

长岭居商住项目商场部分方案征集 国际竞赛

设计任务书 (公告版)

竞赛组织单位：广州凯龙置业有限公司

竞赛策划咨询单位：广州宏达工程顾问集团有限公司

二〇二二年五月

目 录

1. 项目基本情况 1

1.1 项目技术经济指标 1

2. 项目定位 2

2.1 项目定位背景 2

2.2 整体定位 4

2.3 业态定位 5

3. 规划设计原则 6

3.1 整体规划设计原则 6

3.2 建筑外立面设计原则 7

3.3 交通组织设计原则 8

3.4 景观设计原则 8

4. 项目总体规划要求 8

4.1 规划总则 8

4.2 规划设计要点 9

5. 设计依据 18

6. 竞赛阶段设计成果要求 19

6.1 设计成果要求 19

7. 中选后设计范围及成果要求 20

1. 项目基本情况

1.1项目技术经济指标

地块编号	CPPQ-A2-3-1（商业地块）
地块面积	25,127 m²
容积率	≤3.5
用地性质	商业用地
总计容建筑面积	≤83899 m²
建筑密度	≤60%
绿地率	≥18%
限高	≤100m
商业停车配建要求	机动车泊位：不少于 0.8 泊/100 m²；非机动车泊位：不少于 1 泊/100 m² 装卸货泊位：1 泊/3,000 m²；临时泊位：1 泊/5,000 m² 餐饮/娱乐类：机动车泊位不少于 2.5 泊/100 m²，非机动车泊位不少于 1 泊/100 m²，临时泊位 1 泊/1,000 m²；不低于停车位总数 30%比例建快速充电桩
土地价格	46520 万元（含税费含地下）
其他要求 （含设置条件）	公共服务设施配套设置要求： ■ 1 处超市 5000 m² ■ 1 处邻里中心设施（可结合市场需求进行设置，含影剧院、健身室、中西药店、银行网点、儿童乐园、屋顶篮球场等各 1 处。具体设置要求、规模等需满足相关规范和行业部门要求。）



图 1-1：项目地块经济指标及规划红线图

2. 项目定位

2.1 项目定位背景

2.1.1 宏观背景

——长岭居板块定位东部生态宜居新城，主打居住和公共服务功能，规划起点高

项目地块位于黄埔区长岭居板块。长岭居地处黄埔区中部，是连接北部知识城，南部科学城的纽带；根据黄埔区政府规划，长岭居板块定位为广州东部生态宜居新城，历经多次控规调整，现主打居住和公共服务功能，未来将是黄埔区中高端小区聚集地，正好与科学城形成功能互补；而本项目位于长岭居板块核心片区，同时是板块内综合服务的重要节点，整体规划起点较高，发展潜力较大。

——片区供地缓慢，发展不成熟，预计还需 10-15 年方可步入成熟期

片区规划用地共约 131 宗地，其中，91 宗居住用地，16 宗商办用地，其余为配套用地。目前片区处于发展初期，区域发展仍不成熟。片区内已建成并交付的居住小区共 8 个，已出让未入市地块共 4 个，预计未来 3-5 年有 5-8 个项目入市。区域公建配套正日益完善，如：区域内地铁 21 号线、有轨 1 号线均已开通运行；4 所学校已开学；广医大附属妇女儿童医院已封顶，预计明年开业；前海人寿国际医院在建等。

长岭居板块自 2012 年至今通过招拍挂出让土地约 20 宗，平均每年仅出让 2 个地块，而片区居住、商办、教育及医疗共规划有 131 宗地，按此速度拍地将导致区域发展缓慢，人口支撑力不足，对商业影响较大。根据发展成熟度预测，片区预计还需 10-15 年方可步入成熟期。

——本项目发展需充分考虑区域市场成熟度及人口支撑力度

本项目入市时点介于长岭居发展期向快速发展期转变的时点，届时板块规划逐步稳定，公共配套逐步完善；但此阶段区域市场成熟度仍仅有 40-50%，项目需要考虑较长的市场培育期，同时需要重点挖掘周边及潜在客群的消费需求进行业态规划。

2.1.2 自然条件

■ 气候

项目所在的广州市黄埔区地处北回归线以南，属亚热带季风气候，具有温暖多雨、光热充足、温差较小、夏季长、霜期短等气候特征。

■ 日照

黄埔区 2020 年度气候公报显示，2020 年全区日照时数为 1661.4 小时。其中 7 月的日照时数最多，为 207.1 小时；3 月的日照时数最少，为 52.1 小时。全区可见蓝天日数为 317 天；全区雾（含轻雾）日为 69 天。

