



沃尔夫斯堡大众汽车城

The Automobile City, Wolfsburg

建筑设计 Henn Architekten
图片 Henn Architekten

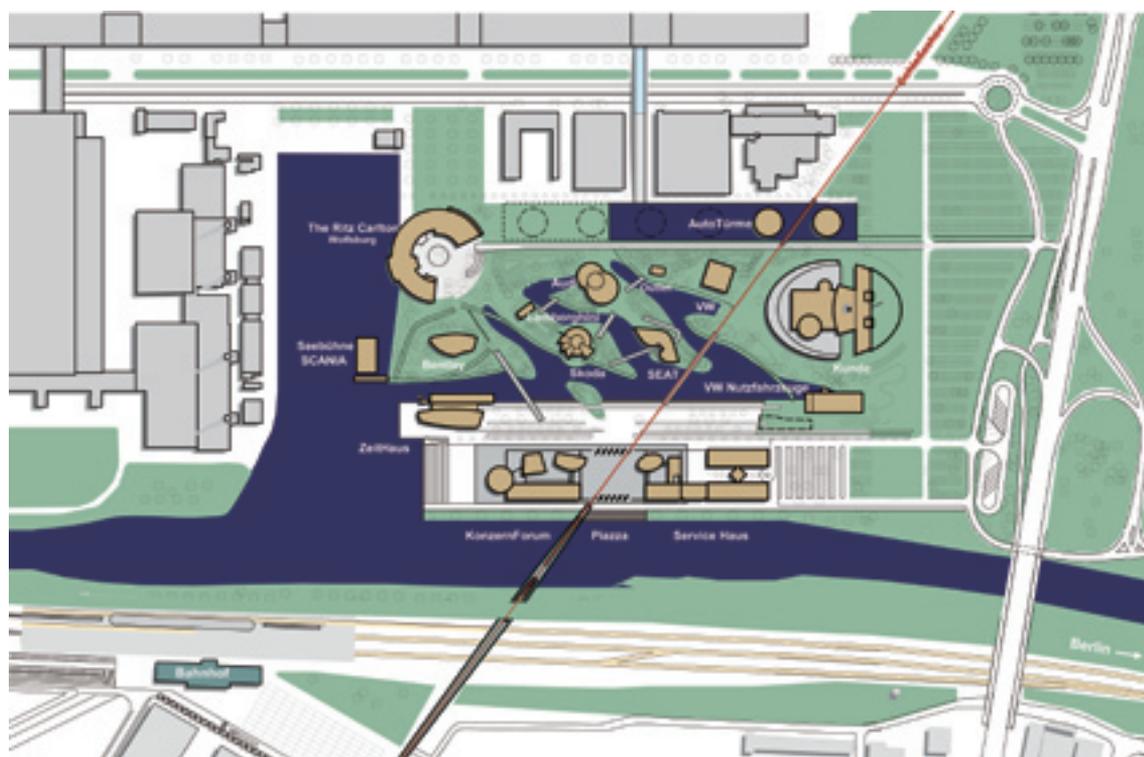
鸟瞰汽车城 摄影师：©W. Huthmacher

1 项目概况（VW Autosdadt 22ha）

景观设计：WES & Partner, Hamburg

沃尔夫斯堡汽车城坐落在市区的东北部，是一个综合了大型建筑和小型展厅、桥梁、海洋、滩涂、山丘、绿地、市场服务区和便捷交通道路的工业区，占据了极佳的地理位置。精细而广泛的各种功能要素创造了活泼的城市形象。铁路与航运、大众工厂与沃尔夫斯堡的城堡都使汽车城与城市建立起有机联系。

汽车城的设计没有照搬书本上的建筑原理，而是和城市的规划理念“建筑群体与事件”紧密相关：“建



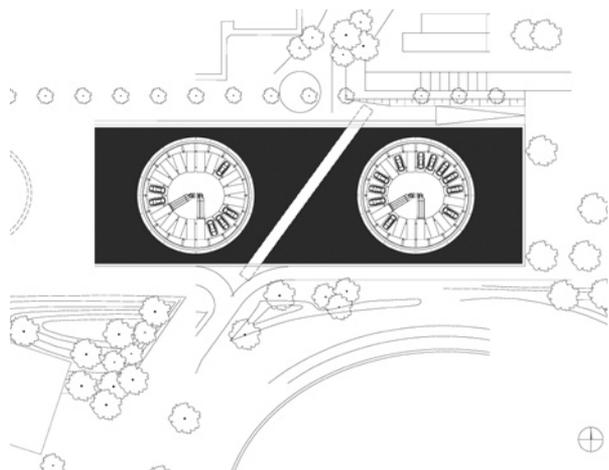
汽车城总平面图

筑群体”由一组大型建筑组成，包括会展中心、酒店、博物馆、客户服务中心等；“事件”则是由附属于建筑群的许多独立品牌的小型展厅组成。这个城市实践颠覆了传统的“现代化过程”——个人模式决定了整个城市从房屋到室内装修风格。“透明”是整个建筑群的表达方式，极富表现力的设计与永恒的材料创造了远远高于“时尚”的营造方式。材料反映出功能，加强了不同的建筑之间的联系。大众汽车城客户接待厅具有极高的透明度。玻璃立面与屋顶形成了开放的入口与玻璃塔的建筑形象。

