

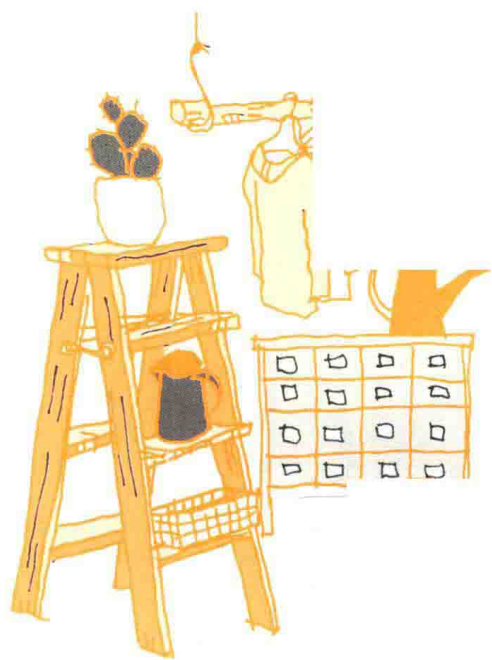
THE ANATOMICAL
CHART OF SHOP

人气小店设计解剖书



人气小店 设计解剖书

〔日〕高桥哲史 著 董方译



南海出版公司

图书在版编目(CIP)数据

人气小店设计解剖书/[日]高桥哲史著;
董方译. —海口:南海出版公司, 2016.9
ISBN 978-7-5442-8419-6

I. ①人… II. ①高…②董… 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(2016)第148218号

著作权合同登记号 图字: 30-2015-086

THE ANATOMICAL CHART OF SHOP

© TETSUSHI TAKAHASHI 2014

Originally published in Japan in 2014 by X-Knowledge Co., Ltd.

Chinese (in simplified character only) translation rights arranged with
X-Knowledge Co., Ltd.

All rights reserved

人气小店设计解剖书

[日] 高桥哲史 著

董方 译

出 版 南海出版公司 (0898)66568511
海口市海秀中路51号星华大厦五楼 邮编 570206
发 行 新经典发行有限公司
电话(010)68423599 邮箱 editor@readinglife.com
经 销 新华书店

责任编辑 崔莲花
特邀编辑 孙婧媛
装帧设计 朱 琳
内文制作 博远文化

印 刷 北京天宇万达印刷有限公司
开 本 880毫米×1260毫米 1/32
印 张 5
字 数 180千
版 次 2016年9月第1版
印 次 2016年9月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5442-8419-6
定 价 39.00元

版权所有, 侵权必究

如有印装质量问题, 请发邮件至 zhiliang@readinglife.com

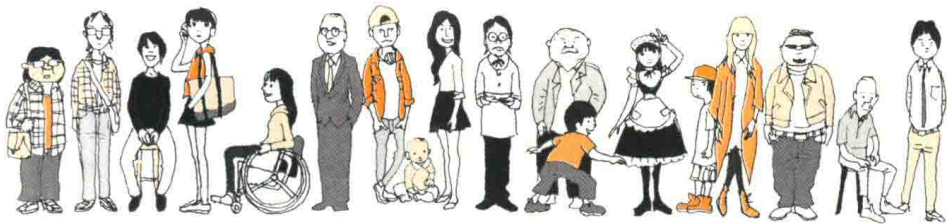
序言

每家店都有自己的故事，那么这些故事的导演是谁呢？当然是店主和设计师了，前者决定店铺运营，后者创造舒适的环境。

可是，这种习以为常的认识其实有点不妥。有时候，店主和设计师提出的新概念和设想却让顾客感觉太刻意了，有压迫感。

一家店只有亮丽的外观设计远远不够。以餐饮店为例，店内的氛围由各种各样的因素综合决定，比如菜品质量、菜单设计、价格水平，以及经营思路、店主的个人喜好、消费群体、店铺选址、店员仪容等。能否营造出良好的店内环境跟每一个因素息息相关。

