



中小商店装饰装修艺术丛书

商店门面 装饰装修 600 例

乐嘉龙 主编

中国建筑出版社



66.1.15
20411

中小商店装饰装修艺术丛书

商店门面装饰装修 600 例

主 编:乐嘉龙

编绘人员:冯国铭 曹清华 徐勤源
张敬东 李大寿 王浩勃



中国建筑出版社

(京)新登字 181 号

内 容 简 介

本书是在收集了大量国内外商业建筑设计资料的基础上综合编绘而成。书中不仅提供了商店设计的基本知识与建筑构造和施工要点,而且提供了大量的国外商店门面与招牌设计实例。如餐饮店、时装店、鞋店、箱包店、钟表店、照相器材店、唱片磁带店、百货店、水果店、面包店、美容美发店、文具店、书店、西餐店、快餐店、中餐店、酒吧、生活用品店及各种商店招牌等。本书附有数百多幅彩图和黑白图,形象地向您介绍了各种商店的各种设计和有关知识,内容丰富、直观易懂。本书可作为建筑设计人员和建筑院校师生的设计资料,也可作为工艺美术设计人员和商业职工的参考用书。

商店门面装饰装修 600 例

主 编:乐嘉龙

责任编辑:高 凌

*

宇航出版社出版发行

北京和平里滨河路 1 号(100013)

发行部地址:北京阜成路 8 号(100830)

各地新华书店经销

中国人民大学出版社印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:7.00 字数:150 千字

1994 年 7 月第 1 版第 1 次印刷 印数:1—8000 册

ISBN7-80034-730-3/TU·009 定价:9.00 元





葛飾区金町／ボニー



葛飾区堀切／美容室 エミー



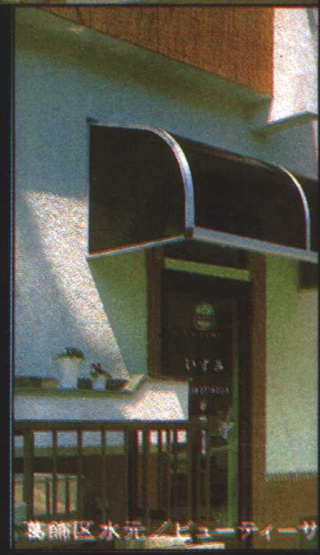
横濱市／ピーターパン／写真ナリタ／美容室 エ



荒川区西日暮里／一本堂 西日暮里店

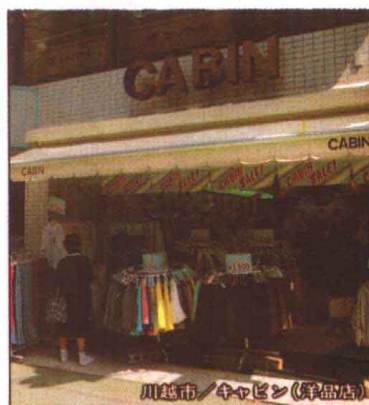


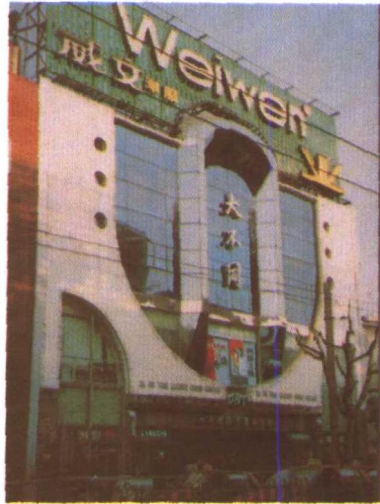
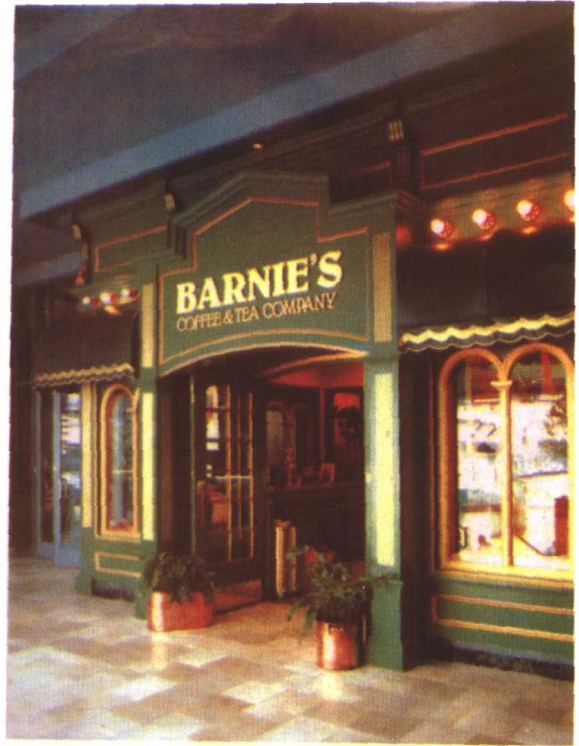
荒川区町屋／コーヒョップ シナモン

