

# 横琴天沐琴台项目视觉设计和商业导视 设计服务任务书

珠海大横琴泛旅游发展有限公司

# 目 录

一、	项目概况 .....	3
1.1	项目名称 .....	3
1.2	项目区位 .....	3
1.3	项目背景 .....	4
1.5	项目定位 .....	4
二、	设计依据 .....	5
2.1	天沐琴台项目视觉设计依据 .....	5
2.2	天沐琴台项目商业导视设计依据 .....	5
三、	设计要求 .....	5
四、	设计内容 .....	6
4.1	天沐琴台项目视觉设计 .....	6
4.2	天沐琴台项目商业导视设计 .....	7
五、	设计范围 .....	10
六、	设计深度要求 .....	12
6.1	天沐琴台项目视觉设计深度要求 .....	12
6.2	天沐琴台项目商业导视设计深度要求 .....	12
七、	设计成果与交付 .....	13
7.1	天沐琴台项目视觉设计成果与交付 .....	13
7.2	天沐琴台项目商业导视设计成果与交付 .....	14

## 一、项目概况

### 1.1 项目名称

**项目名称：横琴天沐琴台项目视觉设计和商业导视设计（以下简称：本项目）**

### 1.2 项目区位

项目选址位于横琴粤澳深度合作区双双桥东侧、濠江路南侧、依依桥西侧、香江路北侧，横琴中部区域，本项目基地位于大小横琴山之间天沐河地段。坐落于横琴天沐河中央的天沐琴台，项目总建筑面积约 24.57 万 $m^2$ ，以古琴、琵琶为建筑设计灵感，倒影与天沐河交融，形成“横卧的巨型古琴”意象，融合“大珠小珠落玉盘”的岭南生态美学，打造独一无二的文化符号与生态人文地标，被誉为“横琴之心”。作为珠光集团旗下的珠江口西岸都市圈超级 CBD，项目以“城市会客厅、产业活力场、文旅新窗口、消费聚集地”为定位，集规划展览馆、会议会展、办公、酒店、商业及水上运动中心等多元业态于一体。2024 年澳门回归祖国 25 周年前夕，习近平总书记考察横琴粤澳深度合作区时表示，“澳门+横琴”正在成为丰富“一国两制”实践的新示范、推动粤港澳大湾区建设的新高地、实现国家高水平对外开放的新平台。潮汐拨动湾区琴弦。琴澳的呼吸，跃动着世界的脉搏。项目未来将致力打造成为合作区“四新”产业创新融合发展的范本以及展示“澳门平台+国际资源+横琴空间+成果共享”产业联动发展新模式的重要平台。



### 1.3 项目背景

项目简介：本项目基地位于合作区大小横琴山之间天沐河地段。占据粤港澳合作的窗口位置，具有十分有利的区位优势。天沐河横贯新区东西，项目未来将成为天沐河上的新地标，是新时期、新坐标、新起点下的城市创新引领中心，是集办公、会议会展、精品酒店、商业、规划展示厅及游艇俱乐部为一体的综合性建筑。本项目为“澳门+横琴”正在成为丰富“一国两制”实践的新示范、推动粤港澳大湾区建设的新高地、实现国家高水平对外开放的新平台。强调要不断加强基础设施“硬联通”、规则机制“软联通”、琴澳居民“心联通”，加快建成琴澳经济高度协同、规则深度衔接的制度体系，把琴澳一体化提升到更高水平。



### 1.4 项目定位

**城市汇客厅**—琴动湾区，对话世界的文化坐标创造一个展示多元产业与国际交融的全场景空间。天沐琴台是合作区“四新”产业创新融合发展琴澳交响世界的城市汇客厅。

**产业活力场**—充分发挥天沐琴台的区位优势围绕珠海新质生产力发展，依托产业协同网络打造对接港澳生产性服务业资源的示范平台和活力场。

**文旅新窗口**—天沐琴台作为珠光集团服务“澳门+横琴”定位的重要载体结合自身多元业态规划面向大众市场重点打造跨境服务、文体旅游的新窗口。

**璀璨新剧场**—琴动湾区，星河璀璨汇聚体验商业、水上运动、滨水市集等多元业态打造引领消费时尚的生活方式集群驱动未来消费的新剧场。

## 二、设计依据

### 2.1 天沐琴台项目视觉设计

1. 商标法：确保 Logo 等核心元素不侵犯他人权益。
2. 版权法：使用字体、图片等需确保版权清晰，或使用免费商用授权字体。
3. 制作工艺与材料学：在设计应用部分时，必须考虑实际制作的可行性、成本和材料特性。
4. 符合国家及地方相关的设计规范与法规。

