

现代室内装饰手册

商厦店堂篇

陈同纲 郑曦阳 杨雪 主编



A0941857

中国计划出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代室内装饰手册: 商厦店堂篇/陈同纲、郑曦阳、杨雪主编.—北京: 中国计划出版社, 2000.7
ISBN 7-80058-840-8

I. 现... II. ①陈...②郑...③杨... III. ①室内装饰-手册②商店-室内装饰-建筑设计 IV. TU238

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 06636 号

现代室内装饰手册

商厦店堂篇

陈同纲 郑曦阳 杨雪 主编

☆

中国计划出版社出版

(地址: 北京市西城区月坛北小街 2 号 3 号楼)

(邮政编码: 100837 电话: 68030048)

新华书店北京发行所发行

二二〇七工厂印刷

787×1092 毫米 1/16 12 印张 4 插页 135 千字

2000 年 7 月第一版 2000 年 7 月第一次印刷

印数 1—3000 册

☆

ISBN 7-80058-840-8/TU·167

定价: 24.00 元

前 言

现代室内装饰受现代人的理念和行为支配,强烈地追求全方位的文化品味和个性化的艺术风格,以及使用与审美的功利性和内在精神的象征性。

当今,中国的室内装饰受到党和政府的关怀与倡导,室内装饰发展速度之快,造型风格之异,艺术流派之多,功能用途之全,呈现出前所未有的繁荣景象。

《现代室内装饰手册》分“宾馆饭店篇”、“商厦店堂篇”、“写字楼宇篇”、“娱乐场所篇”、“私家居室篇”5个分册,是作者集中大量实践经验后独立思考创作的结晶。其设计思想、设计程序、设计风格独特;并且提醒人们注意到室内装饰的种种误区,介绍了装饰材料材质、施工质量的评定等。

《现代室内装饰手册》是作者奉献给快速发展的室内装饰业的一束小花,她将给您的室内装饰设计、施工、验收带来新念与欢快,她将和您一起去装点繁茂的室内装饰业大花坛。

当然,本书的编著必然存在不足和不妥之处,在此,恳请智者、仁者不吝赐教,以补过失。

陈同纲

二〇〇〇年春节于南京

第一章 构成商场地位的因素与其装饰特点

一、销售商品的品种决定商场地位

任何一个商品交易的室内场所都能称之为商店或商场。从熙熙攘攘的集市到各式各样的专卖商店,从路边小店到巨型综合性购物中心,都是人们日常生活所离不开的。面对五花八门的商店,我们只能在理解与认识它们的基础之上,才能更好地去设计它们。不同的销售方式决定了商家不同的经营模式和经营规模。根据商场的销售模式和商品的种类与数量,一般可将商场分为百货商城和专卖商城两种。

(一)百货商城

所谓百货商城(店)即在同一商店销售空间内,同时经营多种商品,主要以售货员介绍商品的销售形式为主。根据国家内贸局目前公布的《零售业分类规范意见(试行)》的规定,百货商店可根据经营面积和经营规模分为小型百货店、中型百货店、大型百货商场和巨型综合性购物中心 4 种形式。

1. 小型百货店。

营业面积:面积在 10m^2 左右的微型商店到面积为 1000m^2 以下的百货店。

经营项目:主要为油盐酱醋、针头线脑等人们日常生活必不可少的物品。小型百货店是与人们生活最密切相关的。

装饰特点:此类商店无太多的装饰,讲究简洁整齐,商品排列一目了然,充分利用有限面积设置货柜、安排柜台。装饰重点一般位于门头招牌处,强调商店的名称与位置。

2. 中型百货店。

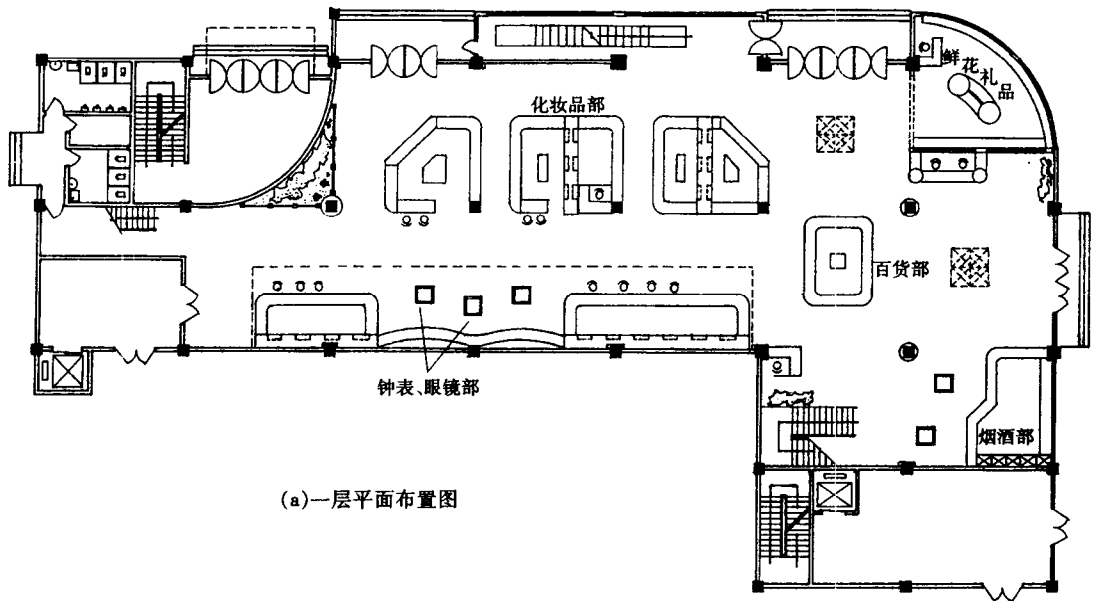
营业面积:一般指面积在 $1000\text{m}^2\sim 5000\text{m}^2$ 之间的百货店。

