



陈根 编著

商业设计

看这本就够了

Commercial Design
Reading this is enough



化学工业出版社



Commercial Design
Reading this is enough

商业设计 看这本就够了

陈根 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书紧扣当今商业设计学的热点、难点和重点,主要涵盖了广义商业设计所包括的商业设计概论、国内外商业设计的发展概况、商业设计风格与流派、商业空间设计、公共空间展示设计、商业动线规划、商业软环境系统设计、商业环境系统设计、商业空间设计中的材料应用、商业步行街设计及当代商业设计新内涵共11个方面的内容,全面介绍了商业设计及相关学科所需掌握的专业技能,知识体系相辅相成,非常完整。同时在本书的各个章节中精选了很多与理论紧密相关的图片和案例,增加了内容的生动性、可读性和趣味性,让人轻松自然、易于理解和接受。

本书可作为从事商业设计相关专业人员的学习参考书,还可作为高校学习商业设计、商业管理、商业营销与策划等方面的教材和参考书。

图书在版编目(CIP)数据

商业设计看这本就够了/陈根编著. —北京:化学工业出版社, 2017. 4

ISBN 978-7-122-28911-7

I. ①商… II. ①陈… III. ①商业-设计 IV. ①J524

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第014188号

责任编辑:王 烨 项 激
责任校对:吴 静

文字编辑:陈 喆
装帧设计:王晓宇

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 装:北京方嘉彩色印刷有限责任公司

710mm×1000mm 1/16 印张16¹/₂ 字数306千字 2017年4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:89.00元

版权所有 违者必究

消费是经济增长的重要“引擎”，是中国发展巨大潜力所在。在稳增长的动力中，消费需求规模最大，和民生关系最直接。要瞄准群众多样化需求，改革创新，调动市场力量增加有效供给。

供给侧改革和消费转型呼唤“工匠精神”，“工匠精神”催生消费动力，消费动力助力企业成长，两者相辅相成，不可分割。中国经济正处于转型升级的关键阶段，涵养中国的现代制造文明，提炼中国制造的文化精髓，将促进我国制造业由大国迈向强国。

而设计是什么呢？我们常常把“设计”两个字挂在嘴边，比方说那套房子装修得不错、这个网站的设计很有趣、那张椅子的设计真好、那栋建筑好另类……设计俨然已成日常生活中常见的名词了。感觉上人们即使不懂设计，还是喜欢拿这两个字出来说一下。2015年10月，国际工业设计协会（ICSID）在韩国召开第29届年度代表大会，沿用近60年的“国际工业设计协会ICSID”正式改名为“国际设计组织WDO”（World Design Organization），会上还发布了设计的最新定义。新的定义如下：设计旨在引导创新、促发商业成功及提供更好质量的生活，是一种将策略性解决问题的过程应用于产品、系统、服务及体验的设计活动。它是一种跨学科的专业，将创新、技术、商业、研究及消费者紧密联系在一起，共同进行创造性活动，并将需解决的问题、提出的解决方案进行可视化，重新解构问题，并将其作为建立更好的产品、系统、服务、体验或商业网络的机会，提供新的价值以及竞争优势。设计是通过其输出物对社会、经济、环境及伦理方面问题的回应，旨在创造一个更好的世界。

由此我们可以理解，设计体现了人与物的关系，它为人类生存的合理、舒适、环保等因素而设计，为人类的更高需求而设计，为人类设计出全新的生活方式。设计是人类本能的体现，是人类审美意识的驱动，是人类进步与科技发展的产物，是人类生活质量的保证，是人类文明进步的标志。

设计的本质在于创新，创新则不可缺少“工匠精神”。本系列图书基于“供给侧改革”与“工匠精神”这一对时代“热搜词”，洞悉该背景下的诸多设计领域新

的价值主张，立足创新思维而出版，包括了《工业设计看这本就够了》《平面设计看这本就够了》《家具设计看这本就够了》《商业设计看这本就够了》《网店设计看这本就够了》《环境艺术设计看这本就够了》《建筑设计看这本就够了》《室内设计看这本就够了》共8本。本系列图书紧扣当今各设计学科的热点、难点和重点，构思缜密完整，精选了很多与理论部分紧密相关的案例，可读性高，具有较强的指导作用和参考价值。

