

XIANDAI SHANGYE

SHI NEI SHE JI

现代商业室内设计

主编：许祥华 副主编：陈佩琛 唐金龙



上海科学技术出版社

现代商业室内设计

主编：许祥华 副主编：陈佩琛 唐金龙

编绘：唐金龙 许 倜 许祥华



上海科学技术出版社

(沪)新登字108号

责任编辑 朱仰慈

现代商业室内设计

主编: 许祥华 副主编: 陈佩琛 唐金龙

上海科学技术出版社出版、发行

(上海瑞金二路450号)

新华书店上海发行所经销 上海市印刷一厂印刷

开本787×1092 1/16 印张13 插页12 字数304 000

1992年6月第1版 1992年6月第1次印刷

印数 1—5 600

ISBN 7 5323-2798 1/TU·95

定价: 12.70元

内 容 提 要

随着我国改革开放的深入发展,城乡商业日趋繁荣昌盛,商业室内设计显得越来越重要,为满足社会上这一需求,本书汇编了世界上东西方当今较为流行的各类商店设计图例300余幅,并有多种主要类型的商业室内环境设计的施工详图,以供专业人员作为营建施工的资料。本书还有相当篇幅的商业室内环境设计的基本理论知识介绍及国外较新的商业图片资料。

封面、封底

上海新客站“龙门宾馆”大堂、上海展览中心“友谊厅”（设计人：陈佩琛）

序

商业建筑有双重性，它既须具有丰富城市面貌的任务，又须具有促进推销商品的作用。商店营业的成功不仅依赖商品本身的质量和展出效果，而销售商品的布局以及商店室内和室外的优美建筑气氛也起着很重要的作用。一个优美的环境，往往使顾客驻足留连忘返。由于各类商店，如百货商店、书店、药店、珠宝商店、理发厅等等各具有各自的特点，因此，商店设计亦为一项专业设计。设计者不仅须具有建筑设计的基本训练，更须调查理解各类商店的特殊要求，了解现代国内外商店设计的趋势，使设计能反映现代建筑艺术和技术风格的特点。

随着我国经济的繁荣和发展、生活水平的提高，人们日益要求有舒适和便利的购物环境。因此城市商店环境设计工作日趋重要，需要匠心独具，作出富有创造性的设计。为了满足目前社会这一发展的需要，本书作者绘制了东西方各国较流行的各类商店环境图页300余幅；书中以主体透视图为主，局部辅以平面布置对照，并有商店的功能、色彩、材料、声、光、绿化等基本知识的论述和设计理论的介绍，实为供商业工作者及建筑设计专业人员参考之图文并茂的书籍。商业建筑需要推陈出新，但设计时间往往十分紧迫，因此本书所提供的各种设计概念，肯定能赋予设计者一定的启发。

汪定曾

上海市民用建筑设计院

一九八九年十二月

前 言

室内环境设计是建筑设计的延续，它是建筑设计不可分割的一部分。室内设计与建筑设计在设计要素和原理方面有很多共同点，例如它同样是紧密结合科学技术、材料设备和结构施工进行的，室内的空间艺术同样是功能、技术与艺术的综合表现。它的艺术形式受到现代商业经营、生活方式、建筑思潮及各种建筑流派的影响，形成各种不同的艺术风格。但它又有自己的特点：一是绝大多数顾客和营业人员所处的环境、所感受的空间、所接触的商品和陈设或从人们整个交易活动、办公、休息所占用的时间来看，是同室内有关的。二是由于它与人们接近，所以商店室内环境设计在商业陈设与装修，人体尺度和操作，人工小气候和商业气氛的创造，接触材料时的手感等方面比单纯的建筑设计更要仔细地为人考虑，更要经得起人们的直接“品味”和观察。三是商业上的宣传性。