经营项目:除某些日常生活必须用品外,还经营如服装(一般性服装如球衣等)、鞋帽、普通电器等商品。其同类商品的品种与数量较小型百货店也有所增加。

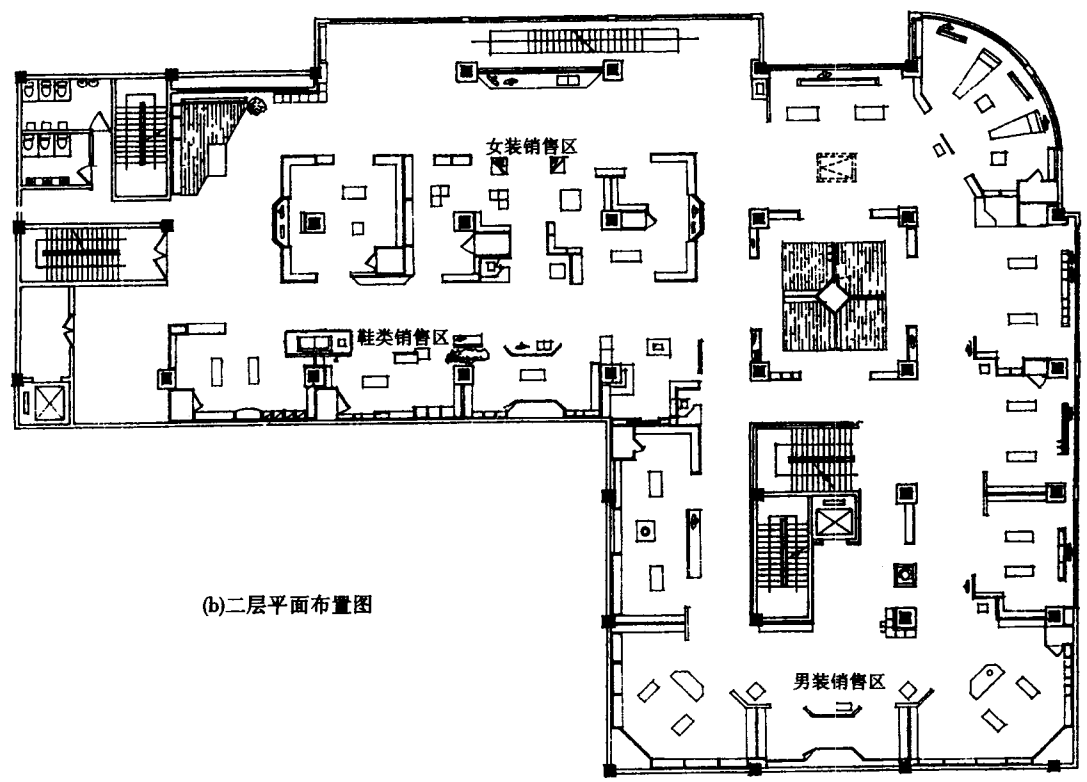
装饰特点:①在设计中讲究自身特色与装饰内容,整体空间排列较紧凑,货柜与柜台的排列多根据建筑结构以沿墙式和连立柱岛式组合。②在面积许可的条件下,可设商品展示台以吸引顾客。③货柜与柜台造型较普通,通常由铝合金或不锈钢连接件构成;地面装饰以地砖作为主要装饰材料,较大经营面积的中型百货店入口处可铺设花岗岩拼花地面,提高商店装饰层次;顶部装饰较普通,通常以轻钢龙骨矿棉板或石膏板为吊顶,均匀布灯,特殊部位如入口等处可做特别设计处理。④整体设计重点还是门面,强调门面的整体设计效果,在用材、灯光处理、门头造型上特别注重个性和装饰效应。图 1—1 为某中型百货店货柜排布示意图。

