游客景点
震撼人心的力量
FORREC设计的游客景点是如此震撼人心，一旦错过实乃一大憾事。
景点法则

人们总是热衷于追寻“下一个”。他们渴望难忘的时刻，把自己从日常生活抽离出来，投身于能与家人朋友一同分享的全新且令人兴奋的事物中去。
无限的可能性
FORREC设计的游客景点有多种形式。它可以是科学中心, 博物馆, 临时展览, 游客中心, 品牌环境, 室外展览或者是赋予您故事一个独特, 出乎意料的诠释。

做体验的主人
人们总想要主动加入到有趣的事情中去。这种感觉就好像谈话和演讲之间的区别。正是如此逼真的互动感, 使得FORREC设计的游客景点充满了同游客情感层面上的连接。

炙手可热的景点
这是一个日新月异的世界, 人们总是逐势而趋。游客景点也要足够敏捷, 精准地捕捉流行的趋势, 并使之成为现实。游客景点利用其打造时间较短的优势, 可以为游客提供他们最想要的, 最新, 最好的生活。
我们希望您的项目能在多个层面上取得成功：
一个伟大的故事，
一个游客不可抗拒的磁铁，
也是一个经济财务上的成功。

一个镜头
多个视角
业主的视角
每个业主都是不同的，但我们的出发点是相同的：您的愿景。我们是“变色龙”，可以充分理解业主的需求。FORREC知道，没有万能法则可以适合所有人，因此我们会为业主找到一条最适合他们的途径。

游客的视角
被动已经成为过去。人们想要做的不仅仅是散步和到处看看。现在的游客想要做出选择，定制自己的体验。他们想要以自己的方式勾勒出自己感兴趣的东西，探索自己的节奏，在游客景点得到零距离，享受且私人的体验。无与伦比的游客体验一直是FORREC总体规划中的一部分。

FORREC的视角
我们花很多的时间去了解您的愿景，直到足够我们能够围绕它展开一个独特且引人入胜的故事。将它嵌入整个景点的脉络之中。一个好的故事可以让我们充满好奇，带领我们去到新的地方，挑战我们坚定的信念。吸引游客的故事，我们讲的比任何人都好。
品牌建设：扩展其成功

FORREC力求打造绝对忠于品牌的体验。
品牌沉浸
FORREC的理解是一个品牌不仅仅只是一个标志。人们对品牌的感受才是品牌成功的本质所在。在我们将其打造为娱乐体验之前，我们使自己成为品牌的忠诚拥护者，以获得对品牌内涵尽可能深的理解。

深受世界大牌的信任
正因为我们的经验，才促成了我们与诸如尼克，乐高，环球影城，六旗等国际品牌的多次品牌拓展合作。英国广播公司BBC选择FORREC为旗下“最高档”，“BBC地球”，“BBC儿童频道”和“与恐龙同行”品牌打造景点。三丽鸥Hello Kitty和HiT娱乐的托马斯小火车和芭蕾舞鼠安吉丽娜也邀请FORREC为其打造了景点。我们已经建立起创新品牌扩展的良好声誉。

忠于品牌的诠释
我们知道，人们忠于一个品牌都是有原因的，他们希望看到这个他们所知晓，所爱的品牌的一切诠释。FORREC知道如何忠于品牌，即使这将意味着按照全新的方向打造项目。
透过表象看本质
这里有解决问题的常规路径。但也有FORREC自己的解决方案。

大主意有大不同
人们在如何度过他们自由时间上有着无限的选择，但是他们的期望向来是很高的。为了吸引人们的注意力，游客景点必须是一个可以营造氛围，引起好奇心和点燃探索欲望的地方，引领人们去到那里，去体验。创造一个带有“磁场”的游客景点需要的是大想法和发散性的思维。

每次都是重新开始
我们没有固化的风格来决定你的项目长什么样。我们会为您打造出真正独一无二的项目...
这一理念贯穿始终。

与人同欢
独乐乐不如众乐乐——和家人，朋友，甚至陌生人一起！和他人共处一个空间会有某种神奇的能量，在此之上，FORREC进一步打造出参与的快感。我们使游客融入众人欢乐的海洋，反过来，这些场景也使得游客景点充满活力。
体验的重要性
独一无二的目的地
不是每一个游客景点都依赖于大品牌的烘托。世界上许多有趣的景点都是独一无二的目的地体验，凭借景点自身声名鹊起。FORREC会发现每个地方的特点，并在此基础上打造属于您的游客景点，使之成为令人难忘，受人瞩目的目的地。

