

The image shows a modern interior space. On the left, a staircase with dark wooden steps and a glass railing leads upwards. The wall behind the staircase is decorated with large, bold, diagonal stripes in black, red, and yellow. A desk with a computer monitor and keyboard is in the foreground. A floor lamp with a circular shade is on the right. The overall aesthetic is contemporary and minimalist.

中小商店门面装饰精华

乐嘉龙 主编

气象出版社

9518953



9518953

中小商店门面装饰精华

陈嘉龙 主编

冯国铭 王浩勃

徐勤源 张敬东

曹清华 李大寿

编 绘

福州大学图书馆藏书印

气象出版社

(京)新登字 046 号

图书在版编目(CIP)数据

中小商店门面装饰精华/乐嘉龙主编;冯国铭等编绘. —北京:气象出版社, 1995. 1
ISBN 7—5029—1720—9

I. 中… II. ①乐… ②冯… III. 商店-建筑装饰-建筑设计-图集 IV. TU238—64

气象出版社出版

北京西郊白石桥路 46 号 邮编 100081

责任编辑 王将忠 张 斌 终审 纪乃普

封面设计 李存忠 责任技编 郝 平 责任校对 张 斌

北京科技印刷厂印刷

新华书店总店科技发行所发行 全国各地新华书店经销

开本:787×1092 1/16 印张:6.5 插页:12

1995 年 1 月第一版 1995 年 1 月第一次印刷

印数:1—6000

定价:18.00 元

目 录

前言	(1)
一、商店建筑装饰设计概述	(1)
二、商店的门面设计	(2)
三、商店门面设计过程	(3)
四、商店门面设计原则和要点	(4)
五、商店门面的设计技巧和手法	(5)
六、商店招牌和店徽设计	(6)
七、商店布局设计	(8)
八、商场布局设计的步骤和过程	(9)
九、商场布局设计的方法	(10)
十、商场的营业厅现场布置	(11)
十一、商场布局设计技巧	(12)
图例	(14)
店面	(14)
商品陈列	(24)
精品店、生活用品店等	(27)
咖啡馆	(33)
快餐店	(38)
中餐馆	(41)
西餐厅、西餐馆	(43)
日本餐馆、餐厅	(46)
招牌	(53)
餐厅设计	(68)
顶棚构造、隔断构造、传统花饰等	(70)
顶棚做法	(75)
灯饰照明、照明灯具	(79)
灯具	(84)
营业厅活动尺度及商店人体活动尺度	(88)
柜台、展柜、展台、货架、中药柜等	(89)

前言

 门面设计包括店面设计与室内设计两部分,它是一种理性创作与感性表现并重的活动。使其在有限的空间环境及有限的物质条件中发挥实用性与经济性,并以满足与平衡人们精神与心理的需求、提高生活水准、美化生活为主要目标。商店门面设计要符合实用、经济、美观的原则,也就是说以科学技术和美学为工具,去创造一个让精神与物质文明更加和谐、生活更加有效率、更能增进人生意义和美化生活环境的商业空间。

商店室内设计的工作主要是指室内环境创造,它是指室内空间依人的日常生活需要及活动尺度而给予的安排,包括创造工商活动、娱乐活动与休憩活动的建筑空间。商店室内环境创造的内容包括:商店自身的功能需要,如空间大小、经营范围、客流量的预测、工程造价与店铺水准等;正确处理人体活动尺度与室内空间设计的关系,充分了解人体活动尺度与心理空间和环境的关系;室内建筑材料的选择;照明设计,配置适当的照明设备及造型设计,以提供更理想的商业家具的造型设计形成理想的商业空间;为美化环境,可设置绿化小品、盆栽花卉等。

商店装饰包括:商业空间整体造型具有实用性、稳定性;利用建材装饰材料的质感对比来表达装饰美;根据销售商品的类型进行色彩设计;利用灯光和影象表现商品的内涵;用附加装饰来衬托商品的主题。

总之,商店门面设计是一种美的创造,是对商店内涵进行升华的手段,是满足人们对商品的追求,并达到最佳的心灵感受的最好形式。

一、商店建筑装饰设计概述

 室内设计已受到人们的普遍重视,现代科学技术为室内设计提供了多种多样的装饰材料和装饰手段。运用现代设计手法,充分发挥各种装饰材料的特点,可以使商业建筑的空间构思具有新的含义和美的表现力。在商业空间,人们通过视觉、听觉和感觉来体验色彩、光、声、材料质量以及商业家具摆设和花草树木等等,优雅的客观物质环境可以刺激起人们的购买欲。商店室内设计是一项综合性的设计,它是介于艺术与技术之间的学科,它的目的在于设计出良好的购物环境,提高成交额。

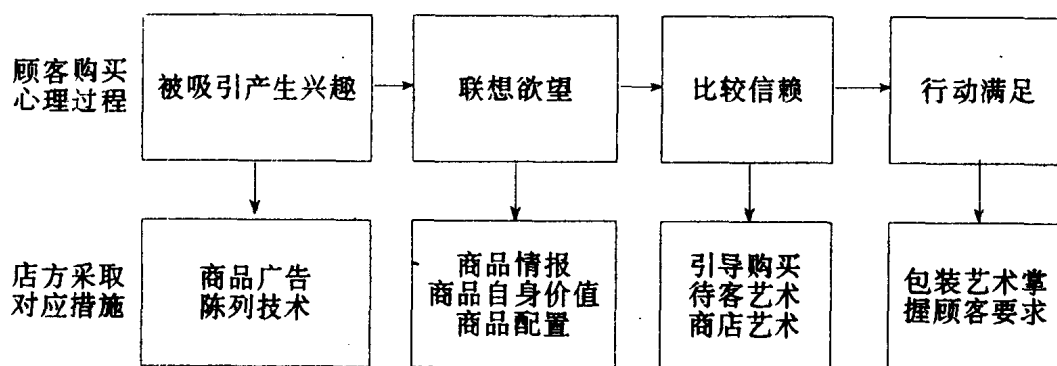
中国传统的室内设计是古老灿烂文化的一部分,它既丰富多彩又独具一格,在现代商店设计中,引进外来技术,继承文化传统,对于搞好室内设计具有重要意义。

