



体验至上

体验式商业空间设计2

唐艺设计资讯集团有限公司 策划 广州市唐艺文化传播有限公司 编著



体验至上

体验式商业空间设计2

唐艺设计资讯集团有限公司 策划 广州市唐艺文化传播有限公司 编著





图书在版编目（C I P）数据

体验至上——体验式商业空间设计：全2册 / 广州市唐艺文化传播有限公司编著. -- 长沙：湖南
美术出版社，2013.4
ISBN 978-7-5356-6109-8

I. ①体… II. ①广… III. ①商业建筑—室内装饰设计 IV. ①TU247

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第029341号



体验至上——体验式商业空间设计 2

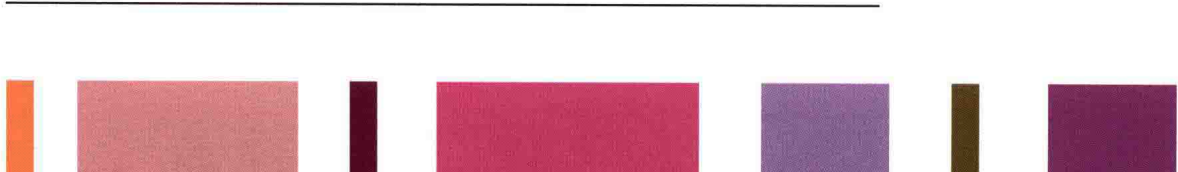
出 版 人：李小山
策 划：唐艺设计资讯集团有限公司
编 著：广州市唐艺文化传播有限公司
责任编辑：范 琳
流程指导：陈 玲 陈小丽
策划指导：黄 静
文字整理：段妮静 谢 丹
翻 译：陈 佳
装帧设计：戴雯丽 盘 浪
出版发行：湖南美术出版社

（长沙市东二环一段622号）

经 销：新华书店
印 刷：利丰雅高印刷（深圳）有限公司
开 本：1016×1320 1/16
印 张：39.75
版 次：2013年4月第1版 2013年4月第1次印刷
书 号：ISBN 978-7-5356-6109-8
定 价：RMB 648.00 USD 135.00



【版权所有，请勿翻印、转载】
邮购联系：020-32069500 邮 编：510630
网 址：www.tangart.net
电子邮箱：info@tangart.net
如有倒装、破损、少页等印装质量问题，请与印刷厂联系调换。
联系电话：0755-86063912





以体验之名

商业空间是公众进行购物消费的空间，其发展随着市场的日益完善而变化。目前的商业活动已不能等同于一种纯粹性的购买活动，而是一种集购物、休闲、娱乐及社交为一体的综合性活动。它反映的是顾客综合性的需求，这种需求在设计上的表现，则要求设计师创造一个更具体验感的空间，能够照顾人们多方面的感受，使其享受最完美的服务。

人们主要通过眼、耳、鼻、舌、身、心等获得多种体验和感受，当你照顾到的体验越丰富，顾客就越容易被打动。就像电影导演通过营造和圈定一种情感意境和氛围，完成对观众的情感“诱惑”，设计师通过体验感的营造来吸引消费者，增强其消费欲望。

不同的空间设计重点带来不同的体验感。比如突破性的造型可以为人们带来新鲜甚至是刺激的视觉体验。而空间中美学和声学效应的运用可使一些空间的视听效果达到最佳。这些体验感的实现往往是一些娱乐性质的场所。

流畅的动线和清晰的功能布局为人们营造更加舒适的环境，使人们的身体在此空间进行的活动更加方便快捷，一些大型的商业空间设计强调的正是这种体验感。

而空间光影、色彩的运用，装饰元素的添加，可以营造出不同风格和氛围的环境，这会直接影响人的思想波动和心理的变化。人们可以在会所或者餐饮空间获得这类的体验。

由此也可以发现，同一类型的空间往往在体验感的营造上有其共通之处，因此我们将项目分成八大类：餐饮、娱乐、会所、零售、售楼部、新兴业态、银行、大型综合商业，分别阐述不同类型空间的设计重点以及其对某种体验感的呼应。每个分类的项目实例都是近一两年来涌现的最优秀的设计作品，它们不仅有着强烈的个性和独特的风格，还能够将独特的体验感完美地融入到空间的设计中，为读者提供更具价值的启发。

