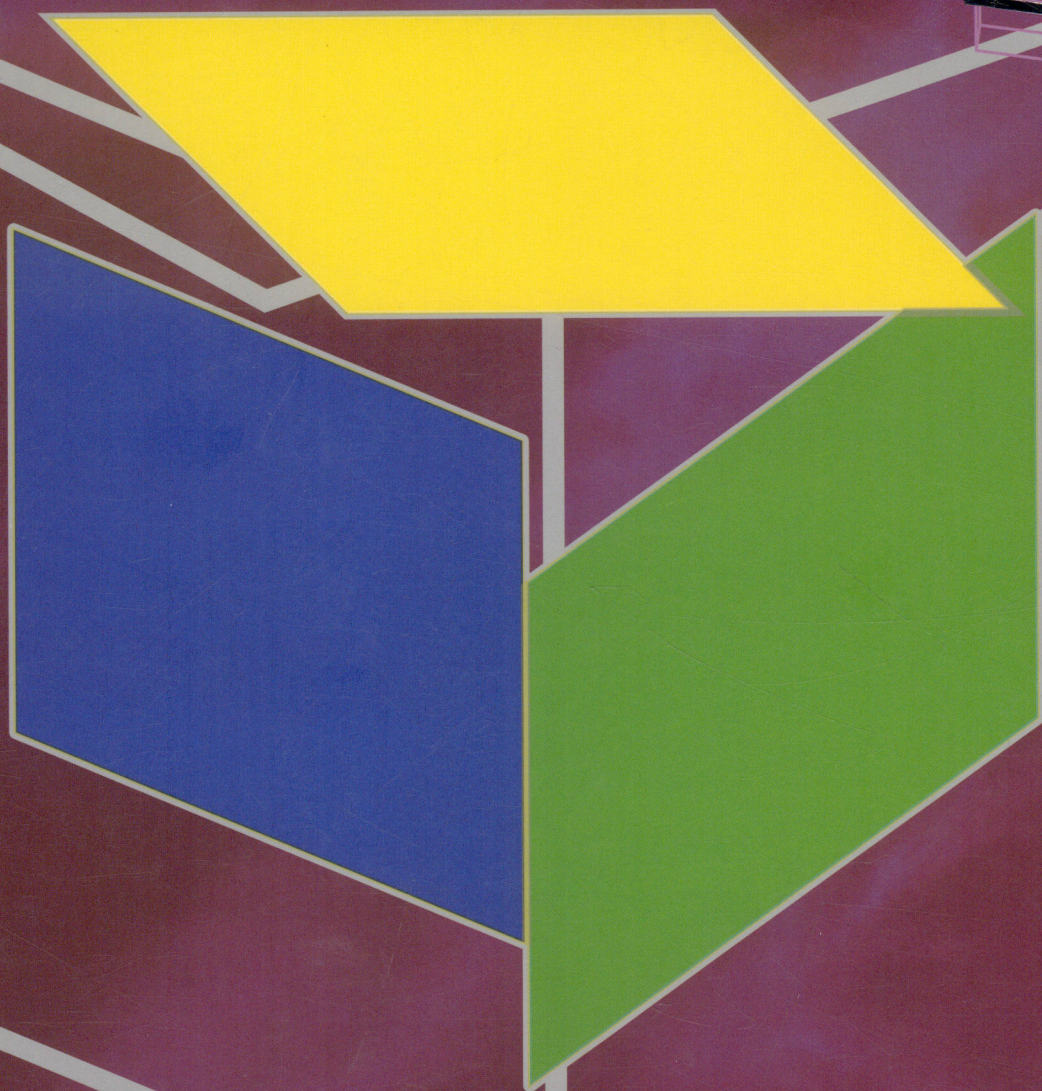


解构 空间



销
售
空
间

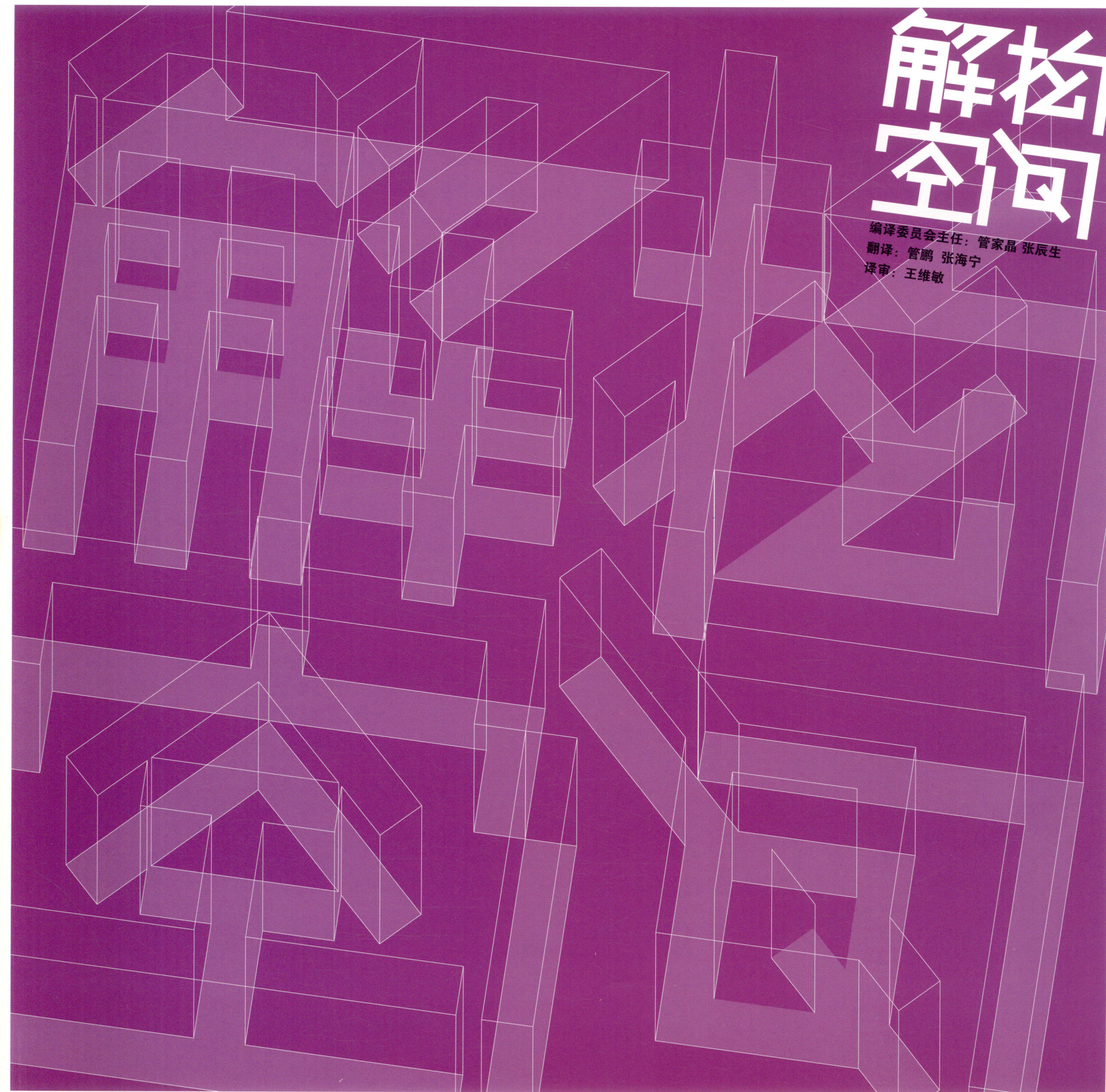
COMMERCIAL



 中国计划出版社

解构 空间

编译委员会主任：管家晶 张辰生
翻译：管鹏 张海宁
译审：王维敏



图书在版编目(CIP)数据

销售空间 / 管家晶, 张辰生编. —北京: 中国计划出版社, 2006.6

(解构空间)

