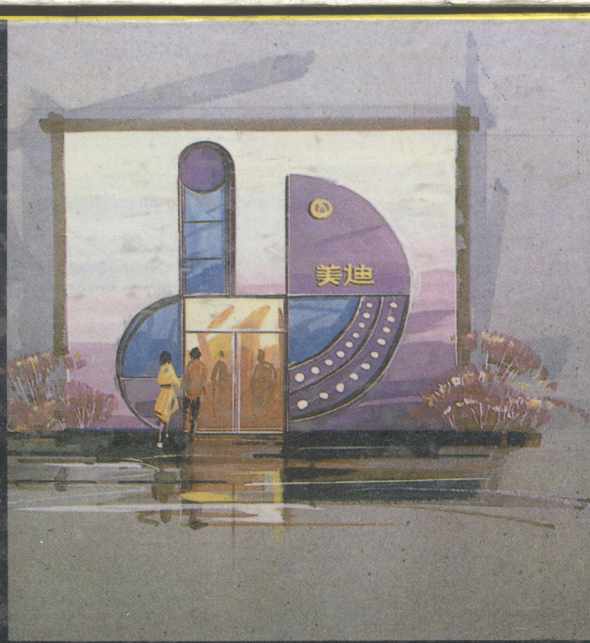
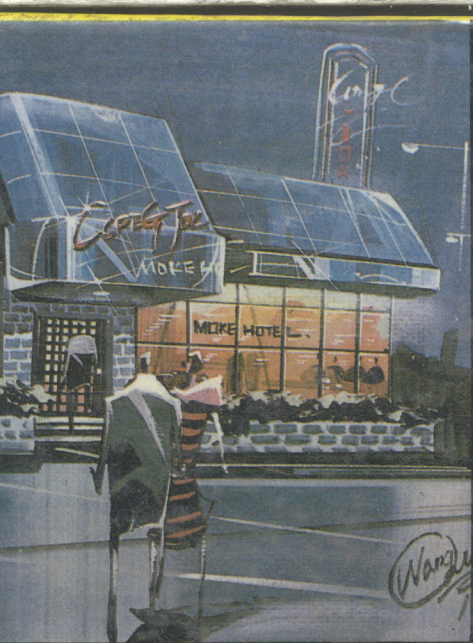
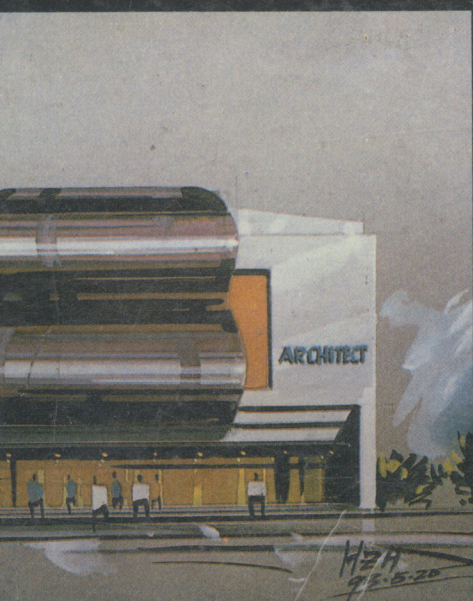




