

新設計

创艺
丛书

主编 胡悌林
副主编 曲刚

新潮店面 招牌装饰 与装修



新潮店面招牌装饰与装修

主编 / 胡悌林
副主编 / 曲刚
董赤 / 著

吉林科学技术出版社

【吉】新登字 03 号

新潮店面招牌装饰与装修

胡悌林 主编

责任编辑:杨晓蔓

封面设计:曲 刚

出版 吉林科学技术出版社 787×1092 毫米 16 开本 4.5 印张
发行 插页 4 彩图 80 幅

1993 年 8 月第 1 版 1993 年 8 月第 1 次印刷

印数:1—10140 册 定价:38.00 元

印刷 长春新华印刷厂

ISBN 7-5384-1185-2/TU·61

新潮店面招牌装饰与装修

第一章 设计构成要素

店面,是指某一服务功能内容的内部和外部空间诸多构成因素设计所体现出来的整体形象。门面,即“店”的外在形象。也就是指为其特定功能的使用,对内与外联系的主要入口,使其能够满足于使用功能、生理与心理需要的形象设计以及外部整体环境因素的形象的空间全貌设计。如同一个人在脸部化妆、身着服饰等方面的外在包装上的设计一样,追求个性、气质、职业、时尚、美丽、民俗、财力、身分、修养等心理要求及人文因素的表现,使个性存在共性之中,而又突异于共性群体。从这个认识角度上看,店面设计是构成完善某一功能的应用当中极为重要的一个环节。店面设计既要满足精神上的美感要求,又要符合物质上的使用要求及人的行为要求。

现代的店面装修设计同传统的店面装修有着较大的革新与进步,尤其当今人们文化水平的提高及参与意识的增强,多种专业设计多种学科的通力合作使设计更趋于合理和科学。它集中体现在风格形式上的个性化,装修材料的科技化,经营商品及业种的专业化上。在环境因素、业种关系、人体工程学、技术条件、文化因素、美学原则等诸多条件的制约与影响下,要做好一个设计并不是一件易事。它要求设计者必须要有较全面的评论文化艺术修养和常新的空间造形的创造意识,又要有驾驭物质与技术的能力,才能达到以科学为基础,以艺术为形式的表现,塑造出一个集物质与精神并重这个联系内部与外部环境之重要环节的创造性设计的高境界。

商业服务内容的行业,是我们社会生活中不可缺少的一大领域。历来,设计师都对它这个重要的人们生活场所的环境设计表现出极大的关注。尤其在当今社会,人们参与的机会越来越多,对它的质量要求也越来越高。相应地,人们对其门面的设计的质量好坏,也越来越重视了。进一步来分析商业店面的所谓“联系内部与外部环境之重要环节”,从服务性质上来划分主要可分为四大类型:

●饮食服务性质的门面环境设计 (图 1)。

- 经销商品性质的门面环境设计 (图 2)。
- 娱乐服务性质的门面环境设计 (图 3)。
- 一般其它服务性质的门面环境设计(图 4、图 5)。

它们中主要包括有旅馆、娱乐场所、百货商店、餐厅、酒吧、咖啡馆、发廊、企业办事处等为人们提供工作、社交、娱乐、就餐、购物、美容等人们需要的场所。本书的论述大都是指服务性较强、特点较明确的,大多数人又容易联系、熟悉的商业环境的店之门面。因此,这种商业门面设计理论与基础是重点讲述的主要方面,其设计原理和要点也适用于其它性质的门面设计及运用。

店面外装修设计主要包括以下内容:

1. 立面造型
2. 入口
3. 照明
4. 橱窗
5. 招牌及文字
6. 材质
7. 技术
8. 装饰
9. 绿化
10. 室外地面与规划

立面造型 是门面的功能特色及个性的形象表现。

入口 是引导顾客入内与外出,满足生理机能和行为的主要部位。

照明 为夜晚人们使用和欣赏创造一种特定的环境气氛。照明设计得好与不好关系重大。另外,在橱窗、入口、招牌等地方照明更是不可缺少的设计内容。

橱窗 在经销商品服务性质的店面中,橱窗是展示经营品种与特色的窗口,并以此来吸引顾客。

招牌与文字 是告示人们服务功能。突出主题、丰富立面空间形象和文化价值的作用是不可忽视的。

材质 门面设计中所用的材质对创造某种个性、气氛、意境、将会有深刻的影响。

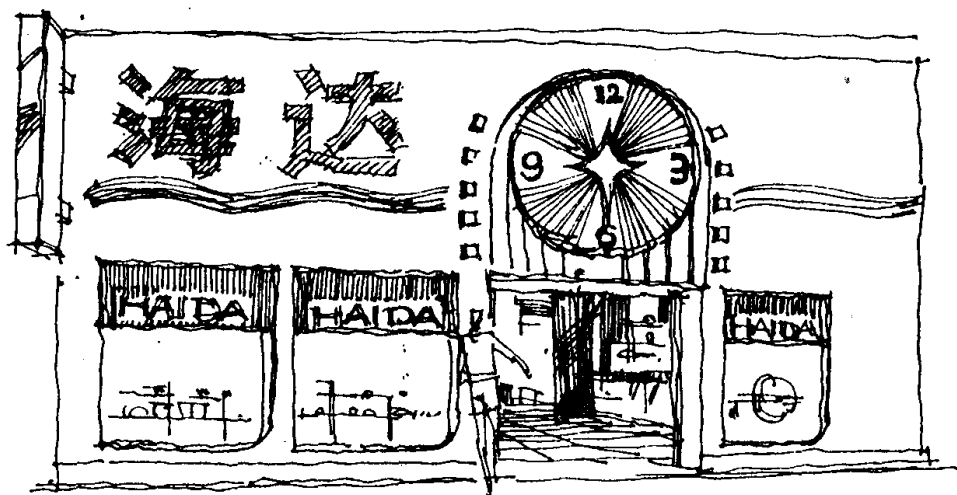
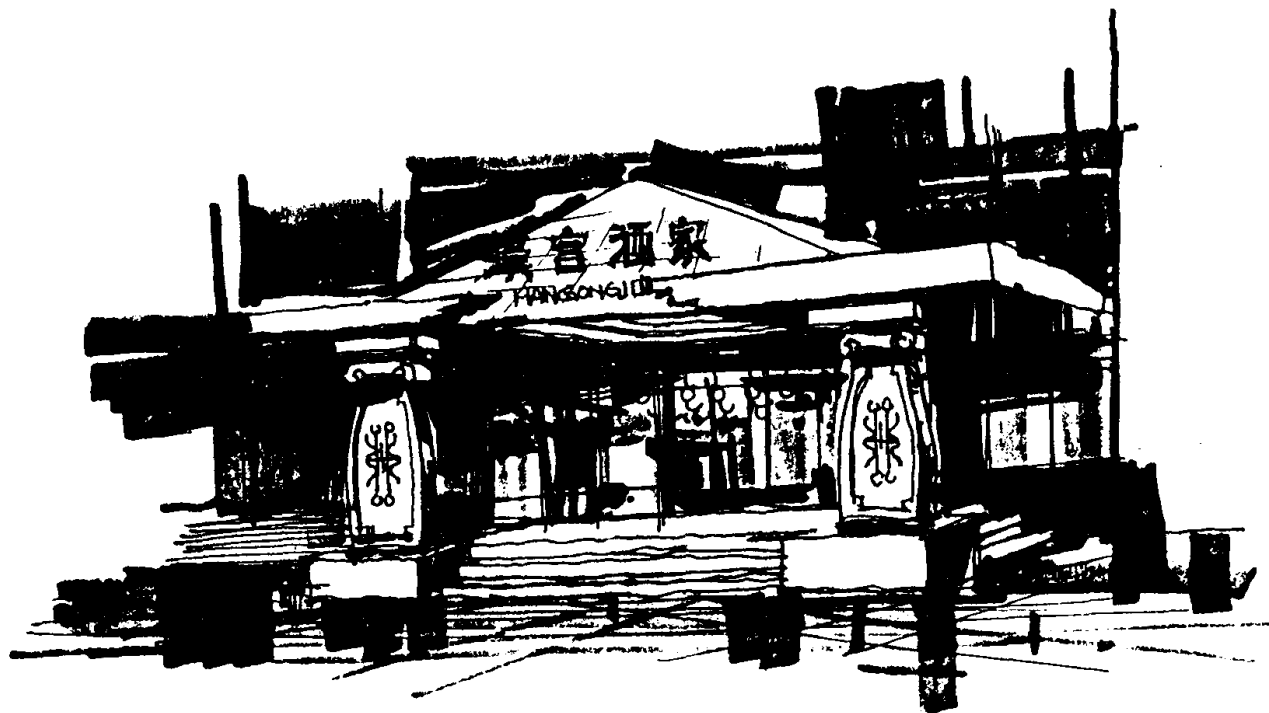
技术 是指对新材料、新施工技术的掌握程度。它是门面设计的完成的保障因素。

