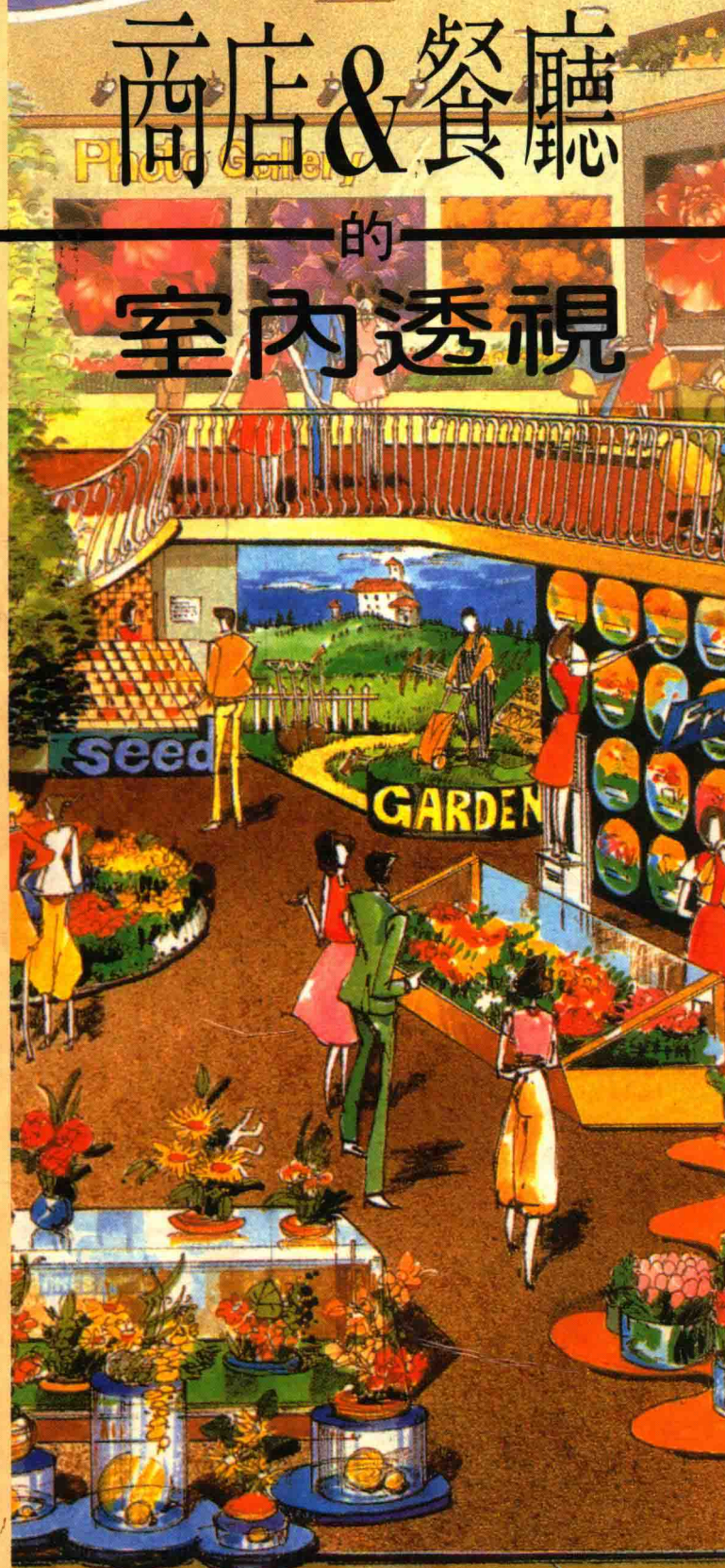


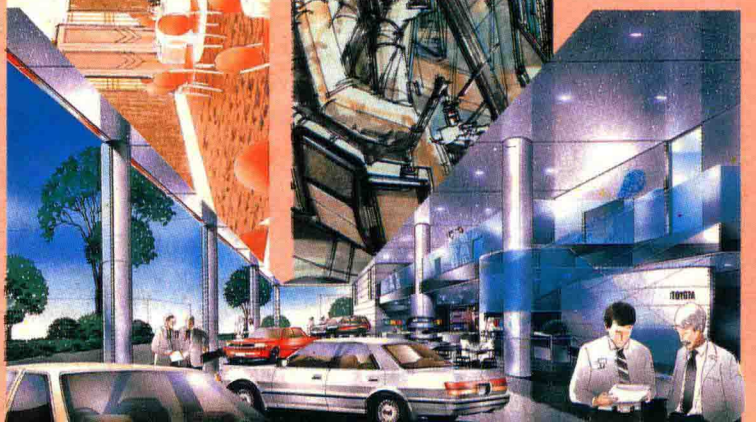
● 建築概念之基本介紹 ●
噴修過程圖解



新形象出版事業有限公司

INTERIOR

Rendering: Shop & Restaurant
A Practical Introduction to Architectural Illustrations



商店&餐廳 的 室內透視

定價：600元

出版者：新形象出版事業有限公司
負責人：陳偉賢
地址：永和市永貞路163號2樓
門市：北星圖書事業股份有限公司
 永和中正路498號
電話：9229000(代表)
F A X：9229041

編著者：新形象出版公司編輯部
發行人：顏義勇
總策劃：陳偉昭
美術設計：吳銘書·朱儀婷
美術企劃：游義堅·劉芷芸

總代理：北星圖書事業股份有限公司
地址：台北縣永和中正路498號
電話：9229000(代表)
F A X：9229041
郵撥：0544500-7 北星圖書帳戶
印刷所：皇甫彩藝印刷股份有限公司

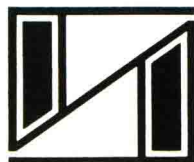
行政院新聞局出版事業登記證 / 局版台業字第3928號
經濟部公司執照 / 76建三辛字第214743號

〔版權所有・翻印必究〕

■ 本書如有裝訂錯誤破損缺頁請寄回退換 ■

中華民國 81 年 4 月

NT\$：500.-



創新突破 永不休止

「北星信譽推薦，必屬教學好書」

新形象出版事業有限公司・北星圖書事業股份有限公司

台北縣永和市永貞路163號2樓

電話：(02)922-9000(代表號)

FAX：(02)9229041

郵撥：05445000

郵撥：0544500-7北星圖書帳戶

北星圖書目錄

新形象

建築・廣告・美術・設計

一、美術設計			
1-1	新插畫百科(上)	新形象編	400
1-2	新插畫百科(下)	新形象編	400
