

公共空间室内设计与施工图丛书

GONGGONG KONGJIAN SHINEI SHEJI
YU SHIGONGTU CONGSHU

商业餐饮空间 室内设计与施工图

郭晓阳 陆玮 编著



商业餐饮空间设计的相关概念、设计方法和要求
列举了6个商业餐饮项目室内设计的部分施工图
配光盘附施工图



化学工业出版社

公共空间室内设计与施工图丛书

GONGGONG KONGJIAN SHINEI SHEJI
YU SHIGONGTU CONGSHU

商业餐饮空间 室内设计与施工图

郭晓阳 陆玮 编著



化学工业出版社

·北京·

内 容 提 要

本书首先介绍了商业餐饮空间设计的相关概念、设计方法和要求,之后列举了6个商业餐饮项目室内设计的部分施工图及效果图,并配光盘提供施工图电子文件方便读者使用。书中还展示了各项目方案阶段的效果图、完工后的实景照片等,是室内设计师的一本非常实用的参考书。

作 者 简 介

郭晓阳,硕士研究生毕业于清华大学美术学院环境艺术设计系,现为苏州科技学院建筑与城规学院副教授,系主任,兼任苏州大学艺术学院硕士生导师。研究方向为环境艺术设计及理论研究、艺术设计学理论研究。

陆玮,苏州大学艺术学院硕士研究生。

图书在版编目(CIP)数据

商业餐饮空间室内设计与施工图/郭晓阳,陆玮编著.
北京:化学工业出版社,2013.1

(公共空间室内设计与施工图丛书)

ISBN 978-7-122-15784-3

I. ①商… II. ①郭…②陆… III. ①饮食业-服务建筑-室内装饰设计-图集 IV. ①TU247.3-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第262691号

责任编辑:徐 娟

装帧设计:史利平

责任校对:陈 静

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 刷:北京永鑫印刷有限责任公司

装 订:三河市万龙印装有限责任公司

880mm×1230mm 1/16 印张8 字数253千字 2013年3月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:39.00元(含光盘)

版权所有 违者必究

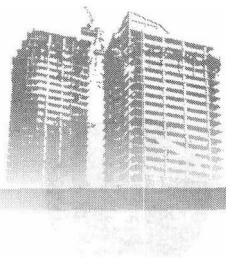
如果说以装饰为主的室内装饰在中国发展历史并不短，而现代的室内设计概念则是后来的舶来品，在中国的发展历史也不过几十年，说到行业的繁荣期则更短。因此，室内设计理论的梳理和总结、尤其是结合中国自身行业发展特点的学术理论总结，一直处于不温不火的状态。这也许与这个行业的自身特点有关。纯粹搞学理研究的人不屑一顾，觉得它太世俗、太商业，不能凸显学术高度；置身其中、为设计事务缠身的设计实践者又没有精力纠缠学理纷争。加之近些年整个社会的过度追逐功利，所以表面上看起来十分热闹的室内设计行业实际上只是在市场的规模上凸现异常繁荣。对于整个行业的价值观、行业社会角色、设计核心理念、设计方法论等却鲜有人进行认真的探讨。我这样说可能有些过分，因为毕竟几十年来我们专业领域内的书籍论著确实出版了不少。但客观来说，切中行业问题要害，对行业与社会发展起真正推动作用的又有几何？“书”对于整个社会来说是一个极为特殊的产品，除了一般的使用功能，它还包含了“价值观”，是一种通过知识、学理和价值判断推动行业和社会发展的力量。所以我对认真做学问著述的人十分敬佩。

郭晓阳老师在专业领域内已有多年教学和实践经验。十多年来，他在专业设计实践和专业教学过程中积累了大量的成果，也有一些个人的思考。可以看出，这套丛书是他想通过专业分类的方式把理论和设计实践案例结合在一起呈现出来。而且这套丛书深入到施工图纸的阶段，把理论的阐述与最终的实践成果并置在一起，这是一个很好的尝试。这种并置可能产生两种结果：一种是观念与实践的统一，实践案例更好更形象地展现了观念的结果，加深读者的理解；第二种是有可能实践的成果未能很好的呈现理论观念，但这也不能算是一种失败。因为这也可以是一种反证，可以让读者看到观念到现实之间的衰减和落差，从而对实践中的各种离散因素有清醒的认知。因此，无论产生什么结果，这件事做得都是非常有意义的。

现代的公共项目较多，在做室内设计时也需要提供详细的施工图。因此，本套丛书对那些初入职场或在校学习的学生尽快了解专业的现实，拉近在校所学理论与现实的联系会有很大帮助。

张 月

2013年1月8日于北京



近年来我国的室内设计市场蓬勃发展，城市建设速度不断加快，每年有很多大中型项目陆续开工。以苏州市为例，每年苏州市建设局审图中心收到的图纸就达上百份，这还不包括私人项目、简单的室内改造以及家庭装修项目。目前大多数装饰公司的设计师数量少则十几人，多则上百甚至上千人，每年的室内装饰工程产值从几亿发展到几十亿，这是一个非常庞大的市场。国内开设室内设计专业的各级院校多达数百所，每年的招生规模也不断递增，招生院校从中专、高职、普通高等院校到重点院校分布在每个层次。但是，我们也应该清楚地认识到，室内设计专业在我国尚处于发展阶段，设计规范和相应的规章制度尚不够完善，施工图的绘制方法也各不相同，我们应该多借鉴成功的经验，使这个专业有一个良性的发展。