■ 气温

2020 年，全区年平均气温 22.8℃，较常年偏高 0.4℃。7 月平均气温最高，为 30.3℃，12 月平均气温最低，为 14.9℃。全年高温（日最高气温达到或超过 35℃）日数共有 30 天，主要集中在 6-9 月，其中 7 月高温日数最多，为 14 天。

■ 风

2020 年全年平均风速 2.4m/s，12 月的月平均风速最大，为 3.3 m/s；9 月的月平均风速最小，为 1.8 m/s。全年主导风向为西北偏北风（NNW），出现频率为 29.01%；次主导风向为西北风（NW），出现频率为 12.81%。

■ 降水

2020 年，全区降水量为 1916.2 毫米。前汛期（4-6 月）降水量为 959.6 毫米，较常年同期偏多 2 成；后汛期（7-9 月）降水量为 639.6 毫米，与常年同期持平。全区降雨日数为 152 天，暴雨（日降水量超过 50 毫米）日数为 7 天。全区降水空间分布不均，项目所在长岭居板块年降水量约为 1900 毫米。

2.1.3 项目区位及交通条件

项目位于黄埔区中部长岭居板块，北邻帽峰山生态廊道，南靠科学城板块，属近郊待开发区域；根据规划长岭居又划分为 4 大板块，本项目处于长岭居核心板块，是片区打造区级商圈的根据地。



图 2-1 项目区位图

项目周边群山环绕，生态环境佳。项目东侧为已建成居住小区，南侧为项目自有住宅部分，北侧为城中村，西侧为规划中的华润长岭之门项目，项目周边居住氛围正在形成中，但四至发展仍待完善。

项目三面临路，其中北侧毗邻城市快速路“永顺大道”，道路交通相对便利；且项目距离有轨电车1号线/地铁21号线长平站仅约800米，公共交通通达性尚可。但地块与道路之间隔了一条泄洪沟，商业可达性大大减弱；且地块为狭长型，长度达约240m，不利于人车流导入。同时，考虑到长岭居板块发展不成熟，商业氛围较弱，人口支撑力有限，片区商业发展仍需要较长的培育时间。

2.1.4 项目属性界定

项目为地处广州近郊型居住新城，尚处发展初期阶段，商业居住氛围较弱；但具备生态景观环境，展示面佳的8.3万m²大体量商业项目。

2.2 整体定位

2.2.1 主题定位

长岭居 | 极致生活新领地

黄埔首个“微景区”创新空间

- 区域美好生活方式新地标
- 黄埔区零售商业迭代5.0样板
- 粤港澳大湾区都市微旅游目的地

2.2.2 形象定位

长岭 DREAM

悦生活 • 聚欢乐 • 泛文旅 体验式购物公园

- 以亲子体验、潮嗨游乐、生活美学等相关目的性业态引流，吸引周边及区域中高端家庭客群
- 结合特色业态与“景区式”创新场景营造，打造区域微旅游极致体验新聚场
- 打造集约化、多元化、特色化的目的性消费场所

2.2.3 案名建议

DREAM MO

长岭梦世界

释义：Dream MO=DM= Dream more ≥ Dream mall

■ **Dream：开启一场梦幻奇遇式微旅程体验**

- ① **梦想生活**：融入更多新兴元素，打造多功能理想生活消费场所
- ② **梦想空间**：赋予更多特色场景营造，打造都市生活的梦想第三空间
- ③ **梦想聚场**：赋予项目社交/娱乐/生活/学习/旅游等多重属性，打造年轻人的新聚场

■ **More: more than mall 不止是商场**

- ① **More characteristic**：更具特色，以特色重新定义长岭商业版图
- ② **More scenery**：创造更多网红“风景”，打造都市微旅游目的地
- ③ **More space**：创造更多体验及休憩空间，打破都市人群两点一线的单调枯燥空间
- ④ **More lively**：更具活力，更加热闹，给人极致沉浸式消费体验
- ⑤ **More intelligent**：更加智能化、数字化，带来舒适便捷的、高效的购物体验

2.2.4 档次定位

■ **形象档次**：以中高档形象入市

■ **硬件档次**：以中档标准打造

2.2.5 消费客群定位

基于长岭居定位及区域消费者画像，本项目客群以项目自身住宅客群、长岭居及黄埔区内社区居民、产业、休闲客群为主，辅以跨区域的目的性消费客群，旅游客群，往来商务客群等。

2.3 业态定位

采取“强目的性业态+常规综合业态”方案，主打特色主题体验业态引流，形成强引流爆点，辅以其他常规综合性服务业态。可引入某一业态的大型主题体验店（如：引入融创主题乐园等）作为核心发动机，带动整个项目发展。

