

清水塘沉浸式秀场

工业遗存 + 艺术融合

创新“沸”土



背景与概述



项目与规划



成本及预算



成果及展望



背景及概述-历史



全国**唯一完整保留**的工业体系遗址，拥有261家企业工业遗迹
成为全国独一无二的旅游目的地

亚洲最大有色金属冶炼厂(株冶)的高炉群、电解车间

国内**罕见**的“树枝状”铁路专用线网络，总长超30公里

完整保留的1950年代至2000年代工业设备，创造160多项全国第一，是**新中国工业史缩影**

背景及概述-特殊性

工业遗址集群
大量厂房—空间可塑性、
历史厚重感、“工业记忆”
厂居文化

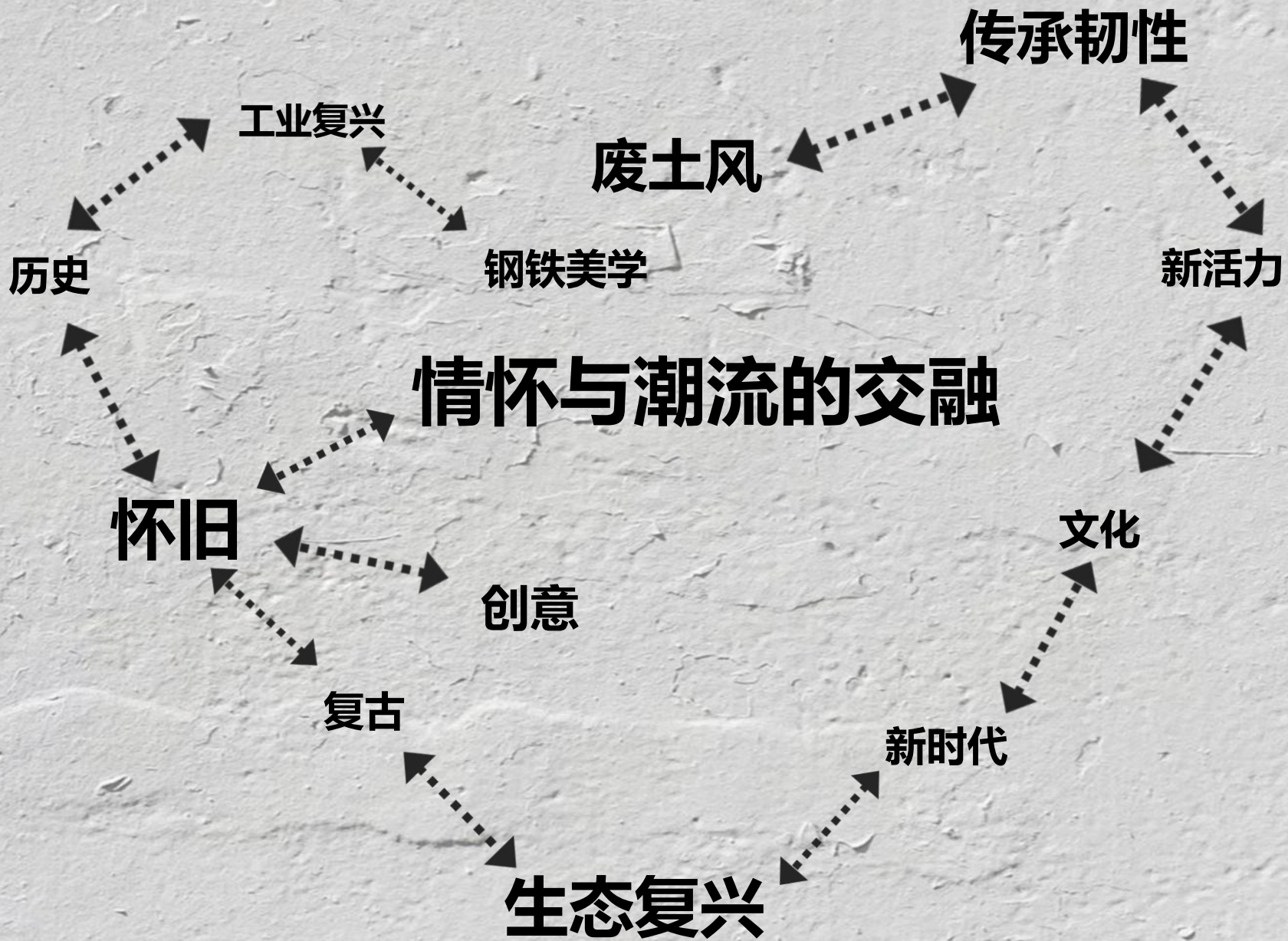


历史建筑与现代景观
碰撞—**沉浸式叙述**
工业文明摇篮



文化融合 + 时尚潮流
废土风穿搭潮流

背景及概述-打造标签



背景及概述-思路

下午

观众进入**工业手工艺艺术集**进行**打卡 购物**



晚上

摊主摇身一变**模特**开始**秀展**



项目与规划-客群定位

潮流社交游客 18-35岁 周末高频出行

消费痛点: (打卡属性+社交价值)
渴望新鲜、出片、有话题度的场景

行为特征:

通过小红书、抖音获取信息, 决策周期短
倾向结伴出行, 复购依赖场景更新频率

商务/研学群体 25-45岁商务/12-22岁研学

需求痛点:

缺乏兼具商务交流与文化体验的场景, 研学活动需专业讲解与互动环节

行为特征:

通过企业合作、学校组织获取信息
注重场景专业性与配套服务

艺术家 25-45岁审美要求极高

需求痛点:

缺乏低成本展示作品的线下平台, 需专业交流场景, 兼顾创作灵感获取与商业变现

行为特征:

通过艺术社群、行业展会获取信息, 停留时间长, 复购率与场景专业度强相关

本地居民 16-55岁以家庭/邻里为单位出行

需求痛点:

周边缺乏优质休闲场景, 需兼顾日常放松、亲子互动、邻里社交的多元化空间

行为特征:

