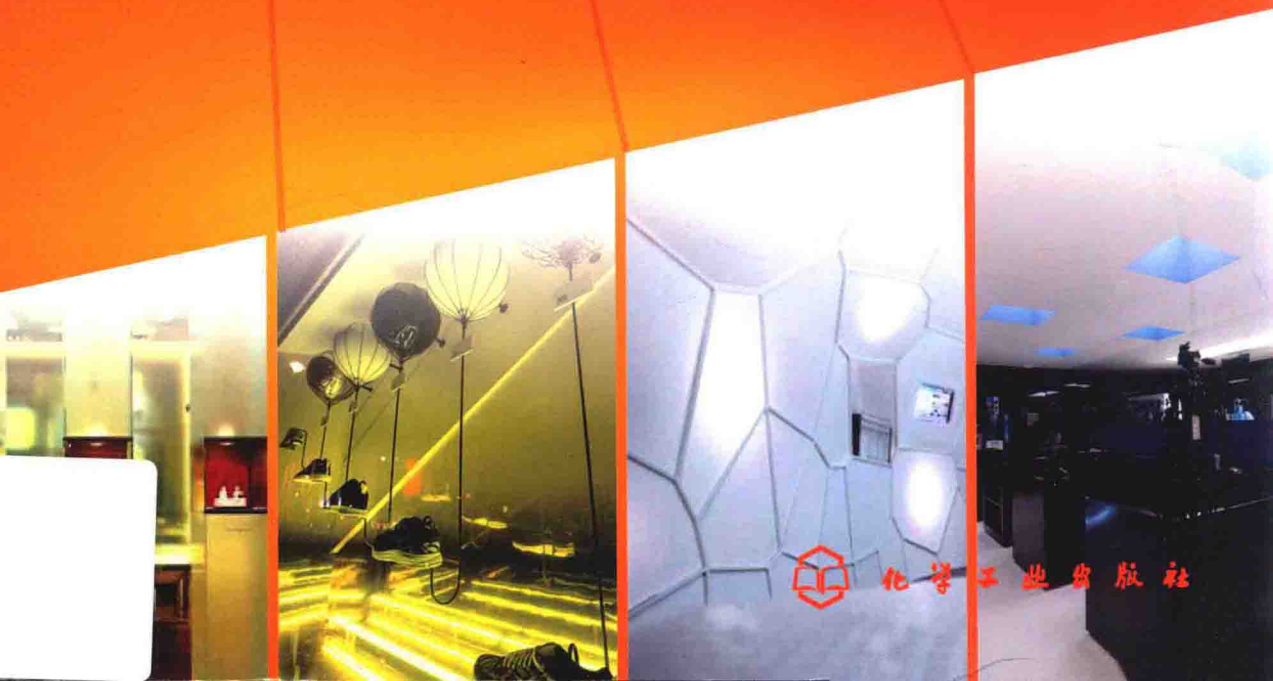


旺铺赢家系列

SHIZHAN MAICHANG
KONGJIAN YU ZHAOMING SHEJI SHILI

实战卖场空间与照明 设计实例

王芝湘 金鑫 编著



化学工业出版社

旺铺赢家系列

SHIZHAN MAICHANG
KONGJIAN YU ZHAOMING SHEJI SHILI

实战卖场空间与照明 设计实例

王芝湘 金鑫 编著



化学工业出版社

· 北 京 ·

在卖场空间设计的诸多设计元素中,本书从空间布局 and 空间照明这两个方面出发,通过对卖场空间设计的构成和规划、卖场空间的照明打造、卖场空间与照明设计的原则和方法等方面,配合对最时尚、最经典的卖场空间设计案例进行剖析,起到抛砖引玉、启发设计思路的作用。如何将卖场空间以最科学的布局形式、最艺术化的表现方式展现给消费者不一样的视觉饕餮盛宴,这正是本书作者想要传达给读者的最终效果,也是本书编写精髓之所在。

