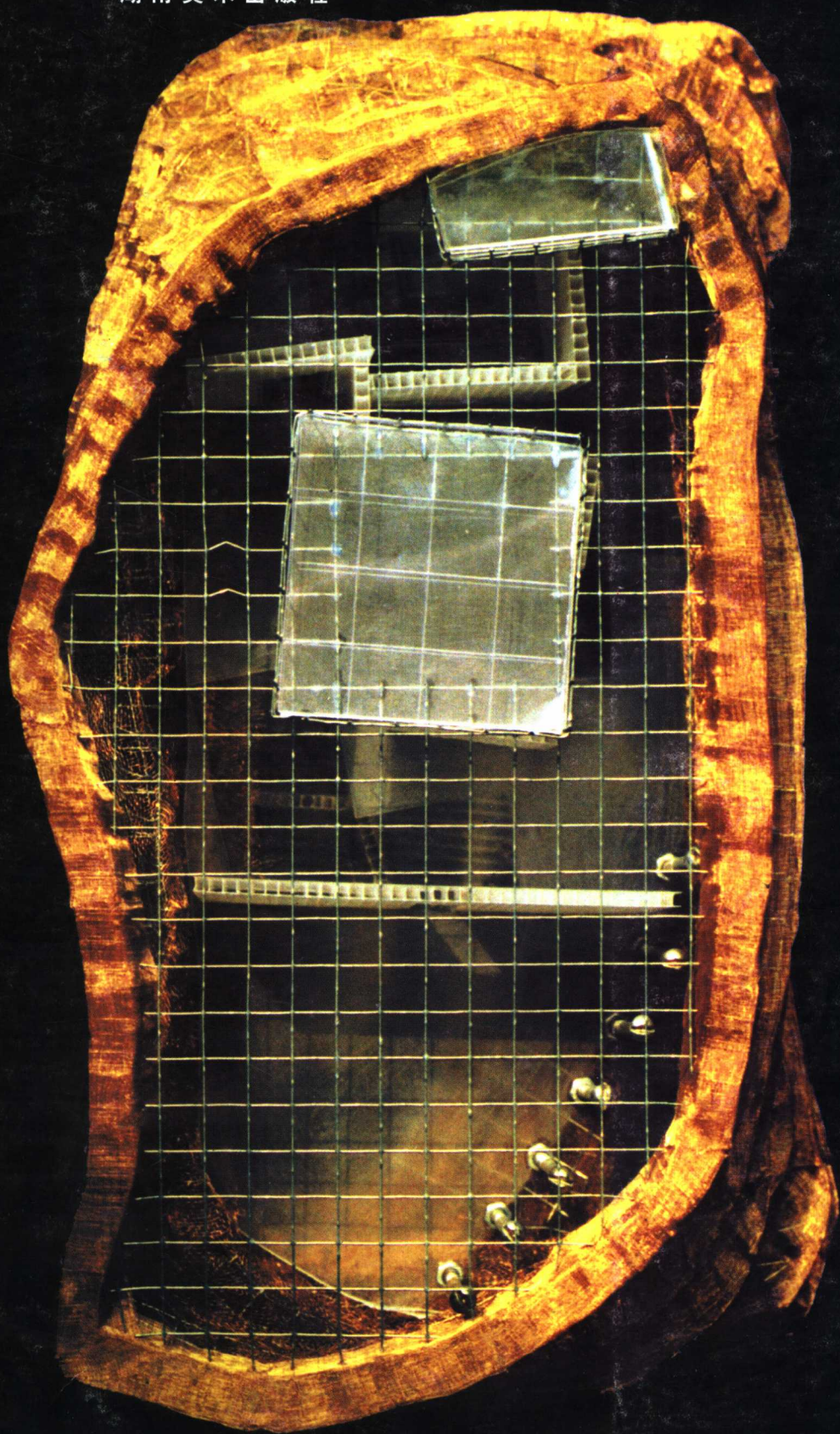


中央美术学院设计学院实验教学丛书

湖南美术出版社



店铺内外

邱晓葵 著

店 铺 内 外

邱晓葵 著

湖南美术出版社

中央美术学院设计学院实验教学丛书

丛书策划	谭 平	黄 啸		
丛书主编	谭 平	黄 啸		
编 委 会	周至禹	滕 菲	杭 海	谭 平
	王 铁	崔鹏飞	吕品晶	黄 啸
整体设计	谭 平			
封面设计	孙 聪			
版式设计	孙 聪	邱晓葵		
电脑制作	高 凌	郝玉刚		