2 汽车塔库 (Autotuerme 25 170m²)

沃尔夫斯堡汽车城北部边界主要有两片区域：矩形水池和位于东北部的两个玻璃状建筑——汽车塔库；另外还计划建造四座塔库，它们都象征着汽车生产制造的过程，并用来自暂时存放购车客户尚未提取的新车。

汽车城依一条长长的水道向北延伸，其东北部有两座高达48米的圆柱体玻璃建筑，即作为汽车高架仓库使用的汽车塔。塔库20层，可以容纳400辆汽车，它们通过电梯实现吊运放置。每40秒就有一辆新车下线进入塔库。与此同时，塔库中的汽车也会有一辆被运往客户服务中心，如此就形成了积极的循环链，好似汽车城一颗跳动的玻璃心脏。



汽车塔库首层平面图



剖面图



夜景 摄影师：©Mark Henderson



塔库内部 摄影师：©Mark Henderson

3 丽思卡尔顿大酒店 (Hotel RITZ-CARLTON 20 800m²)

室内设计: Andrée Putman, Paris.

五星级酒店丽思卡尔顿位于汽车城的东北方,形像一个凹陷的圆环,欢迎着来自远方的访客。另外,它也保护着内部的安全。一片日式花园被暖色调的天然石材立面环抱围绕,在其中徜徉、逗留,好不惬意。这栋建筑结构沿用传统营造法式,即基础层、标准层和阁楼层。建筑构件的外凸与内凹使得基础层和阁楼层不同于标准层设计,让人们很容易区分。一层空间包括了大堂、餐厅、小酒吧和会议室。酒店拥有174间客房,包括19个套房和2个总统套房。



剖面图



摄影师: ©W. Huthmacher



4 “企业论坛” (Konzernforum 31 088m²)

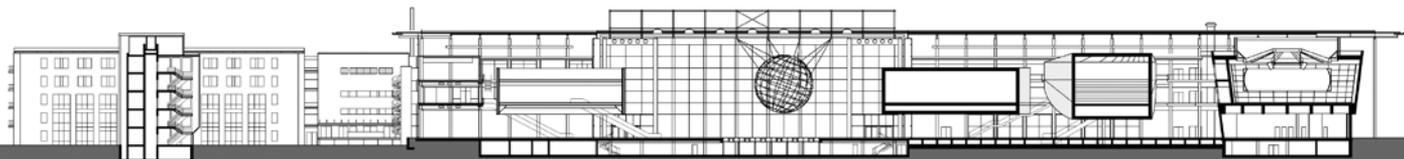
餐厅室内设计: Tony Chi & Associates, New York and United Designers, London.

零售区室内设计: Virgile & Stone Associates, London.

汽车城的主入口朝南,建筑周边环境有一条步行桥直接通向“企业论坛”正门,既延伸了城市历史发展的轴线,又将汽车城与城市中心联系起来。进入正门后接待厅展示了整个建筑的第一个大尺度内部空间:六组高大且能旋转的玻璃门支撑起了建筑入口,成为面向城市中心的大门;而北向同样的六组玻璃门则将参观者引入汽车城。六组玻璃门的形式均为类似飞机机翼的梭形断面。整个开放式的柱式大厅可以被看作是一种现代

与历史建造手法的衔接，带人追溯到那个经典的历史时期。当大厅需要关闭时，玻璃门就像百叶窗的薄片一样，封闭了整栋建筑。

两面玻璃柱体之间为一个高大开敞的中庭空间，城市规划要素在这个空间内被反复地重复使用。中庭空间传递了一系列的建筑特征与功能，包括隐秘而富有色彩的立方体空间、餐厅、电影院。虽然这些功能元素会发生改变或者更新，但是大厅依然代表大众集团（Volkswagen Group）。



