情境(四)(五)

我們結合兩套衛浴在同一空間展示，讓有限的空間得到最佳利用，為業主爭取到最高的積分。



二樓平面配置圖



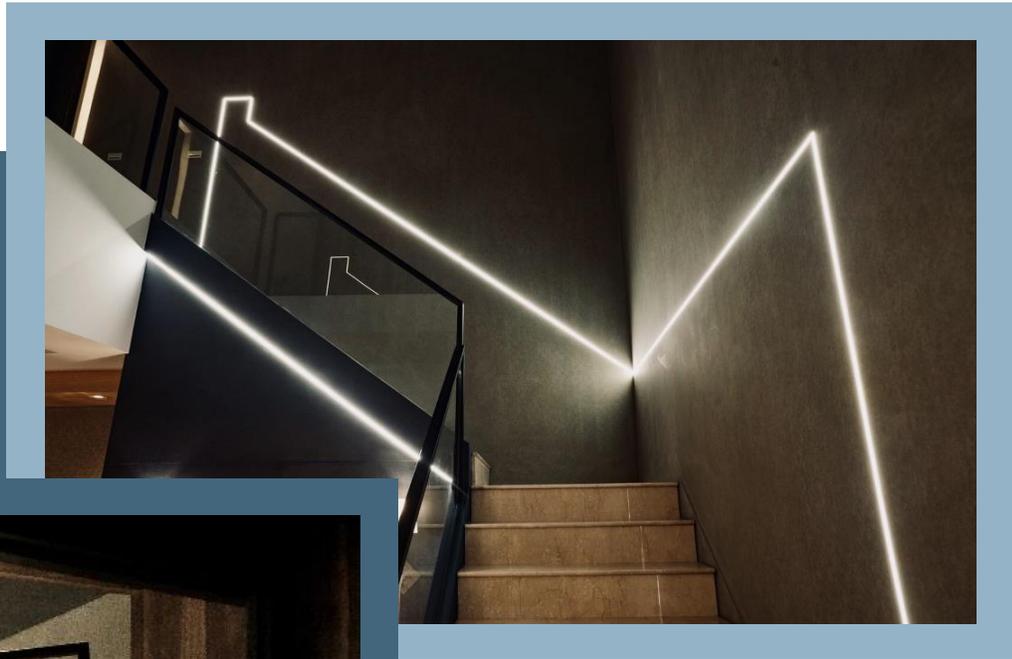
設計說明

照明設計

展售空間設計，產品才是主角，而其中照明的規劃設計尤其重要，其重要性如同舞台的燈光之於演員，如何透過照明設計將產品的特質凸顯，不同的燈具、光源、色溫、角度…等，都會影響到產品呈現的效果，絕對不是「打亮」就好！