店铺内外

责任编辑	黄 啸
责任校对	李奇志

出版发行: 湖南美术出版社
地 址: 长沙市火焰开发区4片
经 销: 湖南省新华书店
制 版: 深圳利丰雅高电分制版有限公司
印 刷: 深圳市彩帝印刷实业有限公司
开 本: 850X1168 1/16
印 张: 6

2001年10月第一版 2001年10月第一次印刷
印数: 1-4000册

ISBN7-5356-1574-0/J · 1488 定价: 41.00元

引言

一条繁华的街道是由若干个小店铺组成,店铺设计的优劣直接影响到街道的整体形象及商家的销售。虽然是个极小的设计,但其形象的意义已远远超出了其商业性功能本身,它是一个国家在科学技术、文化和经济上发达程度的体现。

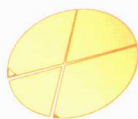
近年来,很多店铺都改变了传统的经营方式,逐步走上了新观念、新风格的经营之路,逐步成为提供信息的场所。这类店铺和传统的店铺不同,他们的功能已有了俱乐部的形态。从选择顾客这种经营方式看起来似乎不可思议,但现代顾客的生活素质 and 道德水准比以往确有很大提高。

在同一条街道上,店铺经营的内容可以有所不同,如服装店、餐馆、咖啡馆、酒吧、美容院及各种名目繁多的专卖店等,但设计的内容都大体相同,都会涉及到建筑设计、室内设计、VI设计、商品展示设计等几个方面。店铺虽小,其设计的内容并没有减少。在设计中,内外两个空间的统一协调问题极为重要,不能单独对待里面或外面,要内外相融,统一协调于一体。如果你有幸设计一个店铺,它能使你在整体把握方面得到很好的锻炼。

INTERIOR DESIGN



女卫生间 男卫生间 残疾人卫生间



EGG

酒吧 标识



菜单 封面



菜单 封底



女式工作服



男式工作服



家具

色彩搭配

酒吧室内外环境设计

设计：黎明

指导教师：邱晓葵



3DMAX PHOTOSHOP

设计一个好的店铺，使之将来能赢得可观的商业效益需要多方面因素，下面逐一介绍。

第一节 店铺设计筹划

1. 选择口岸

适当地点的选定是店铺经营的关键。曾经有人这么说：如果一家店铺能选择良好且适当的地点，则经营的成功率约在70%以上。偶尔看见这样的报纸广告“店面廉价出租，任何经营皆宜”，实际上没有哪个地段的位置是适宜任何一种店铺的。

好的口岸虽不是绝对的，却有许多共性，往往具有人的流动性大，位于闹市区或繁华地段，交通方便易停车，周围同行密集以及临街等特征。拐角的位置一般是很理想的，它位于两条街道的交叉处，可以产生“拐角效应”，另外拐角的位置优势还可以增加橱窗陈列的面积。

2. 筹建估算

筹建设施的费用估算要预先考虑测算土地、建筑、设备、家具和所需流动资本的费用。这点是所有投资者所关心的，因为它可以显示出能用多久收回自己的投资和赚取多大的利润。如果预算成本和利润并不使人满意，那么投资人可以修改这个计划方案。

设计师大都有这样的体会，自己美好的设计初衷往往最后被有限的资金砍得七零八落，设计结果并没有被完整体现。这就要求你得从投资人的角度去考虑，利用有限的资金做出最好的效果。

3. 店铺取名

在市场竞争日益加剧的情况下，给店铺取一个好名字是相当重要的。好的店铺名称就像好的人名一样，不仅能够给人以良好的第一印象，而且能让人产生愿意接近和进一步交往的感觉。一个好的店名应具有以下特征：易认、易记、易读、易懂。易认即不用易混淆的字，易记也就是字数不要太多，多数店名都应在2—5个字之间。

我国的传统店名多讨吉利，常用“发”、“隆”、“兴”、“泰”和“盛”、“丰”等字眼。有的干脆从自己的姓名中取一个字，再加上“记”字作为店名，虽然略嫌简单，但由于这类“记”字号的店铺，多为街坊小店，因此显得通俗明快，富有亲切感。

如今好的店名数不胜数，如在成都有一家清真饭店，店名叫“回回来”，既反映了店主希望有更多“回头客”的愿望，又借用“回回”是“回民”的俗称，点明了饭店的性质，一词双关，通俗易懂。又如在北京东城区有一小巷中的餐馆，名为“居无竹”。苏东坡诗云“宁可食无肉，不可居无竹”。因为“无肉令人瘦，无竹令人俗。”可这个小店偏和苏轼作对，明言“居无竹”，暗扣“食有肉”，暗喻这里环境虽不高雅，可饭菜却是极有油水的。