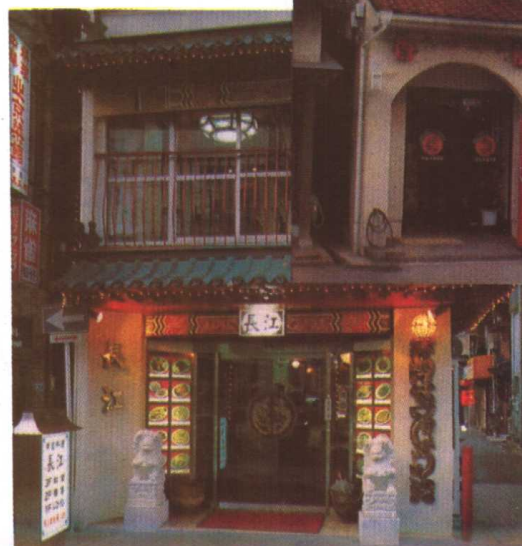
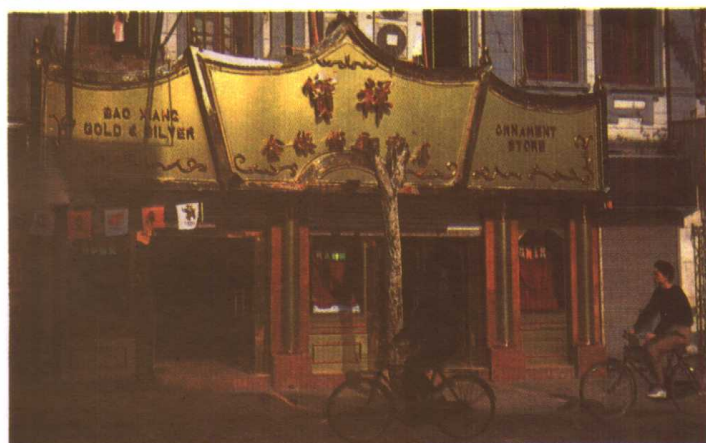