商店室内环境设计并非是在建筑建成之后再在室内布置陈设做些涂脂抹粉的工作，它是建筑设计的延续、并和建筑设计相继完成的。建筑大师莱特(F·L·Wright)、勒·柯布西埃(L·Gorbusier)等都非常重视室内环境的创造，莱特说：“房屋的存在不在于它的四面墙和屋面，而在于那供生活用的内部空间。”又说：“一个建筑的内部空间便是那个建筑的灵魂。”这和中国古代哲学家老子的说法“当其无，有室之用。……”(即室中空无的地方正是室中有用的地方)相一致。

中国古代建筑的室内装修也有极高的水平，历代统治阶级为了自己的生活享受及显示他们的尊严和富有，往往在建筑内部搞得金碧辉煌。人们仔细观察，不论是结构构件的雕梁画栋，还是配在门窗上的兽环门扣，或是起分隔空间作用的屏风、陈设，无不与建筑空间的布局与建筑构件的构造本身密切相结合，成为不能舍弃的有机组合。这也说明了好的室内设计应该是建筑的有机组成。就拿中国梁柱上的彩画来说，它既是造成空间环境气氛的艺术上的需要，又是保护木结构技术上的处理，且彩画的构图与木构件的造型紧密结合，巧妙地勾划和衬托出木构件优美的外形。

随着现代商业的发展,人们对室内商业空间的要求更高,由过去各自为政的专业性商店逐渐发展出现为空间相连的组合式商店,以至发展出现后来大型商场及现代的超级市场。商店的形式也由单纯的室内商店而逐渐出现室外有玻璃顶盖的商业街或商业广场,室内设计的手法也随着有较大的发展,出现各种流派,其大致有:

1. 20世纪现代建筑思潮的兴起,商业室内设计运用现代技术,现代材料、设备及施工手段作为美学创作基点的“机械美学”,在现代化商店设计中表现得很为特出,它追求光亮强烈效果,喜欢综合运用铝合金、不锈钢、大理石、花岗石和玻璃幕墙等反光性能较强的装修材料构成,使之能取得光彩夺目和强烈的视觉印象。

2. 反映工业方面成就的室内设计时以暴露设备管道、自动扶梯,以及结构构件的各种组合,以取得原始的结构美。

3. 运用各种材料的质感与色彩、钢筋混凝土模板的天然木纹、天然石料的质地等,使室内减少人工味,尊重材料的本来面目。

4. 重视环境对人的心理影响,使长期身居闹市的顾客获得片刻田园生活的宁静气氛,常常在有限的商业环境中组合庭院绿化的布置,结合灯光水影,产生幽雅清新的景观。

5. 为迎合人们的购物心理,创造有利于吸引潜在购物者的节日气氛,将商场景观化,使室内外环境沟通,将购物与观景相结合。

6. 商品广告及标志,在商业环境中的宣传作用和气氛的造成是不可忽视的(标志设计在后面有专门叙述)。广告及标志要与商品陈设、灯光布置、空间环境有机的结合,它应纳入完整的室内设计之中。

7. 商品陈设在许多商店中成为主体,设计者运用空间和色、光、音不同的手法对其进行渲染,使其对顾客产生强烈的感染作用。如灯具店、布店、服装店……商品本身就具有感染力,商品的陈设在室内设计中起主导作用。

8. 格调与风格在特殊的商店中起着主导作用,如茶馆店、中药铺没有“中国味”就是失败的。“和风”餐馆、中式餐厅、法式餐厅都有强烈的地方特色。舞厅、会场、剧场也不相同,设计时应有不同的处理手法。

编 者

一九九二年四月

目 录

一、现代商业室内设计的基本原理	1
1. 信息原理(研究商业上的宣传性)	3
2. 统一与变化	3
3. 重点突出	3
4. 秩序、韵律、节奏	3
5. 意境、风格及(E)	4
二、现代商业室内设计的要素	5
1. 功能	7
2. 界面、陈设	8
3. 色彩	8
4. 材料	9
5. 照明	15
6. 音响	17
7. 家具	19
8. 人体工程学	21
9. 室内园林	23
10. 标志	30
三、现代商业室内环境图例	33
1. 商场、百货商店、各类商店	35
2. 服装店	64
3. 鞋帽店	78
4. 娱乐场所	84
5. 国际式餐厅、西餐厅	91
6. 自助餐厅、快餐厅、食街、进厅、楼厅	110
7. 中餐厅、日本餐馆、小吃店	116