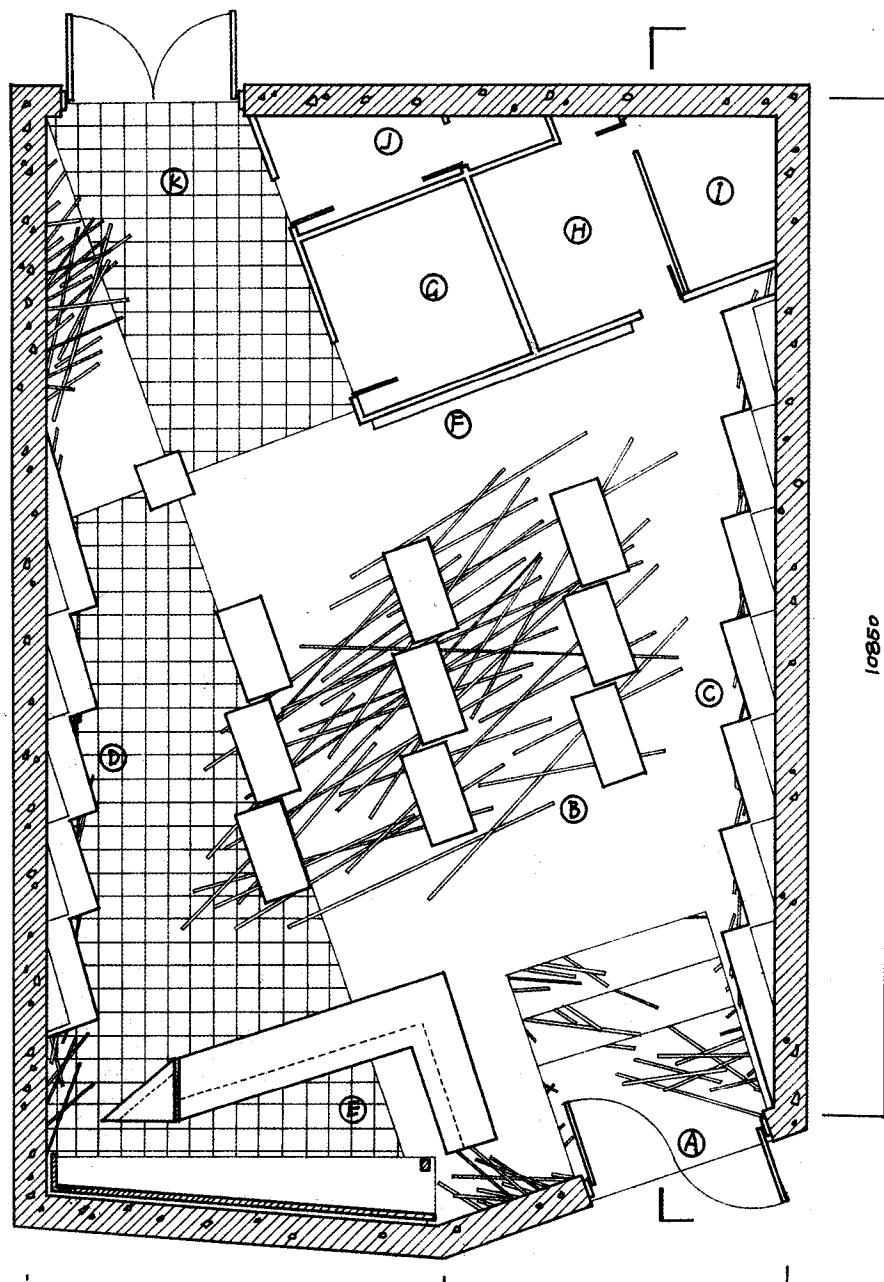
现在“理发店”这个名字已经过时了，起码也得叫“发型屋”什么的，新潮的有叫“发裁轩”，这不仅显示了对发型作剪裁的艺术，而且“发裁”谐音“发财”；还有更妙的，如“发新社”（法新社）、“高等发院”（高等法院）等。