需求的层次
只有基本需求得到满足，总体的游客体验才算完整。FORREC要确保每个细节到位——从起点入口到动向分布，盥洗室的位置，路标，食品服务和零售缺一不可。我们专注于设计舒适便利的设施，能够最周到贴心地满足游客不同层次的需求。

游客体验的正确方向
游客希望从他们到达的那一刻起就受到欢迎，并且全程受到关怀。无论是精神上还是身体上都能快速地融人体验之中。FORREC以游客为中心的做法，把人们当作受到邀请的客人，而不是随随便便的游人。

有用的点子
我们的创意可以是天马行空的，但我们的工作也会立足根本。绚烂的想法必须扎根泥土，并且符合经营的参数。我们会根据您的需要专注客流，确立受众基础，推进使命，建立品牌。我们的创意将和您经营上的诉求点同步得到解决。
我们的服务

总体规划
通向成功的道路

业态开发
从原始数据到构建现实

建筑
将愿景变成建筑的一砖一瓦

景观建筑
打造“场域”感

室内设计
把故事带入室内

景点设计
刺激的因素

平面设计和标志
打造统一的标识

路标
提供导引和信息

展示设计
打造完美的展览

艺术指导
设计能带入情感的故事

设计管理
确保大思想贯穿始终

现场监理
需要时提供必要的专业知识
创意
我们的创意工作室是一个把创意变为现实的游乐场，这些创意转化为设计师手下的插画、故事板、人物塑造、动画、3D穿越演示、互动模型以及我们想象能达到的最富有创意的表达。

建筑
娱乐设计呈现建筑中最独特的挑战和不寻常的结构。我们的建筑工作室结合扎实的专业知识和灵活的创意应对每一次挑战，为客户提供可构建的设计愿景。

景观建筑
30年前，FORREC还是一家景观设计公司。这是我们赖以生存的根基，我们在此基础上不断成长，锻炼专业技巧，培养创意。我们被公认为是这个领域的开拓者，而在总体规划方面的实力为我们赢得了国际声誉。

室内设计
将最棒的主题从室外无缝衔接入室内，最佳实践和建筑规范就是去理解每一个细节。我们的室内设计工作室总能呈现完美的室内空间。

平面设计
我们的平面设计工作室运用图像、文字、色彩和形状进行交流。这个团队知道如何将标志、路标和品牌融入一套精良的设计成果之中，并且能够最直观地反映给游客。
这一切是怎么来的

从主题公园，水上乐园，度假村到零售娱乐综合体和游客景点，FORREC所做的每一个项目上都将娱乐的价值融会贯通。
FORREC的优势
FORREC的故事始于30年前。当时我们正好填补了加拿大娱乐行业的一个空缺，因此我们发现，我们深谙此道。

加拿大的第一个区域性主题公园——加拿大奇幻乐园——由我们操刀，完成了总体规划。我们为西埃德蒙顿购物中心和它的世界水上乐园——当时世界上最大的室内水上乐园——设定了全新的零售和冒险娱乐结合的标准。我们做别人不敢做的事情。

FORREC声名鹊起的原因是因为我们改变了游戏规则，打破了娱乐设计的窠臼，创造了真正的娱乐设计。世界很快注意到了我们，我们也完成了来自20多个国家，知名度颇高的国际客户的项目。一路上，我们不断提升技能，磨练专业知识，拓展我们的创意开发。我们一直位于时代趋势和技术的前沿，这使得我们可为我们的客户提供一整套无人能及且独一无二的服务。

更好的游客景点

每一个游客景点的设计背后，都有着我们超过30年的多部门设计经验。我们将主题公园中带来欢乐的经验应用到游客景点的设计中来。埋藏在水上乐园宏大概念背后专业的讲故事能力，我们创造沉浸式度假村的中心思想，和我们对“以游客为本”的执着——这些可以被应用到游客景点不容错过的体验中去，而这些体验也是成功游客景点必备的特点。

更好的娱乐设计

游客景点不仅仅是只从我们的其他部门经验中获取养分，它也可以为我们带来回报。FORREC可以设计出给零售娱乐综合体带来灵魂的游客景点。我们利用游客景点为度假区增加差异化。FORREC可以完成娱乐设计的所有方面。
水立方嬉水乐园，中国
案例研究
游客景点的背后是谁？

不同的业主有不同的故事。从个人的不同想法到政府机构的不同使命，我们确保我们了解对您来说什么是最重要的。
体验可爱的culture
品牌
Hello Kitty

业主/开发商
马来西亚国库控股公司, 主题景点和度假村私人有限公司

位置
马来西亚, 柔佛, 公主港

开业时间
2012

规模
2200平方米

范围
概念设计, 扩初设计和场地审查
挑战
Hello Kitty 是三丽鸥公司广受欢迎的全球品牌，在零售领域非常成功。而我们的挑战就在于如何把这个标志性的品牌转变为一个全新的领域，即环境，骑乘设备和体验，而且必须在业主现有设施建筑这个有限空间内完成，该建筑同时也同其他知识产权持有者旗下的品牌“明星”共享。

