

商业展示设计案例精选

店面设计

张耀引 任新宇 李鸿明 编著

cial Display Design



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

商业展示设计案例精选

店面设计

张耀引 任新宇 李鸿明 编著

Commercial Display Design



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

内容提要

本书精编了国外及国内一线城市具有代表性的展示设计范例,涉及的理论知识深入浅出、图文并茂。书中系统地讲述了有关展示设计涉及的理论知识和优秀设计案例,实用性强;理论知识内容包含了商业展示设计中的重要内容,结构清晰,全面展示了当今展示设计流行趋势。本书适合于广大从事室内外设计、环境艺术设计的专业人士以及各大专院校建筑及环境艺术设计专业的师生参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

店面设计 / 张耀引, 任新宇, 李鸿明编著. —北京:
中国电力出版社, 2013.4
(商业展示设计案例精选)
ISBN 978-7-5123-4286-6

I. ①店… II. ①张… ②任… ③李… III. ①商店—
室内装饰设计 IV. ①TU247.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第067958号

中国电力出版社出版发行

北京市东城区北京站西街19号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>

责任编辑: 曹巍

责任印制: 蔺义舟 责任校对: 李楠

北京盛通印刷股份有限公司印刷·各地新华书店经售

2013年6月第1版·第1次印刷

889mm×1194mm 1/16·8印张·256千字

定价: 49.80元



敬告读者

本书封底贴有防伪标签,刮开涂层可查询真伪

本书如有印装质量问题,我社发行部负责退换

版权专有 翻印必究

目 录

contents

Part 1 第一部分

一、概述	2
二、店面设计的内容	3
三、店面设计的要求	4
四、店面设计的方法	5

Part 2 第二部分

餐饮类设计案例	12
服装类设计案例	20
女装	20
内衣	39
儿童	42
男装	46
鞋包类设计案例	55
饰品类设计案例	61
外立面设计案例	75

第一部分



一、概述

现代店面设计是样式、形态、材料、色彩、文字、灯光的综合设计，既要充分考虑满足功能、性格表现，又要揉合进特定的环境因素和地域时尚消费心理。高雅的、有特色的店面门头设计，不但能够美化商店本身，而且可以丰富城市建筑空间环境，体现更深的文化内涵，使人们在优质的环境中陶冶情操。设计者应时刻想到自己的设计是置身于街区的环境氛围和消费者的目光注视之中，只有如此，才能创造出新的构思，进而设计出更新、更美的店面。

1. 店面门头设计的目标（功能）

（1）较快地促销商品和宣传服务内容，获得较多利润；

（2）标明入口，引导顾客安全方便出入；

（3）完善自身形象，提高自身价值与个性，区别于其他店面门头；

（4）通过富有个性的形象来展示和提升使用者的精神需要。

随着市场经济的繁荣发展，物质文明与精神文明的提高，人们对店面设计与创意的要求越来越高。

2. 店面设计原则

（1）店面的形式与销售商品的内容和特点相统一。

（2）店面的设计格调要与整个建筑物、街区风格和谐统一。

（3）商业化与艺术化的统一。在创意中应全力迎合并超越时代新潮流，设计形式与材料多样化，这样才能适应现代人的生活习惯，达到较高的艺术境界。

现代商业的门面装饰应使商业化与艺术性有机地结合起来，并且有独特的风格。店面设计必须追求文化品位和内涵。一个好的店面设计不仅从形式上追求现代，追求变化，更重要的是能否表达出一种思想和意境。店面设计就如同一幅广告，不仅画面构图完整，更重要的是让读者了解所设计的产品属性。



二、店面设计的内容

1. 招牌

招牌设计中以店面品牌形象标识为核心。形象标识主要包括文字（店名）、形象标志、商品标准色，应依照企业VI系统中的设计及使用规范进行应用。如果小型店面建立之初尚未建立完整的VI系统，那么就要根据需要重新进行形象标识的设计。

2. 入口

不同的店面，入口的设计风格与尺度均不同。通过各种入口的造型能体现店面的特点，从而达到吸引顾客和体现出不同装饰风格的目的。

（1）封闭型。封闭型店门入口处尽可能小些，面向人行道的门面，用橱窗或有色玻璃将商店遮蔽起来，让顾客先在橱窗前品评陈列的商品，然后再进入商店。如珠宝金银、高级仪器、照相器材等商店，原则上采用封闭型，店铺外观要豪华，以商店门面的结构形式取得信赖，使购买者有优越感。