商业设计为商品终端消费者服务，在满足人的消费需求的同时又规定并改变人的消费行为和商品的销售模式，并以此为企业、品牌创造商业价值的都可以称为商业设计。

商业设计作为促进城市发展的一个重要方面，其设计不仅反映着自身的定位和主题，也体现出城市文化和品位。而且商业建筑、风格与商业类型都以公众评价和喜好为导向，更宜随着时代的发展和人们审美趣味的变化而不断地推陈出新。商业设计对时代和时尚的把握极其敏锐，可以说是城市格调和创新发展风向标之一。

本书内容涵盖了商业设计的多个重要流程，在许多方面提出了创新性的观点，可以帮助从业人员更深刻地了解商业设计这门专业；帮助商业规划与开发商确定整体商业类型和风格个性方向，系统地提升商业空间的创新能力和竞争力；指导和帮助欲进入商业设计行业者深入认识产业和提升专业知识技能。另外，本书从实际出发，列举众多案例对理论进行通俗形象地解析，因此，还可作为高校学习商业设计、商业管理、商业营销与策划等方面的教材和参考书。

本书由陈根编著。陈道双、陈道利、林恩许、陈小琴、陈银开、卢德建、张五妹、林道梅、李子慧、朱芋锭、周美丽等为本书的编写提供了很多帮助，在此表示深深的谢意。

由于水平及时间所限，书中不妥之处，敬请广大读者及专家批评指正。

编著者

第1章 商业设计概论

001

1.1 商业设计的概念

002

1.2 商业建筑的分类

002

1.2.1 按形态分类

002

1.2.2 按规模分类

005

1.3 商业主要业态功能体

006

1.3.1 百货

006

1.3.2 餐饮

006

1.3.3 展示

007

1.3.4 娱乐

007

1.3.5 旅游

008

1.3.6 观演

009



第2章 国内外商业设计的发展概况

010

2.1 中国的商业设计发展概况

011

2.1.1 我国商业建筑的发展历史

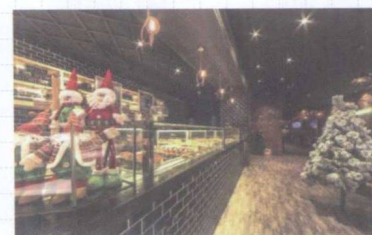
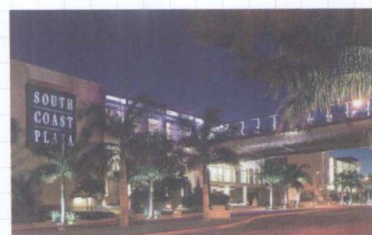
011

2.1.2 我国购物中心的发展现状及其特征

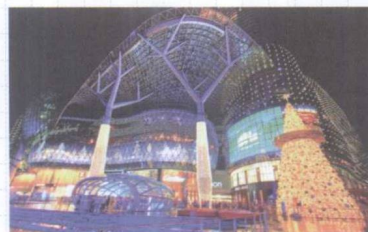
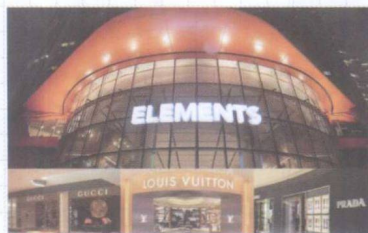
012



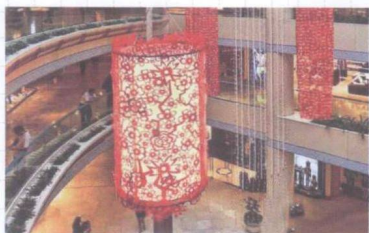
2.1.3 国内对商业地产开发设计的认识误区	015
2.2 国外的商业设计发展概况	016
2.2.1 欧美商业建筑发展概况	016
2.2.2 日本的商业设计发展概况	024
第3章 商业设计风格与流派	028
3.1 传统风格	029
3.1.1 新中式风格	029
案例 喜鼎饺子中式餐厅	030
3.1.2 欧式风格	030
案例 15世纪荷兰教堂变身豪华书店	031
3.2 现代简约风格	031
案例 布拉格极简咖啡酒吧	032
3.3 高技派风格	032
案例 灵感来自阿卡普尔科椅子的餐厅	033
3.4 装饰主义风格	034
案例 赫尔佐格&德梅隆的历史建筑修复项目	034
3.5 解构主义风格	035
3.6 自然主义风格	036
3.7 后现代主义风格	037
3.8 混搭风格	038
第4章 商业空间设计	039
4.1 商业综合体的空间布局组织	040
4.1.1 商业空间组织的发展演变	040



