

CHINA INTERIOR

NO.
117

中国室内



CIID  www.ciid.com.cn
中国建筑学会室内设计分会 编

聚焦餐饮空间设计

对话沈雷，关于餐饮设计
吕品晶，从建筑实践到建筑教育
郑铮，设计新力量
分层的设计师与餐饮设计
日式餐厅设计的气质之美

DIALOGUE WITH SHEN LEI,
ABOUT DINING DESIGN
LÜ PINJING, FROM ARCHITECTURAL PRACTICE
TO ARCHITECTURAL EDUCATION
ZEN ZHENG, DESIGN NEW FORCE
HIERARCHICAL DESIGNER AND DINING DESIGN
THE AESTHETIC DISPOSITION OF
THE JAPANESE RESTAURANT DESIGN



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

中国室内

聚焦餐饮空间设计
Focus on Dining Space Design



中国建筑学会室内设计分会 编



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

·北京·

内容提要

本书关注当下餐饮设计的思考与研究，展示餐饮空间设计经典案例，讨论餐饮空间创意设计热点话题，展现设计教育及行业新生力量的人物风采，探索展馆空间设计理论研究，分享设计师的感悟与体会，传递设计行业动态，旨在多方位、多角度为室内设计行业提供参考借鉴，促进行业共赢发展。

图书在版编目（C I P）数据

聚焦餐饮空间设计. 中国室内 / 中国建筑学会室内设计分会编. -- 北京 : 中国水利水电出版社, 2017.5
ISBN 978-7-5170-5426-9

I. ①聚… II. ①中… III. ①饮食业—服务建筑—室内装饰设计 IV. ①TU247.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第091643号

书 名: 中国室内
聚焦餐饮空间设计 JUJIAO CANYIN KONGJIAN SHEJI
作 者: 中国建筑学会室内设计分会 编
出版发行: 中国水利水电出版社
(北京市海淀区玉渊潭南路1号 D 座 100038)
网址: www.waterpub.com.cn
E-mail: sales@waterpub.com.cn
电话: (010) 68367658 (营销中心)
经 售: 北京科水图书销售中心(零售)
电话: (010) 88383994、63202643、68545874
全国各地新华书店和相关出版物销售网点

排 版: 中国建筑学会室内设计分会
印 刷: 北京雅昌艺术印刷有限公司
规 格: 230mm×250mm 12开本 12.5印张 351千字
版 次: 2017年5月第1版 2017年5月第1次印刷
印 数: 0001—10000册
定 价: **60.00元**

凡购买我社图书, 如有缺页、倒页、脱页的, 本社营销中心负责调换
版权所有·侵权必究

编委会 EDITORIAL COMMITTEE

主编: 叶红
执行主编: 傅祎
主审: 劳智权
艺术总监: 吕永中
美术指导: A.Chu
文字统筹: 绵绵

Managing Editor: Ye Hong
Executive Editor: Fu Yi
Checker: Lao Zhiquan
Art Director: Lv Yongzhong
Art Adviser: A.Chu
Content Director: Mian Mian

顾问 ADVISER

陈耀光Chen Yaoguang
霍维国Huo Weiguo
姜峰Frank Jiang
来增祥Lai Zengxiang
劳智权Lao Zhiquan
李宁Li Ning

李书才Li Shucai
林学明Sherman Lin
刘有达Liu Youda
饶良修Rao Liangxiu
任文东Ren Wendong
沈立东Shen Lidong

史春珊Shi Chunshan
王炜民Wang Weimin
王炜钰Wang Weiyu
吴昊Wu Hao
薛光弼Xue Guangbi
张世礼Zhang Shili

赵兴斌Zhao Xingbin
郑曙旸Zheng Shuyang
邹胡莹Zou Huying

编委 EDITORIAL BOARD

陈厚夫Chen Houfu
陈卫新Chen Weixin
崔华峰Cui Huafeng
崔笑声Cui Xiaosheng
费宁Fei Ning
傅祎Fu Yi
高超—Gao Chaoyi

洪忠轩Hong Zhongxuan
姜湘岳Steven Jiang
据宾Ju Bin
李益中Li Yizhong
刘波 Paul Liu
刘伟Liu Wei
吕永中Lv Yongzhong

潘向东Pan Xiangdong
秦岳明Qin Yueming
沈雷Shen Lei
宋微建Song Weijian
苏丹Su Dan
孙华锋Sun Huafeng
孙建华Sun Jianhua

孙黎明Sun Liming
孙天文Sun Tianwen
王兆明Wang Zhaoming
温少安Wen Shaoan
萧爱彬Xiao Aibin
谢英凯Thomas Tse
杨邦胜Yang Bangsheng

叶铮Ye Zheng
余平Yu Ping
左琰Zuo Yan
张郁Zhang Yu

编辑办公室 EDITORIAL OFFICE

主任: 李琼Li Qiong
刘慧雯Liu Huiwen
编辑: 庄素芳Zhuang Sufang
钟七妹Zhong Qimei
美术: 杨茜Yang Qian
英文: 单宇洁Shan Yujie

编辑办公室电话:
+86-10-51196435
+86-10-88355508

品牌推广联系人: 刘晓莉
联系电话: +86-10-88355338

各地专委会 BRANCH CONTACTS

天津: 张强Zhang Qiang
上海: 王传顺Wang Chuanshun
深圳: 刘力平Liu Liping
成都: 赵建国Zhao Jianguo
西安: 吴昊Wu Hao
济南: 张建Zhang Jian
杭州: 王炜民Wang Weimin
福州: 彭晓Peng Xiao
广州: 林学明Sherman Lin
佛山: 谢智明Xie Zhiming
哈尔滨: 周立军Zhou Lijun