3. 大型百货商场。

营业面积:营业面积在 5000m^2 以上,具有单层或多层销售空间的百货零售商店。大型百货商场的特点是经营品种齐全,注重品牌销售和品牌宣传。



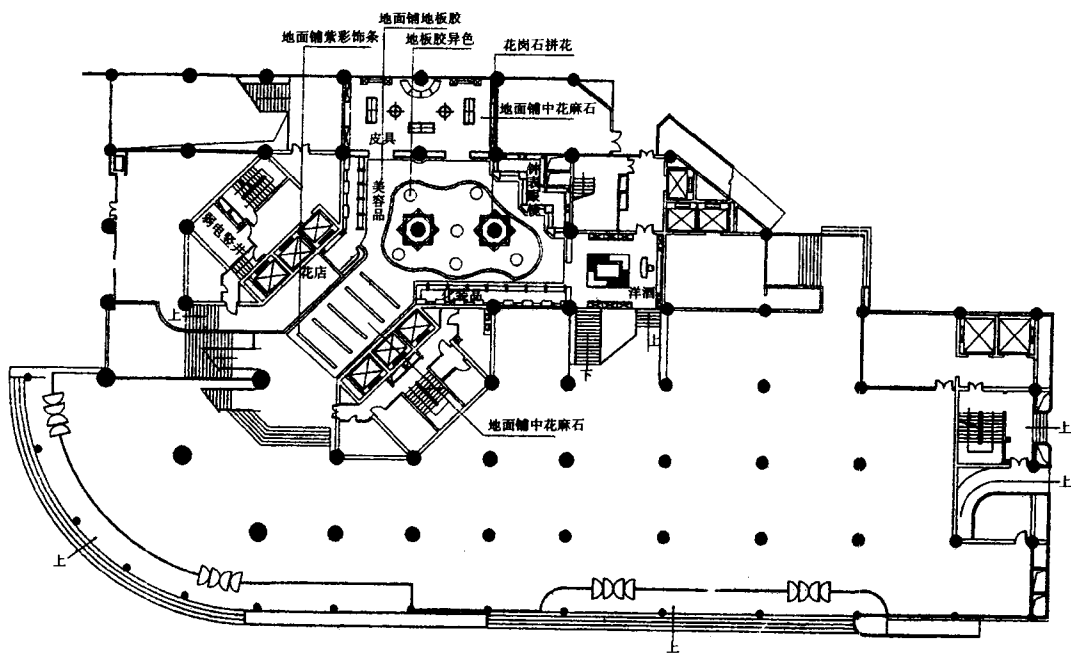
(a)一层平面布置图



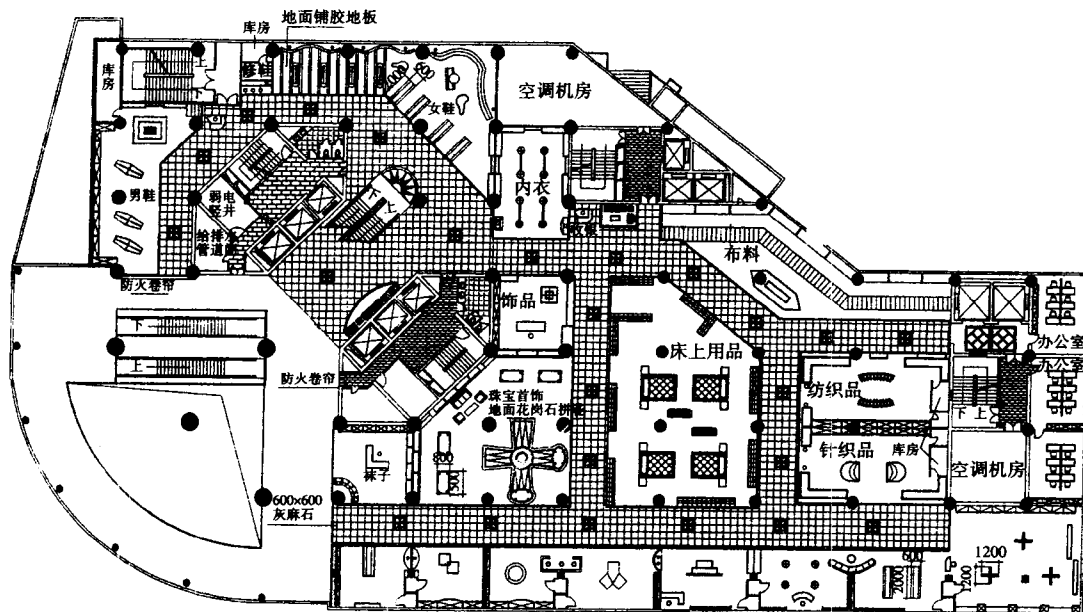
(b)二层平面布置图

图 1—1 某中型百货店平面布置图

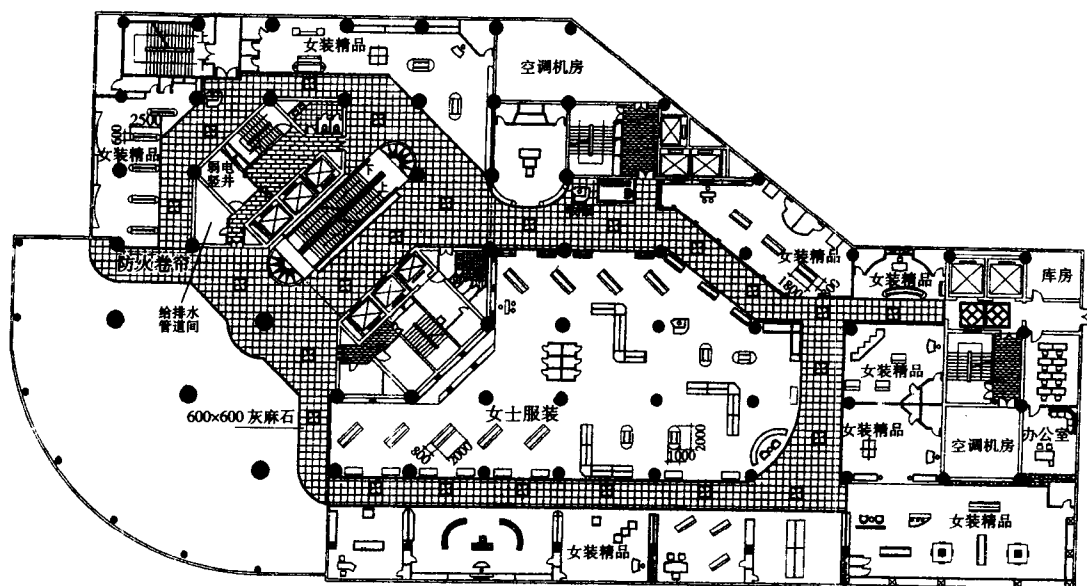
装饰特点:①空间设计上,特别讲究整体的空间装饰设计。在商场外观及室内都强调商场的整体综合形象。②空间布局 and 经营安排根据不同的经营项目统筹规划、整体处理、产生导向明确的经营区域。③界面处理讲究高格调的艺术化处理,在柱面、墙面、顶面、地面等处通过灯光、材料、色彩等艺术组合,形成具有个性的造型与图案,在衬托商品的前提下与整体空间相互协调。④依据不同的销售形式设计具有一定艺术造型的柜台、货柜、陈列架和展示中心,以吸引和刺激顾客进行购物活动。⑤需注意对大型百货商场的设计必须在整体设计的前提下,对各个细小环节进行装饰处理。图 1—2 为某大型百货商场各层经营分布平面图。