YIYISHUDIANMIANSHEJIYISHUD

小型店面设计

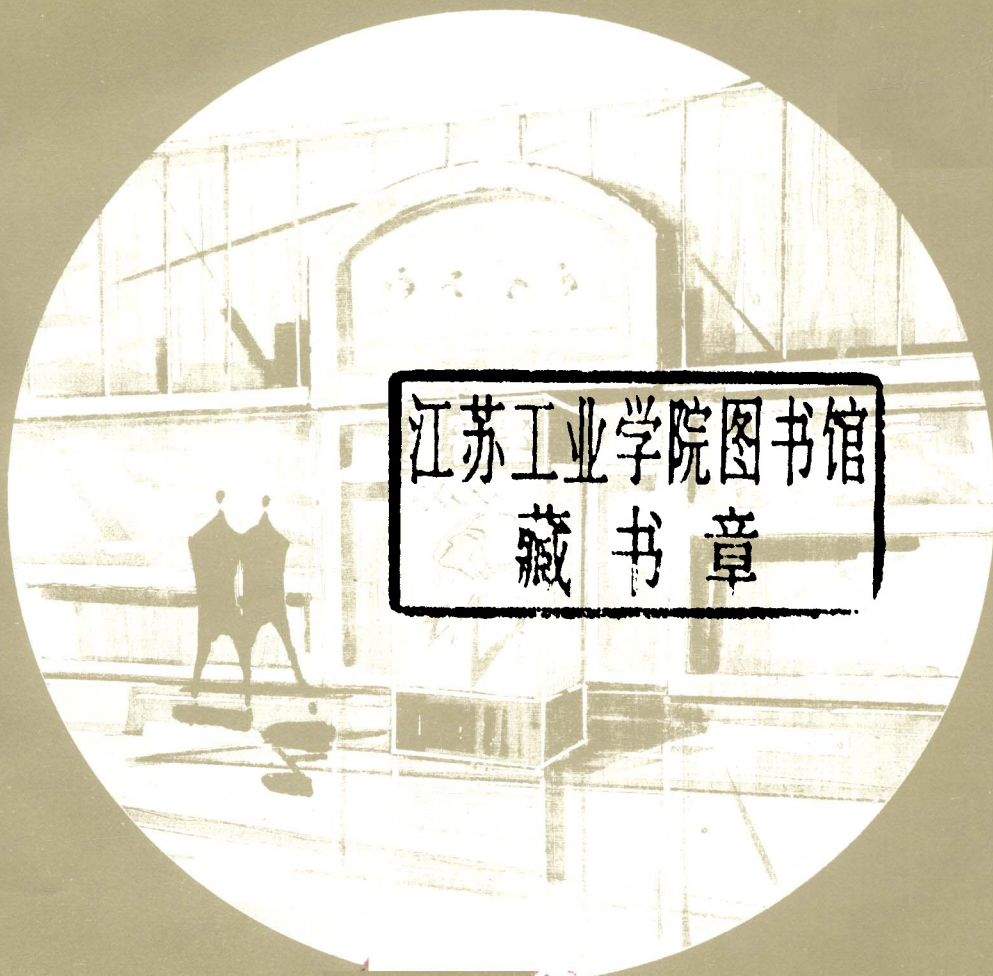
YIYISHUDIANMIANSHEJIYISHUD



小型店面设计

XIAOXINGDIANMIAN
SHE JI

主编 张振邦



江苏工业学院图书馆
藏书章

山东文艺出版社

xiao xing dian mian she ji

xiao xing dian mian she ji

鲁新登字第 3 号

小型店面设计

张振邦 主编

山东文艺出版社出版发行

(济南经九路胜利大街)

山东新华印刷厂德州厂印刷

*

787×1092毫米12开本 10印张 6插页

1993年10月第1版 1993年10月第1次印刷

印数 1—7,000

ISBN 7—5329—1077—6/J·61

精装定价 43元 平装定价 38元

前 言

店面是一个长久不被建筑界重视的角落。店面分布之广，数量之多，使之成为城市街道景观的重要景素和城市环境艺术中举足轻重的角色。

改革开放以来，经济的发展、观念的更新促使店面设计在我国大、中城市迅速发展起来，这一趋势从一个侧面反映出我国商业服务领域正在向更高层次的经营和竞争方式上迈进。

本书分四部分介绍店面设计：一、小型店面设计；二、小型店面照明艺术浅议；三、店面设计参考方案；四、国内、外店面设计作品参考图。由于书的编写均系利用业余时间，时间仓促，水平有限，缺点和谬误之处在所难免，敬请读者批评指正。

小型店面设计

XIAO XING DIAN MIAN SHE JI

主编\张振邦

编委\周长亮 侯朝晖 孙能宏 王洪书 于海平

参加人员还有：

张玉良 王 群 杨福成 汤 瑶

山东省标准设计办公室

目 录

第一章	店面的由来与发展
第一节	店面的由来
第二节	店面的发展
第二章	店面的类型
第三章	店面设计要点
第一节	构思思路
第二节	设计要点
第三节	材料选用
第四节	灯光配置
第四章	店面设计艺术
第一节	店面设计的重要性
第二节	时代性与传统性
第三节	潮流、趋势、特色
第五章	结束语
小型店面照明艺术浅议	

于海平 韩东黎

店面设计参考方案 70例

国内、外店面设计作品参考图 69幅

第一章 店面的由来与发展

第一节 店面的由来

店，泛指各种商店，又有店铺、铺席、店肆、铺等名称。

中国古代城市中的商店有两大类：按行业分的专业商店和供应居民日常生活食品的主副食、杂货店。唐代以前的里坊制城市中，前者集中于市，有专门官员管理；后者则在坊内沿街设置。宋代以后的街巷制城市中，专业商店演变为按行业相对集中沿街建店的行业街。有的街还设有集市。商业街形成闹市，对城市面貌有重要作用。