1-3	平面海報設計專集	新形象編	400
1-4	世界名家包裝設計專集	新形象編	600
1-5	藝術・設計的平面構成	新形象編	380
1-6	世界名家插畫專集	新形象編	600
1-7	插畫基礎實用技法	熊谷次郎	500
1-8	現代商品包裝設計	鄧成連	400
1-9	世界名家兒童插畫專集	新形象編	650
1-10	商業美術設計(平面設計應用篇)	陳孝銘	450
1-11	廣告視覺媒體設計	謝蘭芬	400
1-12	童話圖案集	新形象編	350
1-13	教室環境設計	新形象編	350
1-14	教具製作與應用	新形象編	350
1-15	應用美術・設計	新形象編	400
1-16	插畫藝術設計	新形象編	400
1-17			
1-18	基礎造型	陳寬祐	400
1-19	產品與工業設計PART 1	吳志誠	600
1-20	產品與工業設計PART 2	吳志誠	600
二、字體設計			
2-1	數字設計專集	新形象編	200
2-2	中國文字造型設計	新形象編	250
2-3	英文字體造型設計	陳穎彬	350
2-4	金石大字典	佳藝編輯	320
三、室內設計			
3-1	室內設計用語彙編	周重彥	200
3-2	商店設計	郭敏俊	560
3-3	名家室內設計作品專集	新形象編	600
3-4	室內設計製圖實務與圖例	彭維冠	650
3-5	室內設計製圖	宋玉真	400
3-6	室內設計基本製圖	陳德貴	350
3-7	美國最新室內透視圖表現技法	羅啓敏	500
3-8	羅啓敏最新室內透視表現技法(2)	羅啓敏	500
3-9	羅啓敏最新室內透視表現技法(3)	羅啓敏	500
3-10	室內色彩計劃學	懋榮	850
3-11	室內設計年鑑	北市公會編	600
3-12	90'室內設計年鑑	台中公會編	800
3-13	商業空間設計精華	北屋編輯	600
3-14	室內設計製圖實務	彭維冠	450
3-15	商店透視一麥克筆技法	吳宗鎮	500
3-16	室內外空間透視表現法	許正孝	480
3-17	現代室內設計全集	新形象編	400