### 2.2 天沐琴台项目商业导视设计

1. 法律法规：遵守国家与地方相关的法律法规。
2. 标准规范：设计需符合但不限于以下国家和行业标准：
  - (1) GB/T 5845 城市公共交通标志
  - (2) GB/T 51223 公共建筑标识系统技术规范
  - (3) GB/T 10001 标志用公共信息图形符号
  - (4) GB/T 15566 公共信息导向系统 设置原则与要求
  - (5) GB 8416 视觉信号表面色
  - (6) 地方性双语标识英文译法规范
3. 无障碍设计规范：确保所有顾客，包括残障人士、老人、儿童都能安全、方便地使用空间，这本身就是一种人性化的氛围营造。
4. 其他相关法规、技术标准和政策文件要求等。

## 三、设计要求

所提交的设计成果必须符合国家及地方的相关法规、规范、技术规程等规定，并应满足招标人要求，最终获得招标人/业主确认。方案规划设计应遵循如下原则：

- (1) 规划设计应具有科学性和前瞻性，设计理念应有强烈的创新意识；
- (2) 商业特色明确，与周边城市功能和风貌相协调；
- (3) 坚持低耗原则，控制建设过程碳足迹，最大化消纳区域内建筑固废；
- (4) 设计成果具有可操作性、可落地性。

(5) 非常规及特殊的工艺及材料等等，要提供具体的安装方式方法，需指导生产制作，直至落地，确保完美的效果。

设计单位需根据任务书要求完成各阶段设计，供招标人/业主确认。根据项目推进实际情况，设计单位需根据招标人/业主要求及时进行设计沟通，设计单位需要根据相关的要求进行设计修改，直到满足业主要求为止。招标人/业主有对各阶段方案的最终选择权及否决权。

## 四、设计内容

### 4.1 整体策划方案

需包括整个场地的主题策划及概念规划，包括动线规划及各区域空间、品牌视觉识别系统、导视系统的风格意向。其中动线规划中需包括广告位和多经点位的布局，需提供具体放置的位置及规格。

#### 4.1.1. 现场踏勘和市场调研分析

- (1) 项目现场踏勘、现状分析，了解室内外现场条件；
- (2) 挖掘横琴文化、区域资源、人文历史，为项目寻找“灵魂”，寻找差异化的情感共鸣及设计亮点，增强市场粘性，建立项目不可复制的“文化堡垒”；
- (3) 可比案例进行分析；

#### 4.1.2. 整体策划方案

- (1) 基于整体策略下对项目进行定位；
- (2) 基于定位、调研、可比案例研究及前期现场走场、因地制宜的结果，对项目目标人群、分组团、分品类进行整体策划、分区域分组团分项进行策划、引流、品牌版图设计、分组团案名创作及内容组合；
- (3) 不同组团的空间叙事线、业态配置、功能规划，商家品牌预落位，达成游乐、吃喝购的强目的体验；
- (4) 从外部到内部的整体水平动线、垂直动线、人流动线、车流动线、消防动线梳理及规划；
- (5) 针对室内外不同组团进行细致的平面功能规划、动线设计、品类规划、业态细化、经营点位、活动点位、互动点位、休憩点位规划等等；
- (6) 针对不同组团和业态给出各个空间风格示意、各组团主题区的设计策略、设计方向和设计手法，导视、信息指示系统完善、仪门、美陈装置、地面指引、天面丰富、场景转换设计、拍照和打卡点设计、休憩点位规划设计、体验、互动点位规划设计。

### 4.1.3 概念设计

- (1) 提供 2 个及 2 个以上概念方案设计供甲方选择；
- (2) 重点区域及示范段的表现需要提供效果图。

## 4.2 视觉设计

### 4.2.1 项目品牌定义建议

(1) 保持项目原有规划不变的前提下，基于项目发展目标对项目定义描述的建议。

- 市场行业研究
- 内部资料研究
- 同业异业案例研究
- 项目整体品牌定义建议

(2) 项目命名建议

- 中文属性命名优化
- 英文命名建议
- 衍生业态命名建议

(3) 品牌传播语系建议

- 传播口号的建议
- 价值主张

### 4.2.2 品牌定性、核心形象开发

(1) 主题形象设计

(2) 项目核心形象 LOGO 及各区域子案名 ICON 设计

(3) 辅助图形开发，及辅助图形延展应用、场景应用示意；

(4) 广告画面规范：新媒体、户外广告画面规范等。

(5) 包含但不限于以下具体内容：

基础系统设计：

- 标志设计（图形、中英文标准字）及创意说明
- 标志标准化制图与最小应用规范
- 标准色系统（主色、辅助色）及色彩搭配规范
- 专用中英文字体规范（选择美观且符合天沐琴台项目的字体，呈现商业品牌的形象和特点）

