

欧洲 商业建筑装饰图集

OUZHOU
SHANGYE JIANZHU
ZHUANGXIU
TUJI
SHANGHAI
KEXUE JISHU
CHUBANSHE

刘盛璜 褚志浩
上海科学技术出版社

TU247-64
0251

欧洲商业建筑 装修图集

刘盛璜
褚志浩

刘盛璜 褚志浩

上海科学技术出版社

(沪)新登字 108号

欧洲商业建筑装修图集

刘盛璜 褚志浩

上海科学技术出版社出版

(上海瑞金二路 450 号)

新华书店上海发行所发行 余杭县人民印刷厂印刷

开本 787×1092 1/16 印张12 插页4

1992年1月第1版 1992年1月第1次印刷

ISBN 7-5323-2482-6/TU·82

印数 1—2,500 定价: 80 元

商业心理学和

商业建筑装修设计

商业是调节人们供求关系的重要手段。从远古的以物易物到今天的物资贸易，信息交换，货币流通等，无不为了满足人们的物质和精神需求。因此为商业提供场所的商业建筑则类别繁多，无所不在，大至一座城市和商业街，小至一片商店和售货亭。根据商业功能和经营方式，商业建筑主要类型有：交换商品的商店，提供饮食的餐馆，为旅游服务的旅馆，供货币流通的银行和票证交易所，为财产和生命保险的公司以及商业性的文化娱乐设施等等。

商业心理学是运用心理学的基本理论研究商业活动中的人际行为及其心理特征的科学，是商业建筑装修设计的理论基础。

在商品交换过程中，一切商业心理活动都反映在两个方面，即顾客和业主。业主为了盈利，借助各种商业手段，诸如商业广告、商品陈列、商品价格和商店装修等招徕顾客；顾客根据自己的经济条件、爱好和生活环境，选购适用、经济並富有艺术性的商品。两者通过市场机制，调节供求关系。供过于求时，顾客对商品的挑剔性则高，业主牟利困难，商业活动更加依附于顾客，並极为重视商业信誉，为了在商业竞争中处于领先地位，则更加重视店面的装修设计和商品陈列，商业建筑变得更加形形色色。西欧国家多处于这种状况。反之，商品求过于供时，顾客心理反映在对商品的迫切性，商业活动呈现盲目性，对商店的装修和商品的陈列也重视不够，发展中国家多处于这种状况。

欧洲的商店及橱窗，正是根据上述商业心理活

动，从事建筑装修设计的。依据人体感官主要是“五觉”的特点（视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉），以及“向光性”、“向异性”等心理特征，采用“形”、“光”、“色”、“质”等多种建筑装修设计手法，延长顾客在商品前的“视觉暂留”时间，以达成交获利之目的。

商店出入口设计，采用变化的空间、诱人的灯光、鲜艳的色彩、奇异的形体，以及雕塑、绘画、模特等方法，引人入胜。橱窗设计，根据商品性质和种类、店面位置和大小，选用柜式、厅式、岛式等不同的橱窗型式，运用窗形变化、商品陈列、配景选择、灯光设计、色彩处理等方法，美化商品，吸引顾客。商店内装修，注重商业气氛的渲染，以展示商品为中心，选择布置商品柜和货架；以烘托商品为目标，装修室内各个壁面；利用吊顶、挂落、商品等分隔，美化室内空间。按照顾客的心理要求，采用舒适的视觉照明和通风设施。

经营饮食业的业主，除了根据自己的经济实力、技术水平确定自己的经营范围外，还要顾及周围环境、所在地区的经济、文化生活水平以及风俗习惯，确定自己的经营方式。如果经济实力雄厚，那么在经营规模较大的餐馆和酒吧时，应反映出自己独特的烹调技术，周到的服务和舒适幽雅的环境。此时顾客来这里，已不只是为了饮食的需要，更兼有社交、休息和娱乐。他们的用餐时间长，业主要充分考虑到顾客的使用舒适性和私密性要求。另一种是遍布街头巷尾的各种形式的小餐馆和饮食店，其经营特点是方便顾客，薄利多销。此时的顾客，主要是满足饮食的需要和短暂的休息，业主要掌握顾客的心理，使菜单价格和菜样一目了然，方便顾客进出。