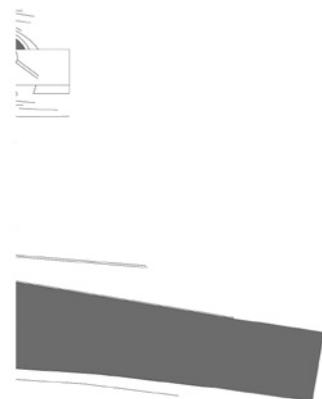
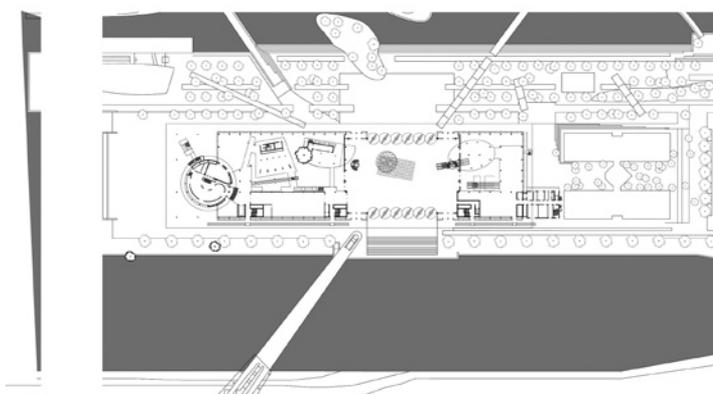
纵剖面



摄影师：©Bauer



摄影师：©Bauer



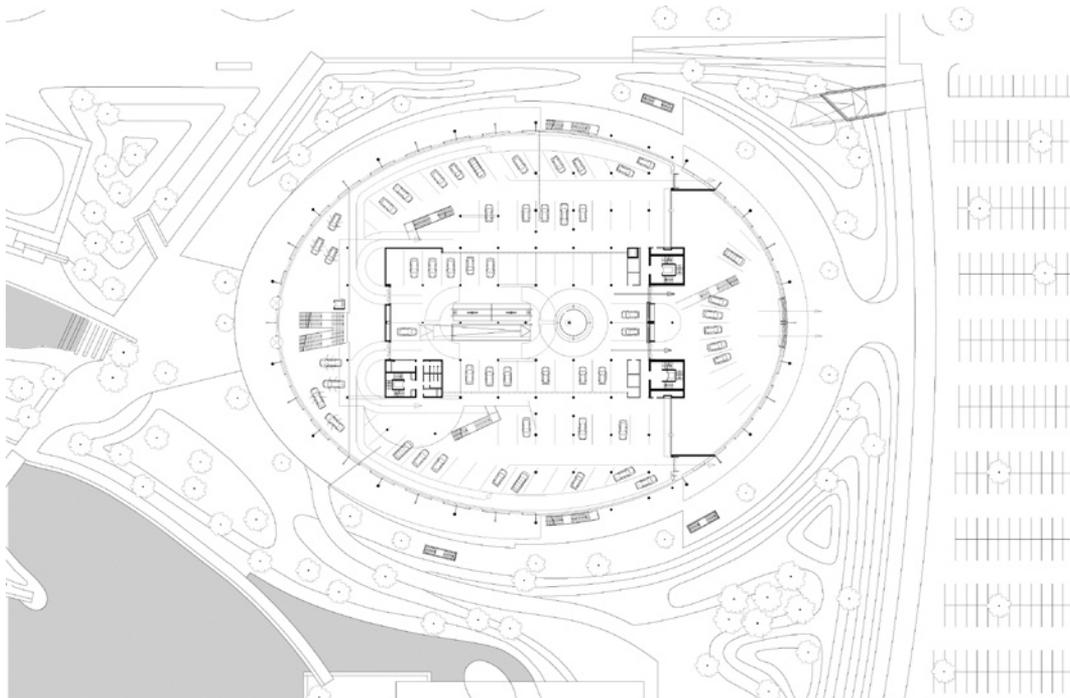
首层平面



5 客户中心 (Kunden Centre 23 650m²)

客服中心位于汽车城东部，外形类似一个大的扁平椭圆，东向插入五层高的行政办公楼，建筑因此被分割成东、西两部，但平面上保持了完整的椭圆形态。建筑通体为玻璃幕墙，部分透明的悬挂屋顶显示了建筑的开放与渗透性。整个屋顶重量由从中心延展至边缘的斜拉钢索承担。首层空间可以容纳30个工作间，完整的工作程序尽收眼底；此外还包括60个展览厅位。建筑的开放姿态酷似一个大的广场，顶层为向外延伸的悬空平台，提供其他功能服务，遮盖了部分椭圆平面。

摄影师：©W.Huthmacher



一层平面

6 “时代之家” (ZeitHaus 8 110m²)

展陈设计: Jack Rouse Associates, Cincinnati and Jordan Mozer Associates, Chicago.