（2）半开型。同时经营高档商品的店面，由于不能随便过多地把顾客引进店内，因此入口处比封闭型店门大，从大街上能看清商店内部，店门前的橱窗可以设置成倾斜型，引导顾客顺着参观橱窗方向进入店内。百货店和服装店一般可采用半开型门面。

（3）敞开型。敞开型店门的入口处全部敞开，不设橱窗，或设小面积橱窗，或设立小摊档出售商品。一般水果、蔬菜、鱼肉、糖酒商店多用此种类型门面，顾客进出自由，从街上就能看到店内全貌，以方便顾客直奔要购买商品的柜台或货摊，小型商店也多采用此类型。

3. 橱窗

橱窗不仅是门面总体装饰的组成部分，而且是商店的第一展厅。它是以本店所经营销售的商品为主，巧用布景、道具，以背景画面装饰为衬托，配以合适的灯光、色彩和文字说明，是进行商品介绍和商品宣传的综合性广告艺术形式。消费者在进入商店之前，都要有意无意地浏览橱窗，所以，橱窗的设计与宣传对消费者的购买情绪有重要影响。

橱窗的布置方式多种多样，主要有以下几种：

（1）综合式橱窗布置。综合式橱窗布置是指将许多不相关的商品综合陈列在一个橱窗内，以组成一个完整的橱窗广告。

（2）系统式橱窗布置。大中型店铺橱窗面积较大，商品可以按照类别、性能、材料、用途等因素，分别组合陈列在一个橱窗内。

（3）专题式橱窗布置。它是以一个广告专题为中心，围绕某一个特定的事情，组织不同类型的商品进行陈列，向媒体大众传输一个诉求主题。

（4）特定式橱窗布置。它是指用不同的艺术形式和处理方法，在一个橱窗内集中介绍某一产品。

（5）季节性橱窗陈列。根据季节变化把应季商品集中进行陈列，用于扩大销售。

4. 整体色彩规划

整体色彩规划是个性化店面设计的重要环节。运用不同色彩的象征意义，通过有机地组合，才能增强店面门头的视觉辨别力度，同时在色彩和店面、企业之间建立一种色彩联想，通过色彩的渲染，使消费者产生形象认同，唤起他们的情感。

如柯达公司在世界各地的广告门头设计中，都离不开红黄两色基调的色彩战略，使消费者在众多沿街店面广告中，可清楚地识别它的存在。又如“雪碧”汽水饮料，从广告招贴、广告旗、汽水罐瓶包装，到运货车、遮阳伞、雨棚等均设计成绿色，给人以“碧碧清，透心凉”的感觉，使消费者一看到绿色饮料和汽水就想到这是“可口可乐”的产品。

5. 灯光设计

良好的店面照明可以在夜间更好地展示店面形象，创造不同于日光下的特别效果。常用的店面灯光可以分为店头照明、橱窗照明、泛光照明及霓虹灯具。

三、店面设计的要求

为了使店面能更有效地吸引消费者，更准确地推销商品，在设计构思时可以运用定位设计的方法，即全面了解商店所售商品和这些商品的主要消费群体，了解这些消费者的文化层次、工资收入、喜好、兴趣等，进而展开设计。在明确了设计构思方向后，设计就有了依据。定位越是准确，就越能够产生具有吸引力和独特风格的设计，就越能与同类店面拉开距离。

店面设计是运用建筑艺术来美化商店外观，树立商店形象，促进商品的销售，在设计构思时应具有识别性、文明性和透视性的心理要求。

1. 识别性

商店门面设计要具有鲜明的识别性。商店门面设计起到商店脸面的识别作用，商店门面识别性设计，一般有以下三种类型：

（1）具象型：商店门面建筑模式采取与商店经营特色相适应的形状，或给人以新奇的形态来进行设计。其目的在于使消费者有一个独特的视觉形象，便于记忆留存，激发好奇心和惠顾心理。

（2）独创型：商店门面设计有创新的表现，其外形与装饰均有别于同市其他的商店。

（3）风格型：商店门面设计密切配合经营特色，以固有的建筑风格来显示行业的特点，使人们便于识别和产生新奇与亲切的感受。

2. 文明性

商店门前是行人来往过道，商店门面装修往往用现代建筑材料，如大理石、不锈钢等，使门面显得富丽堂皇。同时，配以各种明亮的灯饰，使门面显得格外明亮、洁净。这是一种文明经商、具有时代气息的表现，同时给顾客诚实可信的心理暗示，可吸引过往行人驻足观看和入店购物。