作为年度商业空间设计的重磅图书，本书不再局限于简单呈现空间形态的设计，对于项目的VI、SI系统也有所表现，力求完整地呈现商业空间的一体化设计过程，帮助设计师获得更深层次的认识，在参考借鉴中取得更多的突破！



目录



会所

合肥意兰亭会所	006
福州古逸阁茶会所	016
福州揽胜酒庄	026
杭州一味坊会所	032
江阴敬山湾会所	040
海南观澜湖火山岩矿温泉	046
西班牙马略卡岛Castell dels Hams酒店游泳池&SPA	052
深圳金航水疗城	056
北海天隆三千海高尔夫会所	066
美国纽约维京大西洋JFK会所	074
广州银城红酒会所	080
广州凯旋门国际会所	084
杭州万科公望主会所	090
巩义渝富桥商务会所	096
南京云深处会所	102

售楼部

桂林花样年花样城售楼处	110
上海华屋馆	122
重庆山与城销售中心	126
杭州西溪MOHO售楼处	130
新竹六艺售楼中心	134
无锡保利达江湾城一期营销中心	138
成都大源国际中心售楼部	144
成都浣花香售楼部	150
天津万科东丽湖售楼处	156
嘉兴蓝光地产名仕公馆售楼处	160
青岛中海紫御观邸售楼中心	166
台北敦南枢苑	172

新北台湾科学园区售楼处	182
新竹雍河接待中心	188
台中国泰璞汇接待中心	194

零售

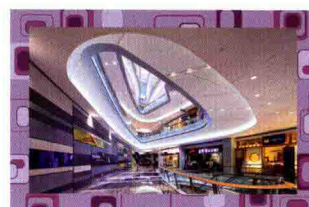
合肥观茶天下	204
西班牙格拉纳达Store Reform	212
斯洛文尼亚Zlatarna Celje珠宝大街旗舰店	218
上海爱徒奢华旗舰店	222
上海HEIRLOOM概念销售店	236
北京CATALOG旗舰店	240
台北Deborach亚洲旗舰店	244
珠海启尔红酒酒具专卖店	248
香港NIKE FUSE概念店	254
英国伦敦monki专卖店	258
澳大利亚墨尔本candy room零售店	262

大型综合商业

广州太古汇	270
深圳京基百纳空间	274
马来西亚吉隆坡满家乐购物广场	284

银行

波兰华沙PKO银行	292
波兰华沙ING银行	300
杭州中国建设银行浙江省总部	308





以体验之名

商业空间是公众进行购物消费的空间，其发展随着市场的日益完善而变化。目前的商业活动已不能等同于一种纯粹性的购买活动，而是一种集购物、休闲、娱乐及社交为一体的综合性活动。它反映的是顾客综合性的需求，这种需求在设计上的表现，则要求设计师创造一个更具体验感的空间，能够照顾人们多方面的感受，使其享受最完美的服务。

人们主要通过眼、耳、鼻、舌、身、心等获得多种体验和感受，当你照顾到的体验越丰富，顾客就越容易被打动。就像电影导演通过营造和圈定一种情感意境和氛围，完成对观众的情感“诱惑”，设计师通过体验感的营造来吸引消费者，增强其消费欲望。

不同的空间设计重点带来不同的体验感。比如突破性的造型可以为人们带来新鲜甚至是刺激的视觉体验。而空间中美学和声学效应的运用可使一些空间的视听效果达到最佳。这些体验感的实现往往是一些娱乐性质的场所。