四、圖學			
4-1	綜合圖學	王鍊登	250
4-2	製圖與識圖	李寬和	280
4-3	簡新透視圖學	廖有燦	300
4-4	基本透視實務技法	山城義彥	400
4-5	世界名家透視圖全集	新形象編	600
五、色彩配色			
5-1	色彩計劃	賴一輝	350
5-2	色彩與配色(附原版色票)	王建柱校訂	750
5-3	專業演色配色精典	鄭淑玲	500
5-4			
5-5	色彩與配色(彩色普級版)	新形象編	300
5-6	配色事典	原裝進口	250
5-7	色彩計劃實用色票集	賴一輝	200
	(附進口色票)		150
六、服裝設計			
6-1	蕭本龍服裝畫	蕭本龍	400
6-2	蕭本龍服裝畫(2)	蕭本龍	500
6-3	蕭本龍服裝畫(3)	蕭本龍	500
6-4	世界傑出服裝畫家作品展	蕭本龍	400
6-5	名家服裝畫專集1	新形象編	650
6-6	名家服裝畫專集2	新形象編	650
6-7			
七、中國美術			
7-1	中國名畫珍藏本	新形象編	1000
7-2	山水秘訣	李憶言	350
7-3			
7-4	末落的行業—木刻專輯	楊國斌	400
7-5	大陸美術學院素描選	新形象編	350
7-6	大陸版畫新作選	新形象編	350
八、繪畫技法			
8-1	基礎石膏素描	陳嘉仁	380
8-2	石膏素描技法專集	新形象編	450
8-3	繪畫思想與造型理論	朴先圭	350
8-4	魏斯水彩畫專集	新形象編	650
8-5	水彩靜物圖解	林振洋	380
8-6	鉛筆技法(設計素描)	葉田園	350
8-7	世界名家水彩1	新形象編	650

專業經營・權威發行

北星信譽・值得信賴

永和市永貞路163號2F

TEL：(02)922-9000

FAX：(02)922-9041

郵撥帳號：0544500-7

北星圖書帳戶

8-8	名家水彩作品專集2	新形象編	650
8-9	世界水彩畫家專集3	新形象編	650
8-10	世界名家水彩作品專集4	新形象編	650
8-11	世界名家水彩專集5	新形象編	650
8-12	世界名家油畫專集	新形象編	650
8-13	油畫新技	楊永福	400
8-14	壓克力水彩技法	楊恩生	400
8-15	不透明水彩技法	楊恩生	400
8-16	新素描技法解說	新形象編	280
8-17	藝術解剖學	新形象編	350
8-18	人體結構與藝術構成	魏道慧	1000
8-19	彩色墨水畫技法	劉興治	400

九、攝影

9-1	世界名家攝影專集	新形象編	650
9-2	繪之影	曾崇詠	420

十、建築・造園景觀

10-1			
10-2	歷史建築	馬以工	400
10-3	建築旅人	黃大偉	400
10-4	房地產廣告圖例	懋榮	1500
10-5	如何投資增值最快房地產	謝潮儀	220
10-6	美國房地產買賣投資	解時村	220
10-7	房地產的過去、現在、未來	曾文龍	250
10-8	誰來征服房地產	曾文龍	220
10-9	不動產行銷學	曾文龍	250
10-10	不動產重要法規	曾文龍	250

十一、工藝

11-1	工藝概論	王銘顯	240
11-2	藤編工藝	龐玉華	240
11-3	皮雕技法的基礎與應用	蘇雅汾	450
11-4	皮雕藝術技法	新形象編	400
11-5	工藝鑑賞	鍾義明	480

