

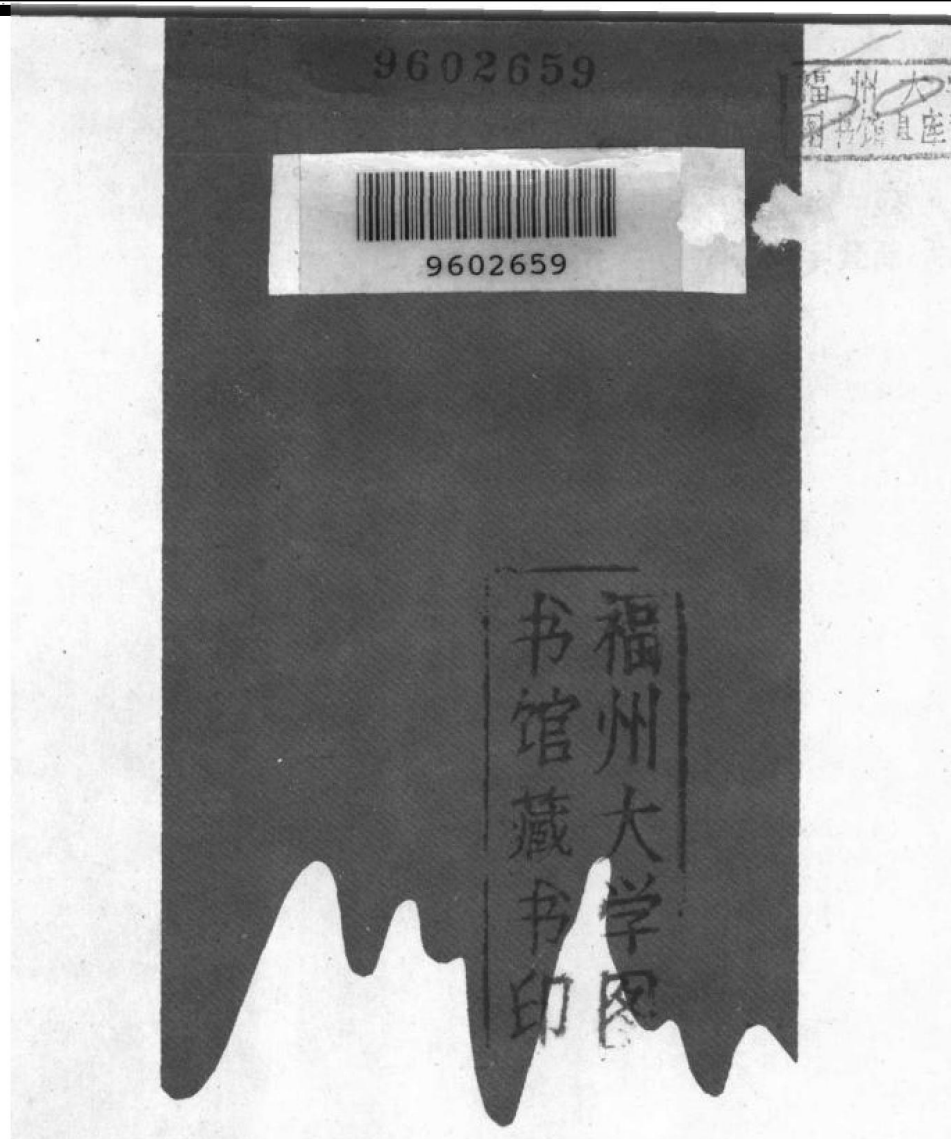
商店装饰系列书

商店室内装饰

● 乐嘉龙 主编



浙江科学技术出版社



商店装饰系列书

商店室内装饰

主 编： 乐嘉龙

编 委： 张正伟 张敬东 魏 明

冯国铭 林之伟 曹清华

74-22-62
925

浙江科学技术出版社

(浙)新登字第3号

责任编辑:吕粹芳

封面设计:金 晖

商店装饰系列书

商店室内装饰

乐嘉龙 主编

浙江科学技术出版社出版

浙江桐庐制版彩印厂印刷

浙江省新华书店发行

开本:787×1092 1/16 印张:黑白5 彩色3

1995年5月第 一 版

1995年5月第一次印刷

ISBN 7-5341-0863-2/TS·98

定 价:18.00元

目 录

文 字 篇

商店室内装饰概述	1
商场的布局设计	3
商场布局设计的步骤和过程	4
商场布局设计的方法	4
营业现场的布局要求	5
柜台布局设计的技巧	6
玻璃屋(店中店)设计	8

