

高等职业教育艺术设计“十二五”规划教材
ART DESIGN SERIES

刘可 编著

餐厅空间设计

教程 Restaurant Space Design Course



国家一级出版社 | 西南师范大学出版社
全国百佳图书出版单位 | XINAN SHIFAN DAXUE CHUBANSHE

作者简介

刘可，成都艺术职业学院环境艺术设计学院院长。英国威尔士卡迪夫城市学院访问学者，高级室内建筑师，四川省国家职业鉴定高级考评员，成都瑞升广告设计有限公司副总经理，国家施工企业项目经理，绚丽年华第六届全国美育成果展评先进工作者。

4

一、餐厅空间设计的主题文化

什么是“文化”，至今尚无一个为大家所普遍接受的定义。许多学者从不同的学科角度提出了自己的见解：英国人类学家S.E.B.Tylor(1832—1917年)提出：“文化是一个复杂的总体，包括知识、艺术、宗教、神话、法律、风俗及其他社会现象。”德国哲学家T·莱辛认为：“文化就是精神支配生活……”美国社会学家丹尼尔·贝尔说：“我想文化应定义为有知觉的人对人类面临的一些有关存在意识的根本问题所做的各种回答。这些问题的反复出现就构成文化世界。”

饮食文化的定义——事物原料开发利用、食品制作和饮食消费过程中的技术、科学、艺术，以及以饮食为基础的习俗、传统、思想和哲学，即由人们饮食生产，饮食生活的方式、

过程、功能等结构组合而成的全部食事总和。

餐厅文化主题的定义——餐厅文化的主题运用精练的文化来传达餐饮企业品牌的主张，使文化主题的传播与品牌核心融为一体，以文化为主线，从而理解品牌的属性、个性、形象、价值、内容等。随着社会的发展和人们精神文化需求的提高，追求个性化、多样化的消费观念已成为一种风尚。主题是餐厅的空间环境向目标顾客群体所表达的中心思想和经营理念，也是餐饮企业市场定位和服务定位的一种体现，表达企业为什么而存在的使命。通过一些具体的艺术形象进行传达，主题便成了整个餐厅空间的灵魂。有特色的餐厅空间正是通过一系列人们感兴趣的主题思想，才能在同行业中脱颖而出。餐

饮产品、特色服务、独特的造型、贴切的色彩搭配都是为餐厅空间主题服务的，从而也形成了该场所的企业文化标志，为消费者提供了一个很好的企业识别形象，同时也刺激消费者的消费行为。

文化主题价值的核心——文化不属于生物遗传继承的范畴，在社会的进化过程中，很多文化是通过人们的交往而一代一代相传着，比如思想、技术、行为模式、制度、宗教礼仪、社会风俗等。文化是潜移默化的东西，是社会交流的结果而不是遗传所赐予。餐厅空间环境不仅起着传承文化的作用，同时也为人们提供了沟通情感、交流思想的场所，真正让人们在餐厅的空间里享受难得的一份轻松和休闲。

4

二、餐厅空间设计主题的作用与价值

（一）有利于餐饮文化的繁荣

文化的繁荣使我们的城市变得更加的美丽。社会的大舞台需要时尚和经典，不同的文化主题让人流连。生活因为有了繁多的主题文化才变得精彩。餐厅空间作为文化的繁荣基地，让我们的生活更加可爱，充满活力。

餐厅空间设计的主题给传统餐饮业带来了活力，同时也让餐饮业有了一个发展的空间。千篇一律的经营理念将尘封在历史里，一些优秀的名特小吃也有

机会展示自己的风采，成为餐饮文化市场的亮点，为餐饮文化市场的繁荣起到了推动作用。

（二）有利于创造企业的品牌效益

文化内涵是品牌的一个重要组成部分，是品牌的有力支撑。打造出自己的文化品牌，推出有个性的文化品牌，使自己的品牌经久不衰地永存在人们的心里，是每个企业的追求。品牌代表一个企业的文化内涵，也标志着一个企业的成功。品牌作为一种无

形资产，体现了一个企业的实力，其内涵是多方面的，可以代表企业的经济实力，也可以代表一个企业的历史文化，还可以表达一个企业的经营理念。在众多的餐饮企业文化中，有许多成功的例子，比如“麦当劳”的品牌已深入到世界的各个城市。作为品牌文化，它代表了美国快餐文化的发展历史和美国人的生活方式、生活习惯、个人爱好。它创造了当今庞大的快餐文化连锁的神话，其发展速度之快令人惊讶。

（三）有利于激发餐厅空间不断创新

企业未来的滚滚财富源于文化主题的不断创新。简单地说,创新就是财富——明天的财富,没有创造性的主题就没有企业的明天。如果我们看到别人成熟的餐厅空间文化主题就照抄照搬,盲目抄袭别人的主题来经营自己的餐饮业,最终必将导致企业的失败。应该清醒地看到,单一需求的市场环境已经过去,取而代之的是富有个性、多样化的文化产品。只有走创新之路才有自己生存和发展的空间。因为任何一家餐饮业都不可能满足餐厅空间文化市场的整个文化需求。文化创新就是在餐厅空间树立与众不同的文化主题,为消费者提供独具个性的餐饮文化观念,从而建立起自己的品牌。当我们在用文化作为主题冲锋

陷阵打天下的时候,当具有创新意义的主题空间取得了瓜分市场份额与销售优势的时候,就是自己的企业取得胜利的时候。

（四）有利于引导人们个性化的消费

餐厅文化空间设计的主题价值还在于引导人们的消费趋向。人们的消费心理极为复杂,如何激发人们的消费热情是值得商家认真研究的重要问题。对一个企业文化的认知是多方面的,如听别人介绍、亲自体验、喜爱、依赖等。

被称为上帝的消费者,一种是“头回客”,另一种就是“回头客”。他们支撑着餐饮企业的一切经营和发展。餐厅空间设计的文化主题又是促使“头回客”变成“回头客”

的一个很重要的平台,只有搭好这个平台,才可能使企业获得相对稳定的市场份额。

（五）有利于促进人际交往与交流

餐厅文化空间设计的主题不仅仅是为了提供一个好的销售场所,更重要的是体现产品与服务的内在价值——在享受美食过程的同时提供人际交流的空间与气氛。

（六）有利于改变企业员工的精神

风貌优秀的餐厅空间能够增加员工工作的热情和自信,这是一个精神的能源,是让一个企业精神焕发地走向辉煌的关键。因为员工直接面对消费者,员工的情绪直接影响消费者的情绪甚至于整个消费过程。