装饰 适当合理的装饰应包括:结构件和附加上去的饰物,以及色彩、图案等,是强化店面设计形象个性和风格的内容之一。

绿化 是构成整体环境完美体现的有效手法,反映出勃勃生机与朝气。

室外地面与规划 室外地面设计是不容忽视的,它是构成完整店面设计的一个重要方面。它能有效地控制人们的行为,丰富空间形象。再有,对其材质、结构、色彩、图案的有效设计,还能大大增强人们的视觉感受及审美作用。

从设计上看,构成一个完整的门面设计,主要有两个要素:



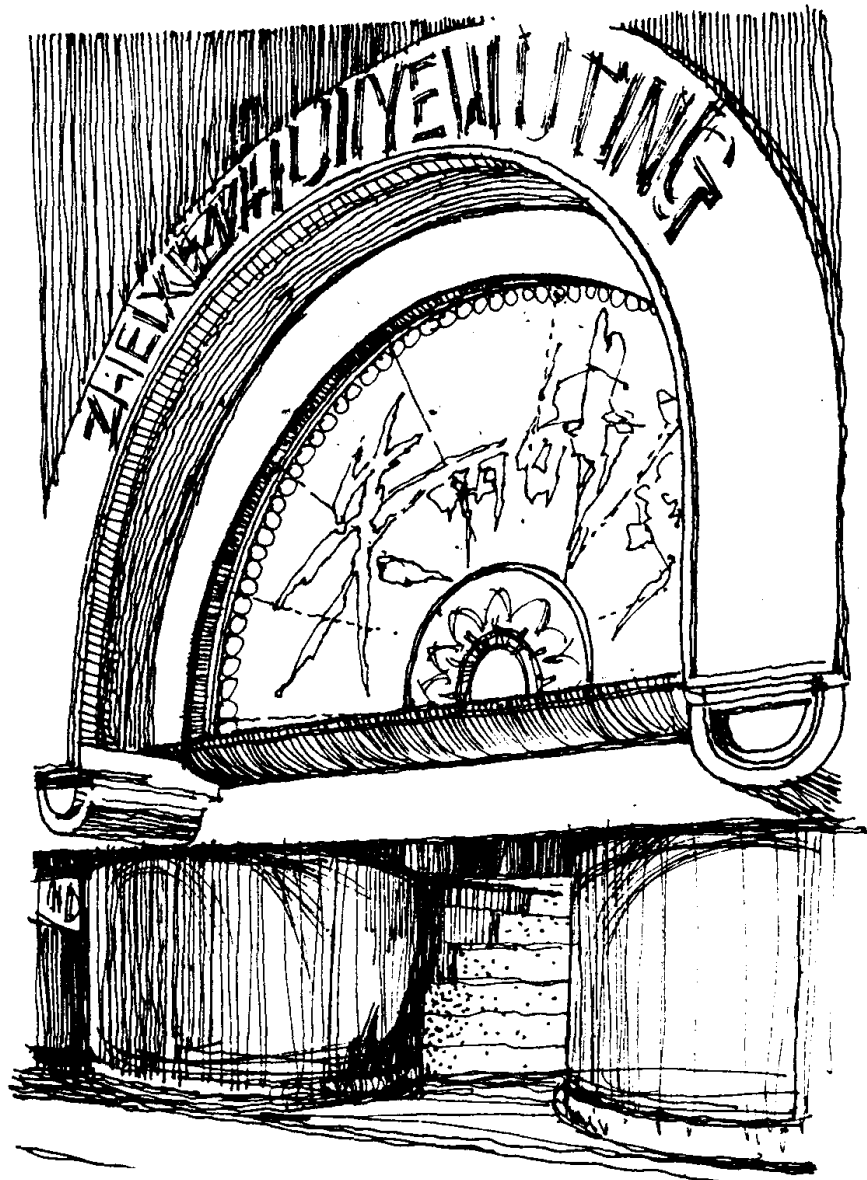
1. 功能方面

2. 构成方面

人们所作的商业门面设计的最终目标是：①较快地促销商品和服务内容，较多地获得利润。②更是一种介绍宣传业种的服务性质、引导顾客方便出入、安全可靠、说明展示空间容量的需要。③完善自身的形象，提高自身价值与个性，区别于其它门面存在而存在。是一种标志这里有某种性质服务的展示。④通过形象、个性、展示来提升使用者的精神之需要。

总之，它既有物质生活的一面，又有精神品质的一面，但更有功能方面的作用，使各种主观、客观、感性、理性的因素完善地配合生活机能，有效地利用物力、财力、运用美学原则，人文科学、社会心理学及购物心理学等知识，使有限的物质条件在特有的环境内发挥出最大的作用和意义，提高自身身价。使人们情感得以舒展、赏心悦目，提高生活质量，这才能达到设计的最终目的。