4.1.2 线形空间	043
案例 Universal CityWalk——盛宴的舞台	044
4.1.3 中庭形空间	045
案例 新加坡 ION Orchard——舞蹈的中庭	045
4.1.4 垂直形空间	047
案例 大阪 Namba Park——美丽的峡谷和空中公园	047
4.1.5 三角形空间	048
案例 艾提雷 Akmerkez——黄金三角	049
4.1.6 环形空间	050
案例 香港圆方——五色戏	050
4.1.7 双环形空间	052
案例 高雄统一梦时代购物中心——水色之城	052
4.1.8 螺旋形空间	053
案例 阿尔华达购物中心——灵动的螺旋	053
4.1.9 街区型空间	055
案例 北京三里屯 Village	055
案例 奥特莱斯商业建筑模式与功能设计	060
4.2 商业外部空间的规划	065
4.2.1 影响商业外部空间设计的因素	065
案例 圣卡特纳市场	065
案例 有着独特卡车外形的冰淇淋店铺	066
案例 一个既像酒桶又像鲸鱼的 Cella 酒吧	068
案例 一窥中美洲的静谧与惬意——巴拿马旅店	070
案例 Dior 首尔亚洲最大旗舰店	072
案例 迪士尼天鹅与海豚度假酒店	073



4.2.2 各类商业空间的造型设计	074
案例 上海某甜品店设计	075
案例 宝姿 1961 上海旗舰店	077
4.3 商业内部空间的规划	078
4.3.1 商业内部空间的组织功能	078
案例 亚洲首家外星人电竞俱乐部—— 宁波 ALIENWARE+G4 主题网吧	078
案例 Comme Moi 上海旗舰店	081
案例 分隔层高打造开敞的零售空间	083
案例 充满渔业风情的日式餐厅	085
4.3.2 商业空间的构成	086
案例 斯德哥尔摩服装概念店	088
案例 Skechers 品牌公司儿童/婴儿鞋 的展出空间	089
案例 层叠木板营造虚实结合的鞋店	089
案例 OMA 改造的柏林卡迪威百货 商场	092
第5章 公共空间展示设计	094
5.1 出入口	095
案例 Friis Aalborg 城市中心	095
5.2 中庭	097
案例 武汉万达购物中心	097
5.3 店铺进深面宽比	098
5.4 层高与柱网	099
5.4.1 层高	099
5.4.2 柱网	100
案例 恒隆广场	102



第6章 商业动线规划

6.1 外部动线设计

6.1.1 联外道路动线

6.1.2 出租车动线

6.1.3 巴士动线与城市轨道交通动线

案例 荷兰阿纳姆中心交通枢纽

6.1.4 行人动线系统

6.1.5 货车动线系统

案例 深圳万象城

案例 北京金隅万科广场

6.1.6 商业外部动线设计要点

案例 北京西单文化广场

案例 日本六本木购物广场：轨道交通直接 连通2楼商场

案例 上海龙之梦：地铁上盖商业，地处 交通枢纽

案例 高雄统一梦时代购物中心

6.2 室内交通动线设计

6.2.1 入口大堂动线设计

6.2.2 中庭动线设计

案例 北京未来商城

6.2.3 水平人流动线设计

案例 世贸天阶

案例 上海百联西郊购物中心

案例 港汇广场

案例 茂业百货

案例 宜家

案例 万象城

105

106

107

107

107

108

108

109

111

111

113

114

116

117

118

120

121

121

136

138

139

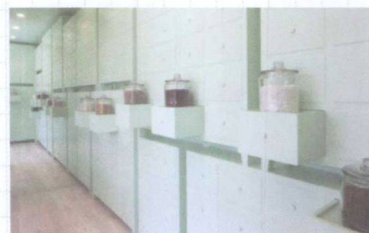
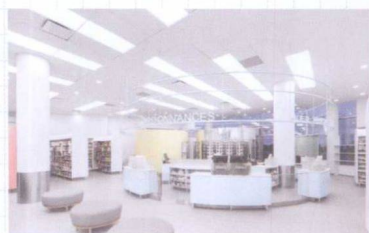
140