古代商店建筑大体有两种类型：临街商店和院落型商店。把院落临街的一面向外敞开做铺面房，即为临街商店；也有少量临街建门，穿过庭院后始商店的，则为院落型商店。

临街商店面宽一至五间不等，以三间居多数。大型商店有时把边上一间作门道，车辆可进出院内。

临街铺面房一般为单层，也有二、三层的；北京的商店多在房前檐接出一间或半间进深的平顶房，叫“拍子”。有的在顶上加木构或雕砖的栏杆，称作“朝天栏杆”。

北方的楼房铺面多在前面加拍子或单坡抱厦，楼身稍向后退，有的二、三层楼逐层后退或做成勾连搭屋顶。南方的楼房铺面则多临街直上，层层加栏杆，挂檐板、垂莲柱等。

临街商店有的做成若干家通脊联檐的廊庑，多是官府建造出租的。

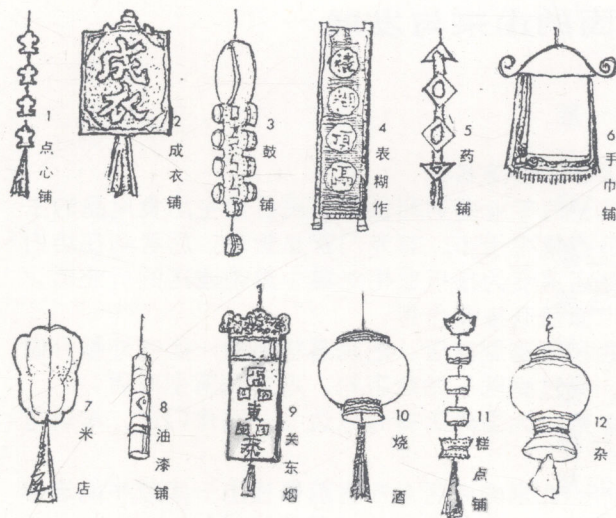
临街商店的店面常加木雕、砖雕、彩画等装饰，挂有牌匾、幌子以招徕顾客。其中店铺以银楼、钱庄、绸缎店、茶庄、药店最为豪华富丽，而以文物店、书店较为朴素雅致。北京很多店面上部多用透雕的飞罩，两次间下部装井口格子栏杆，近似清代室内常用的栏杆罩。江南各地多在店铺柱间或自柱上向外挑出垂莲柱、横枋、花版，上面还加栏杆或靠背栏杆。在栏杆罩或垂莲柱内，有的逐间装槅扇或明间装槅扇，次间装槛窗，形成封闭的店堂。有的则装版门或素木板，营业时卸下，形成开敞店堂。北方大商店柱子多为方形，下部钉竹片保护，外露部分多涂绿色，如彩画，槅扇用红色，罩和栏杆加金粉。南方一些豪华店铺全部涂金或乌金，局部填饰朱、蓝、绿色，尤为富丽。

店名多书写在檐下匾和朝天栏杆上。又自拍子的挂檐板上横挑出几根雕花横木（称“挑头”），下挂垂直的招牌和幌子。见图一。店前阶下两侧有时还设栅栏和系马石柱。有的在店前附建冲天牌楼，上加有斗拱的悬山顶。也有不带屋顶的牌坊。牌楼上挂匾额，也有自柱上出挑头，挂牌匾和幌子。有时还把原在铺面上的飞罩装在牌楼的枋下。见图二、图三。

第二节 店面的发展

商店的发展随时代经济的活跃而发展的，店面是应市场的涨落而变化的。新中国诞生后经济恢复时，市场繁荣、经济腾飞，虽不富裕却呈蒸蒸日上局面，私营企业纷纷改庭换面，店面更新发展过一段时间，以后强调计划经济，商店企业实行国营化，竞争机制几乎取消，独家经营，市场意识缺乏，商店内必要的维修尚不及时，没人注意店面的换妆。十一届三中全会后，市场变化年年更新，商业经营机制有国营、集体、个体，而集体、个体比例不断上升，经营办法各显神通，更新店面，新颖诱客已是经理们工作业务日程上的一桩要事。

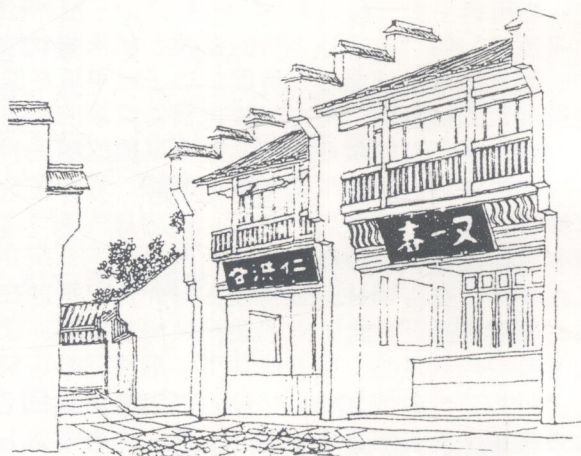
XXDMSJ



传统店铺的
招牌、幌子

图一

我国传统
建筑风格
商业街道
空间特征
图二



图三

XXDMSJ

近几年,一家商店若有一个独具特色的店面和室内金碧辉煌的装修,顾客盈门,营业额直线上升,因而,装修热一浪高过一浪,久盛不衰,标准也逐步向上发展,这正和深化改革开放同步进行,证明经济正稳步发展。

第二章 店面的类型

店面的类型划分主要可从下面两方面:一是按商业经营内容划分,一是按设计风格划分。

一、按商业经营内容划分:

1.精品店:主要经营金银饰品,珠宝玉器类质高价昂物品。此类商业稀有、精细,成本高,档次高,属高消费品。因其经营物品的购买客主经济较为宽裕或大款,除店内装修标准应与经营一致外,店面装修也应光彩照人、高贵、典雅。

2.餐饮服务店:包括小饭铺、特色饭店(如海味、野味及各传统名吃为主的饭店)、咖啡冷饮店(屋)、酒馆等。

3.小百货店。

4.小商品店:此类店专业性较强,包括钮扣店、小电器商店、挎包店、专业修理店、花店、调味品店、干鲜果店等。

5.钟表、眼镜店。

6.花鸟店:这是新兴起的行业。虽说过去城市中有花鸟店,但多经营小盆花草,鱼、鸟多在集市交易,由于有“养鸟(花)伤志”之说,一直发展较慢。近几年,送花代礼开始成为时髦,鲜花店节日供不应求,花业开始生意兴旺。

7.五金商店。

8.服装、鞋帽店:包括服装(流行时装、过时时装)店、鞋帽店。

9.土特产杂品店。

10.各专业小诊所:牙科诊所、中医诊所、眼科诊所等正在增加。

还有一些和一些正在兴起的行业商店。

二、按设计风格分:

1.传统式风格:目前一些传统的商业街,从建筑造型、店面设计、细部节点、线角,都经考证后,采用新材料、概括手法恢复商业街历史面貌。有的店面装修,依据传统店面对顾客的悠久信誉和形象,设计时保持原有特色、柔进新颖成分,给人以老字号焕新颜耳目一新之感。有的店面所处环境特殊,为和周围协调也需设计装修的古乡古色。