室内设计: Tony Chi & Associates, New York and United Designers, London.

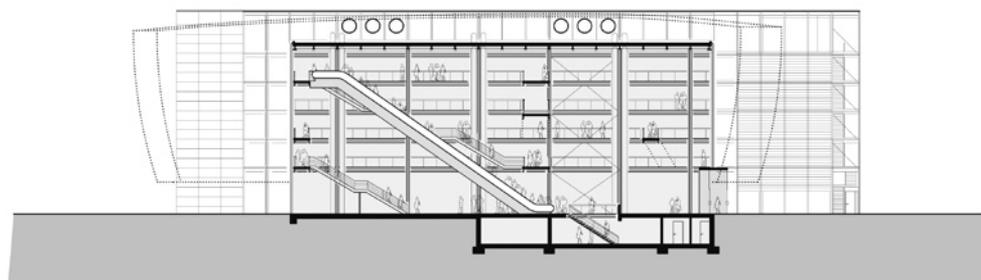
“时代之家”包含模拟与数字技术两种对立的基础元素。在高一些的玻璃盒子式的建筑中,汽车被放置在多层钢架上按时间年份展出,排布合理,远远望去像隔间里的微缩模型一般,这种方式具有数字存储器的逻辑性。屋顶呈弓形的弧形体汽车展示空间则体现出其社会与文化背景,参观者也随之踏入通向往昔的记忆隧道,呈现出一种充满情感的元素展示方式,就像模拟存储一样:定向。一栋是玻璃方盒子,透明且棱角分明;另一栋整体几乎无窗,像充满神秘的岩石体。天桥与楼梯连接着两栋建筑之间的交通,就像连接左右脑的神经系统一样。



摄影师: ©Stefan Mueller-Naumann



一层平面



纵剖面

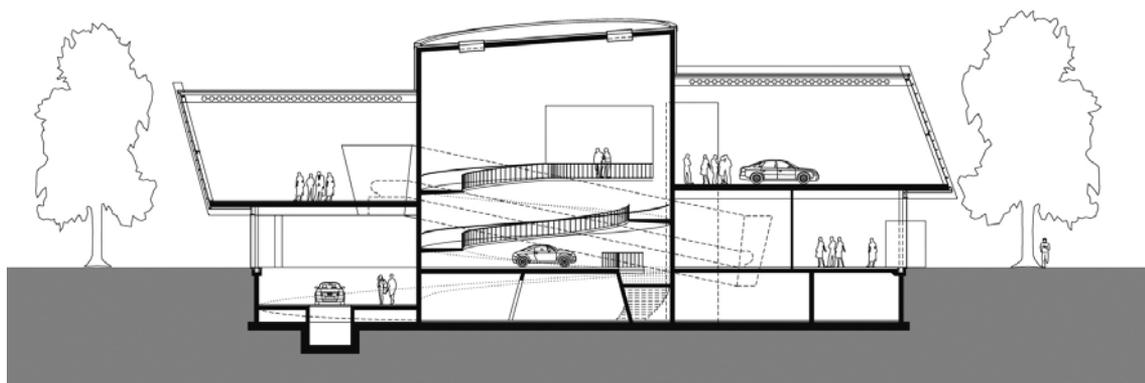


7 奥迪展馆 (Audi Pavilion 2 219m²)

合作设计师: Confino, Lussan.

四个“圆环”组成了奥迪展厅平面造型, 同样也形成精致、优雅、充满设计感的品牌标志。与奥迪标志的毗邻圆环不同, 这些圆环层叠出现, 呈竖向螺旋状。生活方式, 复杂巧妙与简约典雅在内部融合, 使参观者在螺旋结构中畅游。

