

商店及餐厅设计

retail & restaurant spaces

[美] 克里斯汀·理查德 编著 李永君 刘 璐 译

室内设计系列

中国轻工业出版社

作者简介

克里斯汀·理查德 (Kristen Richards), 纽约《Home Furnishings Daily》和《High Point》杂志社的高级编辑。曾作过 10 年新闻编辑和《Interior》杂志的专栏作家, 同时又是美国和国际上一些设计与商务出版物的自由撰稿人和摄影师。

商店及餐厅设计

图书在版编目(CIP)数据

商店及餐厅设计 / (美)理查德(Richards, K.) 编著;
李永君, 刘君译. —北京: 中国轻工业出版社, 2001.1
ISBN 7-5019-3044-9

I. 商… II. ①理… ②李… ③刘…
III. ①商店-建筑设计②饭店-建筑设计 IV. TU247

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第80385号

Original Title: Retail & Restaurant Spaces
Copyright © 1999 By Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form without written permission of the copyright owners. All images in this book have been reproduced with the knowledge and prior consent of the artists concerned and no responsibility is accepted by producer, publisher, or printer for any infringement of copyright or otherwise, arising from the contents of this publication. Every effort has made to ensure that credits accurately comply with information supplied.

责任编辑: 剧 鹏 杨玮娣 责任终审 孟寿萱 责任监印 崔 科
美术编辑: 陈 宇 责任校对 方 敏

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街6号, 邮编 100740)
网 址: //www.chlip.com.cn
印 刷: 深圳利丰雅高印刷有限公司
经 销: 各地新华书店
版 次: 2001年1月第1版 2001年1月第1次印刷
开 本: 940X1270 印张 11.75
字 数: 100千字
书 号: ISBN 7-5019-3044-9/TU 027
定 价: 185.00元
著作权合同登记 图字: 01-2000-3286

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·

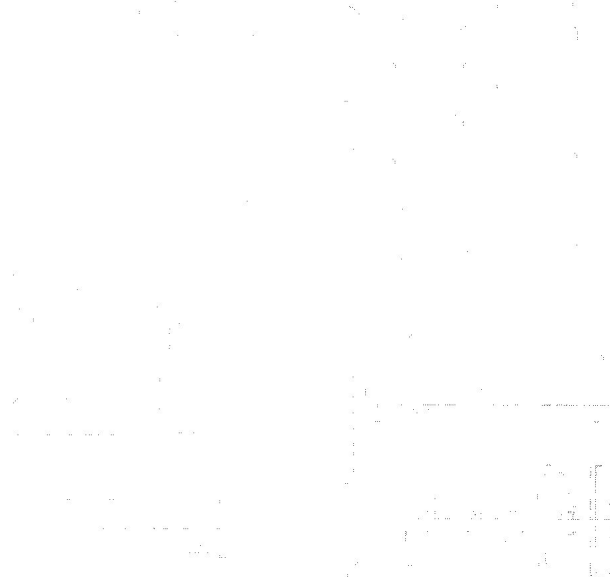
retail & restaurant spaces

商店及餐厅设计

[美] 克里斯汀·理查德 编著
李永君 刘君 译

室内设计系列

 中国轻工业出版社



目 录

前 言	6
序	7
阿卡设计工作室 (AKAR STUDIO)	8
建筑联盟工作室 (ARCHITECTURAL ALLIANCE INC.)	12
艾瑞设计集团 (ARIA GROUP ARCHITECTS, INC.)	16
AND 建筑顾问有限公司 (AXIS NETWORK DESIGN CONSULTANTS SDN BUD)	20
伯格米特设计工作室 (BERGMEYER ASSOCIATES, INC.)	24
BP 建筑设计事务所 (BOGDANOW PARTNERS ARCHITECTS)	30
BBGM 设计事务所 (BRENNAN BEER GORMAN MONK / INTERIORS)	34
克拉戴格国际设计事务所 (CLODAGH DESIGN INTERNATIONAL)	38
CJB 设计事务所 (CREAR - JAMIE BOUZAGLO)	42
卡尼海姆集团 (CUNINGHAM GROUP)	46
DGA 设计工作室 (DESGRIPPES GOBÉ & ASSOCIATES)	50
EM 建筑设计有限公司 (EIKUS / MANFREDI ARCHITECTS, LTD.)	54
安格斯稠姆设计集团 (ENGSTROM DESIGN GROUP)	60
FRCH 设计公司 (FRCH DESIGN WORLDWIDE)	66
FGC 建筑设计事务所 (FRANKE, GOTTSEGEN, COX ARCHITECTS)	72
詹斯勒设计公司 (GENSLER)	76
GRID / 3 国际设计事务所 (GRID / 3 INTERNATIONAL)	82
哈威森建筑设计公司 (HAVERSON ARCHITECTURE AND DESIGN, P.C.)	86
HBA 工作室 (HIRSCH BEDNER ASSOCIATES)	90
IIDA 新加坡设计有限公司 (IIDA SINGAPORE PTE. LTD.)	94
国际设计事务所 (INTERNATIONAL DESIGN GROUP, INC.)	98
JGA 设计事务所 (JGA, INC.)	102
PJ 设计公司 (PLANUNGSGRUPPE JOHNN)	108
SFJONES 建筑设计事务所 (SFJONES - ARCHITECTS)	112
雷蒙·米查德建筑设计公司 (LEMAY MICHAUD ARCHITECTURE DESIGN)	116
LCA 设计事务所 (LIEBER COOPER ASSOCIATES)	120
DLA 建筑设计事务所 (DAVID LING ARCHITECTS)	124