在功能方面，主要包涵有使用功能关系，精神功能关系、人体工程学和技术方面的问题。而在构成方面，主要应有基本要素、空间构成与设计及空间与感受等内容。



一节 功能方面

1. 使用功能关系

①业种使用方式

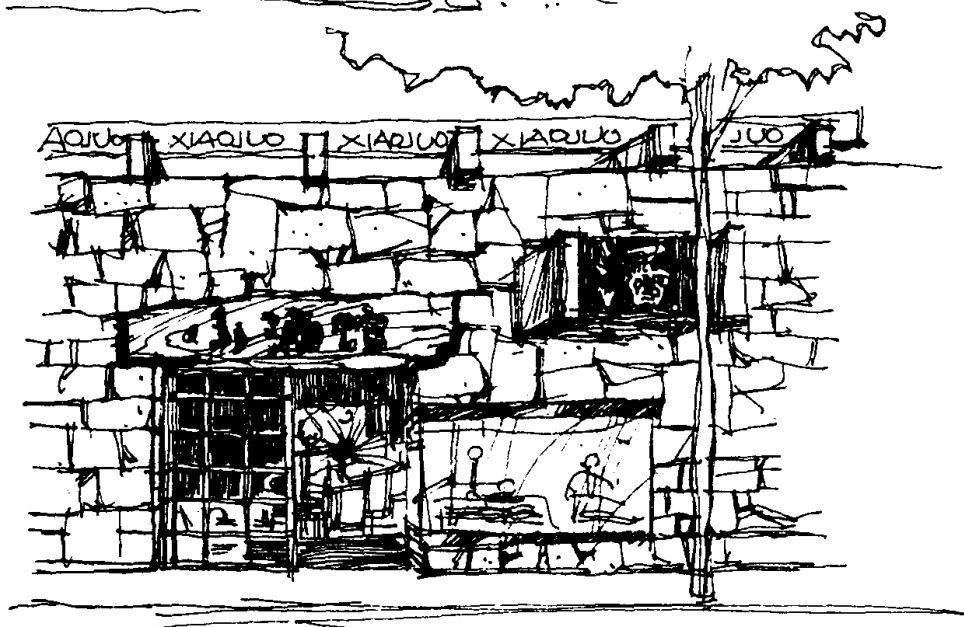
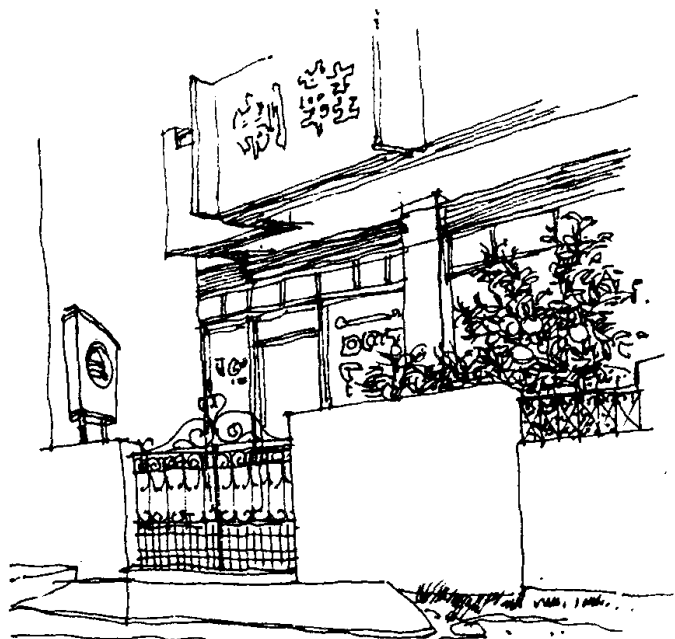
任何一个营业服务性质的空间,都有其一系列关于商店规模水平、营业方针、推销策略、交通状况、消费者心理研究等诸多经营战略。以前,一般商业零售商店,是制造商转售的市场,是商品流通机器的最末环节,呈单纯业务经营之态。消费者同它之间的关系是被动消极的单纯地买卖关系及接受关系。所以,经营机制保守、经济落后、市场不活。现在,人们已经认识到商业环境由于消费者的需求意向而发生了深刻的变化。人们多集中于商品本身的质量、价格、外型设计、功能、安全、身价及服务价值上对商品有着较全面的消费知识和修养。由此,要求商品的价值与质量以及销售这种商品的商店责任也逐渐强烈起来,因而,形成了一个集制造者销售者消费者之间共同参与创造和提高产品质量、销售环境质量、服务质量的新局面。在这种环境中,商店的销售环境在这种崭新的物质价值观念下要求有适应个性,安全可靠提高物质购买欲望及消费者生活的一个赏心悦目、陶冶性情的理想场所。

综合性的商场是如此,而各个小型或专业经营的商店则更是如此(图 6、图 7)。这就为我们在具体设计其商



店面貌,提出了许多首先需要研究的问题。业种使用方式就是其中一例。

业种可理解为经营服务性质的主要类别。如百货商店、服装店、鞋店、理发店、美容院、川菜馆、粤菜等各名家馆店以及各种小吃等,它们各自专业性强经营目标明确,具有鲜明的特点。高档系列的服装店其在门面设计上就要考虑能够产生身分与价值的立面造型、材质、色彩、简洁明快、悦目、突出重点,或朴实、或华贵。只要尺度适中,形态严谨,也同样能够达到目的。而饭店则需强调饮食气氛、豪华、舒适、明快健康、清洁有条理的感觉,再加上自身特有的招牌以扩大顾客阶层。快餐在门面上要最大限度的保持清洁、有条理、立面造型和色彩、明快、简单化及入门之后的主要运动线路的有效设计,才能使快餐店的店面真正具有快餐的感觉。而在中国人面对西方社会的人们饮食习惯及方式的影响,一般在一定阶层的人们用这种西式进食的人也多起来。门面是饭店给顾客的第一印象。在作这种方案时,就必须以能招来顾客为前提,在欧式建筑造型的利用、用色、用材上来增强等级以及其身分的作用。精神气质之需要尤为可贵,这些都是不可忘记的重要因素。



②地点地貌的关系

对于一个商店及其它服务性质的门面来说,它的地理位置的好坏是尤为重要的。这个问题是业主们在确定经营服务性质的方向和种类时就已经存在了。它们有的是在商业区内路旁地面较平坦的地方,有的是在斜坡路旁,有的是在两幢大楼中间窄窄的地方,有的则在效区,有的又在某一大楼内部空间中。地点的好坏,直接影响着经济效益,这是人们都知道的。但不尽人意的地方终归是多数的。不过,就这些门面的设计而言,我们应充分研究地点和地貌给门面设计带来诸多问题,提出解决矛盾的理想办法。以往,处在斜坡道上或窄的位置上的环境条件下的商店,总是不为设计师所喜爱的,原因就是它与地面、路面的接合不好处理。这也是店面设计中最难解决的一大难题。所以,在遇到这样的课题时,就要谨慎地用好入口的位置与角度、色彩、灯光、标志来达到吸引人们的视线及注意力、更能方便出入。才能取得较好的效果(图8、图9)。在门面设计时,地点、地貌的存在是客观的,不随人们的意识而变化。作为设计者,只有积极主动地投入改善不良环境中去,变缺点为个性、创造富有变化而又情理之中的构思,这个门面设计就会有很强的同周围环境对比关系,突出了它的形象与周围门面的视觉竞争力,也

彩图 113

在此方案中,店面入口处理成开放型的形式。最直接地接纳着顾客,使顾客参与性极强。在满足人们方便出入的入口处上方,设计成大片玻璃幕墙并暗藏卷帘门。上下大片玻璃墙构成了一个“虚”的墙面。结构线的设计,多为了增强服装店的理性因素,使其有方正、稳重之感。色彩方面,主要以蓝玻璃为主。表现一定的完整性。

