

实景拍摄专业版  
professional edition  
of actual scene photographing

**Design Gallery**

设计博览08

深圳市金版文化发展有限公司 / 主编

专卖店

Franchising  
shop

**AOYMAN**  
澳斯曼洁具

吉林美术出版社

图书在版编目(CIP)数据  
专卖店 / 深圳市金版文化发展有限公司编. —长春:  
吉林美术出版社, 2005. 1  
(设计博览)  
ISBN 7-5386-1747-7  
I. 专... II. 深... III. 商店—建筑设计  
IV. TU247.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第138404号

设计博览 08

## 专卖店

出版人 / 石志刚

主编 / 深圳市金版文化发展有限公司 [www.ch-jinban.com](http://www.ch-jinban.com)

装帧设计 / 深圳市金版文化发展有限公司

责任编辑 / 尤雷

出版 / 吉林美术出版社

(长春市人民大街4646号)  
([www.jlmspress.com](http://www.jlmspress.com))

技术编辑 / 赵岫山 郭秋来

发行 / 吉林美术出版社图书经理部

制版 / 深圳影视电分有限公司

印刷 / 深圳市影视印刷有限公司(0755-2929948)

出版日期 / 2005年2月第1版 2005年2月第1次印刷

开本 / 889mm × 1194mm 1/12

印张 / 16

书号 / ISBN 7-5386-1747-7/J · 1432

定价: 680.00元 / 套 (68.00元 / 册)

印刷装订如有质量问题, 影响阅读, 请与印刷单位联系调换

购书热线 / 0431-5637186 0755-83476130

Franchising  
Shop

Professional  
edition of  
school scene  
photography

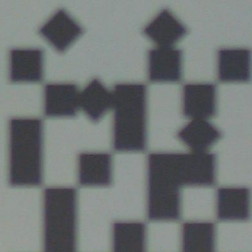
专业书店专营店

主编

安徽新华书店文化发展有限公司

安徽新华书店

专业



专卖店



# Preface

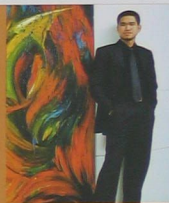
## 前言

大凡商业项目的确立，需经过营销策划和装饰设计的相互配合，这种关系犹如电脑的“软件”和“硬件”，缺一不可。商业空间所涉及的商业类别甚多，每个行业都有自己的经营概念和营销手法，每种商品都有自己针对的消费群，而消费群的年龄与消费层次也不相同，营销主题也就不同。

怎样才能让这一大堆的营销“软件”在一个优良的装饰“硬件”平台上尽情发挥，犹如一个优秀的演员在顶级舞台上将舞姿尽情展现呢？本人以为在做策划方案之初，不仅要理解客户的要求和策划公司的调查报告，一份定位准确、创意新颖的方案自然少不了。但为什么现实中能够出彩的作品却是少之又少，是我们没有尽力去做吗？不是，而是我们没有用心去做，没有用心去



# Preface



## 作者简介

潘居然

1996年开始制作效果图并于当年获得首届装饰设计比赛优秀奖。近年来，更是获奖无数，并在业余时间编写了《3D真空间》、《跨越2000》等书籍。从2000年开始，所制作、设计了多媒体投标方案和商业空间的设计方案，被广州电视台和不同的媒体所采访和转播。

文/潘居然

与客户、策划公司进行更多的沟通，疏忽了调查报告里各种数据所揭示的问题与指引，而一味只想表现心中的创作欲望，不自觉地将感性摆在理性前面。

其实，感性与理性在设计中的关系就有如中医与西医之间的关系，中医是一门博大精深的国术，依靠的是多年的经验与感觉，强调的是感观的认知，望、闻、问、切是基本的手法，用心去感悟是中医的优良传统，而西医，每出一种新药品，需经过无数次的动物试验和临床试验，得出数据后才总结出结论，让后来者可以有步骤、有条理、系统地掌握前人的结论。

再观中国古代文化，佛家、道家、儒家的思想影响了整个中国的传统文化。老子的思想自然、平衡、融合、天人合一，万物相通，写的《道德经》非常抽象，没有几人能真正读懂，而古希腊伟大哲学家亚里士多德的文章，则非常具体，所以，亚里士多德的学说受到了后来许多人的批判与挑战。而老子的话，似乎永远正确，就如我们常挂在嘴边的：“道可道，非常道”，“天法道，道法自然。”

西方的理性学问是可以学习的，是有规律可以遵循的，但老子的感性学问则要靠修悟，没有悟性，即使再刻苦也是没有办法学习的，悟的结果是境界的提高。

因此，如果在设计之前能做到深入理解“软件”的特性运行要求，有步骤、有条理、有系统地分析，并结合自己的人生感悟与创作灵感，再融入一些流行文化元素，要做出一个能让营销“软件”极速运行的“硬件”并不是一件十分困难的事。

# C

# ONTENTS

## 目录

Franchising Shop



### 洁具 Sanitary Ware

德国卡德拉海德克—杜拉维特专卖店

7

中国陶瓷城

14

ZirA专卖店

26

东鹏陶瓷工程部展示空间

30

井田洁具展厅

40

### 橱柜 Cabinet

深圳国安居

47

### 服饰 Apparels

a02服装专卖 (来福士店)