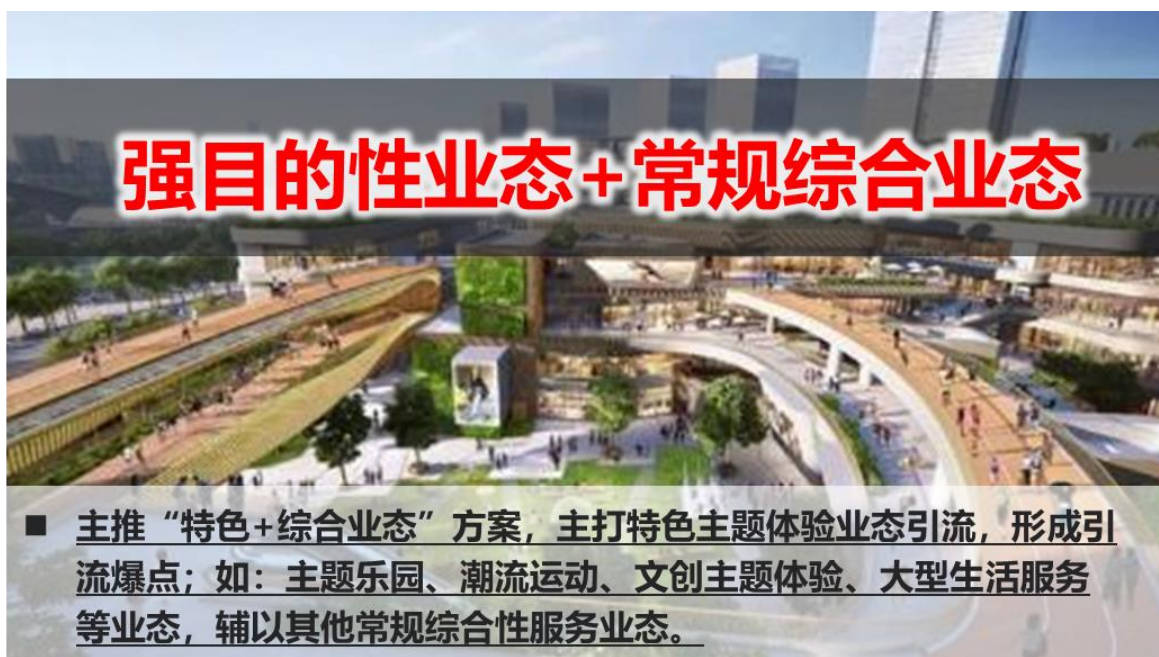


图 2-2 项目业态方案图

3. 规划设计原则

3.1 整体规划设计原则

本项目设计应遵循“以人为本”、“前瞻性”、“创新性”等设计原则，提倡绿色建筑、生态建筑、节能建筑理念，融入创新设计手法及提炼主题特色元素，以增强建筑辨识度及市场竞争力。

■ “以人为本”原则

项目设计应坚持“以人为本”的原则，注重整体规划、细节处理和创新设计，突出舒适性、实用性及人性化。通过功能、结构、空间、色彩、质地等多方面的个性化设计来保障商业空间的品质、档次与格调。

■ 前瞻性原则

项目设计时，要以战略眼光、全局观念和前瞻性思维，科学判断商业市场形势需要，充分考虑项目未来可能面临的竞争和挑战，建筑设计力争十年不落后。这涉及到许多方面，如：可持续的创新方案；建筑功能的灵活性（通过设计增强建筑的灵活性以应对将来建筑用途的改变或改造翻新的需要）；材料的选用；与新技术的结合；公共空间的创新；建筑及建材全生命周期内循环利用等。

■ 生态原则

项目设计方案时，应充分考虑周边生态环境，降低项目开发对周边生态环境的影响。同时，建议项目将绿色生态设计理念与项目内外部环境有机融合，打造生态楼宇，智慧楼宇，健康楼宇。

■ 资源原则

深入研究周边景观及交通资源，合理布局。尤其地块北面与道路之间隔着一道泄洪沟，需充分考虑如何利用泄洪沟优化项目景观设计；同时由于泄洪沟的阻隔导致项目可达性大大减弱，需考虑优化交通动线设计，构建高效便捷的交通系统。

■ 规范性原则

符合国家、广东省、广州市现行建筑、消防等相关标准与准则，设计内容及深度必须符合建设单位向政府各部门进行申报及各种技术论证等手续所需深度。

■ 协调性原则

设计单位应该全面掌握建设单位提出的设计要求，协调各相关专业顾问机构，合理体现设计的细节。

■ 价值实现原则

设计应采用灵活的手法，包括高效利用空间、资源、技术，协调环境、节能环保等，以增强建筑的吸引力和附加值，实现最大化综合价值。

■ 经济性原则

相关材料应选择通用型产品以保证工程开发的经济性要求；设计应充分考虑现有施工技术，包括选择易于施工的材料。采用节能环保技术，保证产品及材料的长期运营，并要在其使用寿命内取得最大的经济效益，以最少的能耗和运行费用提供舒适的内部环境。