4

三、如何确立餐厅空间的主题

（一）进行必要的市场调查

在一个餐厅空间设计的主题确立之前,必须对市场进行全面的调查了解。因为市场不仅制约着经营的形式,同时也关系着文化主题的确立,只有通过调查才能有针对性地开拓市场,使企业在激烈的竞争中立于不败之地。餐饮市场是庞大的消费市场,由于客人的需求不同,文化品位不同,因此需要呈现不同的餐厅文化主题来满足人们的精神需求。了解市场,把握大量资料,对市场进行综合分析,才能了解人们的经济状况和喜怒哀乐。因为人都是通过交往和交流来增进感情的,不同爱好的人会同地汇集在一起,只要我们深入进去,就可以了解到不同客人的需求状况,并以此把不同爱好的人们分为很

多类型,然后在这些类型中进行筛选,过滤出最有发展潜力的人群。然后抓住人们的心理需求,确定有深度的餐饮文化主题,更好地把握商机。

（二）了解经营的产品内容

我们所出售的产品能否满足人们的需求,无疑是我们选择主题文化定位的重要因素。产品包括服务的条件、环境的特征、产品的构成等多方面的因素。比如一个经营日本寿司产品的餐厅,必将选择日式餐饮文化主题。而一个日式餐饮空间,空间设计的主题必须与日本的文化、宗教、生产、生活密切相关。建筑结构以及空间关系都必须遵循日本本土的设计理念,一般以日本传统的低矮小屋为主要空间形式,本色的推拉门,日式席地而坐的用餐形式,低矮的餐桌,身

着和服的服务生,天然的竹、木是装饰造型的主要材料,这些都构成了日式餐厅的主题特点。日本的餐饮文化是世界餐饮奇葩中的一朵,在世界上占有非同小可的位置。

（三）确立设计主题的创意构思

一个文化产品投放市场,其主题的确立必须具有创意。确立设计主题的创意构思,要进行必要的分析和了解。准确了解主题的文化内涵,在众多的餐饮文化主题中,要分析该主题是属于哪一类型的文化产品,如以民俗为主题的餐厅空间,应该以民俗文化为背景,提炼民俗文化的精髓,反映其深刻的文化内涵,可以以民俗的文化传统、民族服饰、生活物品、民族歌舞、民族生活习惯等为主题构思,形成具有鲜明个性的主题思想。

又如以文学为主题的餐饮文化,优秀的文学作品是我们取之不尽的创作源泉,文学作品本身具有很明确的主题思想,它影响着一代又一代的人们,人们的情绪很容易受到文学作品的感染,引起共鸣和认可。当餐厅的文化主题以文学作品为依托时,我们必须

对文学作品有深入的了解,抓住作品最能打动人心的地方:情节、人物,或是场景……

餐厅空间设计是创造者表达情感的一个心理过程,把情感堆积在餐厅文化空间里,通过一定的文化语言和文化符号传达特定的文化情感。人们

在潜意识里把空间情感融化在自我的情感中,这是一个高级的情感交流过程,通过视觉感官的交流来获得这种情感,通过一定的形式语言来体会这种情感,达到精神上的享受。

4

四、主题展现必须有丰富的情感内涵

(一) 不同造型体现的情感内涵

造型的差异性是我们用来区别两种不同形态的表现手段,从不同的造型可以获得不同的情感内涵。

直线代表着纯正和理性,造型规整、准确而清晰地呈现在人们面前,在餐厅空间里常常被用来表达庄重而理性简洁的情感内涵,常用在宴会厅、快餐厅等场所。

弧线给人以柔和轻盈的节奏旋律。弧线造型的空间体现轻松愉快的情感内涵。

体量的变化强化空间的落差,具有很强的视觉冲击力,能丰富空间的层次,体现时代感、运动感和不稳定的情感内涵。

凸起和下沉的造型。凸起和下沉的标准是以地平面为依据,凸起的造型容易形成视觉的中心,不仅丰富了空间的层次,同时也给人以依赖和信任的情感内涵,所以凸起部分的情感内涵往往是和主题紧紧相连的;下沉的造型给人安全感,让人在心理上有一份轻松、安然自由感。

架起的造型不同于凸起的造型,它保留了原有的地面空间,体现的是亲切、和睦的情感内涵。

虚拟分隔的造型。这是一种模糊的分隔形式,没有明确的界定关系,

常常表达朦胧、虚幻、若即若离的情感内涵。表现手法很多,如纱帘、植物、光线、水体……

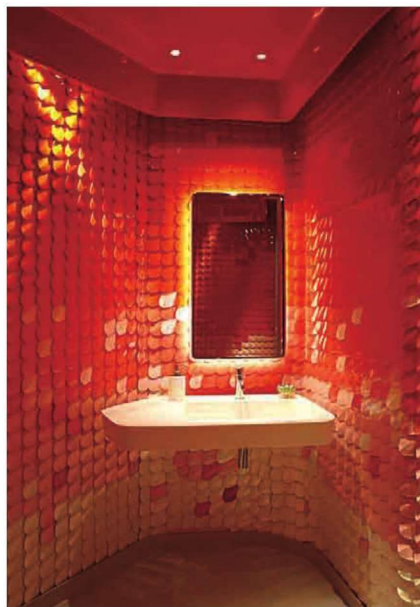
(二) 不同色彩体现的情感内涵

色彩只是一种物理现象,本身并没有生命。但人们在长期的生活习惯中,由于视觉经验的积累,知觉与色彩刺激产生一定的呼应时,就会引起情绪的反应,色彩便被赋予了情感内涵。

红色调体现的情感内涵。红色在所有的色彩中最能刺激人们的神经,加速脉搏的跳动,给视觉强烈的热情的感受。但在有些情况下对有的人也会产生压力感,使之出现躁动的感觉。所以红色调的空间常常出现在欢快的娱乐场所,刺激人们最敏感的神经,使其在不自觉中宣泄自己的情感。(图4-1、图4-2)