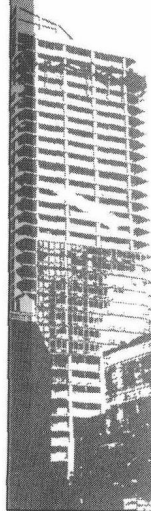
本套丛书正是基于这样的目的而编著，希望能对室内设计专业的发展能有所贡献。本套丛书对酒店空间、办公空间、休闲娱乐会所空间和商业餐饮空间的室内设计原则和要求做了简要的概述，呈现了近年来一些实际工程的室内设计施工图，对于设计专业的学生和设计师都有一定的参考意义。

为本书提供案例和帮助的有苏州国贸嘉和建筑有限公司的殷彤、周浩明等，苏州金螳螂建筑装饰有限公司的王合胜，苏州华丽美登建筑装饰设计的姚成龙，苏州市创意十方设计有限公司的丁飞，苏州承志装饰有限公司的崔颐洁，为本书的编著和出版做出贡献的还有很多专家、同行，在此一并表示衷心的感谢。

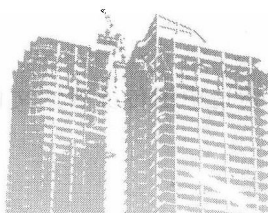
郭晓阳

2012年11月于美国

第 1 章	商业餐饮空间概述	1
1.1	餐饮行业及餐饮空间的定义 / 1	
1.2	商业餐饮空间的分类 / 1	
1.3	商业餐饮空间的功能组成 / 5	
1.4	商业餐饮空间设计的总体要求 / 5	
第 2 章	商业餐饮空间的设计	7
2.1	面向消费者感受的设计 / 7	
2.2	在实践中发展完善的空间设计 / 7	
2.3	餐饮空间中的人本设计 / 7	
2.4	餐饮空间中人的行为心理 / 8	
2.5	餐饮空间中的人体工程学 / 9	
2.6	商业餐饮空间设计的形式美法则 / 11	
第 3 章	商业餐饮空间的视觉设计	13
3.1	色彩设计 / 13	
3.2	光环境设计 / 15	
第 4 章	商业餐饮空间的触觉设计	19
4.1	细节决定品质 / 19	
4.2	材料与材质 / 20	
第 5 章	商业餐饮空间的其他设计要素	24
5.1	餐饮空间的音乐与声环境 / 24	
5.2	餐饮空间的热舒适环境 / 25	
第 6 章	中式商业餐饮空间设计	26
6.1	源远流长的中国餐饮文化 / 26	
6.2	餐饮空间基于传统文化的改变 / 27	
6.3	餐饮空间基于传统文化的设计方法 / 28	
第 7 章	部分商业餐饮空间室内设计施工图及效果图	30
7.1	水产饭店 / 30	
7.2	吴江经济开发区企业投资服务中心餐厅 / 46	



- 7.3 苏州味庄饭店（新区店）/ 53
- 7.4 金玉良缘大酒店 / 74
- 7.5 苏州市胥城大厦西餐厅 / 94
- 7.6 君顶华悦俱乐部 / 105



第1章

商业餐饮空间概述

1.1 餐饮行业及餐饮空间的定义

据我国《国民经济行业分类注释》，餐饮业是指在一定场所，对食物进行现场烹饪、调制，并出售给顾客主要供现场消费的服务活动。餐饮业随着我国国民经济的飞速发展在不同时期展现着不同的社会面貌。据报道，我国餐饮行业营业额已连续多年实现强势增长，已成为我国国民经济发展新的增长点，与其他行业相比，具有投资少、产出高、增长快、贡献大的特点。餐饮业也是吸纳社会就业的重要渠道，发展我国外向型经济的一个重要领域。

餐饮业的发展很好地带动了商业餐饮空间设计的进一步发展。所谓商业餐饮空间，顾名思义就是指人们日常在外用餐的消费场所，常常被人们称为菜馆、酒楼、饭店、饭庄、食堂、餐厅等，《辞海》对餐厅一词解释是“在一定的场所，公开地对一般大众提供食品、饮料等餐饮的设施或公共餐饮屋”。伴随着人们生活水平的提高以及精神需求的日益高涨，餐饮空间的功能出现了明显的外延化：在现代餐饮空间中，人们一方面可以品味到可口的食物，另一方面也可在其中得到精神的满足。这一外延也使得设计在餐饮空间上的多样性，同时也对设计提出了新的要求。

当然餐厅一词涵盖了处于不同地点、提供不同烹调口味的饮食场所，很多时候附属于其他场所主体，如酒店或综合性购物休闲娱乐场所等，其目的不光是满足消费者的不同需求，方便不同人群用餐，同时也是商家多元化、一站式经营策略的体现。在设计时，根据不同餐厅物业和客户的具体要求要进行合理的配置和定位。

1.2 商业餐饮空间的分类

餐厅种类繁多，有专为附近上班族提供餐点的廉价餐馆，也有富丽堂皇的高档宴会餐厅；有体现异域特色的风味餐厅，也有传统经典的中式餐厅；有快捷方便的快餐厅，也有用来“雕琢时光”的咖啡厅等，不一而足。餐厅的种类之多源自于人们的不同需求和餐饮消费市场的不断细分，以至于商业餐饮空间的设计如今也变得愈加的复杂和多变，这就要求设计师们与时俱进，不断创新，在实践中提高自己的设计水平。