■ 灵活性原则

充分考虑变动的市场趋势，保留建筑未来改造的弹性空间，预留大型目的性业态主力店空间打造的灵活性。

■ 可持续发展原则

充分考虑项目未来运营发展需求，加强环保、节能设计，促进可持续发展。

3.2 建筑外立面设计原则

■ 商业建筑更注重在立面空间上的变化，项目在设计上需以独特的创意，新颖的造型，夺目的视觉冲击力来塑造本项目。

■ 建筑的立面选色不宜过多，色彩的运用应避免杂乱；可考虑采用能代表项

目主题定位特质的颜色，突出项目的标志性。

- 作为建筑物第五立面的屋顶需着重打造，通过创新设计突出其艺术感、空间感、体验感。

- 要考虑广告位的统一设计和建筑景观照明及声光电的设计融合等。

- 商场外立面设计应注重与南侧住宅地块外立面的相互协调。

3.3交通组织设计原则

- 车流入口规划于人流较少处，人车流动线分离，避免交叉。

- 结合商业业态落位，合理组织内部人流动线。

- 整体考虑商业后勤以及商业人流流线组织，避免交叉。

- 交通与消防车道应满足消防要求并考虑最小用地红线退缩。

- 通过主题广场、增加退台，创新空间、空中连廊等设计提升商业价值。

- 室外照明、铺地方式结合商业人流考虑，加强对人流的导引作用。

3.4景观设计原则

- 结合项目主题定位进行环境和形象设计，同时可融入开发商品牌文化底色，以凸显项目品牌特质。同时融合项目北面水体资源，打造滨水休闲主题广场。

- 通过重点对主入口、入口广场的设计，营造丰富的、有新意的休闲景观空间。

- 充分利用连廊、平台及屋顶资源，设计平面绿化及垂直绿化景观，营造良好的绿化生态休闲氛围，实现项目内外景观环境呼应。

- 注重景观细节设计。在景观节点、交通枢纽和局部小环境等代表产品细部的方面，充分表现产品的精细度和质量、档次。

4. 项目总体规划要求

4.1规划总则

- 本项目在建筑规划设计时，应以国际一流品质标准、国内领先水准的建筑艺术、建筑技术和材料等进行打造，具备设计前瞻性，构建长岭居乃至黄埔区的地标性商业建筑。

- 突出商业整体定位及主题特色，通过创新建筑设计手法进行完美演绎及呈现。

- 总体规划中要注重与项目住宅在形象和档次上的相互呼应与和谐统一。

■ 在空间规划中，需考虑建筑、交通动线、服务、停车、出入口设计等各方面的协调性，并考虑消防，人防等有关规范的总体合理布局。

■ 从城市设计角度出发，综合考虑建筑整体形态进退与广场及交通组织的关系。

■ 突出商业临街主立面的商业氛围及形象塑造，尤其突出项目主入口效果。

4.2 规划设计要点

4.2.1 建筑形象标志性

■ **形象上：**由于项目地块形态为狭长形，临街展示面长，建议在设计上以独特的创意，新颖的造型，夺目的视觉冲击力来凸显本项目的独特昭示性及标志性。可考虑简洁现代的外立面设计手法，通过曲线运用、层层退台、空间造景等形式将建筑与生态、技术巧妙融合，构筑独具特色的建筑形象，成为长岭居乃至黄埔区首个幻变式商业空间。在考虑造型美观的同时，应遵照商业地上建筑建安成本为10亿的限额设计指标进行整体设计，并应提供符合市场报价的概算书。在各个设计阶段均应提供所选材料的样本或照片，以落实其可操作性。



■ **创意上：**建议融入项目主题特色进行设计，可通过几何线条，独特造型，特殊构造，空间造景等多样化的形式，凸显其独特主题创意。

■ **色彩上：**建筑立面的色彩对于完善立面造型效果起着重要作用。因此，建议控制主色调，可考虑采用明度较高，彩度较低的颜色。合理搭配次要颜色，以加强和丰富造型。次要颜色可根据商业建筑本身位置及功能的需要，适当采用明度较低，彩度较高的颜色。

4.2.2 业态规划布局建议

■ 项目地下空间无地铁直接连通，地下商业对本项目整体带动作用不大，如增加地下商业面积有可能导致停车场需下挖至地下三层，因此基于商业价值及成本角度考虑，建议地下楼层只做停车空间，规划地下两层停车场。