十二、兒童美術

12-1	兒童話集	新形象編	400
12-2	最新兒童繪畫指導	陳穎彬	350

十三、花卉

13-1	世界自然花卉	新形象編	400

十四、POP設計

14-1	手繪POP的理論與實務	劉中興等	400
14-2	精緻手繪POP廣告	簡仁吉等	400
14-3	精緻手繪POP字體	簡仁吉	400
14-4	精緻手繪POP海報	簡仁吉	400
14-5	精緻手繪POP展示	簡仁吉	400
14-6	精緻手繪POP應用	簡仁吉	400

十五、廣告・企劃・行銷

15-1	如何激發成功創意	西尾忠久	230
15-2	C I 與展示	吳江山	400
15-3	企業識別設計與製作	陳孝銘	400
15-4	商標與C I	新形象編	400
15-5	C I 視覺設計(信封名片設計)	李天來	400
15-6	C I 視覺設計(DM廣告型錄)(1)	李天來	450
15-7	C I 視覺設計(商業包裝PART 1)	李天來	400
15-8	C I 視覺設計(商業包裝PART 2)	李天來	400
15-9	C I 視覺設計(DM廣告型錄)(2)	李天來	450

十六、其他

16-1	中西傢俱的淵源和探討	謝蘭芬	300
16-2	絹印實務技術	唐氏編輯	220
16-3	麥克筆的世界	王健	600

創新突破 永不休止

「北星信譽推薦，必屬教學好書」

新形象出版事業有限公司

台北縣永和市永貞路163號2樓

電話：(02)922-9000(代表號)

FAX：(02)922-9041

北星圖書事業股份有限公司

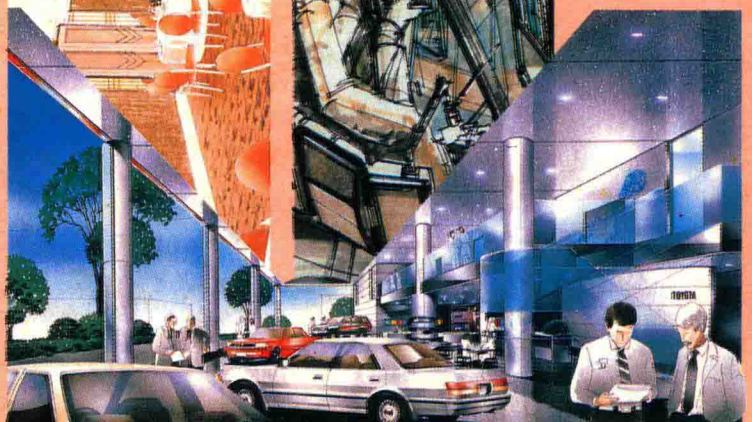
門市部

永和市中正路498號

電話：(02)922-9001

INTERIOR

Rendering: Shop & Restaurant
A Practical Introduction to Architectural Illustrations



首先讓我們來看看這本作品的內容裡所潛藏的現代性。隨著社會整體的多樣化許多各式各樣的店舖也紛紛開張，不僅業種繁多，經營型態也各不相同，再加上構思的多國籍性和超時代感紛紛出現，讓人覺得店舖的設計正漸漸走向多元化。也因此設計的透視圖所使用的畫材、技術和表現方法也開始朝多方面的在發展。

在我們把透視圖當成美術作品來觀賞的同時，它也可以解釋該建築物的設計觀點。透視圖固然是爲了表現建築手法而繪製的，所以也會有特定觀點的建築設計作品集。所謂特定的觀點，是說透視圖不同於照片，以畫家性手法來強調設計的理念，不過有時候也會無法正確的把握住設計者的意思。這個時候設計者即必須對自己的工作提出一些人們意想不到的解釋，透視圖作品集即是給設計者和建造實行者雙方許多在考察方面的解答。

我國的商店之理想的狀態在其他各國都看不到的，地域性的社會有著異於歐洲、或是亞洲各國的獨特文化做爲支柱，自過去30年以來，經濟急速的成長，日本的「現代」可說是不可測量估計的。

在過去「傘店、鞋店」之類都是由於人類居住的需要才開始有的買賣，而今卻變成爲了商業行爲的需要而開發的商店經營方式。從前只要有一間小吃店讓獨居的人能夠不愁飲食就好了，而今各國不同的美食逐漸推廣，造成需要慢慢的擴大而到達一個消費的時代。