1. 店铺形式

店铺形式一般分为两种：一种是一面临街的店铺，一种是两面临街的店铺。

(1) 一面临街

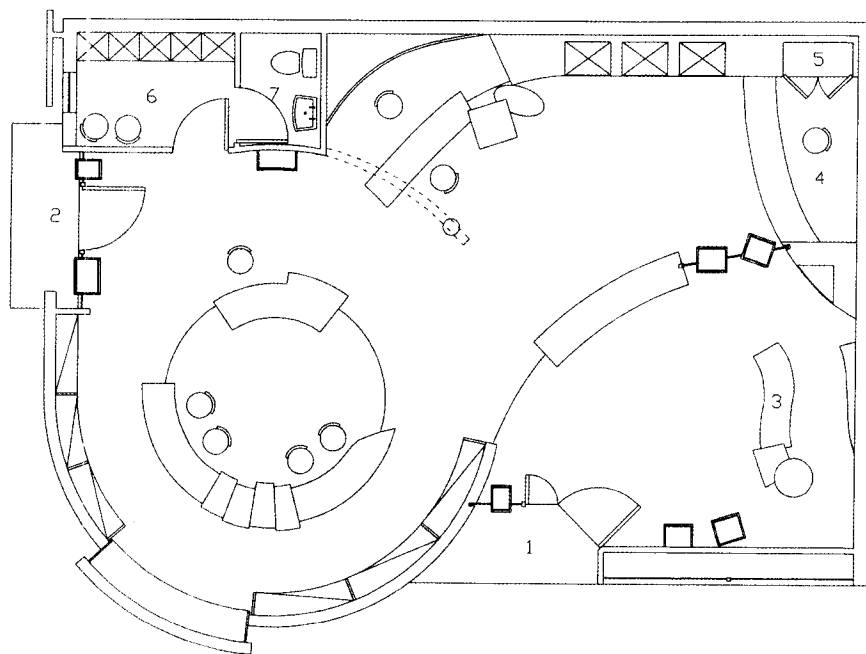
一面临街的店铺居多，它是一种临街沿红线连续布置的直线型外部空间形式，这种形式的设计难点，在于突破店铺立面的平面感，或局部后退于红线，平面上形成曲线，或使整个店铺构成一个大的橱窗，形成大面积的通透。



一面临街的音像专卖店
平面图 96级宋杨

(2) 两面临街

两面临街的店铺,是指同一店铺中有两个面朝向街道,如在马路拐角处的店铺。虽然两面临街,但设计的重点应放在主干道的一侧或转角处,显然店铺的转角部位是视觉反映最敏感、最具有识别性、诱导性的空间。另外还应注意当店铺临街面不大时,可在转角处设入口,当店铺临街面较大时,可设两个以上的入口。



两面临街的首饰店

96级李颖

2. 平面布局

平面布局就是对整个店铺平面功能的合理划分。每一个店铺的空间构成各不相同,面积的大小、形体的状态千差万别,但从商业营销和形象设计中,人们都习惯于把商店的空间利用划分成商品空间、店员空间、顾客空间这三大板块。空间的设计的结果也就是这三大块的不同组合。