本书将视觉艺术、环境艺术、空间设计、照明设计、营销管理等多个新兴学科融合,涉及的范围十分广泛。希望本书能给专业环境设计师、商业空间设计工作人员、艺术专业院校师生及众多店铺业主带来一定的启发,进而推动国内商业空间设计乃至国内商业的进步与发展,达到真正成为“旺铺赢家”的目的。

图书在版编目(CIP)数据



实战卖场空间与照明设计实例 / 王芝湘, 金鑫编著. — 北京: 化学工业出版社, 2014.2
(旺铺赢家系列)
ISBN 978-7-122-19476-3

I. ①实… II. ①王… ②金… III. ①商店—室内设计—空间设计
②商店—照明设计 IV. ①TU247.2 ②TU113.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 005149 号

责任编辑: 朱 彤
责任校对: 王素琴

文字编辑: 王 琪
装帧设计: 尹琳琳

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: 北京画中画印刷有限公司
787mm × 1092mm 1/16 印张 7 字数 164 千字 2014 年 5 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: 38.00 元

版权所有 违者必究

前言

作为承载城市文化、演绎商业行为、传递商品信息有效载体的商业卖场空间，无形中成为促进商品流通、拉动经济增长的有效载体，其地位和作用举足轻重。如何将卖场空间以最科学的布局形式、最艺术化的表现方式展现给消费者不一样的视觉饕餮盛宴，这是本书作者想要传达给读者的最终效果，也是本书编写精髓之所在。

在卖场空间设计的诸多设计元素中，本书侧重从空间布局 and 空间照明两个方面进行编纂。卖场空间设计不单单是一个人为环境的创造行为，更是一种空间的设计艺术，提供了一种人与物之间彼此沟通交流的平台。空间布局在商场设计中占据重要地位，如何才能创造出功能合理、舒适、美观、符合消费者生理、心理需求的理想卖场空间场所？本书正是以此为出发点，采用理性分析和较为系统、全面的空间设计知识体系向各位读者进行“揭秘”。

英国建筑师诺尔曼·福斯特曾这样说过：“自然光总是在不停地变化着，可以使建筑富于各种特征，在空间和光影的相互作用下，我们可以创造出戏剧性……”这句话形象展现出照明在整个设计过程中的地位和作用，对于卖场空间设计更是如此。在设计中巧妙融入照明元素，彰显出个性独有的意蕴氛围，会给卖场空间“锦上添花”；自由的光晕在三维空间中迂回穿梭，以光与影的互动，利用微妙的光影效果对卖场空间进行艺术再加工，俨然成为与卖场空间完美的结合手法。

本书将视觉艺术、环境艺术、空间设计、照明设计、营销管理等多学科融合，涉及范围十分广泛，图文并茂，具有内容新、取材广、个性强、艺术性高的特点。作者试图通过对更时尚、更经典的卖场空间设计案例进行剖析，以达到抛砖引玉、启发设计思路的目的。作者还希望通过本书能推动国内商业空间设计的进步与发展，能给予商业空间设计工作从业人员更多的启发，进而在工作中不断创新和发展。

由于作者时间和水平有限，书中疏漏之处在所难免，敬请广大专家和读者进行批评指正。

编著者

2014年2月



目录

第1章 卖场空间与照明设计的目的和意义

1.1 卖场空间与照明设计的目的	002
1.1.1 卖场空间设计的目的	002
1.1.2 卖场照明设计的目的	003
1.2 卖场空间与照明设计的意义	005
1.2.1 卖场空间设计的意义	005
1.2.2 卖场照明设计的意义	007

第2章 卖场空间与照明设计的原则和方法

2.1 卖场空间与照明设计的原则	010
2.1.1 卖场空间与照明设计的舒适原则	010
2.1.2 卖场空间与照明设计的吸引原则	010
2.1.3 卖场空间与照明设计的显色原则	012
2.1.4 卖场空间与照明设计的层次分明原则	012
2.2 卖场空间与照明设计的方法	014
2.2.1 整体基调的确立	014
2.2.2 空间分割有张有弛	014
2.2.3 光与影、色、声的和谐表现	017
2.2.4 卖场设计中的形式美表现手法	019
2.2.5 卖场照明设计流程	022