3. 透视性

店面的经营特色不同，店面入口处应有不同的透视性设计。店面入口的透视性是指商店入口类型，是依据经营需要和允许过往行人透视店内陈列的程度来设计。

四、店面设计的方法

1. 招牌设计

招牌的设计和安装，必须做到新颖、醒目、简明，既美观大方，又能引起顾客注意。因为招牌本身就是具有特定意义的广告，夜晚应配以霓虹灯招牌，使顾客或过往行人从较远或多个角度都能较清晰地看见。

(1) 专卖店招牌的作用：

- 1) 引导与方便消费的作用；
- 2) 引起注意与兴趣的作用；
- 3) 反映经营特色与服务的作用；
- 4) 加强记忆、易于传播的作用。

(2) 招牌的设计和装饰应考虑以下内容：

1) 招牌的形式、规格与安装方式应力求多样化和与众不同。既要做到引人注目，又要与店面设计融为一体，给人以完美的外观形象。

2) 专卖店招牌底板使用的材料一般有各类木材、大理石、花岗岩、金属不锈钢板、涂色铝合金板等。招牌文字制作材料可根据需要选用铜质字、定烧瓷质字或塑料字等。铜质字有富丽豪华之感，定烧瓷质字不生锈，反光效果好，塑料字制作简便，但易老化。

3) 常用各种装饰手法使招牌视觉效果更加突出，如用彩带、旗帜来衬托，用霓虹灯、射灯、彩灯等加强效果，形成或华丽、或典雅、或精致的格调。

4) 招牌的安装可以是直立式、壁式，也可以是悬吊式的。

不同店面应根据不同经营对象及定位设计不同类型的招牌。以服装店为例，女装店可选择时尚感强的招牌，且招牌的颜色要醒目；男装店多以西服为主，商品风格较正式，招牌要适应这种风格，要显得庄重；童装店则要活泼、有趣，能吸引小朋友。

2. 入口设计

(1) 设计要点：

1) 在设计店铺出入口时，必须考虑店铺营业面积、客流量、地理位置、商品特点及安全管理等因素。在店铺设置的顾客通道中，出入口是驱动消费流的动力泵。好的出入口设计要能合理地使消费者从入口到出口，有序地浏览全场，不留死角。

2) 店面面积有限，入口和橱窗展示空间要有恰当的比例分配。不同类型店面有不同入口设计，如快餐店多展示大入口，咖啡馆要求小入口且无须展示；大酒店要

求大入口来迎送宾客,显示气派,要求各不相同,需分别处理;小型零售商店往往没有多大展示空间可用,故多借助于入口来展示,无框玻璃装饰应运而生。而大型商店有多个临街的入口,其布置就要考虑组织循环客流和疏导人流。

3) 入口设计多采用强调的手法,即在整体造型协调、合乎行业经营惯例的前提下,给入口以足够的暗示强调,可通过改变入口的方向、走势,改变色彩、装饰材料、水平尺度等方法来强化人们对于入口的注视,取得消费心理的认同。

4) 针对个人色彩浓烈或需要提供私密性服务的场所,店面设计须用隐蔽虚化的方法。

5) 细节设计,如入口的地面也需要精心设计,往往会获得很特别的设计效果。通常选择水泥式、瓷砖式和地毯式等。如:采用石材拼花营造奢华之感;铺上有公司标记的地毯有温馨的感觉;透明的玻璃地面,里面有花草虫鱼,让人轻松愉快。

3. 橱窗设计

1) 要突出商品的特性,同时又能使橱窗布置和商品介绍符合消费者的一般心理行为,即让消费者看后有美感、舒适感,对商品产生好感和向往心情。好的橱窗布置既可起到介绍商品、指导消费、促进销售的作用,又可成为商店门前吸引过往行人的艺术佳作。

2) 要保证商品的安全性,考虑防尘、防寒、防盗、防晒、防震等因素。

3) 橱窗设计往往与入口设计紧密相连,需结合起来考虑。设计橱窗时要考虑顾客的视觉中心,色彩、灯光的处理以及空间的合理运用,橱窗内部设计风格要与店面整体设计风格有机统一起来。