设计实例篇

化妆品店	10
日用精品店	13
服装店	15
服装、工艺品店	17

时装、服饰店	18
服饰店	19
儿童用品、服装店	23
服装与快餐店	24
时装店	25
时装与书店	26
时装精品店	27
电器灯饰店	31
皮鞋店	32
箱包、皮鞋店	33
箱包精品店	34
首饰、皮鞋店	36
眼镜店	37
皮鞋店、眼镜店	38
文具店	39
体育用品店	41
书店	43
书店、运动服店	44
电子游戏厅	45
汽车展销厅	46
商品陈列展示	47
商店照明	55
招牌	56
灯具装饰	61
营业厅布置	65
营业厅人体活动尺寸	66
商业家具	67
彩面	80

文字篇

●商店室内装饰概述●

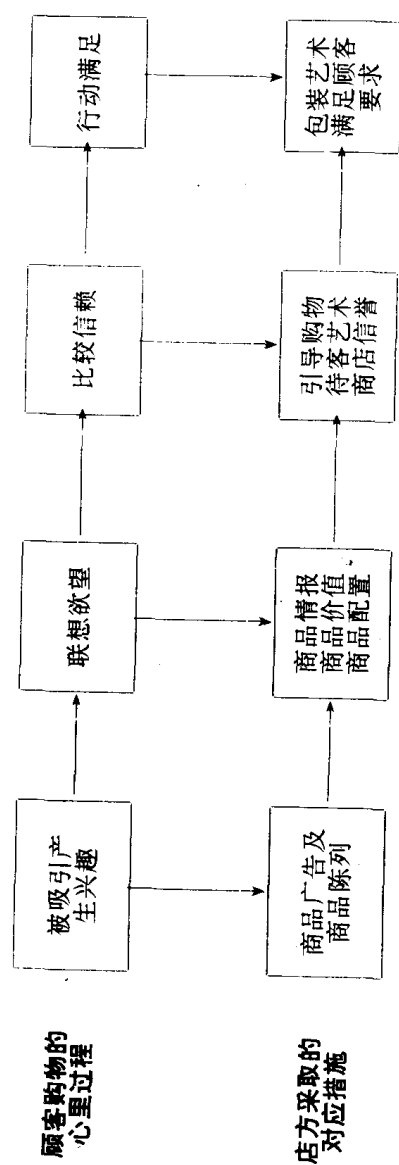
商店的室内装饰已受到人们的普遍重视,现代科学技术的发展又为室内装饰提供了多种多样的材料和装饰手段。运用现代设计手法,充分发挥各种装饰材料的特点,可以使商业建筑的内部空间更具新的魅力和表现力。

商店的室内装饰是一项综合性的设计,它通过色彩、光、声、材料质量,以及商业家具的摆设和花草树木等,为顾客设计出一个良好的购物环境,从而激起人们的购买欲。

商店是商品流通的场所,生产者生产出来的商品通过商店销售流入消费者手中,而在商品销售过程中,商店又把消费者的需求和对商品的评价反馈给生产厂方,同时商店本身通过商品销售进行市场预测,从而确定自己的经营方向。

随着人们生活水平的提高,消费者进入商店不仅仅满足于购物需求,还有精神上的需求,所以,现代商店已由过去单纯的销售营业空间而逐步扩展为兼顾消费者生活需求的综合性商业空间。如为消费者提供琳琅满目的商品外,还提供休憩、娱乐和饮食等方面的生活场所。

