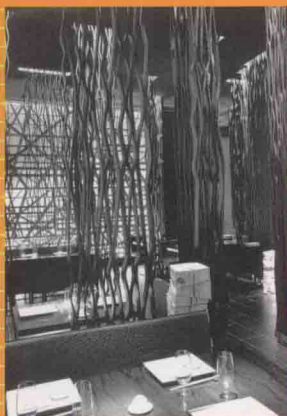


高等院校艺术设计精品教程
顾问 杨永善 丛书主编 陈汗青



DESIGN

商业空间设计

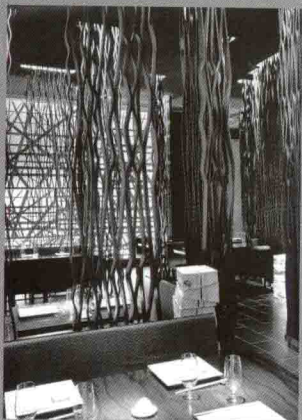
(第二版)

郭立群 郭燕群 编著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



高等院校艺术设计精品教程
顾问 杨永善 丛书主编 陈汗青

商业空间设计

(第二版)

郭立群 郭燕群 编著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 简 介

本教材包含商业空间设计的基本知识和专题设计知识两大部分内容。基本知识的内容主要是从商业空间设计概述、空间类型与空间设计、商业空间色彩设计、商业空间照明设计、商业空间室内陈设与绿化设计、商业空间的设计程序与表达六个部分讲述了商业空间设计的各种综合知识;专题设计知识的内容主要从商业卖场室内空间设计、星级酒店室内空间设计、餐饮室内空间设计、休闲娱乐室内空间设计、商业店面设计五个部分讲述了不同商业空间专项设计的有关知识。

图书在版编目(CIP)数据

商业空间设计(第二版)/郭立群 郭燕群 编著.-武汉:华中科技大学出版社,2012.9

ISBN 7-5609-4256-8

I.商… II.①郭… ②郭… III.商业-服务建筑-空间-设计-高等学校-教材 IV.TU247

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 159459 号

商业空间设计(第二版)

郭立群 郭燕群 编著

策划编辑:王连弟

责任编辑:吴 晗

封面设计:潘 群

责任校对:朱 霞

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:华中科技大学出版社

印 刷:湖北新华印务有限公司

开 本:880 mm × 1230 mm 1/16

印 张:8

字 数:260 千字

版 次:2012 年 9 月第 2 版第 4 次印刷

定 价:48.00 元



华中出版

本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

高等院校艺术设计精品教程

编 委 会

顾 问 杨永善 清华大学
丛书主编 陈汗青 武汉理工大学

编 委 (按姓氏笔画为序)

王心耀	江汉大学	张乃仁	北京理工大学
王传东	山东工艺美术学院	张瑞瑞	湖北工业大学
王建伟	郑州轻工业学院	范汉成	湖北美术学院
牛玖荣	中原工学院	赵 阳	中国美术学院
过伟敏	江南大学	徐人平	昆明理工大学
全 森	广州美术学院	殷正声	同济大学
汤重熹	广州大学	涂 伟	武汉科技大学
吴 昊	西安美术学院	曹永智	郑州轻工业学院
吴晓淇	中国美术学院	曹金明	中南民族大学
李中扬	首都师范大学	黄作林	重庆师范大学
何 方	武汉理工大学	黄建军	华中科技大学
何 辉	长沙理工大学	鲁晓波	清华大学
辛艺华	华中师范大学	蔺宝钢	西安建筑科技大学
汪尚麟	武汉工程大学	魏 嘉	山东轻工业学院

中国经济的持续发展,促使社会对艺术设计需求持续增长,这直接导致了艺术设计教育的超速发展。据统计,现在全国已有1 000多所高校开设了艺术设计专业,每年的毕业生超过10万人。短短几年,艺术设计专业成为中国继计算机专业后的高等院校第二大专业。经历了数量的快速发展之后,艺术设计教育的质量问题成为全社会关注的焦点。