61

NOVO—Riner专卖店

66

NOVO概念店—Xygen专柜

68

NOVO概念店—Lmlulu专柜

73

NOVO概念店—JLO专柜

78

某服饰卖场

80

深圳华强北“渔”牌概念店

84

瑞兰世服装专卖店

89

NOVO概念店—Concept概念店

92

NOVO概念店—Simply life专柜

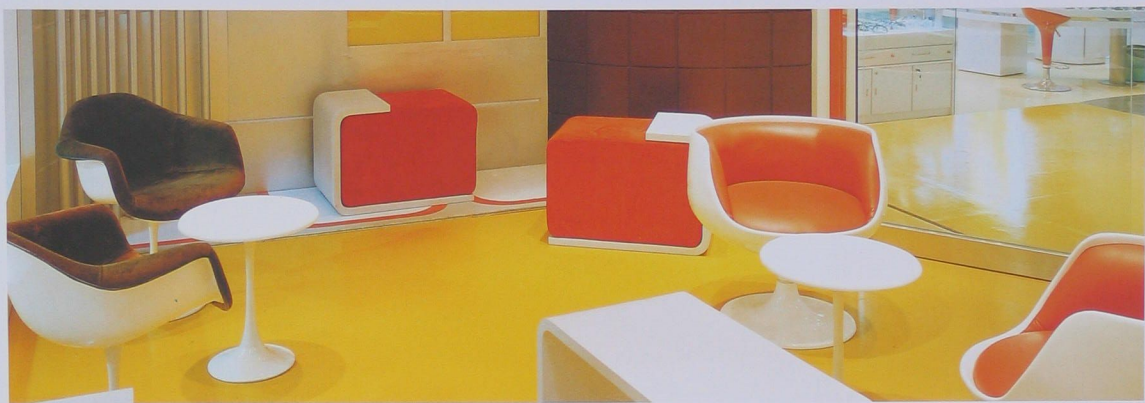
100

顺德乐琳 (香港) 专卖店

108

HOSO Place专卖店

114



Franchising Shop

# 专卖店

Cochirly专卖店维多利亚广场店

| 122

衡韵专卖店

| 128

汽车Autos

3M德宝汽车服务中心

| 133

奇瑞汽车展厅

| 136

音响Audio

上海丽声音响时尚元素店

| 141

上海美罗城一惠威音响店

| 148

美罗城丽声音响店

| 151

广州奥古斯汀静电音响专卖店

| 158

珠宝Jewelry

Baccarat水晶店

| 165

其他Others

NOVO概念店—米兰·米兰眼镜专柜

| 171

自然光照明专卖场

| 172

新侨糕点店

| 178

武汉中国联通营业厅

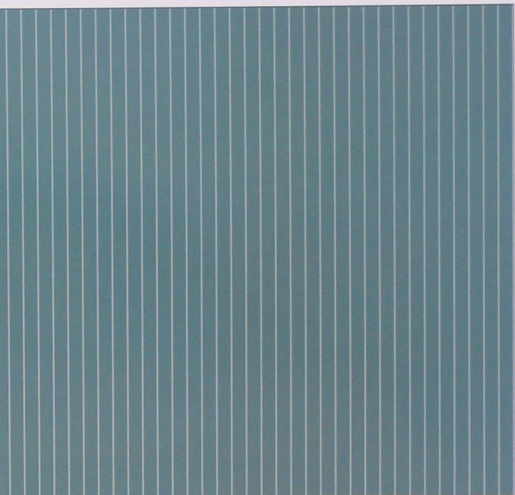
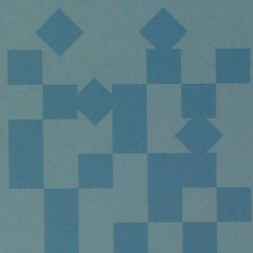
| 184

乐巢家居南方商城店

| 190

# Sanitary Ware

洁具





# 专卖店

德国卡德拉海德克——杜拉维特专卖店

shop

设计师 戴勇  
摄影 陈恩  
建筑面积 300m<sup>2</sup>  
装饰材料 原木地板、马赛克、木料、大理石

设计师用原木打造出阳光般的感觉，并在展示区做出浴室的效果，使整个专卖店更有家的味道。朴质的白色马赛克的使用显得简朴大方而富有新意。精致的龙头安放在墙上，与其说是商品，倒不如说是装饰品。设计是温和而大气的。













# 专卖店

## 中国陶瓷城

shop

摄影：陈思  
建筑面积：50000m<sup>2</sup>  
装修材料：高级涂料、大理石、玻璃等

“中国陶瓷城”由中国建陶行业最权威机构——中国建筑材料工业协会和中国建筑卫生陶瓷协会联合冠名，是佛山市重点建设的集博览、展销、信息、配套、旅游于一体的现代建陶、卫浴商城，其主展馆建筑面积达5万多平方米，配套设置有仓储配送中心、展销厅、写字楼、汽车站等，建筑总面积达20多万平方米，总投资3亿多元人民币。

这里汇聚全球100多家国内外知名品牌：东鹏、鹰牌、新中源、蒙娜丽莎、欧神诺、科勒、TOTO、美标、阿波罗、英皇、狮王、澳雅格斯、恒洁、吉美……最时尚的设计理念就是简约，这种简约可以体现在建筑功能空间的简化、空间分隔的弱化、装修装饰的简洁，带来了丰富的空间需求。在设计上主要以展示各品牌的整体功能和现代家居相结合布局的风格。下面几家洁具专卖店将把这种共同的简约与各自的个性展现得淋漓尽致。

整个展示厅风格趋于现代，为了体现洁具的光亮洁白，店内很注意灯光的设置，尤以白、蓝色灯光居多，制造出清爽洁净的环境。内部的各个专卖店在优雅的大环境中各有千秋。



# 澳斯曼洁具

澳斯曼洁具利用玻璃的剔透和灯光穿透，营造出一个梦境般的店面。