第3章 卖场空间设计的构成和规划

3.1 卖场空间的类型	024
3.1.1 线型平面空间	024
3.1.2 辐射型平面空间	025
3.1.3 环形平面空间	025
3.1.4 群聚型平面空间	025
3.1.5 格子型平面空间	025
3.1.6 网格型平面空间	027
3.2 卖场空间的平面规划	027
3.2.1 卖场空间平面规划的要点	027
3.2.2 卖场内部空间平面规划的方法	028
3.3 卖场空间的流线设计	030
3.3.1 流线设计的特点和要求	030
3.3.2 路线的制定	032



目录

3.4 卖场空间的构图与序列	033
3.4.1 构图的种类与序列的种类	033
3.4.2 不同卖场构图与序列的设计方式	033
3.4.3 不同构图的效果分析	034
3.5 卖场空间构成分析	035
3.5.1 购物中心	035
3.5.2 超级市场	035
3.5.3 专卖店	036

第4章 卖场空间的照明打造

4.1 卖场照明设计的方式	041
4.1.1 直接照明	041
4.1.2 间接照明	041
4.1.3 半直接照明与半间接照明	041
4.1.4 装饰照明	042
4.1.5 特殊照明	042
4.2 卖场照明设计的光源要素	043
4.2.1 卖场照明光源的类型	043
4.2.2 卖场照明的功能与分类	044
4.2.3 不同光源的卖场照明效果	045
4.3 卖场照明的选择技巧与禁忌	047
4.3.1 卖场照明形式的选择技巧与禁忌	047
4.3.2 卖场照明设计的技巧与禁忌	049
4.3.3 卖场照明光源设计的技巧与禁忌	053
4.4 卖场照明中的眩光控制	055
4.4.1 直接眩光的控制	055
4.4.2 反射眩光的控制	056

第5章 卖场陈列的空间和照明设计

5.1 卖场陈列的空间分配原则和技巧	059
5.1.1 卖场陈列的空间分配原则	059
5.1.2 卖场陈列的空间分配技巧	059
5.2 卖场陈列的形态和尺度要素	062
5.2.1 卖场陈列的基本形态	062
5.2.2 卖场陈列的尺度要素	069



目录

5.3 卖场陈列照明的四种表现方式·····	070
5.3.1 柜角式照明·····	070
5.3.2 底灯式照明·····	071
5.3.3 混合式照明·····	071
5.3.4 下投式照明·····	072
5.4 卖场陈列品照明设计原则·····	073

第6章 卖场橱窗的空间和照明设计

6.1 卖场橱窗设计的空间利用·····	077
6.1.1 橱窗空间设计的概念·····	077
6.1.2 橱窗空间的利用方式·····	077
6.2 卖场橱窗设计中照明设计的要素·····	084
6.2.1 卖场橱窗设计中的灯光照明的作用·····	084
6.2.2 卖场橱窗照明设计的标准和原则·····	084
6.3 卖场橱窗设计的照明方式和视觉效果·····	085
6.3.1 卖场橱窗的照明方式·····	085
6.3.2 卖场橱窗设计的灯光照明与视觉效果·····	088

第7章 卖场照明与空间经典案例赏析

7.1 路易·威登&草间弥生——塞尔福里奇百货公司·····	091
7.2 珠宝卖场室内设计——蜀煌成都旗舰店·····	099

参考文献

第1章

卖场空间与照明设计的目的和意义

- 1.1 卖场空间与照明设计的目的
- 1.2 卖场空间与照明设计的意义





1.1 卖场空间与照明设计的目的

1.1.1 卖场空间设计的目的

“空”，顾名思义，乃空无、虚无的意思。“间”则主要是指中间、间隔。“空”中“无”，“间”中“有”，“空间”自身就是一对矛盾统一体。“无”是对空间概念宽泛、抽象的认识和理解。“有”是对空间中的实际物体的真实写照。近些年来，商业空间以千变万化的姿态展现在人们面前，逐渐加入空间环境的风格及其特色等空间设计要素，对其原有的设计理念进行汲取、整合升华，以此来展示商品品牌，这也是强调商业空间整体营销策略的手段之一。如汽车卖场，现代化的玻璃和混凝土材质，加上流畅的曲线空间展现出一个极具动感的工业化风格商业卖场（见图1-1）。