主要材料有:蓝玻璃、砖、木材、铝合金、有机玻璃、钢材等。

此工程需要费用估价为 25000 元左右。

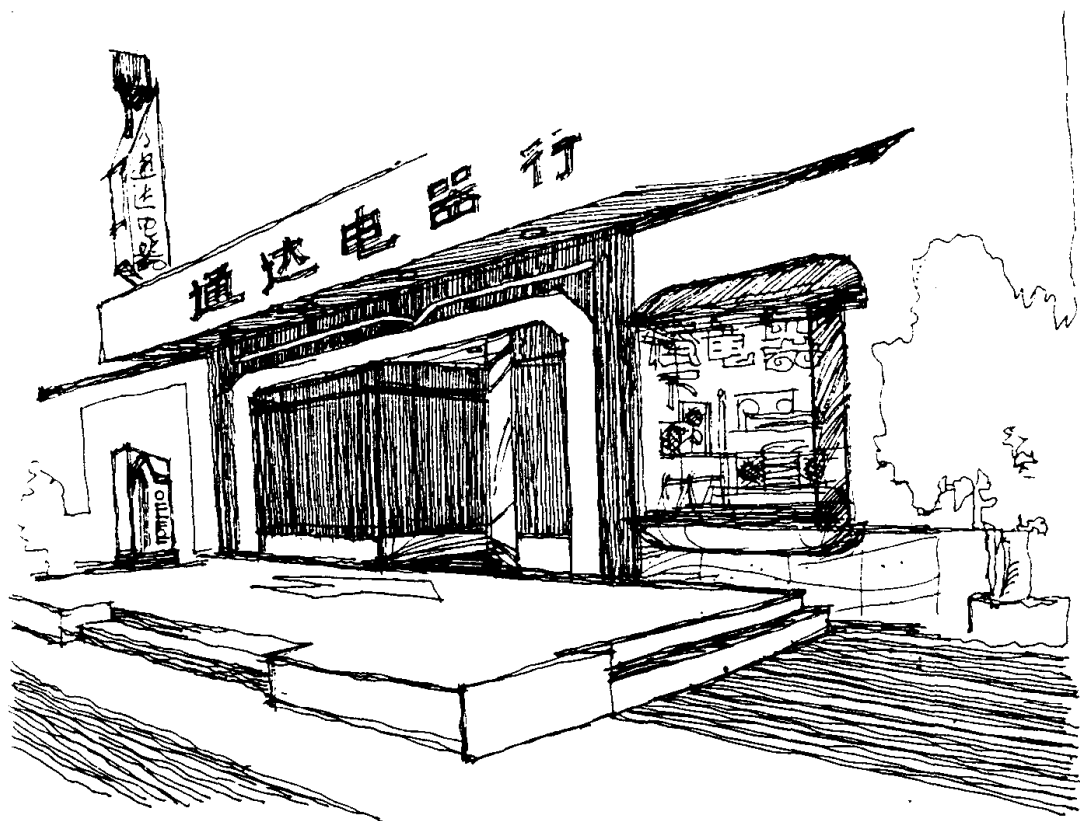
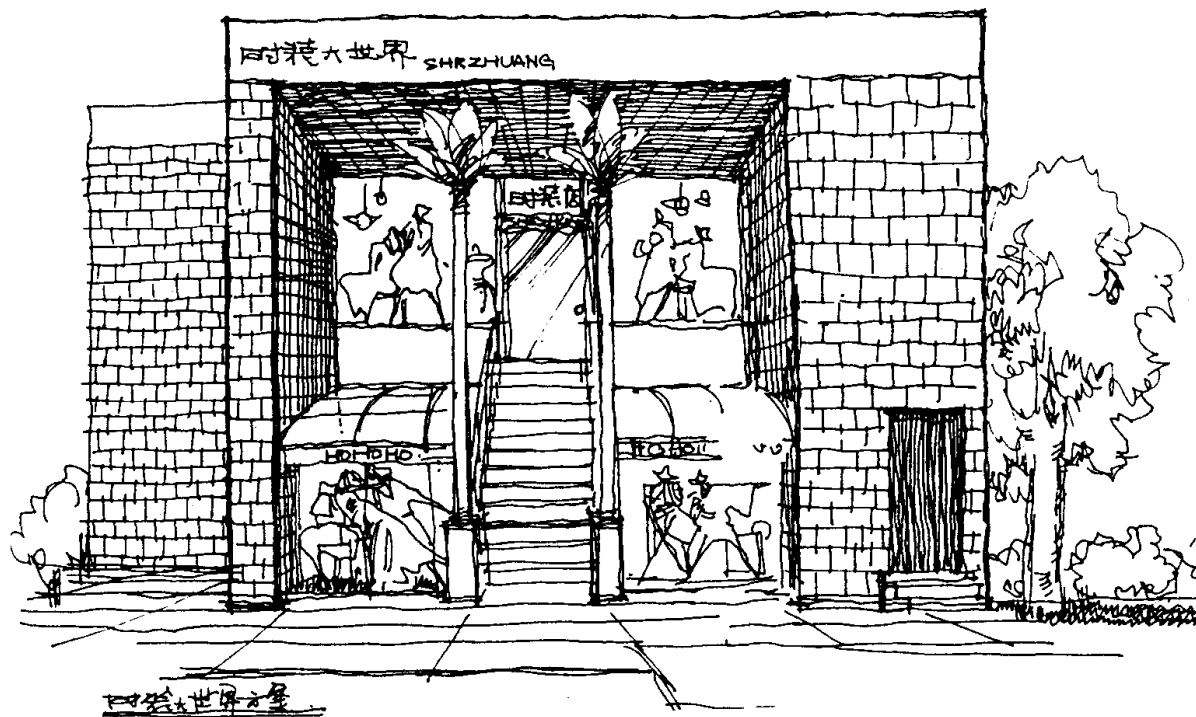
彩图 114

在这个方案中,为了方便居民购买,窗下考虑了踏步的设计。窗周围作了个小造型,使它区别于左右,突出主题。上部的圆弧同下面的圆弧构成有某种同心意象的围合空间。紧凑、对称的布局给人以庄重之感。另外运用上面的店名同窗两侧的经营细则项目,展示传递着服务信息。