141

142

143

144



6.2.4 垂直人流动线设计	145
案例 第五大道阿玛尼	150
案例 香港大型购物中心人流动线设计	151

第7章 商业软环境系统设计 157

7.1 色环境设计	158
7.1.1 色彩概述	158
7.1.2 商业空间中的色彩作用	161
案例 韩国仁川森林小屋餐厅	161
案例 日本东京MOMOM奶制品零售店	162
案例 色彩+风水——蒙特利尔药店	163
7.1.3 商业环境设计中的色彩表现	165

案例 日本新宿 Kampo Lounge 天然草本诊所	165
-----------------------------	-----

7.2 光环境设计	167
7.2.1 概述	167
7.2.2 商业照明设计的艺术性表达手法	173

案例 希腊风格的卢森堡 Pandemos Agora 精品店	175
--------------------------------	-----

案例 深圳热点创意精品酒店光环境设计	176
--------------------	-----

7.3 声环境设计	177
-----------	-----

案例 上海交响乐团音乐厅	177
--------------	-----

7.4 温环境设计	178
-----------	-----

案例 大巴黎都市垂直农场	179
--------------	-----

7.5 味环境设计	180
-----------	-----

案例 胡志明市个性的拉面馆	181
---------------	-----



第8章 商业环境标识系统设计

- 8.1 商场或店铺名称设计 182
- 8.2 商场品牌宣传设计 183
- 8.3 楼层平面布局图 184
- 8.4 电梯、卫生间、吸烟区等重点区位的
引导标识 185
- 8.5 各品牌店门头灯箱的设计 186
- 8.6 咨询、投诉服务台的引导标识 187
- 案例 新奥尔良君悦酒店标识系统设计 188



第9章 商业空间设计中的材料应用

- 9.1 木材 190
- 案例 波哥大 El Fabuloso 酒吧 190
- 9.2 石材 191
- 案例 奥斯陆 Mardou & Dean Loft 风格的
服装专卖店 191
- 9.3 金属 192
- 案例 新因坎茨市场 192
- 9.4 玻璃 193
- 案例 John Lewis 商场影院综合体 193
- 9.5 混凝土 194
- 案例 阿利亚皇后国际机场 195
- 9.6 瓷砖 195
- 案例 阿姆斯特丹中央火车站隧道 196
- 9.7 墙纸墙布 196
- 9.8 涂料 197



第10章 商业步行街设计

10.1 商业街区发展综述

10.1.1 商业街区发展历史

10.1.2 商业街区的文化内核

10.1.3 商业街区的空间组织

10.1.4 商业街区的业态流线

10.1.5 商业街区外部空间模式

类别

10.2 商业步行街的设计要点

10.2.1 人性化原则

案例 意大利交互式森林——会发光的IT树

10.2.2 生态化原则

10.2.3 要善于利用和保护传统风貌

案例 弗林德斯街区改造

10.2.4 可识别性原则

案例 荷兰首座顶盖式食品市集住宅——鹿特丹市集住宅

10.2.5 要创造轻松、宜人、舒适的环境氛围

案例 悉尼皮特商业步行街

10.2.6 尊重历史

10.2.7 视觉连续性原则

案例 比利时Stationsstraat商业街

第11章 当代商业设计新内涵

11.1 可持续性设计

11.1.1 商业中庭空间的设计和优化

案例 杭州万象城

198

199

199

200

202

203

204

207

207

207

208

208

209

209

210

211

211

212

212

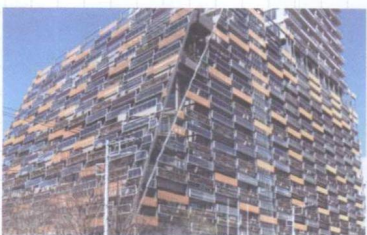
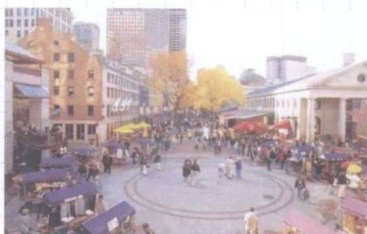
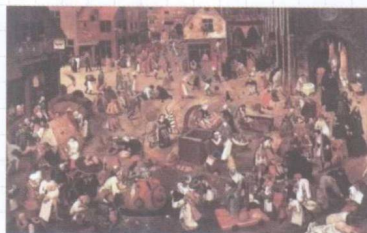
212