今天的首都圈市區一些走在時代尖端的店舖可說是具有引領消費者脚步且帶動潮流的一種能力。這樣活潑的經濟活動，其消費文化雖然帶給人們幸福美好的生活，但是卻也留下了對於資源浪費與價值感的不重視的一種疑問。

序 文

文化往往是在大時代的潮流之中慢慢形成的，其中有屬於前衛的部份，也有固守傳統的部份，而大眾就活在這平均的時代性之中。當我們從透視圖的作品集中來展望未來店舖設計的走向時，吸引我們的雖然是它的新穎多變的設計，但是它們的主流或許在表示前衛之餘，仍是需要腳踏實地的經營吧。

不論是新開張或是改裝之程，都市裡的商店都一直不斷在新陳代謝之中，不過大幅度的改變卻是絕對急不得的。要經歷不斷變遷的流行，本來就需要慢慢來，以平均的速度來改變。然而這股主流從透視圖作品中卻找不到可以令人安心的東西，在多樣化的過渡期中找不到目標只能算是一種善意的解釋。我們對於新事物充滿憧憬，但是卻往往在流行的染缸中失去自己的個性而變得進退維谷，因為我們遺忘了不是追求真理，則無法誕生新的事物這個大原則。

在邁向經濟安定道路的日本，我們可以展望許多成熟優秀的建築被建造出來。

在建造者當中雖然也有一些從事設計工作的人，但是無論怎麼說，他們都算是站在評論家的立場，藉著圖面來認識一些別的設計，可以從解釋作品當中慢慢的培養出鑑賞的能力。

不過在店舖的裝修工程方面，設計者所繪的透視圖除了表現出作品的面貌之外，有時也常用來為一種宣傳品。換言之透視圖中便是存在著作畫的設計者的影子。在實務進行當中它對施工單位可說有著強大的說服力，更可說是掌握了時代的主舵。

本書所集錄的作品，有些是設計者本身所作，直接表現出他的設計意圖；不過光看透視圖還是無法做明確的區別。

無論如何，在豐富的資料和情報隨手可得的今天，任何參與店舖及餐廳工作的人，都能夠在不同的立場上昇華自己的工作，讓我們期待能夠有各種不同的豐富的商店出現供我們利用的那一天來臨。

P r e f a c e

Initially I would like to take a look at the hidden modernity of the works in this collection. There are many shops that continue to operate in a society that is entirely versified. With the originality of multi-internationality and the extra trendiness borne with the times that is demanded for design, in addition to the increase in types of industries and various forms of management that appear to follow no singular thread, the direction of shop design seems to be unclear. Accordingly, the techniques and expressive methods indicated within these drawings make good use of the latest painting materials and have been developed in various ranges.

A perspective drawing offers a commentary on the architectural plan and shop design, and at the same time serves as an appreciative work of art in itself. Owing to the fact that a perspective drawing is created in order to express the work of the architect, a collection of such drawings may be looked upon as a compilation of architectural art of which the point of view is limited. This means that the policy of design is emphasized in accordance to the sense of the artist unlike the end product of a photograph. This could sometimes lead to the will of the designer being mis-translated in the actual drawing. Such cases will shock the designers into realizing that there are other ways to interpret their work. This collection of work will therefore act as a reminder to both designers and readers that solutions may be found by viewing the work from different angles.

The style of shops in Japan may be expected to be totally different from those of other countries. We have managed to maintain a cultural independence of other communities in European and Asian countries. In addition to this, the rapid development of the Japanese economy over the past thirty years has made the present era incalculable.

Retail outlets such as umbrella shops or clog shops were able to go into business owing to the fact that there was a public that needed their wares. Nowadays, however, such shops can only exist by carefully studying the laws of supply and demand. Although a single restaurant with a mixed menu is enough to prevent the starvation of several bachelors, it is now the age where this restaurant has to recognize the fact that supply and demand is ready to create a boom in international gourmet dishes.

The leading downtown shops of today's metropolis have enough energy to pull their customers around by their noses. From the aspect of economics this is a good thing, but one cannot help but wonder if this consumer-orientated society is in fact bringing us the good life we have come to expect when we concentrate on the mineral waste and lack of sincerity that our sense of value are being bombarded with.