葛飾区水元／ビューティーサ

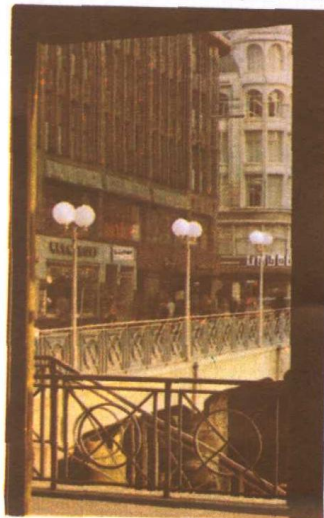




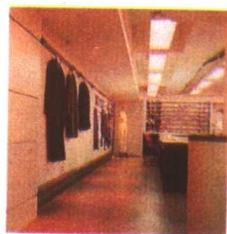
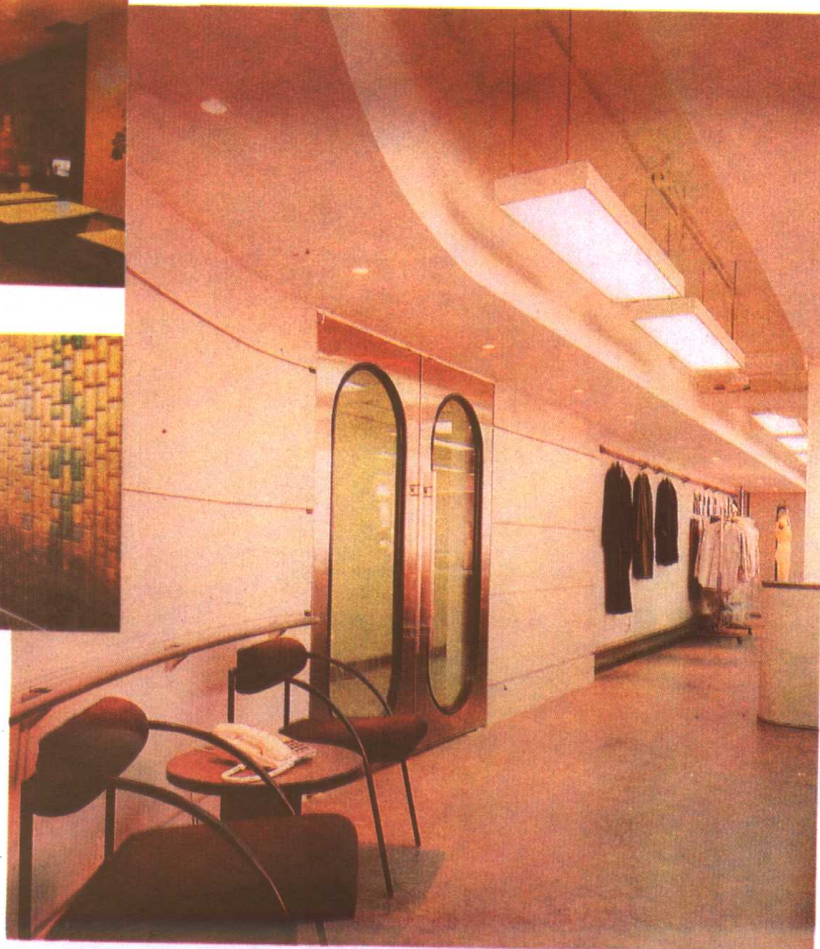
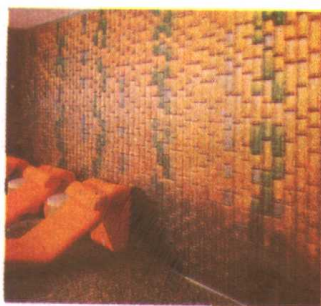
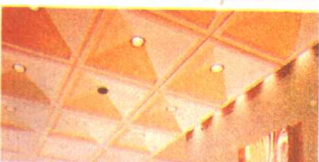


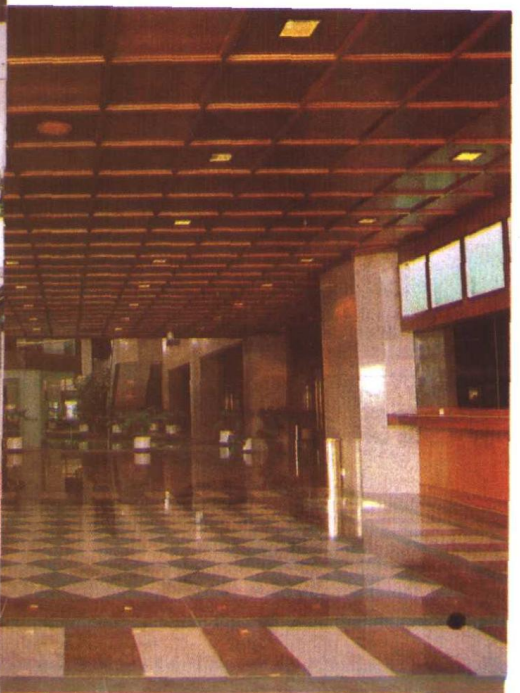
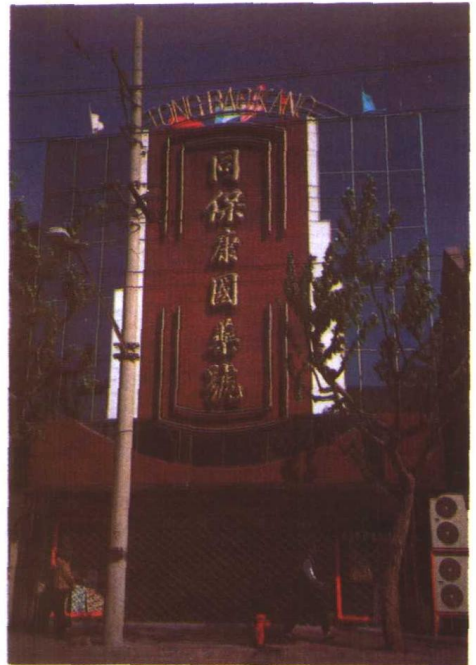