LIEBER COOPER ASSOCIATES CAFE SPIAGGIA PHOTO: MARK BALLOGG, STEINKAMP/BALLOGG

约翰·拉姆建筑设计公司 (JOHN LUM ARCHITECTURE)	128
迈克·迈龙建筑设计公司 (MICHAEL MALONE ARCHITECTS, INC.)	132
PMC 设计公司 (PATRICK MCBRIDE COMPANY)	136
JMA 设计事务所 (JORDAN MOZER & ASSOCIATES)	140
NBBJ 设计事务所 (NBBJ)	144
RG 设计工作室 (ROCKWELL GROUP)	148
RSCA 设计公司 (RITA ST. CLAIR ASSOCIATES)	154
塞欧建筑设计公司 (SHEA ARCHITECTS, INC.)	158
ESA 设计工作室 (EARL SWENSSON ASSOCIATES, INC.)	162
MTD 设计公司 (MATHIAS THÖRNER DESIGN, INC.)	166
II BY IV 设计协会 (II BY IV DESIGN ASSOCIATES)	170
JPV 设计工作室 (JEAN - PIERRE VIAU DESIGN)	174
YP 设计公司 (YABU PUSHIELBERG)	178
RYA 设计协会 (ROBERT YOUNG ASSOCIATES)	184

前言

本书使读者沉浸于一系列精彩的商店及餐厅设计之中。专业人士将会仔细审视书中所选方案并查明每位设计师所采用的设计理念与方法。与此同时，他们也将书中找到以下关于设计的一些基本问题的答案：

谁是客户？他的目的是什么？

谁是顾客、参观者或客人？他们需要什么？

它在地理、社会和历史上的地位是什么？

餐馆的食谱与方案设计有着怎样的联系？

我们想通过设计传达哪一种信息？

对于这些问题的答案，本书将会为读者提供更多的细节。毫无疑问，实用主义者将会在书中找到更多有益于他们的东西，并会把它们当作在工作中遇到问题时的一本资料参考书，使他们能够从中找到富有创造性和实践性的解决方案。

我个人认为：这些问题的答案提供了更深一层的意义，那就是促使我开始思考和研究如何创造动态的商业空间。我本人对那些成为生活社区楷模的空间极感兴趣，因为每个社区都能把人们聚集到一起，为我们的生活增添无穷的乐趣。

如果追溯这种乐趣的产生，你会发现有两个原因：一是雇主在实践和理论上的关注，二是设计师设计理念的成熟。设计师在设计的时候，不仅要有丰富的想像力，还要考虑到实际条件的制约。在更多的情况下是设计师与业主之间的相互沟通与协调。

一个空间的创造是一次对全局控制和把握的训练。为了取得最后的成功，布局和结构必须严谨。然而，最后应该让我们来庆幸仍有一件事情没有被控制，那就是：选择走进这个空间的人们行为和情感。

无论何时，一名设计师都会用他的才智和风格创造便于人们活动的空间，而每个顾客则因此而得到了一次愉快的体验，这种体验越是令人难忘，则顾客再次光临的可能性就越大。

让我们换一个角度再看书中的这些商店及餐厅，评价每一个方案的独到之处，判断哪一个将会促进和增强人们的兴趣和空间的魅力。这种动人的结合通常会产生一个将留给你特殊回忆的空间。

大卫·洛克威尔 (David Rockwell)