餐饮空间设计基于现代人对餐饮空间的各种需求以及不同的风格和档次，可分为以下几个类别。

1.2.1 中餐厅

由于文化背景不同，中国和西方国家的餐饮方式及习惯有很大的差异。总的来说，中国人比较重群体、重人情，集体用餐时常用圆桌吃饭，讲究热闹、团圆的气氛。对于此类空间的塑造通常运用传统的装饰语言与文化符号，去体现这种民族性的传承。例如运用藻井、宫灯、斗拱、挂落、书画、传统纹样等装饰语言组织饰面；或者运用我国传统园林艺术语境进行空间划分，利用拱桥流水、内外沟通等手法组织空

间，营造中国传统餐饮文化的氛围。图 1-1 为中餐厅。

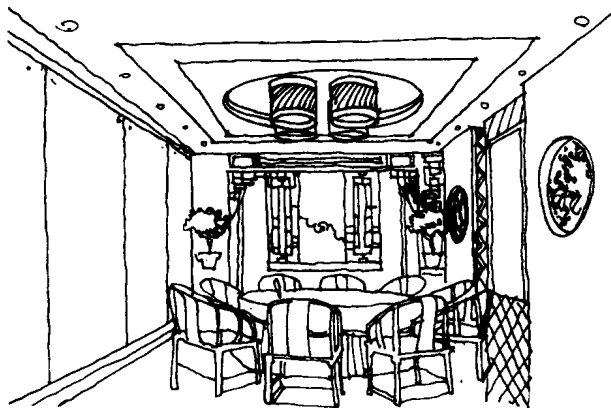


图 1-1 中餐厅

1.2.2 宴会厅

宴会厅不仅仅是可以举行宴会的场地，而是泛指提供宴会、会议等服务的场所，因其基本功能是提供餐饮，所以取名宴会厅。近年来，城市饭店的宴会厅使用率极高，如各种庆典宴会、商品展览会、发布会、国际会议等。一般来说，宴会厅的单体空间很大，并且要求能满足多用途的功能，因此其设计往往气势恢宏、格调统一。图 1-2 为宴会厅。

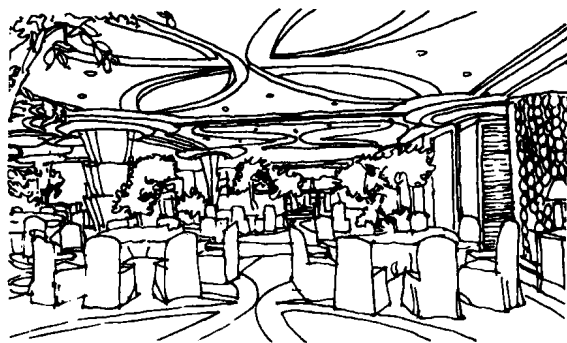


图 1-2 宴会厅

1.2.3 风味餐厅

风味餐厅是一种独特的餐饮概念，根据主题与市场定位的不同，有着不同寻常的装饰布局，让顾客从



图 1-3 特色风味餐厅

生理到心理都得到非同一般的体验。从吃饱到吃好这一消费意识的转变，餐饮正逐渐演变成一种文化消费环境。在品尝美味佳肴的时候，人们开始更多地关注用餐环境，要求有文化氛围的共鸣与个性化环境的体验。因此，对于餐饮空间独特氛围的营造，也越来越多地展现在现代的空间设计中。所有这些归结到一点，就是利用设计的手段来体现场所精神，这不光需要设计师有很好的文化积淀和表达方式，还需要设计师切身从人的情感需求及其心理行为探讨风味餐厅环境的营造。图 1-3 为特色风味餐厅。

1.2.4 西餐厅

西餐分法式、俄式、美式、英式、意式等。除了烹饪方法有所不同外，不同的西餐还有服务方式的区别。传统的餐厅只是注重于餐饮的单一呈现，而西餐厅更注重服务的高雅形式，这种服务不仅仅是在服务生或厨师的穿戴与动作，在客人面前进行表演性服务是西餐厅的一大服务亮点，这也是法式西餐厅的主要特色。西餐菜肴制作中有一部分菜需要在客人面前做最后的烹调，其动作优雅、规范，给人以视觉上的享受，达到用视觉促进食欲的目的。这不仅体现了一个地域的饮食差异，更多地反映出一个民族的内在情调。由于餐饮服务类型的不同也决定了空间形式的不同，对于西餐厅中表演性服务来说用于操作表演需占用一定的空间场地，因此这在设计上也是要设计师充分考虑的要素。豪华的西餐厅多采用法式设计风格，其特点是装潢华丽，注意餐具、灯光、陈设、音响等的配合，餐厅中注重优雅宁静，突出情调氛围。图 1-4 为西餐厅。