苏州: 陆逊Lu Xun
吉林: 董赤Dong Chi
东莞: 麦德斌Mai Debin
郑州: 孙华锋Sun Huafeng
湖南: 刘伟Liu Wei
宁波: 王明道Wang Mingdao
南京: 赵毓玲Zhao Yuling
重庆: 沈渝德Shen Yude
徐州: 胡伟 Hu Wei
广西: 吴昆Wu Kun
大连: 张长江Zhang Changjiang

石家庄: 王跃Wang Yue
兰州: 苏谦Su Qian
新疆: 康拥军Kang Yongjun
青岛: 韩勇Han Yong
南昌: 闫京Yan Jing
安阳: 王益民Wang Yimin
太原: 王寒冰Wang Hanbing
珠海: 符军Fu Jun
合肥: 郭端本Guo Duanben
蚌埠: 高铨Gao Quan
厦门: 孙建华Sun Jianhua

沈阳: 任宪玉Ren Xianyu
海南: 陈双Chen Shuang
无锡: 杨茂川Yang Maochuan
云南: 邓鑫Deng Xin
温州: 朱武Zhu Wu
粤东: 郑少文Zheng Shaowen
武汉: 李哲Li Zhe
青海: 杨来申Yang Laishen
贵州: 曾涛 Zeng Tao
大庆: 曹艳红Cao Yanhong
镇江: 张晓初Zhang Xiaochu

洛阳: 高前人Gao Qianren
南通: 朱永春Zhu Yongchun
宜昌: 徐平凡Xu Pingfan
湛江: 陈南珠 Chen Nanzhu
台州: 金蒋林 Jin Jianglin
佳木斯: 王严钧 Wang Yanjun
中山: 白涛Bai Tao
泉州: 蔡沧洲Cai Cangzhou



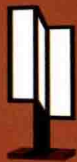
2017 CHINA INTERIOR DESIGN AWARDS

2017 第二十届 中国室内 设计大奖赛

以负责的态度来做设计，
以负责的态度来评选优秀者。
创建于 1998 年
的中国室内设计大奖赛，
以学术性、
包容性著称，
是中国最具影响力
的赛事之一。

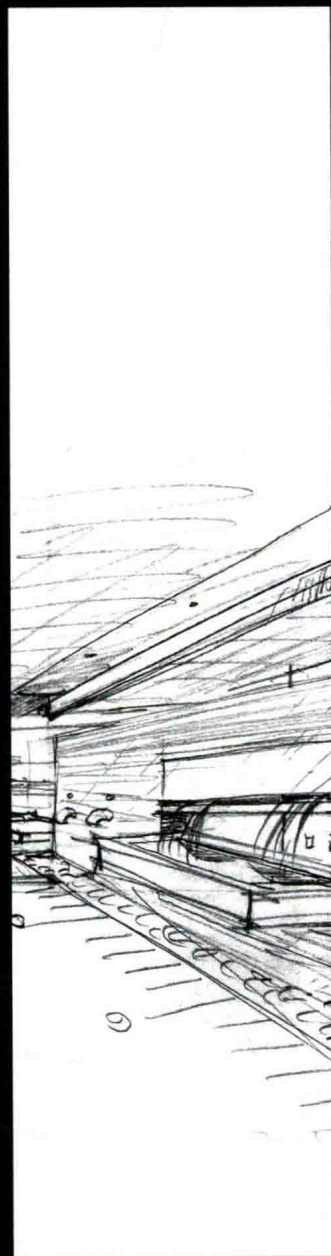
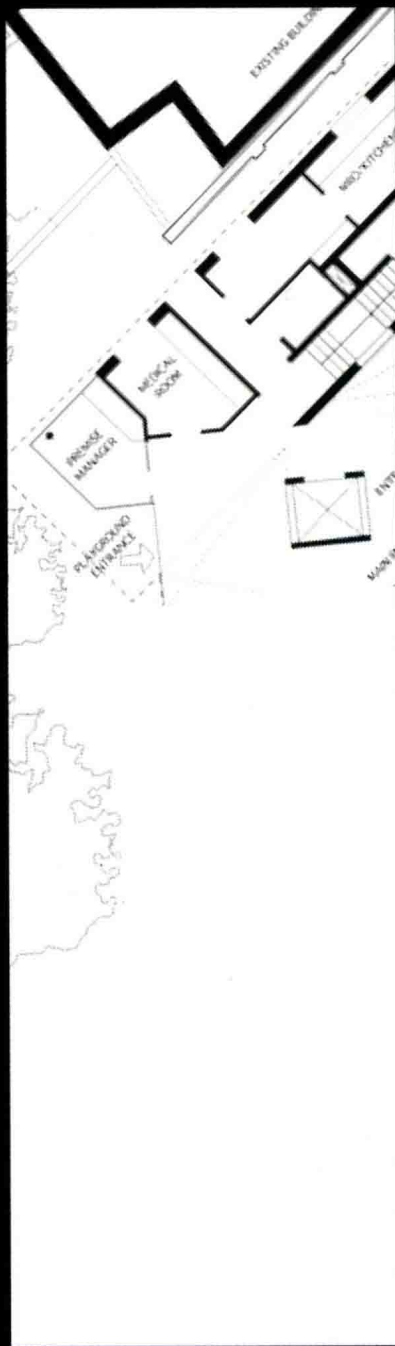
截稿日期

