

# 喜力概念店 HEINEKEN THE CITY

撰文 王寿峰  
资料提供 Tjep

项目名称 喜力概念店  
地点 荷兰阿姆斯特丹  
设计 Frank Tjepkema, Janneke Hooymans, Tina Stieger, Leonie Janssen  
面积 250m<sup>2</sup>



要如何设计喜力的第一家概念店? 只是简单地把家居和陈设都填进指定空间里? 当然不行。在阿姆斯特丹市中心的喜力概念店中, Tjep 希望带来一种冰凉的畅快感, 如同喝下一杯新鲜的超冰喜力。为了让此概念转化为最终的展示, 设计演绎了一场从地面到墙面、顶棚延续而来的抽象又具有活力的冲击波运动。

喜力概念店旨在强调喜力的国际化形象。店铺分成四个部分, 包括时尚、音乐、啤酒和旅行, 希望可以刺激顾客所有的感官体验。时尚部分出售时尚边缘设计师特别为喜力设计的服装等, 首个在售的是 Daryl van Wouw 的作品。音乐部分专为年青音乐家的音响作品而设。旅行部分则负责由喜力组织的各项活动和旅行的票务工作。啤酒当然是不可或缺的, 与啤酒相关的产品也可以在啤酒店中找到。除此之外, 还可以自己订制极具

个人风格的啤酒瓶。

当一踏进喜力概念店, 就会感到扑面而来的冰意。面对入口的墙面创造性地选择了金属材料, 并用真正的冰在墙面上刻画出喜力的标志。入内, 冰凉的设计理念贯穿于整个店铺。3层高的大家箱里存贮了来自世界各地不同市场的喜力酒瓶。在冰箱同侧的墙面上, 600只喜力酒瓶沿墙面排列, 形成冰晶的造型。店铺中心区以楼梯突出强调, 玻璃的质感, 将冰的感受继续传递到上层空间。由于地面材料选用了 Senso 公司的新产品, 整个地面呈现出冰裂纹样和水印。就连店中的收银台也被塑造成水晶的形状。

为了达到革命性的突破效果, 店铺在设计中采用了不少最新科技, 其中包括语音的镜子、3D电视屏幕、冰墙和交互式的柱子等。店内照明全部采用 LED 光源, 这在欧洲尚属首次。

1 2 3 4

- 1 刻着喜力标志的冰墙
- 2 店铺外立面模型图
- 3 冰力十足的室内隐藏在并不突出的外立面下
- 4 玻璃质感的楼梯将冰的感受继续传递到上层空间



"We believe that life is more rewarding if you know who and what you are."

A. H. Heineken





1 2  
3 4 5

- 1-2 由喜力酒瓶在墙面拼出的冰晶图案
- 3 店内除了酒，也出售设计师特别为喜力设计的服装
- 4-5 三层高的冰箱与冰箱边的墙面都是喜力酒瓶的展台







1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- 1-2 办公区域内也不失冰清玉洁，自顶棚垂下的金属球如同升在半空的汽泡
- 3 贯穿始终的冷感由楼梯间连接
- 4-5 店铺内专为青年音乐家而设的音乐空间
- 6 店内的服务中心为旅游与展力的各种活动而设