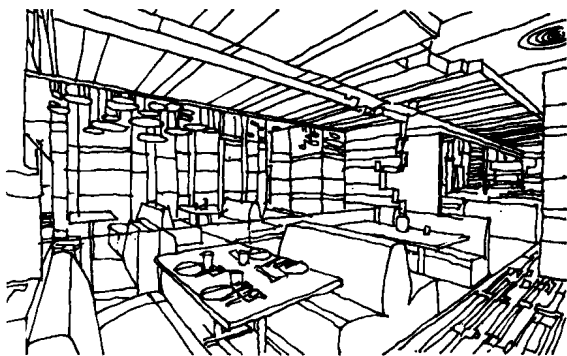


图 1-4 西餐厅

1.2.5 快餐厅

由于现代城市工作生活的节奏加快，许多人不愿意在日常饮食方面花费太多的时间，而快餐店恰可满

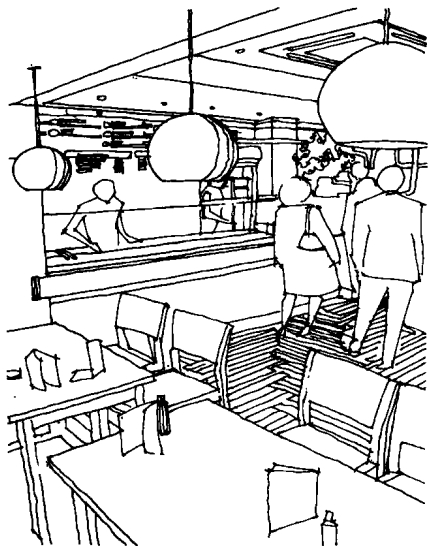


图 1-5 快餐厅

足人的这种需求。对于快餐店而言所追求的服务宗旨就是快。由于快,用餐的顾客便不会过多地停留,也不会对周围景致用心观看细细品味。由此,室内设计的手段也要追求空间简洁、动线合理、色彩明快,大多数用餐环境时尚现代。室内要强调节省空间、快捷服务,当然也要通过一些简单有效的方法丰富整体环境的层次,取得快餐环境所应得到的理想效果。图 1-5 为快餐厅。

1.2.6 自助式餐厅

自助餐是一种由顾客自行挑选、拿取或自烹自食的就餐形式。它的特点是客人可以自我服务,菜肴不用服务员传递和分配。自助餐的餐厅一般是在餐厅中间设置一个主餐台,边侧设置酒柜和取餐长台,以及 1~2 个烹饪吧台,靠窗或吧台周围设有若干餐桌。桌椅形式的设置上一般以普通方形坐席为主,但需根据具体的空间位置来灵活设置。自助餐厅设计时应注意平面功能布局的合理性,动线及功能划分要明确,同时应分布好专门存放盘碟等餐具的自助服务台区、熟食陈列区、半成品食物陈列区以及甜点、水果和饮料陈列区等以方便客人根据需要分类拿取。内部空间设计应开敞、明亮,可采用开敞和半开敞的分布格局进行就餐区域布置。餐厅通道比一般餐厅宽,便于顾客来回拿取食物,从而提高就餐速度。图 1-6 为自助式餐厅。

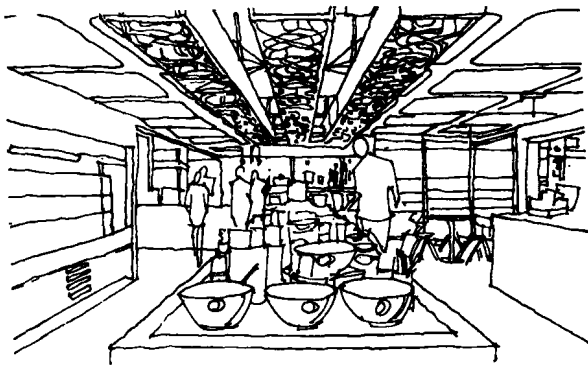


图 1-6 自助式餐厅

1.2.7 咖啡厅

咖啡厅主要是为客人提供咖啡、茶水、饮料以及简餐茶点的休闲和交际场所,其空间处理应尽量使人感到亲切、放松。它讲究轻松的气氛、安静优雅的环境,适合少数人会友、晤谈等。场所的特质决定了咖啡厅平面布局的简洁大方。其内部空间以通透为主,厅内有很好的交通流线,座位布置比较灵活,同时也注重空间上的变化,比如用轻质隔断或者地面的落差去营造丰富的空间层次。咖啡厅源于西方饮食文化,因此,在空间设计风格上多采用欧式风格。图 1-7 为咖啡厅。

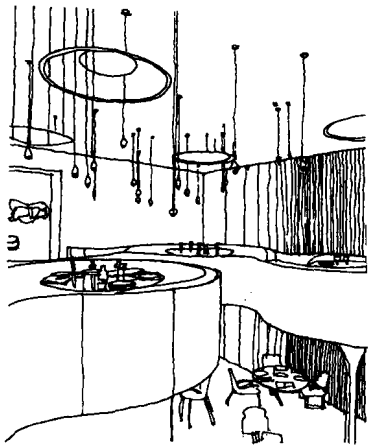


图 1-7 咖啡厅

1.2.8 酒吧

酒吧是夜生活的场所，在我国兴起得比较晚。大多数消费者为了追求一种自由惬意的时尚消费形式。如今泡吧已成为年轻人业余时间的一项重要消遣和社交活动。城市中各色酒吧比比皆是，各种类型都有。在装饰风格上可体现很强的主题性和个性，比如光怪离奇的原始热带风情装饰，或体现某历史阶段的故事、怀旧情调进行装饰等，也可以针对某一主题，综合运用壁画、陈设及各种道具手段进行带有主题性的装饰。图 1-8 为酒吧。