解决方案
FORREC敏锐地察觉到，Hello Kitty的粉丝对他们喜爱的“明星”如数家珍，哪怕是最微小的细节。围绕着她创建一个3D世界，我们必须从她的粉丝那里获取正确信息，因为他们几乎能出于本能地知道我们哪里错了。为了保持Hello Kitty与其他品牌“明星”的区别，我们在业主四层楼的建筑里给了她一整个楼层。Hello Kitty小镇的一切都经过精心设计，以反映“Kitty猫”这个主题，尤其是颜色——粉红色。游客可以参观她的家，探索互动迷宫，坐上“转转杯”（骑乘设备），欣赏Hello Kitty和小伙伴们“喵完美”舞台，以及在工艺区挥洒创意。

经验总结
由FORREC打造的扩展体验完全抓住了Hello Kitty文化的精髓，每一个细节都能抓住Hello Kitty粉丝们的心。
托马斯小火车
和小小大世界
多个品牌的完美融合
孩子们是品牌最忠诚也是最挑剔的拥护者。对于他们来说，这些角色人物都是真实的，因此任何品牌的扩展体验必须达到他们的预期。

挑战

我们的业主分别从两个知识产权持有者：三丽鸥和HiT娱乐公司（美泰公司子公司）那里获得了Hello Kitty和其他五个品牌人物的知识产权。两家知识产权公司都有各自的顾虑：他们的品牌将会被如何演绎。
解决方案

FORREC和我们的业主以及所有利益相关者密切合作，为多个品牌的成功搭建了舞台。我们指定入口上方的第一层为三丽鸥的Hello Kitty，顶层为托马斯小火车，中间层为“小小大世界”，会员有班尼紫色小恐龙，芭蕾舞鼠安吉丽娜，巴布工程师和企鹅家族。

由于HiT娱乐的人物都有各自的电视动画系列，我们充分利用这些二维的电视环境，将其转化为真实的，前瞻性的3D体验。托马斯小火车欢快地穿过一个类似索多岛的村庄，班尼的欢乐广场，安吉丽娜的舞蹈学院，巴布的施工场地和企鹅家族的冰屋子，通过流畅的无缝衔接，使游客们从一个体验自然地过渡到下一个。使每一个角色都处在各自对应的环境中可以有效地帮助游客理解并轻松地体验各个分区。

自入口进入，一个中央中庭的设置为游客提供了景点在不同层次上的清晰视角。由导向空间延展至各个较小的组织空间，游客从中可以很容易地找到他们感兴趣的游乐项目。
经验总结

FORREC成功地将不同的品牌融于一个和谐有趣的环境中，并使它们保留了各自的特色。
英国广播公司
从电视节目到实体景点
挑战

为了进一步建立自己品牌的全球影响力和声誉，英国广播公司希望在全球范围内发展自己的高端景点概念和旅游体验。他们还需要一些建议：怎样的细节处理可以使这些概念迎合市场，以及如何挖掘，发现潜在的授权开发商来使这一切都变为现实。

认真检测BBC四大最受欢迎电视节目的每一个“基因”，包括《最高档》
我们将《最高档》品牌景点作为一个俱乐部，邀请游客从观众变身为参与者。不同的活动区将给游客测验汽车知识的机会，深入场景幕后，观看现场特技表演和活动，并在高端模拟器和骑乘中体验相互竞争的快感。《最高档》俱乐部意在创造一种归属感，并提供深入的，多层次的体验，以吸引游客重复来玩。

《与恐龙同行》被设计为一个当今恐龙挖掘的大本营。体验开始，游客们将和一支探险队一起，进入一个通过逼真的声音，气味，运动和触觉营造出的恐龙生存环境。我们把《BBC儿童频道》品牌景点想象成一个分布在各个房间里的儿童游戏馆，鼓励各类的互动，和这些熟悉的电视人物一起自由地玩耍。而《BBC地球》的挑战在于找到能使整个星球缩小到一个可控的景点中去的方法。
品牌 《最高档》、《与恐龙同行》、《BBC地球》和《BBC儿童》