▲图4-1 EAT SHOP NRINK:
MANDARIN ORIENTAL PARIS



▲图4-2 EAT SHOP NRINK:
MANDARIN ORIENTAL PARIS

黄色调体现的情感内涵。黄色给人以高贵、娇媚的感觉,中国古时一些朝代还把黄色作为帝王的专用色彩,所以黄色所特有的华贵感是其他色彩不具备的。黄色调的餐饮文化空间还可以使人感到光明和喜悦。(图4-3)

绿色调体现的情感内涵。绿色充满了生机,是焕发勃勃生机的象征色彩。绿色让人感到青春、健康和平衡。绿色调的餐饮文化空间体现了健康的情感内涵。(图4-4)

蓝色调体现的情感内涵。蓝色让人联想到广阔、深远,比如蓝蓝的天空、波浪滔滔的大海。忧郁的情感总是与蓝色连在一起,使人感到幽雅、宁静和淡淡的伤感。(图4-5)

玫瑰色调体现的情感内涵。罗曼蒂克的玫瑰色往往象征着浪漫的爱情和人间珍贵的缘分,于是玫瑰色留下的永远是罗曼蒂克的情感内涵。(图4-6)

(三) 不同材质表达的情感内涵

材料是我们表达设计理念的手段。不同的材料由于属性不同,导致材料表面的反射比不同,从而给人带来不同的视觉感知。运用不同材质的组合和技术加工,创造出不同的风格,同时也带给人们不同的情感内涵。这里主要从材质的表面肌理和质地来探讨情感因素。

材料肌理和质地实在太多,由于加工工艺的不断更新,材料的纹理也在不断地发生着变化。每年推出的新材料数不胜数,天然材料和人造材料同时装点 and 美化着餐厅空间,给人们带来不同的情感内涵。

天然生成的材料体现清新、朴实、回归自然的情感内涵,所以我们常把天然材料用在风味餐厅和度假餐厅里。不同的天然材料也给人不同的感受,如实木材料更

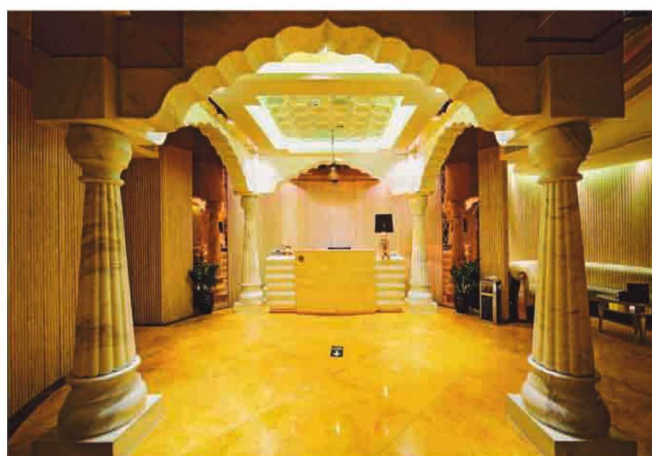
贴近自然,给人踏实、静心的原始情感内涵;天然大理石给人高贵、不浮躁的感受;在天然花岗岩的刚毅、挺拔中能获得坚定的情感内涵;在天然的鹅卵石中能嗅到泥土的芬芳,感受到大自然的多彩和温暖。

纺织品的材料能让人体体会到那无言的柔情和最缠绵的温柔:丝绸的华贵、纱帘的朦胧、蜡染的朴实、缎面的高贵……

从光泽材料中,我们能感受到洁净和现代,获得轻松愉快的情感内涵。

玻璃材料的魅力:玻璃的加工工艺发展令人吃惊,我们从这些品种繁多而且非常漂亮的玻璃材料里,感受到的是晶莹剔透的水晶般的心灵净化。玻璃的折射让人眼花缭乱,精美的刻花玻璃、纯净的水晶玻璃、透明的清玻、朦胧的冰花玻璃、华美的夹丝玻璃……都给人带来不同的情感内涵。

不同的餐饮文化主题给人不同的心理感受。很多文化素材和文化时尚都能构成餐厅空间设计的主题。下面我们就举例说明几个不同主题的餐厅空间设计。



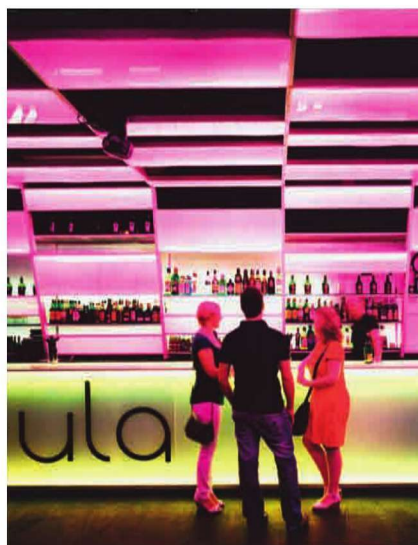
▲图4-3 会所设计：温州市华侨饭店名人会所



▲图4-4 主题餐厅：又及餐厅



▲图4-5 BARS&RESTAURANTS: Karim Rashid



▲图4-6 EAT SHOP DRINK: NEBULA

4

五、餐厅空间设计
的不同主题**（一）以文化内涵为主题**

以文化内涵为主题永远是餐厅空间设计取之不尽的设计源泉。历史的发展和演变使很多有价值的文学作品成了我们宝贵的文化遗产，如果能巧妙地运用，就能让我们的文学作品以餐饮文化形式，再现它的风采，让人们在餐厅空间里陶冶情操。

以名著《三国演义》为主题的餐厅。中国四大名著之一的古典小说《三国演义》，是百看不厌的传世佳作，而以三国为主题的餐厅空间，也深受人们的喜爱。广州花园酒店的中餐厅里，在名为“桃园厅”的包间里营造了桃园结义的餐饮文化氛围：华丽的宫灯、古朴典雅的座椅、中国传统的木质横梁结构，隔断精美富有个性，刘备、关羽、张飞的人物画像点明了主题，使餐饮空间充满了浓厚的人情、义气和豪爽的三国情怀，整个餐厅倍感温暖、亲切。

“孙尚香酒家”也向人们推出了“三国宴”，这是坐落在无锡三国城景区内湖边的一个以三国文化为主题的餐厅空间设计。无与伦比的望湖风景，无可挑剔的江南美食，菜肴也充满了三国情怀：比如“火烧赤壁”，用草菇、猴头菇、香菇做的“三顾茅庐”，草虾做的“草船借箭”，苦瓜做的“苦肉计”，鸭舌做的“舌战群儒”等特色菜，颇具文化内涵。