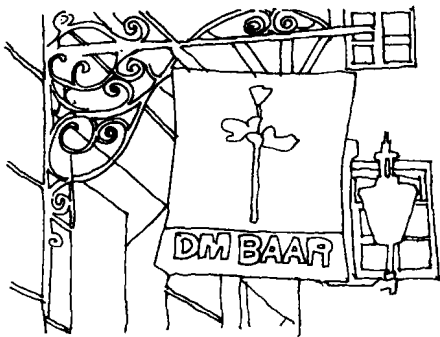


图 1-8 酒吧

1.3 商业餐饮空间的功能组成

任何建筑物的空间构成都会满足一定的使用功能，功能决定了使用的性质。餐饮空间也不例外。商业餐饮空间由于其特殊的经营特性可以分为营业区和操作区两部分。营业区主要由门厅、就餐大厅、包厢、外卖部、盥洗间、服务台、收银台等部分组成，是直接面向消费者的空间；操作区主要由厨房、备餐间、更衣间、餐具洗涤间、消毒间等部分组成。但由于餐厅经营菜式品种的不同，其空间的功能组成也会存在较大差异，尤其是内部的操作区，在满足基本功能的前提下，也要根据相关规范来制订设计方案。

在餐饮空间的功能组成中，每一部分对于设计师都有着不同的挑战。比如，营业区的设计要求富有艺术文化气息，给人意味深长的情感体验；操作区的设计则要求为工作人员的效率提供支持，因此更偏向于功能的完善。在设计中，为了更好地体现出餐厅的特色，设计师除了要具备丰富的文化积淀和表达设计思想的能力，还需要查阅大量的图文资料。当然功能完善也是必不可少的前提，设计时需要不同学科背景的专业人员共同参与其中，以完成既赋有艺术美感又满足功能需求的舒适安全的餐饮空间。

1.4 商业餐饮空间设计的总体要求

对于商业餐饮空间设计的总体要求，首先必须在宏观上对设计空间进行把握，这里可以借用中国工程院院士何镜堂老先生的理论，他把自己的建筑理论体系总结为“两观三性”：“两观”是指整体观、可持续发展观；“三性”是指地域性、文化性、时代性。其中地域性是建筑赖以生存的根基，文化性决定建筑的内涵和品位，时代性体现建筑的精神和发展。在商业餐饮空间设计中，“两观三性”理论能在宏观层面上给予我们启示和方向性的指导。

当然，由于商业餐饮空间所面向的人群有很大的差异性，所以设计不光要明确方向，要从整体上满足安全、绿色、舒适、美观等要求，也需要考虑到人们的个性需求，在环境的营造上要在严谨中求创新、统一中求变化，以期在空间和时间两个维度中演奏出建筑空间带给人们的美好乐章。

在空间的设计中包含着许多设计语言,这些语言一方面表达了空间的特性,另一方面也丰富了空间的内容。在商业餐饮空间中,由于餐饮种类的千差万别,空间的设计语言往往也会表现出很大的差异。这就需要设计者针对不同性质的空间,针对不同的设计需求,合理地运用设计语言。合理的空间设计会提高顾客的满足感,一般会产生促进消费的作用,反之,则会制约消费。正因为如此,设计师在做设计方案之前,要充分分析各方面信息,把握设计的总体要求。当然,作为经营主体,经营者在充分了解不同顾客群体的需求的前提下,在餐厅经营的层面上与设计方做好沟通,做好餐厅设计的总体定位也显得尤为重要。下面以几个不同餐饮空间设计为例,试着说明一些设计语言在不同餐饮空间的体现与运用,从而让我们对餐饮空间设计的总体要求有进一步的了解,为以后的综合系统的设计打下基础。

(1) 以风味饮食为主要定位的餐饮空间

这类餐饮空间有着独特的饮食特点,带有很强的地域特色。因此在设计中要把握整体风味的特点,如中式(川湘菜、粤菜、淮扬菜、京津菜)、日式、韩式、西餐等,这些不同的餐饮空间不仅要求饮食口味上有特色,更要求在空间环境的设计上有特点,要根据具体风味餐饮的特色出发,设计出其相应的空间环境。比如时下出现比较多的中式餐饮空间,这类空间在设计上,需把握中式风格与西式风格、东南亚风格等装修风格的不同之处,把握传统中的一些古典文化要素,以及空间层次的处理手法。通过文化背景的支撑营造出丰富多彩的文化氛围,以此来满足特定文化氛围中人们的生活追求。

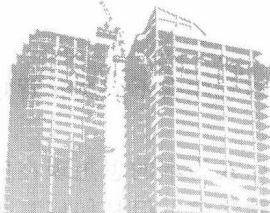
(2) 以休闲功能为主要定位的餐饮空间

这类空间在主要功能上就是满足人们日常的休闲、小憩或者娱乐,带有很大的随意性,例如酒吧、茶室、咖啡厅等。一般此类餐饮对空间的要求并不高,但是此类空间在整体的设计把握上重在特有元素的运用,要能表现出整体空间的氛围。对于酒吧来讲,空间的规划上需安排一定的表演空间,并设置一定的私密性空间,这类空间可以用隔断或者场地自身的高差以及家具来安排。整体设计中注重光 and 色的设计要素,在灯光的设置上,要根据空间的实际要求采用特定的手法去设计,一般大多采用低照度暖色光系,而且以局部照明为主,从而形成一种特定的休闲氛围。