业主/开发商 英国广播公司

位置 全球市场

规模 根据市场需求调整

范围 总体规划和概念设计
英国朗利特
野生动物园
全新的叙述，全新的可能
经验总结

FORREC的总体规划复兴了朗利特，帮助其延续成功，并且展示了创意规划是如何在有限的空间条件下扩充景点的接待能力。

挑战

这处珍贵的文物古迹以非洲第一个室外野生动物园而闻名于世。50年前向公众开放的狮子区现在是公园唯一的热门景点，而公园的其他部分则显得很冷清。随着时间的推移，增加的景点缺少相互之间的主题联系。当朗利特的人口不断增长，扩充公园的容量已经成为其未来成功的关键。

解决方案

FORREC的10年总体规划通过为其量身打造故事线，将野生动物园和这处文物古迹的其余部分重新缝合在一起。除了狮子和一些珍奇动物，朗利特故事还包括瞩目的建筑，独特的景观设计，以及居民家中延续了600多年的文化珍宝。FORREC看到巨大的客流潜力，来到这里观赏动物，为这里的历史驻足。

拓宽故事线的过程激发了我们对朗利特其他特色的浓厚兴趣。我们增加了更多的游客设施，改善停车条件，鼓励可替代的动线模式来帮助分流人群，于此同时我们也尊重了朗利特历史目的地的事实。新的叙事线使游客以一个全新的视野见到了朗利特，并且鼓励他们在这里停留更长的时间。
哥伦比亚
冰川发现中心
探索冰川的冰寒之心

CREVASSE
HEART OF A FROZEN GIANT

业主/开发商：加拿大布鲁斯特旅游局
位置：杰士柏，加拿大
规模：3500平方米
范围：总体规划和概念设计
挑战
冰川发现中心位于阿萨巴斯卡冰川脚下的杰士柏国家公园，是北美洲游客量最大的冰川。现在的游客只把这座建筑当作冰川区的进站检票口。作为利益相关者，加拿大园林部希望我们能够重新构思建筑的内部，从而使它在整个冰川体验中发挥更重要的作用，并且能够增加营收。

解决方案
FORREC的总体规划将冰川发现中心发展为一个景点，取名裂隙，即冰冻巨人的心脏。它为游客提供了一个冰川内部的壮观视角。建筑物的正立面为玻璃材质，建筑整体则模拟冰川的大小做成一个全真的玻璃中庭。

类似冰状的墙体将延伸到第三层，游客从那里进入360度剧院，体验令人屏息的模拟飞行，穿越哥伦比亚冰原，深入冰川裂隙之中。离开剧院，他们将体验到冰川内部的过道——一个两层楼高的逼真的裂隙环境。正当游客好像身处在山洞之中的时候，突然眼前一片光明，然后他们就可以领略一番真正的阿萨巴斯卡冰川了。

FORREC的总体规划通过自助式餐厅，夜晚极光晚餐秀，提供冰川主题饮料和零食的尊享冰吧以及提供休闲餐饮的营地餐厅进一步提升了游客体验。

经验总结
FORREC找到了使自然奇观阿萨巴斯卡冰川更加惊险迷人的方法。
魅力地球
科学公园
感受矿业科学的魅力

业主/开发商：北部科技馆
位置：萨德伯里，加拿大
开业时：2016
规模：1500平方米
范围：总体规划，概念设计，方案设计，扩初设计，施工图，场地审查，施工审查
挑战

魅力地球旅游景点位于萨德伯里标志性的大镍所在地。它由北安大略最大的旅游景点——北部科技馆所有并由它经营。魅力地球的前期发展集中于室内体验，展品和多媒体表演，其中就包括大镍的地下矿山之旅。这片14公顷场地上所缺少的是室外的体验，可以扩展魅力地球的范围，延伸它的故事。

解决方案

FORREC的初步设想是将这1500平方米的室外科学公园打造为一个连贯的，吸引人的游客体验景点。三个游乐分区通过多样的游乐结构和主题体验向游客们讲述着萨德伯里丰富矿业遗迹的故事。作为故事线的一部分，完整比例的采矿设备例如地下装载机，矿石车和渣罐都被融入设计之中。

进入科学园区的游客会发放安全帽和安全背心，他们可以像熔渣一样流下渣滓滑道，发掘化石，感受地震波，从萨德伯里最古老的矿井深处往上爬。在公园的露天剧场，舞台设置就是一辆大型地下运输车的废料箱。

经验总结

创造一个能动手，能攀爬，能玩耍的室外科学公园帮助魅力地球拓展了游玩模式，并鼓励游客来到景点反复游玩。
朴茨茅斯
古代造船厂
树立了历史性的里程碑
挑战
朴茨茅斯历史悠久的造船厂是500年来英国最具价值的海军遗产。四个景点由四个慈善组织单独资助，整个场地似乎由此被割裂开来，作为一个仍在使用的海军基地，它不是一个最佳的游客体验。我们所需要的是一个更完整，更能引发游客情感上共鸣的游客体验和家庭景点。