■ 根据地块出让条件，项目商业做满计容建筑面积 83899 m²至少需规划 6-7 层；考虑到商业空间会随楼层数增高商业价值递减的一般规律，建议设计单位创新设计手法，在保障商业空间舒适性、美观性、功能性等的前提下，尽量压低建筑楼层层数，避免楼层数过高而影响项目后期招商及运营。同时根据 CPPQ-A2-3 地块设计规划条件。商业计容中有 3988 m²属于可以出售货值。设计中需考虑自持物业及可售物业的分隔。

■ 基于商业价值角度将项目地块分为 A、B、C 三个位置，从交通、商业氛围、昭示性等方面对地块各位置商业价值进行评分可知：A 位置=B 位置> C 位置

✓ A 位置未来规划有连接主干道永顺大道的桥体，且相对靠近地铁长平站，外部人车流可直接在此截获，交通及昭示性相对较好，利于吸引区域外部客流，适宜规划大型目的性主力业态。

✓ B 位置前面为泄洪沟，人流需要从 A/C 位置汇入，此处交通到达性相对较弱，但可充分利用河涌打造水体景观资源。

✓ C 位置位于永顺大道与萝岭路交汇处，且邻近公交车站，可吸引东面住宅消费客流，客流达到性较高；此位置适宜规划综合性服务业态，满足周边住宅小区客流的常态性生活消费。



图 4-2 项目地块商业价值评价图

■ 基于项目地块商业价值评价，且考虑到项目地块形态为狭长形，建议将主题乐园等强目的性主力店布局在一侧，建议布局在地块西侧，可通过永顺大道引入目的性客流。根据品牌商家对物业条件的需求，可连跨 3-4 层，占地面积控制

在 3000-4500 m²；生活超市及其他综合性服务业态布局在另一侧，建议布局在东侧，靠近片区住宅小区，利于日常消费引流。



图 4-3 项目业态布局参考示意图

■ 由于需预留大型目的性主力店空间的灵活性，建议在建筑外观形态上形成整体性；在空间功能布局上保持相对独立性，内部空间预留灵活可变性（如跨层挑高空间预留后期加盖楼板的灵活性和改造其他业态的可变性等），交通动线高效便捷且布局合理，以实现大型目的性主力店空间与其他综合性服务业态空间既独立又统一。

4.2.3 商业设计指标参考

指标		产品参数建议	备注
商业计容 建筑面积（m²）		83899	不含地下停车场
楼层布局		■ 地下楼层均为停车场 ■ 地上楼层为商业	
建筑 指标 参考	层数	地下两层，地上 6-7 层	地上商业具体可做几层，设计单位需考虑地块出让条件进行合理布局，在保障商业空间舒适性、美观性、功能性等的前提下，尽量压低建筑楼层层数，避免楼层数过高而影响项目后期招商及运营。
	层高	■ 首层 6m ■ 二层及以上（不含顶层）5.5m， ■ 顶层：如总层数为六层，则顶	根据《广州市规划管理容积率指标计算办法》规定，集中大型商业第六层及以下（含地下层）层

		<p>层可考虑做到 6m，以满足休闲娱乐业态高层高需求。如超过六层按相关规定执行。</p> <p>■ 地下停车场：小型机动车库建议 4m；货车区域建议 6m，建议货车设置独立车道通往室外。</p>	<p>高要求$\leq 6.7m$，第七层及以上层高$\leq 4.5m$，超过此高度将按该层水平投影面积相应计算容积率。</p>
	使用率	<p>■ 初步建议控制在 50%~60%</p> <p>■ 过分追求高使用率会影响交通空间及商业空间的舒适性与档次品质</p>	<p>项目设置有大型目的性主力店，在一定程度上会提高使用率</p>
	大型目的性主力店设计	<p>■ 占地 3000-4500 m²</p> <p>■ 挑空 3-4 层</p> <p>■ 预留后期加盖楼板的灵活性</p> <p>■ 大通间，无柱网/少柱网为宜</p> <p>■ 保持建筑立面整体统一性，同时与其他综合性业态保持相对独立</p>	<p>建议布局在地块西侧</p>
	中庭	<p>■ 建议设置两大中庭，分布于地块东部及中部位置，可赋予不同主题，打造沉浸式创新体验空间。</p> <p>■ 中庭面积根据平面空间布局及使用率合理规划。初步建议主中庭尺寸空置在 450-800 m²，具体由设计单位核算后确定。</p> <p>■ 尽量创造中庭无柱空间</p> <p>■ 中庭顶部天窗建议考虑遮阳及透明设计，天窗大小由设计单位核算确定。</p> <p>■ 顶部预留悬挂吊钩</p>	<p>西部由于规划了大型目的性主力店空间因此无需打造中庭</p>
	通道	<p>■ 主通道建议 8-11m</p> <p>■ 次通道建议 4-6m</p>	<p>数据仅供参考，具体由设计单位核算后确定</p>
	柱网	<p>■ 初步建议 8.4m\times8.4m</p>	<p>数据仅供参考，具体由设计单位核算确定</p>
	电梯	<p>■ 垂直电梯需能到达停车场及与影院或其他目的性业态等有特</p>	<p>具体布局位置及数量需设计单位及机电顾问具体核算后确定</p>