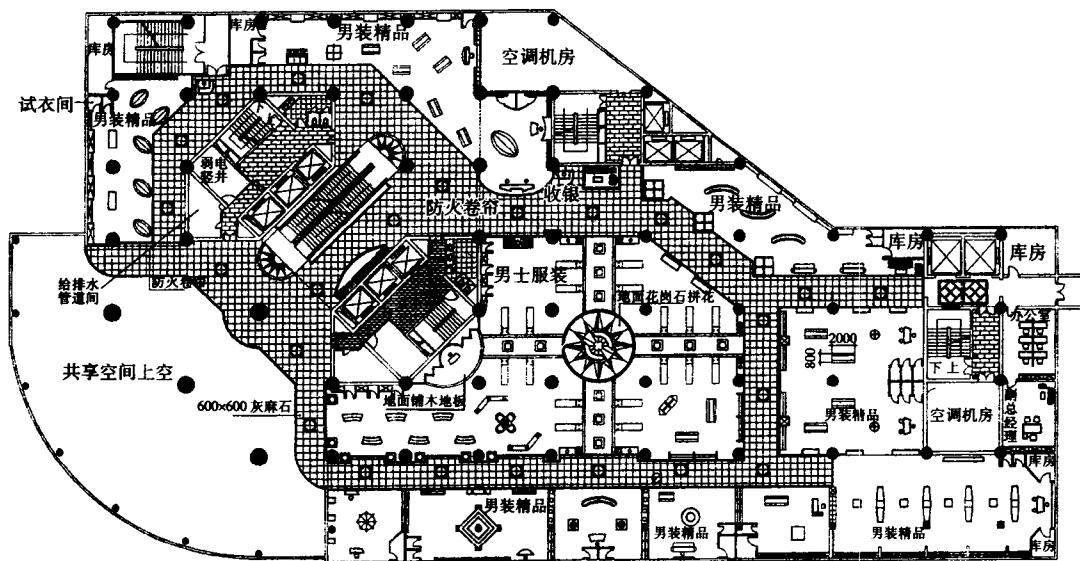
(a)一层平面图



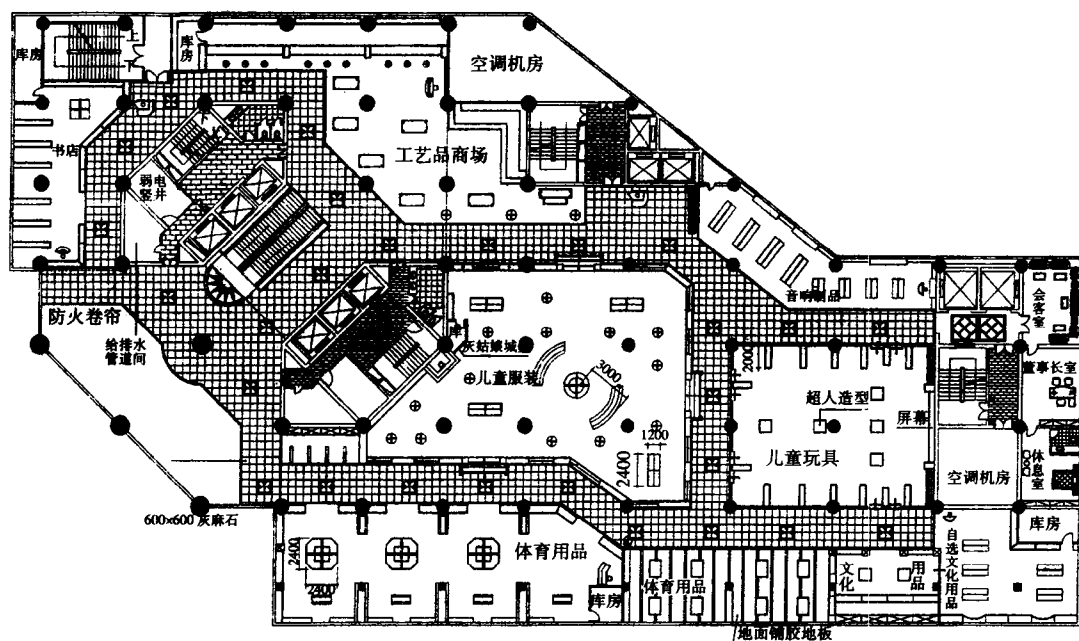
(b)二层平面图



(c)三层平面图



(d) 四层平面图



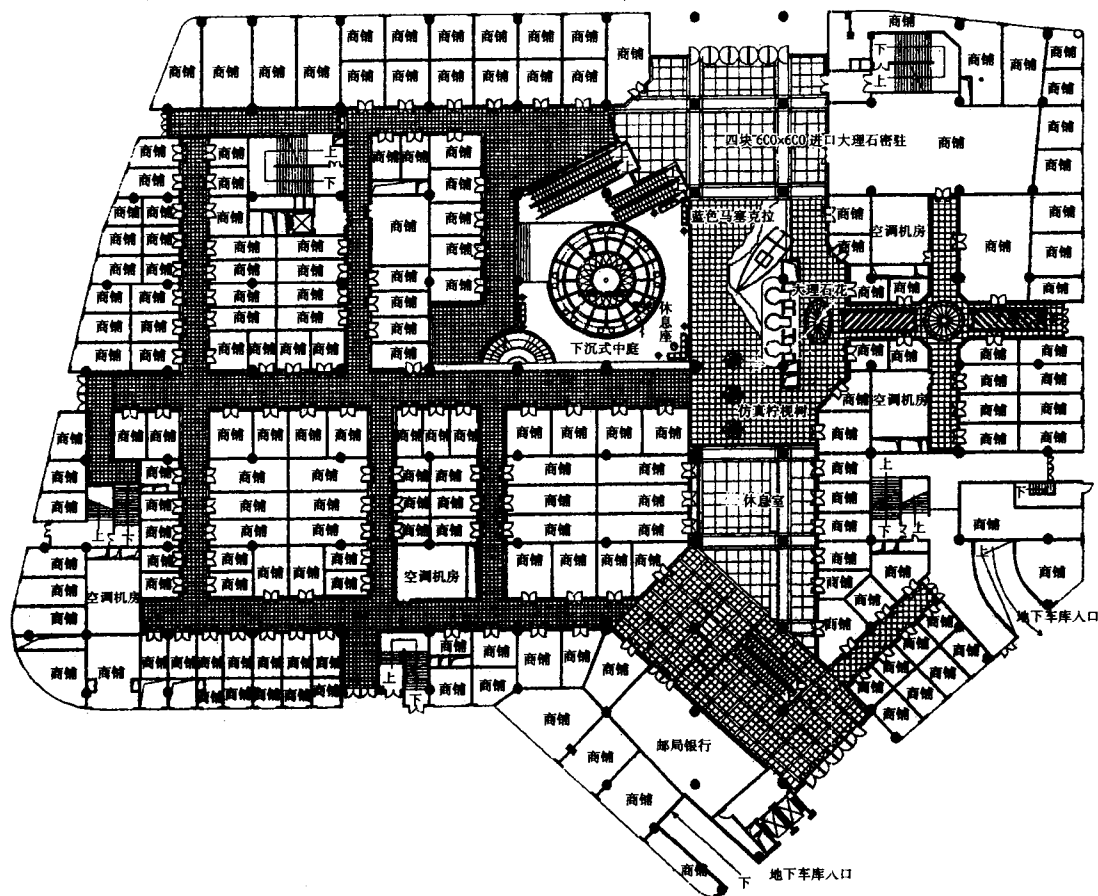
(e) 五层平面图

图 1—2 某百货商场经营分布平面图

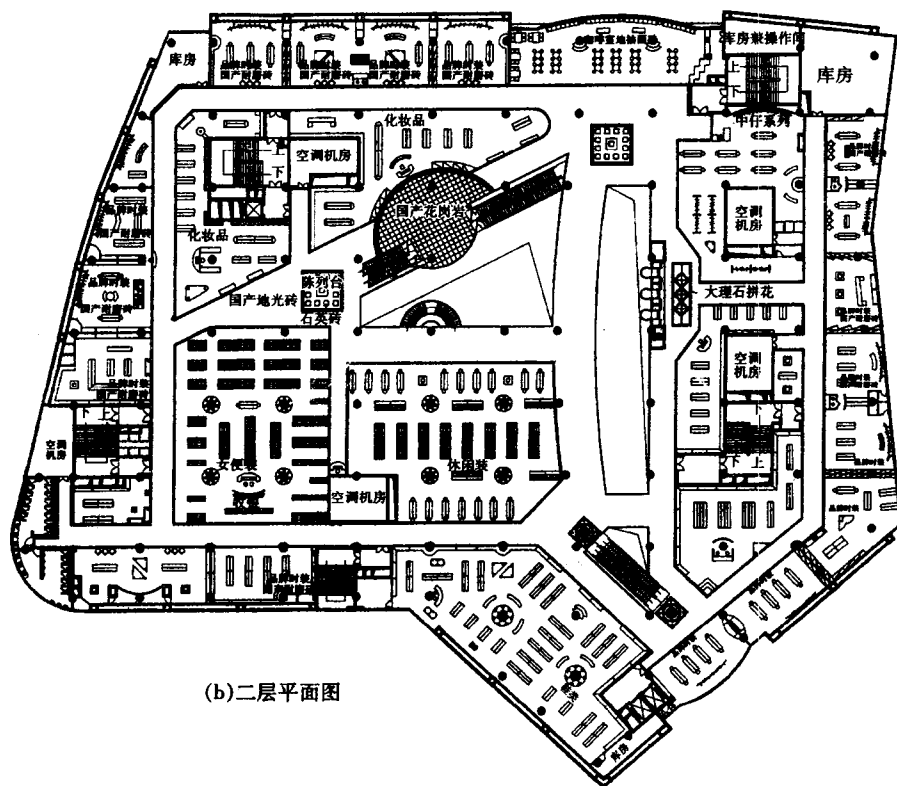
4. 巨型综合性购物中心。

经营项目与面积:巨型综合性购物中心指那些集购物、餐饮、娱乐和多种销售模式为一体的综合性购物中心。其经营面积多在数万平方米,经营项目繁多,商品品种多样,具有一定的档次和时尚性,更加注重品牌效应。