在设计中店铺内部的布局要求线条简洁、明快、不落俗套,从而达到突出商品的目的,收到让顾客产生购买欲望、又方便顾客购买的效果。

平面布局一般分两类,一类是用均衡的不对称的方法来布置,另一类是相对对称的布局。

(1) 对称的平面布置

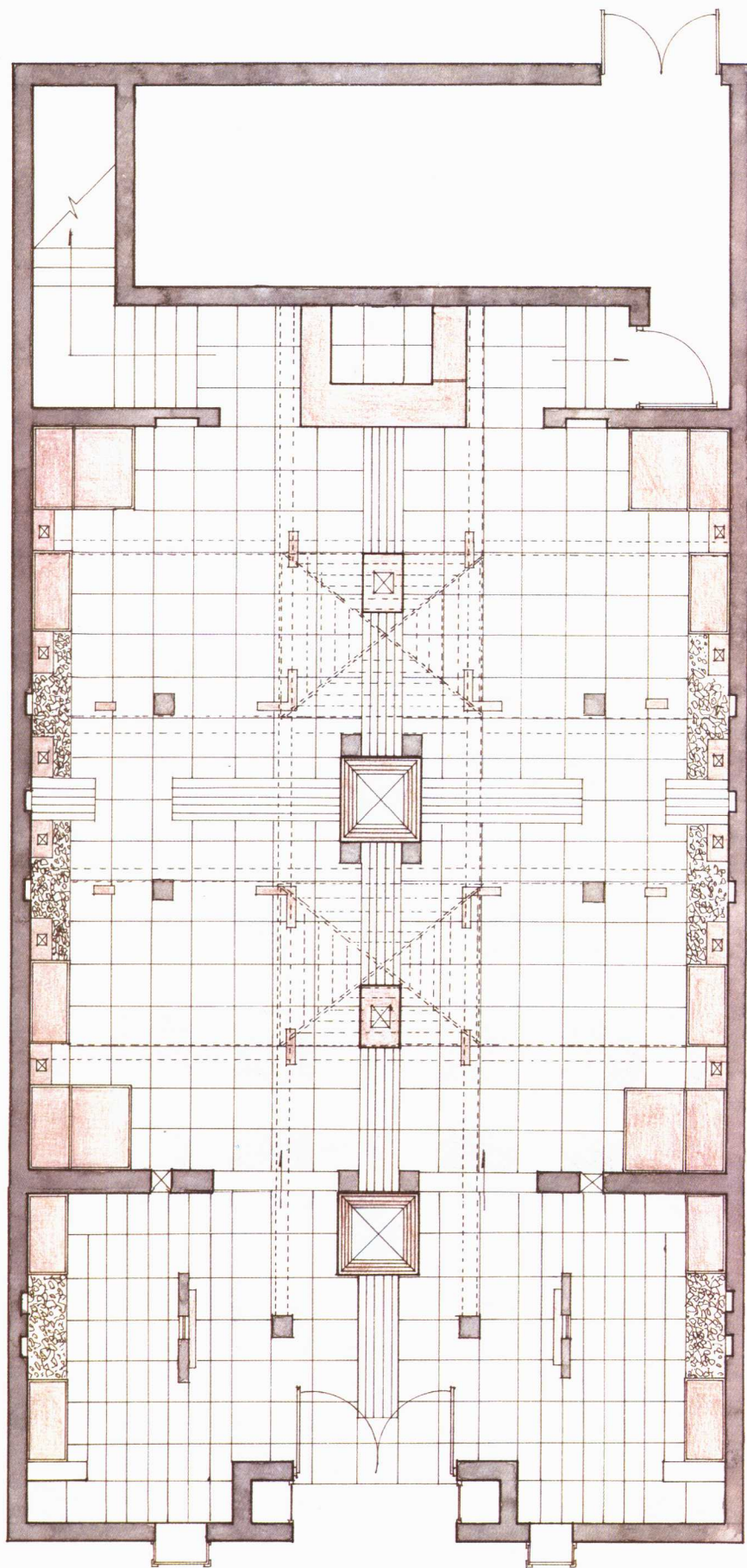
对称的布置经常运用于较庄重的环境,一般的店铺不一定合适,然而以下的两个设计,却是一个例外。因为只有用对称的布局,才更利于表现此产品的性格。

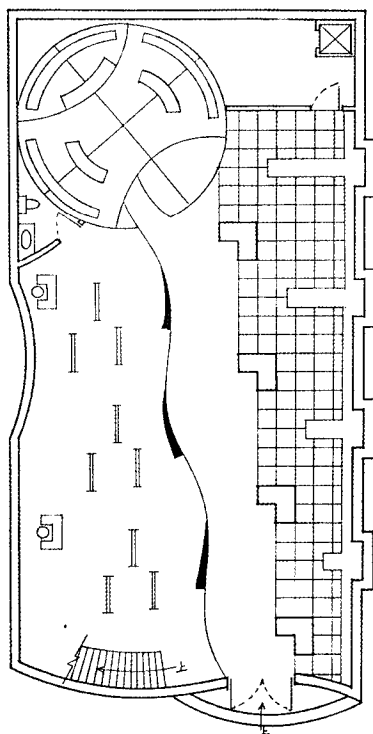
(2) 均衡的平面布置

在店铺设计当中,一般多采用均衡的、不规则的构图形式,以便根据功能需要划分空间,同时不对称的构图多带来活泼的、丰富的视觉效果。

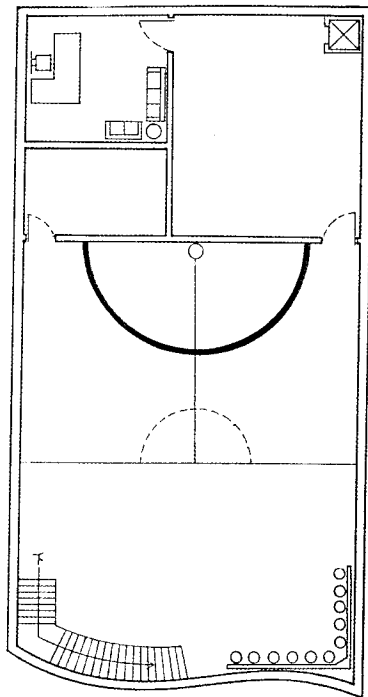
提起骆驼很容易联想到与之有关的沙漠以及矗立在沙漠中的金字塔,因此“金字塔”便成了这一方案设计的母题并贯穿于整个方案。由于金字塔给人以对称、稳重的印象,因此在门面处理及内部分区上采用了对称的形式。