- 辅助图形/品牌图案设计
- 品牌组合规范（标志与文字、图形等组合的多种模式）及禁用范例

办公事务系统：

- 名片（不同职级）
- 信纸、信封、便笺
- PPT/Word 模板
- 工作证、档案袋、纸杯

环境导视与空间系统：

- 户外招牌（大楼名称、Logo 墙）
- 墙绘辅助图形应用
- 室内外导视系统（方向指引、楼层索引、公共设施标识）
- 停车场区域指示牌与空间视觉图形场景应用
- 停车场入口通道与出口通道空间视觉场景应用
- 广告灯箱的点位规划及规格尺寸（结合人流动线设置广告点位）
- 商业筹开广告灯箱品牌宣传画面 3 幅
- 商业视觉氛围玻璃贴画面 5 幅

宣传与礼品系统：

- 官网 LOGO 模板示意
- 微信公众号头像及版头模板
- 海报版式规范
- 道旗模板
- 吊旗模板
- 横竖版灯箱模板
- 大型立面广告模板
- 围挡广告模板
- 社交媒体封面及头像
- 手提袋、包装纸

#### 4.3 商业导视设计

根据现场走场分析行人动线结合项目实际需求进行标识系统的规划和设计，布置标识点位以及标识品类数量（包含但不限于以下内容）：

- 4.3.1 根据核心形象做展示牌的延展表现；
- 4.3.2 将项目区域做色彩及设计示范，并进行空间识别系统的整体设计；
- 4.3.3 不同区域的招牌形式创作、表现及应用；
- 4.3.4 空间指示系统、指示牌、导视牌；运用于建筑外立面形象提升的设计表现和规范（材料、尺寸、造型等）
- 4.3.5 包含但不限于以下具体内容：

核心系统设计：

- 中英文字体应用
- 箭头样式设计
- 图标设计
- 字体及图形应用
- 行人动线分析
- 规划布点分析

车辆导向系统：

(1) 外部车流引导

- 市政道路指引牌
- 地块内部道路指引牌
- 停车场多级导向牌限高牌
- 停车场入口通道与出口通道美化

(2) 停车场内部

- 车位诱导屏
- 分区标识
- 墙面/柱面美化与导向标识
- 无障碍车位标识

客流导向系统：

(1) 户外客流

- 户外多项指引牌（需解决分流指引，采用多项指引或电子导视屏皆可）
- 分区指引牌
- 建筑入口标识
- 总平面图

- 营业时间牌

## (2) 商业室内

- 总服务台标识
- 楼层总索引牌
- 多向指引牌（悬挂/立地/贴墙）
- 业态分类指引
- 营业时间标识

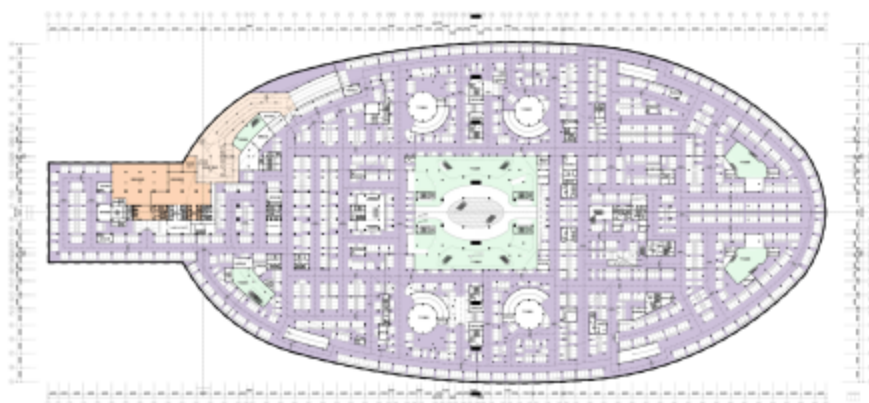
## (3) 公共服务设施

- 卫生间标识
- 母婴室
- 电梯厅楼层号&楼层指引
- 扶梯温馨提示标识
- 消火栓使用方法
- 消防疏散图
- 设备间标识
- 玻璃防撞贴
- 小心碰头标识