步行/短途骑行可达, 决策周期短, 每周消费1-2次注重性价比与便利性

项目与规划-共性需求

高颜值

强社交

舒适性



项目与规划-定位



工业情怀

Industrial feelings



潮流社交
Trendy social



秀集业态
Show quality

项目与规划-故事

主题：

创新“沸”土——工业热血未凉，土地因创新再沸腾



核心设定：

我们是来自五湖四海的人们，
来寻找清水塘的工业纪念物

叙事手法（线性叙事）

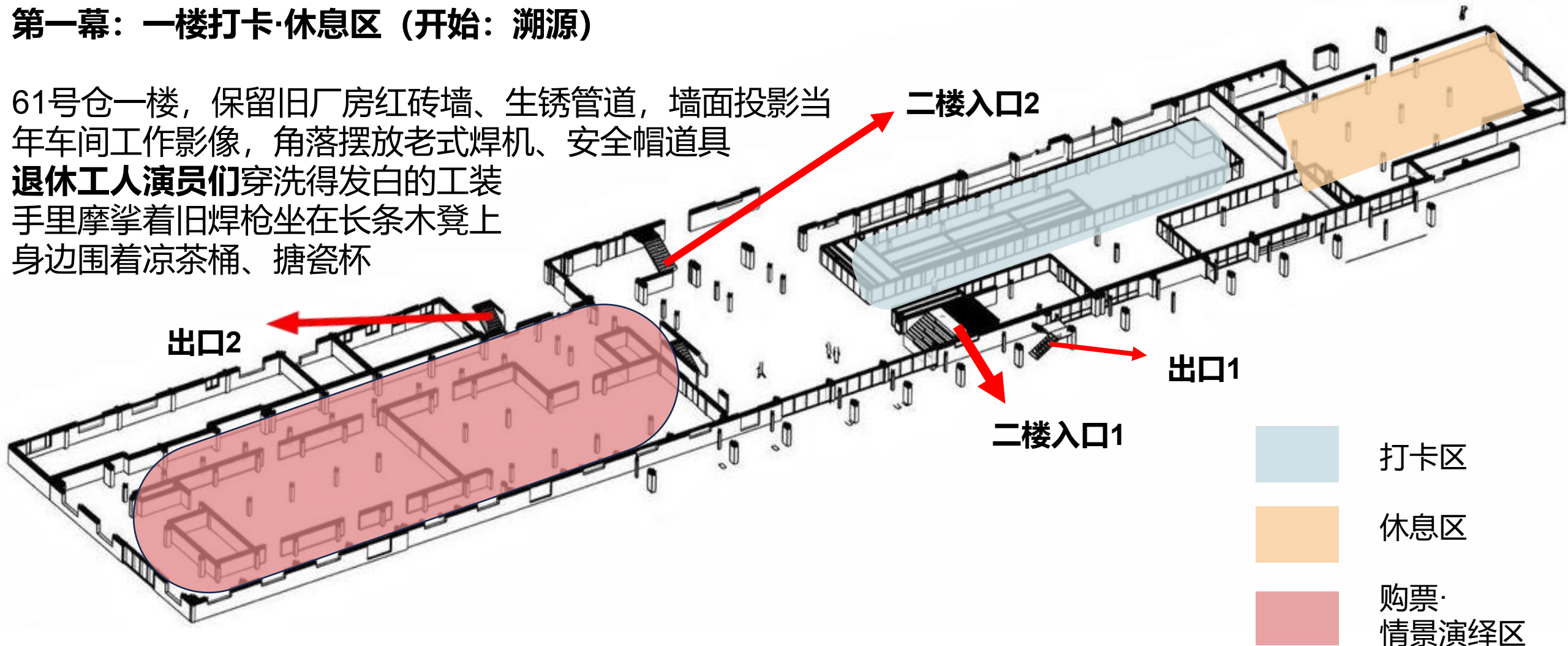
跟着时间的脚步，漫步历史长河。就像翻阅一本厚重的史书，从晨光初照到星河满天，每个朝代的瑰宝依次绽放，带你穿越千年时光