业主根据自己的经营方式、餐馆位置、顾客行为要求，采用多种方法装修餐馆，招徕顾客。位于商业繁华地段或风景名胜地区的大型餐馆，建筑造型独特，出入口醒目，餐桌布置错落有致，减少互扰，暖暗灯光，餐厅雅致，顾客风采，真假绿化布置，增强生活气息；家具、陈设、台布、餐巾、别

具一格。大量的小餐馆和饮食店，则因地制宜。在城市中，其建筑造型，如同商店，在风景区，形同别墅。建筑装饰，风格各异。现代餐厅，光怪陆离；传统餐厅，乡土气息。无论哪一类餐馆，都具备现代化厨房，清洁的环境，使顾客流连忘返。

经营旅游业的业主，同样应根据自己的经济实力和所处的地理环境来确定经营方式和规模。经济实力雄厚的业主，又处于交通方便、环境幽雅地段，宜造三星级以上的宾馆。由于房租较贵，来这里的旅客多数居住时间不长，但满足旅客洁净、舒适、安全、方便的居住要求，应是业主服务的宗旨。这类建筑物的造型要有自己的个性，公共用房及设施齐全，内外建筑装饰格调高雅，施工精细。另一类是位于风景地区的旅游性旅馆，来这里的旅客，居住时间更加短暂，常是早出晚归。他们的客房应有良好的视野，而不强调有良好的朝向，旅客对公共用房的设施和客房的陈设要求也不高，但环境必须整洁。供应早餐，甚至午餐和晚餐也是这类旅馆的特点。还有一类大量的遍布城市各个角落，特别是交通方便、商业繁华地区的社会性旅馆或小客店。这类建筑物的型式多种多样，来往旅客也较复杂，居住时间各不相同，有团体的，有匆匆而过的单身客，也有长期包房的老住户。这类旅馆的租金一般不贵，旅客对客房的陈设及装修的要求也不高，但安全卫生是起码的要求。在欧洲，这类小旅馆形同住宅，比比皆是，出入口有较明显的标志，电话订房、设备齐全，供应早餐，环境舒适，使人有宾至如归之感。

从事金融和保险业务的业主，商业信誉是业主的主要奋斗目标，它高于其它一切商业活动，有信誉则盈利，失信誉则倒闭。在西欧，顾客的金融保险受法律保护，是保密的。因此为这类商业活动服务的银行、储蓄所等，不仅在商业道德、服务态度、优惠利率等方面吸引顾客，而且其建筑形象也要博得顾客的信赖。一类是大银行及其下属机构，不仅在国内起金融引导作用，在国际上也有很大影响，他们雇用的职员是高层次的，其总行往往以独特的高

大的建筑造型和高格调的内外装修，来显示他们的经济实力。这类建筑一般集中于商业大城市的金融地段。设备齐全，装修现代化，不仅有宽敞舒适的营业大厅，而且有很多现代化的写字间和优雅的建筑环境。另一类是一般的储蓄银行和储蓄所，在金融流通中他们为顾客提供极其方便的储兑条件。这类建筑分布在大中小城市和乡镇的各个角落，形成一个金融网络。建筑外装修简洁、厚实，内装修舒适而有人情味，出入口有着显著的金融标志。也有少数的储蓄所，采用奇特的建筑形象，增强识别性，吸引顾客。

由此可见，不同的商业活动所反映的商业心理和行为是各异的，它们的建筑造型及其内外装修也各不相同，在商业建筑装修设计中，人们正是利用上述的心理过程和心理特征，通过各种建筑装修设计手法，创造出许许多多造型各异、形象生动、色彩丰富、施工精致的商业建筑。

目 录

商业心理学和商业建筑装饰设计	1
商店和橱窗	1
商业街规划	2
商店建筑造型	4
商店出入口	8
商业橱窗	25
商店内装修	43
售货亭和商业广告	59
餐馆、酒吧和咖啡馆	63
餐馆、酒吧和咖啡馆实例	64
室内外装修	92
室外餐座	113
旅馆	117
建筑造型及外装修	118
公共空间装修设计	126
客房内装修	145
银行、储蓄所	149
建筑造型及外装修	150
营业空间装修设计	160
办公空间内装修	172
特例	175
后记	179