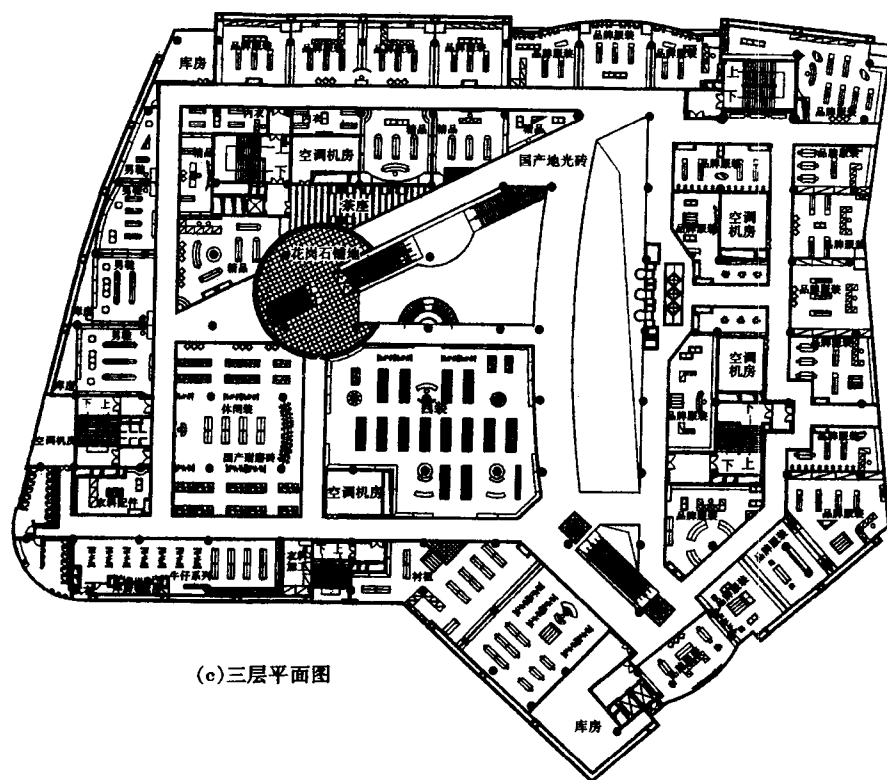
装饰特点:①它的装饰同大型百货商场一样注重整体性,而且在装饰档次及用材上比之更胜一筹。②在购物空间内更讲究人文环境的设计,休息区、休闲区、门厅、副门厅、立体交叉通道以及购物场所更注重人的舒适性和精神享受。③在界面处理、光环境处理、产品展示、通道引导、商品货柜陈列架设计等关键装饰部位,比一般商场更讲究艺术感、个性和层次感,其装饰设计一般成为某一时期装饰设计的时尚代表。图 1—3 为深圳某大商场 1—7 层平面图,图 1—4 为上海八佰伴新世纪商厦外观,图 1—5 为上海八佰伴新世纪商厦购物空间一角,图 1—6 为上海八佰伴新世纪商厦餐饮空间一角。