消费者购买商品的心理演变过程,大致可划分为 4 个阶段,详见下图所示,该图充分表明顾客购物心理发展的每一个阶段与店方采取的对应措施密切相关。



顾客购物心理与商店采取的对应措施的关系图

为充分表现商品的自身价值,商店必须研究商品陈列艺术(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,进而激起消费者的购买欲望。

●商场的布局设计●

商店要做生意,就得有营业场地,即商场。商品经营服务主要是在商场里进行的。商场有面积的大小和房屋的高低等区别,因此商场布局不仅是营业场地的平面布局,而且也是空间的立体布局。商场布局的合理与否,商品陈列得醒目与否,对商店的经济效益至关重要。

商场布局设计应以增加商店经营效益为中心,尽可能扩大营业场地或商品陈列面积,通过合理的布局来引导顾客,并方便顾客购物。同时,也要方便商店本身的商业管理和经营,兼顾通道流畅。

一个商店总是由商场(或称经营场地、营业场地)、办公场地、仓库、生活场地和休息场地,以及走道等组成的。在这些场地中,商场是中心,其他场地是为中心服务的。商场又可以分为若干区域,如销售商品的摊位、柜台、货架以及样品橱等。

一个好的布局设计既可吸引更多的顾客,扩大客流量,又能充分利用商店的平面和空间,组成更多销售场地和区域,并能方便商店的经营管理,便利顾客对商品的购买和挑选。为此,应将最好的市口和位置安排作销售场地,并尽量采用开放式和展台式布局。为方便和吸引顾客,商店场地布局中还应为顾客提供舒适的空间和设备,如自动扶手梯、自动门、恒温空调等,以及方便空间(如厕所)和试用商品的条件(如镜、椅或试衣间等)。

在商场布局设计中,还应考虑为营业员提供舒适的工作环境 and 活动空间。例如在样品橱和柜台设置灯箱标牌,既可直接向顾客介绍商品信息,同时也减少了营业员的口头说明、取货示范以及调换商品等繁重工作。为便利商品管理,商店还可以设置收银台。商品运输和搬运的通道一定要宽敞无阻。

商场布局设计中应尽力追求艺术美。如经营小区的设置,柜台的安排,色彩和灯光,道具和标牌,盆栽花卉,墙面和天花板,地面装饰等都应考虑如何使商场布局具有整体

的艺术美,使顾客和营业员乐意在此购物和工作。

●商场布局设计的步骤和过程●

商场布局设计的步骤和过程大致如下:

1. 测量场地和空间尺寸 布局设计者应当仔细地了解和测量商场总的平面形状和面积,空间高度,大门的朝向和大小,柜台、橱窗、货架(壁橱)、展台的尺寸,通道、楼梯、入口的位置以及商场内固定建筑的结构情况,如天花板(离地高低,灯光距离)、梁柱、自动扶梯、卫生间、仓库、办公设施(消防设施,安全通道)等,以便构思布局时做到心中有数。

2. 调查准备 首先要了解商店的档次、类别,以及商店不同时间内的顾客流量。还要了解商店的商品有多少大类,每个大类有多少小类,哪些大类是商店经营的主要商品,需要多少场地甚至多少柜台、货架、展台等。依次类推,在小类商品中,哪一些是商店的重点或拳头商品,并把最佳位置和销售场地优先布局给它们。设计者在考虑样品橱、货架和立牌等时,还要考虑店内灯箱广告、霓虹灯广告和仓库堆物的布局等。

3. 布局构思和设计 应当考虑经营小区、柜台、货架、橱窗、样品橱、立牌广告、霓虹灯广告、灯箱广告以及展台等所需面积、高低尺寸和放置形式。商品是开架式、柜台式、展台式,还是其他形式。货架的布局是直线式还是岛屿式等。同时还要考虑顾客和营业员的活动场地,特别是顾客活动场地要亮畅些。营业员的操作空间至少要使柜台至货架距离保持在50~60厘米。现在许多商店采用集中收款方式,这样还需考虑收银台放置位置。