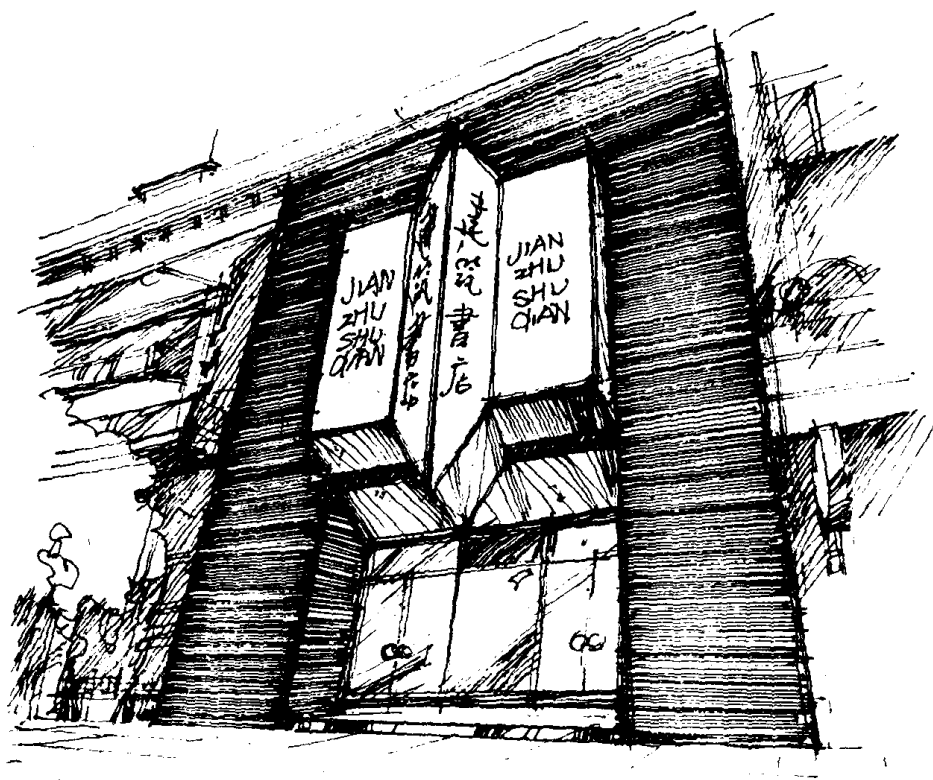
主要材料有:木材、胶合板、密度板、油漆、即时贴、玻璃、铝型材等。

此工程需要费用估价为 1200 元左右。





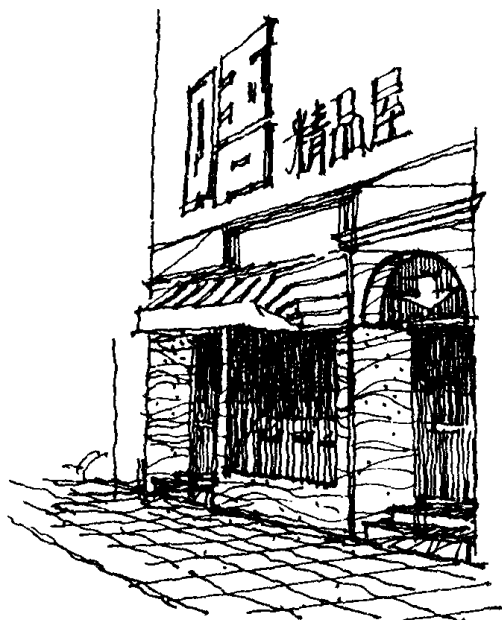
文字与招牌同样在导入功能中起着不可缺少的作用与价值。在店名的字形、大小、凸凹、色彩、位置上的考虑，有助于门的正常使用。比如，中国传统中的匾额、对联在门上墙上及门旁的运用，使现代人在现代环境中易于理解为某一特定意境的室内内涵及性质。而招牌本身再通过设计者的独肯匠心设计成为一个同室内使用功能相一致的故事、人物或器物再现组合，使人们一目了然，则更能增强导入功能的作用。

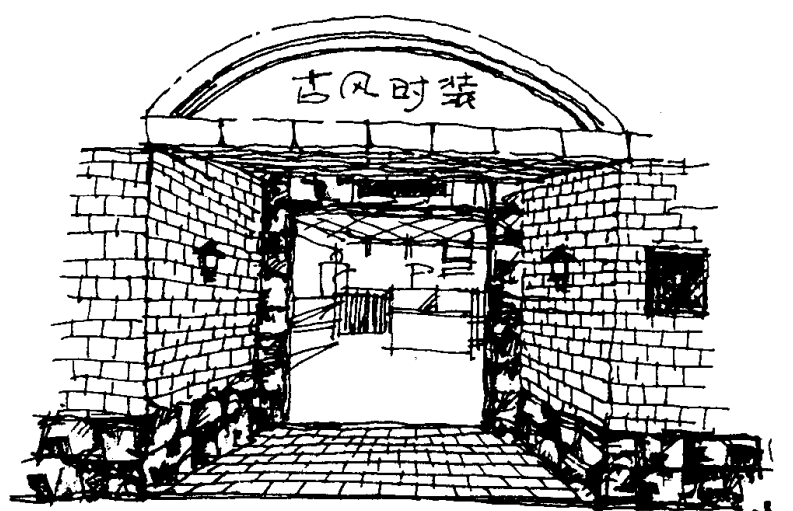
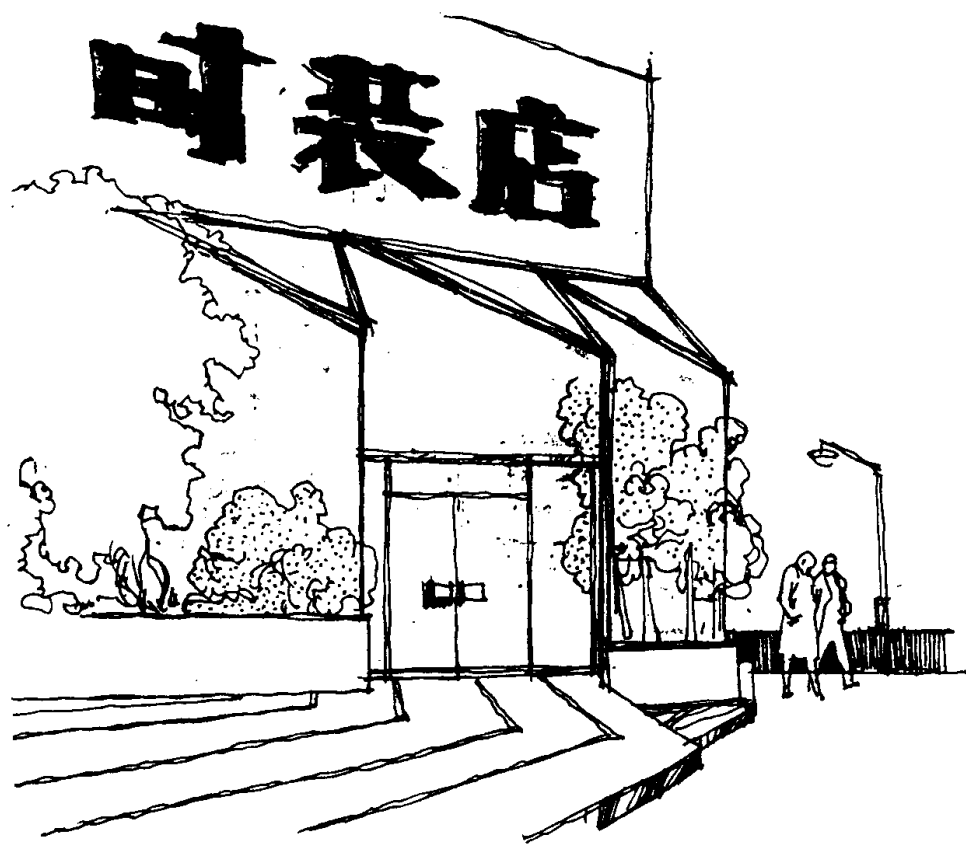
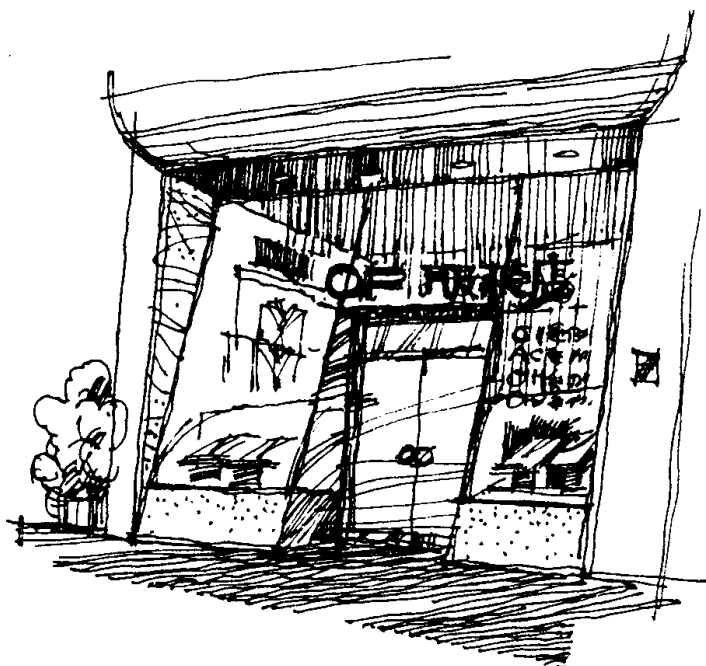
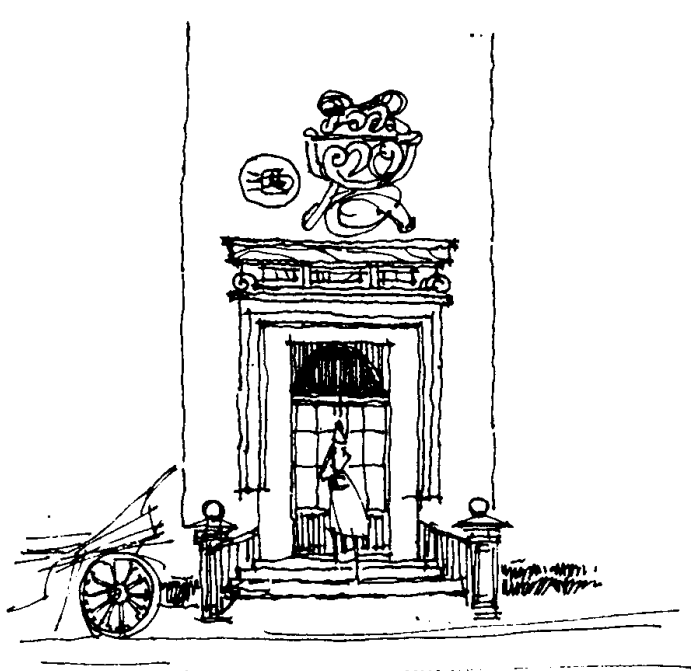