项目与规划-动线

第一幕：一楼打卡·休息区（开始：溯源）

61号仓一楼，保留旧厂房红砖墙、生锈管道，墙面投影当年车间工作影像，角落摆放老式焊机、安全帽道具

退休工人演员们穿洗得发白的工装
手里摩挲着旧焊枪坐在长条木凳上
身边围着凉茶桶、搪瓷杯

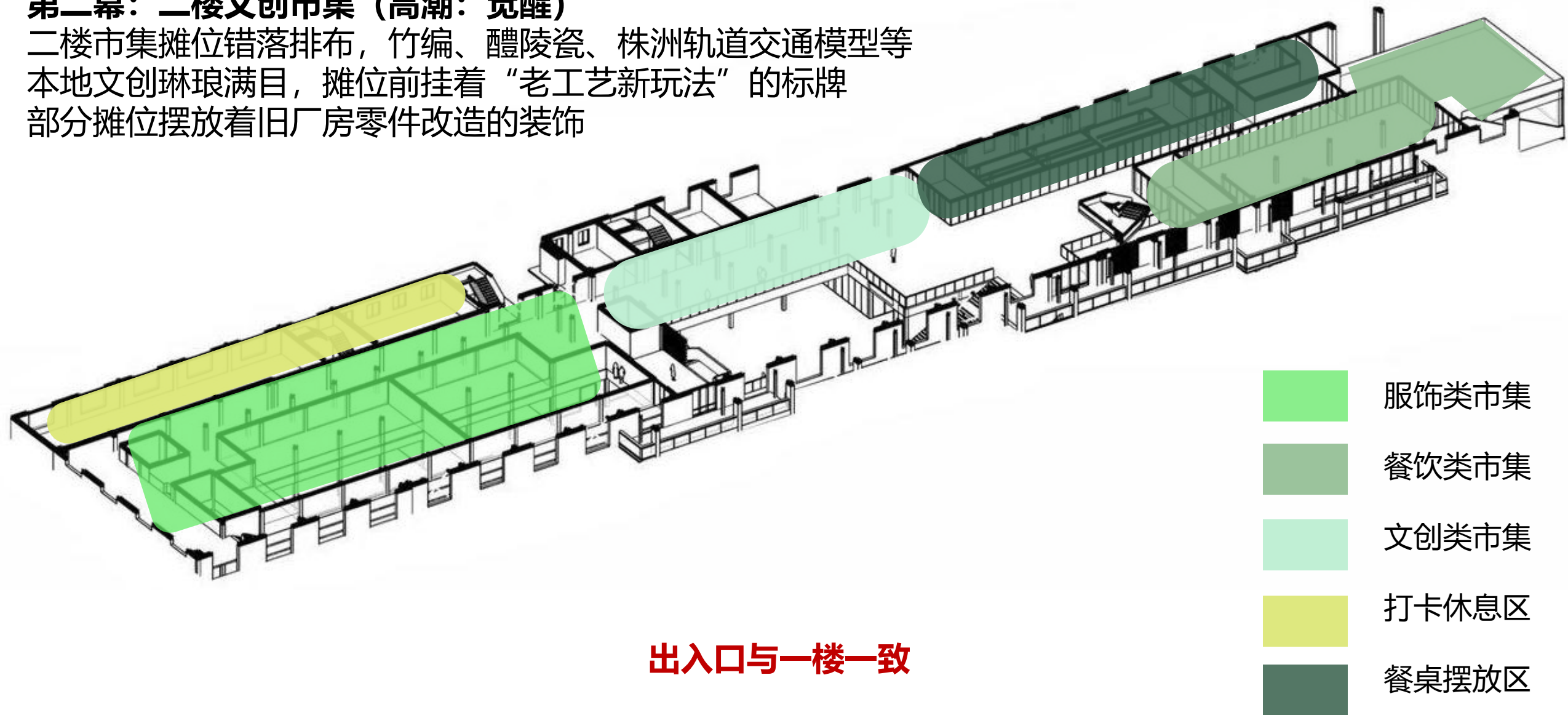