设计者在充分构思的条件下,通常先画一张平面草图,然后,反复核对几遍,再画一张标准清晰的平面图,为更清楚地反映商场布局,也可在平面图的基础上,进一步画出商场空间立体分布图,将每一部位的各种用具、设备、立体布局、空间形状和尺寸等标明在图上,这就是一张较能反映整个商场布局的立体空间分布图。

●商场布局设计的方法●

1. 营业场地面积的确定 商店营业场地面积包括营业

员工作现场所占面积与顾客购物流通所占面积两个部分。这两部分设置比例是否合理,很大程度上关系到商店的经营效果。一般在布局设计时,既要考虑营业员进行商品陈列与出售时所必须占用的面积,又要充分考虑顾客购买商品和参观游览所占用的面积。这两部分面积比例的大小,可根据商场营业场所面积、商店的类型、营业现场形式以及顾客购买规律等多种因素决定。如果商场面积大,可让营业员的工作现场、柜台、货架、样品橱等占用较大的面积,以便充分展示陈列商品。经营商品花色品种多和复杂,挑选性强而且带有服务设施的专业商店,顾客占用面积的比例应大一些;经营商品品种单一,选择性不强的专业商店,顾客占用面积可小一些。

2. 营业现场的布置 商场的营业现场布置是指售货柜台、货架和样品橱的设置摆放形式。从绝大多数商场设置情况来看,一般都是前柜台后货架(也就是壁橱),或把货架紧靠墙面放置,这种布局较为合理。靠墙货架和壁橱不仅节约了商场平面面积,而且也起到美化四面墙壁的作用。离货架(壁橱)的距离一般为50~60厘米,这是营业员的工作场地。

如果商店店堂里有柱子,最好把柜台嵌在柱子与柱子或柱子与墙面之间,使人在视觉上感到店堂面积宽敞。柜台连接柱子,还可以利用柱的空白,张贴海报广告。有些商店利用柱子缚一根绳子吊挂商品,尽管这样做能多出样品,但有损店容,不宜提倡。

一般货架(壁橱)高度在180厘米左右,宽度在100~150厘米。新建的店面房屋层高一般为3米,因此,货架(壁橱)离房顶天花板还有1米多空间,可以利用它安装灯箱立牌广告。

●营业现场的布局要求●

1. 单层商场的布局要求 尽可能将时令商品柜台安排在进门处,使顾客一进商店就能选择适令商品,这样的布局可以减少商店内部的客流量。因为大多数的顾客只选购时令商品,那么这部分顾客就不必深入商店内部,避免了不必要的拥挤。如春秋季节,商店将羊毛衫柜台移至进门处,而在夏季则将衬衫、裙子、汗衫和背心等柜台移至进口处。

将日常商品的柜台,如针线、肥皂、牙膏等布置在入口

处附近,同样可减少商店内部的客流量。

将五颜六色、引人注目的商品柜台放置在商店进门处,造成商品丰富,品种齐全的气氛,从而吸引顾客,并产生购物兴趣。

将展销商品柜台安置在商店进门处,这样既可吸引顾客,又把大多数参观展销的顾客留在店门附近,从而避免了店内客流量的剧增。

将笨重不便搬运的商品柜台安排在入口处,便于顾客搬运,同时不影响其他顾客购物。有条件的商店还可将这类商品集中于一个单独营业小区或营业大厅内,通向店外的通道和门面要足够宽敞以便搬运。

相互有联系的商品柜台布局时应相对靠近,而相互有不良影响的商品柜台则应尽量分开设置。如服装、鞋帽、围巾、手套和袜子的柜台彼此应靠近,而经营茶叶与经营烟草或药品的柜台应相互分开,以避免茶叶串上烟味和药味。经营腌腊、南北货的柜台和经营蛋糕、饼干、面包等食品柜台要相互隔开,避免商品之间相互串味,影响销路。