流畅的动线和清晰的功能布局为人们营造更加舒适的环境，使人们的身体在此空间进行的活动更加方便快捷，一些大型的商业空间设计强调的正是这种体验感。

而空间光影、色彩的运用，装饰元素的添加，可以营造出不同风格和氛围的环境，这会直接影响人的思想波动和心理的变化。人们可以在会所或者餐饮空间获得这类的体验。

由此也可以发现，同一类型的空间往往在体验感的营造上有其共通之处，因此我们将项目分成八大类：餐饮、娱乐、会所、零售、售楼部、新兴业态、银行、大型综合商业，分别阐述不同类型空间的设计重点以及其对某种体验感的呼应。每个分类的项目实例都是近一两年来涌现的最优秀的设计作品，它们不仅有着强烈的个性和独特的风格，还能够将独特的体验感完美地融入到空间的设计中，为读者提供更具价值的启发。

作为年度商业空间设计的重磅图书，本书不再局限于简单呈现空间形态的设计，对于项目的VI、SI系统也有所表现，力求完整地呈现商业空间的一体化设计过程，帮助设计师获得更深层次的认识，在参考借鉴中取得更多的突破！



目录



会所

合肥意兰亭会所	006
福州古逸阁茶会所	016
福州揽胜酒庄	026
杭州一味坊会所	032
江阴敬山湾会所	040
海南观澜湖火山岩矿温泉	046
西班牙马略卡岛Castell dels Hams酒店游泳池&SPA	052
深圳金航水疗城	056
北海天隆三千海高尔夫会所	066
美国纽约维京大西洋JFK会所	074
广州银城红酒会所	080
广州凯旋门国际会所	084
杭州万科公望主会所	090
巩义渝富桥商务会所	096
南京云深处会所	102

售楼部

桂林花样年花样城售楼处	110
上海华屋馆	122
重庆山与城销售中心	126
杭州西溪MOHO售楼处	130
新竹六艺售楼中心	134
无锡保利达江湾城一期营销中心	138
成都大源国际中心售楼部	144
成都浣花香售楼部	150
天津万科东丽湖售楼处	156
嘉兴蓝光地产名仕公馆售楼处	160
青岛中海紫御观邸售楼中心	166
台北敦南枢苑	172

新北台湾科学园区售楼处	182
新竹雍河接待中心	188
台中国泰璞汇接待中心	194

零售

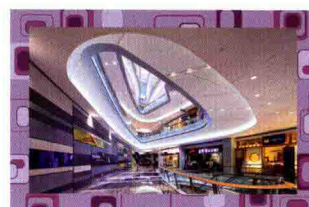
合肥观茶天下	204
西班牙格拉纳达Store Reform	212
斯洛文尼亚Zlatarna Celje珠宝大街旗舰店	218
上海爱徒奢华旗舰店	222
上海HEIRLOOM概念销售店	236
北京CATALOG旗舰店	240
台北Deborach亚洲旗舰店	244
珠海启尔红酒酒具专卖店	248
香港NIKE FUSE概念店	254
英国伦敦monki专卖店	258
澳大利亚墨尔本candy room零售店	262