正如中国科学院院士、人文素质教育的倡导者、华中科技大学教授杨叔子所说:“百年大计,人才为本;人才大计,教育为本;教育大计,教师为本;教师大计,教学为本;教学大计,教材为本。”尽快完善学科建设,确立科学的、适应人才市场需求的教学体系,编写质量高、系统性强的规划教材,是提高艺术设计专业水平,使其适应社会需求的关键。华中科技大学出版社根据全国许多高等院校的要求,在精品课程建设的基础上,由国家精品课程相关负责人牵头,组织全国几十所高等院校艺术设计教育的著名专家及各校精品课程主讲教师,共同开发了“高等院校艺术设计精品教程”。专家们结合精品课程建设实践,深入研讨了艺术设计的教学理念,以及学生必须掌握的基础课与专业课的基本知识、基本技能,研究了大量已出版的艺术设计教材,就怎样形成体系完整、定位清晰、使用方便、质量上乘的艺术设计教材达成了以下共识。

1. 艺术设计教育首先应依据设计学科特点,采用科学的方法,优化知识结构,建构良好的、符合培养目标的教育体系,以便更好地向学生传授本学科基本的问题求解方法,并通过基本理论知识的传授,达到培养基本能力(含创新能力和技能)、基本素质的目的;注重培养学生的社会责任感,强化设计服务于社会、服务于人类的思想,从而造就适应学科和社会发展需要的高级设计人才。

2. 艺术设计基础课教学要改变传统的美术教育模式,突出鲜明的设计观念,体现艺术设计专业特色,探索适应21世纪应用型、设计型人才需求的基础教育模式。

3. 艺术设计是一门实践性很强的学科,社会需要大批应用型设计人才,因此教材编写应力求以专业基础理论为主,突出实用性。

4. 艺术设计是创造性劳动,在教学方法上要通过案例式教学加以分析和启发,使学生了解设计程序和艺术设计的特殊性,从而掌握其规律,在设计中发挥创造精神。

5. 艺术设计是科学技术和文化艺术的结合，是转化为生产力的核心环节，是构建和谐社会不可缺少的组成部分。艺术设计的本质是创新、致用、致美。要引导学生在实训中掌握设计原则，培养创新设计思维。

6. “高等院校艺术设计精品教程”将依托华中科技大学出版社的优势，立体化开发各类配套电子出版物，包括电子教案、教学网站、配套习题集，以增强教材在教学中的实效，体现教学改革的需要，为高等院校精品课程建设服务。

令人欣慰的是，在上述思想指导下编写的部分教材已得到艺术设计教育专家的广泛认同，其中有的已被列为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。希望“高等院校艺术设计精品教程”在教学实践中得到不断的完善和充实，并在课程教学中发挥更好的作用。

国务院学位委员会艺术学科评议委员会委员

中国教育学会美术教育专业委员会主任

教育部艺术教育委员会常务委员

清华大学美术学院学位委员会主席

清华大学美术学院教授、博导

楊永善
2006年8月19日

本书是在2008年出版的第一版的基础上修订而成的。本书的编写知识体系全面、系统，案例典型，与理论知识结合紧密，分析问题具体。

本书内容包含商业空间设计的基本知识和专题设计知识两大部分内容。商业空间设计基本知识的内容主要是从商业空间设计概述、空间类型与空间设计、商业空间色彩设计、商业空间照明设计、商业空间室内陈设与绿化设计、商业空间的设计程序与表达六个部分讲述商业空间设计的各种综合知识；专题设计知识的内容包括商业卖场室内空间设计、星级酒店室内空间设计、餐饮室内空间设计、休闲娱乐室内空间设计、商业店面设计五个部分，学生通过这部分的学习能够将理论与实践相结合，从而能够从容面对各种不同商业空间的设计项目进行创新设计。

本书的编写非常注重师生之间教与学的互动与配合，每一章开头都编写有“本章知识点”和“教学要求”的内容，章尾编写有“实践作业”和“思考题”，便于教师在授课的过程中，以教材为引线，灵活讲授课堂教学内容，学生在学习的过程中，能够积极配合教师的讲课内容进行思考和实践练习，在掌握每章知识点的同时，创新意识和创新实践能力也得到锻炼与提高。

另外，在商业卖场室内空间设计、星级酒店室内空间设计、餐饮室内空间设计等专题设计章节中，以及在商业空间色彩设计、商业空间的设计程序与表达章节中，作者根据多年的工程实践体会和经验总结编写有“设计要点”和“绘图要点”等知识内容，非常有利于学生掌握实践运用方面的知识。