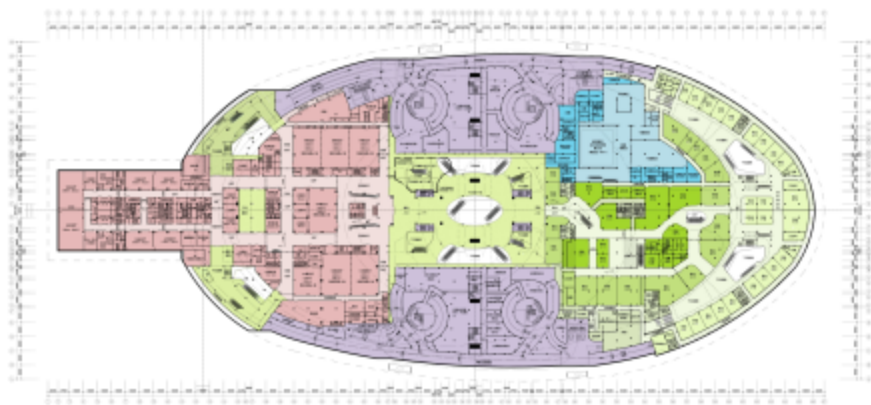
## (4) 广告位

# 五、设计范围

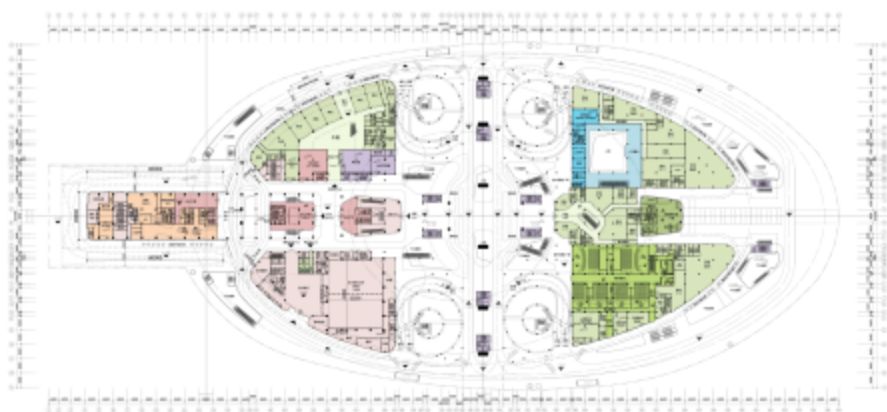
导视设计需覆盖整个商业区域包含灰空间、商业户外广场及通道购物中心室内所有公共区域（含各楼层、中庭、连廊等）、地下停车场区域等。



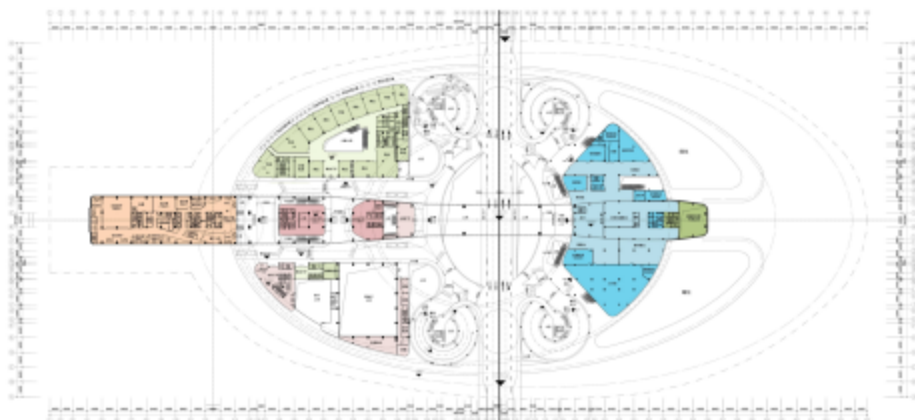
(负二层平面图仅供参考)