购买通道只有从工人演员二维码中购买 无小程序无任何平台

项目与规划-动线

第二幕：二楼文创市集（高潮：觉醒）

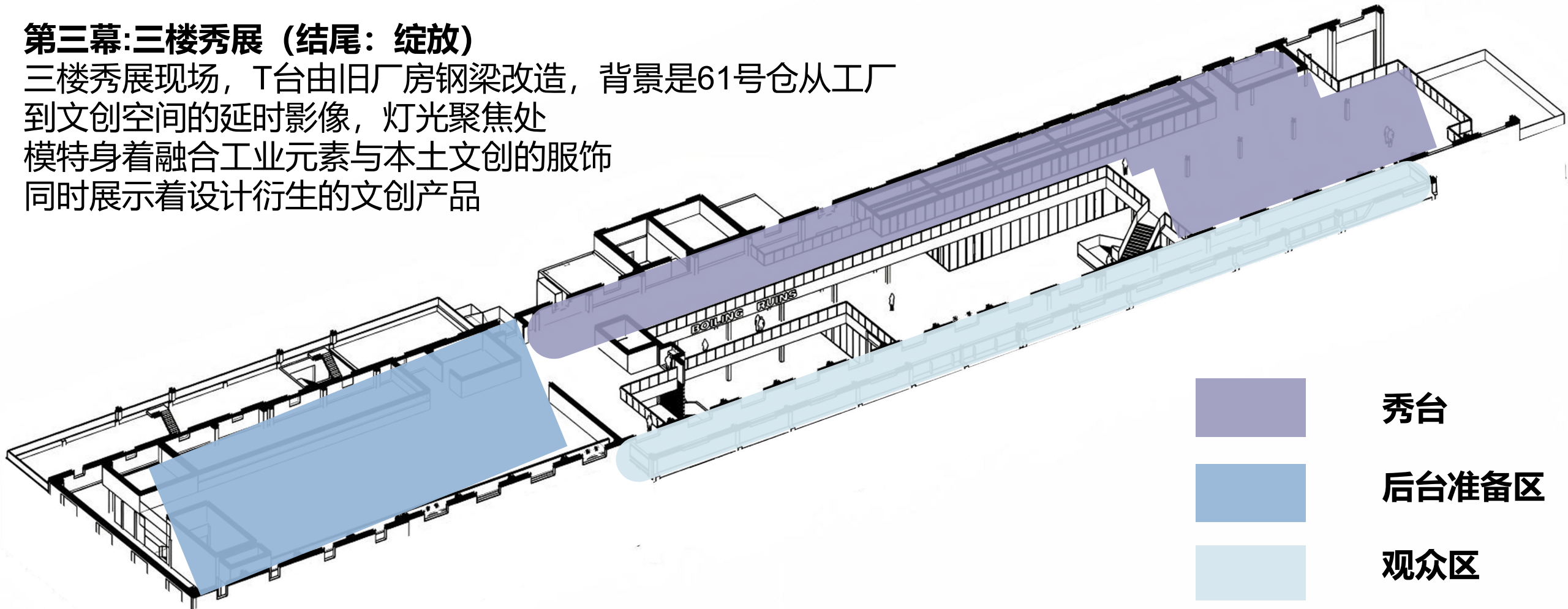
二楼市集摊位错落排布，竹编、醴陵瓷、株洲轨道交通模型等本地文创琳琅满目，摊位前挂着“老工艺新玩法”的标牌
部分摊位摆放着旧厂房零件改造的装饰