摄影师: ©W. Huthmacher



纵剖面



摄影师：©Wolfgang Neeb



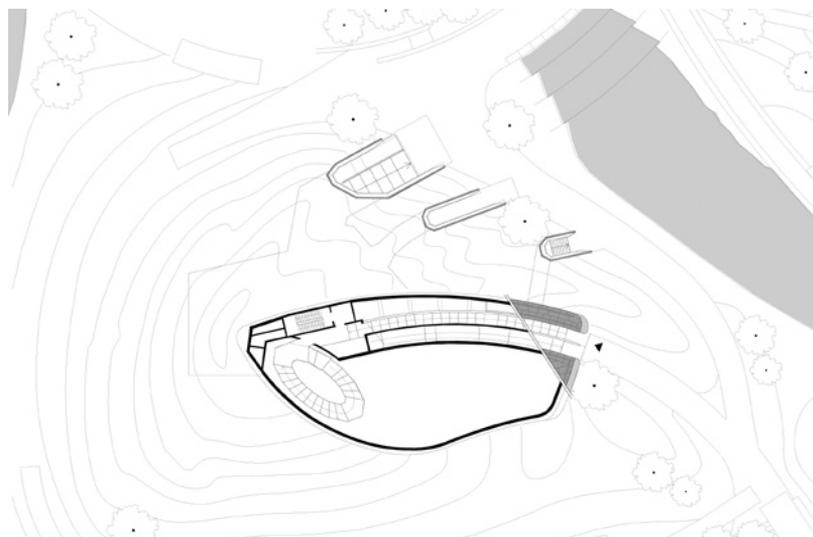
摄影师：©Mark Henderson

8 本特利展馆（Bentley Pavilion 1400m²）

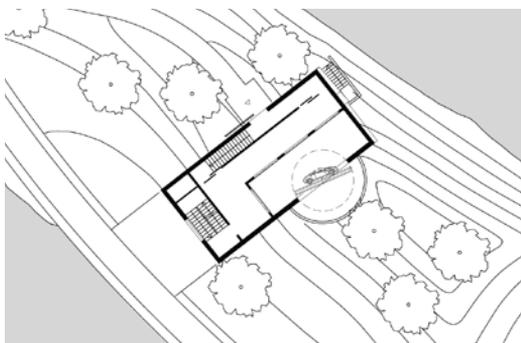
合作设计师：Furneaux Stewart, London.

KSS Architects, London.

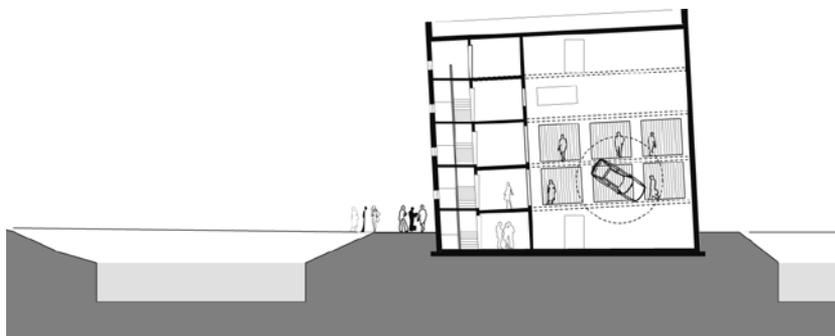
本特利展馆在西南部依山而建，仿佛是嵌在绿色山坡上的一颗宝石。作为历史悠久的奢华品牌，本特利通过其贵族式的轻描淡写便可显示出他的霸气。上坡的弧形步道如同勒芒舒展的赛车道，就是在勒芒，本特利跑车一举成名。人们在这里又一次看到了丽思卡尔顿饭店前壁曾见到的绿色花岗岩，它代表着永恒的价值与无限的优雅。



一层平面



一层平面



纵剖面

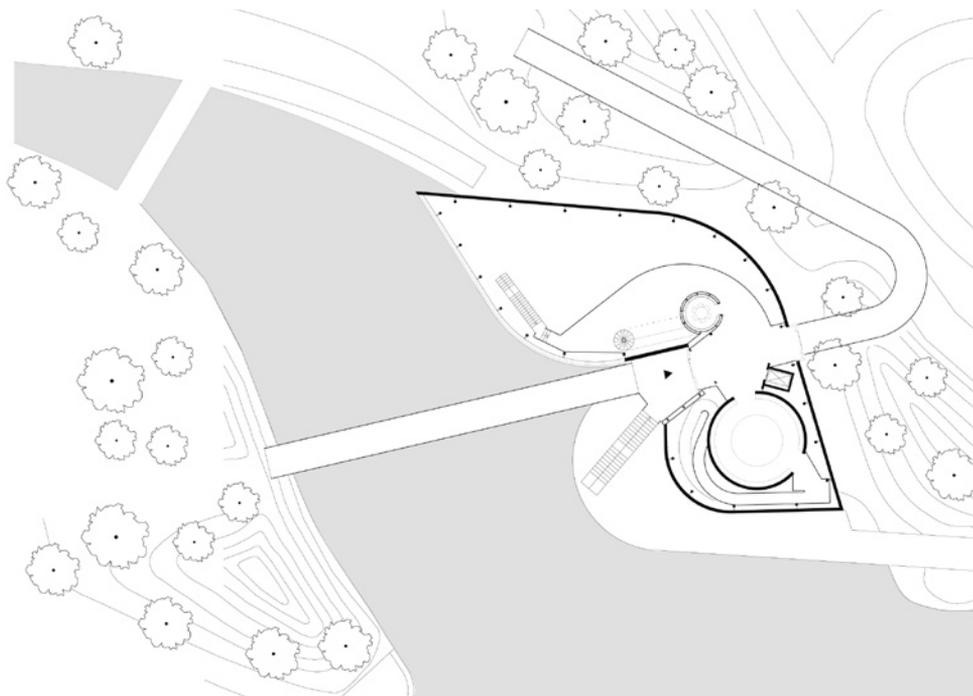
10 西亚特展馆 (Seat Pavilion 1 500m²)

合作设计师: Alfredo Arribas, Barcelona.