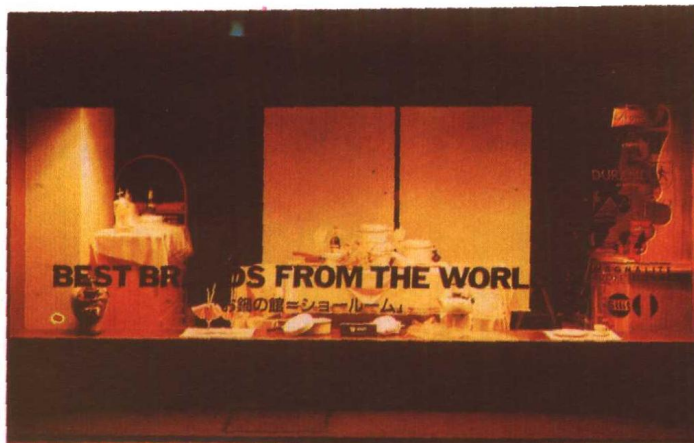
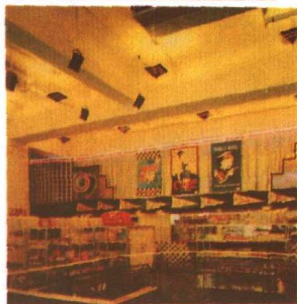
KAZ22/05











前言

随着时代的发展,人们对商业建筑室内空间和装饰的要求日益提高,近年来,室内设计已受到了普遍的重视并获得了一定的发展。现代科学技术为室内设计提供了无比丰富的装饰材料和装饰手段。运用各种新的设计手法,充分发挥各种装饰材料的特点,可以使商业建筑的空间构思具有新的含义和新的表现力。

搞好商业建筑的室内环境设计,既是商业活动的需要,也是人们的生活需要。而商业建筑室内设计是一项综合性的设计,它是介于艺术与技术之间的学科,它不仅仅是装修,更重要的是设计出能适应人们的生理和心理要求的良好环境。

在商业建筑内,人们通过视觉、听觉和感觉来体验色彩、光、声、材料质感,以及商业家具摆设和花草树木等等,从而感受到室内的客观物质环境。因此,商业环境的设计,不仅要满足人们的物质功能要求,同时也要满足人们的精神功能要求。

就功能设计与装饰设计的关系而言,装饰应当服从功能,服从整个空间布局与造型的要求。从空间出发,墙面的位置和虚实、隔断的高矮、顶棚的高低、地面的起伏,以及它们所运用的色彩与材料质感等,都是构成空间的因素,都应当服从总的设计主题和构思依据,避免一个面一个面孤立地进行设计和装饰的错误做法。无论是室内平面布置、采光与照明设计、灯具造型的选择,还是柜台与家具的摆设和绿化、小品的处理,都应当从功能和空间要求出发,将它们作为室内空间的分隔、组织、诱导和形成幻觉的因素,并通过设计主题和构思依据将这些因素有机地联系起来,这样才可以避免由于缺乏内在联系而产生盲目、零乱和偶然的感觉。

总之,商业建筑的装饰,就是综合地运用对比、重复、过渡、衔接、引导等处理手法,把个别的、独立的空间组织成为有秩序、有变化,而又统一完整的空间集群,它们常常是规则或不规则的形式,前一种形式能给人以庄严率直的感受;后一种则给人以轻松活泼的情趣。不同类型的商业建筑,可按其功能和特点而分别选择规则或不规则的空间形式。

本书是在收集了大量国内外商业建筑设计资料的基础上综合编绘而成的,书中不仅提供了商店设计的基本知识与建筑构造和施工要点,而且提供了大量的国外设计实例。既可作为建筑设计人员和建筑院校师生的设计资料,亦可作为工艺美术设计人员和商业职工的参考用书。

目 录

一、商店门面装饰装修设计概述

二、商店的门面设计

三、商店招牌和店徽设计

四、商店的门面与招牌设计实例(彩图与黑白图)

- | | |
|---------|----------|
| • 餐饮店 | • 时装店 |
| • 鞋店 | • 箱包店 |
| • 钟表店 | • 照相器材店 |
| • 唱片磁带店 | • 百货店 |
| • 体育用品店 | • 家具店 |
| • 食品店 | • 水果店 |
| • 面包店 | • 美容美发店 |
| • 文具店 | • 书店 |
| • 西餐店 | • 快餐店 |
| • 中餐店 | • 酒吧 |
| • 生活用品店 | • 各种商店招牌 |

一、商店门面装饰装修设计概述

商店室内设计已受到人们的普遍重视,现代科学技术为室内设计提供了多种多样的装饰材料和装饰手段。运用现代设计手法,充分发挥各种装饰材料的特点,可以使商业建筑的空间构思具有新的含义和美的表现力。

在商业空间,人们通过视觉、听觉和感觉来体验色彩、光、声、材料质量,以及商业家具摆设和花草树木等等,在优雅的客观物质环境中刺激起人们的购买欲。商店室内设计是一项综合性的设计,它是介于艺术与技术之间的学科,它的目的在于设计出良好的购物环境,提高成交额。