4. 色彩设计

色彩带给我们的情感是强烈的,对于商业店面来说,色彩设计是决定整个店铺形象的重中之重,色彩与环境、品牌等都有着息息相关的联系。色彩已不是包装上的哗众取宠,它已经渗透到企业形象、理念和策略的各个方面,成为企业形象中不可缺少的元素。有效的色彩设计能够使顾客未踏入店内便可感受到品牌独有的魅力与个性,促使消费者的感性因素得到升华,最终调动起购买欲望。

不同色调和对比关系的店面设计,所产生的效果截然不同。城市店面设计要想取得良好的视觉效果和氛围,需要在色彩的配置上特别注意色调和对比关系。色调能表现、抒发情感、情绪与情调,能烘托城市沿街店面门头的情感气氛,而不同色彩的对比关系能带给人不同的视觉刺激,激发消费者的好奇心,进而激发消费欲望。

(1) 色调设计。

1) 暖色调设计。暖色调的设计极具诱导性和煽动性,人们的情绪极易受到色彩的感染,从而诱发进店购物消费的欲望。因为红色、橙色、黄色等暖色调能激发、提高人们的积极性,加快肾上腺



分泌和增强血液循环,使人兴奋,令人增强活力,诱发食欲,有助于食物的吸收。同时红色、橙色、黄色也会使人感到紧张,使顾客不由得加快节奏,产生客流量倍增,经济效益事半功倍的效果。

2) 冷色调设计。冷色调的设计首先给人深沉、悠远、神秘、清凉的感觉。有资料表明,部分冷色调的色彩能降低脉搏跳动速度,消除紧张情绪,易形成一种悠然、放松的气氛。同时,冷色调还能带给人一种自信、沉着的感觉,丹麦的专业音响制造公司B&O,就以其充满理性的蓝色调征服了世界。

3) 长调、短调的店面门头。长调的店面门头色彩设计易表现怀旧、深沉的气氛。如年代久远的酒类店面门头,可采用长调处理,能更好地烘托出酒的纯度及与之对比的酒文化的源远流长。短调的门头色彩设计,具有现代感,视觉冲击力强。一些运动品牌,如耐克、李宁等店面门头设计采用此种色彩组合处理,突出创意,充满动感,有鲜明、跳跃的时代特征。

(2) 色彩的对比。

城市沿街店面门头色彩组合的选择,要根据商店经营商品的性质来定。即店面的色调应与该商品主体色调协调。为了协调,加强店面门头的自身风格,可利用色彩的明度、纯度、色相、冷暖、面积等对比,刺激人的好奇心,激发消费欲望。其具体表现在以下四个方面:

1) 冷暖对比。根据色彩的心理作用,可以将色彩分为冷、暖两组。冷暖对比就是将成对的冷暖色并列,冷暖感觉会更加鲜明,冷的更冷,暖的更暖。同时,色



彩的冷暖又具有相对性的特征,比如红色与黄色并置,黄色有冷的意味,但黄色与蓝色并置时则没有冷的意味。在冷暖对比中,冷暖倾向越单纯,对比越强,刺激力越突出。冷暖对比运用得当,可增加店面门头色彩的生动感和活泼感。一般在设计中应以一色为主,另一色为次,才能取得和谐统一中又有对比的效果。

2) 明度对比。属于色彩属性上的对比,每一种色彩都有自己的明度,将两种以上不同明度的色彩并置时,产生明者更明、暗者更暗的现象即为明度对比。从色彩应用角度来说,明度对比的恰如其分是其他色彩对比的基础,是配色的主要手段之一。配色的目的就是掌握各色之间的明度对比,不同的明度对比,给人以不同的视觉作用和情绪影响。在店面门头色彩设计中,明度对比强烈时,门头形象清晰度高,并在一定距离内能看清楚。反之则形象模糊,远视效果不太好。可以看出,明度对比是决定店面门头色彩的光感、明快感、清晰感等多种感觉的关键。

3) 纯度对比。即因色彩纯度差别而形成的对比,包括鲜艳色与灰调色彩的对比,纯色与纯色对比以及纯色与灰色对比。一般来说,高纯度的色相明确、醒目,较易引起视觉上的兴趣;而低纯度的色相含糊、晦暗,人们心里感受较为单调。利用纯度对比的特点可增强用色的鲜艳性,造成一种清新与模糊、鲜艳与灰暗的对比效果,纯度对比越强,鲜艳的色相越生动。由此,在店面门头色彩设计中,我们可以总结出下述效果:纯色与纯色对比时,须注意明度变化,运用中间色加以协调,使门头色彩鲜艳且协调;对比色的搭配,要注意门头两色之间的纯度变化,必须一强一弱、一灰一鲜、一明一暗,这样才能达到鲜艳又沉稳的效果;当门头以灰色调为主时,须点缀些小面积的高纯度色彩,使门头色彩避免陈旧感。