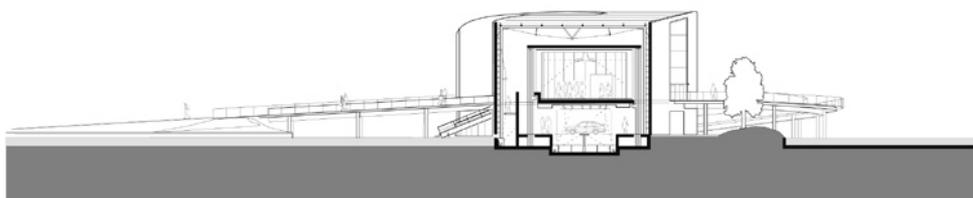
西亚特展馆仿佛是一件激情、亮丽的白色雕塑。从桥上延伸出的一条路把观众一直牵引到一位优雅又激情满怀的“女士”面前。在西亚特展馆中,地中海艺术与西班牙南部的快乐、创新与质量有机地交融在一起。



摄影师: ©W. Huthmacher



一层平面

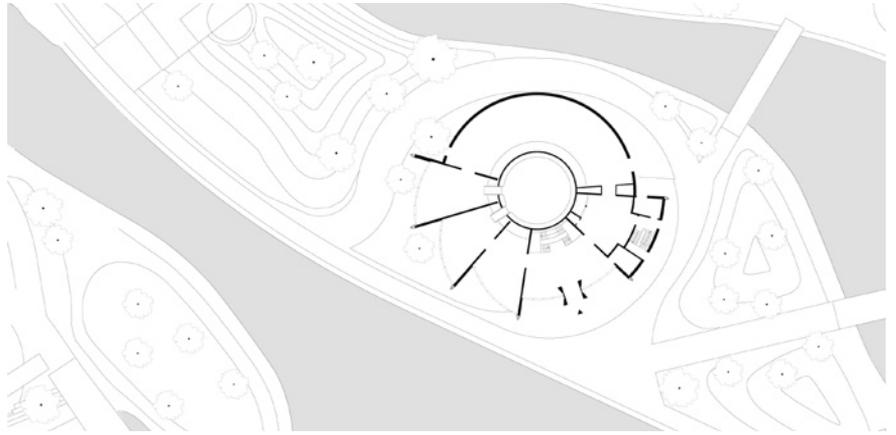


剖面图

11 斯柯达展馆 (Skoda Pavilion 1 343m²)

合作设计师: Sipek, Praha.

斯柯达的展馆平静如水。由诸多小平面连成的展馆,仿佛有鼓风机从中心吹起一样,传递着真诚与安全。像天际静止的风车一样,斯柯达展馆邀请客人们进入了一个友好的捷克童话世界。屋顶当中的半球形可以透进光线,代表着家人的关爱和庇护。斯柯达的建筑风格以及物品的摆放,从整体艺术角度而言代表着足智多谋和这一品牌的创造潜力。