照明設計時納入情境體驗模式，讓業務在產品介紹時更聚集且生動有趣，也易於維護管理有效降低能源消耗。



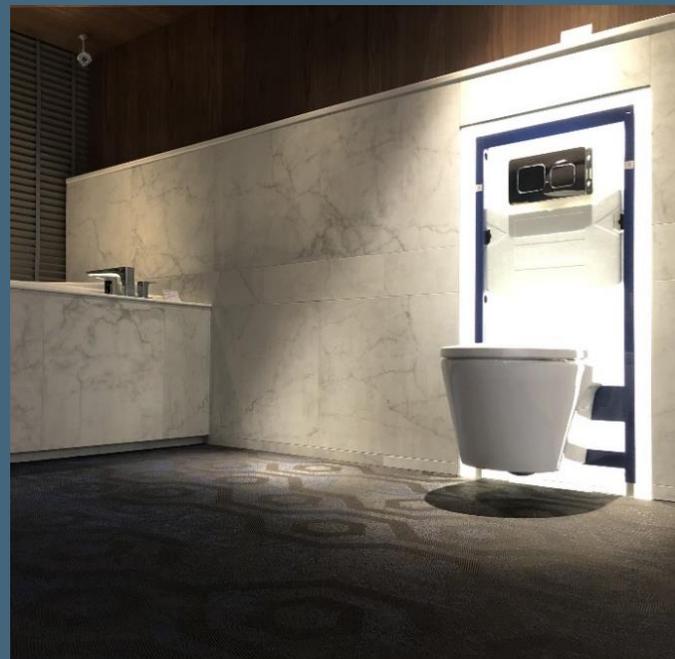


設計說明

照明設計

● 動線引導

櫃台與樓梯透過LED鋁條燈的設計形成動線導引



設計說明

照明設計

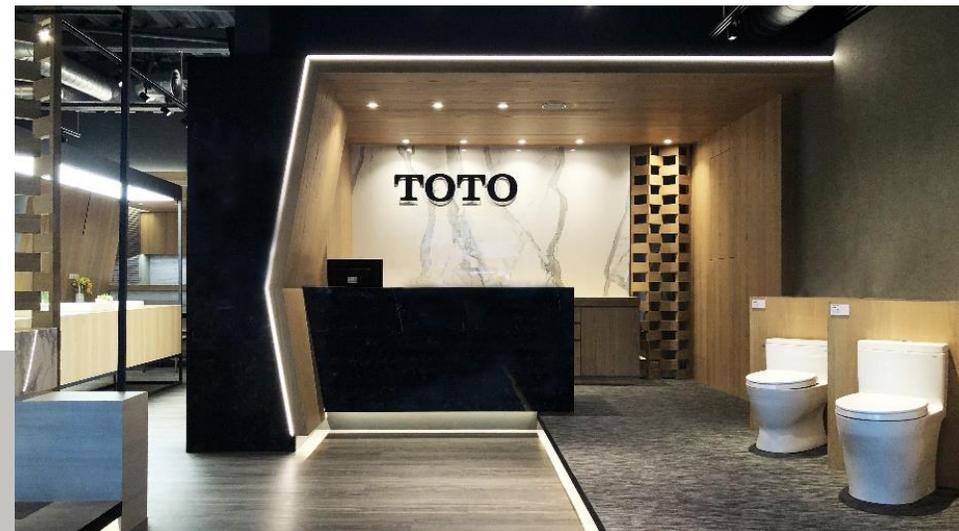
● 產品聚焦：

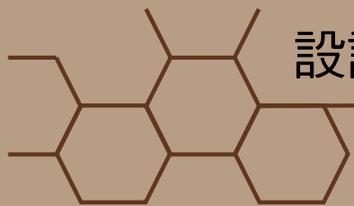
為了展現產品的質感，對於不同的產品的照明在燈具的選搭光源及燈杯反射角度配光曲線等，都經過精密的計算。

設計說明

照明設計

● 視覺框景

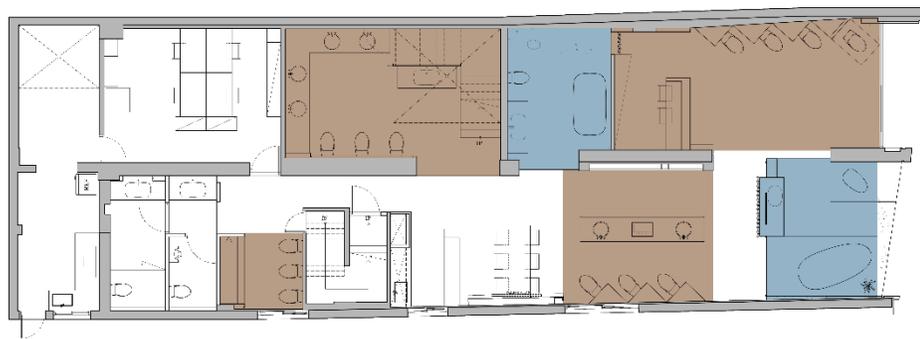




設計說明

老舊建築結構對策(一)

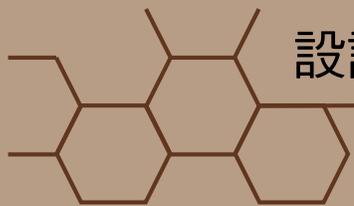
透過設計將載重較大的之馬桶、臉盆陶燒產品及大型浴缸等規劃在一樓的展示空間。



- 情境展示區
- 面盆/馬桶展示區
- 龍頭/配件展示區

一樓平面配置圖





設計說明

老舊建築結構對策(二)

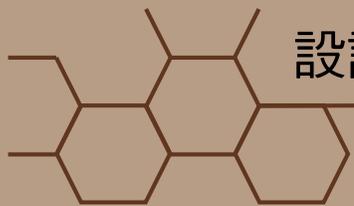
2F展示品以固定於牆面的龍頭及五金配件為主、
以降低樓板載重。



- 情境展示區
- 龍頭/配件展示區

二樓平面配置圖



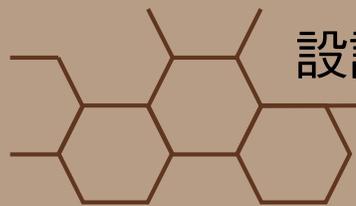


設計說明

老舊建築結構對策(三)

沿用原樓梯不拆除減少構造之更動，僅增加
LED強化視覺及動線引導。





設計說明

老舊建築結構對策(四)