In order to flow with the current of modern times, it is necessary to recognize that culture is split into two distinct categories; one that is avant-gard, and the other that strives to maintain traditional customs. Most people of today's age exist within a well-balanced vacuum. Glancing through the trends in perspective drawings, one's attention is naturally drawn to these shops that utilize new designs. However, I must admit to sometimes wondering if the suggestive power of this group of avant-gard artists is really running with its feet on the ground.

With new establishments and refurbishments, the shops in the cities are constantly being replaced. However, this replacement is not overly hasty which brings about the effect that the transformations are in keeping with the pace of fashion. The trends of perspective drawing still leave something to be desired in order to stay in the main stream. To put it politely, it is losing its original aim by occurring in mid-period when the market is flooded with diversification. A yearning for newness only acts to put people in a dilemma that will eventually bring about a loss of personality which results from having been deeply steeped in fashion. The main principle which states that the creation of new art-forms is impossible without the careful study of their original forms is totally forgotten here.

To say that a shop has a "quiet appearance" could in fact be a paradoxical expression of personality.

In Japan's future, where the stability of the economy has been ensured, carefully planned houses will surely come into demand and will be constructed.

Some perspective artists are also capable of design, but I really feel that they should stay in their original duty as critics. The frequent contact that they get from various designs and the practice of interpreting them gives them the perfect opportunity of improving their powers of appreciation.

There are many cases where perspective drawings created by the designers are used as presentations or as publication materials for the finished products of interior shop design. In other words, there are some designers who are also able to produce perspective drawings.

We may place a great deal of expectation on these people as they have a strong influence over their benefactors. They are in the position to control the trends of the times.

Contained within these covers is a collection of the work produced by these designers. The intention of the plan is expressed straightforwardly, but it is difficult to tell the difference between each merely by looking at the perspective drawings.

We have now reached an age which is wealthy in materials and information, and we can but hope that the day will come when the people who control the outlook of shops and restaurants will sublimate their duties in accordance to their individual positions to make a generation of generous-minded shopkeepers who are easy to work with.

序 文

P r e f a c e 0 0 2

1. 飲食專門店

1. Eating and Drinking 0 0 9

西洋料理。日本料理。各種高級餐廳。休閒餐廳。俱樂部。點心屋。

家庭式餐廳。速食店。咖啡店。酒吧

Western food○Japanese food○Various Hight-class Restaurants○Family Restaurant

○Café Restaurant○Bar○Club○Snack Bar○Fastfood Restaurant○Coffee Shop etc.

2. 繪圖方法及順序# 1

2. Rendering Process#1 0 7 1

「不透明水彩和噴筆的混合畫法」 進士龍一

“The Combined Drawing Method of Gouache and
Airbrush” by Ryuichi Shinji

目 次

C O N T E N T S

3.販賣專門店

3. Retail Stores

0 7 9

飯店內店鋪。購物中心。展示中心。服飾店。藥房。電器行。眼鏡行。美容院。遊樂場。運動器材行。花店。其他各種店鋪

Shop in Hotel○Shopping Center○Showroom○Boutique○Drugstore○Electrical Shop
○Optician○Beauty Salon○Game Center○Sport Shop○Flower Shop○Various Shops
.....etc.

4.繪圖方法及順序# 2

4. Rendering Process#2

1 3 3

「黃昏時的景觀透視圖的畫法」坂井田將齊／優實

“The Effective Drawing Method of Evening Perspectives” by Masanari Sakaida & Yumi Sakaida

範例（資料閱讀指導）

- a：建築物名稱
- b：所在地
- c：設計事務所
- d：透視圖作者
- e：出品者

LEGEND (A Guide to How to Read Data)

- a: Project Title
- b: Location
- c: Planning Office
- d: Renderer
- e: Applicant