一层平面



剖面图



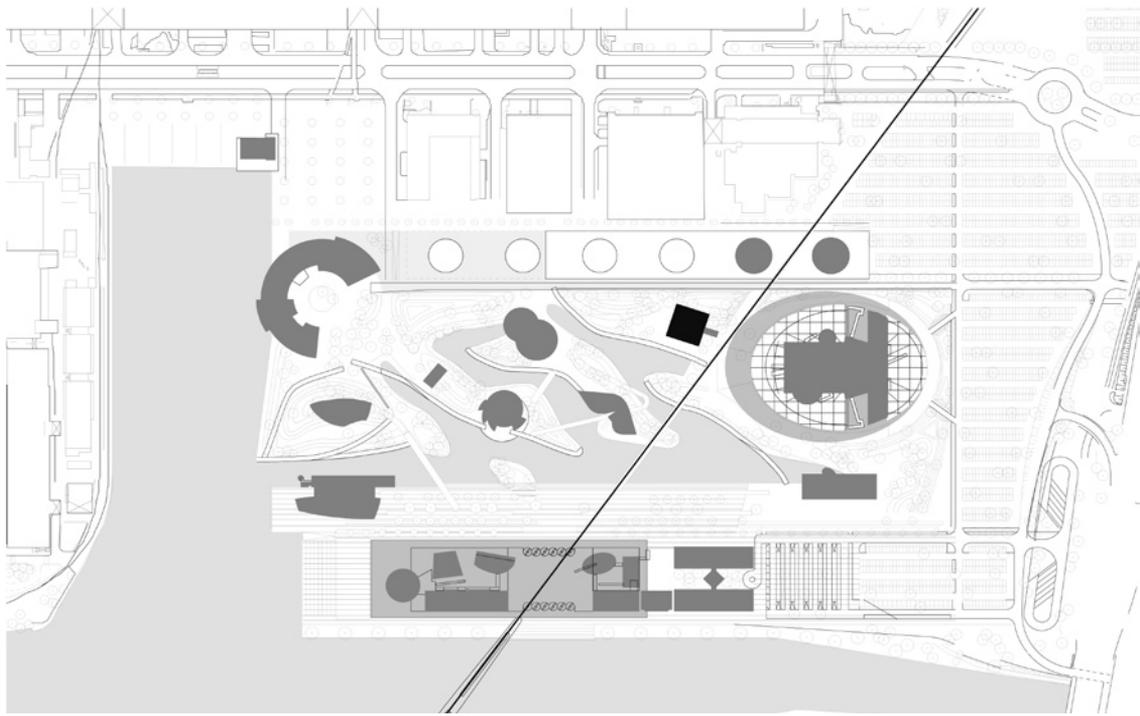


12 大众汽车展馆（VW Pavilion 3 018m²）

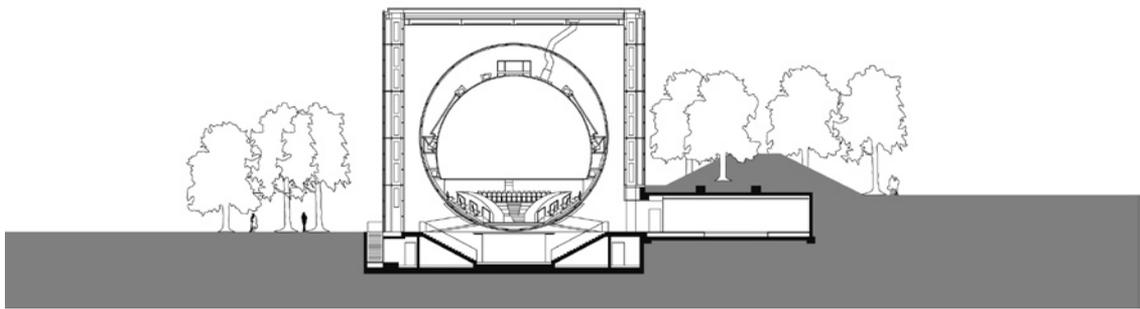
合作设计师：Furneaux Stewart, London.

Grüntuch/Ernst, Berlin.

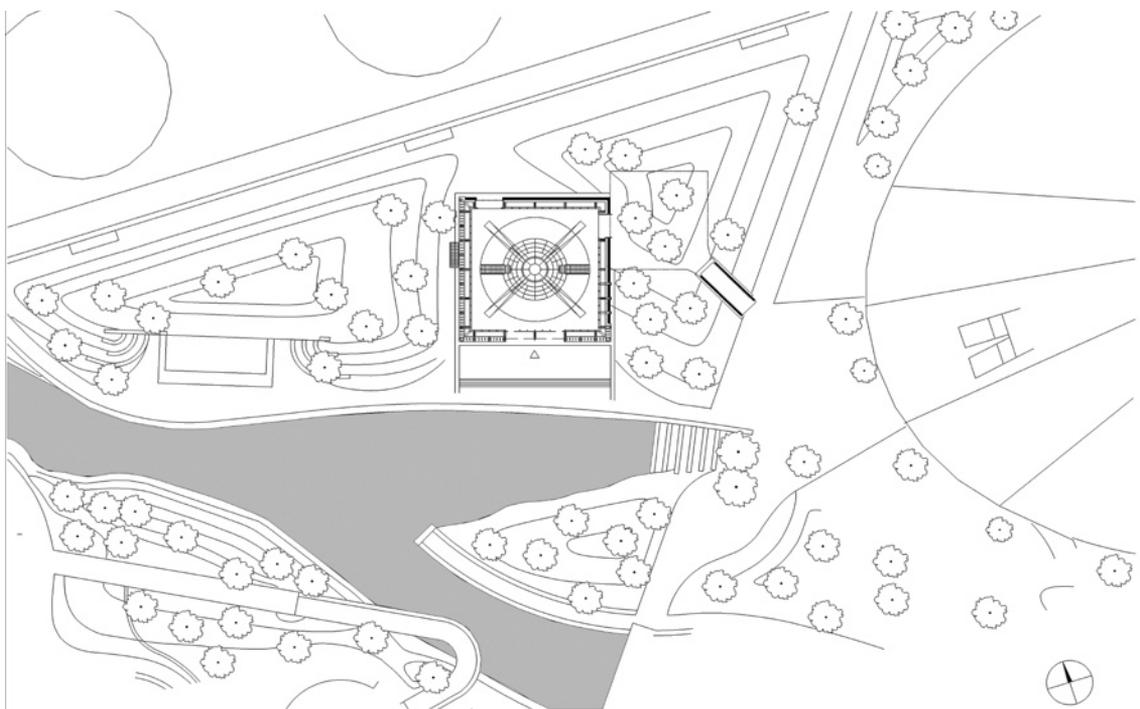
一个玻璃正方体包裹着一个球，代表着完美无缺，这两个基本的立体几何图形最适宜代表大众汽车这一品牌的哲学：既古典又现代、追求民主化和完美主义，以及不断进取的精神。“球”代表了无边无际、平等和正义。它位于代表着稳重、清晰与准确的正方体之内。除了对这两个造型进行如此艺术的安排之外，再没有其它方式能如此直接、如此坦率地表达出这一品牌信奉的价值。