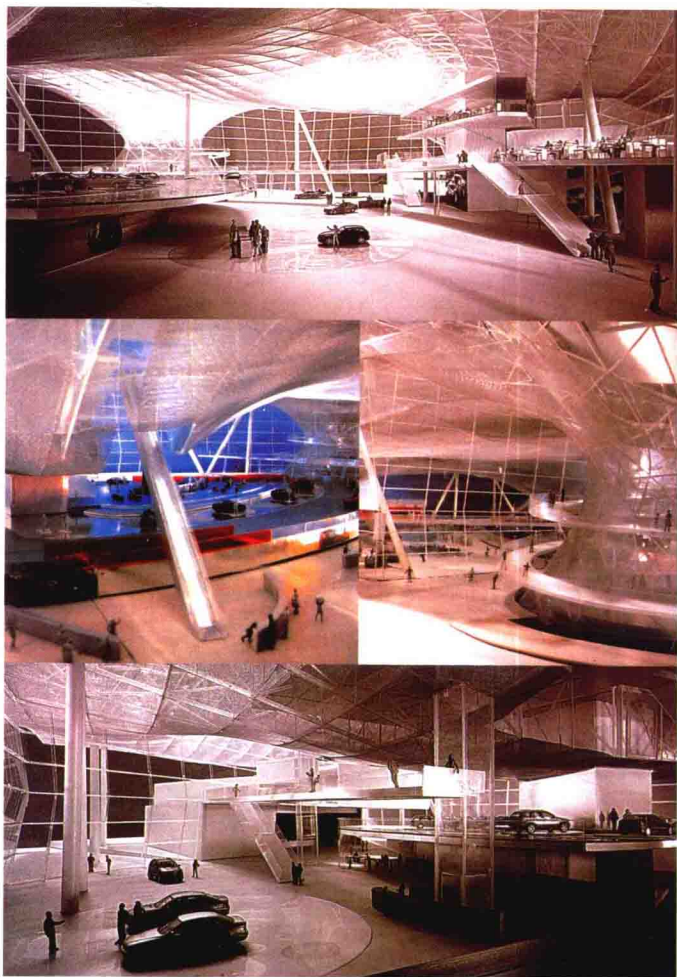


图1-1 流畅的曲线不断延伸、拓展，展现出一个极具动感、魅力十足的卖场空间氛围

由于有充裕的休闲娱乐时间,逛街购物已逐渐被视为人们生活中不可或缺的必要活动。因此,在现有的经济体制下如何提供一个合理化、人性化且功能齐全的卖场商业环境,已经成为满足人们不断增长的精神文化需求的重要环节。卖场的空间布置,不仅是一种商业活动,也可以看成是现代城市规划这个大课题中的一门分支艺术。当身处新颖个性的卖场基调时,自然能使得游者心情舒畅,刺激顾客的购买欲,以此达到营销的目的。如造型新颖、别致的卖场,既是一个卖场空间,亦是这座城市的代表性空间设计,整个卖场布满扭曲、绵延不断的白色镂空隔断,白色镂空隔断就像人的骨髓,身处这样的卖场空间必定给顾客与众不同的消费感受(见图1-2)。