ISBN 7-80177-541-4

I. 销... II. ①管...②张... III. 商业—服务建筑—室内设计—图集 IV. TU247-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 007158 号

解构空间·销售空间

出版发行

中国计划出版社

地址: 北京市西城区木樨地北里甲 11 号国宏大厦 C 座 4 层

电话: (010)63906433 63906381

邮编: 100038

各地新华书店经销

设计: Free/2 非同组

美编: 管婕娅

印刷: 恒美印务(番禺南沙)有限公司

开本: 287mm × 287mm 1/12

印张: 17

字数: 60 千字

2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

印数: 1-3000 册

ISBN 7-80177-541-4/TU · 304

定价: 198 元

版权所有, 不得翻印

■ 前言

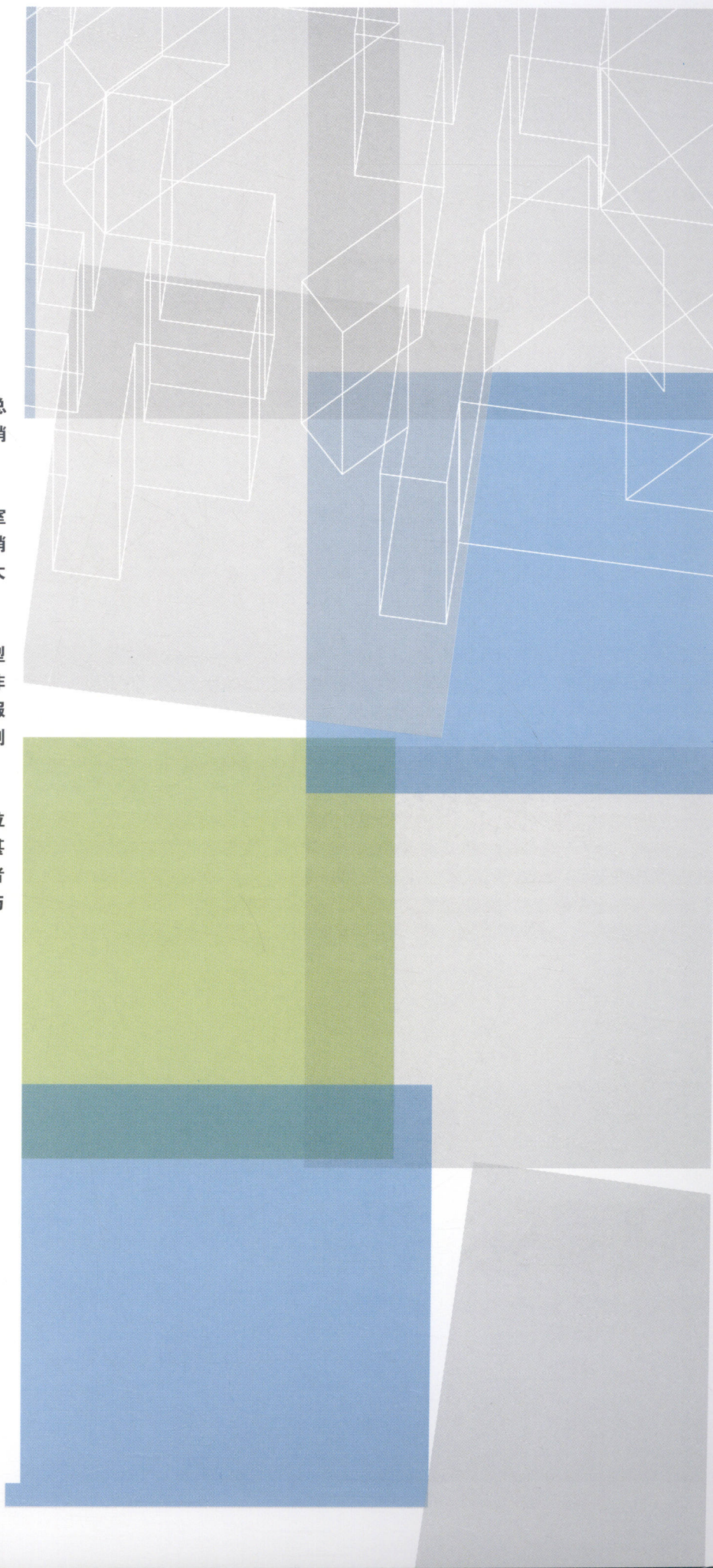
销售空间之设计导向

■ 每个黄金周过后，各大报章的经济版总会大篇幅地报导黄金周的收入，而销售业的收入总是排名榜首。由此可知，销售不仅是商业行业中的一个重要环节，城市的经济好坏也直接能在销售中反馈出来。因此，营造一个好的销售环境与销售空间就显得尤为重要。

■ 销售空间的室内设计是一种有意识的创造行为，通过更有创造性、更有效地设计室内及室外空间，能使用户获得期望的销售量及利润。反之，则影响购买行为。销售环境包括：产品、销售及设备及空间、销售员以及无形的服务。称心的销售环境必须具备现代性、便利性和创造性三大特征。