（二）以文化符号为主题

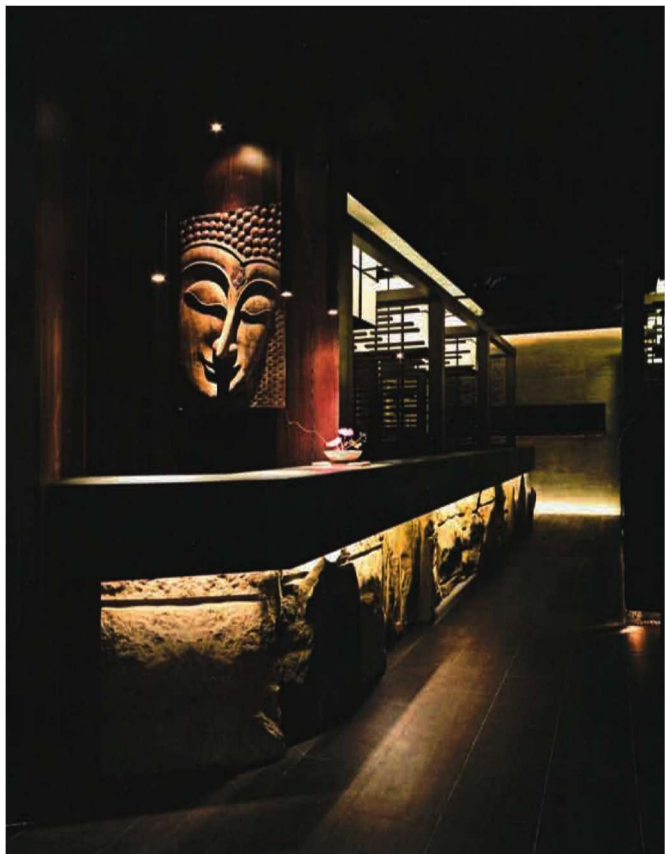
人类在进化的过程中不断创造自己的文化，而文化的不断积淀形成了特定的文化符号。文化符号就是将文化的创造过程与成就记录下来。有很多的文化内涵是通过文化符号表达出来的，具有文化内涵的符号可以传达更深的文化内涵。

以龙为主题的餐厅。中国的龙文

化源远流长，渗透到中国社会的各个方面，成为一种文化的凝聚和积淀，成了中国的象征、中华民族的象征、中国文化的象征。对每一个炎黄子孙来说，龙的形象是一种符号、一种意象、一种血肉相连的情感！“龙的子孙”“龙的传人”这些称谓，常令我们激动、奋发、自豪。龙的文化除了在中华大地上传播承继外，还被远渡海外的华人带到了世界各地，在世界各国的华人居住区内，最多和最引人注目的饰物就是龙，因此，“龙的传人”“龙的国度”也获得了世界的认同。

我为四川绵阳市“天龙王朝大酒楼”所做的餐厅空间设计和施工监理便是以龙为主题。酒楼负责人希望

用他所经营的餐厅来弘扬中国传统文化。作为龙的传人我们有责任和义务发扬传统文化，创造出具有中国特色的餐饮文化事业品牌。大酒楼的入口运用两条金龙缠绕的红漆柱拉开了“天龙王朝大酒楼”的序幕，入口大厅，以对称中轴线为踏步，两边龙雕带领客人进入一个以龙为主题的中式餐厅。在这样的环境里人们感受到的是作为一个中国人的自豪和对本民族文化地深深叹服。龙的元素在整个餐厅空间里反复地点题，从标志、菜单、装饰品、服装、服务态度、餐具、设施、窗花等方面打造了一个具有浓郁中国风味的空间氛围。（图4-7）



▲图4-7 私房菜馆：轻井泽多店

（三）以中国的语言符号为主题

以中国的文字为主题的餐厅。北京的“金湖茶餐厅”用百家姓文字来体现民俗文化的精神。它以古文字为主题，展现了源远流长的中国文字历史。在此就餐既能感受到中国传统的美食，又令人陶醉在中式文人的氛围里。（图4-8）

（四）以思古怀旧为主题

以民居四合院为主题的餐厅。社会的发展和进步，让人们远离了四合院。高楼大厦里鸽子笼式的住宅空间，独门独户而形成的陌生感，隔离了人们的交往和友情，使得人们更加怀念以前四合院时的亲切感，希望能通过四合院的主题空间找回以往和睦的比邻关系，找回浓郁的人情风俗。一些商家就利用人们对过去时光的留恋心理，创造了以四合院为主题的餐厅空间环境。（图4-9）

（五）以历史事件为主题

餐厅空间以历史事件为主题，是指通过历史上有特殊意义的事件来营造环境，充分调动人们的情绪，让人们回到特定的历史时间里，感受当年的生活。

以知青为主题的餐厅。知识青年上山下乡属于那个特定的年代，“农村是个广阔的天地，在那里是大有作为的”，那段特殊的知青生涯是抹不掉的经历。在发黄的照片里，记载了那段难忘的岁月，曾经有过的痛、曾经有过的伤、曾经有过的希望和青春岁月，都毫无保留地留在了那片广阔天地里，一生一世都无法忘却。北京开设的一家“知青饭店”，正是利用那一代人相同的经历，运用知青们熟悉的物品、熟悉的老照片、熟悉的老歌来烘托餐厅空间的文化主题。

（六）以著名人物为主题

餐厅空间借助著名人物的影响力，利用人们对著名人物的崇拜心

理，吸引人们来此就餐。

以毛主席为主题的餐厅。北京有一家“毛家菜”酒楼，这家酒楼很明确的就是以伟大领袖毛主席为主题。在很远的地方就可以看见“怀念毛泽东，品尝毛家菜”的霓虹灯大字，进门就见一尊以韶山冲为背景的毛主席的半身像。酒楼装修的格调很有王者气派，连包间的名字也取自毛主席生活和工作过的井冈山、遵义、韶山……“土豆烧牛肉”等菜名用在餐