解决方案
研究表明，游客很难把握整体的故事线，对船厂的整体规模也很模糊。整个线性场地中缺少儿童项目，过多的中老年步行空间，以及没有足够的观赏和休息区域。

FORREC的总体规划放弃了现有针对各个景点单独化的发展，取而代之的是将场地作为一个整体，由中心向四周辐射。这样的做法可以为游客提供一个免费的入门缓冲区，能够有效地调动游客对内部事物探究的积极性，激发他们的购票欲望。整个场地的简单布局简化了故事线，并创造了解感情的参与。为了使规划能在数年内实现，FORREC在总体规划中确定了24个单独项目，可以把场地和故事紧密的联系起来，使拥有新体验之后的各景点之间的空间以及游客所需的设施有所增加。

经验总结
FORREC的总体规划将复杂的现有场地变为一个统一的体验，将英国的海军历史以一种清晰和引人入胜的方式娓娓道来。
新加坡旅游局
一座活力之城的未来计划
挑战

新加坡裕廊湖区正发展为第二个充满活力的中央商务区。新加坡政府拨出一块总面积为23公顷的沿湖狭长地带，期望将其打造成一个魅力的家庭休闲目的地。它必须既能吸引当地人又能吸引游客，同时还能带动周边地区的发展。

解决方案

FORREC并没有将场地看作是一个目的地，而是两个。通过与业主及市场可行性顾问的通力合作，我们确定了一个更大、更宽的场地部分，这个部分接近未来的高铁站，我们将在这里打造一个城市水下公园度假区。依托一个尚未确定的全球家庭品牌，这个大型且独特的主题式室内/室外水上公园与配套酒店将充分带动多日的住宿行程。

对于第二块场地，我们的规划是一个家庭景点中枢，叫做Technopolis（技术社会），与场地附近的未来科技中心的主题相呼应。家庭可以在这片区域自由地漫步，选择去到一片专为儿童设计的寓教于乐的中小型独立游客景点。该地区将从四面八方与周边城市环境相连接。

作为水上乐园度假区的一个替代，FORREC提出了另外一种方案，叫做“冒险山”。一座高70米的陡峭山峰可以为游客们提供类似岩山的体验，活动可以包括如攀岩，索道，射箭，探索洞穴，皮划艇等等。

经验总结

没有预定方案，没有参考实例，摆在我面前的只有一片空白。在这样的条件下，FORREC提议了对这个场地来说合适的方案，这些方案并不一定和业主一开始的想法完全一致。
上海科技馆
让科学针对年轻人变得更有趣
挑战

基于科教兴国的政策方针，上海科技馆被寄予的期望是非常高的。它必须能够吸引广大群众，尤其是青少年。因为它得与其他想要吸引同一目标群体的娱乐形式竞争，同时它也必须达到科教与娱乐之间的平衡。

业主/开发商：上海科技馆
位置：上海，中国
开业时间：2005
规模：13000平方米
范围：总体规划、概念设计、扩初设计和现场审查
解决方案

FORREC仔细审查了业主提供的业态内容，并且意识到必须要有些灵活性才能满足科技馆的目标。业态内容，当然是教育性的，从本质上来说是被动的。从经验中我们得知，为了吸引青少年，这些内容必须提升到更高的互动水平。

FORREC将空间划分为几个主题展览馆，每个分区都有一个独特的入口，代表着知识的大门向游客敞开。在介绍区域会有分区所包含的教育信息的介绍。之后游客就能体验到一个又一个有趣的景点。再之后游客们会进入一个互动的自由流动区，那里有许多有趣的活动，让游客尽可能地运用所学到的知识。

FORREC设计的景点中包括了“人体之旅”黑暗骑乘，生态灾难剧场，激光核能源骑乘以及计算机模拟旅程。FORREC运用最新的技术来制造突破性的体验，把学习变成乐趣，把科学变为娱乐。

经验总结

FORREC在科学中心的设计上树立了新的标准，引导游客在结束一个体验之后，穿过新的入口进入到下一个体验。
成功的创意意味着创造以人为本的地方和体验——并且具有商业价值。
游客体验景点
商业综合体
度假村
主题公园
水上乐园

请与我们联系，我们将帮您实现您的成功愿景。

Suite 100C, 219 Dufferin Street
Toronto, Ontario, Canada
M6K 3J1

电话: 416 696 8686
传真: 416 696 8866

成功的建筑