商店和橱窗

- 商业街规划
- 商店建筑造型
- 商店出入口
- 商业橱窗
- 商店内装修
- 售货亭和商业广告

● 商业街规划

商业大街 汽车是欧洲各国居民的主要交通和代步工具。商业大街的规划及其尺度，一般均要考虑车行道的要求，主要商业街的宽度约为20~30米，街道两旁多为“住商结合”的多层建筑，有时也穿插一些高层建筑。大道两旁有宽阔的人行道，布置以绿化和行道树，偶尔也设置一些商业橱窗。少数城市还在人行道上划分出自行车道。

▼ 有街心绿化带的商业大街 捷克斯洛伐克 布拉格

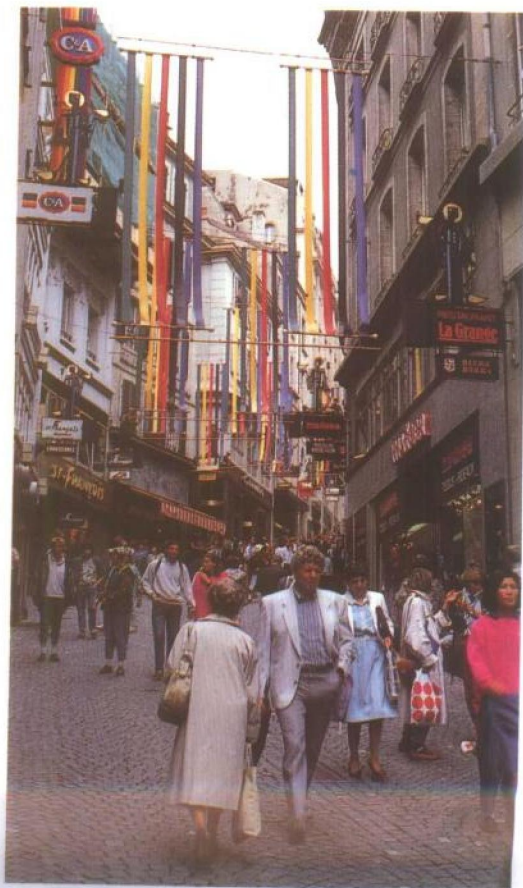




超级市场中的商业通道 荷兰 海牙▲

商业步行街上空悬挂着彩旗和标志，增加了商业气氛。 瑞士 伯尔尼▶

步行街 在欧洲的许多城市中都辟有商业步行街，街宽6~12米，两旁多是“住商结合”的多层建筑。这个空间尺度很适合人们购物，在旧城改扩建中运用得较多。有的于地下通道两旁，有的沿河两边，不少商业中心、超级市场也采用类似的空间形式。



●商店建筑造型

住商结合 住商结合是欧洲各国商业建筑的主要形式，即底层为商店，上部为住宅、办公楼、旅馆等。建筑造型及其装修基本上依据上部建筑的性质而定，底层商店则通过一系列装修设计手法来强调其商业性质和商店个性。