商店是商品流通的场所,是生产者与消费者之间沟通的桥梁和纽带。商店把生产者生产出来的商品送到消费者手中,又把消费者的需求和对商品的评价转给生产厂方。同时商店本身进行着市场预测,以确定经营方向。当今世界,随着社会经济的发展、人类生活水平的提高,产品也不断更新换代。商品类型的增多,使消费者的需求也发生了深刻的变化。首先是商品自身的价值,包括商品的质量、形状、色彩、利用率、安全性等综合内容。当物质基础较为丰富的时候,消费者已不仅仅满足于物质需求,精神需求也逐渐上升。所以,现代商店概念已由单纯的销售营业空间,扩展为兼设适应于消费者生活空间的综合性商业环境,使其对消费者具有更高的利用价值,为消费者提供购买、憩息、娱乐和饮食等多方面的生活环境,这也为商店扩

大经营范围、增加经济效益创造了条件。

商品构成了商店的基本内容,是流通的主题,但它仅仅是商品流通的一方,在流通过程中还必须有消费者这一方,而且只有当消费者产生购买行为后,才算完成流通过程。所以,作为中介机构的商店,必须全面掌握消费者的心理,才能有针对性地采取各种相应措施,以促成流通的顺利进行。

消费者购买心理的演变过程,大致划分为四个阶段,如下图所示。这里充分表明顾客心理发展的每一个阶段都与店方对应的措施密切相关,它是促使消费者购买心理逐步推向高潮的决定因素之一。所以店方必须对商品和商业环境两方面同时做出精心的安排,创造理想的效果。为充分表现商品的自身价值,就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、陈列商品的配置等,目的是让消费者全面地了解商品,进而使商品对消费者产生魅力,激起消费者的购买欲望。另一方面必须着重研究商业空间的内部布置、空间的分隔与联系,使空间层次有序,这对消费者有良好的导向,并通过某些与销售商品相协调的局部灯光处理,创造特定的气氛,烘托商品以激发顾客购物情绪。此外,在规模较大的商业空间,还应为消费者创造憩息、观赏和饮食服务等综合性环境,使消费者在此空间始终保持兴致勃勃、愉快舒畅的心情,并在他们的心中留下良好的印象,以促成以后的购买行动。



二、商店的门面设计

商店的门面对商店来讲,好比人的脸面对于人的形象一样重要,是最为人所注目的一部分。因此,国内外商业企业对店面设计都是极为重视的,往往不惜工本地进行商店门面的装饰。商店的门面设计是一项难度很高、需要各种综合性知识的工作。商店门面是装饰性很强的建筑和环境装饰,它往往要求商店装饰设计者只能在商店已有基础上,根据商店自身特殊要求,来重新设计商店的门面,塑造新的商店形象。商店门面装饰设计牵涉到商店装饰设计的许多方面的内容,并需要有雕塑、招牌、牌匾、灯箱广告、霓虹灯、橱窗、柜台、采光照明等等,既涉及到绘画、造型、色彩,又涉及到空间和照明;既涉及到材料和资金,又涉及到电气和施工;既要求功能合理,又要求工艺技术先进可靠,还要求造型新颖、漂亮。

商店门面装饰设计要求设计者除了掌握商店本身特点之外,还必须掌握正确的设计步骤和方法,并能熟练应用各种装饰技巧来表现店面,其中最为重要的就是要求设计师能尽其所能,设计出与众不同、强烈感人的独创作品。

近年来我国各地都在掀起商店门面装饰热,这是一种令人可喜的现象,但是由于盲目追随流行时尚,表现手法单一,结果是商店门面装饰千篇一面,大同小异,如古铜色板条、茶色玻璃橱窗、金字招牌、大理石门面等等,真正体现出有个性、有独创的设计为数不多。

商店门面设计概述 商店门面设计包括范围极广,需要多方面的综合知识,如商店入口和走道、招牌和店徽、霓虹灯广告和灯箱广告、指示招牌和广告牌、店面橱窗和柜台、采光照明和色彩、绿化和环境、雕塑和造型等各个方面的设计。商店门面设计者应当按照一定步骤,根据一定的原则,并借鉴当今国内外商店店面设计的各种技巧方法和典型例子,来构思设计出独具特色、千姿百态的店面来。

商店门面设计重要之所在 门面是商店给顾客和市民的第一印象,商店门面的设计者应当千方百计地利用本店的门面来创造美好生动的形象,在人们脑海中留下强烈鲜明的记忆,并产生来店观光、购物的欲望和兴趣。如上海亨达利钟表商店,其店面夜景清晰,具有动人的美感;商店牌匾清晰、舒展,绿色霓虹灯组成的亨达利店名匾额和店徽以及大钟在商店拐角侧上方,无论相对商店任何一边行人都能清晰地看见该店招牌及其大钟所指时间,左侧商店霓虹灯招牌和其下面的商店店名交相呼应,拐角两侧西铁城中英文的霓虹灯广告使人从极远处眺望就清晰可见,底层店面橱窗和商店入口令人感到舒适大方,拐角两侧都有霓虹灯组成,相互联络呼应。又如上海仙乐斯夜景,很有特色,霓虹灯组成的店名和店徽及广告招贴,辅以三色灯泡构成墙面圣诞树图形令人倍感美妙,它给人以立意奇特,画图色调丰富,层次清晰可辨的感觉。