(3) 以社交和宴会功能为主要定位的餐饮空间

此类空间以餐饮为形式,实际以情感交流为目的,大多具有一定的私密性,是主要提供宴会、会议等服务的场所。这类餐饮空间的布局十分灵活,可以通过灵活隔断、帷幕等灵活划分。以流通路线与展餐台之间的关系为设计重点,最终达到主次分明、服务设施完善,其空间要有一种分而不乱、合而不板的设计体现。对于此类餐饮空间,在设计形式上通常也是灵活多变的,材料、灯光的运用一般比较典雅、突出气氛的渲染,给人一种宾至如归的感觉。

总之,餐饮空间的设计形式和功能需求是灵活多变的,一方面会随着具体的场地及经济因素而变,另一方面会随着市场定位和人们日益增长的需求而变。但只要我们坚持系统全面的设计原则,掌握一定的设计程序和方法,精益求精,就一定会设计出令人留下美好记忆的室内空间。



第2章

商业餐饮空间的设计

2.1 面向消费者感受的设计

建立在数理基础之上,较为直观的认知活动我们称之为感性认知,感性认知没有固定的逻辑规范,相对于理性认知,感性认知带给我们的是一些较为轻松的、随意的、直观的精神愉悦与满足。感性认知包括视觉、听觉、味觉、嗅觉与触觉五种感官感觉以及更多的综合感觉,甚至还包括人的大脑中既有的认知经验。感性认知是人们对受到的外界刺激所做出一系列反应的初步认识过程。从信息学的角度上来讲,我们可以把感知、感觉等一系列的信息处理的过程称之为感性认知过程,在这一过程中,各种信息便构成了人们感受的基础。那么设计师要做的就是更充分地体察受众的感受,重新构筑和整合各类设计元素,营造出更好的环境感受,让设计帮助餐饮企业建立起自身的品牌形象,让消费者在空间体验的过程中提高对于某一餐饮品牌的认知度和忠诚度。

面向消费者感受的设计是跨度非常大的设计实践,要求设计师和经营者不光要从宏观上把握整体设计,更需要照顾到方方面面的细节,比如小到一张餐巾纸所能带给人的品质感受。当消费者通过体验得到这些感受时,会联想到如下表达感受的形容词:品质感、信赖感、亲切感、温馨感、刺激感、私密感、文化感、舒适感等。虽然这些表达感受的形容词并不全面,但它们可以带领设计师(作为一个感受主体)去思考如何通过空间的、视觉的以及其他方面的语言去营造种种感受,以期在商业餐饮空间中达到令人精神愉悦并尽可能使消费者乐在其中享受美食的最终目的。当然,在设计的过程中,我们也必须照顾到餐厅服务人员在工作上的方便与效率,以便他们能更好地工作,更好地为消费者提供快捷周到的服务。

2.2 在实践中发展完善的空间设计

在认识到从心理层面对餐饮空间所具有的氛围或情绪等进行考虑的重要性之后,我们会发现,设计对人的心理活动的考虑若只是建立在设计师或经营者为感受主体的认知层面上,还是会非常局限的。我们还必须根据餐厅的消费群体定位做一些易于控制的实验和调研,因为有一种观点认为设计并不是专家们的一言堂,即便是一名资深设计师,其观点也是建立在过往经验之上,任何时间空间的变化,都可能造成经验的失效,以致在设计成果施工完成之后使委托方蒙受巨大损失。

在设计领域中,一些跨国企业的工业产品设计由于新产品研发完成后会大批量投入生产,往往前期市场调研会做得非常充分。建筑内空间的设计研究,虽然已经积累了大量基础性数据,但个性化的新颖的设计往往面临新的挑战,这就需要让使用者参与进来协同设计,例如通过调查问卷或局部空间的现场体验来调整最终设计,这样才能够使设计真正站在使用者立场上,提高他们的生活质量。应该说设计是一种服务,更是一种专业态度。

2.3 餐饮空间中的人本设计

当工作伙伴聚集在一起吃饭时,他们之间会保持怎样的距离呢?恋人们喜欢怎样的就餐空间呢?不同

种类的餐厅在不同文化背景的地域应该完全保留自己民族的饮食文化传统吗？这些问题体现了以人为本的思想。

以人为本的思想现在已经得到了社会的广泛共识，对于市场商家来说也许奉行这一观念是其不被淘汰的制胜法宝，但是如何真正地设计出符合大众要求的餐饮空间，真的做到设计为人这也是考验设计师的关键所在。以人为本的设计涉及方方面面，反映在空间的安全性、舒适性和受众的情感体验以及空间使用的便利性等。设计师需要考虑的问题不光是形式设计层面的，更要考虑好如何加强与技术部门的协调与融合。由于各类空间功用的不同，在安全性、舒适性和情感体验设计的侧重点和要求也就不相同，如餐饮类的空间注重空间动线的合理、温馨、舒适、私密、主题时尚及安全等。不过对于现代空间设计而言，功能要素和感性要素一定都不是孤立存在的。