洛克威尔集团 (Rockwell Group) 的创立者

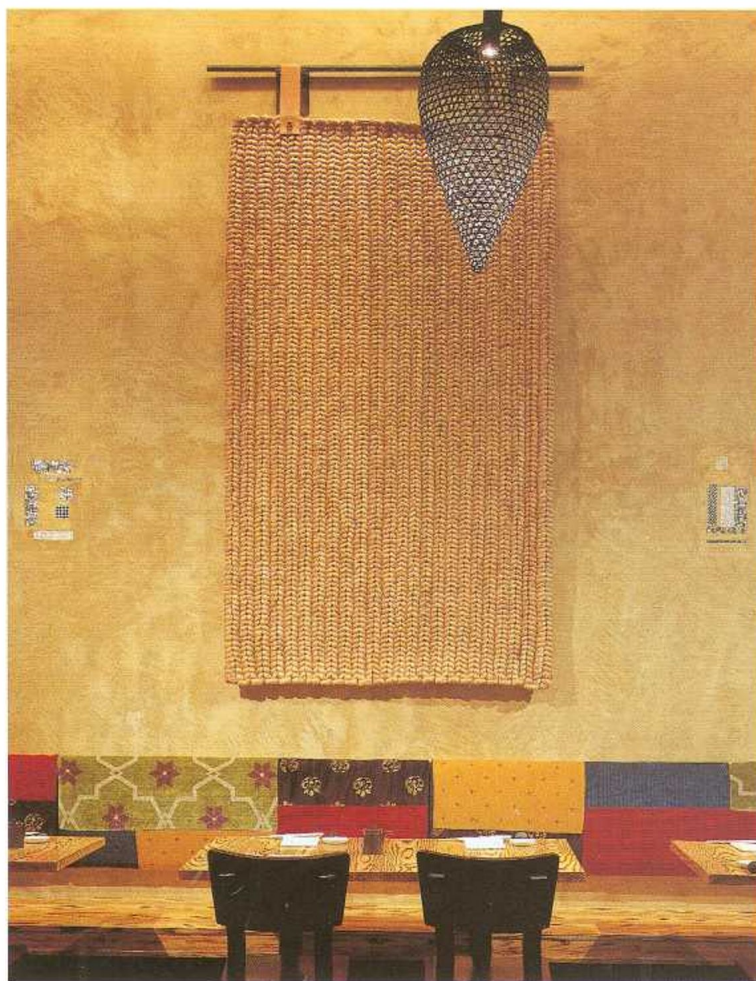
序

商店和餐饮业正面临着来自于他们的竞争对手的挑战。宣传手册、网站和电子商务使世界变得越来越小,并使消费者变得更加老练和富有经验(据估计,到2005年网上购物额将达到一万亿美元)。因此,营造的环境必须具有冲击力,结合产品、价格和顾客的一种愉快体验,这种体验将能使他们迈过这扇门,并在这里消费他们的时间和钞票。随着全球经济和文化的发展,商店和餐厅的室内空间呼唤着富有特色而又能为大众所接受的设计风格。

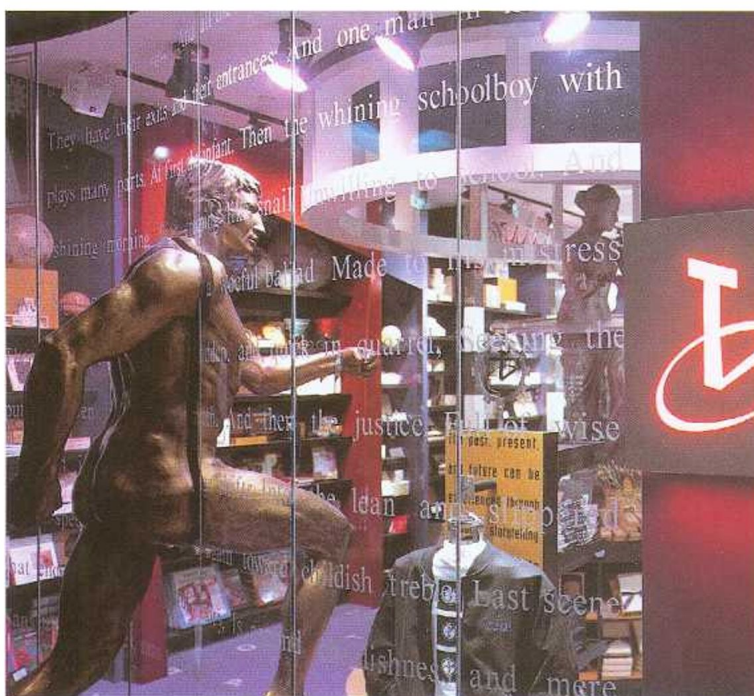
书中所列的方案不仅意味着它对空间自身功能的体现,还展示了许多富有创造性和想像力,很多时候甚至是大胆的设计。书中汇编众多设计案例的意图就是向读者展现尽可能广泛的方案——从宁静到热烈,从传统风格到异国情调,从跨国公司的连锁店到独立的服装专卖店,从四星级美食城到极其前卫的咖啡馆。