2017.8.15



大奖赛

你对设计的执着，需要这座奖杯的见证！



FOREWORD

前言

LET DESIGN ADD MORE FLAVOR TO THE DELICIOUS FOOD

让设计为美食锦上添花

中国绝对是一个美食大国，从南到北，从东到西，因为地域、气候、风俗、习惯等诸多不同导致饮食文化的不同，丰富性不言而喻。

从 20 世纪 80 年代改革开放到现在，餐饮及其空间也在随着社会的发展不断演变，食堂、小吃店、饭店、大酒店，私厨、小馆……经过燕鲍翅、大鱼大肉、奢靡荒谬的消费转而进入更加理性和回归正常生活所需的饮食结构。除了高规格宴请外，各种特色、连锁、私房菜、名小吃成为全国餐饮行业的主力军，空间规模越来越走向小而精致，餐饮行业的竞争日趋激烈，求新求变成为餐饮空间的基本诉求。然而餐饮空间到底如何设计，什么样的空间设计才符合特定的餐饮空间，什么样的餐饮空间才最被大众所接受且又符合设计感，都变成了设计师思考和探索的问题。

设计本是设计师的工作，但也往往会成为创作上的负担，玩花活、拼炫技或是跟风追星都不足取。美食本是件快乐的事，空间是锦上添花的，不要为赋新词强说愁，美“景”美食自然天成，赏心悦目的空间才会为美食加分。

孙华锋

中国建筑学会室内设计分会副理事长 孙华锋

公开课

COLLEGE OPEN CLASS

高校公开课

设计师

公益课

高校创作营

演讲

面对面

动手

创意作品

专委会

高校师生



主办

中国建筑学会室内设计分会

承办

中国建筑学会室内设计分会各地方专业委员会

联系电话

010-88356608

活动内容

公益课：优秀青年设计师走进高校进行面对学生的公益演讲，分享实践经验和设计感悟。

高校创作营：青年设计师与高校师生一起动手创作，充分发挥创造力，展出优秀创意作品。

2017 THE EXECUTIVE EDITORIAL BOARD



执行编委



CHINA INTERIOR

中国室内微信平台



My CIID

我的CIID微信号

美国阔叶木外销委员会
American Hardwood Export
Council



《中国室内》2017年度合作机构

沈雷

SHEN LEI

关注栏目执行编委

中国建筑学会室内设计分会理事
内建筑设计事务所
设计总监



孙黎明

SUN LIMING

案例栏目执行编委

中国建筑学会室内设计分会理事
上瑞元筑设计制作有限公司
董事设计师 / 企划总监



孙天文

SUN TIANWEN

争鸣栏目执行编委

中国建筑学会室内设计分会理事
上海黑泡泡建筑装饰设计工程有限公司
总经理



谢英凯

THOMAS TSE

人物栏目执行编委

中国建筑学会室内设计分会理事
汤物臣·肯文设计事务所
董事 / 设计总监

崔笑声

CUI XIAOSHENG

案例栏目执行编委

中国建筑学会室内设计分会理事
清华大学美术学院环境艺术系
副教授

孙华锋

SUN HUAFENG

争鸣栏目执行编委

中国建筑学会室内设计分会副理事长
河南鼎合建筑装饰设计工程有限公司
总经理、主设计师

目录

I 前言 FOREWORD

让设计为美食锦上添花 孙华锋

II 关注 FOCUS 001

对话沈雷, 关于餐饮设计 编辑部 002

自助餐——游走式就餐空间的行为诱导 臧笑冰 孟磊 孙黎明 006

III 人物 FIGURES 014

吕晶晶 014

吕晶晶, 从建筑实践到建筑教育 韩文强 015

在国家景观与地方意义之间 韩涛 022

从黑暗走向光明 刀文克(丹麦) 024

吕晶晶设计作品 028

郑铮 030

郑铮, 设计新力量 谢英凯 031

设计就像一场旅行 郑铮 038

后浪正当时 原迪 040

郑铮设计作品 043

IV 案例 PROJECTS 045

品鉴 / 分层的设计师与餐饮设计 孙黎明 046

设计者的话 王奕文 048

品鉴 林文格 姜波 崔笑声 050

对谈 崔笑声 王奕文 林文格 孙黎明 姜波 054

精选 / 哈尔滨全鸭季·1949 王兆明 062

深圳花椒遇见辣椒罗湖喜荟城店 王锐 066

大连喜鼎饺子中式餐厅 刘恺 刘子民 070

北京三里屯 SOHO 面馆 陆颖芝 074

集萃 078

V 研论 RESEARCH 088

米兰历史博物馆展示空间设计研究 许洋 088

VI 争鸣 THOUGHT 092

餐饮空间的创意与风格 092

VII 分享 SHARE 099

专栏 / 普利茨克奖的前世今生之三 刘松茯 曲沐同 100

尚可安坐 陈松 106

设计地理 / 静谧与光明的交响——路易斯·康

建筑之旅 潘冉 108

生活 / 日式餐厅设计的气质之美 李益中 114

手工编织业里的摇滚明星 Sofia He 116

建筑设计中的仪式感 郭涵初 120

请敬畏你的曾经 赵鑫 122

让品牌绽放 吴开城 124

梅兰芳表演体系与当代环艺设计

概念运用 赵金辉 126

VIII 传递 INFORMATION 130

2017 第五届“室内设计 6+1”校企联合毕业设计活动顺利进行 130

2017 年度中国室内设计影响力人物提名“诺贝尔瓷抛砖”