饮文化里倍感亲切。随处可见毛主席的诗词，悠扬的革命歌曲《红太阳》飘荡在餐厅里。“红烧肉”代表了一个艰苦的时代，毛主席最喜好“红烧肉”，在打大仗之前他吩咐“来碗红烧肉”，庆贺打了胜仗他也吩咐“来碗红烧肉”。人们到这里，除了一饱红烧肉的口福外，更多的是体验一下革命战争年代的生活。



▲图4-8 东方盛宴：好客山东·大丰餐饮



▲图4-9 私房菜馆：梅林阁

六、单元教学导引

目标

这个教学单元主要是针对本科专业或者专科但课时安排时间较长的学生设置的。本单元从文化研究的角度,对餐厅空间设计这个领域做了更深入的研究。主要从市场的文化需求、人们的心理活动、宗教信仰,社会的文化发展来进行研究。餐厅空间的设计离不开文化这个主题,只有具有鲜明的文化主题,才能使设计作品更加人性化,更加具有感染力。

要求

空间,对许多人而言是不具任何意义的,因为他们往往着眼于整体视觉呈现,然而对设计者来说,它却是一个可无限挥洒的天地。本单元通过对设计风格的学习与把握,引导

学生在餐厅空间设计中体现消费者的尊贵,环境的高雅、纯净,文化厚度等,让文化激起人们的情感,让文化走进消费者心里。以餐厅为平台,融入更多的文化要素,呈现更加感人的文化氛围,从而让餐厅空间设计更接近完美。

重点

教学过程中主要以人为主体的,以人性为核心,包括人的行为、心理活动、情感需求、人际交往等多方面的因素来研究文化,展开教学的各个环节。

注意事项提示

由于文化主题研究是一个庞大的体系,在研究的过程中,教师必须引导学生有目的地进行研究。可以和学

生一起拟定一个主题,围绕一个文化主题做深入的研究,查阅这个主题的文化背景,整理搜集的资料,把这些意识形态的文化转换成设计的视觉语言。

小结要点

学生在设计餐厅主题时是否准确清晰地把握了主题的特定内涵。设计理念是否与主题相符合。主题在餐厅中的呈现是否鲜明。文化的主线是否贯穿在整个空间里。情感的表达是否能引起消费者的共鸣。主题餐厅的设计一定要确定一个特定的消费群体,针对这一群体来展开文化的研究,了解这一群体的文化背景、习惯、爱好、喜、怒、哀、乐等一系列心理活动。

为学生提供的思考题:

1. 色彩在餐厅空间里是如何表达情感内涵的?举例说明。
2. 文化主题在餐厅空间设计里的重要性体现在哪些方面?
3. 如何打造一个具有特定文化内涵的餐厅?应从哪些方面入手?

学生课余时间的作业练习题:

查阅和学习优秀的主题餐厅设计的案例,看一些人文方面的书籍。

单元作业命题:

主题餐厅设计(如果要做这个课题,必须在第一周就贯穿在设计思想里,加强同一课题的深度)。

作业命题设计的缘由:

餐厅空间是人们进行社会礼仪交往和情感交流的重要场所,餐饮消费更是现代人享受不同品位餐饮文化的生活方式。优秀的餐厅空间设计能有效地提升人们的美学品位和艺术审美

能力,使人在享受美味的同时获得一种特殊品位的文化体验,所以文化消费已成为一种时尚,成为促进个性化消费的一种手段。

命题设计的具体要求:

选择和表现的文化主题塑造要有鲜明的个性,内容和形式要完美统一,避免内容与形式相互分离,甚至相互矛盾和冲突的文不对题的设计表现。

命题作业的实施方式:

用多媒体教学介绍优秀的主题餐厅设计的案例,教师介绍一些文化研究的书籍让学生自学,学生与教师做文化研究的互动,教师和学生一起做课题的市场调查。

作业规范与制作要求:

按1:50, 1:100的比例作平面图和天棚图,立面图按1:50, 1:40, 1:30, 1:20的比例来

制图,大样按1:40, 1:30, 1:20, 1:10, 1:5的比例来制图。图纸的制图要求严格按照制图规范来完成。要求写2000~3000字的设计说明(包括市场调查报告、设计理念、设计命题、设计方法、设计采用的手段等)。

单元作业小结要点:

1. 学生在进行主题餐厅设计时思路是否清晰,是否做到心中有数。
2. 学生对特定主题餐厅的整体规划是否科学合理。
3. 设计方案中细部处理是否到位,设计是否显得较为深入丰富。
4. 设计制图是否合乎规范要求。
5. 施工图是否符合施工要求。
6. 交底报告是否表述清楚(这是学生学习该课程的一个评判标准),存在什么样的问题。

后记

我从四川美术学院毕业以来,一直从事室内设计、装饰项目施工、室内设计教学等工作,并结合我从事的专业对室内设计、装饰材料与施工工艺做了大量的研究。在2009年与刘蔓教授编写了《商业空间设计》(上)一书,从文化的角度来研究餐饮空间,该书已被采用为四年制本科的高校教材。本书注重基础理论和技能方面,针对高职教育而编写。

我在撰写这本书的过程中,做了大量社会调查,查阅了很多资料,从理论到实践、从学习方法到知识的掌握,论述力求由浅入深,尽量做到论据充分、举例恰当、利学利教。

本书得以出版要感谢四川美术学院设计系和成都艺术职业学院的领导,在写作上给予了我鼎力支持。

我很荣幸有我的导师刘蔓教授长期的鼓励和支持,我在写作过程中遇到困难需要帮助的时候,她总是随时放下手里的工作与我一起讨论,提出诚恳的批评,不断地修正我在写作时忽略的点点滴滴,在此深表感谢!