本书既可作为高等学校环艺设计专业的专用教材，也可以作为在室内设计领域或其他相关领域的专业设计人员、管理人员及爱好者参考用书。

受篇幅限制，本书参考的很多案例作者没有一一列举出来，在这里深表歉意。

感谢所有在本书编写过程中给我提供过帮助和支持的朋友们。本书不完善之处，敬请广大读者批评指正。

郭立群

2012年8月

“商业空间设计”课程如何顺应社会的发展,如何确立完善的课程教学体系,如何提高教学质量,这一直是我在教学过程中思考的问题。另外,在教学中,也经常因为苦于找不到合适的教材而烦恼不已。目前,市面上有的书理论太多,案例太少,不适合“商业空间设计”这一实践性较强的课程教学的特点;有的书虽然图文并茂,但知识传授点又过于单一。比如,有的书只有商业卖场设计知识点,但并不能给学生提供一个完整、系统的知识体系;有的书涉及内容太广,虽涵盖了家庭装饰设计、办公装饰设计,但针对性不强;有的书编写形式过于老套,已不适应现在创新性教学的需要。

根据教育部[2005]1号和[2007]1号、2号文的文件精神,为了切实提高高等教育教学质量,加强培养学生的实践能力和创新能力,更好地满足经济社会发展对高素质创新性人才需要的精神,我结合15年的工程实践经验和多年的教学体会编写了《商业空间设计》一书。本教材编写理念新颖,编写出发点不仅仅只是单纯知识体系的传授,而是从商业空间设计的类型及范围、设计基础知识、色彩设计、灯光设计等商业空间的综合知识,以及商业卖场设计、酒店空间设计、餐饮和娱乐等专题设计知识来引导学生认识和掌握商业空间设计的相关知识,并结合大量优秀案例进行分析,使学生按章节、阶段性逐步掌握每一个知识点。

本书的另一个特点,就是在每章都把要讲的主要知识点进行介绍,并布置实践作业和思考题,便于教师在授课的过程中,以教材为引线,灵活掌握课堂教学内容,在传授商业空间设计知识的同时,培养学生的创新意识和创新实践的能力。

我在编写本书时参看了大量的书籍和相关资料,虽然书后列举了很多参考文献,但由于篇幅太多,书中案例的作者没有一一列举出来,在这里深表歉意。编写之初曾得到过潘长学教授的指点,同时,武汉华溢装饰工作室、武汉神工建筑装饰工程有限公司、武汉阳光建筑装饰工程有限公司等单位也为本书的编写提供了支持,在这里也深表感谢。感谢所有在本书编写过程中给我提供过帮助和支持的朋友们!

本书既可作为高等学校环艺设计专业的专用教材,也可以作为在室内设计领域或其他相关领域工作的专业设计人员、管理人员及爱好者参考学习。

本书不完善之处,敬请有关专家和广大读者批评指正。

郭立群

2008年1月

第一章 商业空间设计概述	1
第一节 商业空间环境发展总论	2
第二节 商业空间设计的特点	3
第三节 商业空间设计的发展趋势	6
第二章 空间类型与空间设计	2
第一节 空间类型	16
第二节 商业空间设计的知识结构	20
第三章 商业空间色彩设计	3
第一节 色彩的心理感受与运用	28
第二节 商业空间色彩设计的基本原则	31
第四章 商业空间照明设计	4
第一节 照明灯具的类型与运用	36
第二节 照明形式与照明方式	40
第三节 商业空间照明设计的基本原则	42
第四节 商业空间照明设计的程序	44
第五章 商业空间室内陈设与绿化设计	5
第一节 家具	48
第二节 陈设	49
第三节 绿化	53
第六章 商业空间的设计程序与表达	6
第一节 商业空间的设计程序	58
第二节 商业空间的设计表达	59

7

第七章 商业卖场室内空间设计

- 64 ----- 第一节 商业卖场类别
- 67 ----- 第二节 购物行为与购物环境
- 69 ----- 第三节 商业卖场空间的构成与设计原则

8

第八章 星级酒店室内空间设计

- 78 ----- 第一节 星级酒店的定义和划分
- 79 ----- 第二节 星级酒店空间设计的制约因素
- 80 ----- 第三节 星级酒店的设计原则
- 81 ----- 第四节 大堂（前厅）空间设计
- 84 ----- 第五节 客房空间设计
- 88 ----- 第六节 中庭和其他空间设计