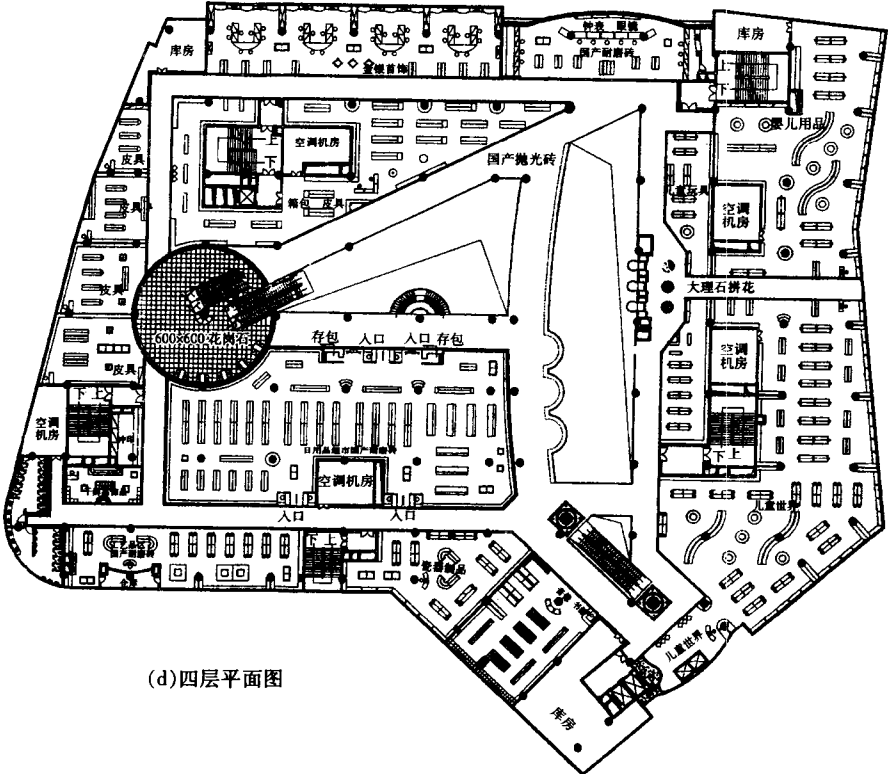
(a)一层平面图



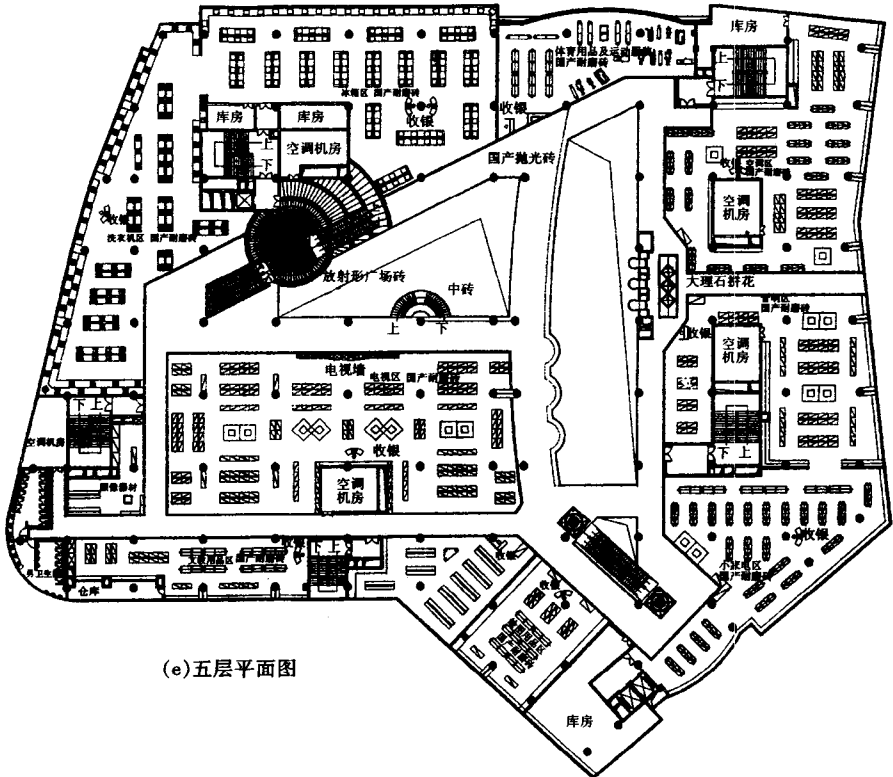
(b) 二层平面图



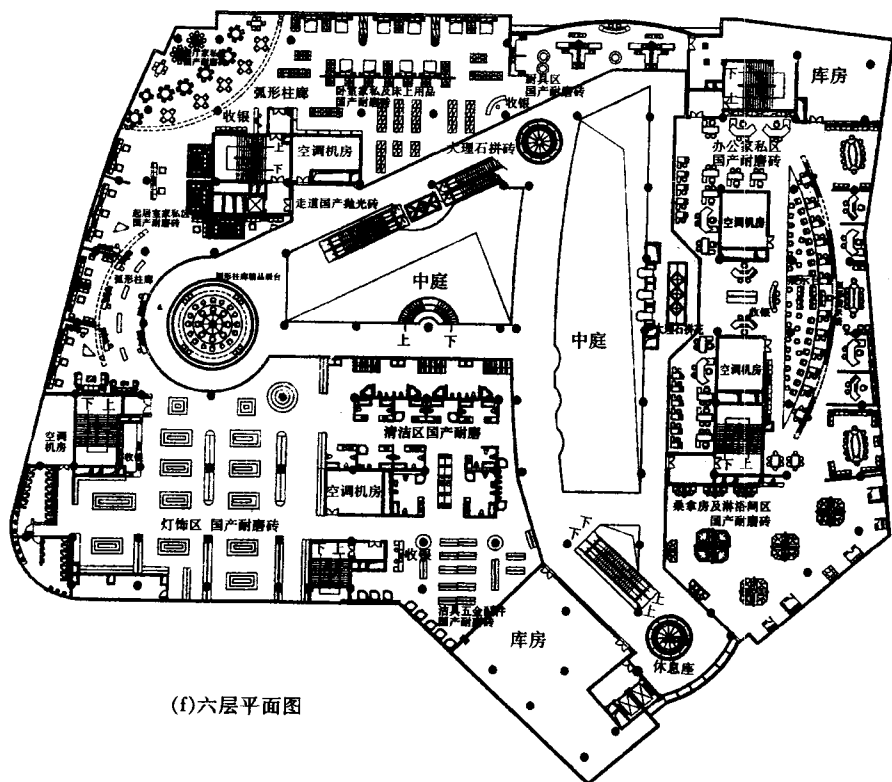
(c) 三层平面图



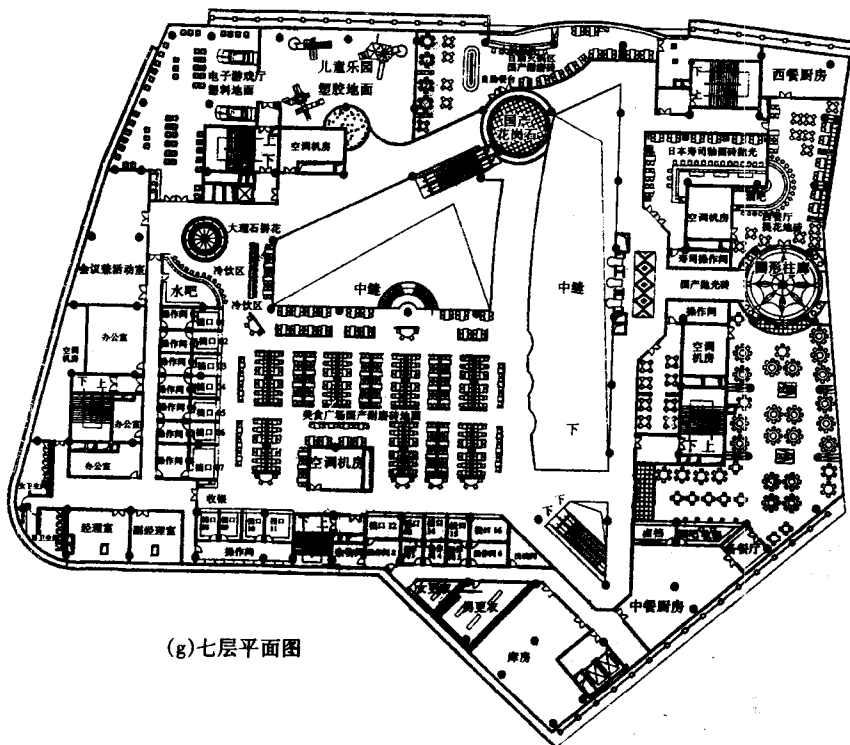
(d) 四层平面图



(e) 五层平面图



(f) 六层平面图



(g) 七层平面图

图 1—3 深圳某大商城 1~7 层平面布置图

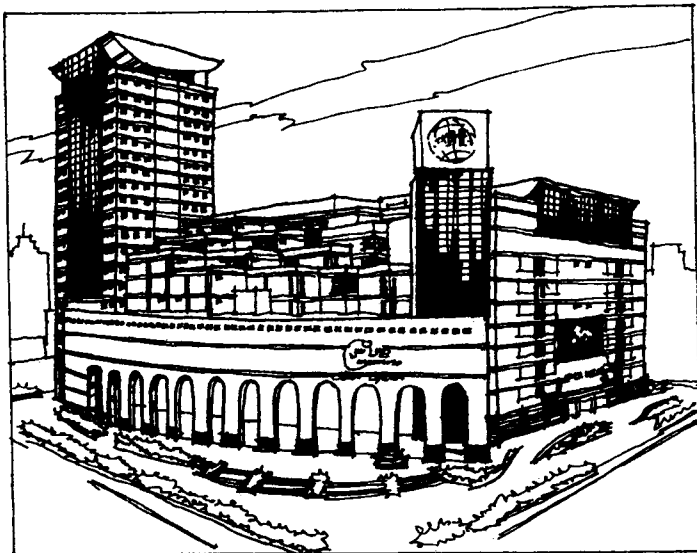


图 1—4 上海八佰伴新世纪
商厦外观

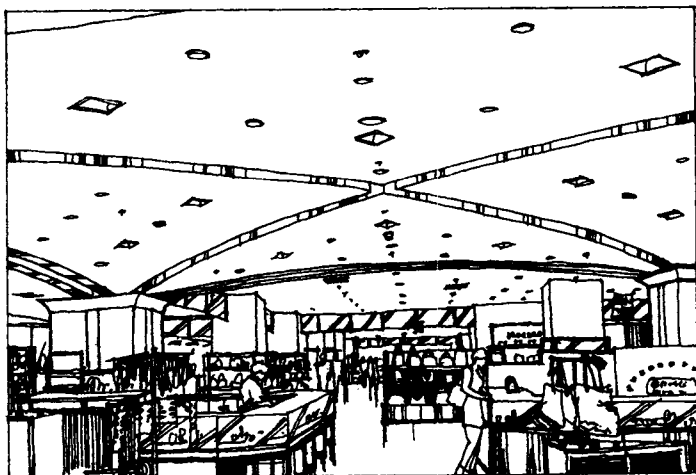


图 1—5 上海八佰伴新世纪
商厦购物空间一角

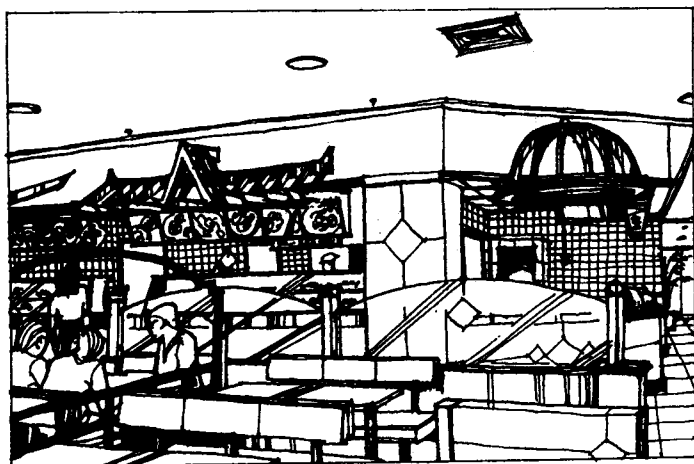


图 1—6 上海八佰伴新世纪商厦
餐饮空间一角

(二) 专卖商城

专卖商城是指专门销售某一类型商品(如眼镜、电器等)或是专门销售某一品牌商品(如李宁牌运动系列商品等)的专营店。其装饰设计一般需根据商店的专营项目、商品特征、经营规模以及销售形式进行统一的形象设计,同时要求依据各店的经营特点和经营规模而制定。通常专卖商店可分别依据商店的经营规模和经营范围来分类。