商店门面装饰和设计已日益成为商店企业增强同行竞争力,吸引顾客,扩大市场销售的重要手段。如何巧妙利用顾客和市民对本店门面的华丽和鲜奇之感,在不知不觉中成了进店观光购物之顾客,已成许多商店装饰设计的出发点或追求目标之一。更进一步地看,商店门面通过自己的招牌、招贴广告、橱窗、牌匾、霓虹灯、灯箱广告等向市民和顾客发出本店经营特色和销售服务等内容的重要信息,将符合本店经营服务范围和最适宜消费层次的市民和顾客吸引到商店里来,并且礼貌地减少非本店销售服务对象误入本店,增加不必要的客流量,这就有助于商店选择吸引适当消费层次的顾客和市民。

商店门面不但可以明显改变商店形象,而且能使商店成为街区闹市的景观。商店特色鲜明的招牌同样可以成为令人慕名前往的景物和标识,使观光游客、市民成为本店的购物顾客或本店的广告宣传者。如上海的南京路、淮海路、北京的王府井、西单等重要商业大街正是以各具特色的门面的商店吸引国内外千千万万来上海、北京的观光旅游者前往观景购物。

商店门面是商店最重要的广告手段,无论是店面橱窗或柜台、招贴、灯箱和霓虹灯都是极为重要和有效的商业广告方式。商店门面不仅具有引导顾客进出方向,疏散客流量,避免商场入口拥挤引起不测的作用,而且还具有保卫商店安全的功能,各种金属卷帘、栅栏、金属门都是商店用来防盗的重要器件。

三、商店门面设计过程

门面设计过程一般可分为准备、构思、设计、制作模型等步骤,每个步骤又可分成更多的小步骤。下面我们来进一步讨论。

准备 在进行商店门面设计时,设计师应当了解同类商店门面设计流行趋势、商店建筑结构和门面空间尺寸、商店的顾客及其艺术欣赏水准、商店的一般客流量及最大

客流量、商店的主要和重点推销的商品、商店座落环境、市民和店员对门面的期望和设计要求、商店用于门面设计的费用以及资金情况等等。

构思 构思可分成这样几个方面：确定门面设计主题、形象创造、表现形式、选用材料和工艺。更具体地说，如入口和走道、招牌式样、店徽位置、霓虹灯广告图案和文字、灯箱广告内容、橱窗和柜台、环境设计、雕塑、色彩和采光照明、橱窗和柜台的设计以及标牌广告等等。构思的很重要一点就是要别出心裁地设计出与众不同、令人耳目一新的门面来，让人易识易记，这样就能吸引顾客。

设计 在上述构思基础之上，加以具体化，形成几种方案，然后初步勾画出门面设计各种方案的草图，检查其合理性，并根据草图体现出设计效果和概算各种方案的成本费用，交有关方面讨论对比各方案的优劣，并进一步修改和完善。然后将定下来的草图式方案进行工程制图设计或作外观效果图。这时必须重视色彩的设计。最后再进行模型制作，仿制成后，再考虑其设计装饰的立体效果。这往往关系到门面设计效果的理想程度，甚至有时关系到设计的成败。

四、商店门面设计原则和要点

 **商店类别和经营特色** 商店的门面设计要宣传商店的经营内容，要求商店门面外观形象能充分表现出商店性质，是大型综合商场，还是专业商店、批发市场、个体经营店等，使顾客一目了然。还需要反映商店的经营特色，如服装、家电、食品、饮食等特色。

流行性 在商店门面设计时，应注意各类商店门面的流行性。随着不同时期人们审美观念的改变，门面设计的材料和形式也应根据流行的门面设计相应改变。

广告特征 门面设计是为宣传商店经营内容、扩大商店知名度服务的。利用橱窗柜台、灯箱和霓虹灯、招牌、招贴，为商店的销售服务。对主要经营和推销的商品，利用图案、文字、造型、摄影、实样等大做特做各种形式广告。

鲜明风格和独到之处 门面设计应当体现出与众不同的风格，设计师一定要敢于标新立异，不盲目采用平庸的模式结构，使人一看到门面，就能感到震撼人心或者能感情共鸣，要敢于用各种夸张形象和文字寓意体现出商店的风格。

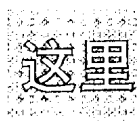
美观大方、形象生动 门面设计一定要追求美观大方、形象生动，令人百看不厌。追求从各种角度、不同距离看上去都亲切自然，色彩鲜明艳丽，造型生动活泼。

与环境相互呼应、互为衬托 商店门面应与商店周围环境完美地结合在一起，设计时，应将门面和环境整体考虑，达到与周围环境的和谐。

富有变化 好的商店门面设计，常能允许人们在某些部分进行变化，使人常见常新。可以将门面某部分设计成可以改变色彩、结构和造型的活动部分。

经济易行 门面设计不但要追求新颖美观、富有魅力，很重要的一点就是要符合经济节省原则，豪华门面不一定有良好的效果，选择高档昂贵材料和复杂工艺往往事倍功半。选择最为恰当、符合身份、不失典雅的门面装饰材料，简便的工艺，讲究的形式布局，精心的修饰，同样能设计出良好的门面来。