在此我要深深地感谢关心和支持我的朋友们,我在写作的过程中一直得到他们的关注和支持,谢谢他们和我一起查阅资料、做市场调查。还要感谢成都市卓引建筑装饰设计有限责任公司为本书提供了大量的图片。正是他们的鼓励和支持,才能使这本书顺利完成。

本书能够顺利地出版,也离不开“高职高专艺术设计专业教材”的编委们对我的信任,特别是本书的编辑做了大量的工作,正是有了他们辛苦的付出,本书才得以面世。

本书选编了大量国内外优秀的作品作为实例论证,因篇幅所限不能一一列出,无法一一跟作者取得联系,在此谨向这些优秀的作者专家们表示深深的感谢。

参考文献

- [1] 黄浏英. 主题餐厅设计与管理[M]. 辽宁科学技术出版社
- [2] 张世琪. 餐馆卖场设计[M]. 辽宁科学技术出版社
- [3] 赵荣光. 中国饮食文化概论[M]. 高等教育出版社
- [4] [中国台湾]萧玉倩. 餐饮概论[M]. 湖南科学技术出版社
- [5] [美]约翰·菲斯克著, 杨全强译. 解读大众文化[M]. 南京大学出版社
- [6] 黄文波. 餐饮管理[M]. 南开大学出版社
- [7] 华国梁, 马建鹰, 赵建民. 中国饮食文化[M]. 东北财经大学出版社
- [8] 黄浏英, 李菊霞, 林翔. 餐饮品牌营销[M]. 辽宁科学技术出版社
- [9] 任百尊. 中国食经[M]. 上海文化出版社
- [10] [美]朱丽叶·泰勒著, 杨玮娣译. 主题酒吧设计[M]. 中国轻工业出版社
- [11] 徐佳兆, 张霞. 风情餐吧[M]. 辽宁科学技术出版社
- [12] [美]理查德·克里斯汀著, 李永君, 刘君译. 商店与餐厅设计[M]. 中国轻工业出版社
- [13] 国际装潢新潮丛书编写组. 酒店餐厅设计装潢新潮[M]. 上海科学普及出版社, 香港建筑与城市出版社
- [14] 刘圣辉, 徐佳兆. 北京中餐厅[M]. 辽宁科学技术出版社
- [15] 符宁, 郭健. 现代餐饮空间[M]. 辽宁科学技术出版社
- [16] 徐佳兆. 亚洲风格餐厅[M]. 辽宁科学技术出版社
- [17] [美]马丁·M. 佩格勒编著, 胡倩如, 王向阳, 王景宝译. 娱乐餐饮空间[M]. 江西科学技术出版社
- [18] Bbthan Ryder著. 林晓红, 吕楠译. 酒吧与俱乐部设计[M]. 辽宁科学技术出版社
- [19] 奥罗拉·奎托, 勒詹多·巴哈德. 酒吧与餐馆[M]. 大连理工大学出版社
- [20] 关鸣等. 消闲空间之西餐厅·酒吧[M]. 中国计划出版社, 贝思出版有限公司
- [21] 韩国建筑世界株式会社著. 餐饮空间[M]. 大连理工大学出版社
- [22] 《商业空间》杂志2005年第7期
- [23] 深圳市金版文化发展有限公司. 餐饮·厅吧[M]. 清华大学出版社
- [24] 徐佳兆等. 新上海餐厅[M]. 辽宁科学技术出版社
- [25] 徐佳兆著. 刘圣辉摄影. 中式风格[M]. 辽宁科学技术出版社
- [26] [西]汉那·牛顿著. 林孟夏译. 餐馆设计经典[M]. 福建科学技术出版社
- [27] 悠悠京城风韵(2005北京最佳餐厅设计)[M]. 辽宁科学技术出版社
- [28] 《空间》杂志1999年第2期
- [29] 崔笑声. 设计手绘表达[M]. 中国水利水电出版社
- [30] 武峰. CAD室内设计施工图常用图块[M]. 中国建筑工业出版社

成都艺术职业学院重点专业建设经费支助
高等职业教育艺术设计“十二五”规划教材
ART DESIGN SERIES

餐厅空间设计

Restaurant Space Design
Course 教程

刘可 编著



国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

西南师范大学出版社
XINAN SHIFAN DAXUE CHUBANSHE

图书在版编目 (C I P) 数据

餐厅空间设计教程 / 刘可编著. -- 重庆 : 西南师范大学出版社, 2016.4
ISBN 978-7-5621-7807-1

I. ①餐… II. ①刘… III. ①餐厅—室内设计—教材 IV. ①TU238

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 059943 号

丛书策划: 李远毅 王正端

高等教育艺术设计 十二五 规划教材
主 编: 沈渝德

餐厅空间设计教程 刘可 编著
CANTING KONGJIAN SHEJI JIAOCHENG

责任编辑: 袁 理
整体设计: 沈 悦

 西南师范大学出版社(出版发行)

地 址: 重庆市北碚区天生路2号 邮政编码: 400715
本社网址: <http://www.xscbs.com> 电 话: (023) 68860895
网上书店: <http://xnsfdxcbs.tmall.com> 传 真: (023) 68208984

经 销: 新华书店
排 版: 重庆新金雅迪艺术印刷有限公司·康欢欢 沈文会
印 刷: 重庆康豪彩印有限公司
开 本: 889mm×1194mm 1/16
印 张: 6
字 数: 180千字
版 次: 2016年8月 第1版
印 次: 2016年8月 第1次印刷
ISBN 978 - 7 - 5621 - 7807-1
定 价: 36.00元

本书如有印装质量问题, 请与我社读者服务部联系更换。读者服务部电话: (023)68252507
市场营销部电话: (023)68868624 68253705

西南师范大学出版社正端美术工作室欢迎赐稿, 出版教材及学术著作等。
正端美术工作室电话: (023)68254657(办) 13709418041 E - mail: xszdms@163.com

编审委员会

学术 顾问

杜国城 全国高职高专教学指导委员会秘书长 教授
季 翔 徐州建筑学院 教授
黄 维 清华大学美术学院 教授
罗 力 四川美术学院 教授
郝大鹏 四川美术学院 教授
陈 航 西南大学美术学院 教授
李 巍 四川美术学院 教授
夏镜湖 四川美术学院 教授
杨仁敏 四川美术学院 教授
余 强 四川美术学院 教授
张 雪 北京航空航天大学新媒体艺术系 教授

主编

沈渝德 四川美术学院 教授
中国建筑学会室内设计分会专家委员会委员、重庆十九分会主任委员
高职高专教育土建类专业教学指导委员会委员
建筑类专业指导分委员会副主任委员

编委

李 巍 四川美术学院 教授
夏镜湖 四川美术学院 教授
杨仁敏 四川美术学院 教授
沈渝德 四川美术学院 教授
刘 蔓 四川美术学院 教授
杨 敏 广州工业大学设计学院 副教授
邹艳红 四川教育学院 教授
胡 虹 重庆工商大学 教授
余 鲁 重庆三峡学院美术学院 教授
文 红 重庆教育学院 教授
罗晓容 重庆工商大学 教授
曾 强 重庆交通大学 教授