CAMEL(骆驼)服饰专卖店
98级袁军相





篮球专卖店一层平面图



篮球专卖店二层平面图 进修班 欧新苹

均衡的平面

一层平面划分出以球形为核心的休息区,加上壁面上划分出半个凸起的球形设计,时时提醒人们注意以篮球为经营内容的存在。位于二层设计了半个篮球场,可供篮球爱好者试球。

3. 入口位置

入口是店铺的重点部位,其位置与大小需根据店铺的平面形式、地段、位置、店面宽度等具体条件确定,其功能性最强,它既是店铺室内空间的延伸,又是室外商业街道的扩展。同时,它是店铺与街道的中介空间,又是人流集散、停留空间的节点。

店门的作用是诱导人们的视线,并使之产生兴趣,激发想进去看一看的参与意识。怎么进去?从哪进去?这就需要正确的导入,告诉顾客,使顾客一目了然。将店门安放在店中央,还是左边或右边,这要根据具体情况而定。

入口还应考虑店门前路面是否平坦,是水平还是斜坡,前边是否有阻挡及影响店面形象的物体或建筑,采光条件、噪音影响及太阳光照射方位等。店门的朝向受到当地日照程度、时间、风向等因素影响。在南方,面向西的店铺会有日晒,因炎热而不利于顾客进店购物。在北方,面向西北的商店较容易受寒风的侵袭,也不利于顾客进店购物,所以在设计中均要考虑,尽量避免在此方向设门。

从商业观点来看,入口应当是开放性的,所以设计时应当考虑到不要让顾客产生“幽闭”、“阴暗”等不良的心理,从而拒客人于门外。因此明快、通畅、具有呼应效果的门才是最佳设计。

1. 空间划分

空间划分是室内设计的重要内容,从哲学的角度说空间是无限的,但是在无限的空间中,许多自然和人为的空间又是有限的。怎样利用这有限的空间,使它得到合理的划分,是我们需要着重解决的问题。一般来说,在平面图中我们已经做了一些功能上的划分,但只此一种方法,还远不能满足室内设计的需求。

一次我8岁的女儿给我出了一道智力题:怎样把一块蛋糕用小刀切三刀,分成8块?我想了好一阵才恍然大悟,原来方法如此简单,一般人们总是喜欢竖向的分割食物或空间,而不太习惯换另一种方式划分。实际上增加横向的划分,能使有限的空间变得无限,能使无趣的空间变得更有趣。

2. 楼梯柜台

店铺中的楼梯设计应不同于一般公共空间,因为它要根据店铺的规模及人流确定其尺度。若是客用楼梯,一般造型应独特,而且要与整个店铺风格一致,并且楼梯尽可能使顾客很自然地过渡到上层的空间,而员工楼梯则要注意隐蔽,避免顾客误上员工楼梯。

柜台在店铺中应是主角,它可充当接待、收银的双重角色,它的位置一般多离入口,这样便有利于顾客结账和问询。柜台的造型除满足功能的需要外,也要有特点,它应是整个店铺的视觉中心。

法国一专卖店室内设计



英国咖啡店室内设计



德国咖啡店室内设计



德国首饰店室内设计



3. 灯光配置

店铺中的灯光配置非常重要，不同的店铺、不同的区域，照度和灯具均不相同。越高档的餐馆照度越低，只是在桌面增加局部照明，如蜡烛等；而高档服装店、珠宝店一般采用高照度的照明，这种方式能使商品变得更加夺目，从而吸引更多的消费者。