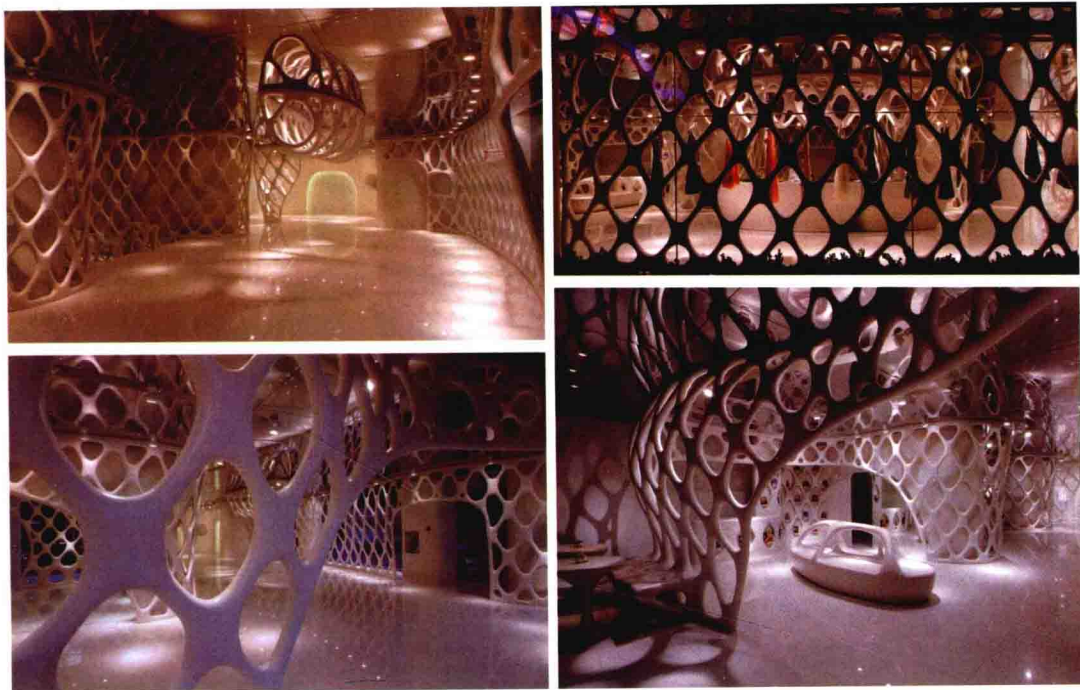


图1-2 造型新颖、别致的卖场空间自然会给顾客带来与众不同的切身感受

1.1.2 卖场照明设计的目的

卖场设计规划行为不单存在于展销商品的环节,还无意识间融入了设计的理念,照明、色彩、空间布局等设计元素处处存在于空间设计的范畴之内。与人们息息相关的商业空间设计中,照明在其中占据着主导地位。它的作用主要体现在以下几个方面。

作用一：营造良好的购物环境

舒适的照明氛围会增加消费者的视觉停留时间,使消费者能够更好地挑选商品,从中发现更多的商品细节和购买商品的理由。在通常情况下,商业的陈列空间主要以通透的照明为主,在空间结构合理舒适的商业环境中彰显卖场基调。高明度的照明可以作为局部点缀,在卖场的整体效果中,起到视觉上的补充装饰作用,加强消费者对局部商品的关注度,低明度的照明常以暖光源为主,用来营造一种舒适、温馨、和谐的购物环境。如迪拜购物中心,室内暖光源显得非常温馨舒适,给人一种归属感(见图1-3、图1-4)。



图1-3 利用其建筑自身特色充分借鉴通透照明



图1-4 暖光源营造出一种休闲舒适的购物环境

作用二：吸引消费者的注意力

在卖场空间中，除了空间形式的塑造和色彩的搭配外，灯光的处理和运用是营造卖场主题环境、吸引消费者注意力的重要手段。在卖场氛围的营造上，照明方式常常会采用推陈出新的艺术表现手法，结合照明设计要素，充分运用照明技巧，制造一种极强的视觉冲击力，吸引消费者的眼球，刺激顾客的商品占有欲。如Starhill Gallery入口处的照明设计，通过改变灯光的强弱和光束的方向，使得整个卖场氛围更加具有质地美和立体感，无形中提升了卖场的附加值（见图1-5、图1-6）。