总之,设计者应根据时令变化、产销变化、商店经营范围和商品结构变化,随时调整商场布局和柜台的摆放形式,以便利消费者选购商品。

2. 多层商场的布局要求 多层商场的布局要求基本上与单层商场相同,但多层商场的营业场地比单层商场宽畅,因此应尽可能将时令商品、日常生活所需的小商品、展销商品柜台、光彩夺目的商品和体积大而笨重的商品安排在底楼,将价值高的工艺品和珠宝类、钟表、服装、文体用品、鞋帽和小家电等布置在楼上。

现在许多商店为了招徕顾客,往往在多层商场顶层或上几层举办各种展销会、博览会。如上海第一百货商店常利用五楼商场举办诸如家具精品、羽绒服装、时装精品、皮夹克系列等时令商品展销会,以吸引更多的顾客。又如广州南方大厦也利用商场上层举办展销会来招徕顾客。还有些多层商场在二、三层开设批发商场,或机关团体购物商场,以吸引大宗生意。

●柜台布局设计的技巧●

柜台布局设计的原则是最大限度地利用商场营业面积,摆放尽量多的商品,供顾客挑选,并能最大限度地方便

顾客购物。

售货柜台的摆放形式有线条式、岛屿式、散点式、陈列式等多种。

(1)线条式柜台摆放形式 线条式柜台摆放形式也称为横竖式。这是商店中最为常见的形式,其特点是柜台沿商店的墙壁、中央或边沿等排成一线。线条式柜台能够陈列较多的商品,便于上货、补货和营业员之间相互合作,有利于营业现场的安全管理。根据商场的平面布局 and 经营需要,线条式柜台又可分成以下几种:

一线式 商场柜台成一直线摆放。许多小商店或店面进深较浅的商店都采用这种形式。

平行式 商店将柜台摆放成两条或两条以上成平行线的柜台布局。这种形式一般在较宽敞的商店、商店中央或商店两侧采用。

直角式 商店将柜台摆放成直角相连的两直线形式,这是为了充分利用墙角或墙柱而采用的形式。

多边形式 这是将柜台布局成一个几何多边形形式。这往往是由于商场本身形状不规则或某些部位应用受限制而采用的布局形式。这种形式的优点是能充分利用商场的平面空间。

环绕式 这也是多边形形式的一种,只不过柜台布局构成个环形。一般在商店入口处附近和商场中央,常采用这种形式的柜台布局。

当然,线条式柜台的摆放形式除了上述几种外,还有其他一些,这里不一一罗列了。

(2)岛屿式柜台 岛屿式柜台是大中型商店内常见的柜台摆放形式,适用于营业面积较大的商店。柜台设在营业现场中央,布置成各不相连的岛屿形式,在每个岛屿中间设置货架陈列商品。这种柜台一般适于出售体积较小的商品,如化妆品、钟表和工艺品等,作为线条式柜台之补充。但像电冰箱、洗衣机、家具和自行车等体积较大且笨重的商品柜台不适宜采用这种形式。

(3)散点式 这是中型商店内常见的柜台摆放形式。柜台一般设在营业现场中央和四周,布置成散点形式,适用于商店四周通道较多的场合。

(4)陈列式柜台 陈列式柜台也称开放式柜台,是把营业员工作现场敞开布置,形成一个商品展览、陈列、出售的场所。它与前几种柜台摆放形式最基本的区别在于,前几种方式是将营业员和顾客分开,而陈列式则让营业员与顾客在同一区域内活动。这种柜台常见于布料专柜和图书柜。其