巡讲活动上海站精彩启航 131

行业新闻 132

2017 中国手绘艺术设计大赛 134

第十七辑亚洲室内设计学会联合会论文集征稿通知 135

《中国室内》征稿通知 136

中国建筑学会室内设计分会《2017 中国室内设计

论文集》征稿通知 137

IX 共赢 WIN-WIN 138

《中国室内》设计支持机构 138

清尚装饰 140

中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会 141

杭州诺贝尔集团有限公司 142

C H I N A
I N T E R I O R



关注

P - 001 — 013

Focus

对话沈雷，关于餐饮设计（编辑部）

自助餐——游走式就餐空间的行为诱导（臧笑冰 孟磊 孙黎明）

Dialogue with Shen Lei, About Dining Design (Editorial Office)

Buffet- Behavioral Modification in Dining on-the-go (Zang Xiaobing, Meng Lei, Sun Linming)

对话沈雷， 关于餐饮设计

文
编辑部

DIALOGUE WITH SHEN LEI, ABOUT DINING DESIGN

Our current issue focuses on the designs of restaurants, our comments and suggestions come from some designers who had participated in the restaurant design category of the 19th China Interior Design Competition in 2016, they summarized their experience in restaurant designs and shared their design thoughts and struggles.

text Editorial Office

本文针对 2016 年第十九届中国室内设计大奖赛部分餐饮类参赛设计师提出的设计思考和困惑，请内建筑设计总监沈雷结合多年的餐饮设计经验，发表一些意见和建议。

徐梁【梁筑设计事务所】：完成第一个餐饮空间设计时，我很兴奋。但是设计在成长，期待另一个兴奋的设计总在下一个，甲方在进步，消费者也在变化。随着“90 后”甚至“00 后”新一代消费群体的增加，无论是餐饮还是其他空间，都应该赋予新的物质和精神感受，接受新的物质和精神需求。空间设计的思考方式和建筑有关，要打破传统思维，敢于挑战叛逆。设计不可能做到让所有人都接受，如果是，那就失败了，没有差异化就没有竞争力。找到专业的甲方，结合餐厅的经营理念 and 消费群体，思考各专业性问题 and 需求，设计改变空间环境。

很多设计师已经形成自己固定的设计特色，让人一看便知道是谁的作品。那么，设计师能否打破自己惯有的设计方式，通过不同的设计方式体现设计多元化？如何打破？

沈雷：我们做过不同的餐饮品牌设计，一直试图做改变，为他们的品牌做定位。面对不同的业主，量体裁衣，根据餐饮经营者自身的特点决定餐厅的氛围，是最合适的。如果设计师比较强势，设计出来的空间与经营者希望的风格和感觉相差较大，实施过程中可能会不断调整，导致最终实现的效果与初衷不太一样。七八年前开始为外婆家设计的时候，也有多种不同的风格，发展到现在渐渐变成相近的风格，这是一种比较好的变化方式。

作为设计师，不要高估自己对餐厅的影响能力；同时，餐厅业主有时也会高估设计师的能力。无论是餐饮空间，还是酒店、办公空间，各方面的因素都要体现一个“和”字。餐厅关键的是菜要好吃，这是经营原则。如果消费者被诱人的设计吸引进来吃一次，价格不便宜，还不好吃，就不会再来。



徐梁设计作品
海盗鲜生



蒋国兴设计作品
不净素食馆

蒋国兴[叙品空间设计有限公司]: 随着社会发展, 餐饮空间不再局限于满足人们饮食需求的功能, 还要满足社交需求, 因此对设计的要求也越来越严格。通过餐厅设计 10 多年的经验, 我认为, 餐饮设计应该讲究整体性、超前性、实用性和经济性。

所谓整体性, 是指餐饮设计要充分考虑品牌属性、餐饮品类、周边环境、企业文化等要素, 不能割裂开来。餐厅设计要融入品牌文化, 譬如我们设计的乌镇阿能面连锁店, 将面条的工匠精神与乌镇的地方文化相结合, 将面条的线条融入乌镇的建筑文化和桐乡的漫画之中, 吸引消费者对空间和品牌产生联想记忆, 具有独特的效果。不同餐饮品类的格调和格局均应有差别, 以宴请为主的中餐厅, 讲究静; 以朋友小聚或即兴消费为主的时尚餐厅, 则应配以热闹的环境。内部设计也要考虑周边环境因素, 相邻店面、停车场及外立面景观等, 如果明明是徽派的建筑, 却配以欧式装修, 则会整体不协调, 效果也不会好; 如果配上江南风景、小桥流水, 则可能会引人入胜。

所谓超前性, 是指餐厅在设计时要考虑未来三到五年的需求, 这种需求可能包括周边人口的变化, 消费行为变化等。譬如随着人们对健康的要求和家庭的需要, 伴随着互联网发展长大的“90 后”甚至“00 后”将逐渐成为消费主力, 在餐厅设计时要考虑这部分人的消费行为和习惯。