五、商店门面的设计技巧和手法



我们通过国内外一些优秀实例来介绍商店门面设计的技巧和手法,希望有关读者多观察分析当今各种优秀的店面设计,并在自己的设计实践中借鉴、移植和应用。

这里介绍的门面设计技巧和手法在许多商店门面设计中是交织式组合在一起应用的。

直接利用商品陈列和广告手法 通过直接陈列商品实物和经销商品广告形象的手法在商店橱窗内陈列商品来反映商店经营特色,如个体玩具小商店店门设计玩具实样,花店利用门前盆花和店内橱窗错落别致的花卉直接显示商店的经营特色。

招牌、招幌式手法 许多商店门面只是一般住宅式或其它建筑式样,体现其商店特色的只不过是其门前招牌、牌匾和招幌,以反映商店类别、经营重点和特色等。

形象化表现 通过塑造一个能点明商店类别的形象来表达设计意图。如日本一家家用电器商店就用一个录音机形象来成功地塑造商店店面,使顾客从远方一望即知,这是一家录音机商店。

象征法设计 采用这种店面设计往往在门面前采用商品某部分的形象或色彩来象征商店专业特色,如国外某柯达照相器材商店,店面上招牌恰是象展开的胶卷,店门扶手部位也有两条胶卷齿孔形装饰花边,加之店面里柯达胶卷包装盒及店面采用红、黄、黑三色,整个店面设计令人一目了然,象征着这是经营柯达照相器材的扩印业务的专门商店,而决不会误解为其它类型的商店。

图案化或雕塑化设计手法 商店店面采用图案化或在店面某处安装装饰性雕塑手法也日益广泛,这往往用来点明商店经营特色。举例来说,肯德基快餐店店面设计,应用该店创始人肖像作为店徽标志,人形雕塑作为其入口处装饰雕塑的手法每每令人叫绝。

建筑格式或采用景致化手法 商店店面设计可以利用其建筑本身风格特点来体现其独特的气势和特点。如中国出口商品交易会这几个巨大铜字点缀着高大宽敞的茶色玻璃屏墙,显得气势磅礴,极为壮观。

商店店面设计亦可采用景致化手法,即将商店店面模拟自然界和社会生活某个具体画面,即造景。

几何线条或几何体构图法 许多商店店面设计往往流行使用一种将整店店面采用几何线条或几何体形式,使商店店面外观显得生动、洒脱、简洁、明朗。

霓虹灯和灯箱广告设计手法 霓虹灯是利用光电管在浓重夜色中取得强烈色彩效果的。设计师可以采用漫画、文字、象征图形,亦可采用密集灯管排列形式。

借景设计手法 借景就是利用商店门前周围环境和有观赏价值的景物,如花卉绿化、喷泉、雕塑以及与商店相连形象生动的立体广告,使之成为商店外部整体形象的有机组成,作为商店店面设计的点缀。

仿古仿洋设计手法 商店店面设计采取仿古仿洋设计手法的颇多。如一家工艺品商店直接利用庙宇建筑作为店面,更多的饭店、酒楼、饮食店、茶馆采用明清古代建筑形式及亭台楼阁及庙宇形式。随着旅游业发展,商店门面设计采用欧美式、港式、东南亚式及日本式门面设计已屡见不鲜了。

商店门面附近绿化 一般来说,商店应尽可能在其周围,尤其在门面入口处搞些绿化装饰,这将给商店和所在街区创造清洁优美环境,吸引更多市民游客光顾本店。对于店门周围环

境空旷或空间宽敞的商店来说,可选择在店门铺置草坪,栽培树林、灌丛,布置花台花坛,如有条件的,可搞些喷水池,园林建筑,在店门附近搞些大型金属或水泥雕塑作品。店门周围空间狭小,只要有可能,在店门周围栽种几棵松柏或绿叶灌木。无法种植的亦可放置几盆诸如五针松、铁树、万年青之类常绿植物点缀环境,更高级的,亦可在店门附近摆放一些适时花卉,如牡丹、月季、山茶或应时盆景。

店门与人口 商店店门入口设计一般追求入口宽敞、店门宽敞,尽可能与整个建筑、店面设计溶成一体。不少商店早已从老式上门板、铁皮折叠门、粗笨铁门和木门、移拉门、推转门演变成今天各种玻璃弹簧推拉门、不锈钢或银色金属折叠门、不锈钢玻璃移门、自动金属包边玻璃移动门、玻璃旋转门等等,许多商店为了便于顾客和消费者出入,干脆不装任何可见玻璃门。大多数商店为了安全起见,在商店晚上打烊时,放下金属卷帘门和网状栅栏或篱笆门,以保护商店和玻璃橱窗等。

店门的地坪 商店门口地坪设计,目前大都采用大理石、水磨石或各种地砖铺面,而地板革和地毯因在店门处人流量大而极易磨损,一般不用。更高级的商店则在门口都设置金属栅栏或踏脚垫,供顾客进入店门时将粘在鞋底灰尘弹入槽内。

许多商店的地坪往往比外边马路或人行道为高,一般可用台阶石或小斜坡。更高些店堂,则一般设计楼梯,但有些为了方便残疾人入店,则采用斜坡。采用楼梯时,应注意尽可能宽些,楼梯台阶最好能略低些,以方便老年人行走。楼梯扶手杆和转弯处应尽可能使顾客感到方便。太宽的楼梯中央宜再设置一条或两条扶手杆。

六、商店招牌和店徽设计

商店招牌和店徽是商店店面的重要组成部分,它反映了商店店面装饰水平,是商店吸引顾客的重要手段。招牌和店徽设计追求鲜明清晰,或雄伟壮观,或亲切自然,或富有激情想象,或富有浪漫诗意。招牌一般由衬底和招牌字组成,设计师可根据需要把水泥、瓦砖贴面、马赛克、大理石、有机玻璃、镁铝合金、不锈钢、茶色玻璃、镜面玻璃以及镜面等选择为衬底,根据需要选择铜扣板字、大理石字、不锈钢片组字、塑料组字、有机玻璃贴面、泡沫字等等,也有许多商店在招牌上加灯光照明或霓虹灯管。当然也有利用霓虹灯和灯管作招牌的。店徽设计是扩大商店在消费者中的知名度和形象的重要手段。