图1-5 照明与装饰兼备的艺术表现手法



图1-6 Starhill Gallery入口处层次丰富、强节奏感的装饰照明

作用三：打造层次丰富的照明效果

通过调节灯光的强弱,光源的色彩,光线的方向、角度,光源造型,来表达出一种卖场的主体地位的设计语言。通过调节环境照明、重点照明和装饰照明,打造出满足卖场多重需求的整体照明,营造出和卖场整体风格统一的美学效果。



1.2 卖场空间与照明设计的意义

1.2.1 卖场空间设计的意义

商业空间作为城市空间的重要组成部分,承载着城市的文化底蕴,服务于市民的生活起居,在城市中占据着重要的地位。现在的商业空间已经不再是单纯的商业交易场所,而是集购物、休闲、餐饮(见图1-7)、娱乐、办公(见图1-8)于一体的群聚场所。

人们对卖场空间除了有使用、安排空间布局等功能方面的要求之外,还应该与建筑的类型、室内外的空间格调、主题风格等多方面要素一脉相承(见图1-9)。要想使得商业空间真正做到有特色、有创新,还需要从空间这个角度入手。空间的主体布局延续着卖场的整体思想,补充卖场空间的内部功能。商业空间设计时,卖场整体风格、个性统一是商业内外空间整体环境基调打造的关键所在。如高大的穹顶显得卖场空间个性十足,此外,通透的照明也使整个卖场非常明亮(见图1-10)。



图1-7 Wienerwald餐厅设计



图1-8 国外卖场办公区域设计图



图1-9 卖场室内外风格和谐统一



图1-10 借助个性穹顶造型打造
不一样的商业空间环境

商业空间设计要以安全、健康、欢乐、时尚为主旋律，除了满足功能需求之外，还要力求新意；在整体格调定位上，着重抓住顾客的心理需求；在创作手法上，尽量多地采用现代元素，达到简约而不简单的夙愿。以不同的材质表现意象，将风格个性淋漓尽致地展现出来，使顾客在购物的同时，享受着更加舒适、愉快、温馨的卖场空间氛围。如复合式购物商店，采用裸露在外的现代化管道和吊灯搭配清爽的蓝色瓷砖和温馨的照明，尽显现代化风格，又不失温馨舒适（见图1-11、图1-12）。



图1-11 简约的复合式购物商店（一）



图1-12 简约的复合式购物商店（二）

1.2.2 卖场照明设计的意义

“自然光总是在不停地变化着，可以使建筑富于各种特征，在空间和光影的相互作用下，我们可以创造出戏剧性……”英国建筑师诺尔曼·福斯特这句话极好地表达出“光”在设计师心目中的地位。灯光装饰艺术手段——电光源，自19世纪80年代诞生以来，至今已有100多年。今天的人工照明已不是单一的灯光，而是多种电光源、照明媒体与环境装饰紧密结合，形成的一门电气装饰综合艺术。设计师应合理地运用灯光的美学效应和心理效应，利用手中的灯具，传达出一种和谐的光环境氛围。

优质的商业灯光设计不是单纯地将灯光加入商业空间中，完美的灯光能在三维空间内来回穿梭，表现出光线的形状、体积、重量，展现出光与影的互动。如饰品专卖店，采用展示道具的遮挡产生绚丽的光影组合，这种光影的组合又能作为装饰亮点（见图1-13）。因此，利用微妙的光影效果的表现力对商业空间进行艺术加工，巧妙地应用现代照明艺术和光的环境规律，充分表现艺术美学，可以使设计师的艺术创作获得独特的意境效果。如强烈的聚光灯穿透彩色玻璃，形成色彩与光影的完美融合（见图1-14）。

