



当前位置: 景观中国 >> 景观文章 >> 作品赏析 >> 德国大众汽车城主题公园

德国大众汽车城主题公园

作者: [丁一巨](#) 发表: 中国花卉报[评论\(2\)](#) 打印景观文章 · 景观中国 <http://paper.landscapecn.com>

摘要: 大众汽车城主题公园不仅仅展示最新款式的汽车, 还借助建筑师、景观设计师、艺术家、科技人员的智慧塑造公司的品牌形象, 大众集团公司也希望借此向人们展示公司的全球战略和雄厚的实力。

汽车影响着现代人的生活。作为德国支柱产业的汽车制造业早已认识到, 只局限于生产高质量的汽车已无法满足时代的要求, 愈来愈多的企业在提高汽车生产效率, 保证产品质量的同时, 更注重发掘其文化内涵, 塑造符合时代特征的企业新形象。汽车制造公司通常与建筑师、景观设计师、艺术家等合作, 或在公司总部, 兴建标志性总部大厦, 如宝马公司在1972年建成的由奥地利建筑师卡尔·施旺哲(Karl Schwanzer)设计的外形如四个汽缸发动机的宝马总部大厦及博物馆; 或结合城市改造, 兴建以汽车为主题的城市主题公园(大众汽车城主题公园)及城市文化广场(奥迪广场)等, 以此向人们表明汽车已不再是简单的运载工具, 而是日常生活中不可或缺的良友, 体现着高水准的生活品位。此外, 在总部设立销售中心, 可以让前来买车的顾客有机会了解汽车工业的发展状况, 加深对汽车品牌及相关知识的了解。这一设计理念最早来自于德国奔驰公司, 由于奔驰公司总部所在地施瓦宾地区的老百姓在购买汽车时大多都精打细算, 为了节省新车的运输费用, 他们情愿直接去总部领取新车。同样精明的奔驰公司, 马上意识到这里蕴藏着商机, 他们在建造销售中心的同时, 于1923年兴建了德国最早的汽车博物馆, 并取得了良好的效果。

本文将着重介绍新近建成的大众汽车城主题公园。



1938年, 沃尔夫斯堡市(Wolfsburg)作为德国当时的现代化汽车城而发展起来, 二战后继续生产大众牌汽车。现在该市人口约12万, 其中绝大多数为大众公司职员。1996年大众集团在沃尔夫斯堡市公司总部附近, 利用德国中部运河旁边原有的贮煤场, 辟出一块25公顷空地, 投资8亿5千万德国马克, 兴建汽车城主题公园, 并作为2000年汉诺威世博会的展场对外开发。来自柏林的建筑设计师冈特·亨(Gunter Henn)形容汽车城主题公园的总体概念为“结构与独特性”, 其中主体建筑如康采恩广场、汽车塔楼与顾客中心等, 以大体量来体现结构特征。这是一项涉及建筑设计、规划设计、景观设计的综合项目。在设计这样的项目时, 不仅仅要树立一种企业形象, 更重要的是通过这种形象传达企业信息和文化。汽车公园中的两幢玻璃塔就传达了这种信息, 它们象征着技术进步、透明度和向上的冲劲。7个独立的汽车品牌馆用来展示大众集团下属7个主要品牌车的独特风采, 包括大众、奥迪、斯柯达、赛尔特、兰波地尼和本特莱等。康采恩广场位于公园南端, 与运河平行, 钢结构玻璃幕墙大厅亦作为公园的主要出入口, 并设有餐馆、咖啡厅、电影院及儿童世界等多功能活动空间。公园的主体建筑是两幢42米高的圆柱形玻璃塔楼, 每幢塔楼可存放400辆大众新车, 它们与椭圆形的顾客中心相连接, 每隔40秒就有自动升降装置从20层高的塔楼里取出一辆车, 并送至顾客中心。建筑师把这两座透明的汽车塔楼比喻为汽车城公

专题 Topic



分类 Class

景观综述	学科教育	理论研究
设计实践	人物/事务所	作品赏析
景观生态	园林绿化	园林文化
景观工程	城市研究	保护与更新
人文地理	随笔杂谈	演讲实录
城市规划	建筑设计	景观艺术
设计史	风水研究	旅游规划
城市设计	技术应用	水景观

本周热点 Hot

没有论文排行

期刊导航 Magazine

[城市环境设计](#) | [中国园林](#) | [景观设计](#)
[风景园林](#) | [国际新景观](#)
[国际城市规划](#) | [规划师](#) | [城市规划](#)
[建筑学报](#) | [新建筑](#) | [城市建筑](#)

文章统计 Stat

文章总数: 2342
 文章浏览: 9085148
 网友评论: 2481
 文章下载: 2199

特别说明 Explain

由于目前国内不同专业背景的人士对Landscape Architecture的中文译名存在差异, 所以就导致相关文章中会出现诸如景观设计(学)、景观建筑(学)、风景园林等不同叫法。此处特别提示, 以免读者混淆, 不做争论!