在编写这本书时使我想起了自己早年的一点感受:当我十几岁的时候,每次逛商店都会产生恐惧之感,并且几乎从不到外面的餐馆吃饭。但在过去10年中,我最大的专业兴趣却是编写那些与众不同的商店和餐厅方面的书及文章。我经常在建筑工地询问类似如下的一些问题:这将是一座什么建筑?是由谁来设计的?这一过程已使我同许多才华横溢的设计师及他们的客户建立了良好的友谊。还有那些摄影师,正是他们的鼎力相助才使书中每一页图片都如此精美漂亮。

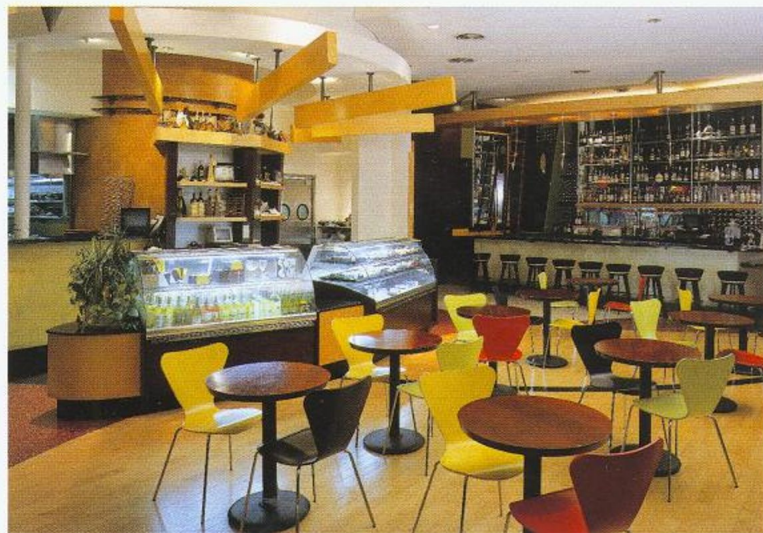
克里斯汀·理查德(Kristen Richards)



ROCKWELL GROUP NEXT DOOR NOBU PHOTO: PAUL WARCHOL



FRCH DESIGN WORLDWIDE TEMPUS EXPEDITIONS PHOTO: DAN FORER



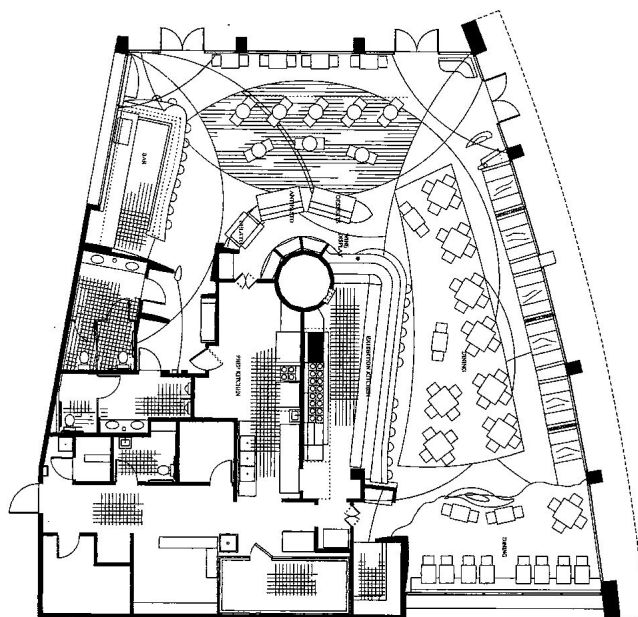
阿卡设计工作室(AKAR STUDIO)

阿卡 (akar) 是梵语“形体”的意思，它体现了阿卡设计工作室通过非常规的方法对“形体”进行再创作的设计理念。阿卡设计工作室在形式和造型上都致力于开发奇异的效果，并把它们糅合进富有创意而现代的建筑设计方案之中。该公司利用楼层与结构之间的相互影响，结合浓烈的色彩、流畅的外形和几何线条之间的关系，创造了一种简洁的风格。不同设计师丰富的设计思想和精湛的工艺技术使客户从设计方案到最后完工的整个过程都无须担心。