序

Preface

沈渝德

职业教育是现代教育的重要组成部分，是工业化和生产社会化、现代化的重要支柱。

高等职业教育的培养目标是人才培养的总原则和总方向，是开展教育教学的基本依据。人才规格是培养目标的具体化，是组织教学的客观依据，是区别于其他教育类型的本质所在。

高等职业教育与普通高等教育的主要区别在于：各自的培养目标不同，侧重点不同。职业教育以培养实用型、技能型人才为目的，培养面向生产第一线所急需的技术、管理、服务人才。

高等职业教育以能力为本位，突出对学生能力的培养。这些能力包括收集和选择信息的能力、在规划和决策中运用这些信息和知识的能力、解决问题的能力、实践能力、合作能力、适应能力等。

现代高等职业教育培养的人才应具有基础理论知识适度、技术应用能力强、知识面较宽、素质高等特点。

高等职业艺术设计教育的课程特色是由其特定的培养目标和特殊人才的规格所决定的。课程是教育活动的核心，课程内容是构成系统的要素，集中反映了高等职业艺术设计教育的特性和功能，而合理的课程设置是人才规格准确定位的基础。

本艺术设计系列教材编写的指导思想是从教学实际出发，以高等职业艺术设计教学大纲为基础，遵循艺术设计教学的基本规律，注重学生的学习心理，采用单元制教学的体例架构，使之能有效地用于实际的教学活动，力图贴近培养目标、贴近教学实践、贴近学生需求。

本艺术设计系列教材编写的一个重要宗旨就是要实用——教师能用于课堂教学，学生能照着做，课后学生愿意阅读。教学目标设置不要求过高，但需适应高等职业设计人才的培养目标，有足够的信息量和良好的实用价值。

本艺术设计系列教材的教学内容以培养一线人才的岗位技能为宗旨，充分体现培养目标。在课程设计上以职业活动的行为过程为导向，按照理论教学与实践并重、相互渗透的原则，将基础知识、专业知识合理地组合成一个专业技术知识体系。理论课教学内容根据培养应用型人才的特点，求精不求全，不过多强调高深的理论知识，做到浅而实在、学以致用；而专业必修课的教学内容覆盖了专业所需的所有理论，知识面广、综合性强，有利于培养“宽基础、复合型”的职业技术人才。

现代设计作为人类创造活动的一种重要形式，具有不可忽略的社会价值、经济价值、文化价值和审美价值，已与国家的命运、社会的物质文明和精神文明建设密切相关。重视与推广设计产业和设计教育，成为关系到国家发展的重要任务。因此，许多经济发达国家都把发展设计产业和设计教育作为一种基本国策，放在国家发展的战略高度来把握。

近年来，国内的艺术设计教育已有很大的发展，但在学科建设上还存在许多问题。主要表现在缺乏优秀的师资、教学理念落后、教学方式陈旧，缺乏完整而行之有效的教育体系和教学模式，这点在高等职业艺术设计教育上表现得尤为突出。

作为对高等职业艺术设计教育的探索，我们期望通过这套教材的策划与编写构建一种科学合理的教学模式，开拓一种新的教学思路，规范教学活动与教学行为，以便有效地推动教学质量的提升，同时便于有效地进行教学管理。我们也注意到艺术设计教学活动个性化的特点，在教材的设计理论阐述深度上、教学方法和组织方式上、课堂作业布置等方面给任课教师预留了一定的灵动空间。

我们认为教师在教学过程中不再是知识的传授者、讲解者，而是指导者、咨询者；学生不再是被动地接受，而

是主动地获取，这样才能有效地培养学生的自觉性和责任心。在教学手段上，应该综合运用演示法、互动法、讨论法、调查法、练习法、读书指导法、观摩法、实习实验法及现代化电教手段，体现个体化教学，使学生的积极性得到最大限度的调动，学生的独立思考能力、创新能力得到全面的提高。

对于本系列教材中表述的设计理论及观念，我们充分注重其时代性，力求有全新的视点，紧跟社会发展的步伐，尽可能地吸收新理论、新思维、新观念、新方法，展现一个全新的思维空间。

本系列教材根据目前国内高等职业教育艺术设计开设课程的需求，规划了设计基础、视觉传达、环境艺术、数字媒体、服装设计五个板块，大部分课题已相继出版。

为确保教材的整体质量，本系列教材的作者都是聘请在设计教学第一线的、有丰富教学经验的教师，学术顾问特别聘请国内具有相当知名度的教授担任，并由具有高级职称的专家教授组成的编委会共同策划编写。

本系列教材自出版以来，由于具有良好的适教性，贴近教学实践，有明确的针对性，引导性强，被国内许多高

等职业院校艺术设计专业采用。

为更好地服务于艺术设计教育，此次修订主要从以下四个方面进行：

完整性。一是根据目前国内高等职业艺术设计的课程设置，完善教材欠缺的课题；二是对已出版的教材在内容架构上有欠缺和不足的地方进行补充和修改。

适教性。进一步强化课程的内容设计、整体架构、教学目标、实施方式及手段等方面，更加贴近教学实践，方便教学部门根据本教材，引导学生主动学习。

时代性。艺术设计教育必须与时代发展同步，具有一定的前瞻性，教材修订中及时融合一些新的设计观念、表现方法，使教材具有鲜明的时代性。

示范性。教材中的附图不仅是对文字论述的形象佐证，而且也是学生学习借鉴的成功范例，具有良好的示范性，此次修订对附图进行了大幅度的更新。

作为高等职业艺术设计教材建设的一种探索与尝试，我们期望通过这次修订能有效地提高教材的整体质量，更好地服务于我国艺术设计高等职业教育。



前言 |

Foreword

高等职业教育（以下简称高职教育），从20世纪80年代在我国兴起以来，发展很快，到现在已形成了具有相当规模的高等教育体系。它在社会经济发展和国民教育中的重要性与特殊作用，已越来越受到整个社会的重视。

餐厅空间设计是基于高职教育的特殊性、市场的定向性和行业的针对性等因素而设置的一门课程。旨在培养具有一定的环境艺术设计理念与创意思维以及十分熟练的实际运用能力的设计人才。随着我国经济建设的日新月异、突飞猛进，人民生活水平的不断提高，人们对自身环境和公共消费空间有了越来越高的要求。这不仅需要一批专业的创新型设计人才，同时也需要更多有一定专业素养的复合型应用技术人才。