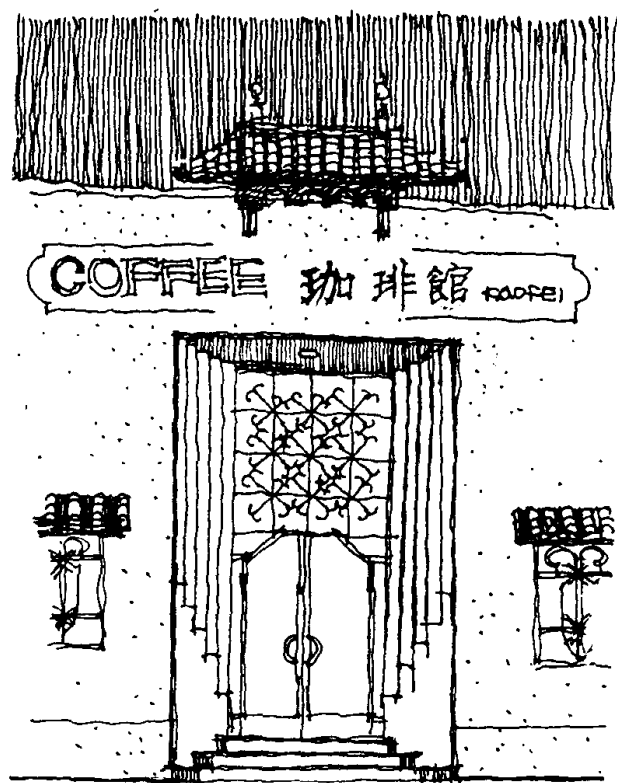
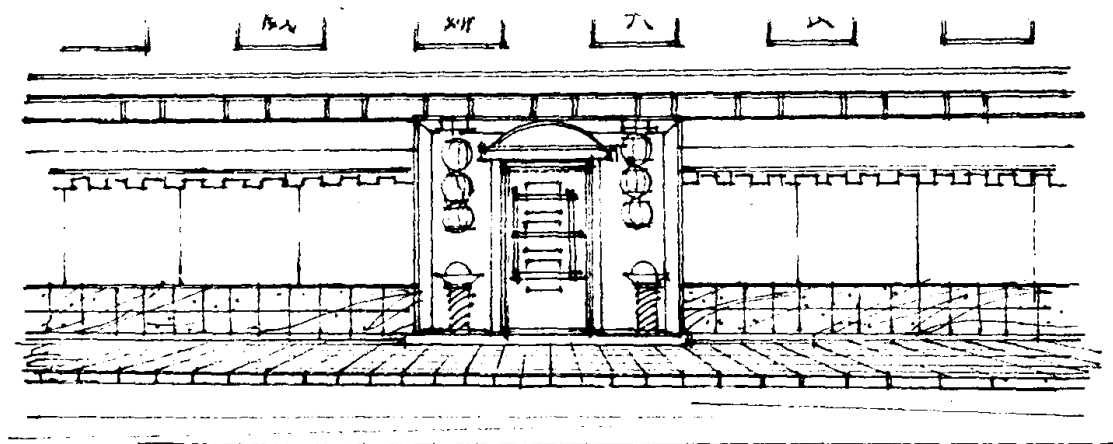
在门面设计的导入功能关系中,最常见有这样几种互利互用的手法。

1. 主题强化
2. 趣味诱导
3. 转换季节
4. 开放性

主题强化导入,是指在色彩处理、造型、字体、标志、橱窗等方面进行某种诱导的重点突出,强调它的特殊作用来达到导入功能的目的(图 12、图 13)。趣味诱导则是通过其色彩、造型、橱窗等设计内容进行非常规的人情化、戏剧化、注重人的情感作用来达到引人入内的导入作用。活泼、新颖、可爱。如利用错视的效果来起到的新奇、矛盾的视觉作用。滑稽的造型、借代的手法、哑剧的表现效果、鲜艳的及运动灯光、丰富的图案等手法的运用,都能引起多数人的注意(图 14、图 15)。而转换季节大多数是指在一种保守的环境中突出某一季节性的色彩和形象,或者在对商店自身特色的掌握程度上加以夸张和创意设计,运用相对较灵活处理的物品在不同的季节里采用超前季节的形容设计手法来表现的。春天的生气,夏天的浪漫,秋天的诗意,冬日的温馨及节日形象和色彩的热闹气氛。这些都是充分利用环境因素及人为色彩表现的具有引导人们的行为的作用(图 16)。开放性的处理手法是把门尽可能的扩大使店内的空间及物品直接迎着顾客,使顾客有一种亲近感。开阔的入口,具有强烈的导入功能作用(图 17)。