9

第九章 餐饮室内空间设计

- 90 ----- 第一节 餐饮空间设计的制约因素与设计原则
- 93 ----- 第二节 不同类型餐饮空间设计

10

第十章 娱乐休闲室内空间设计

- 102 ----- 第一节 歌舞厅
- 104 ----- 第二节 洗浴中心
- 108 ----- 第三节 美容、美发

11

第十一章 商业店面设计

- 112 ----- 第一节 店面的功能与构成形式
- 116 ----- 第二节 店面设计的原则
- 118 ----- 参考文献

第一章 商业空间设计概述

SHANGYE KONGJIAN
SHEJI GAISHU



1

第一章 商业空间设计概述

本章知识点：本章主要阐述了商业室内空间设计的概念、范围和设计特点，并通过图文并茂的形式对商业空间设计的发展趋势以及动态进行了分析和探讨。

教学要求：

- (1) 了解商业室内空间设计的概念、范围及设计特点；
- (2) 了解并理解商业空间设计的发展趋势，以便在设计中能灵活运用。

第一节 商业空间环境发展总论

一、商业空间的概念和范围

很多设计界的同仁常引用老子《道德经》的一段话——“埏埴以为器，当其无，有器之用；凿户牖以为室，当其无，有室之用；故，有之以为利，无之以为用”——来表达空间的概念和内涵。商业空间作为商业建筑的“无”，我们可以从狭义和广义两个角度来加以理解。

狭义的商业空间是指单纯的商业卖场活动场所，如百货商店、购物广场、超市、专卖店等；广义的商业空间是指能提供有关设施、服务或产品，以满足各种商业经营或服务活动需求的场所，除各种商业卖场外，还包括住宿、餐饮、娱乐等服务性的经营场所。

二、商业活动发展沿革

自从有了商品交换的集市，就有了最早的商业环境场所。人们起先是利用集市进行物与物的交换来满足自己的生活需要的。货币产生后，便有了专门以低价收购别人的物品到异地以高价卖出的商贩，在一些人口密度较高的地区，则有了在一些通衢要道、驿站、渡口等地方为往来各地的客商和货贩提供食宿的客栈，这期间，流动的商铺也逐渐变得相对固定起来。固定商铺的产生，使各种商品交易汇聚在一起，商业区随之发展和扩大起来，同时，与商品交易配套的各种设施（如交通、货运、汇兑等）和服务性商业行业（如住宿、餐饮、休闲娱乐等）也应运而生了。（图1-1）

随着人类社会的不断进步和市场经济的迅速发展，现代商业空间



图1-1 意大利里米尼I-SUITE精品酒店餐厅

在该酒店里就餐是一段令人兴奋的经历。无序且令人迷惑的手绘同心圆丝网印花镜面墙体，在蓝色LED光芒的衬托下，营造了一个超现实空间，建筑在其中成为光影游戏中的一个华丽元素，镜面的反射和变幻莫测的投影，使进店就餐的客人能有一种超现实的体验。

的综合功能和规模在不断扩大,种类不断增多,人们不再只是满足于商业空间功能和物质上的需求,而且对其环境以及对人的精神影响提出了更高的要求。这就促使设计师必须具备更宽广的专业知识和综合素质,才能设计出优秀的商业空间设计作品。

第二节 商业空间设计的特点

一、实用性

功能决定形式,形式为功能服务。商业空间设计的实用性体现在:任何一个商业空间的设计首先应满足使用功能的需要,特别是主要功能的需要。

二、艺术性

商业空间设计仅仅满足功能上的需求是远远不够的,好的商业空间设计往往是功能与艺术性的巧妙结合。

商业空间设计的艺术性体现在商业空间设计的内涵和表现形式两个方面。商业空间设计的内涵是通过空间气氛、意境及其带给人的心理感受来表达艺术性的;商业空间设计的表现形式主要是指空间的适度美、韵律美、均衡美、和谐美塑造的美感和艺术性。