项目与规划-动线

第三幕:三楼秀展 (结尾: 绽放)

三楼秀展现场, T台由旧厂房钢梁改造, 背景是61号仓从工厂到文创空间的延时影像, 灯光聚焦处模特身着融合工业元素与本土文创的服饰同时展示着设计衍生的文创产品



秀台



后台准备区



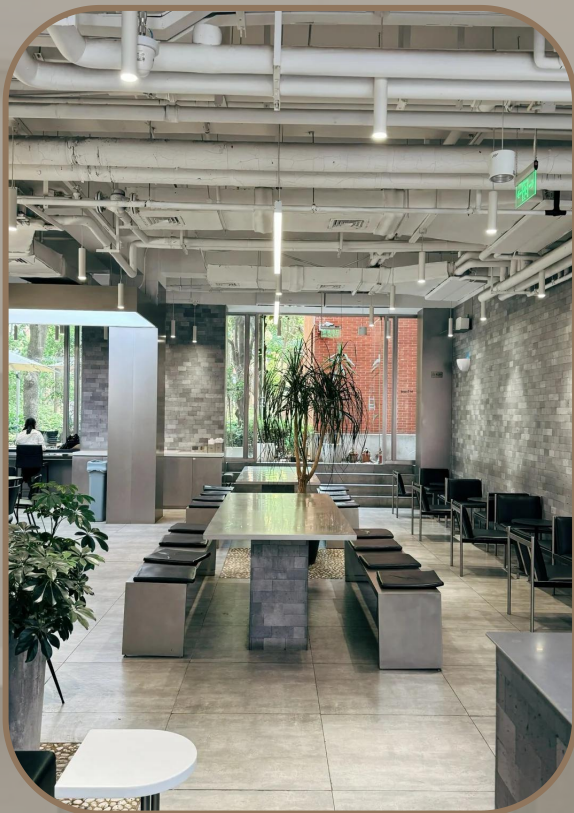
观众区

**情绪变化: 一楼入职 (新鲜、腼腆)
二楼上班 (成就感、欣慰)
三楼退休 (感叹、不舍)**



对标案例空间氛围&功能
SUZHOU TWIN TOWERS MARKET
苏州 双塔市集

M Stand



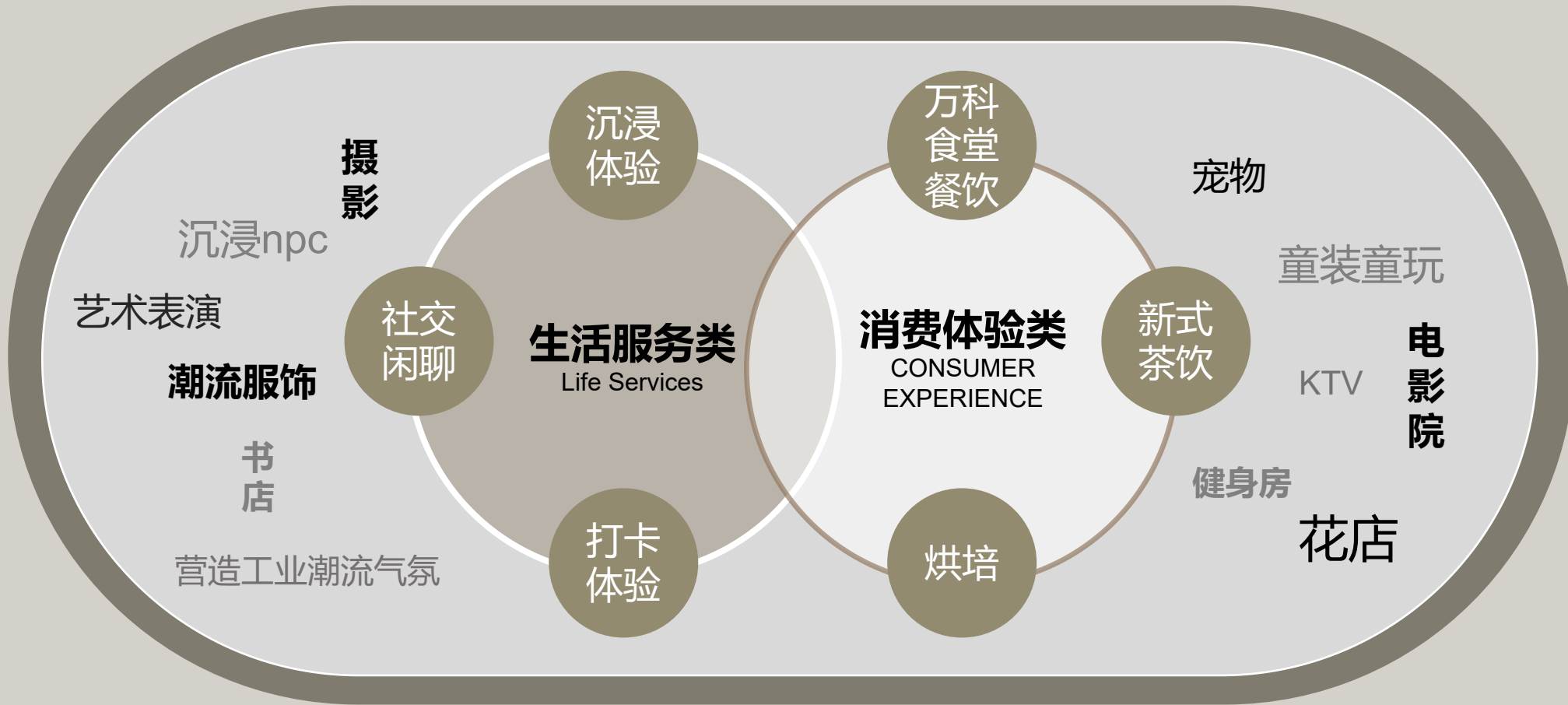
对标案例|空间氛围&功能
WU HAN M STAND
武汉 M Stand



对标案例空间氛围&功能
ZHU ZHOU QIN SHAN XIAO HUO GUO
株洲 青山小火锅

FORMAT PLACEMENT AND ANALYSIS

业态落位分析



高频的
HIGH FREQUENCY

易运营的
EASY TO OPERATE

全龄段的
ALL AGES

全天候的
ALL-WEATHEF

展示性
DISPLAY

&

体验性
EXPERIENTIAL



北京首钢园

封存旧、拆除余、织补新

调研案例

A photograph of a large industrial facility, possibly a refinery or chemical plant, featuring a complex network of dark metal pipes, walkways with yellow railings, and a high ceiling with a skylight. The scene is dimly lit, emphasizing the industrial structure.