商店招牌设计概述 商店的店面装饰设计离不开招牌设计。招牌设计包括店名(中文、拼音、外文店名)、店徽和其它内容。招牌应是商店装饰设计师精心考虑的重点之一。招牌式样是多种多样的,有的商店采取门上方安装横幅式招牌或匾额式招牌,还有各种直立式(又称竖式)招牌和店门口挂着的招牌,以及小型匾额招牌等。有的招牌还制作成霓虹灯或灯管形式。

商店招牌设计考虑的出发点 一般要考虑如下几个方面:

不影响商店自然采光和通风 招牌设计时应注意尽量不让招牌影响商店自然采光和通风。许多在大楼底层的商店设计过于宽大的招牌有时就会影响商店的采光和通风,增加商店用于人工照明和通风等开支。如在南方沿海城市(如上海、广州等城市)的骑楼(建在人行道上方的楼房)底层面的人行道商店。

应与建筑风格一致 招牌设计应追求与商店建筑物融为一体,和谐一致或气势雄伟或秀丽俊美,不能过多追求招牌本身魅力和特色,否则,就会产生不和谐的装饰效果。

追求风格特色 招牌设计应有自己鲜明的风格特色,当然应在与整个建筑整体和谐的基础上,追求新颖美观,甚至标新立异,给人强烈刺激。

色彩新奇艳丽 招牌色彩应该新奇艳丽,设计者应当选用有强烈刺激效果的明度和纯度较高的色彩。考虑商店夜晚经营,可选用鲜明霓虹灯和灯管招牌。招牌色彩对比可以根据需要加以变化组合。

应安全牢固 招牌设计一定要考虑安全牢固,否则,轻者招牌缺胳膊少腿,重者后果严重。一般应根据商店建筑设计能可靠承受荷载式样的招牌,并相应设计支撑招牌的结构。此外在招牌底衬和文字图案设计时,应注意根据商店建筑特点和招牌要求,选择可靠的固定方式。

应容易加工 招牌设计应考虑取材便利、加工易行,并权衡经济承受能力和宣传效果的关系。因为招牌制作和安装往往是商店自身来完成,取材只要选择商店所在地方市场有供应的,且加工简易的即可。还有一点,招牌装饰材料一定要选择能承受户外风吹日晒、雨雪侵蚀的材料,可以是金属和塑料板材、玻璃贴面等等。

招牌 招牌一般是由招牌面(亦称衬面)和牌字组成,亦有采用各种复合面结构和平面的。招牌字除下文所叙内容外,亦有镶嵌在底面甚至整个招牌完全一体,下面我们来分别讨论。

招牌面 一般常见的有这样几种形式:

水泥细石式,有水泥面、石子面、卵石面等等,能体现出一种简便粗糙的自然风格,如果加工更细致些,装饰效果亦相当不错。

油漆或涂料式,以木板或铁皮作为招牌,底衬往往使用鲜艳油漆,以墙面作为招牌底衬。这种装饰经济易行,有时也能取得良好的效果,只是需要定期重新油漆或喷涂涂料。当然,亦有在招牌底面采用喷涂塑料的形式。

贴砖或马赛克或墙砖、瓷砖、塑料、大理石砖等等。这种装饰效果一般比较好,商店可根据需要进行选择,成本开销比前面几种大。其中,大理石衬底豪华庄严,各种墙砖给人以不同装饰效果,洁白及各色瓷砖贴面纯洁清晰。

以金属板材贴面,如以银色或茶色的铝美合金作为贴面,这种贴面安装加工方便。银白色反射强烈,古铜色或茶色则给人以古朴、大方、高雅、俊美之感。

以有机玻璃作为招牌面。这种材料加工方便,装饰效果好,色泽艳丽,但有机玻璃本身强度差,加工易损。

以大型或小块镶拼玻璃及镜面、茶色玻璃作为招牌衬底已越来越流行了。玻璃(镜面)具有镜面反射、明亮整洁、醒目耐久的特点。但安装加工难度大,在强光下和自然照明下,光反射效果强烈。尤其茶色玻璃镜面,装上色泽对比强烈的招牌字,显得醒目,空间感强烈。

发光不锈钢及薄锌皮等作为衬底,亦是利用金属光反射性好的特色,采用这种衬底作招牌的商店也很多。

总之,招牌衬底风格和形式各种各样,设计者应根据不同情况灵活处理。

招牌字和图案 招牌字和图案一般有这样几种:

铜字 在瓷砖、玻璃、古铜色或黑色、银白色不锈钢片等各种衬底上,采用铜质字和图案的很多,显得华丽、高贵。通常这是用招牌面上的有承荷力挂钩、铁钉和其它支承件牢固地连接到字内壁挂孔和骨架上的。

不锈钢或金属字 在深色背景招牌面上安装,显得醒目生动。要把字牢固地固定在招牌上。

塑料(包括各种有机玻璃)字 这种组字最大特点是色彩鲜艳,通常是将塑料字形薄膜贴在字形泡沫上,再粘贴或固定在招牌底面上。

玻璃(镜面)字 这是以很小块(小方块、小圆块)玻璃(镜子)组成的,亦可采用马赛克。一般用粘接力很强的强力胶贴在招牌面上,招牌面底部应安装相应宽度的金属薄板制成边沿,托住可能脱落的招牌字玻璃块,以防不测。