2.时代风格:这没有一定的模式,可主要结合环境、经营内容进行设计装修。

第三章 店面设计要点

第一节 构思思路

店面,作为建筑给人们最近的第一个空间界面,它自身就是一个瞬间的意象陈述,是一个三维的广告。

一个理想的店面设计应是成功地组织和利用不同等级的信息语汇来传达业主和设计者意

XXDMSJ

图的结果。

店面设计与大门围墙设计、街心花园设计、城市雕塑及市政建筑小品设计等同属城市景观设计。它是整个城市环境设计的一个重要部分。景观设计的对象是城市街景,它是串联城市各环境空间的一系列纵横交错的线条。景观设计的好坏,直接影响着城市的市容。在城市街景中,店面起着相当突出的作用,它的设计不可忽视。

店面设计构思思路要从几方面:一、店面所处环境;二、该店经营物品;三、装修店面的甲方装备投资额;四、店面装修后的耐久年限;五、店面行业有无传统的特征等。

第二节 设计要点

一个好的店面不仅要满足业主的需要,还要有益于街道的整体景观。尤其是在传统街道中,如果我们能够适当地控制和把握店面所威慑到的空间范围和尺度,并巧妙地运用与街道中其它建筑的材料、尺度和构件等有姻缘关系的内容,就能使店面在不同的层次范围与原有的街道环境构成相互关联的机制,把新时代的店面设计纳入到整个街道乃至整个城市的系统中去。

店面设计可从下面几点入手:

1. 每项设计具有自己店面的特色:人有个性,店有特色。这是至关重要的首条,这也是一个店面区别于其它店面必不可少的。

2. 统一中有变化,变化中求统一:一个商店总处于一定的环境,与环境协调,给环境增色是店面设计的理想效果。一条商业街的各个店面要有一条统一的线相牵,要么大格调统一,要么处理手法接近,要么大色调统一,这样才能达到整个环境的统一。变化,店面标牌,材料选用,装修标准的差异,灯光布置及光色的变化,店面色彩的变化等,形成千姿百态、光怪陆离,又有统一又有变化的丰富的景观。

3. 店面设计,要根据高、宽尺寸,所具面积确定分块、分层次否,切忌大店面小手法、小店面大夸张,就是说尺度要推敲、得当,夸张要醒目得体。

4. 店面要引入,方能提高经济效益。理想的店面装修后耳目一新,色彩对人是敏感的,色彩设计既要大胆、又要谨慎,有一条原则,选色望能遵循即色彩鲜艳夺目,但不可妖艳逐人。

第三节 材料选用

店面设计时,当方案已经确定,材料的选择要考虑以下因素:店面维持时间,若准备几年一换,可经常换新颜,那材料的选择就要充分注意;要选用防水、对温度变化适应性好的材料;要选用受阳光照射变化小的材料;要严格控制投资。

第四节 灯光配置

随着改革开放的深入发展,社会主义市场经济促使经营者开拓经营门路,不断改进经营,不断完善经营内容。

夜市,自南方开始传至北方搞得热闹非凡,它延长了商店的经营时间,增加了商店的销售收入,也使店面的灯光配置考究了许多。建筑师在店面设计中,对照明艺术要有所了解,并

巧妙地用于店面设计中。

照度是人们识别物体的重要条件。高照度能吸引人的注意力,因此具有引导视线的作用。若是商店底层比上面层的照度高,就能达到引导顾客进入商店效果。

不同的色光有不同的频谱和色温,不同的光色可以给人完全不同的心理感受。运用光色、照度、照射角度及背景亮度的变化,可以烘托出热烈或开朗,优雅或庄严,神秘或恐怖的气氛。今天的人工光环境已发展到包括物理、生物、心理等多学科的综合技术,这使得建筑师在处理空间意时更加得心应手。

在设计光色前,应掌握不同光色出现的效果,根据不同的店面恰当选用。

白光与日光最接近,最为人们所熟悉,它给人以安详、冷静、质朴的感觉。

红光使人感到热烈而兴奋,当照度降低时会使人感到温暖和亲切;黄光使人感到温暖和振奋,当照度降低时能给人优雅华丽的感觉;蓝光给人清凉、阴森的感觉,当照度较低时能使人觉得浪漫与梦幻,照度很低时则给人以恐怖感,尤其是大片暗墙上用淡蓝色弧灯照明时,会使人感到一种莫名的凄凉;紫光华丽而妖冶,当照度降低并向红光偏转时,却能给人雍容华贵和凝重的感觉;绿光给人清凉、和平感,使人联想到草原和生命,但低照度时也能使人感到玄妙与恐怖。

以上是对光色和光色变化造成效果的分析,光源设计位置的变化也产生许多不同的效果:

不同的背景照度和对比度不仅影响识别度,而且对人的心理感受也有重要影响。一般对比度在 0—3 变化时,人感到舒适。

顺光 由于照明方向与视线方向一致,人们观察物品有良好的观赏条件。

侧光 有利于表达物体的立体感,有利于表现墙面的凹凸和较粗糙材料的质感。在商店中侧光可以在玻璃器皿、金属物品的表面上反射出耀眼的光斑,使商品更具魅力。

逆光 由于照射方向与视线相迎,会产生有损视力的眩光。逆光能使人感到光影扑朔迷离。大型橱窗采用落地式大型灯饰,可增加空间的华丽奇妙与活力。

隐光 隐藏的光源,以反射(或投射)光照明。这种光线柔和退晕变调效果十分清晰,给人平滑、优雅、稳重的感觉。

露明的灯具,利用灯具和灯具组合的图案或造型给人美感,加上晶莹的光亮,使空间富有生气。

有“光”就有“影”,影在照明设计中也常被应用。这些处理极其简单,但若构思巧妙会事半功倍,给人留下极深的印象。

第四章 店面设计艺术

第一节 店面设计的重要性

店面距人近,伸手可达,应是精工细作的微观景素,远看出效果,吸引游人、顾客,近看经得起推敲,耐人寻味,欲达此目的,必须由具有建筑师水平的人进行精心设计。

店面设计虽不是复杂的设计,但却是一个商店的脸面,是对人们的第一印象,好的店面会给人深刻的记忆,可以广招顾客。

XXDMSJ

好的店面设计,不是高贵材料的堆砌,而是选材得当,装修得体,投资不多但却能收到好的效果,这就要求设计者具有相当的功力。

在众多的店面中,要达到各店面相协调,各具特色,必须统盘计划分别设计,同时要求设计者具有丰富的知识和把握住所设计店面的能力。

店面在环境中相当于小品,小品设计离不开与环境协调同时又点缀环境。

商店是城市的窗口,店面的形象代表着城市形象,因此从对店面重视程度可看出这个城市人们的商品意识。

第二节 时代性与传统性

改革开放以来,建筑师的设计思路大相径庭,在建筑理论的论证中,也各陈其词互不相让,继承、创新,的看法,貌似接近实差较大,设计中表现截然不同。多元并存,繁荣创作,允许各派理论存在,允许各种风格的建筑出现。

店面设计也是如此。笔者认为,店面设计主要有时代性与传统性两大主流派风格。

店面设计的时代性:所谓时代性就是现代的建筑创作作品(含店面设计),在现在这个时代被公认为是创新的作品,被人们所接受,这就是某一时代的作品,也即是作品的时代性。陌生化的作品也可说是创作的作品,但陌生化又不能离谱。艺术不能重复,即使某作品新意浓,时代性强,但若被大量抄袭仿造,其味便被淡化,虽原作仍可肯定,抄袭仿造之作无创新之意,当被否定。

时代性应有两个含义:一就设计而言核心是创新。创新可以借鉴,即吸收中、外、古、今一些优秀文化的精髓,经消化转化为自己作品的特色,这样的设计称为创新设计。二是现代科技飞速发展,应用在建筑方面的电脑自控系统,特别应用于店面的照明自控、店面动件自控等,再就是新型建材在店面上的广泛应用可给人新颖的感受,科技在发展,新的设计装上时代的新材料,其时代性特别强,加之高水平的创新构思,定能创出闪光的店面艺术作品。

传统性:改革开放以来,建筑师在探索继承祖国建筑文化传统方面做了大量工作,在商业建筑方面建成的有北京的琉璃厂,南京的夫子庙,上海的城隍庙,山东曲阜的五马祠商业街等等,除五马祠商业街系地处古城采用创新与传统结合手法外,其余均系恢复传统商业街作品。

一个民族,一个国家,它的文化的发展是需要有个积累过程的,在积累过程中既会有所抛弃,又需要有所继承,有所发扬。旧传统与新的科学技术不是互相排斥,而是相辅相成的。通过现代技术手段,使古老的传统重新活跃起来。

店面设计的传统性表现方式较多,可因店因城市采用多种手法。

第三节 潮流、趋势、特色

店面设计要有时代性,要创新。目前,店面装修有随大流追豪华之风,一个店面整片采用幕墙、金字镶贴,其它店面设计者不顾位置不分商店性质,照搬照抄,以赶潮流。结果,人家那店面环境敞亮、效果较好,而有的店环境拥挤、空间闭塞,本可以在入口处作些文章

XXDMSJ

便挺好，却不顾这些而搞上了大面积的隐性玻璃幕墙，顾客难见店面全貌，花钱多，收效不能达到预想目的。

潮流要不要赶，这不是笼统的话可以说清的，应因时、因地具体情况区别对待，特别档次高、投资大的店面要慎重斟酌。有的店面位置显贵，环境豁达，商店经营的流行商品、贵重商品等，店面可设计的领潮流，这种环境能吸引顾客，能美化点缀环境。

赶潮流不一定仅限于上面条件，在一些店面较多的商业街中，可统筹规划（比较难）在分布较均的点也可根据店内经营物品作重点店面设计，设计应能代表潮流所向，应为时代的先行，大胆选用最新材料和最新处理手法。

在一股潮流盛行时，总有所向，这就是时代的趋势。店面装修从其不失风采、耐久性方面看时间一般五年左右，选材若选永久性材料将会影响更新，这就要求从事店面建筑设计的人员能敏感地了解潮流发展的趋势，掌握时代动向，也设计到未来变化的可能，使所设计的店面时代感强，同时对未来变化又留有余地。

第五章 结束语

目前城市店面改造更新任务量多面广，但并没引起建筑师们的注意，这一影响城市景素的任务，基本上由一些仅有一点美术基础和浅薄装饰常识的人负责的装饰公司承揽，对于店面设计牵扯到的功能与环境问题知之甚少，很难设想会使城市环境更趋完善锦上添花，他们的装修如销时装造成千头一面。特别对建筑结构易乱挖乱砸、盲目加荷，出现事故者不为鲜见。