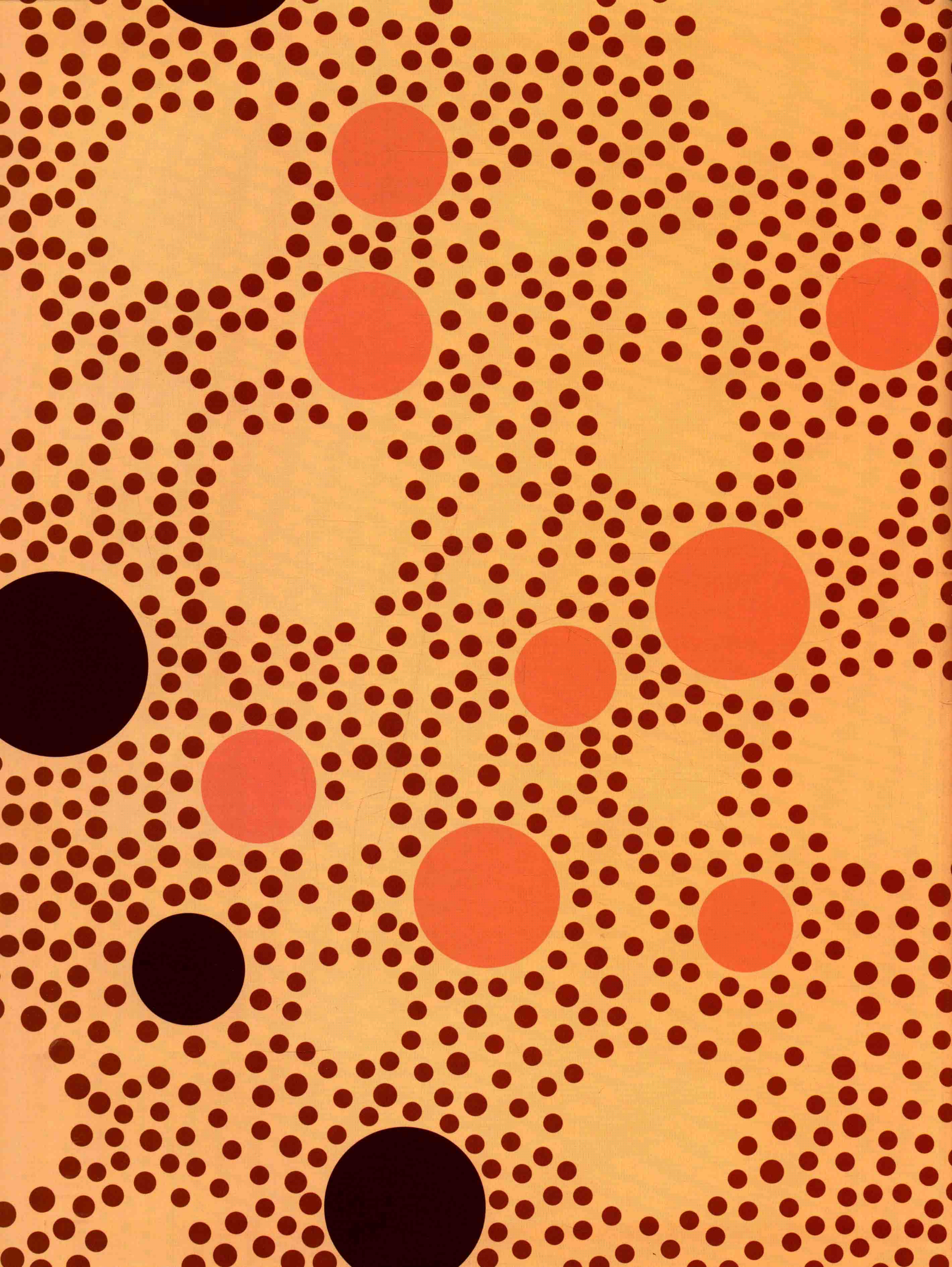
大型综合商业

广州太古汇	270
深圳京基百纳空间	274
马来西亚吉隆坡满家乐购物广场	284

银行

波兰华沙PKO银行	292
波兰华沙ING银行	300
杭州中国建设银行浙江省总部	308





会所

品味空间

会所从字面上理解就是会员制娱乐场所，它不仅是会员与朋友休闲聚会的场所，也是一种财富的象征和身份标签。这种空间设计重点主要是放在风格的选择上，不同设计风格的选择不仅可以体现会员的品位和档次，也能够体现出其所针对人群的喜好和特点。

设计师通过对空间造型的设计确立不同的风格。规律的重复造型，能给人稳定和平和的感觉，空间的风格通过偏暗的色调和具有质感的色彩表现稳重大气；自由的、不对称的、富有韵律的造型，会使室内气氛跳跃、热闹，给人以愉悦和兴奋的感受；古典式的造型为空间增添端庄古朴的韵味，给人以奢华、尊贵的享受；简洁、现代的造型，塑造出一种简约、利落的气质。这些风格的选择成为整个会所空间设计的点睛之笔。