1. 空间气氛和意境

由于功能、性质、使用对象、营销策略等的不同,不同的商业空间会有不同的空间气氛和意境。如酒店大堂既能给人富丽堂皇的感觉,也能给人一种亲切、温馨的氛围;同样是餐厅,中餐厅和西餐厅所营造的气氛和意境是不同的,中餐厅喜庆、热闹,西餐厅浪漫、温馨;同样是商业卖场,不同经营类型和风格定位在空间气氛和意境塑造上也会有很大的差异性。(图1-2~图1-4)

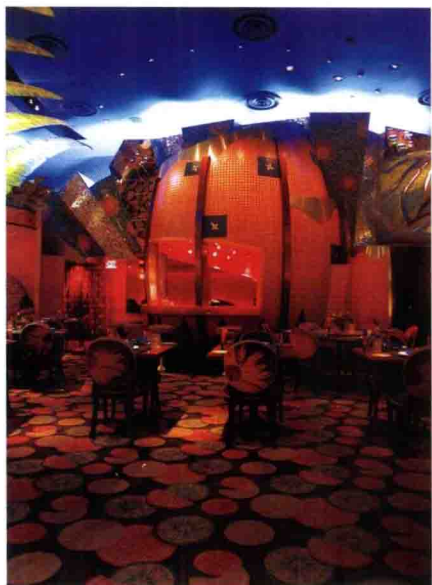


图1-2 美国拉斯维加斯 Mirage 旅馆里的 Samba Grill 巴西烧烤餐厅

烧烤店热烈的气氛、奔放的形态和五彩缤纷的颜色与赌城拉斯维加斯夸张、现代的环境氛围协调一致。



图1-3



图1-4

图1-3、图1-4 美国FORNARINE服饰店

黑色高深的天棚映衬着莲蓬形状的玫瑰色聚光灯造型的大灯具,浪漫而神秘,不规则的无色有机体陈列装置的设置更加深了FORNARINE服饰店梦幻般的感觉。



图1-5 图1-6

图1-5、图1-6 玻璃壁柜陈列

玻璃壁柜里不规则陈列的各种餐具碗碟, 非常具有装饰性, 并且个性特点鲜明、表现形式创意性强。

2. 心理感受

人的感知是多元性的, 不仅包括空间尺度、比例、分隔、秩序、色彩、体量、光影等视觉元素, 还包括听觉、嗅觉和触觉等因素。即使是同一个空间, 不同年龄、不同性别、不同职业、不同信仰、不同民族、不同地域的人, 对环境也必然有不同的心理反应和欣赏标准。

3. 表现形式

商业空间设计的表现形式不只是简单地指选用什么装饰材料进行装修和造型设计, 而主要是指如何在商业空间设计中把握适度美、韵律美、均衡美、和谐美塑造的艺术美感。(图1-5~图1-9)



图1-7 图1-8

图1-7、图1-8 浪漫一身杭州店

统一的白色、柔美的弧线和造型是浪漫一身各地专卖店统一表现风格。



图1-9 广州亚米高西餐酒吧

利用3个木酒桶外形垂直叠放的造型形式，进行电视机的嵌入式陈列，序列感强并产生一定的韵律美。酒桶的反复运用也传递了酒吧的经营性质。



图1-10 上海世博奥地利馆餐厅

室内设计对象由数控铣削聚氨酯制成，外涂合成树脂，数控技术可使数字化生成的复杂曲面物体得以精确施工。

(1) 适度美不仅体现为空间大小满足使用功能的适度，还体现为家具、陈设选用及布置符合人体工程学法则的适度，以及装饰造型不过于烦琐、装饰材料不过于堆砌等方面的适度。

(2) 韵律美主要是通过空间设计语言在形态上的点、线、面、体的有规律的重复变化，以及形的大小、疏密、曲直等渐变，色彩的冷与暖、明与暗、纯度的高低、材质机理的不同表象层次显现等方面来具体体现的。

(3) 均衡美体现为空间布局的合理，造型、材质、色彩的平衡搭配。

(4) 和谐美是指商业空间设计各部分的相互协调关系。从形式要素上说，无论是造型、色彩、材质、陈设等既有大小、高低、粗细等量的对比与和谐，又有软硬、直曲、角圆等质的对比与和谐。