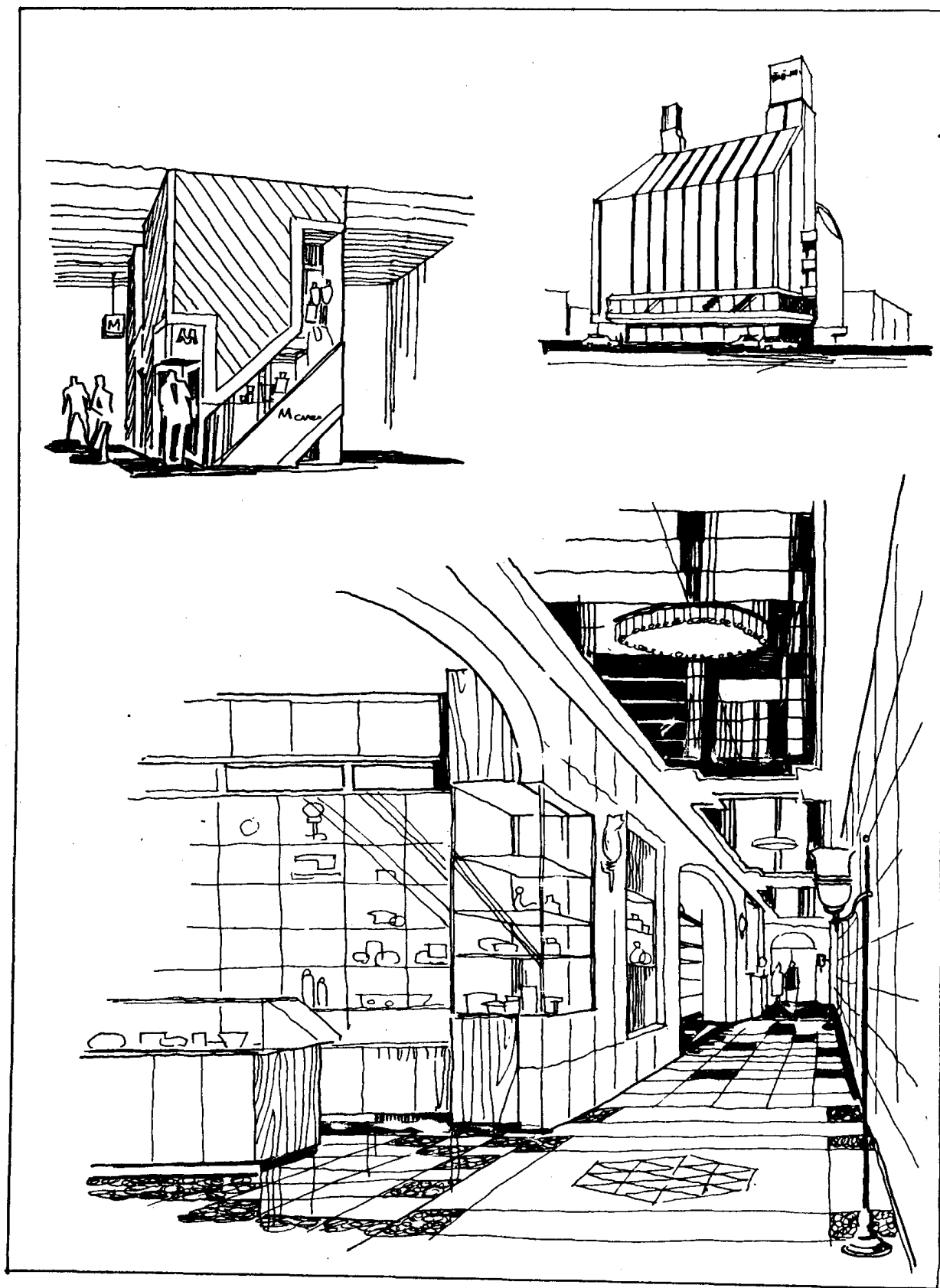
主要特色是便于顾客参观并选购商品,能充分利用营业面积,扩大商品陈列数量,疏散顾客,有利于提高服务质量和商品成交率,已成当代商品柜台布局中的流行趋势。