基础信息

场地空间设计

主题与叙事

客群分析

传播与价值

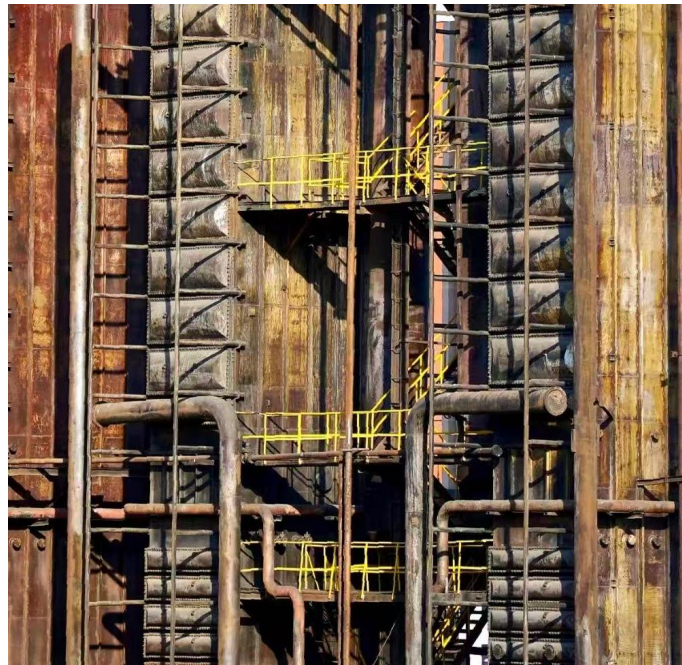
场地空间设计

主秀场（高炉区）

互动区（管道走廊）

配套区（旧厂房改造接待区）

空间
分区



原始场地：首钢老厂区（三高炉、一高炉、秀池等，总面积10万m²+）

改造策略：分级保护（核心结构100%保留，局部功能置换）

场景营造：工业构件原景保留+3D mapping投影

改造方式



三高炉最大限度
保留炉体等核心构筑物



第四届国际工程教育论坛
The 4th International Forum on Engineering Education
清华设计科学大会
Tsinghua Design Science Conference
当代城市更新：多态数据融合的空间智能
Polymorphism: Urban Intelligence in the Foreseeable Future
四高炉改造：
首钢国际会展中心1号馆
用于举办展会



证书编号: LNH202312002

零能耗建筑 ZERO ENERGY BUILDING

型：公共建筑
名称：石景山区首钢园区东南区土地一级开发项目
1612-774 地块项目（1#办公等4项）2#办公
面积：2441.07 m²
建设单位：北京首鹰置业有限公司
评价阶段：设计阶段
评价结果：零能耗建筑
建筑综合节能率 100 %
建筑能效值：建筑本体节能率 60.50 %
可再生能源利用率 223 %
测评单位：北京清华同衡规划设计研究院有限公司
测评依据：1. 《近零能耗建筑技术标准》GB/T51350-2019
2. 《近零能耗建筑测评标准》T/CABEE003-2019
3. 《建筑能效标识技术标准》JGJ/T288-2012



绿色低碳发展：
首钢园打造国内首个
C40 “正气候发展项目”
2025年12月24日

视觉传达

园区以“**尊重历史、传承工业、创新表达**”为原则，通过“**新旧织补**”方式，将厚重工业遗产转化为现代视觉语言，构建起独特的“**钢铁美学**”视觉体系



主题与叙事

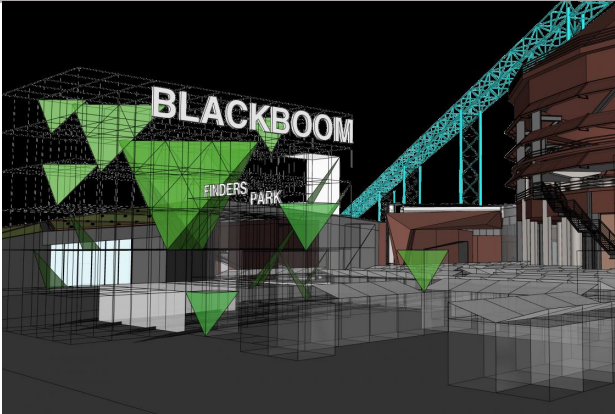
核心主题：“工业锈带→城市绿洲”（工业复兴）



叙事结构：入场（工业记忆）→ 秀场（转型过程）→ 结尾（未来绿洲）



情感共鸣：怀旧+希望（唤醒工业记忆，传递重生力量）



“老工业区改造让人们记住首钢、北京和中国的一段历史，这是激动人心的做法”