所谓实用性, 是指商业设计作为应用美学, 首先要求的是应用, 好看但要实用。这种实用体现在功能布局、动线设计上。功能布局应将入口、前厅作为第一空间序列, 大厅、包房、雅间作为第二空间序列, 卫生间、厨房及库房作为最后一组空间序列, 使其流线清晰, 功能划分明确, 减少相互之间的干扰。厨房设计一方面要考虑隐蔽性, 避免作业噪音和照明影响前厅就餐, 另一方面要考虑厨房与前厅的连接, 便于送餐和收纳。餐厅动线设计要流畅、便利、安全, 尽量避免顾客动线与服务动线发生重叠和冲突, 发生矛盾时, 应遵循先满足客人的原则; 还应考虑服务员的操作

距离和服务半径，以缩短响应时间，提高工作效率。此外，实用性也表现在空间的充分利用上，碎片空间搭配软饰或零散座位，会让空间显得零而不乱，错落有致。

所谓经济性，是指餐厅设计时要充分考虑投资回收期。餐厅投资最大回收周期为两年，超过两年，投资风险就比较高。因此，设计时一方面尽可能减少昂贵材料的使用，譬如大理石和实木（桌椅除外），另一方面要尽可能简化工艺，复杂的工艺需要昂贵的人工，因而使建造成本大幅增加。我们设计餐饮空间要遵循简硬装、重软装的原则，以硬装体现功能布局，以软装和灯光体现效果和氛围。

餐饮环境要在设计师与业主充分沟通的基础上实现，但设计之初常常会因为业主缺乏空间想象力而对经营不确定性产生担忧，形成沟通障碍，影响设计师的正常发挥，这是设计中经常发生的情况。我们尝试引用VR技术，360°模拟展示设计效果，促进业主对设计思路的充分理解。同时，我们也希望能有更妥善的解决方法。

沈雷：我认为，甲乙双方合作首先要有足够的信任做基础。如果沟通过程中发现我想给他的并不是他想要的，我们之间不能达成默契和共识，那么我宁愿不做这个设计。而信任的建立在于设计师的专业性，做过相对成功的品牌，对一些品牌有明确的定位。专业性和职业性是目前行业里提得最少的，当形式不能解决功能问题时，就需要职业性。与甲方沟通时，其他的都不重要，重要的是取得甲方的信任，像朋友一样相处，他的事就是你的事，这样才能做好设计，达成好的结果。

梁宁健【水木言（香港）室内设计机构】：餐饮的分类可以有多种，从消费定位来说，可分高、中、低三档；从业态划分来说，有会所、酒楼、中餐、外国餐、轻餐等；从地域划分来说，有商超店、社区店、街边店等。此外还有菜系、体验、主体、品类等众多分法，餐饮市场的兴盛催生了市场的细分，呈百家争鸣之势。

餐饮细分潮中涌现出众多从模式到品牌设计都非常优秀的项目，从前期调研分析到落地实施，会耗费很多时间和精力，品牌一旦面世就可能成为这个品类的标杆。同行前来考察学习的众多，简单跟风模仿的也多。单一从空间设计和品牌的关系来看，盲目跟风学模式，只是模仿一个主题或氛围，忽略了被模仿对象的研发过程和团队支撑能力，那么空间和品牌的结合也只是一种表象，很难持久。只有从长远的规划、品质的要求和人性的需求角度去塑造品牌和空间，甲乙双方的碰撞才会拉伸品牌持续发展的生命力。

美学包含的不只是空间美学，还有产品美学、服务美学等，是品牌的一道分水岭。在竞争越来越激烈的当下，品牌不能是单一的支撑，需要美学和文化相结合，满足客户从视觉到心理的双重感受。美学的价值和传播受四个群体的影响：品牌创始人、设计公司、运营团队、目标客群，四者的匹配度决定了美学的高度和产生的价值，也决定着品牌的高度。那么，细分的餐饮空间与高度的美学设计应该怎样结合，才能获得相对满意的设计和品牌效果？

沈雷：重要的是活着，如果设计得好，经营得也好，但是利润不好，那么就活不下去。随着网络的兴起，真正的实体经济越来越少，如果大家一窝蜂去做餐饮，定位混乱不准确，设计风格和餐饮类型跟风重叠，消费水平相似，那么就会有企业因为利润不足而倒闭。设计要有差异化，餐饮也要有差异化，唯有差异化才能生存。

刘文治【文水台设计机构】：某一类型空间的设计，无非是功能和经营上有其特殊性。相对于目前业界或者甲方甚至媒体的引导，最大的问题在于看待设计的角度。在满足功能的前提下赋予形式美，或者紧跟某一消费模式完成盈利目的，如果是这样，那看上去一切都很美，也符合商业空间的要求。但随着消费习惯、消费模式的改变，之前的一切美好可能会化为乌有。还有手法时代化一说，设计过时老旧了，设计师被动地变化着，有时一个作品的寿命很短，实际上这是一个误区。路易斯·康说“欲望触生功能”，从人性本质出发，可以找到更为确切的答案。设计需要对项目本身有足够深入的思考，客体和主体之间的相互关系是人性决定的，也是文化决定的，这关乎最初的那个美好愿望，而不是不知所为的、被赋予奇怪行为的形式“美”。

沈雷：功能与形式是设计师第一个考虑的问题，也是最后一个考虑的问题。开设一家餐厅最终的目的是要多年经营，如果开始只有形式没有功能，连平面图都不能通过。对餐厅最终的构想要有一致性，而且执行力也要如你所想，这才是完美的设计。如果开业第一天就说做到了功能与形式的完美统一结合，是很幼稚的。