●玻璃屋(店中店)设计●

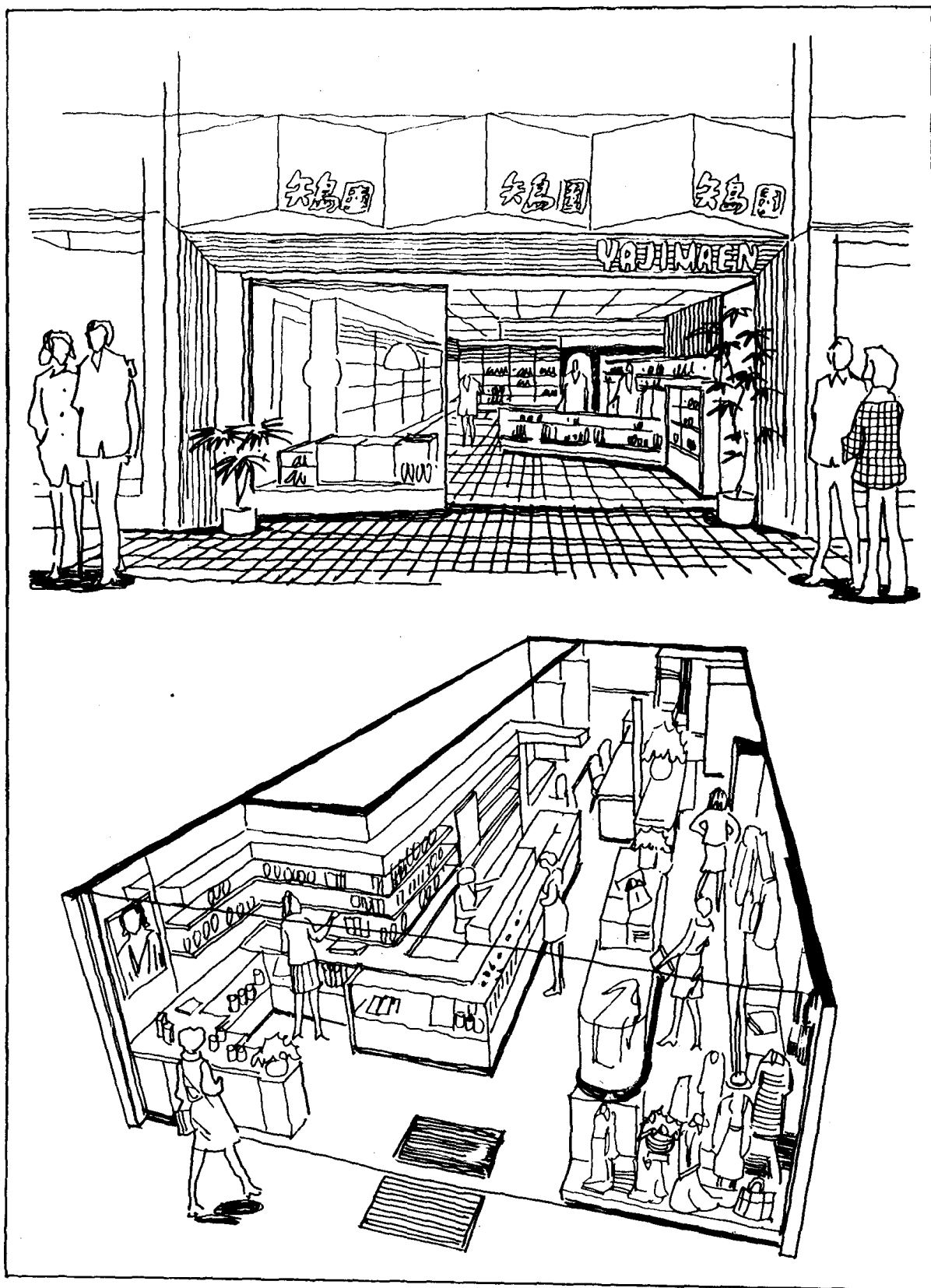
利用透明玻璃屏、通透陈列橱窗,或者在店内另行搭建空间等,将柜台按商品分类间隔成若干独立经营小区(或柜组),使整个商场布局清晰,但彼此间又依稀可见,这种虚拟空间的商场布局称为玻璃屋或店中店。

设计实例篇

●化妆品店●



●化妝品店●



●化妆品店●