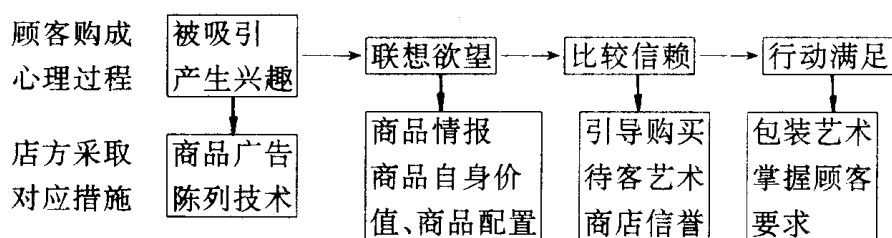
中国传统的室内设计是古老灿烂文化的一部分,它丰富多采又独具一格,在现代商店设计中,引进外来技术,继承文化传统,对于搞好室内设计具有重要的意义。

商店是商品流通的场所,是生产者与消费者之间沟通的桥梁和纽带。生产者生产出来的商品通过商店流入消费者手中,商店又把消费者的需求和对商品的评价转给生产厂方。同时商店本身进行着市场预测,以确定经营方向。

当今世界,随着经济的发展,生活水平的提高,产品也不断更新换代。商品类型的增多,使消费者的需求也发生了深刻的变化。首先是商品自身的价值,这包括商品的质量、形状、色彩、利用率、安全性等综合内容。当物质基础较为丰富的时候,消费者已不仅仅满足于物质需求,精神需求也逐渐上升。所以,现代的商店概念已由单纯的销售营业空间,扩展为兼顾适应于消费者生活空间的综合性商业环境,使其对消费者具有更高的利用价值,为消费者提供购买、憩息、娱乐和饮食等多方面的生活环境,亦为商店扩大经营范围,增加经济效益创造条件。

商品是构成商店的基本内容,是流通的主体,但它仅仅是商品流通的一方,在流通过程中还必须有消费者这一方,而且只有当消费者产生购买行为后,才算完成流通过程。所以,作为中介结构的商店,必须全面掌握消费者的心理,才能有针对性地采取各种相应措施,以促成流通的顺利进行。

消费者购买心理的演变过程,大致可划分为四个阶段,如图表所示。这里充分表明顾客心理发展的每一个阶段与店方对应的措施密切相关,它是促使消费者购买心理逐步推向高潮的决定性因素之一。所以店方必须对商品和商业环境两方面同时做出精心的安排,创造理想的效果。



为充分表现商品的自身价值,就必须研究商品展列艺术,包括陈列技巧、商品自身的表现特性,陈列设备的配置等。目的是让消费者全面地了解商品,进而使商品对消费者产生魅力,激起消费者的购买欲望。

另一方面必须着重研究商业空间的内部布置、空间的分隔与联系,使空间层次有序,对消费者流线有良好的导向,并通过某些与销售商品相协调的细部灯光处理,创造特定的气氛,烘托商品以激发购物情绪。此外,在规模较大的商业空间,还应为消费者创造憩息、观赏和饮食服务等综合性环境,使消费者在此空间始终保持着兴致勃勃、愉快舒畅的心理,并在他们的心中留下良好的印象,以促成以后的购买行动。

二、商店的门面设计

商店的门面对商店来讲,好比人的脸面对于人的形象一样重要,是最为人所注目、留下强烈印象的部分。因此,国内外商业企业对店面设计都是极为重视的,往往不惜工本地进行商店门面的装饰。

商店的门面设计是一项难度很高、需要各种综合性知识的工作。商店门面是装饰性很强的建筑和环境装饰,它往往要求商店装饰设计者只能在商店已有基础上,根据商店自身特殊需要,来重新设计商店的门面,塑造新的商店形象。商店门面装饰设计牵涉到商店装饰设计许多方面的内容,并需要有雕塑、招牌、牌匾、灯箱广告、霓虹灯、橱窗、柜台、采光照明等等,既涉及到绘画、造型、色彩,又涉及到空间和照明;既涉及到材料和资金,又涉及到电气和施工;既要求功能合理,又要求工艺技术先进可靠,还要求造型新颖、漂亮。

商店门面装饰设计要求门面设计师除了掌握商店本身特点之外,还必须掌握正确设计步骤和方法,并能熟练应用各种装饰技巧来表现店面,其中最为重要的就是要求设计师能绞尽脑汁,来构思设计出与众不同、强烈感人的独创新颖的门面。