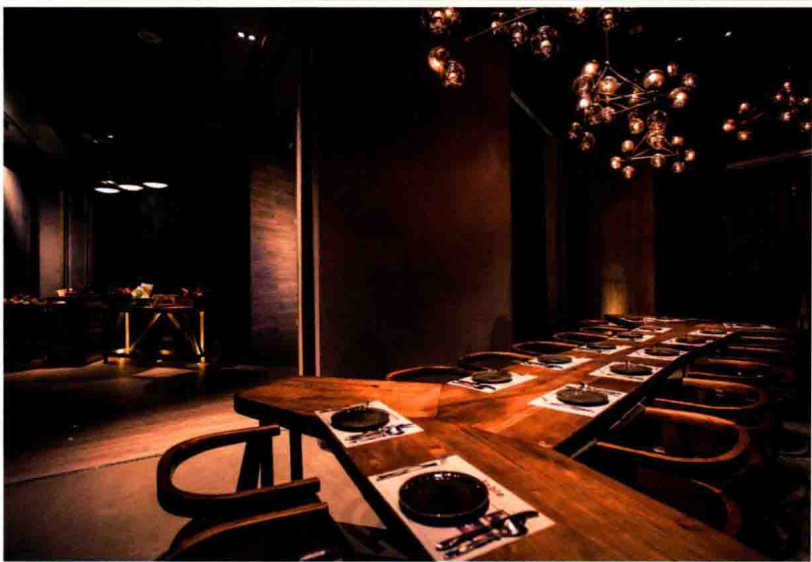
万浮尘【FCD 浮尘设计工作室】：餐饮设计要根据企业的特色文化确定设计理念，总体创意应结合餐饮空间所处位置的历史文化和地域特色，对品牌文化和 LOGO 进行延伸设计。以与餐厅气质相符的具体意象物作为形象设计主体，通过提炼，体现在整个空间中，其中灯具、家具最为典型。注意空间本身的优势与劣势，做出相应的对策。通过突出文化主题，强调品牌意识，弘扬餐饮企业文化的设计手段，将餐饮品牌做进一步的提升，使设计作品得到进一步的升华。如何把审美争议对于最终效果呈现的影响降到最低，是我一直思考的问题。

沈雷：其实最终的本质问题是人和人之间的关系，我向来不考虑很复杂的问题。业主想要什么，设计师就给他提更多专业性的意见，比业主高出一些就可以了。优秀的甲方会给设计师方案的最终实施呈现的结果加分。如果差的方案、差的甲方加上差的施工单位，经营团队又不行，最后整个设计会变得无味无趣。所以甲方有很好的执行团队，最后才能达成统一，实现好的结果。

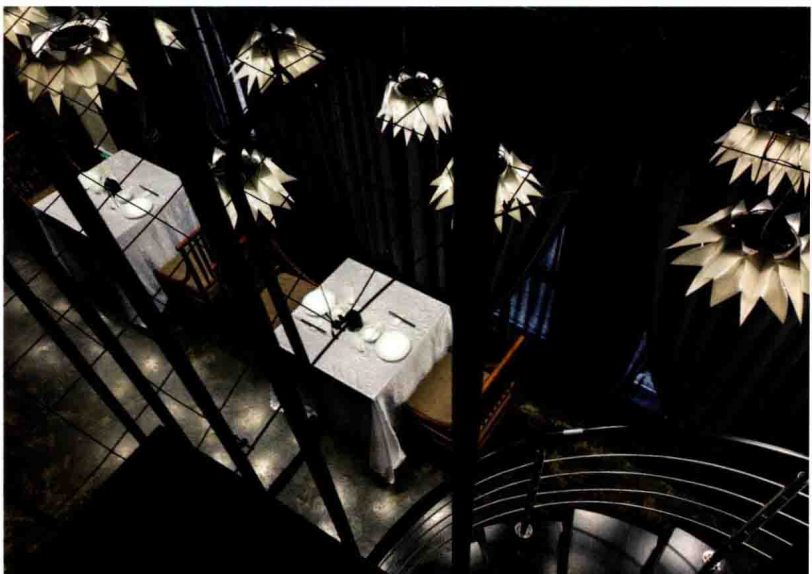
梁宁健设计作品
饭怕鱼餐厅



刘文治设计作品
The Eating Table 餐厅



万浮尘、唐海航设计作品
苏州量子馋源餐厅



BUFFET - BEHAVIORAL MODIFICATION IN DINING ON-THE-GO

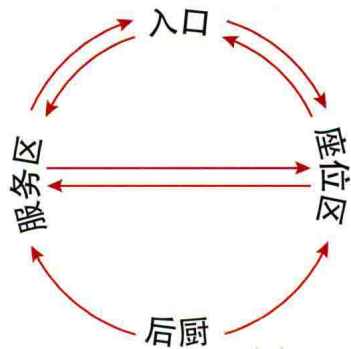
With the change of life form, the connotation
and extension of restaurants' design
has been very different.
This article analyzes in-depth of the buffet space
design from three questions.