水泥字 采用水泥浇铸办法制成,粗糙自然,显得拙朴别致,但重量大,安装不便。

油漆字或贴塑 采用油漆或贴塑,甚至剪纸字,在一些临时经营或个体经营摊点商店应用较多,这种方法装饰简单易行。

镂空字 在大理石和水泥上镂空出字型,涂以金漆、银漆或各色油漆,装饰效果亦有独到之处。

七、商店布局设计

 要做生意,就得有营业场地(即商场)。设摊要有摊位,推销要有对象和场地。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,商品陈列的醒目与否,对商店的经济效益是至关重要的。商场布局设计应围绕增加商店经营效益为中心,尽可能增加营业场地或商品陈列,利用合理的布局设计来引导顾客,并方便顾客购物。同时,亦要方便商店本身商业管理和经营,以及通道流畅。商场布局过程一般可分为测量场地、调查准备、布局确定、设计制图、施工完成等几步。

下面将简略介绍普通商店,尤其是小商店商场布局设计。

商场布局设计涉及经营小区分布、柜台的摆放形式、柜台安排艺术、店中屋的布局、敞开式布局等许多方面。对从事商店布局设计的作者来说,一定要善于根据商店的具体情况,包括商店的建筑结构空间和平面尺寸、商店经营特色、顾客流量和对象等各种因素全面综合考虑分析后,再来仔细筹划而定,并应征求店方以及施工人员等方面意见,考虑各方面需要和要求,方能设计得较为合理。

商场布局设计概述 商场是一个商店最为重要的主体,商店其它场所都是以其作为中心,并相互之间保持紧密联系而组成了商店这一主体。

现在商场布局设计不仅仅只是柜台、货架和样品橱等的摆放形式和位置安排,而且需要有相当的商店经营、商品售货、组织和推销服务、商品陈列和展样、柜台经营和布局等商业经营业务知识、以及商店建筑结构和商店装修和装饰布置、自然采光和灯光照明、通风空调和通道运输、色彩和绿化、陈设和道具、商店广告和宣传等各种知识。下面我们就来概要讨论商场布局、商场设计出发点和商场布局基本过程。

商场布局的作用和意义 一个商店总是由商场(或称经营场地亦可谓营业场所)、办公场地、仓库、生活场地和休息场地及走道等场地所组成,在这些场地中,商场是商店中心,其它则是为其服务的。商场是商店从事经营销售商品的场所,这就需要设置销售商品的摊位、柜台、货架以及样品橱等区域。这些区域划分布局合理与否,直接影响到商店的经营,而且在商店布局设计时,商品陈列和展样、柜台布置、建筑结构和装修情况、自然采光和照明设计、通风空调

装置、走廊和运输搬运商品的通道、色彩和绿化、道具和广告牌以及灯箱等,势必需要加以综合和权衡。商场布局的合理与否对商店的经济效益和形象关系重大。好的布局设计既可吸引更多的市民和顾客,扩大客流量,又能充分利用商店平面和空间,组成更多销售场地和区域,并能方便商店的经营管理,便利顾客的购买和挑选商品。

商场布局设计的出发点 商店布局要服从整个商店的经营战略,是直接为销售服务的。如何使商场布局具有艺术性是很重要的,但是最为重要的应该首先考虑怎样才能使企业多创效益,就是多做生意,多创盈利。通过多种方法,来充分发挥商场有限场地的最大作用,更好地为消费者服务,方便经营。进一步说,商场布局设计出发点应该从下述几个方面来考虑。

提高商店经营效益 这主要牵涉到尽可能多地安排经营场地,扩大易销售商品的经营场地。还要根据商店具体情况,将最好的市口和位置安排给这些商品作销售场地,并且做好和带动其它柜台的布局和联系。有条件的商场,尽量采用开放式和展台式布局,扩大顾客和商品的接触,可以成倍增加商品的流通和销售量。

方便和吸引顾客 商店场地布局可以保证商品丰富程度和专业特色为要求,提供相应场地,还有为顾客提供舒适的空间和设备,如自动扶手梯、自动电梯、自动门、恒温空调装置来使顾客感到舒适。还应提供方便空间(如厕所)和试用商品环境条件(如镜、椅、沙发等),为顾客创造温馨舒适的购物环境。

便于营业和管理 这里指的有这样几件事。首先,给营业员提供充分的工作和活动的空间,保证营业员能舒适方便地工作。其次,通过在商场合理布置各种样品橱和柜台的灯箱牌,既可向顾客介绍商品的信息,又减少营业员口头说明、取货示范服务以及调换商品等繁重的工作。还要有利于商品管理,如商店可以设置收银台,加强管理。其次,为了方便商品运输和搬运,商品进入销售场地如柜台摊位的搬运通道是否宽敞无阻也应仔细考虑。

追求艺术美 商场布局设计应追求艺术美。经营小区设置、柜台安排、色彩和灯光、道具和标牌、盆栽花卉、墙面和天花板及地面装修都应考虑如何使商场布局整体具有艺术美,给顾客和营业员以艺术美感,使人热爱并乐于在此购物和工作。

八、商场布局设计的步骤和过程

来讲,商场布局设计步骤和过程大致可以这样来进行。

一般

测量场地和空间尺寸等 这是商场进行合理布局设计的基础,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、商场大门朝向和大小、柜台、橱窗、货架(壁橱)展台等尺寸以及通道、楼梯、入口、商场内固定建筑结构,如天花板结构尺寸(离地高低、灯光距离)、梁柱、自动扶手梯、卫生间、仓库、办公设施(消防设施、安全通道)等等。还有商场已有布局、商场运输、各个分散场地,包括墙、柱、楼梯走道、柜橱等分隔场地的联系。此外,还要解决顾客最大流量所需要的场地以及商品本身和陈列广告所需之场地面积大小、空间高度等。