由于自然因素，店面若欲常新，只有定期更换，所以这是一个广阔的天地，我期望在这个天地里会逐步吸引更多的建筑师参与耕耘。

小型店面照明艺术浅议

于海平、韩东黎

一件好的商业店面设计作品，在天然光的环境下能给人视觉上以美的感受。

成功的照明设计，则可以使一件平庸的店面装饰设计作品在晚间人工采光的环境下，如同披上神奇的外衣，一扫平庸而熠熠生辉。但是不成功的照明设计，也许会使优秀的设计作品在华灯初上时即失去光彩，容颜平庸的使人不忍卒睹。

因此，电气工程师的照明设计应达到这样一个目的：灯具必要的照度与运用光照产生的装饰艺术效果尽可能完美地结合。不妨大胆假设一条不是严格数学意义上的二元方程式：照明设计=照明专业技术+照明光学的艺术。换句话说，照明设计是一项技术加艺术的综合工程设计。

不过话又说回来，本书的主题是小型店面门头的装饰装修设计，照明设计艺术的探讨也就由此而发。在建筑设计界诸专业中，就艺术地体现建筑作品的韵味方面，建筑师与电气工程师最有理由成为艺术上的知心朋友。

XXDMSJ

国际照明委员会出版的《室内照明指南》上有一段话：“销售方针在很大程度上取决于售货物的品种和要吸引哪一种顾客。因此，售货区的照明设计应当主要根据预期形成的总体气氛和要以最佳方式展示的商品的种类。另一方面要考虑商店的规模和性质。”此话不错。将此话移植到本文，来说明小型店面门头照明设计方案的思考同样合适。

当然首先应当知道照明设计配合的是哪一类店面以及光顾其内的是哪一种顾客。然后就要从人们预求要达到何种总体氛围的预想中，来考虑照明方案的设计思路，力求照明设计方案尽量与装饰装修设计的总体风格一致，同时又有个性，达到一种协调的艺术境界，使照明设计既艺术，又实用，还节能，降低造价。

比如各类店面中，精品屋要适度地豪华，光照雅致而不俗气；儿童用品店是孩子们的天地，要充满童稚，照明当适度地奇幻变化；旅馆是游子的归宿，灯光要暖色调地柔和一些，洋溢着温暖，特别是小型客舍，照明设计应当考虑营造一种宾至如归的家居氛围；而冷饮店，灯光则最好采取冷色调处理，与一片清凉世界相协调；卡拉OK，小舞厅的照明方案，不妨“光怪陆离”一些等等，不一而足。

既然我们已经涉及到了照明光源的色调问题，那么我们可以从照明技术的角度简略地展开一下叙述。

从色彩学上通俗一些地讲，色彩有冷暖色调的倾向，被称为“色性”。一般大家都知道，红、橙色系为暖色，蓝、紫色系为冷色等等。光源也有颜色特性，它表现在两个方面，即灯的色表和灯的显色能力。前者可视为灯光的色度，其属性分类可分为暖、中间、冷三组，相关色温（ T_c ）分别为：暖——3300K以下，中间——3300~5300K，冷——5300K以上。后者则影响被照物体的视觉颜色，用一般显色指数（ R_a ）的形式分级。 R_a 表示了物体颜色在视觉上的失真程度与标准光显色对照的一致性，最大值为100，值越小表示显色性越差。从理论上讲，二者是由光辐射的光谱成分决定的。应当指出的是，完全不同的光谱成分有可能会得到类似的色表，但在显色性上却有很大的差别。人们可能会注意到：似乎同样发出白光的两种灯，它们照到物体上产生的效果却不同，一种效果在视觉上可能是感觉比较丰富的，真实地反映了物体的质感；而另一种则也许在视觉上是苍白失真的。比如，在灯光下明明是蓝色的织物，拿到室外天然光下却发出蓝中偏绿的颜色，这就是显色性的差别。不过要说明一点，如此的显色能力在一些照明艺术处理上也不一定都不可取，在电气工程师的匠心独运下，个别设计恰恰利用了光源的显色特性而达到一种独特的效果。

如果在技术上再进一步具体化，本文想向读者列举几种光源的色表与显色性的数值，以对此有一个初步感性上的认识。在这里，色表以相关色温 T_c 来数值化，显色性则以显色指数 R_a 来表示：白炽灯 T_c 为2700~2900K，卤钨灯 T_c 为2900~3200K，普通高压钠灯 T_c 为2100K，以上为暖色调光源；而荧光灯 T_c 为3500~6500K，金属卤化物灯 T_c 为4200~6000K，为中间偏冷，或冷色调光源。从显色性上表示，荧光高压汞灯 R_a 为30~40，镝灯 R_a 为84，高显色高压钠灯 R_a 为80~85等等。根据不同场所照明其显色要求的不同，显色指数 R_a 大体有这样一些规定：对颜色识别要求很高的环境下 R_a 应在85以上，要求较高的环境下 R_a 应在70~85，要求一般的环境下 R_a 应在60~70，要求较低的环境下 R_a 在40~60，而对颜色无识别要求的环境下 R_a 在40以下就可以了。