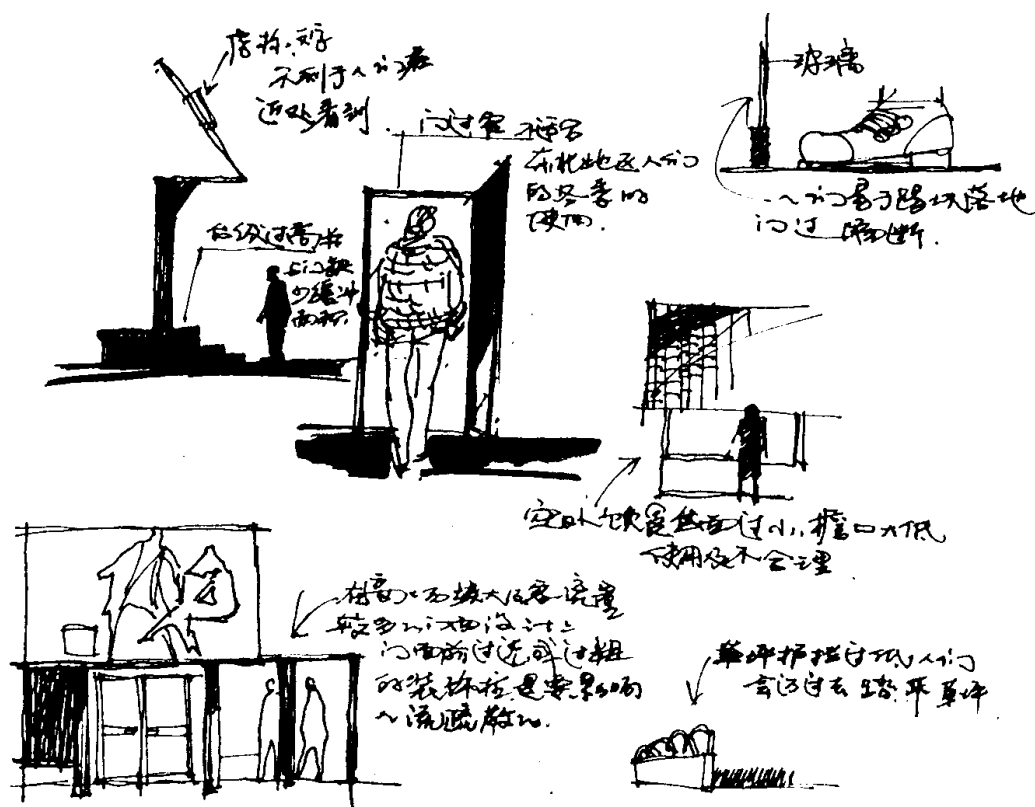


另外,在充分利用这四个主要因素的同时,在视觉满足悦目的同时,还应利用其它手法得以协助展示和导入。诸如听觉器官效应的有效利用和生理器官的触觉感受等。那么,这个诱导导入功能的作用就会更加完美,广播、音乐是消费者的导游,视觉和触觉增强了消费者参与意识。进而使人们从吸引到兴趣,从兴趣到联想,从联想到购买和参与,直至满足自身的需要。最终促进了服务对容的完善体现。

2. 精神功能关系

室内设计中精神功能是同使用者的地位、财力、修养、品味分不开的。它们往往是利用室内的空间、大小、对称、装饰,与材料等因素来表示他的地位、权力、威严、身分、财力、豪华奢侈的生活状态。在封建社会里,皇宫的大殿就是最能体现这种精神功能关系的一个主要方面。他们把尺度加大创造巨大空间,再用贵重材料和复杂细腻的装修和装饰来完善设计。而不过多的考虑空间与使用功能之间的矛盾。在室内是这样,而在他们府邸的大门设计上,也主要考虑的是同他们身分、家庭的地位相配合。多强调气氛、巨大、威严之态。通过大块富丽的色彩,细腻的彩绘、名人墨宝、台阶、石狮、金属、雕刻、装点饰物,高悬的灯具等等具体处理手法来满足主人的心理需要及精神功能。

门面的精神功能的体现多注意在主人的财力、气势、规模、级别、文化、修养、审美等方面(图 18、图 19)。整体高明度的镜片屏幕,配以不锈钢立柱,变换多彩的霓虹灯

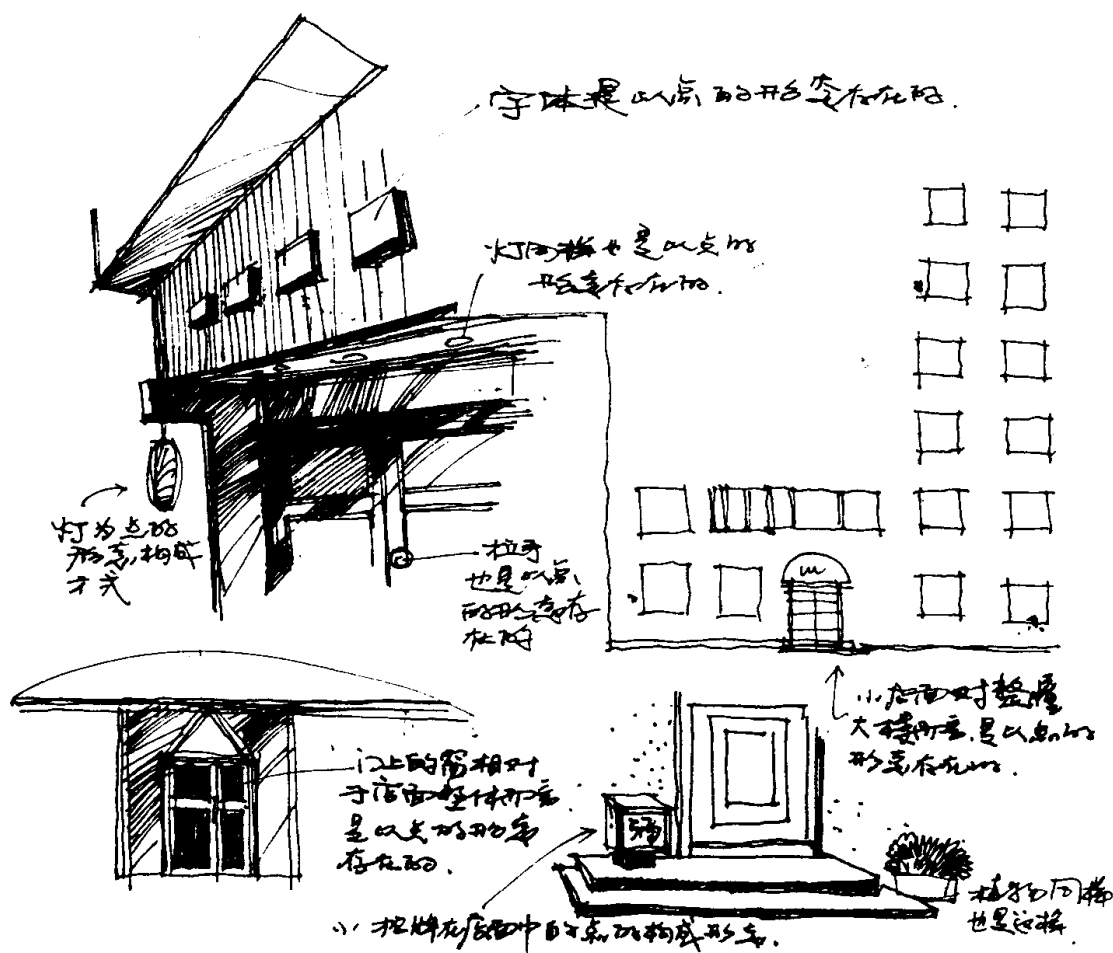
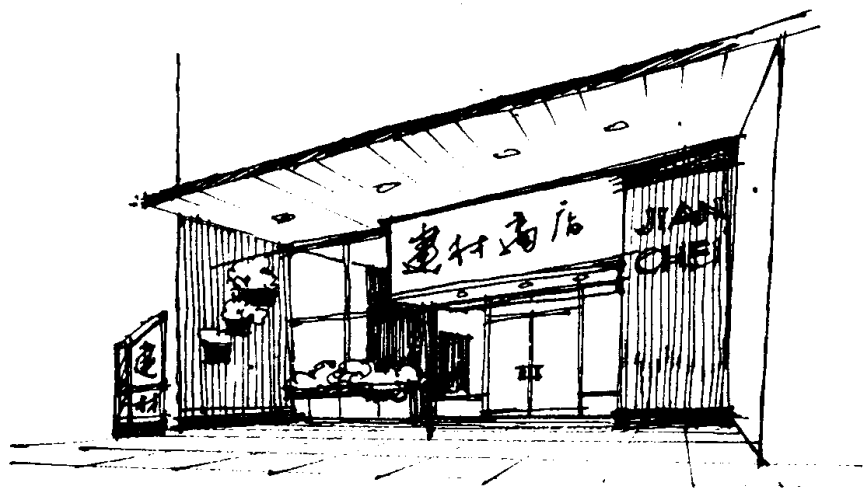