联邦德国 波恩 ▶

荷兰 阿姆斯特丹 ▼

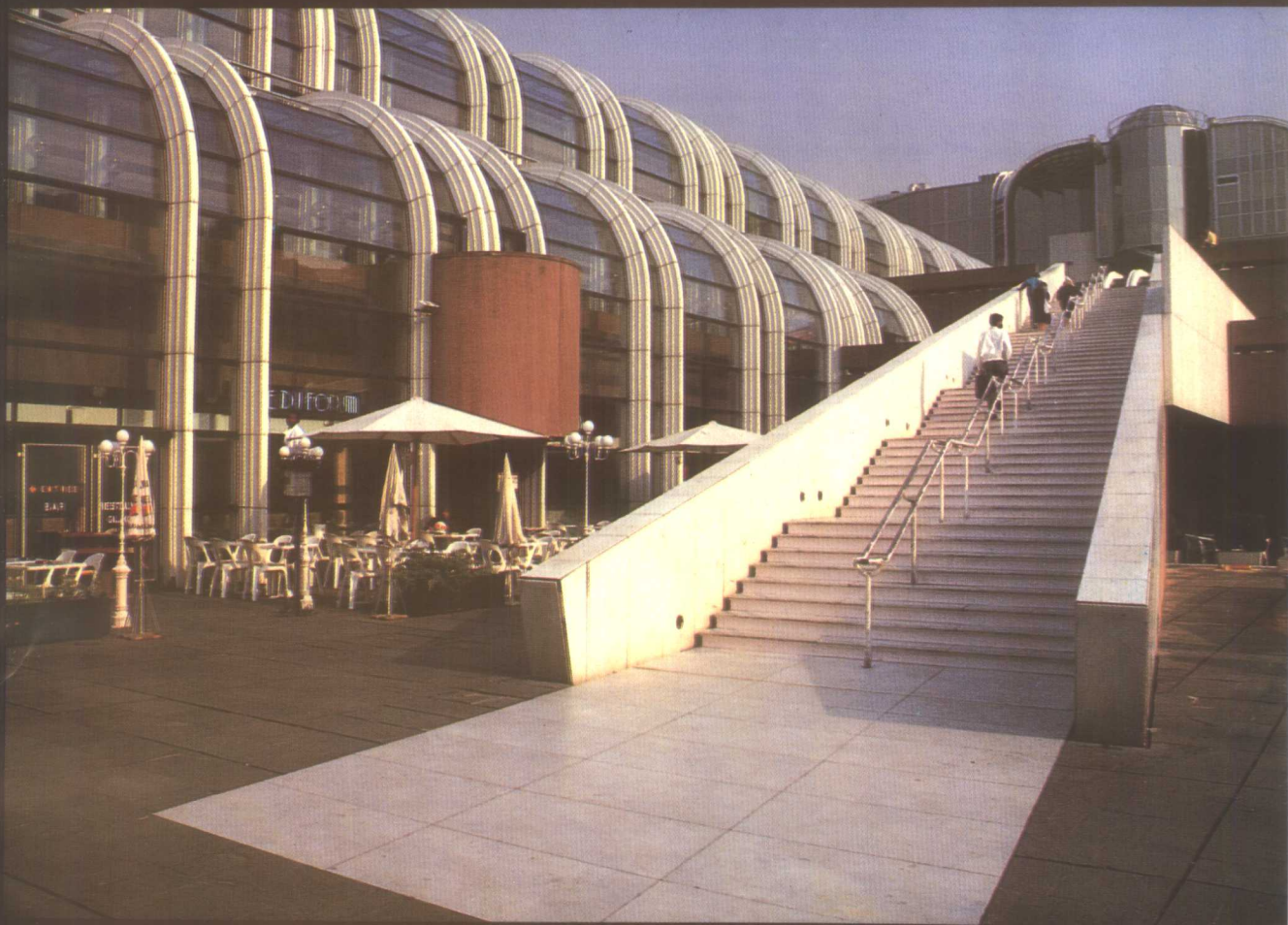




瑞士 苏黎世▲

瑞士 阿尔伯施塔特◀





下沉式超级市场采用玻璃幕墙，钢结构外露，建筑造型似瀑布流水。

法国 巴黎▲

墙面采用大面积镜面玻璃，使建筑形体和环境融为一体。法国 巴黎◀

●商店出入口

商店出入口是商店外部装修的重点。业主为了宣传商店的商业信誉，突出商业标志，增强商店的识别性和个性，采用了各种建筑装修手法，有的将入口处退后，形成一个灰空间，以便引入过往行人；有的利用入口的奇特造型来标新立异，有的采用灯光、色彩、雕塑、绘画以及和橱窗相结合的方法来装饰商店入口，招徕顾客，给顾客留下一个深刻印象。

入口退后，与橱窗结合，突出了入口空间。 意大利 佛罗伦萨▶





刻有商店铭牌的大理石壁与绿化结合，塑造和丰富了街道与商店之间的过渡空间——灰空间，形似一幅蕴意无穷的画面。 瑞士 苏黎世 ▲

橱窗造型活泼，使入口处的空间具有流动感。同时还运用了符号，突出了商店的个性。 瑞士 苏黎世 ◀