		殊营业时间的功能结合，作为延时电梯使用。 ■ 客梯及观光梯可考虑设置在中庭一侧。货梯可考虑设置在地块南侧商业内街沿线方向。 ■ 扶梯：可在两个主要中庭之间布置一组上下扶梯	
	铺位设计	■ 铺位面宽进深比 1: 2 较佳，不宜超过 1: 3 ■ 非主力店铺位实际面积建议：60-150 m ² 不等	面宽直接影响商铺展示性，进而影响品牌商家的进驻决策；进深影响商户经营活动的开展，进而关系到商户的营业收益
备注：以上数据仅供参考，具体以建筑/室内设计单位、结构及机电顾问、施工单位等专业工程单位最终核算数据为准。			

图 4-4 项目建筑设计指标参数参考图

4.2.4 交通动线布局建议

■ 项目西面紧邻地铁出口及永顺大道；东面邻近公交站及萝岭路，东西面的人流量最大，昭示性强，适宜布局商业主出入口；

■ 北面邻泄洪沟，南面连接项目自身住宅，因此，适宜在南北布局商业的次出入口；

■ 东南两侧可承接永顺大道及萝岭路车流，适宜布局地下停车场出入口；

■ 由于北面有水体阻隔，人车流只能从两侧导入，因此建议在北面中间位置再增加一座人行景观桥体，以提升商业的可达性。此处景观桥应该纳入本次方案设计考虑。

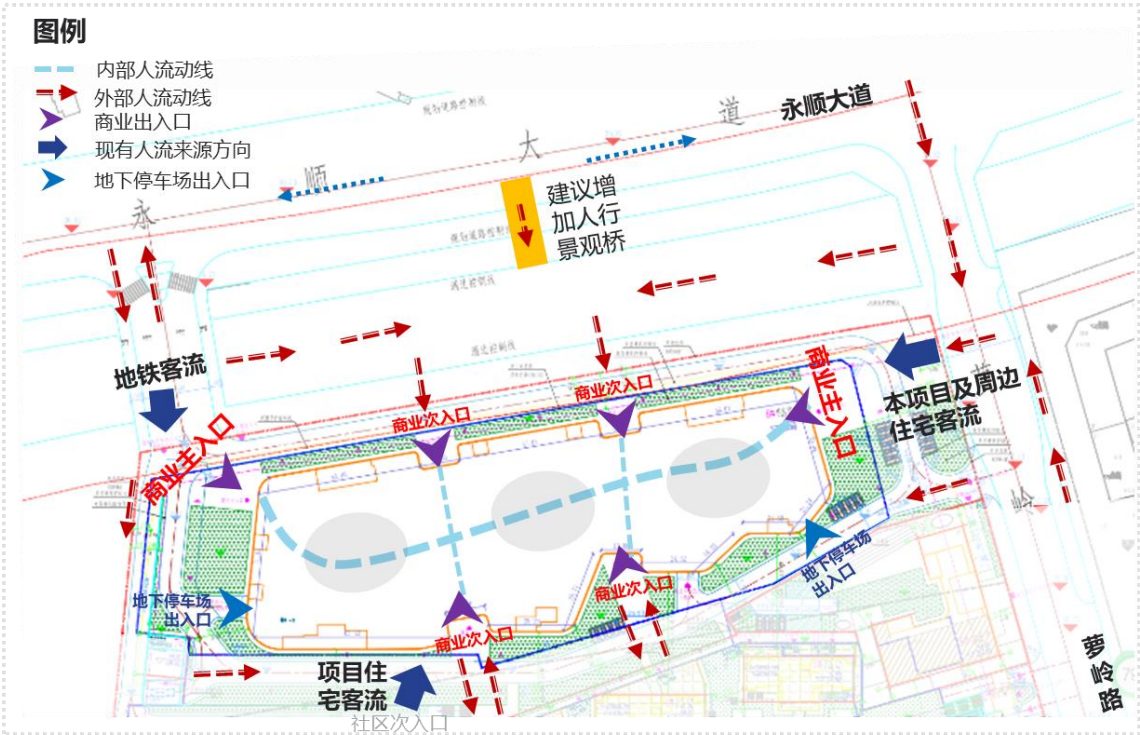


图 4-5 项目交通组织动线参考图

4.2.5 停车场设计建议

■ 地面停车场

地面建议设置临时及紧急停车位，并相应设计停车场，停车智能导视系统。建议设置在地块东西两侧及南侧的空地位置，避免占用北侧主展示面。在东西两侧次要交通干道上设置的士、巴士等落客区。