然而，夜晚的世界并不是单色彩的，除光源色彩之外，起码还有两大类色彩存在，即环境色与材质的固有色。环境色诸如夜空、地面，视觉对象的前景、背景、左邻右舍建筑照明

XXDMSJ

的色调等等。固有色为材料表面质地、纹理固有的本色，如白色的贴面瓷砖、黑色的大理石等等。一切物体（当然包括本文所讨论的小型店面门头）的表面色彩是由光源色、环境色、固有色三者相加的效果。很容易理解，当红色霓虹灯的光色打在白色面砖的墙面，墙面则呈现了红色的倾向。

具体考虑照明设计方案的实现过程，亦即采取哪一种照明方式才能最艺术地再现人们头脑中预想效果的设计过程。前面已经说过，灯光的照度是一个必要的条件，这在一般的技术手册上会有一些图表供工程师们参考，但本文只是想从照明的艺术角度多议论一些。

照明方式的选择大概有这样几种方式：点、面、藏、露，或者这几种方式的混合。“点”，即重点的点射光照明；“面”，即大面积均匀的漫射光照明；“藏”，即间接照明，将灯具外形隐蔽，依赖其漫射光和反射光照明，光照柔和；“露”，则为直接照明，照度较高，给人视觉上有一种热情刚烈的感受；或者是这几种形式结合，相互渗透，刚柔相济。这些选择除了与总体设计氛围有关之外，还与店面门头装饰面的几何形状与饰面材料诸如材质、纹理、反射系数等因素有关。

照明设计要考虑顾客视野内的所有表面，就不能不考虑采用各表面光照均匀的漫射光方式。在这里，装饰表面凹凸的几何形状是考虑方案的重要因素。而点照明方式是有重点的指向型照明，旨在突出特定的对象，如店面的招牌字号，标志，重点商品等等，将行人和顾客的注意力吸引到视野内的某一位置。另外，在装饰表面的形状上，如想突出某一凸现或凹进的表面，利用指向型照明可以补充一般漫射照明的平缓死板，使之造型的立体感和表面质感更加突出、明显。人们常言：诗有诗眼，戏有戏眼，对装饰装修来说也有不妨称之为“眼”的部位，那就是装饰装修效果最“出彩”的趣味中心。照明设计就要考虑到该部位不仅昼间要出彩，晚间照明也要延续这种风格，而且可能由于照明的出色烘托，将比白天更加辉煌。

在照明灯具的选择上，可根据不同的照明方式，以及预期达到的艺术效果，精心选择。在一般商业店面照明中，各种颜色的霓虹灯仍被广泛采用，大部分用来做为广告或商店招牌。其实，经过工程师们的独到设计，此类灯具的使用完全可以推陈出新。比如，将商店的标志或招牌字号与墙面分离而平行悬出一些，在其背面安装几种彩色霓虹灯管（当然也可以选用单色荧光灯，如红色荧光灯管），这时霓虹灯光（或红色荧光灯光）是作为背景光打在墙面（饰面材料以白色或浅色材质较佳）上的，衬出了标志或招牌的轮廓。其正面如果在视觉上感受较暗，可以用白色或浅黄色点射灯正面投射加以补缀，或者仍用霓虹灯管，选用与背景光较和谐的另外一种颜色，依照明对象的轮廓弯就，照出正面做为补充。这样活用以后，会在视觉上使照明的对象富有立体感，层次较为丰富。

泛光照明现在已广泛用于高层建筑的立面照明，优秀的泛光照明设计，将建筑物的外形轮廓鲜明地从黑蓝色的夜空中剥离出来，使之就象镶嵌在黑丝绒上的一幅极富立体感的光的图画，对比非常强烈，艺术地加强了建筑作品造型上的美感。如果我们将其小型化，移植到小型商业建筑的立面照明，选择较小的灯具功率，而且运用得当，也会给人以强烈的感受。这一类实例现在已经开始出现，并且有些照明的效果相当不错。这一类照明宜在亮度、色彩上有比较强烈的对比。这属于“露”的照明方式。

现在一些小型店面门头流行由微型灯泡组成的“瀑布灯”作为装饰照明，在使用之初很给人一种新鲜感，这些实例中有较为成功的，但也不乏败笔。我们以为，凡事都应辩证地看，

XXDMSJ

都有其适用的范围及条件,从艺术的美感上,并不依从“少数服从多数”的原则。千篇一律,一哄而上,再美的东西也失去了个性,失去了魅力。此类灯具若在大型商店或商场成片使用,会给人一种壮观的感觉,故较适宜大面积的使用,反之则效果不一定理想。即使在小型店面的照明设计中委托要做,我们认为也宜在某些部位较密集的使用,光点的密度适当加大,切忌一条两条灯线稀疏地使用,这样做出来的效果实在使人不敢恭维。

将点射灯挑出,局部照亮招牌字号,在一些小型店面的照明设计中也是可取的。另外,在某些类型的小型商业门头的入口处墙壁上,安装几何形状简洁明快的壁灯,也不失为一种造就温馨雅致气氛的照明方式。现在有些国家(例如日本)还有一种地面灯,嵌入地面与地平,10mm厚、 $\phi 192$ 直径玻璃灯罩透光,如果在某些店面的入口处安装也很别具一格。地面灯在国外一般在一些宾馆饭店大堂内做人流交通诱导灯使用。