同时，每位到访客人都是各自故事的主角，他们在店里经历了什么、如何度过、心情怎样，都会交织成一个个鲜活生动的小故事。



因此，设计师必须最大限度地发挥想象力，为每一位客人提供一种情绪基调，将店主的开店宗旨与自己的设计理念充分传达给客人，同时时刻注意自己的设计是否对客人起到良好的引导作用。为协调各方面因素，在店铺设计中，设计师必须想客人所想，切身体察客人的感受，万事从客人角度出发。

设计师平时要多看不含人物造型的室内设计、相关图片和设计草图。如果有人物形象，最好避免清晰面容，电脑图片则要选用半透明人像。

店面生存的最大前提是客流量，有了顾客、店员之后，再考虑空间呈现。

我在本书中会设想出现在每一家店的人物和他们的穿着打扮、性格特征，以及哪一类人容易出现在哪种店、当时的心情和表情什么样。譬如硬被上司拖去喝酒的新员工、联谊活动中故作矜持的年轻人……



希望大家在设计店面时，一定要预先设想客人进店时的情景，有了丰富的设想，更容易想出灵活的空间设计方案。

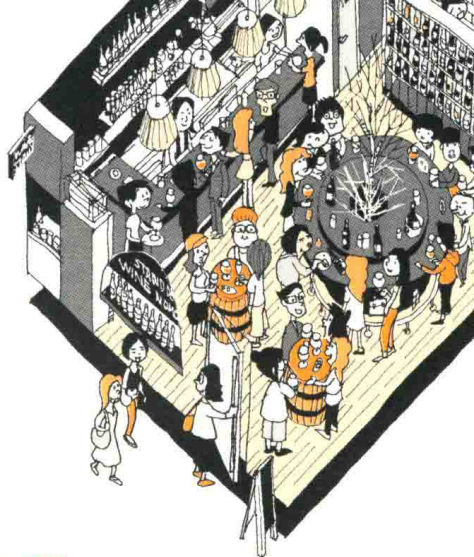
本书归纳总结了适用于各类店面的设计，并举例介绍了店主对店面设计的理解，装修公司如何解读设计师的意图和顾客易于接受什么样的空间设计方法。

最重要的是，我希望这本书能让所有参与者全方位地理解“店面空间设计”的意义，衷心希望每一位顾客都能充分地享受店内氛围。

高桥哲史



目 录



第1章

舒心店面打造法

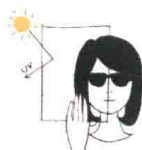
咖啡店	12
甜点屋	14
西餐厅	16
汉堡店	18
比萨店	20
印度咖喱屋	22
回转寿司店	24
拉面店	26
共享型店面	28
文字烧	30
荞麦屋	32
海鲜烧烤屋	34
生蚝吧	36
日式铁板烧	38

锅料理	40
和风洋食屋	42
怀石料理店	44
法式休闲餐厅	46
高档中餐厅	48
旅馆	50
运动酒吧	52
大众酒馆	54
露天啤酒吧	56
站饮式红酒吧	58
传统酒吧	60
屋台	62
便利店	64
治愈系杂货店	66
眼镜店	68
服装店	70
家居装饰店	72
LiveHouse (小型演出现场)	74
怀旧小酒馆	76
企业展会	78
专栏 改头换面 Yes&No	80



店面的平面设计	82
店内座位	84
尺寸	88
吧台高度	90
高脚桌	92
桌面	94
隔断	96
包间	98
厨房	100
红酒房	102
洗手间	104
与外界的连接	106
对外宣传	108
招牌	110
专栏 如何考虑层高问题?	112





第3章

打动人心的选材法

地板材质	114
石材	116
木材	120
墙纸	122
瓷砖	124
金属材料	126
仿制品	128
玻璃	130
镜子	132
装饰品	134
光线应用	136
人物打光法	138
室内温度	140
给风和排风	142
尺寸	144
重新装修	146
背景音乐	148
创意	150