大众汽车展馆总图



剖面图



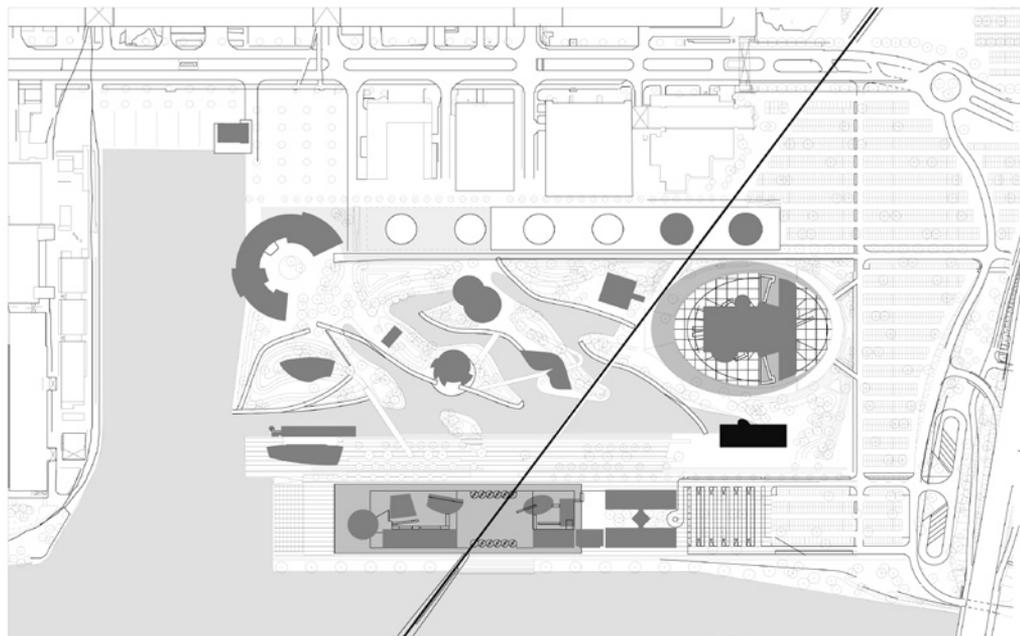
一层平面



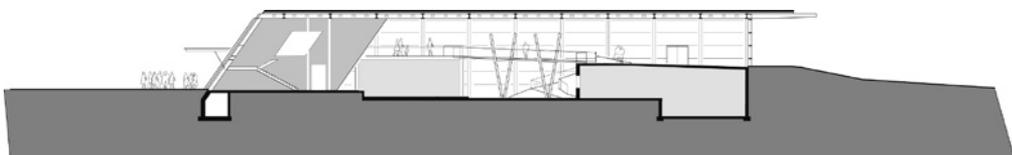
13 大众商用汽车展馆（Nutzfahrzeuge Pavilion 2 200 m²）

商用车展馆的外观有棱有角，然而内部却不如此突兀。宽敞的大厅里，相互连接的展台上呈现着大众商用汽车的两个世界：代表劳动与成功的物流运输汽车世界，以及代表自由与冒险的旅游汽车世界。两个世界由一座斜桥连接在一起，表现了这一品牌追求的价值：自由、劳动与真实可靠。

摄影师：©Wolfgang Neeb



大众商用汽车展馆总图



剖面图