text Zang Xiaobing, Meng Lei, Sun Liming

自助餐——游走式就餐空间的行为诱导

文 臧笑冰 孟磊 孙黎明

随着生活形态的改变，餐饮设计的内涵和外延已迥然不同。本文从三个问题出发，深入剖析自助餐空间设计。



点餐式餐饮空间构成

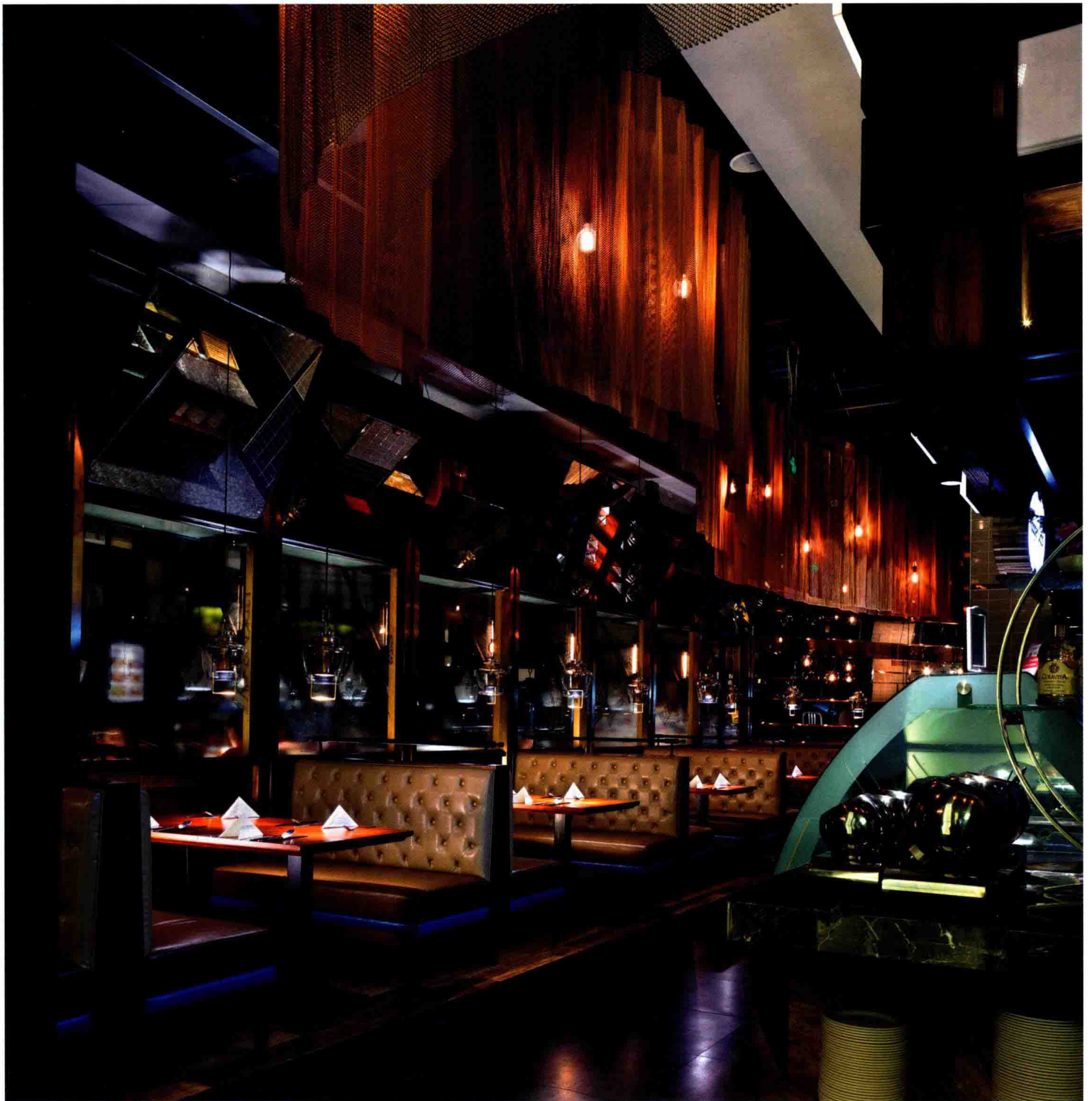
餐饮在国内的发展一直迅猛，各类特色的餐饮品牌日新月异，就餐模式花样繁多。针对不同的消费群体，商业餐饮空间设计师都在积极探索与餐饮业态、市场定位、消费定位相适应的设计方式与就餐服务模式，以求在激烈的市场竞争中脱颖而出，自助餐以独特的就餐方式占有一席之地。

不同于点餐式的餐厅，自助餐需要顾客自助取餐而后行走至座位就餐，空间设计需要兼顾消费者的活动行为。诞生于江南地区的多伦多海鲜自助连锁餐厅作为这一特色就餐模式的佼佼者，是上瑞元筑设计团队和多伦多管理层对于餐饮消费业态与顾客行为模式准确把握的结果。目前多伦多海鲜自助餐厅依托中档或中高档商业综合体，以海鲜为特色，菜品种类丰富、中西结合，餐厅价位亲民，具有稳定的消费群体。市场针对有一定消费能力的中青年消费者，营造追求时尚、享受

生活、充满活力与探索精神的品牌形象。

目前，多伦多海鲜自助餐厅的规模已经达到 60 家，年销售额突破 10 亿元。作为全国最大的自助餐餐饮集团，多伦多拥有强大的独立物流系统。在江南地区完全占领自助餐市场，每个城市铺点常规为 3 家，个别城市达到 6 家。上瑞元筑设计团队作为集团重要的支撑团队之一，在短短 5 年的时间助推这一品牌迅速占领市场，主要依靠的是对自助就餐模式的认知，相对明确的商业就餐空间设计理念与设计模式，同时不断地对餐厅的空间设计改善迭代。