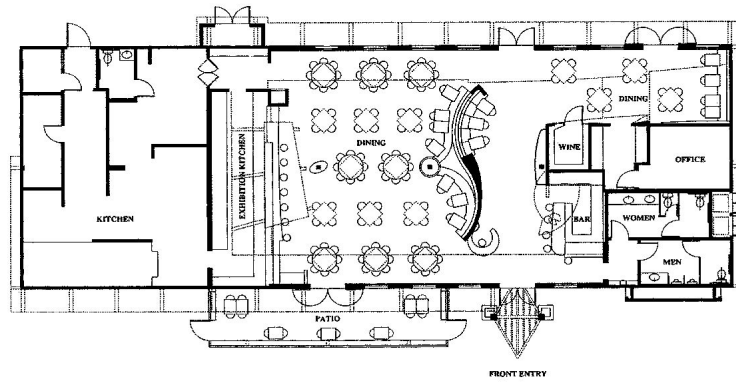
(上图) 洛杉矶的米·派思 (Mi Piacere) 餐馆的咖啡区和糕点区，质朴自然的风格通过简单的木柱支撑的餐桌和色彩明亮的座椅表达出来。(右图为平面布置图)

(对开页图) 橡雕塑一般的天花板造型为餐馆增添了巨大的魅力，并起到了划分各区域的作用。彩色的棱形玻璃和金属吊锤是咖啡区的点睛之笔，不仅如此，在天花板上还悬浮着一块船形的吊板。

所有摄影: Don Wong





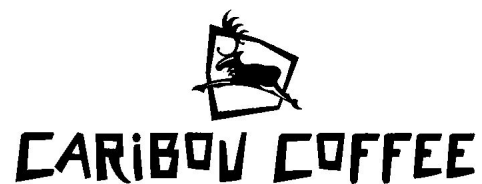


(上图) 加利福尼亚州干橡树的美式(American)餐馆内, 悬吊的弧形吧顶、悬垂的固定装置和石质吧台台面共同创造了一个舒适而亲切的空间。(上为平面布置图)

(右图) 美式餐馆的开放式厨房同头顶的铜制悬挑梁相映成辉。一个双层结构的石质台面餐台将厨房围起, 并为工作匆忙中吃快餐的人们提供了理想的场所。







建筑联盟工作室 (ARCHITECTURAL ALLIANCE INC.)

在 20 年的发展过程中，建筑联盟工作室已与许多客户建立了长期的合作关系，令他们一直引以为豪的是它个性化和专业化的服务。基于相互之间的信任和尊重，这种关系已经产生了富有创造性、功能合理并与其自然及文化背景相呼应的成功设计。像它的名字所暗示的那样，该公司通过团队合作来完成设计的策略已经获得了成功，并鼓励在雇员、客户、承建者和顾问之间进行密切的合作。它有一个广阔的客户群作为开展工作的坚实基础，这之中包括企业、政府、社会团体、房地产经理、零售商、航空公司和机场等。

(上图) 自 1992 年以来，凯瑞宝 (Caribou) 咖啡馆的分店已经扩大到 113 个以上。在与日俱增的美食咖啡屋市场中，实现其迅猛的、全国性的增长需要一种独一无二的品牌标识，这也正是导致凯瑞宝采用田园村舍风格的原因所在。

(右图) 位于明尼苏达州布鲁克林公园的凯瑞宝咖啡馆，通过一个联结不同区域的壁炉来充分表达田园村舍的设计思想。

(对开页图) 每一个凯瑞宝咖啡馆都用松木和石头来完成对乡村化生活方式的一种现代诠释。

摄影: Don Wong





(右图) 明尼苏达州的木果 (Woodbury) 商店是第一个糅合田园村舍美感的凯瑞宝咖啡馆的风格,并沿用了凯瑞宝所一直使用的光滑线条和现代材料。

(左上图) 沙拉汁 (Sola Squeeze) 是一个全新概念的饮料店。它提供混合了水果、蔬菜 and 营养补品等可口的饮料。沙拉汁饮料店采用的是大比例、时髦而雅致,并有“自然主义”审美倾向的设计风格。

(左下图) 沙拉汁饮料店的流行语“太阳与地球相结合”,在设计上得到了精到的解释。太阳和地球在形式、色彩和纹理上被象征性地表现出来,使人们回想起大自然中土地与蓝天相融合,进而再联想到饮料中所应用的自然成分。沙拉汁的整个品牌标识是在与凯特 (Kilter) 公司的合作中发展起来的。