沉浸式主题

视觉：

360°全域投影、全息影像
裸眼3D、LED穹顶

完整沉浸式
技术体系

触觉：

VR手套反馈
模拟失重装置
环境温度控制

听觉：

全景声系统、空间音频定位
让声音成为空间导航的一部分

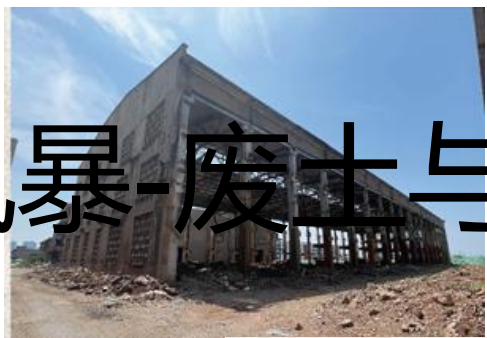
嗅觉：

定制化气味系统
如高炉区的金属气息与
太空区的宇宙真空感

客群分析

科技体验追求者 (约35%)	社交分享达人 (约25%)	亲子家庭客群 (约20%)	工业文化探索者 (约10%)
<p>核心特征: 精通技术、追求创新体验、游戏/科幻爱好者、内容创作者</p> <p>消费偏好: 重度参与VR/AR项目 (如"星云穿梭机"、"西游降魔") 平均停留时间45分钟以上 优先体验高难度互动项目人均消费150-250元 偏好购买科技周边、限量版IP商品, 消费频次高 (月均1-2次)</p>	<p>核心特征: Z世代为主、社交媒体活跃、追求"网红打卡"、强于内容创作</p> <p>消费偏好: 集中在"出片率高"区域 (炉芯咖啡厅、赛博朋克风格场景) 偏爱"有故事、可互动、能社交"的IP项目, 人均停留3-4小时, 拍照分享时间占40% 单次消费100-180元注重体验的社交传播价值复购率受社交热度影响大</p>	<p>核心特征: 25-45岁父母+1-2名6-15岁儿童, 教育意识强, 注重寓教于乐</p> <p>消费偏好: 选择适合全年龄段的项目 (如"幻聚·多维宇宙"科幻展、儿童攀岩), 停留时间较长 (5-6小时) 亲子互动类消费占比高 (DIY工坊、亲子游戏区), 人均消费200-350元 (含餐饮) 对安全、舒适度要求高, 更倾向选择有工作人员指导的体验项目, 复购率取决于孩子喜爱度</p>	<p>核心特征: 30-60岁, 有工业背景或文化研究兴趣, 注重历史与现代融合</p> <p>消费偏好: 深度体验工业遗产与数字技术结合项目 (如360°高炉历史影像、"钢铁记忆"沉浸式展) 对工业主题餐饮 (炉灰汉堡、炉渣鸡块) 和文创产品接受度高, 人均消费120-200元 复购率中等, 但停留时间长 (6-8小时), 会多次参观不同主题展览</p>

调研后头脑风暴-废土与沸土的交融



客群有哪些：时代前沿社交达人、工业文化探索者、
艺术文化爱好者、商务/研学群体

特殊 特色
如何盈利 门票 场地租借合作 餐饮消费生态
如何沉浸演绎

53 氧化锌仓库【遗址】 占地面积：2367m²
建筑面积：/

42 电解六系列 占地面积：3180m²
建筑面积：3180m²

29 锌烟气制酸装置转化器【遗址】 占地面积：512m²
建筑面积：/

Thanks



文化先行消费随至