当今社会，餐饮作为人们生活的重要组成部分，在人们的生活方式与交流方式中都不可缺少。它不断接受经济变革浪潮的洗礼，同时也一次又一次接受文化的检验，成为当代大众文化的新亮点。面对今天经济和技术的高速发展、同行的激烈竞争、顾客的挑剔、众多的品评家和来势迅猛的不同文化浪潮的冲击……餐饮场所也发生了翻天覆地的变化。它早已不是简单的饱腹解渴的场所，而是融入了丰富文化内涵的公共空间。设计师的热情与智慧，无疑对餐饮空间审美品位与文化价值的提升产生了重要影响。

《餐厅空间设计教程》是根据高职设计人才的培养目标与人才培养标准而编写的，因而它在教材体系、教学方法等方面都有其自身的特点并注重对学生综合实际能力的培养。

本教程不仅有对基础理论的讲解，还有对与设计实践紧密结合的设计方法与技巧的介绍。基础理论包括社会文明发展与餐饮文化的演变、餐厅空间设计的基本原理和基本原则。在让学生掌握基本理论知识与实践相结合的单元里，除了讲授设计的基本程序和流程及设计方法、制图的规范性和应用，分析大量的优秀设计案例外，还特别安排了社会实践部分，以便让学生走向社会对一定课题做社会调查，培养其适应社会的综合能力。本教程十分注重学习方法的培养，因而从思维角度和设计技能两个方面介绍了学习方法，便于学生在走上工作岗位后能灵活地运用知识。

为了彰显餐厅空间设计的艺术审美价值，本教程还在最后一个单元里专门讲解了餐饮文化的主题问题。旨在从文化课题的研究中挖掘学生的艺术潜质，提高学生的艺术审美情趣。

本书在结构上共分四个板块：餐厅空间设计的基本概念与要求、餐厅空间设计的基本程序、餐厅空间设计的方法、餐厅空间设计的主题概念。书中还列举了大量中外经典设计作品，为本教程提供了直观的教学示范。

餐厅空间设计是一项浩繁的工程，内容丰富，涉及面很广。由于本书侧重点和容量的限制，编写有一定的难度，未能对餐饮的管理及相关的设备等问题展开讨论。限于本人水平，加之时间仓促，教材中难免有偏颇与不足之处，希望同行和专家批评指正。

目录 Contents

教学导引 01

第一教学单元 餐厅空间设计的基本概念与要求 03

- 一、餐饮文化的发展历程 04
 - (一) 中国餐饮文化的发展历程 04
 - (二) 国外餐饮文化的发展 05
- 二、餐厅空间设计的基本概念与分类 06
 - (一) 餐厅空间设计的基本概念 06
 - (二) 餐厅空间设计的基本分类 08
- 三、餐厅空间设计的基本原则 12
 - (一) 满足使用功能的要求 12
 - (二) 满足精神功能的要求 21
 - (三) 满足技术功能的要求 21
 - (四) 具有独特个性的要求 21
 - (五) 满足顾客目标导向的要求 22
 - (六) 满足适应性的要求 22
 - (七) 满足经济的要求 22
 - (八) 满足销售餐饮产品功能 22
 - (九) 满足制作餐饮产品功能 23
- 四、单元教学导引 24

第二教学单元 餐厅空间设计的基本程序 25

- 一、设计策划准备阶段 26
 - (一) 设计项目现场的分析报告 26
 - (二) 业主的分析报告 26
 - (三) 市场分析报告 26
 - (四) 顾客的情感需求报告 26
 - (五) 资料的分析报告 26
 - (六) 咨询报告的搜集 27
- 二、方案设计阶段 27
 - (一) 提出设计计划任务书 27
 - (二) 了解业主的项目计划任务 27
 - (三) 了解业主对该餐厅的经济投入情况 27
 - (四) 餐厅方案设计阶段 28
- 三、施工图设计阶段 30
 - (一) 平面图的深化阶段 30
 - (二) 室内立面展开图 33
 - (三) 顶棚平面图 35
 - (四) 室内预想图 39
 - (五) 室内装饰材料实样版面 42
 - (六) 设计意图说明和造价概算 43
 - (七) 施工设计大样图 43
 - (八) 方案确定阶段 43

四、施工图实施阶段 45

五、单元教学导引 46

第三教学单元 餐厅空间设计的方法 47

- 一、从思维的角度来谈餐厅设计的学习方法 48
 - (一) 学习观察生活和体验生活的思维方法 48
 - (二) 提出问题的思维方法 48
 - (三) 角色互换的思维方法 48
 - (四) 分析和研究问题的思维方法 48
- 二、从设计的角度来谈餐厅设计的学习方法 48
 - (一) 餐厅空间设计的构成要素 48
 - (二) 设计中构成要素的设计方法 53
 - (三) 餐厅空间里的构成形式 72
 - (四) 餐厅的设计风格 75
- 三、单元教学导引 79

第四教学单元 餐厅空间设计的主题概念 80

- 一、餐厅空间设计的主题文化 81
- 二、餐厅空间设计主题的作用与价值 81
 - (一) 有利于餐饮文化的繁荣 81
 - (二) 有利于创造企业的品牌效益 81
 - (三) 有利于激发餐厅空间不断创新 82
 - (四) 有利于引导人们个性化的消费 82
 - (五) 有利于促进人际交往与交流 82
 - (六) 有利于改变企业员工的精神 82
- 三、如何确立餐厅空间的主题 82
 - (一) 进行必要的市场调查 82
 - (二) 了解经营的产品内容 82
 - (三) 确立设计主题的创意构思 82
- 四、主题展现必须有丰富的情感内涵 83
 - (一) 不同造型体现的情感内涵 83
 - (二) 不同色彩体现的情感内涵 83
 - (三) 不同材质表达的情感内涵 84
- 五、餐厅空间设计的不同主题 85
 - (一) 以文化内涵为主题 85
 - (二) 以文化符号为主题 85
 - (三) 以中国的语言符号为主题 86
 - (四) 以思古怀旧为主题 86
 - (五) 以历史事件为主题 86
 - (六) 以著名人物为主题 86
- 六、单元教学导引 87

后记 88

参考文献 88