■ 地下停车场

地下停车场设置在地下 1-2 层，建议与住宅地下车库进行连通。机动车位总量及装卸货泊位按项目地块出让条件规定设置。如各方面条件许可，机动车位配置按 1-1.2 泊/100 m² 相对较佳；非机动车标准参照项目出让条件要求配置数量的下限设置。同时，应考虑运货货车到达地下服务区的方式，在地下合适位置设置卸货区，以满足商户货物运输卸货的需求，且需考虑客货分流设置，后勤车流与顾客车流分离。

4.2.6 项目亮点打造建议

■ 特色中庭空间打造

中庭作为商业空间的“心脏”，需以独特的形态和组织方式来体现项目的独特灵魂，激发消费者购物、游逛的兴奋点，让其有一个巨大的互不干涉的体验氛围。首先中庭面积需根据楼层平面布局而定，不宜过大或过小，且需平衡空间关系及使用率。中庭空间可通过退台、造型变化等将消费者的视线向上引导。同时

可结合项目主题定位，融合垂直绿化及空中造景（如：室内雨林、沐光森林等）等打造网红特色主题中庭空间，增强空间趣味性、可逛性、打卡性，以吸引人流向高层移动，提升高楼层商业价值。



图 4-6 项目特色中庭打造参考图

■ 网红打卡爆点营造

项目可考虑结合广场，屋顶及室内公共空间等打造多元特色网红打卡点作为“吸睛利器”，“坐实”项目“微景区”主题，成为区域乃至全市年轻客群的休闲微度假及打卡目的地之一。如：网红空中跑道、广场地标性公共艺术装置/雕塑、

室内玻璃栈道等。



图 4-7 项目网红打卡点打造参考图

■ 创意主入口设计

入口是商业建筑给予消费者的第一印象，需要具有特色和辨识度，且应适应周边环境，因地制宜。入口的设计可考虑融入项目主题元素，借助艺术造型，自然生态元素，科技元素等进行创意打造，用充满艺术性的设计强化视觉冲击力，以达到形象鲜明醒目，易于识别，吸引顾客的效果。



图 4-8 项目主入口设计参考案例图

■ 特色公共空间营造

项目可考虑营造更加多元化的特色空间，融入特色主题或沉浸式场景包装。同时在设计上巧用创新手法营造更加多元的、有趣的、个性的公共空间，供消费者休憩及休闲，为项目吸引和留住更多消费客流。

具体打造参考如下：

- ✓ 沉浸式室内主题空间（结合业态打造，如：室内创意主题街区）

- ✓ 立体化空中慢行步道（可考虑结合屋顶打造）
- ✓ 屋顶欢乐聚场（可考虑结合业态打造，如屋顶无边际泳池可结合健身会所打造）
- ✓ 滨水休闲广场（结合北面泄洪沟打造）
- ✓ 免费亲子游憩空间（可考虑结合广场打造）
- ✓ 智慧停车空间（结合停车场打造，可融合一些特色主题包装，凸显个性化）
- ✓ 多元生态空间（结合室内外景观打造）
- ✓ 特色主题洗手间（以装修风格凸显）
- ✓ 网红 Live 秀场(结合中庭空间打造)
- ✓ 情景式个性商业空间（结合业态及品牌打造）



图 4-9 项目公共空间打造参考图

项目屋顶可考虑结合部分高端餐饮业态及运动主题打造多元素屋顶场景：

- ① 通过层层退台设计，将屋顶与地面串联起来，打造空中环形跑道，成为周边市民运动打卡地；
- ② 或预留部分区域结合酒吧/清吧/高端西餐等业态，打造长岭居仅有的24小时屋顶夜生活目的地；
- ③ 或可预留部分区域，融合部分功能性业态（如：婚庆、会所、健身房等），打造高端活动场地；
- ④ 或可考虑结合儿童游乐业态，打造大型主题乐园（如：广州白云安华汇的方舟主题乐园）；