截止2006年7月26日全部文章列表

园里“撞击心灵的玻璃发动机！”图为大众汽车城主题公园内的阶梯水池。

与大体量的康采恩广场和汽车塔楼相比，7个汽车品牌馆则显得小巧且富于个性，外部造型及内部展厅设计充分反映了各个汽车品牌的特殊品质。例如，本特莱馆体现了英国人不张扬、注重内含的绅士风度，该馆的主体结构隐藏在一座圆形小山下面，从外部只能看到展馆的入口。但当人们走进展馆，就会感到其典雅高贵的英式风情。与其相反，兰波地尼馆表现了意大利人热情奔放的个性，为突出跑车的巨大动力，展馆的外形宛若从天上掉下来的黑色石块，深陷土层内，黑色的立方体又如装着野兽的笼子，兰波地尼给人们带来的是风，是雨，是闪电，是雷鸣。

不过并不是所有的汽车品牌馆都展示汽车，例如在大众品牌馆里，人们就看不到一辆汽车。这个透明的玻璃立方体内有一个球形结构的360度环绕影院，影院内放映由德国影星参加摄制的反映安全性能的童话故事短片。与之相似，奥迪品牌馆则展示奥迪轿车用户的家具陈设，以反映品牌的普及性以及奥迪卓越纯朴的产品品质。

汽车城主题公园的景观设计由汉堡WES景观设计事务所承担，设计师充分利用现有自然条件，配合建筑师，创作以城市广场、人工湖和岛屿景观为特点的主题公园。公园看上去更像是一个高尔夫球场，有水池和丘陵。现代化的汽车博物馆则“生长”在山水之间，为人们提供了极富文化气息的休闲空间。将工业文化与园林景观结合起来，体现自然、人、技术的和谐，这也是当今社会发展的趋势。景观设计师在公园南部主要入口处，以宽阔的城市广场突出长方形大厅的体量；在大厅以北与人工湖之间的广场上，行列种植落叶乔木形成林荫广场，并在临近人工湖一面设亲水平台。

公园的中心为人工湖和岛屿景区，景观设计师引入运河之水，形成1.6公顷的人工湖，在湖中央设有水站和过滤装置，利用人工湖与运河之间的高差，形成40米宽的瀑布景观，构成运河与人工湖之间的水循环。挖湖工程中景观设计师巧妙利用土石方平衡进行地形改造，形成颇为自然的岛屿景观，用会标的造型语汇设计地形，使景观成为宣传公司、扩大公司影响力的重要组成部分。汽车品牌馆分别坐落于湖岛之间，为了突出各馆特色，除了考虑外形与内部展示风格外，还在树种选择上加以区别。比如在大众馆周围种植桦木，在奥迪馆种植槭树，用英国栎树来衬托本特莱馆，以板栗树反映兰波地尼故乡地中海地区的风情，在赛尔特馆附近配植银柳，于斯可达馆边种植波希米亚椴树等。

景观设计师利用广场、人工湖与岛屿合理安排游览路线。他们根据现有条件，创造了一条斜向轴线——北起火车站，穿过运河大桥进入公园，经过中心人工湖区再穿过两座汽车塔楼一直延伸至老城区的宫殿，形成纵长的景观轴线。

大众汽车城主题公园不仅仅展示最新款式的汽车，还借助建筑师、景观设计师、艺术家、科技人员的智慧塑造公司的品牌形象，大众集团公司也希望借此向人们展示公司的全球战略和雄厚的实力。

作者简介

丁一巨：1990年获南京林业大学硕士学位，获得德国慕尼黑工业大学博士学位后在该校工作，同时兼职于德国瓦伦汀景观建筑与城市规划设计事务所。2003年担任该事务所中国地区首席代表。

有奖上传

免费下载

浏览:4740 评论:2 上传:cbsky 时间:2004-7-5 编辑:清心

【声明】 本文不代表景观中国网站的立场和观点。转载时请注明文章来源，如本文已正式发表请注明原始出处。

上一篇：保护人居环境的五大战略
下一篇：南京银杏湖会所绿地设计说明

读者评论

所有评论

为人民服务 发表时间：2005-4-10 17:29:29

[回复本帖](#) 回复数：0

好

十老亨 发表时间：2005-4-3 16:18:24

[回复本帖](#) 回复数：0

【×CLOSE】 【↑TOP】

设为首页 | 加入收藏 | 关于我们 | 征稿说明 | 内容合作 | 网站地图

▲ TOP

主办：北京大学景观设计学研究院 北京土人景观规划设计研究院

电话：010-62745826 Email: webmaster#landscapecn.com (发邮件请把#换成@) 客服QQ: 200896180

办公地址：北京市海淀区上地信息路12号中关村发展大厦A103 邮政编码：100080

Copyright © 景观中国 2003 - 2006 landscapecn.com All rights reserved