8. 酒吧、咖啡馆、茶座·····	132
四、现代商业室内环境设计图、施工详图·····	157
1. 酒吧·····	159
2. 小饭铺·····	164
3. 咖啡厅·····	170
4. 旅馆·····	175
5. 小吃店·····	178
6. 商场·····	180
7. 美容院·····	184
五、桌椅尺寸与客座布置·····	187
六、商业环境室内透视各种表现画、商店设计图片资料·····	197

一、现代商业室内设计 的基本原理

1. 信息原理(研究商业上的宣传性)

$$\frac{\text{信息量}}{\text{作用时间}} = \text{感受量}$$

①为商品环境塑造美的形象。越美的环境，商品发出的信息量越大，给顾客的感受量也越大。

②适应顾客的需求，研究顾客在商业环境中的视觉效果、心理状态，一切为顾客着想，一切从顾客出发。

③研究和采用信息传达的最佳过程(声学、光学、视觉、触觉)。

2. 统一与变化

统一与变化是适用于一切艺术表现的一个普遍原则，在装修设计时也应该运用这一基本原理，如同一首悦耳动听的交响乐，既有不同节奏不同旋律的变化，又有贯穿乐曲始终的主题音调，使其在统一中求变化，在变化中有统一。室内设计中材料质感、色彩、图案或线脚处理，空间的排列与组合等等，都应遵循这一原则，不这样就会产生设计中的混乱现象。在复杂的或多元的设计中乱往往是难免的，但也可以采用一些治乱的措施，例如：

①加组合柜作掩盖的方法。

②在空中或地面陈设中加统一体的方法。

③可用色彩和其它手段来统一的方法。(金、银、黑、白四色是中性的，它是与任何环境皆协调的色彩，可以藉此来取得环境色彩的统一)。

3. 重点突出

在每个商业环境里要看功能要求，主要表达什么，部件只能突出少数几个，视觉上只能有一至二个焦点，不能多点。在一个商业环境里往往有一个主要的装饰重点，也就只有一个中心。在这空间中，人的自发注意力被某一兴趣中心所吸引，如一联串灯，一组商品陈设，一个雕塑，一盆名花，一件古玩，一个壁饰。商品的布置不能平铺直叙，它应在商店中选择人们视野中心产生一个高潮，采用最亮的照度，或者用反光的材料，或者用强烈的色彩对比，来渲染某种典型商品，使顾客产生强烈的印象，其它装修仅可作为陪衬。不能搞许多中心，到处是重点就没有重点。

4. 秩序、韵律、节奏

商业室内环境是有许多“元素”组合而成的，它们有形状、色彩、质感、肌理图案等等。一个建筑室内空间可保持几个“元素”的秩序，但至少要有有一个“元素”的秩序能保持始终。秩序可有环境内外的延伸及环境内内的延伸。一

般再分割的商业大空间常以秩序延伸来处理，这样可给人以流通和完整的空间印象，取得较好效果，如在空间流动中互相渗透的日本餐厅，常常有部分天花及墙面互相伸进。两个封闭的空间其秩序也可以延伸，如在客房中窗帘、地毯、墙面、沙发面料、床罩中只要能保持一个主要图案和色彩不变，而另一个房间也可以归纳同一种秩序。室内环境有组织地重复变化，运用一种色彩、图案等“元素”，会引起人们的节奏感。有规律地、有起伏地、深浅浓淡的变化会激起人们的韵律感，给人以美的感受。

5. 意境、风格及(E)