调查准备 这里我们略述一下。首先了解商店经营的主要方向,商店档次类别及不同时间的顾客流量,经营商品有多少大类,每个大类有多少小类,哪些大类是商店作为主要商品来经营的,需要多少场地甚至多少柜台和货架(壁橱),需要展台或布置与否。依此类推,在小类中,哪种商品是商店重点和拳头商品,并把最佳位置和符合其销售需要场地优先布局给它们。样品橱窗需要摆放哪些拳头商品或推销商品,货架和店中各处做几种广告,以及可提供给

厂家做何种广告。店内何种位置可布置样品橱窗和立牌等,还要考虑店内灯箱广告、霓虹灯广告和仓库堆物布局。这些都是需要事先了解计划的,将所经营的商品品种初步地逐一考虑。

确定布局方式 考虑某一大类品种放在商场什么位置,占商场面积的百分比,是开架式、柜台式、展台式还是其它式,确定好所经营的商品品种最为理想的位置,布局方式是直线式、岛屿式等等均需考虑。

布局构思和设计 布局应当考虑经营小区、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等需要有面积、高低等具体尺寸和放置形式的限制。特别是经营小区、柜台、样品橱等经营的商品摆放体积,还需要考虑顾客和营业员各自活动和操作场地,特别是顾客活动场地应亮畅些。除了商店设备用具如柜台、货架、橱窗、样品橱等空间外,还应考虑营业员操作空间,就是前柜台和货架(壁橱)摆放方式,营业员操作空间至少使柜台至货架距离保持在50—60厘米之间。现在许多商店是采用集中收款方式,这样还需要考虑收银台放置位置如何使顾客最方便。

作业平面和立体空间分布图 根据上面得到的初步拟定的经营品种的位置和面积大小之后,通常先画一张简单平面图,将每一部分的尺寸都注明在草图上。平面图画好后,反复看几遍,有什么地方需要更改,重新把平面图画好,再结合商场实地,复查有什么地方需进一步完善,再在平面图上变动,直至完全确定之后,重新画一张标准且清晰的平面图。有时这还不能反映商店布局,亦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,这就形成了一张较能反映整个商场布局的立体空间分布图。

九、商场布局设计的方法

商场 布局设计一般要考虑这样一些问题:营业工作场地面积和顾客所占面积之比,营业场所的布置,营业现场一般布局设计方法和技巧。商场布局基本设计方法和技巧对一般商店(甚至单开门面或前台后货架的小店)和中小型商店布局以及小型商店和大中型商场的布局侧重均不一样,就是大型商场,单层和多层商场布局侧重也不一样。

营业工作场地面积与顾客所占面积的比例确定 商店营业场地面积是由营业员工作现场所占面积与顾客所占的面积两部分组成。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,既要考虑保证营业员进行商品陈列与出售时所必须占用的面积,又要充分考虑顾客的流量,以保证顾客购买商品和参观游览所占用的面积,方便顾客。布置原则是在便于顾客参观选购商品的前提下,充分利用营业面积,摆放陈列商品,提高营业面积的使用效率。这两部分面积之比例,可根据商场营业场所面积、商店的类型、营业现场形式及顾客购买规律等多种因素而定。如果商场面积大,可考虑让营业员的工作现场、柜台、货架、样品橱占用较大的面积,陈列种类较多的商品并充分展示陈列商品。如服装可以展在模特儿身上,床单、床罩可以整体站面陈列。大中型综合商店一般客流量较大,要求顾客占用面积应较大。否则,尽管商品陈列很丰富,琳琅满目,但顾客却挤得水泄不通,这样是很不利于顾客购物的。至于有特定消费对象,参观性不强的专业性商店和设在街头巷尾居民区中的小型百货商店、综合商店、副食商店,顾客占用的面积可小些。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;经营商品品种单一、选择性不强的专业商店,顾客占用面积可小些。

十、商场的营业厅现场布置

商场

的营业厅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),把货架紧靠墙面放置,或利用贴墙壁橱,这种布局较为合理。靠墙货架和壁橱不仅遮盖了墙面空白,而且也起到美化商场作用,并节约商场平面面积。一般离开货架(壁橱)50—60厘米放置柜台,这50—60厘米的空间就是营业员工作场地,货架(壁橱)和柜台商品陈列最好能前呼后应,这给营业员工作时就带来很多方便,顾客选中柜台商品时,营业员一转身就能在货架(壁橱)里随手取来。如果商店店堂里有柱子,最好把柜台嵌在柱子与柱子、柱子与墙面距离中间,使人在视觉上感到店堂面积宽敞。横台连接柱子,还可以利用柱子的空白张贴广告或其它装饰,如灯管、壁灯、镜面玻璃、出样小挂橱等等,以增强店堂美观,有些商店利用柱子,缚一根绳子悬挂商品,尽管这样能起多展样品作用,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厘米左右,由于新建的店面房高度一般大约在3米左右,因此,货架(壁橱)距离房顶天花板1米多,可利用这一空间安装灯箱立牌广告。

营业现场布局要求 单层商场和多层商场:

单层商场的布局设计要求 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时令商品,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择时令商品,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:在春秋天,商店将羊毛衫柜台移至进门处,而在夏天和秋天,将衬衫、裙子、汗衫和背心等柜台移至进口处,冬天将皮装和羽绒柜台移至进口处。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、品种齐全的气氛而吸引顾客,使顾客一进商店,就能被这些商品所吸引,产生一种继续走向商店深处准备购物的兴趣。如将化妆品、烟酒、食品、工艺品、儿童玩具和家电等柜台安置在入口处,吸引顾客,将针线、肥皂、牙膏和钟表等日常商品的柜台布置在入口处附近,同样可减少商品内部客流量。