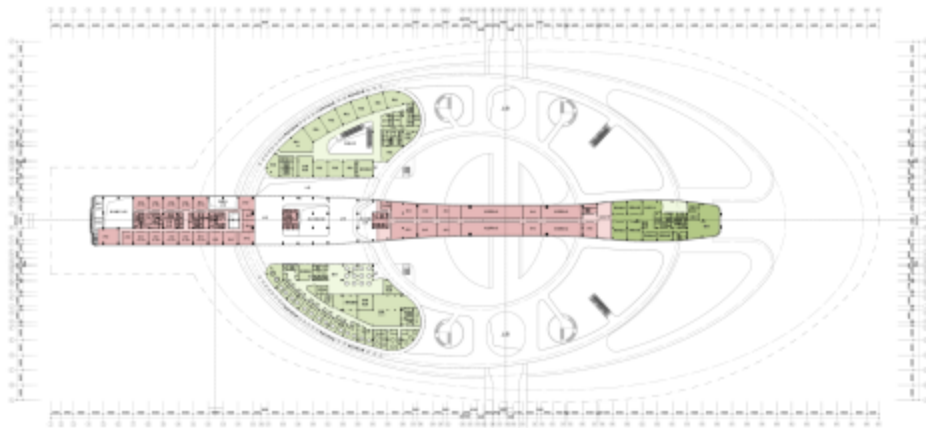
(负一层平面图仅供参考)



(一层平面图仅供参考)



(二层平面图仅供参考)



(三层平面图仅供参考)

## 六、设计深度要求

### 6.1 整体策划方案

设计成果需满足落地性及可实施性,包含但不限于项目现场分析、主题策划、品牌版图规划、动线规划、业态补充建议、空间叙事故事线、整体规划分析图、设计元素提取、区域风格示意等。概念设计需提供不少于 2 个方案,进行汇报且通过甲方确认。

### 6.2 视觉设计

设计成果要满足后续实施阶段要求,方案设计包含但不限于品牌 LOGO、ICON、辅助图形、品牌核心定位、辅助图形延展应用等,方案深度要满足落地要求。

### 6.3 商业导视设计

#### 6.3.1 方案设计阶段成果

本阶段是在前期项目定位的基础上,对规划要求、设计要求进行解读和具体设计,综合各方面因素,形成详细且科学可行的方案文本及图件,通过甲方、上级主管部门及领导的认可,为可研及下一步设计提供依据。

设计单位通过设计动员、现场勘察、收集资料以及同招标人/业主的紧密沟通,应深刻理解项目整体策划概念。针对特点鲜明的概念设计方向供探讨,设计成果达到业主的要求,最终由招标人确认方案,制作成此阶段成果。

- (1) 布点规划:提供所有区域的标识布点规划图(CAD)。
- (2) 基础系统初稿:包括字体、色彩、图形符号的初步方案。

- (3) 造型方案：提供主要类别标识的造型方案。
- (4) 最终造型设计：确定所有标识物的造型、主要尺寸、材料及安装方式。
- (5) 版面设计：完成所有类型标识的版面信息设计规范(含图标、文字布局)。
- (6) 彩色效果图：提供关键场景的导视应用效果图。
- (7) 材料与工艺样板：提供标识导视主要材料的实物以及电子样板。
- (8) 方案设计成果深度需满足后续设计要求。

### 6.3.3 深化设计

- (1) 深化设计图纸需满足厂家二次深化的要求。
- (2) 二次深化图纸审核以及移交审核意见。
- (3) 工艺说明：详细标注材料、规格、颜色、表面处理、安装基础等。

### 6.3.4 配合现场施工、验收及交付阶段

- (1) 现场巡场服务：在施工过程中须按甲方要求对现场标识施工过程中进行认真检查、核实并提供施工缺陷报告以及整改方案。
- (2) 配合完成标识相关设计变更。
- (3) 安装现场督导：关键节点赴现场指导安装，确保效果。
- (4) 制作阶段技术支持：解答工厂制作过程中的技术问题。
- (5) 验收配合：参与验收及交付工作，确保落地效果与设计图纸一致。

## 七、设计成果与交付

### 7.1 天沐琴台项目整体策划、视觉设计

所有最终设计源文件（如 AI, PSD 等）。

- 1. 一份完整的、可编辑的《整体策划文本》，视觉方案设计文本。
- 2. 适用于各种场景的图片格式文件（如 PNG, JPG, SVG）。
- 3. 成果应包含所有基础系统和应用系统的使用规范和示例。

### 7.2 天沐琴台项目商业导视设计

- 1. 方案阶段成果文件（PPT/PDF）、效果图、主要材料样板。
- 2. 深化设计：深化设计图纸、二次深化图纸审核意见。
- 3. 配合现场施工、验收及交付阶段：现场巡场意见、验收清单。

4. 最终交付：所有设计成果的电子文件（含可编辑源文件及通用格式）、一整套装订成册的《商业导视方案设计成果文件》，深化设计图纸（CAD 和 PDF 版本），其中应包含基础系统规范。