4) 色面积、形状、位置与色彩对比。色面积、形状、位置在店面门头色彩对比设计中,都具有较大的影响因素。

在店面门头设计中,色面积是取得画面视觉平衡的关键。选择合适的色域,确定不同的色面积,能直接影响门头的色彩对比效果,色面积越大,对比的效果越强,反之亦然。

形状呈现集聚的色彩具有注目性、稳定性,形状越集中,色彩对比效果越强,反之亦然。因此,在店面门头的色彩对比中,把握色形状对色彩对比的影响,关键在于控制好色形状的聚与散。

色彩对比与色位置。同一色彩在门头中位置不同,给人的心理感受就不一样,而同一位置不同色彩,给人的感受也不尽相同。可见,色位置在店面门头色彩设计中成为色彩构图的关键因素之一。有研究证明,在其他因素不变的条件下,两色距离远,对比较弱;两色距离近,对比较强;一色置于另一色中,对比最为强烈。因而,在城市沿街店面门头色彩设计中,色位置的改变,即改变了门头构图的关系,也就改变了色彩对比的效果,进而影响到构图的视觉平衡效果。

此外,城市沿街店面色彩设计还有很多其他影响因素,包括目标市场、环境、文化、流行色等。由于时代、国度、民族、文化教育、风俗习惯、宗教信仰、政治背景的不同,世界各地和各民族对色彩的需求千差万别。即使是同一国度的人,也因年龄、性别、爱好的差异对色彩的需求有所不同。因此,设计者要了解不同国

度、地区、年龄、性别的人对色彩的好恶情绪，运用色彩的不同感情特征，使设计得到绝大多数人认同。

5. 灯光设计

恰到好处的灯光设计，不仅可以照亮店面的外观环境，还原装修材料的色彩肌理，塑造门脸的造型特点，强化光影效果，而且能渲染气氛，使得店铺门脸在夜色与灯光的相互映衬下，意境迥然。

（1）对照明的灯具种类、布光形式、光源冷暖、节能效果、场景灯光模式等方面全盘策划，同时，还要依据门脸场景气氛要求的不同，研究不同灯光效果给人的心理感受，追求灯光的意境表达，营造千姿百态的店面夜景气氛。

（2）店头照明：店头照明是吸引顾客的重要环节，在入口处可适当加强光线，一般店头比店里稍微亮一些。太亮的话，由于光形成遮幕现象，使人感觉店内阴暗，当然有些餐厅、美容院等会有意突出明暗对比，从而降低透视度。

（3）橱窗照明：在白天，橱窗也应保持一定的基本照明，这样可以有效地防止反光现象。橱窗照明中，要运用重点照明和装饰照明手法，有效地表现商品，如脚光照明从下方照亮商品，可以表现其轻轻浮起的感觉，反光照明从背面照射，可以强调玻璃制品等的透明感。

（4）泛光照明：泛光照明是使用投光器等照射建筑物表面。泛光照明可以使建筑物亮度大于其周围环境亮度，塑造建筑物的立体感。投光器的位置和数量由建筑物的规模、体形及周围环境等因素决定。投光器本身要有灯罩，以避免眩光。

（5）霓虹灯具：霓虹灯具是一种辉光放电灯。霓虹灯因内充气体不同，电流大小变化，可以呈现不同的颜色。它可制作成各种形状，因此被广泛应用。设计中应注意的是，霓虹灯管不应破坏店面在自然光下的形体。

总之，店面设计是商业竞争的重要部分，不单是名称与标志的罗列，关系到能否招来更多的顾客，关系到能否定位店面经营的准确信息，关系到能否传达店面的服务理念，关系到能否传播店面的品牌效应。店面形象作为视觉载体，不仅要有鲜明的时代识别性，承载多方面的传达意义，更要蕴含强烈的创意特质与文化内涵，需要设计师根据不同店面对象，进行因地制宜的设计创新。



第二部分



餐饮类设计案例