举办商品展销是商店最吸引顾客的一种销售形式。展销往往会使客流量激增,如将展销柜台放置在商店进门处,会把大多数参观展销的顾客吸引在店门附近,避免了店内客流量的增大。

将笨重不便搬运的商品柜台安排在入口处,便于顾客搬运,而不影响其它顾客。有条件的商店可将这类商品集中于一个单独营业小区或营业大厅内,通向店外通道和门面要足够宽敞,便于搬运。

将相互有联系的商品相互靠近,而将互有影响的商品柜台分开设置,如将服装、鞋帽、围巾、手套和袜子的柜台靠在一起,而将经营茶叶和烟草或药品的柜台相互分开,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、面包等食品的柜台相互隔开,避免商品之间相互串味,影响销路。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。

多层商场的布局设计要求 可参考单层商场布局设计要求,尽可能将时令商品、日常生活所需的小商品、展销商品横台、光彩夺目的商品和体积大而笨重的商品安排在底楼,而将价值高的工艺品和珠宝类、钟表、服装、文体用品、服装鞋帽和小家电等商品布置在楼上。

现在许多商店为了吸引顾客,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博览会,诸如举办家具精品、羽绒服装、时装精品、皮夹克系列等时令商品展销会,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。多层商场亦往往在商店二、三层等处开设批发商场,或机关团体购物商场以吸引大宗生意。

十一、商场布局设计技巧

 **布局形式** 历来商店售货一直采用柜台交易的形式,通过柜台、货架的商品陈列和售货人员作为媒介,将商品出售给顾客。所以,商场布局实质是以柜台布局为主体的。

柜台布置原则应当是根据商店各方面的具体情况,最大限度地利用商场营业面积,摆放出充足的商品供顾客挑选,并能最大限度地方便顾客选购。售货柜台的摆放,可根据商店营业现场的情况,大致分为这样几种:线条式、岛屿式、散点式、陈列式等形式,有时商场往往兼有两种甚至多种柜台摆放形式。下面将介绍这些形式及其相应特点。

线条式柜台摆放形式 这种形式亦称为横竖式,是商店中最为常见的形式,其特点是沿商店的墙壁、中央或边沿等排成一线。线条式柜台能够陈列较多的商品,便于随时从柜台和货架上向柜台上货、补货和营业员相互间合作,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,线条式又可分成几种:

一线式 商场柜台成一直线形式。许多小商店或进深较浅的商店都采用这种形式,靠墙侧将柜台摆放成一线式。

平行式 将商店柜台摆放成两条或两条以上成平行线形式的柜台布局。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 将商店柜台摆放成为直角相连两直线形式,是商店为了充分利用墙角或墙柱等采用的形式。

多边形式 将柜台布局成一个几何多边形形式。这除了经营需要之外,往往是由于商店的商场本身形状不规则或某些部位应用受限制,但更多是由于商店围绕商场中央或边沿某一个圆柱或立柱为中心布置柜台之缘故。这种形式优点是能充分利用商场平面空间。

环绕式 也是多边形的一种,只不过是將柜台布局构成个环形。一般在商店入口处附近和商场中央,可常见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,还有其它一些,这里不一一罗列了。

岛屿式柜台 这种形式是大中型商店内常见的柜台摆放形式,适用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。但象销售电冰箱、洗衣机、家具和自行车等体积较大且笨重的商品之柜台不适宜采用这种形式。

散点式 是在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。

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,

后者是将营业员与顾客置于同一区域内活动。这种柜台常见于布料专柜和图书专柜等。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,有利提高服务质量和商业成交效率,已成流行趋势。

玻璃屋、店中店设计 利用透明玻璃屏或通透陈列橱窗,或者在店内另行搭建空间或其它形式,将柜台按商品分类间隔成若干独立经营小区(或柜组),但又有明显界面,使整个商场依稀可见,又使布局清晰,这种虚拟空间的商场布局可称为玻璃屋或店中店。

展台式布局设计 现在许多商店,特别是各种服装、鞋帽和大件耐用消费品商店采用展台式布局日益增多。展台的特点就是形象逼真、装饰美观,易于使顾客产生购买兴趣和动机。但占地面积大和营业员看管商品工作量加大,且展台样品保安设施和保安费用也是不小的开支。

如上海一家著名乐器商店,中央巨型半圆悬高展台别致有序地布置着各种乐器、音响和舞台设备,设有专供顾客或音乐专业团体演奏高级电子音响设备和高级电子琴的位置。这种展台布局设计既使商场充分展示商品特色和风采,也能能使商店营业额上升,但若商场管理、保安措施跟不上,易使商品损耗剧增。

柜台和展台组合布局设计 现今,许多商店采用敞开式陈列售货与设少许柜台相结合形式亦较为普遍。这样消费者可直接接触商品,易于迅速产生购买动机和行为,促进商店营业额上升,这是较好的一种组合布局设计,体现了当前一般商店的发展趋势,很值得推广。但是,商店需要加强管理和保安措施,否则,货物丢失和损坏较多。

柜台敞开式布局 柜台敞开式布局,其特点是便于顾客挑选,节省顾客购货时间,避免顾客与营业员之间的矛盾,提高了商场使用率和商店经营效益,但易产生货损货盗,要求商场增加保安费用,需要商店有较大面积,这种方式目前正在国内许多商店推广,是商店布局发展的趋势之一。