1. 依照专卖商店的经营规模及销售模式可归纳为三种类型。

(1) 商场型专卖商店。经营特点与规模:经营规模较大,营业面积通常在数千平方米之上,分单层或多层销售空间进行某一类型商品的销售。商品时尚性强,档次齐全,可满足需要此类商品的不同消费层次、不同年龄层顾客的需求。

装饰特点:装饰设计上除同一般大型百货商场装饰要求有相似之处外,还强调突出该类商品的特点或特性。装饰档级较高,注重商品陈列形象和品牌效应。从商场的外部形象到内部空间造型以及货柜陈列都应显示出领导潮流的整体形象。图 1—7 为某电子城内部销售空间。

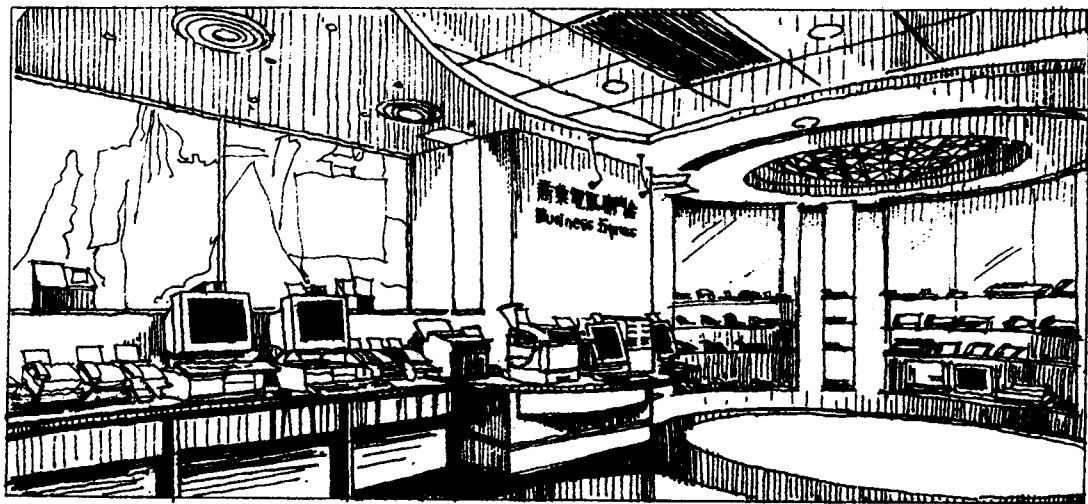


图 1—7 某电子城内部销售空间

(2) 专业型专卖商店。经营特点与规模:经营面积要大大小于商场型专卖商店;经营项目是某一种特定商品,如鞋类或单买男鞋或女鞋之类,这种商店的经营特点是专业性较强,具有一定的时尚代表性,但仍属于面向大众消费型的商店。

装饰特点:装饰档次属中档装饰层次。在设计等方面强调用空间艺术造型和空间合理利用以及陈列的艺术化处理来弥补用材上的不足。装饰重点一般为店面的艺术造型。店面设计非常注重造型的独特性和招揽功能。如图 1—8,儿童用品专卖商店的门面以彩色铅笔构成,不仅能吸引路人和孩子的注意,而且也将商店的经营内容告之天下。

(3) 品牌型专卖商店。经营特点:专营某一品牌或某一知名公司生产的系列商品,常以连锁店的形式出现。

装饰特点:小而精是其装饰设计的特点,并且特别注重突出商品或公司的商标及品牌名称。为使人容易记住它们的标志,常将各连锁店的门头造型和色彩统一于一种形式。店内装

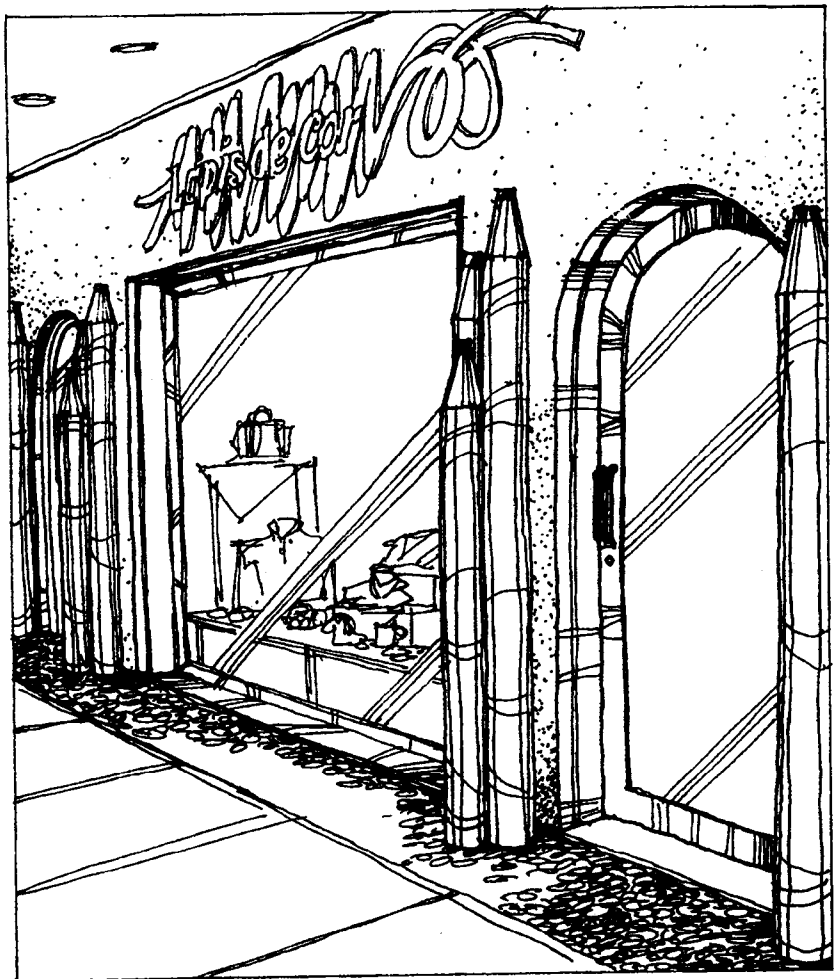


图 1—8 国外某儿童用品商店门面

饰档级较高,高雅大方,整洁统一,具有潮流感。陈列形式与货柜造型有特色,极讲究品味与文化,商品展示富有个性。图 1—9 为某品牌型专卖店门面造型。

2. 依照专卖商店的经营范围及项目,可将专卖商店分为 5 个主要类型。

(1)服饰专卖类。装饰特点:强调时尚性和陈列展示效果,突出商品的流行度和品牌的知名度。对服饰商场等规模较大的专营空间,通过合理的通道划分,以品牌为单位的区域分布,来组织有序的空间关系。利用陈列造型和灯光局部照明,将商品的精致、高雅、时尚衬托出来。空间设计讲究整体感、层次感、节奏感和个性化,具有较高的艺术格调。对于一般的服饰专卖商店,包括品牌型的服饰专卖店,在设计中需特别注意消费者的性别、年龄、职业等因素对空间造型,界面图形、色彩的影响。图 1—10 为西班牙马德里 OPERA 时装店一角。