专栏 设计师群像

152



人气小店 设计解剖书

〔日〕高桥哲史 著 董方译



南海出版公司

新经典文化股份有限公司

www.readinglife.com

出 品

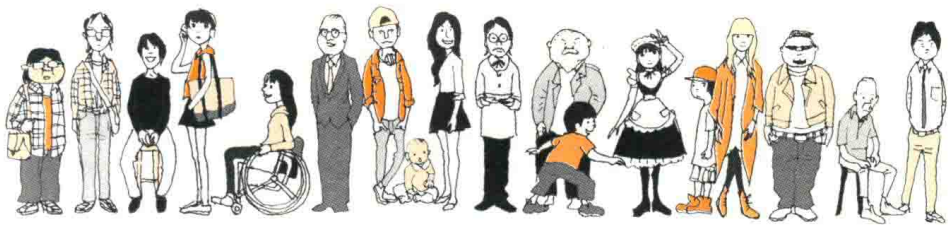
序言

每家店都有自己的故事，那么这些故事的导演是谁呢？当然是店主和设计师了，前者决定店铺运营，后者创造舒适的环境。

可是，这种习以为常的认识其实有点不妥。有时候，店主和设计师提出的新概念和设想却让顾客感觉太刻意了，有压迫感。

一家店只有亮丽的外观设计远远不够。以餐饮店为例，店内的氛围由各种各样的因素综合决定，比如菜品质量、菜单设计、价格水平，以及经营思路、店主的个人喜好、消费群体、店铺选址、店员仪容等。能否营造出良好的店内环境跟每一个因素息息相关。

同时，每位到访客人都是各自故事的主角，他们在店里经历了什么、如何度过、心情怎样，都会交织成一个个鲜活生动的小故事。



设计师平时要多看不含人物造型的室内设计、相关图片和设计草图。如果有人物形象,最好避免清晰面容,电脑图片则要选用半透明人像。

我在本书中会设想出现在每一家店的人物和他们的穿着打扮、性格特征，以及哪一类人容易出现在哪种店、当时的心情和表情什么样。譬如硬被上司拖去喝酒的新员工、联谊活动中故作矜持的年轻人……



我希望大家在设计店面时，一定要预先设想客人进店时的情景，有了丰富的设想，更容易想出灵活的空间设计方案。

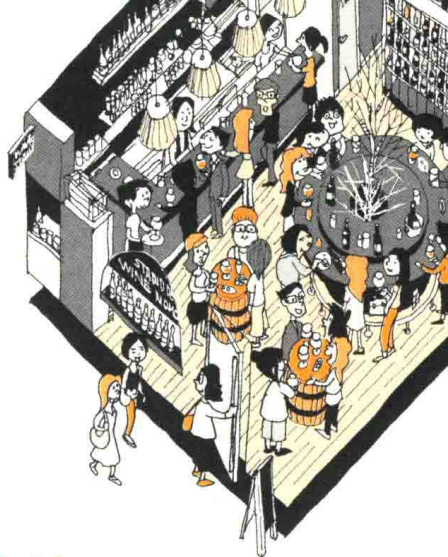
本书归纳总结了适用于各类店面的设计，并举例介绍了店主对店面设计的理解，装修公司如何解读设计师的意图和顾客易于接受什么样的空间设计方法。

最重要的是，我希望这本书能让所有参与者全方位地理解“店面空间设计”的意义，衷心希望每一位顾客都能充分地享受店内氛围。

高桥哲史



目 录



第1章

舒心店面打造法

咖啡店	12
甜点屋	14
西餐厅	16
汉堡店	18
比萨店	20
印度咖喱屋	22
回转寿司店	24
拉面店	26
共享型店面	28
文字烧	30
荞麦屋	32
海鲜烧烤屋	34
生蚝吧	36
日式铁板烧	38