那么，作为优秀的自助餐品牌应该具备哪些条件呢？本文借助上瑞元筑与江南大学合作对自助餐现状调研课题的部分内容，从三个问题出发，深入剖析自助餐空间设计。



无锡多伦多海鲜自助餐厅

问题一：什么是自助式餐饮空间

自助餐，英文 buffet，是指需要消费者自己走近餐台、选取食物的一种就餐方式。自助餐源于西方，20 世纪 80 年代初，伴随我国的改革开放，酒店业学习并引进西方酒店管理模式，由此在国内宾馆、酒店行业推出自助餐。由于自助就餐简便易行、新颖别致，加之其自身在运营过程中特有的优势，很快在中国餐饮的各个阶层、领域被推广普及。

那么自助式餐厅究竟与点餐式餐厅有何区别？首先，从空间构成上形象地展示了两者的差异。

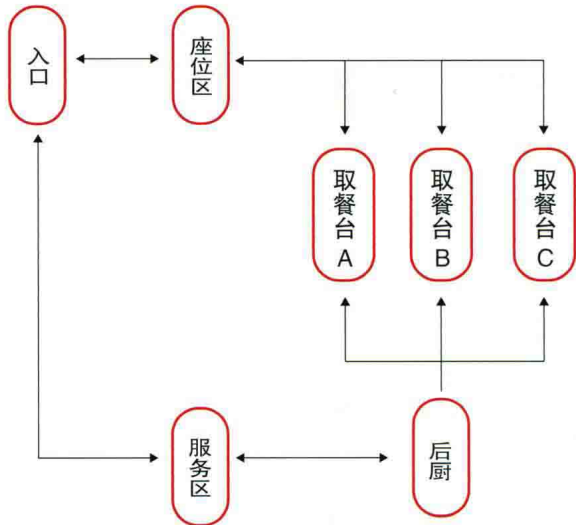
在经营方面，自助式餐饮也有其鲜明的特点：第一，需要合理布置餐台。餐台即摆放菜品供客人自行取餐的台子，除了自助餐，其他用餐方式几乎不布置餐台。第二，顾客用餐的自由度高。消费者可以根据自身的喜好和用餐时间充裕程度，自由选择符合胃口的菜品，把握用餐节奏的快慢、时间的长短。菜品选择的自由度也得到了最大程度的保证，消费者就像进入琳琅满目的超市，喜欢什么拿什么。第三，简化服务程序，节省人手。自助餐服务省去点菜、复述、上菜、报菜名等程序，简化了更换骨碟、派菜及其结账程序，使服务在消费者自身的参与配合下，变得简化了许多。第四，餐前、餐后工作重要性强。餐前，食品、酒水及餐具的充足准备为自助餐的顺利有序进行提供物质保证。餐后，剩余食品及时妥善保存；保温锅、装饰品、餐具、用具等及时清洁分类有效管理，又为下次自助餐的顺利进行创造了条件。

在这些表象的背后，对于“什么是自助式餐饮空间”，设计团队也在不断思考与探索。历经多年的设计研发，设计师对于自助餐空间形式的演变已臻至成熟，自助餐的设计在此阶段遇到一个瓶颈期。为了设计突破，也为把持自助餐市场的龙头位置，设计师充分反思后意识到，现有商业设计缺乏对餐饮业态和消费市场的深入理解，存在许多非理性行为——设计上追求形式至上，经营上追求盲目扩张。因此重新回归原点，深层次认

知自助餐，成为推动设计优化和业态优化的基础。于是通过校企合作的模式，上瑞元筑孙黎明设计团队联合江南大学针对自助餐厅分阶段展开了实地调研。在前几阶段的调研中，筛选 10 家多伦多海鲜自助餐分店作为研究样本发放问卷，并在后续进行实地调研观察分析消费者行为，逐步探寻商业自助餐的设计内涵。这些分店分布在无锡、苏州、常州、上海和扬州五个城市，调研团队依据各店铺所依托的商业综合体和周边环境进行了大致分类（表 1）。这些数据初步反映了一些餐厅的经营信息，如规模、市场定位、服务定位等。对于设计团队不断深入的调研与观察，不仅有助于明确什么是自助餐空间设计，以及设计什么样的问卷问题，同时也可以对餐厅的消费者群体进行初步预判，为后续消费者数据分析提供参考依据。

问题二：谁是自助餐的消费者

换句话说，自助餐厅的消费人群有哪些？他们具有哪些消费行为与习惯？关于上述问题的答案，可以通过问卷调研得到一定的反馈。问卷调研的目的是对就餐消费者进行基本的识别，经多方协商最终形成两种问卷结构：问卷一（顾客调查问卷）和问卷二（室内设计问卷）。问卷发放日期为 2015 年 7—8 月中午和下午开餐时间，问卷形式包括网络问卷和纸质问卷两种，顾客可任意填写其中一种。纸质问卷由多伦多海鲜自助餐厅的员工代为发放，填写前先告知顾客研究目的，并询问填写意愿。网络问卷则制作二维码链接卡片放置在餐桌号码牌内，由餐厅服务员询问填写意愿并由消费者自助填写。



自助式餐饮空间构成