三、科学性

商业空间设计的科学性，首先体现于商业空间设计应充分重视并积极运用当代科学技术的最新成果，把新材料、新技术运用于设计之中；其次是商业空间设计的空间划分、功能布局、选材用料以及声、光、热等物理环境的设计应该科学、合理。(图1-10)



图1-11



图1-12

图1-11、图1-12 上海印度餐厅TANDOOR

印度是一个佛教大国,该印度餐厅的室内空间设计体现了浓厚的佛教气息。餐厅包房采用传统的印度式样开敞式亭阁设计,亭阁造型极具佛教建筑的特点;吊顶的设计采用将佛教的偈语制成陶瓷的汉字密密麻麻悬吊于空中,极具特色,给人以平安祝福的亲切感。在色彩的处理上,大量运用暖黄色调木材装饰,在灯光的照射下,给人金碧辉煌的视觉效果。

四、地域性

不同国家、不同地区和不同民族有着不同的禁忌和喜好,不同地域的商业空间设计在风格、色彩和用材上也应体现出地域性的特点。(图1-11~图1-13)

第三节 商业空间设计的发展趋势

随着科技发展,社会不断进步,室内空间成为人们生活的主体场所,因而使得人们对居住、工作等室内环境的设计提出了更高的要求。目前,人们已从对物质享受的片面追求转向对精神生活的更多关注 and 需求,并呈现以下几种主要发展趋势和动态。

一、绿色生态可持续发展的设计趋势

“绿色”概念是当前国内外各界广泛讨论的热点话题。如何保护人类赖以生存的环境,维持生态系统的平衡,合



图1-13

席地而坐的就餐陈设和木格梭拉门、窗扇,体现了日式餐厅的特点。

理、有效地利用资源,是全球关注的现实问题。这主要是由于地球环境与生态状况的急剧恶化,人们愈来愈认识到自身所生活的环境既要舒适、美观,又要安全、健康的重要性。因此,在室内设计中,人们日益重视绿色建材的选用与自然能源的合理利用;提倡装修设计以简洁为好,不浪费、不过于堆砌装修材料;充分利用天然采光和自然通风,为人们营造安全、健康、自然、和谐的室内空间。(图1-14)

二、人为本源的设计发展趋势

随着国民经济的高速发展,人们在物质生活和文化生活得到迅速满足的同时,思想观念也发生了很大变化,早已从20世纪60年代后的“物为本源”的价值观转变成“人为本源”的价值观,非常讲究和注重自身生活环境的提升。所以,在进行室内设计时,首先应考虑的是人们在特定室内空间中心理和生理两方面的感受以及精神上的需求,其次才应考虑如何运用物质手段解决装修中的技术问题。

1. 满足室内使用功能的需要

现代室内设计已不仅仅是对建筑界面的美化,更多的是对室内功能、空间形态的改善。著名的日本当代建筑师丹下健山曾经谈到:“设计一座建筑,会听到许多要求,它构成了某种随心所欲的功能要求,设计师对此应该把握住建筑的真正功能,从众多的要求中抽出那些最基本的、并在将来继续起作用的功能。”同样,在室内空间的功能设计中,首先也应考虑满足真正主要功能的需要,在满足主要功能的前提下,再按照美的形式法则来创造室内空间的形式美。空间过于迂回,空间过大或过小,空间层过高或过低,都对解决功能性问题不利。

2. 注重绿色建材的选用

鉴于建筑装饰材料对环境的污染问题,国际卫生组织对其生产、应用规定了“环保、健康、安全”的绿色建材要求,既对室内、自然环境无污染,又对人体健康有利无害。人们现在不只是在乎装修材料的价格问题,而且把是否环保、是否有国家质检部门出具的各项指标证明、是否属于国家认定的绿色建材等问题放在首位,更加重视无污染的“绿色装饰材料”的使用。因此,在室内设计过程中,广泛选用绿色建材,严格按照“绿色装饰”,即健康型、环保型、安全型的室内装饰要求,从源头上把好防止污染的第一关,以创造环保、有利于身心健康的室内环境,这是对设计人员在工作职责和职业道德上的基本要求。(图1-15)



图1-14 武汉颐和尚景酒店

充分利用天然采光和自然通风,融入绿色植物的生态化餐饮空间。



图1-15

用天然竹子做成的餐桌椅、顶饰和隔墙,既健康又环保。