213

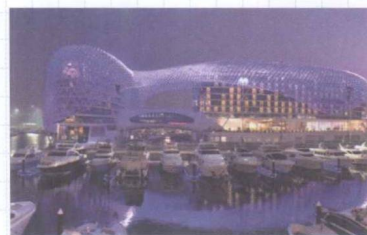
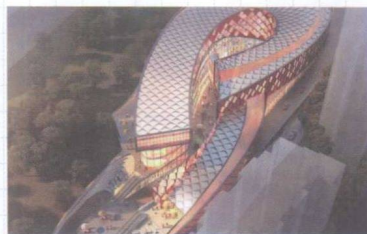
214

214

216



11.1.2	屋顶花园的设计	217
案例	新加坡皮克林宾乐雅酒店	217
11.1.3	外立面的节能设计	218
案例	东京丰岛区商住综合体	220
11.2	城市综合体	221
案例	庐山“木兰花”商业综合体	221
11.2.1	优先级	222
11.2.2	形象性	223
11.2.3	分期开发	223
11.2.4	协同性	223
11.3	城市交通枢纽	224
案例	重庆香港置地照母山北郡商业项目	225
11.4	“类城市”发展	229
案例	五号车库——全国首个以手作艺术 为基调的室内街区	232
11.5	主题体验式设计	233
11.5.1	历史和传说	233
案例	承德天山商业中心	234
11.5.2	自然	234
案例	南京水游城	234
案例	日本维纳斯城堡	238
案例	北京全城热恋钻石商场	239
11.6	新兴的商业空间	240
11.6.1	空间的流动感和灵活性增强	240
案例	乐天百货Amoje美食城	241
11.6.2	巨构商业空间	242
案例	阿布扎比YAS酒店	242
11.6.3	室内外空间的交融	243



案例 三亚半山半岛洲际度假酒店 243

11.7 令人驻足的外立面 244

11.7.1 材料的创新 244

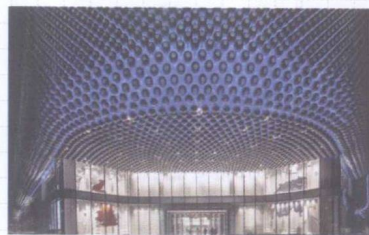
案例 武汉万达购物中心 245

11.7.2 构造组合 246

案例 阿布扎比中央市场 247

案例 回酒店 249

参考文献 250



第 1 章

商业设计概论



Commercial
Design

商业设计

看这本
就够了

1.1 商业设计的概念

商业设计为商品终端消费者服务，在满足人的消费需求的同时又规定并改变人的消费行为和商品的销售模式，并以此为企业、品牌创造商业价值。

1.2 商业建筑的分类

商业建筑有多种分类方式。如按物业类型可分为持有型物业和出售型物业；按消费者群体可分为年轻时尚型、家庭型和高档精品型等。在所有分类方式中，比较典型的有两种，即按形态分类和按规模分类。

1.2.1 按形态分类

商业形态的发展有一个历史变迁的过程。以美国商业中心为例，在20世纪50年代以前，美国还是以商业街的形态为主，传统商业区都是由主街构成的，这种商业街保持着人车混行的格局。20世纪50年代至80年代，结合城市改造，城市中心出现了典型的商业步行街，把机动车排除在步行街之外。同时在郊区，初期购物中心形态开始形成。郊区的购物中心以超市和大卖场为雏形发展而来。20世纪90年代以后，综合性购物中心纷纷崛起，成为当今商业建筑设计的一大潮流，其典型特征是提供一站式的消费体验。

今天，尽管商业建筑形态依旧不断发展，以上三种主要的商业形态并没有消失，也没有完全被某一形态所垄断，而是结合区域特点、消费习惯等因素多元并存着。

（1）商业街

既有纯粹的商业步行街（或称为生活方式商业中心），也有人车混行的传统商业街。其主要特征是以开敞为主，公共空间一般不提供封闭的空调环境。因此，此类商业街对地域的气候条件要求较高，适宜于四季气候温和且雨量不多的地区，如成都太古里商业街区（图1-1），保留古老街巷与历史建筑，再融入2~3层的独栋建筑；川西风格的青瓦坡屋顶与格栅配以大面积落地玻璃幕墙。成都远洋太古里既传统又现代，营造出一片开放自由的城市空间。

（2）单主力店商业建筑

传统的商业建筑形态常常是单主力店形式，如百货、超市（大卖场）、电器商场等；有的以单主力店为主，略带些附属小店面，但小店面的比例极少，不足以形成购物中心的规模和结构。