空间设计以人为中心，人首先应该是空间的使用者，在做餐饮空间设计之前，我们可以精心地策划人与餐饮空间的关系。设计师需要考虑不同消费者的使用是否能够舒适，功能是否方便安全，是否有个人的喜好与风格偏好等；要考虑一个家庭的成员组织结构，思考家庭中老年人和儿童的实际需求；此外，还需要考虑本地人的民俗特征，地域文化传统的影响，外来人口的交流与文化归属感、认同等等。

2.4 餐饮空间中人的行为心理

以人为本并非只是凭借设计师一时空想就可以实现，它需要建立在科学的理论基础之上结合实践去践行的一种行为方式，我们只有在充分分析人的行为心理需求，并仔细去考量这些设计要素才有可能在空间设计的时候营造出一个为人们所喜爱的空间，而并非只是仅仅去满足基本的功能需求或者一些形式美法则的胡乱堆砌。下面以餐饮座位布局为例进行探讨。

2.4.1 私密与尽端心理

顾客对餐厅中餐桌座位的挑选，通常最不愿选择近门处或人流频繁通过处，而喜欢一些有部分隔断的边角或窗边。这样的情况在其他空间里也有极相似的体现。卡米诺在铁路车站进行了长期的观察，发现人们喜欢站在柱子附近而又离开人们行走路线的地方。人们总是设法使自己处于视野开阔，但本身却又不引人注目，而且不太影响他人的地方。这是基于人们心理特征的一种普遍习惯性选择，人们对私密性以及相应空间范围包括视线、声音等方面都有一定的隔绝要求。因此，在餐饮空间环境设计中通常会设靠墙卡座，在室内空间中形成更多的“尽端”，也就更符合顾客就餐时“尽端趋向”的心理要求。在那里，边界实体明确围合出属于本桌人的空间领域，不被他人穿梭干扰和侵犯，个人空间受到庇护，有安定感，避免了坐在中间四面临空的座位受众目窥视和被人群走过打扰的不适，却又有纵观室内场景的良好视野，同时还能与他人保持适当的距离，因此这些座位备受欢迎。

2.4.2 安全与领域心理

斯蒂把个人空间定义为一个小的圆形物质空间，以个体为中心，文化上的因素影响半径。对于个人的活动所临时占用的地方，人们都是把它视为自己的空间领域，会小心地排除他人对自己所属领域的“侵犯”。例如，经研究表明，在现代流行的景观办公室中，员工个人的心理不安全感及小群体之间的社交活动均被压制，在这样的空间中，员工的效率和精神状态都不如传统的封闭式办公室。同理我们发现餐厅穿插及子母空间做得比较少的往往是一些定位比较低的快餐厅或团桌式的宴会厅，其中宴会厅以全体参宴者的交往为目的，餐桌座位布置要利于人的交往应酬，形成热烈氛围，不需要私密性，不必以边界来明确个人空间领域，因此餐桌可四面临空，均匀布置。但是因为会餐的场合不同对于私密的要求也是不尽相同的。很多情况下，普通的用餐排除宴会等团体用餐，人们对于稳定安全的空间需求是极高的。因此在许多档次稍高的餐饮空间布局中也越来越多地呈现出穿插空间和字母空间的设计，并常常采用垂直实体的围合来营造出各种有边界的餐饮空间。这些垂直实体通常用隔断、花池、绿化等来实现。应尽量减少四面临空的餐桌座位。在营造安全领域的同时也提升了整体餐厅的形象。

2.4.3 人际距离

人际距离(图 2-1)是指人与人之间社会接触的距离,据观察研究,霍尔认为按亲密及疏远程度,可分为四个距离。

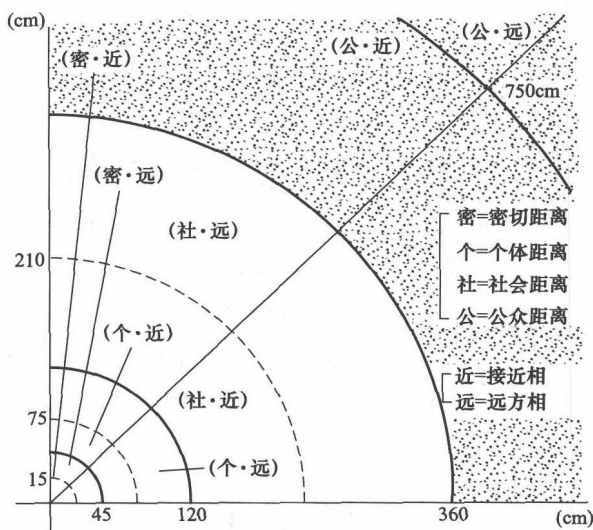


图 2-1 人际距离

① 密切距离 (intimate distance), 为爱抚、保护或格斗的距离。约在 30cm 内, 能感受到对方的体温气味。

② 个体距离 (personal distance), 与好友的安静交谈及和对方握手的距离, 约在 35~120cm。

③ 社交距离 (social distance), 是不能轻易接触到对方的距离, 如隔一张桌子的距离, 亦即进行社会性、非个人的相互联系的距离, 约在 120cm~3m。