(2)食品专卖类。装饰特点:一般性食品综合商店的装饰主要集中于门面和店内顶部、柱面和地面。整体设计应简洁流畅,通道方便,照明方面强调能使顾客看清商品及其色泽。门面造型大方,色彩引人注目,且色彩多选用暖色作为商店的主色调。对于品牌型或有一定地方特色的食品专营店,设计以突出食文化为主题。如茶叶店的装饰可依中国传统的茶文化作为店堂装饰的基本格调,清真类食品店应有一定的伊斯兰风格等。

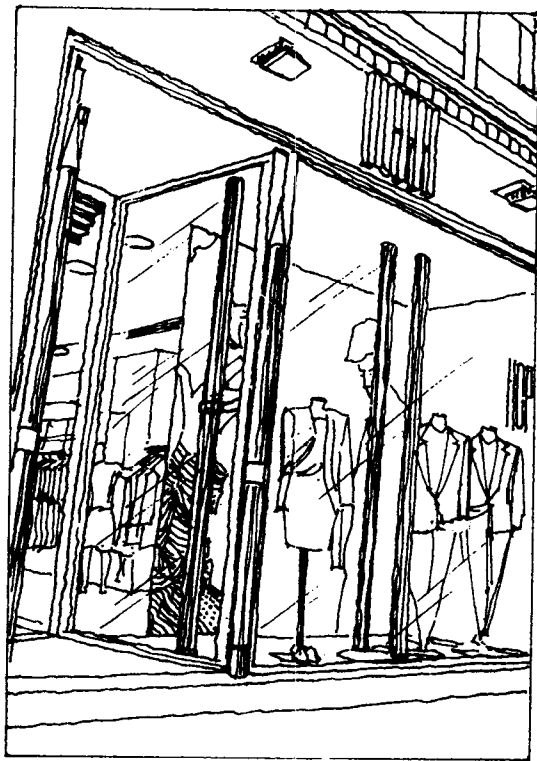


图 1—9 某品牌型专卖店
门面造型



图 1—10 西班牙马德里 OPERA
时装店一角

(3)生活用品和文化用品专卖类

经营范围:包含面相对广泛,工艺品店、金饰店、书店、文体用品店、洗涤用品店等都属于这类专卖店。

装饰特点:装饰风格根据不同的商品特征而不同。以金店为代表的贵重工艺品类专营店,销售空间强调高档级、高格调,以此来衬托商品的高贵。空间讲究灯光与色彩的运用,利用光色渐变、光影对比和材质反衬等突出陈列在柜中的商品。陈列柜造型优雅华贵、稳重大方,空间安排亲切自然,给人以华丽而不冷漠的感受。以书店为代表的普通类专营店则以注重货架的空间排列及走道的流畅性为主,界面装饰简单整齐,不抢眼,入口处、地面可做一些艺术处理,

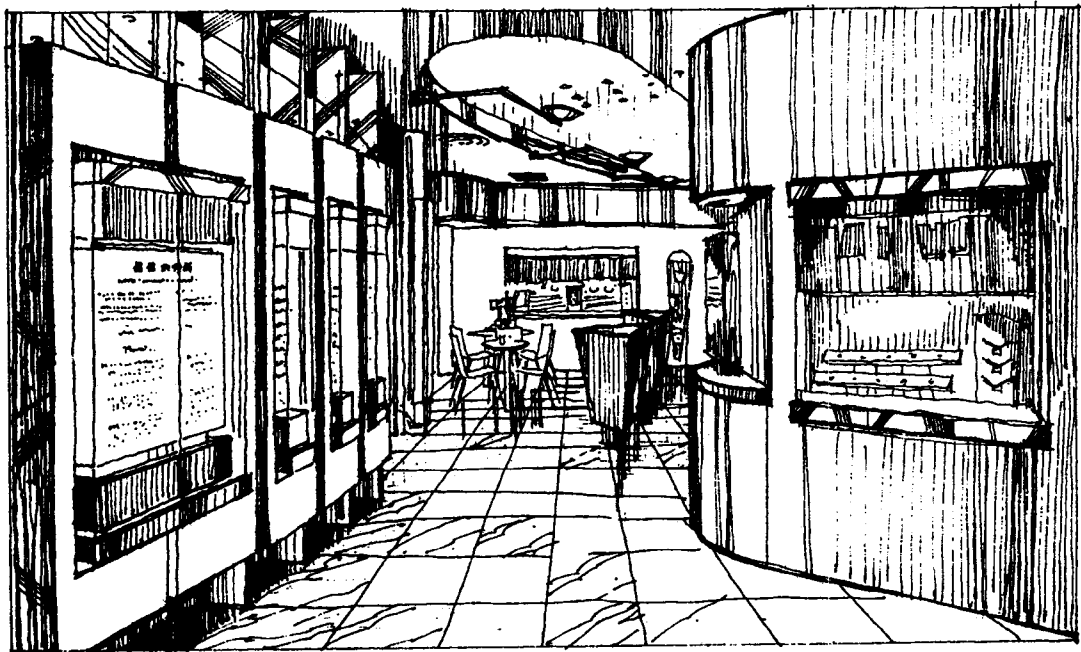


图 1—11 国外某珠宝店一角

如地面拼花等等。总之,此类店都重视店面造型和艺术化处理。图 1—11 为国外某珠宝店一角。

(4)电器专卖类。经营范围:销售家电用品及电脑、电信等物品,如电子城、摩托罗拉专卖店等。

装饰特点:以男性化的手笔进行艺术装饰。在造型和色彩选用上,线条粗犷和构图大气为主要设计指导思想。对电子城等大型专营性商场应注意音响播放效果和商品的展播功能;对品牌型的专卖店或销售区,其装饰应突出产品或公司的标志;在空间布局上强调文化品味和展示效应,最大限度地给消费者留出思考空间和洽谈空间。在具体的装饰上,优雅的陈列造型、柔和的灯光、统一的色彩都会给人留下难忘的印象。图 1—12 为某电器专卖商店店面装饰造型。

(5)家饰专卖类。经营范围:包括家具、家用装饰用品、各种居家装饰用材等。通常这类商店有较大的经营面积。

装饰特点:设计以整体简单、优美为主旋律,在货架(指装饰用品陈列架)处理上突出商品的质地和取用方便化。图 1—13 为某布艺专卖店一角。