橱窗照明是某些类型小型店面照明的重要组成部分。当行人或顾客注视内部没有照明的橱窗时,常会由于窗外明亮物体的镜面反射效应而使视觉受害,这种不舒服的感觉可以借助橱窗内的照明使之减弱甚至消除。这一类照明的主要目的,是使陈列的商品获得最多的光,同时最好又不让行人或顾客看见光源或光源的反射影象。这样,照明设计就应考虑采用“藏”的方式。利用点射灯在展示商品的质地和表面光洁度方面是人们常采用的方法,特别是对于光洁度较高的商品,如瓷器,玻璃制品,乃至珠宝、金银器等商品,从其表面反射出的光源影象,反而被利用来形成明亮的高光斑点,使之绚丽璀璨。针对很多橱窗陈列经常变动的情况,有时要求照明装置有较大的灵活性,因此,可以选择使用导轨点射灯的照明方式,这样可以灵活地移动灯位,应付各种变化。当橱窗空间较为封闭时,则应注意尽量减少灯具在封闭空间内产生的热量,此时则应考虑采用荧光灯照明,当然,这种照明的漫射效果比点射灯(白炽灯或卤钨灯)的点射效果要稍差一些。但有些商品并不一定都需要点射方式。

照明艺术可以为宏篇巨制的建筑作品增光添彩,同样也会为小型店面门头装饰装修增添怡人的情趣!

既然是谈照明艺术,本文也就不宜过多采用刻板的学究式严肃求证,展开研究的方式,故不妨活泼一些,概念一些,朦胧一些,象老子所言:“恍兮惚兮”地发一篇议论,意之所驰,笔之所至,不知这一通“浅议”可对读者的胃口否?

XXDMSJ



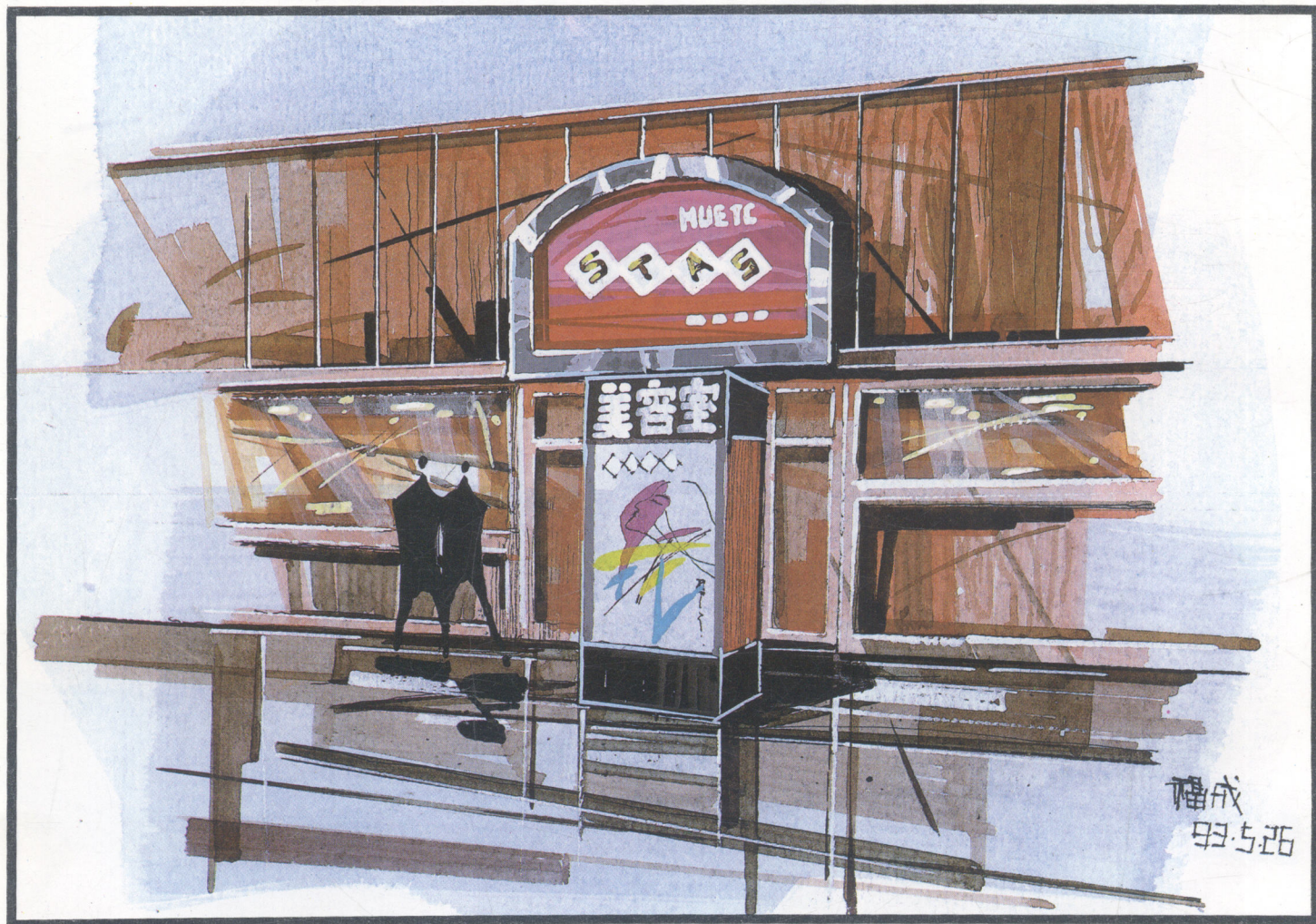
音乐餐厅

设计 \ 周长亮
绘图 \ 杨福成

11

XIAO XING DIAN MIAN SHE JI

XXDMSJ



美容店

设计\周长亮
绘图\杨福成