店铺中的顶棚一般是作为重点装饰的地方，如在店中悬挂具有标志性的灯具，会给消费者留下深刻的印象。



壁灯



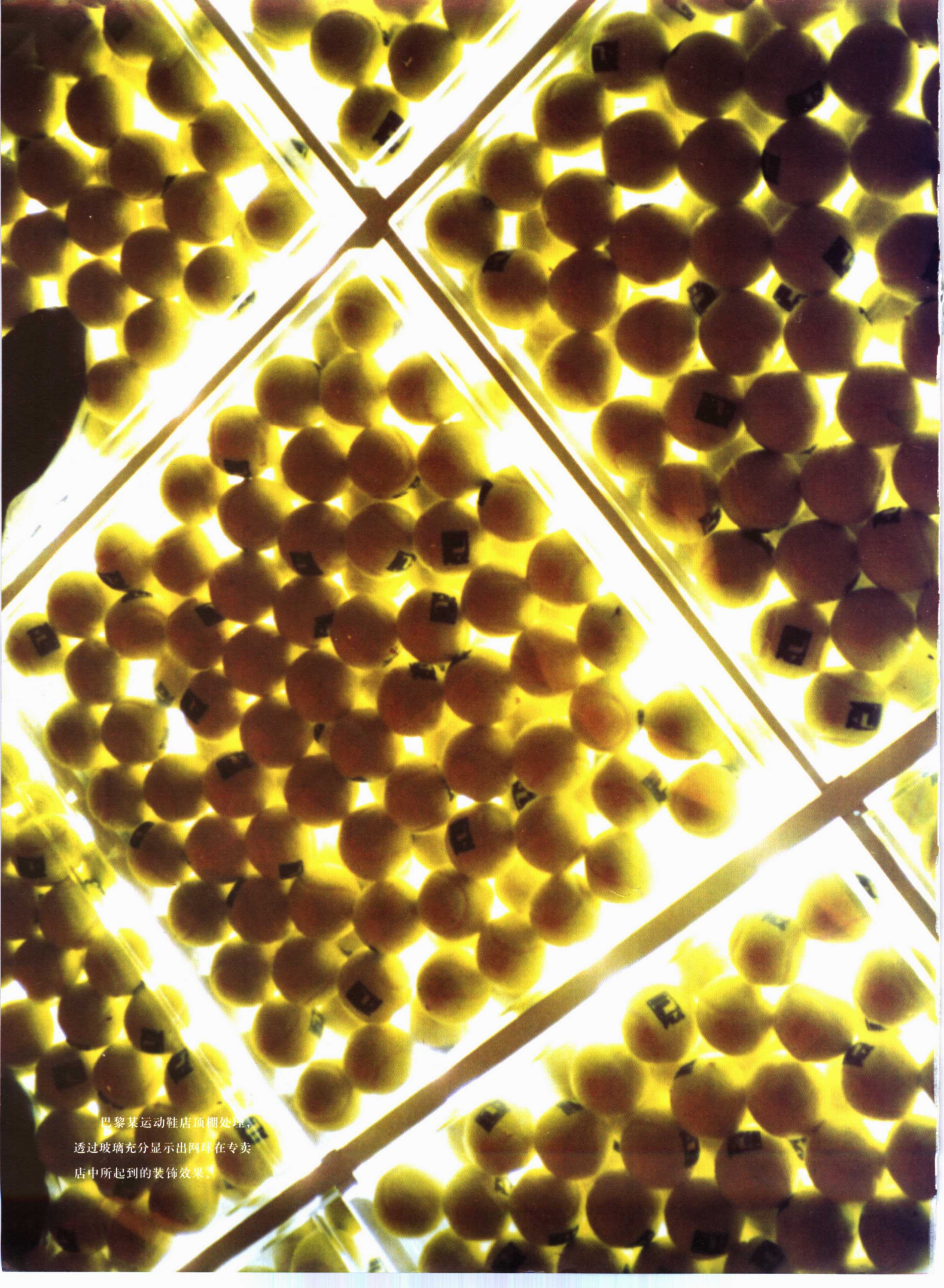
奶瓶灯



起伏多变的顶棚

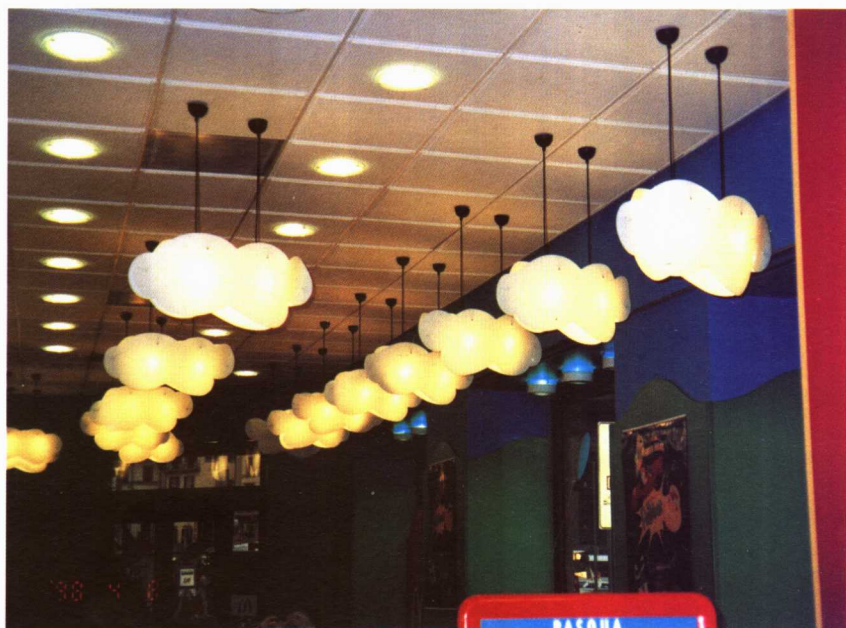


纸包灯



巴黎某运动鞋店顶棚处理，
透过玻璃充分显示出网球在专卖
店中所起到的装饰效果。

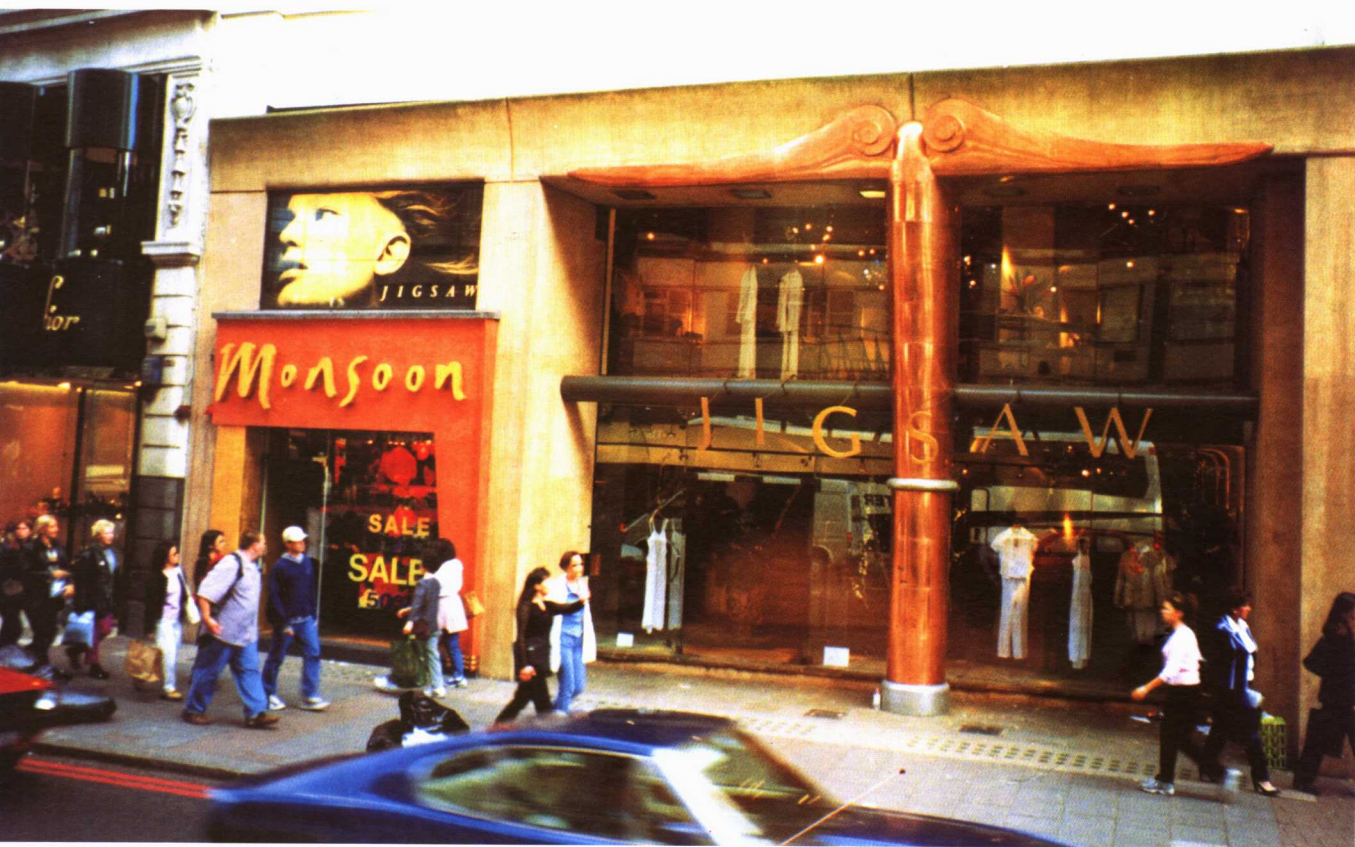
锥形的灯具造型，极易吸引人们的视线，留下深刻的记忆。



意大利佛罗伦萨麦当劳餐厅的吊灯，它的外观和式样决定了其快餐店的特点。

1. 店面形式

进行店铺外立面设计的前提条件是掌握时代潮流,利用形、色、声等技巧加以表现,个性越突出,越易引人注目,达到招徕顾客,扩大销售的目的。因为在设计中独具特色的店面,往往会诱发人们“逛店”的猎奇心,从而直接影响到店铺的经济效益。新颖独特的设计不仅是对消费者进行视觉刺激,更重要的是使消费者没进店门就知道里面可能有什么东西。基于这种原因,可以想象未来的店铺设计对建筑外观造型的要求将越来越高。



英国伦敦店面设计