④ 公共距离 (public distance), 如陌生人之间的距离、演员面对观众的距离等, 亦即一般公众社会活动的距离, 约在 3~9m。

根据这种人际距离的尺度, 我们发现人们在交往中都在心理上存在一定的个人空间范围, 不同的交往对象产生不同的人际距离, 餐桌布置也是一样, 既要利于人的交往, 又需与他人保持适当的人际距离, 餐桌的布置要满足人们多样的需求。例如有的餐饮空间座位宽敞舒适, 让人能充分感受整体场景和氛围; 在餐饮空间的设计中通常可以在大的空间中划分出若干小的领域使得顾客既能感受到的空间氛围, 又可以独享小尺度的空间环境, 使得设计大中有小。有的用矮隔断或火车座式靠背使一个个餐桌有明确的领域感和私密性, 适于约会、恳谈, 但又能领略大空间的环境氛围; 有的做成雅座间, 与主空间基本没有流通, 小环境雅致静温, 营造明确的领域感、私密性, 适于团体聚会、私人饮宴和商务宴请等。

2.5 餐饮空间中的人体工程学

人体工程学是一门现代交叉边缘学科, 其科学体系涉及人体科学、环境科学、工程科学等诸多门类, 内容十分丰富, 其研究成果被广泛应用在人类社会生活的诸多领域。室内空间设计的服务对象是人, 设计师必须充分考虑人的各种需求, 而人体工程学正是从关注人的角度出发研究问题的学科。因此, 设计师有必要了解并掌握人体工程学的有关知识, 在设计实践中自觉地加以应用, 以创造安全健康、便利舒适的室内环境。图 2-2 是人体活动区间。

商业餐饮空间的设计涉及人体工程学之处很多, 以餐饮空间家具中人们最常用的椅子为例介绍人体工程学在餐饮空间中的运用。

椅子分为办公椅、餐椅、咖啡椅、西餐椅、吧椅、休闲椅、躺椅、专用椅等, 在家庭、办公室、酒

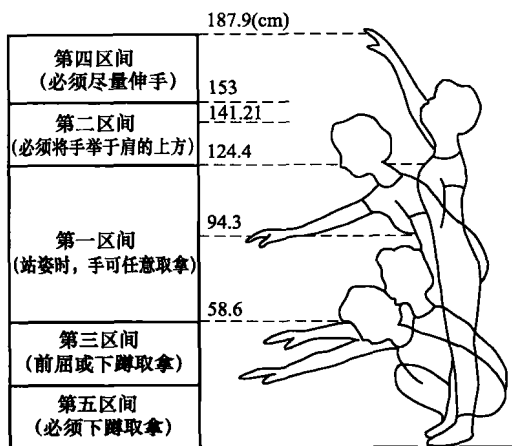


图 2-2 人体活动区间

店、公园都会出现不同的椅子。椅子的主要功能就是便于人们工作、休息。椅子的实用性非常强，舒适度是衡量一张椅子好坏的主要标准。图 2-3 为人体工程学的椅子。

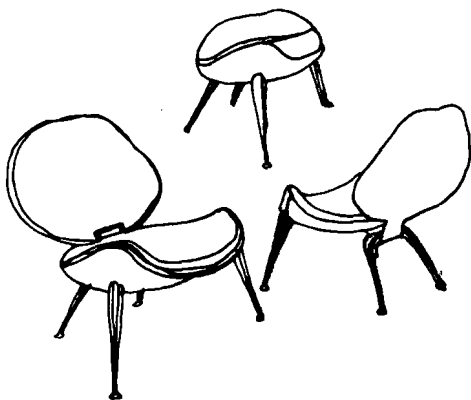


图 2-3 人体工程学的椅子

与餐饮空间中的其他家具一样，椅子、沙发的设计与选择也是有一定尺度的。关于餐饮空间椅子的设计有以下几个要点。

首先是坐面与地面的高度。不同国家和民族的人体尺度不尽相同。我国一般椅子坐面高度为 400~460mm，坐面太高或太低都会对身体造成不同程度的不舒服，以至于导致身体肌肉疲劳或软组织受压等。对于目前我国休闲沙发来说坐面高度一般为 330~420mm，在符合人体工程的情况下沙发坐前可高一些，这样通过靠背的倾斜使脊椎处于一个自然的状态之下。

其次要注意餐椅的坐感不能太慵懒休闲，这样容易造成人因长时间坐姿而导致身体机能的不舒适。而且餐椅的大小要根据具体的空间面积来适当选择，不能占用太多的面积。椅子、沙发座面的宽度，保证了人体臀部的全面支撑，在设计上需要留有一定的活动余地，可以使人随时调整坐姿。一般椅子坐面宽要大于 380mm，需根据是否有扶手来确定椅子的具体坐面宽度。有扶手的椅子坐面宽要大于 460mm，一般为 520~560mm。如果多人沙发的座面亮度，根据人的肩膀宽度加上衣服的厚度再加上 50~100mm 的活动余量。

再次要注意餐椅沙发坐面的深度。如果坐面太深，背部的支撑点悬空，同时膝窝处受压；如果坐面太浅，大腿前沿软组织受压，坐久了使大腿麻木坐深，并且会影响食欲。一般椅子深度为 400~440mm；用于休息的椅子和沙发，由于靠背倾斜度较大，坐位深度可以深一些，一般为 480~560mm。随着科技与工艺的不断进步，设计使得家具越来越多地呈现更为人性化的趋势，尤其对于座椅或沙发来讲，更多地人性