设计者的意图是通过在环境创造出的意境去给顾客以感受的，商业室内环境中意境的创造与一幅美术作品意境的创造是不同的，但也有近似之处，其对比如下：

室内设计	美术作品
人与人、人与物、物与物、人与环境直接接触	描绘
功(能)利(用)	非功利
多部件的组合	形体、点、线、面、光、色
限制性的创作	自由创作
构成手段复杂	构成手段为绘画材料
工业化生产	手工操作
创造功能环境	创造艺术价值

因此我们可以得知商业室内设计美的规律为：

- ①发挥现代化产品的机械美。
 - ②具有简单明确的图形(标准色块、标志、照明等构成多样的组合)。
 - ③要追求建筑感，不要工艺感。最重要的可总结为两点——尺度、形状。
- 商业室内设计中多有运用折衷主义(ECLECTISM)的手法：

①从哲学上讲设计师为了取材于不同的源泉来达到对比，加强效应，这与那种随意凑合、不中不西、不古不今、不伦不类的产物是不能等同的。

②也有功能上的选择依据，由功能决定采取的形式。

③有美学上的依据，美学上有揉合、融合、冲突、插入等手法。例如中国传统的色彩，朱红、石绿、洒金等都可运用到以现代为主的各种商业空间中去。总之折衷主义设计手法可归纳为：

- 现代为主插入古代的
- 服从功能的原则
- 多种源泉的配合

二、现代商业室内设计的要素

首先是适用性，包括使用功能和精神功能。其次是界面、陈设、标志、声、光、热、家具、材料、景观、小品等，这是一门涉及面很广的综合环境设计的科学。

1. 功能

商业建筑的功能主要表现在室内空间的使用，即空间的适用性。无论那一类商店都不能脱离该商店的基本功能，以及这个基本功能所要求的空间感、环境气氛等。满足室内空间的基本功能要求，包含两方面内容：一是各类人员在其中活动的基本生理要求，流线组织等；二是满足商店的营业要求，尽可能提高室内空间的有效利用率。对于一般商店来说，就是一方面要满足各类人员的行走、交易、办公、休息等等活动的舒适性，另一方面应尽量扩大商品陈列面积及交易面积，尽量减少不必要的无收益的室内空间。即使是以创造气氛，寻求意境为主的（如舞厅、游乐场等）室内空间，也不能忽略室内的适用性，而将该室内设计成为游离于室内功能，干扰、冲击室内适用性的附加物。创造商店室内空间环境，寻求商业空间的意境，满足购物者在商店里的心理要求，可以认为是另一方面的功能。由于不同的建筑性质，不同的使用要求，不同的投资水平和不同人的使用，室内设计在满足物质功能和精神功能这两方面的侧重点是不同的。所以在考虑功能中首先要明确的是建筑的性质，使用对象和该空间的特定用途，如这是商场中的那一部分，是什么商店，是涉外的还是对内的……不同的内容有不同功能，也就应该有与之相应的室内设计与装修。例如一个餐厅室内设计，设计师应了解如下一些内容：

- ① 投资情况、预算、是否分期装修、总造价的控制等。
- ② 餐厅供应的是中餐还是西餐，是法式、日式，或是快餐、咖啡茶座。
- ③ 营业和炊事的面积规模。
- ④ 顾客及服务人员规模。
- ⑤ 餐厅各种进出口路线，左右环境及变通情况。
- ⑥ 水电管道情况，有何空调要求，有何特殊设施。
- ⑦ 音响、电视、电话、电器的安装要求。
- ⑧ 需要什么样的空间及风格，是传统式还是现代式，是折衷式还是东方式。
- ⑨ 在色彩方面，是喜欢明亮色彩还是柔和淡的色彩，是深暗的还是中性色彩，不喜欢什么色彩，有何禁忌。
- ⑩ 喜欢那一种图案、那一种形象，不喜欢那一种图案，有何禁忌。
- ⑪ 喜欢用那些装修材料，木制、涂料、纺织品、塑料、石料、玻璃、竹藤制品等。