照明作为空间设计的灵魂，可以塑造空间形象，提升卖场内部空间的整体感染力；可以渲染气氛，光线渲染的气氛对人的心理状态和光环境的艺术感染力有着决定性的影响；可以突出重点，强化明暗对比，把商品的具体特征和细节表现出来，形成抢眼的视觉中心；可以凸显色彩，显色性好的人工光源可以像天然光一样真实地演绎商品。如MITSUKOSHI餐具专卖店中采用类似天然光的光源就像人们平时在自己家厨房看到的厨具一样，自然真实（见图1-15）。



图1-13 商品展示中的光与影互动



图1-14 橱窗中的色彩与光影的完美融合

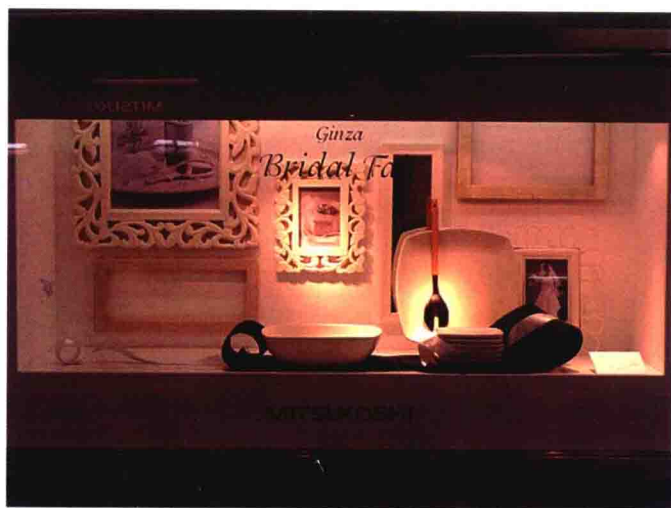


图1-15 类似天然光的人工光源打造自然场景

第2章

卖场空间与照明设计的原则和方法

2.1 卖场空间与照明设计的原则

2.2 卖场空间与照明设计的方法



2.1

卖场空间与照明设计的原则

照明在商业空间中占据着举足轻重的地位，良好的照明设计对于整个卖场空间主题风格设计有良好的渲染和弥补的作用，除此之外，它还在塑造商业品牌、主题形象等方面都发挥着直观、重要的作用。在整个卖场中，照明设计具有画龙点睛的功效，它就像一个调色板，可调制出五彩斑斓的世界；又像一个五味瓶，可配制出各种酸甜苦辣咸。因此，“高品质”、“高品位”的照明效果既能突出重点照明，丰富整个照明效果，又不乏层次感。

2.1.1 卖场空间与照明设计的舒适原则

为了吸引消费者的眼球，卖场在设计时，创造一个舒适的光环境是十分必要的。优质的照明能够激发人们的情绪和感情，凸显商品的可见度，增强商品的吸引力，进而加强商店的品牌效应，反映店铺的品位，彰显店面的魅力。舒适的灯光可以增加顾客进入商铺停留的时间和买单的机会。如化妆品的专业卖场，有显著的“Dior”和“CHANEL”商品标识，优质的照明提高了卖场的档次（见图2-1、图2-2）。



图2-1 舒适的灯光照明效果更利于顾客消费（一）



图2-2 舒适的灯光照明效果更利于顾客消费（二）

经过精心设计的投射光束，可以使得商品与背景分离，产生空间立体感，对重点推销的商品加以全方位诠释，达到展销的目的。如Shoesme Shop专卖店利用精心设计的投射光束，凸显鞋子的细节，全方位地展示商品（见图2-3）。设计时，可以通过控制灯光的明暗、隐现、抑扬、强弱等手法进行节奏控制，不同造型、材料、色彩、尺度的灯具对商业空间的照明都会产生或多或少的影响。要具体问题具体分析，打造出最为舒适的卖场照明氛围。

2.1.2 卖场空间与照明设计的吸引原则

卖场空间一个最重要的意图就是诠释商品、招揽顾客、推销商品。其中，照明设计最重要的