1F於結構脆弱處不釘天花以減少荷重並且可直視結構狀態以便隨時因應。

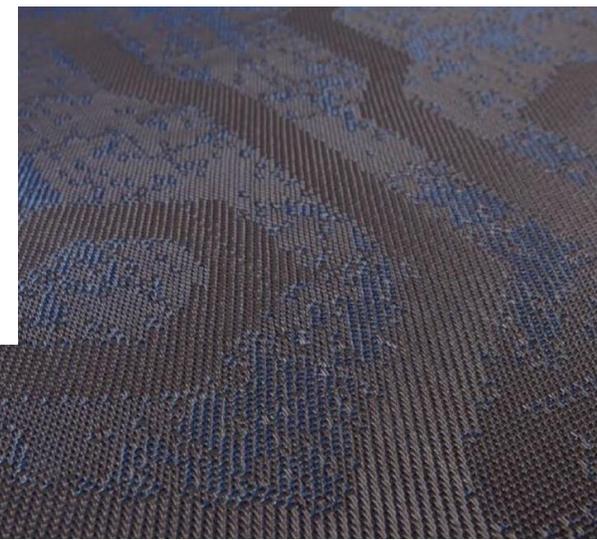




設計說明

環保(一)

為了愛地球、降低碳排放，我們減少常用的磁磚用量，並且更進一步採用回收材料製成的編織地毯，運用在部分地板／牆面，設計成幾何圖形與線條，更能襯托出產品的美。

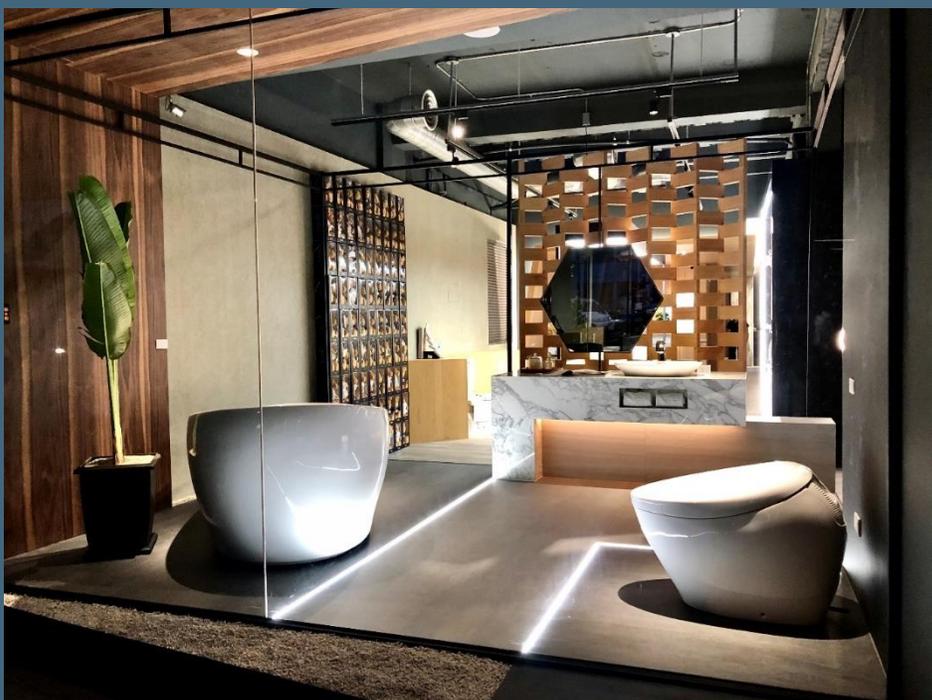


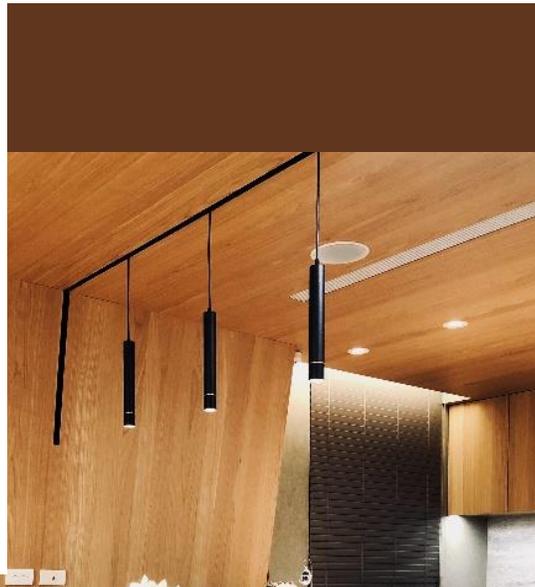


設計說明

環保(二)

秉持著品牌的環保精神與業主維護展場的便利性，除了減少了天花板的包覆並背景化處理之外，把雜亂的管線整合露明設計，讓管線也成為空間的語彙之一。





針對不同的客群，分別在一、二樓準備開放式與獨立式的空間進行產品介紹。在有限的空間中除了辦公室外，業主也希望有員工教育訓練及會議空間，因此我們特別在二樓展示區中央設計了一個大中島，下方局部型錄收納櫃，平時作為客戶洽談之用，當公司要進行內部會議時拉上門、降下投影幕搖身變成教育會議室，充分利用空間