■ 销售空间的室内设计不仅仅是为了展示产品，还必须通过相关的基础和技术知识上的造型艺术来创造出一片新的领域。在拍摄和采访本书的销售空间时，发现一些来自香港的品牌店都非常有个性，而且设计意念又是那么的新颖和另类，让人很难想象一间像地下管道或毛坯房般的服装店竟能吸引那么多人的眼光。所以说，设计师的判断、检验和决定整个商业建筑计划从开始到完工的过程，都与现代性和创造性息息相关。

■ 本书主要介绍的是销售空间。对于空间设计方面的原则，并不是每个人都具有准确的定位和清晰的判断的，这确实是一些值得争议的问题。然而，根据每个人的生活方式、生活习惯，甚至是生活范围的不同，所选择的表现形式与内容也大不一样。什么样的形式比较容易表现消费者对生活情趣执着的原则性，什么样的内容最能显示出个人品位的超凡脱俗，又或是对空间风格与时尚情调的追求，等等。似乎各有千秋，甚是值得借鉴和参照。





C O N T E N T S

6 Giorgio Armani

18 Gucci

30 LV

40 Prada

56 Ralph Lauren

76 Sophiene

86 例外

98 吉祥斋

108 MFG

128 00852

136 衣国冰寺

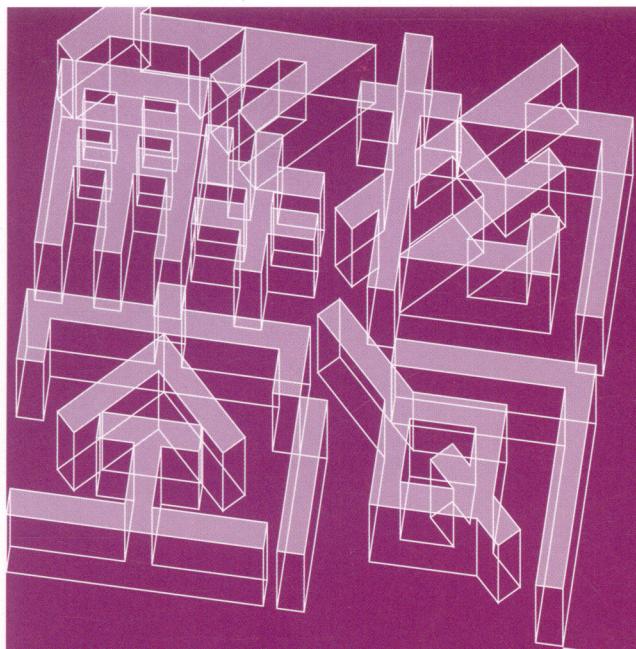
144 OB-M

160 Touch

174 Stop

184 G.O.D

198 南北东西



Giorgio Armani

销售空间

GIORGIO ARMANI











众所周知, Giorgio Armani在美国已是销量最大的欧洲设计师的品牌,以使用新型面料及优良制作而闻名。这里所展现的 Giorgio Armani是经过了新的装修,占据了以前三个商店的位置,除了售卖 Giorgio Armani 的男女服装之外,还售卖 Giorgio Armani 的男女装饰品和收藏品。

这里的装修完全有别于现有的服装概念店,当一些品牌商店主要将商品展示在巨大的展示窗前时,这里却是一个个小小的展示窗,经过穿透力强烈的灯光映照,最大限度地表现出空间的面积。墙上和走廊上的石灰色带来强烈的收缩感,而室内的石灰石隐隐透出的稳重感与 Giorgio Armani 不奢华而醒目的服装的感觉不谋而合。特制的灯光隐藏在天花板和墙壁之间,光通过遮盖的绸缎和特制的玻璃穿透过来,将现代感、贵族感、奢华感和温馨感在同一时刻微妙地组合在一起,少量的家具和照明设施就给这间商店留下了更多的充足空间。

和其它一些上千平方米的 Giorgio Armani 概念店比较起来,这里只有 270 平方米的 Giorgio Armani 无疑是 mini 式的。但这里自然的连通性和缓和的交通线更像创始人 Giorgio Armani 的设计哲学观念那样,将既不潮流亦非传统的东西二者合一,是完美地备有装饰品商店的简约空间。