和彩灯的处理,其现代气息和大工业时代的高科技时尚及技术,很自然地令人产生出来,在舞厅门面设计上,从使用功能上讲要让人们在繁忙的一天工作之后,来到这集舒适、消遣、娱乐、社交、解出疲劳等特点的好地方。进而要求要有一定层次的温馨、活泼、富有生命力及个性的气氛。因此,除了必要一定面积的造型,醒目的活泼字标设计之外,其它的一些设计要点也是不能忽视的。例如:色彩的情感处理,文化层次的某种暗示,富有人情味更要有健康和谐的美的情调等。

用中国古代牌楼或其建筑艺术形式来做现代社会环境中的餐厅、娱乐场所等室外环境设计中的门面造型设计,是很常见的。它使得华侨、外国人或不是本民族的人在观看到这样的门面之后,令其产生回归民族个性及新奇等多种心态,或自豪或惊奇、或赞叹。更能产生置身于一个民族征服自然的博大文化的怀抱之中。从物质文明提升到精神文明。另有,设计运用自然肌理和色彩的材料、创造人工草坪及装点令人们产生历史久远的或怀旧的饰物,或在门面与室内空间上的界面处理上减弱封闭之感,把自然景物引入室内等等都能使人们在精神需求上得到满足。所以,精神功能在门面设计中同室内设计一样也越来越显示出它的重要了。

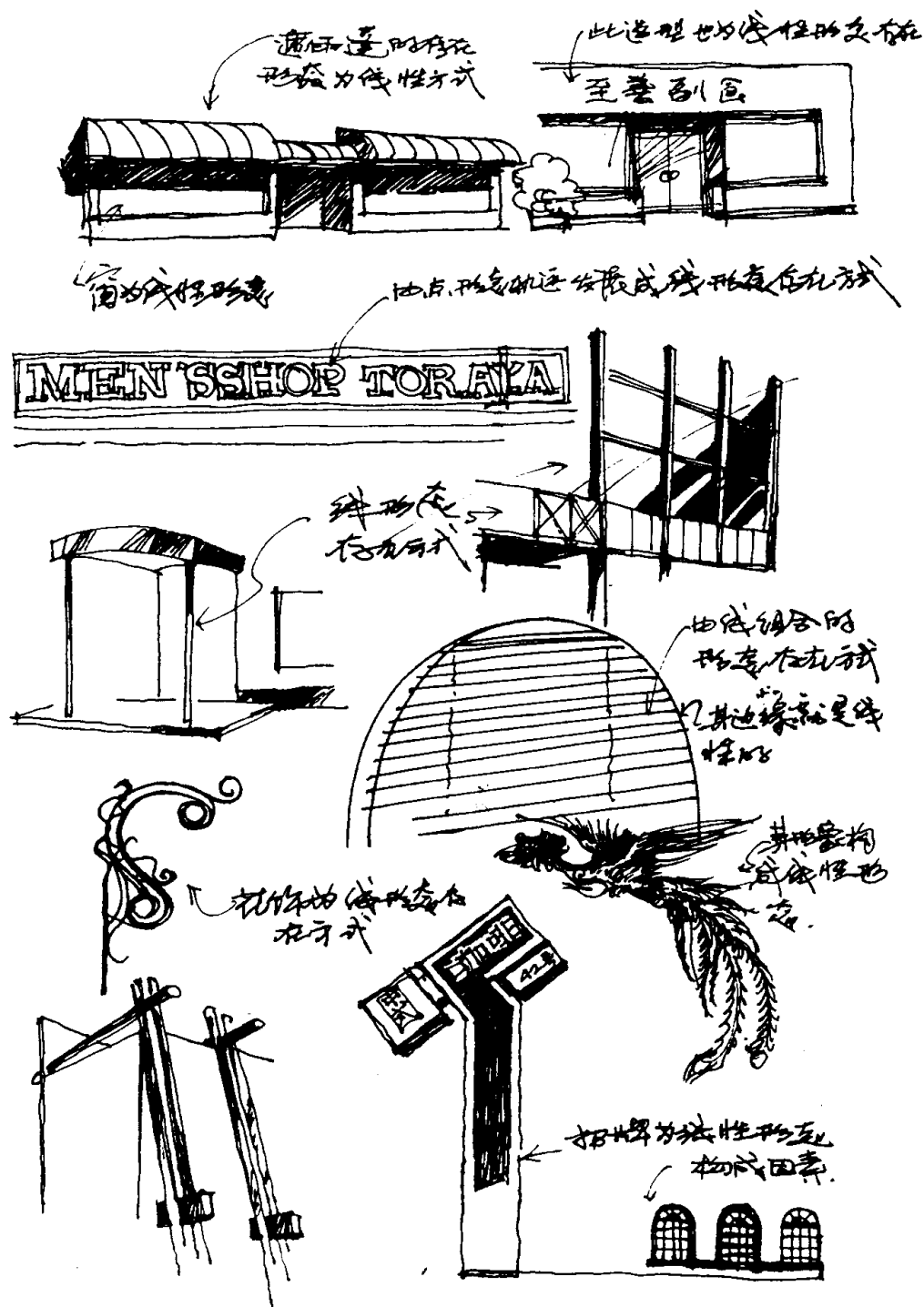
3. 人体工程学

所谓人体工程学是研究人体活动与空间、设备之间的合理关系,人与设计物体及环境所产生的心理关系。它是一个独立学科,被广泛应用在空间技术、工业生产及工业设计、建筑设计上。而在我们这个门面设计研究中,主要应了解、掌握人体尺度和空间的关系,来服务于设计工作(可查阅有关著作)。



我们在门面设计上需要这门学问的科学指导,并起着至关重要的作用。具体的说就是在我们创造一个合理、适度、美观的门面需要对空间、尺度、尺寸、色彩及人体尺度的应用规律、心理感受、使用方便、安全可靠、有利健康等方面进行全方位全面因素的设计。对人的体型、动作、体能极限、色彩及心理影响、环境光线、噪音、温度、湿度等诸多相当因素的考虑,使服务对象的主要差异和年龄、性别、文化层次、民族风俗等方面,才能最大程度地满足人体机能的要求。这样,我们的设计作品才能透过表面、体现出深层次——设计的一切都是为人服务的深刻内涵。

人体尺度要素在门面设计中常常被用来作设计作品的细节定位的参照值。在门、窗、踏步、扶手、拉手及其它



应用构件、辅助设备的定位等等方面都得应用其数据来作具体的设计定位。所以，人体工程学的研究对设计的影响及应用是有其实质性的意义的(图 20)。

4. 技术方面问题

无论是室内设计，还是店门面设计，都要受到物质技术条件的制约。因为设计的作品只有通过施工才能实现。才能展现在人们生活的空间中，服务于人。这样，技术与材料等客观因素就不可避免地影响着设计本身。

一个好的设计，应该能反应出物质与技术的合理性、科学性。体现出人们的创造精神，达到技术与艺术形式的完美统一。