1. 飲食專門店

1. Eating and Drinking

西洋料理

日本料理

各種高級餐廳

家庭式餐廳

休閒餐廳

酒吧

俱樂部

點心屋

速食店

咖啡店



Western food

Japanese food

Various Hight-class Restaurants

Family Restaurant

Café Restaurant

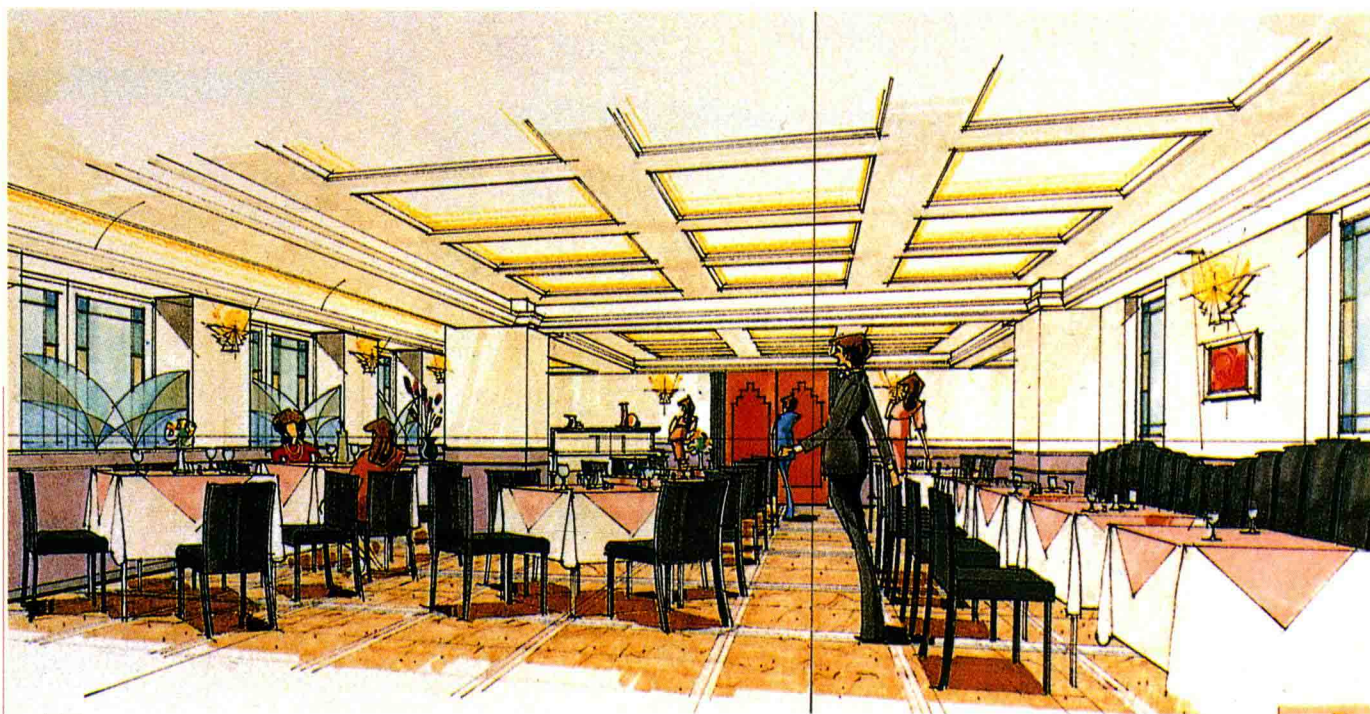
Bar

Club

Snack Bar

Fastfood Restaurant

Coffee Shop.....etc.



- a: 六本木
- b: 東京都港区六本木
- c: C.D.W.日本.....
- d: 柳川敏行
- e: 柳川敏行

- a: ROPPONGI-V PLAN
- b: Roppongi, Minato-ku, Tokyo
- c: C. D. W. JIPANG
- d: Toshiyuki Yanagawa
- e: Toshiyuki Yanagawa



a: P餐廳
 b: 東京都港區
 d: 高野浩毅
 e: 室內生活心 / 高野浩毅
 ●
 a: P RESTAURANT PLAN
 b: Minato-ku, Tokyo
 d: Hiroki Takano
 e: Interior Life 101/Hiroki Takano



a: 餐廳
 b: 大阪府大阪市
 c: 綜合商店街
 d: 高野浩毅
 e: 室內生活101 / 高野浩毅
 ●
 a: I RESTAURANT
 b: Osaka-shi, Osaka
 c: Sogo Tenpo Senter
 d: Hiroki Takano
 e: Interior Life 101/Hiroki Takano