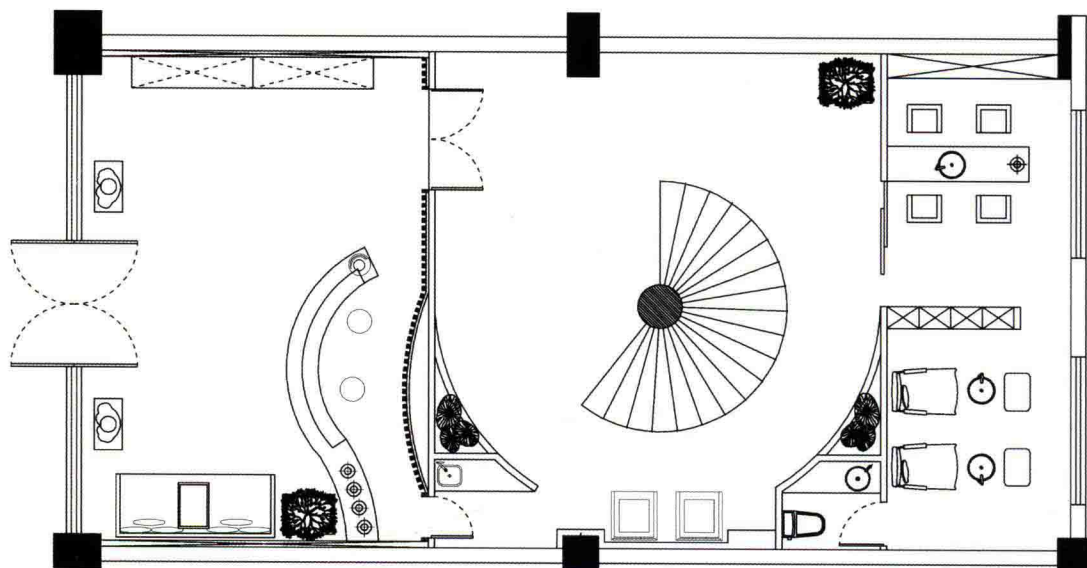
品牌定位：意兰亭会所结合时代特色，专为成功人士精心打造一种尊贵、典雅、品位、和谐、新概念的健康会馆休闲生活，塑造了一个以专业保健、足疗、SPA、洗浴、汗蒸、棋牌、简餐、商务为一体的高星级标准的名人商务保健会所。

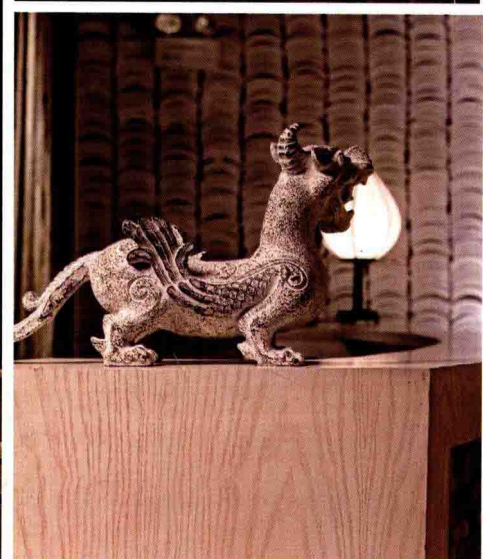
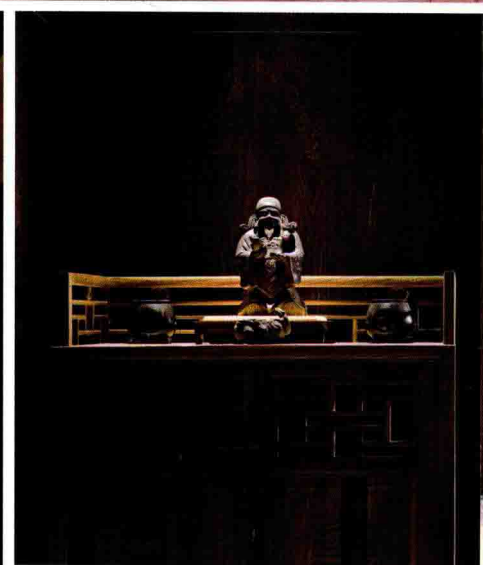
禅意生活港湾 合肥意兰亭会所