图 4-10 多元素屋顶场景打造参考图

■ 室内外特色导引系统

✓ **智能化导视系统：**依托现代智能科技，结合项目视觉识别 VI 设计，打造项目所独有的智能化、数字化导视系统。

✓ **广场特色导引：**可通过设置游戏互动、艺术装置、景观小品等，配合休憩功能或快闪店等商业内容，将人流从入口快速往内部商业引导。

5. 设计依据

- 《CPPQ-A2-3 地块规划条件》、《CPPQ-A2-3 规划条件补充要求》等
- 《中华人民共和国城乡规划法》（2015 年修订）
- 《民用建筑设计通则》
- 《建筑设计防火规范》
- 《广州市城市总体规划(2017—2035 年)》
- 《广州市城乡规划技术规定（2018 年修改）》
- 《广州市地下空间开发利用管理办法》
- 《广州市规划管理容积率指标计算办法》
- 《广州市绿色建筑和建筑节能管理规定》
- 《广州市园林绿化养护管理技术规范》
- 《广州市地下工程及深基坑安全监测预警办法》
- 《广州市人民防空工程建设和使用管理规定》

- 《广州市黄埔区广州开发区商业网点布局与发展规划(2020-2030)》
- 广州市及黄埔区其他现行的有关规范、政策、条例、规定、技术要求
- 地方其他现行有关建设工程设计等规范、政策、条例、规定、技术要求
- 设计应符合消防、卫生、防疫、交通、环保、人防、防火等国家及广东省有关法规、规范方面的要求
- 本设计任务书的其他要求

6. 竞赛阶段设计成果要求

6.1 设计成果要求

6.1.1 工作内容

概念设计通过对项目背景信息研究及解读以及类似项目设计解读，形成本项目建筑设计方案。

专项研究分析包括对建筑系统设计、标志性设计理念、绿色生态建筑可持续策略设计和分析、结构体系的分析等。其中，建筑系统包括建筑体量与外部空间结合、平面功能与动线布局、层高和净高研究、垂直交通、场地车流分析、消防系统、立面幕墙系统、停车系统等。

6.1.2 提交成果要求

(1) 竞赛阶段提交的成果必须包含：文本图册（文字说明、表达图纸）、A0 展示图板、电子文件【含成果文本文件、多媒体演示文件（8-10 分钟，包含不少于 90 秒的电脑动画，中文配音）、图形文件等】、模型 1 个（须结合商场南部住宅地块方案制作项目整体模型，制作比例为 1:500），具体要求详见资格预审文件第 4 点（3）“竞赛阶段设计成果内容要求”。

(2) 图纸要求

概念方案设计图纸至少需要标注的内容有平面尺寸、标高、面积等，同时应对结构体系有清晰的表达。应包括但不限于以下内容：

- 总体规划总平面图（CAD）
- 设计分析图纸
- 区位分析图
- 区域交通分析图
- 城市设计相关分析图

- 出入口和道路交通规划图，停车分析图（含人、机动车包含、货车、消防车、非机动车），商业业态分布图，商业流线分析图
- 消防疏散平面
- 经济技术指标及设计说明
- 建筑平面图纸，包括地下室所有平面图，首层平面图
- 主要立面图（应能体现建筑特点）
- 主要剖面图（应能说明建筑空间关系）
- 商业平面规划相应图纸
- 彩色总平面图及主要建筑效果图，包括但不限于鸟瞰效果图、不同角度透视效果图、主中庭效果图、夜景效果图，重要空间室内意象
- 其它体现规划概念设计意图的图纸

7. 中选后设计范围及成果要求

（1） 中选方案单位在中选后的深化阶段，需根据政府挂牌指标、规划要点、专家意见及业主内部设计意见，进行对应概念设计方案修改。概念设计方案通过审批后，随即继续展开建筑方案设计。

（2） 正式启动方案设计前，业主根据中选方案的个性化部分再次补充设计要求。如业主聘请特殊的专项设计顾问，例如厨房设计，交通顾问设计，应配合顾问提供的意见进行建筑概念方案调整。

（3） 方案设计及建筑专业初步设计

建筑（含外立面）方案及初步设计范围及内容为：本项目全部地上地下部分的建筑深化设计，深度等同于建筑专业初步设计的要求（主要包括总平面，平、立、剖面初步设计），以及出地面的管井、楼电梯间、下沉广场等平面、外立面设计、下沉庭院、及地下商业部分等主要使用公共区域设计。施工图设计单位根据概念方案设计，协助中选方案单位优化地下室的设计（主要配合规范、法规，落实公共区域，车库，机房等区域的合理合规性，各种人流动线合理性），以及出地面的管井、楼电梯间、下沉广场等平、剖面设计。中选方案单位与施工图设计单位在本阶段需互相配合、提资、审核各阶段设计。主要成果包括但不限于：项目总平面，平、立、剖面初步设计图，外立面重要节点大样等。