项目地点：安徽合肥
项目面积：460平方米
设计单位：中国(合肥)许建国建筑室内装饰设计有限公司
主要材料：古木纹饰面板，小青砖，芝麻黑石材，仿古板

供稿：中国(合肥)许建国建筑室内装饰设计有限公司
摄影：吴辉
采编：陈惠慧

项目借《偶然》一诗的意境表达空间主题，以徽派元素演绎禅意空间，中式古典装饰材料和色彩的完美组合，赋予空间一种雅致古典的韵味。浓厚的东方气息融合时代特色，为顾客精心打造了典雅、品位、健康的会馆休闲生活。

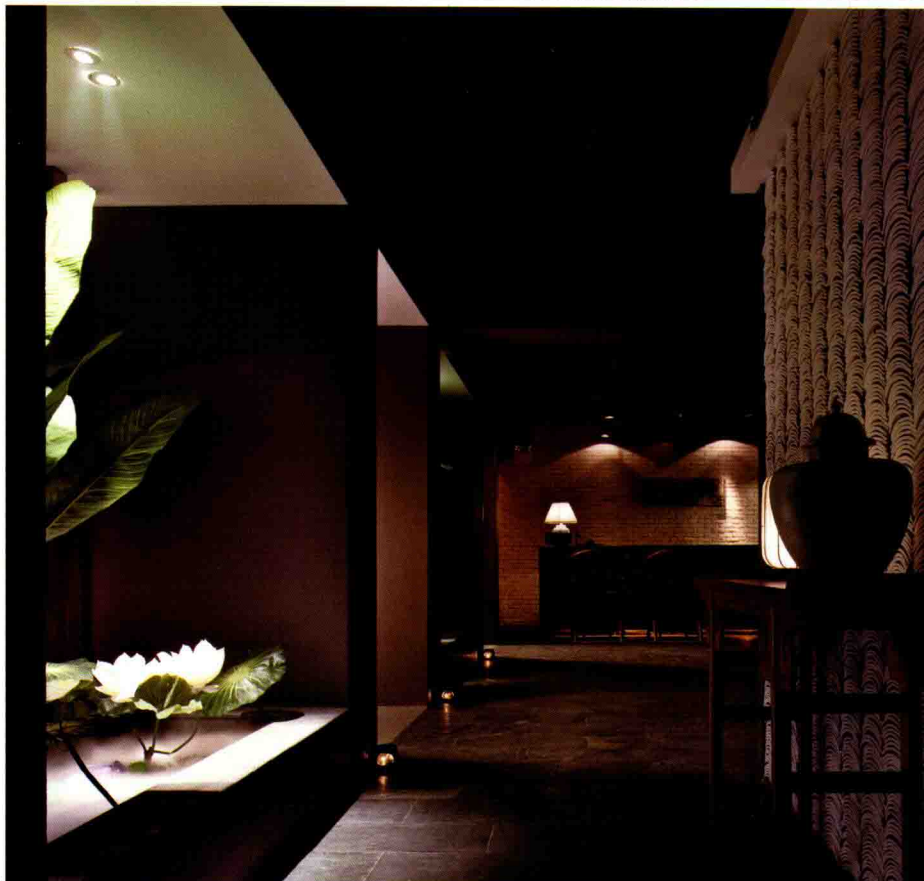






两层多功能区

项目位于安徽省合肥市，整体规划为两层，分为保健区、SPA区、洗浴中心、汗蒸房、棋牌室以及餐厅等功能区域。并按照项目整体设计风格，将每个区域精心打造成古典雅致的休闲环境，各个风格相同、手法相异。且每个功能分区以极具中国古典风格的屏风与木质材料加以分隔，空间以充满古典气息的素材装饰搭配，为人们提供一个身心放松的休闲娱乐场所。



禅意空间

设计师借《偶然》这首诗的意境来表达项目主题，寻求的是一种心境，寄托一种情感，打造舒适自然、安静放松的空间。设计融入徽派元素整合出带有禅意的清新中式空间，大面积层层堆砌的灰瓦作为装饰墙，就像是水墨画一样，甚具视觉冲击力，也让沉稳的空间中添了几分趣味。以自然质朴的传统中式元素的堆砌，并经过不一样的组合与搭配，营造的禅意氛围让人耳目一新。

