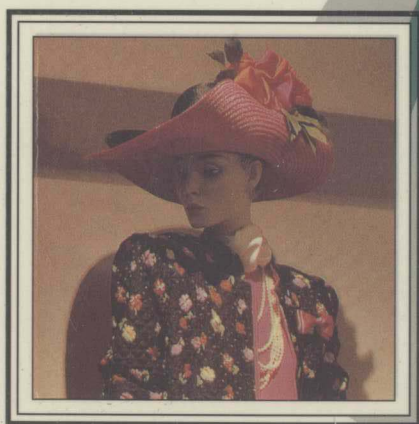


重慶出版社

世界工艺设计新图典 (第八册)

商业空间设计与展示艺术手册

顶尖精品店、餐馆、酒吧



德国比利时
丹麦

SHI JIE GONG YI SHE JI
XIN TU DIAN
SHANG YE KONG JIAN SHE JI YU ZHAN SHI
YI SHU SHOU CE



总 策 划：李书敏

执行策划：欧治渝

印制总监：欧治渝、王发端

责任编辑：马 平、戴前锋、欧治渝

封面设计：未 山、戴前锋、马 平

装帧设计：MGS工作室 帅 鹏

主 编：魏积军

副 主 编：曹 蕾、王 红、刘 昀、王应仁

编 委：任大树、张 平、章 澍、王德富、孙长龄、魏运珍、孙仲华、
肖勇明、王 霓、王 平、王勇明、楚 然、刘 丽、赵文勇、吴 宏、杨怀远、
孟光贵、杨和平、张 洪、陈 玲、李勇林、王应仁、戴 宁、马晓端、邹 柯

电脑制作：唐 岚、肖 琴

图书在版编目(CIP)数据

德国、比利时、丹麦、加拿大、新加坡、意大利顶尖精品店、餐馆、酒吧 / 魏积军等编译. —重庆: 重庆出版社, 2001
(世界工艺设计新图典. 8. 商业空间设计与展示艺术手册 / 魏积军主编) ISBN 7-5366-5505-3
I. ①德... II. 魏... III. ①商店—室内装饰—陈列设计—世界—图集 ②餐厅—室内装饰—陈列设计
—世界—图集 IV. J535.1-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 077261 号

世界工艺设计新图典(第8册)

(商业空间设计与展示艺术手册)

· 德国、比利时、加拿大、
丹麦、新加坡、意大利 ·

顶尖精品店、餐馆、酒吧

重庆出版社出版·发行

邮编 400016 电话 (023) 68814956 68809454

邮购 重庆市渝中区长江二路 205 号重庆出版社发行部

新华书店经销

深圳华新彩印制版有限公司印制

开本: 889 × 1194 1/24 印张: 4.5

2002 年 1 月第一版第一次印刷

印数: 1—3000

ISBN7-5366-5505-3/J·902

定价: 38 元

世界艺术设计新图典 (第3册)

(商业空间设计与展示艺术手册)

德国、比利时、加拿大、 丹麦、新加坡、意大利、

顶尖精品店·餐馆·酒吧

橱窗、门面、室内设计



SHI JIE GONG YI SHE JI XIN

TU DIAN

SHANG YE KONG JIAN SHE JI YU ZHAN SHI

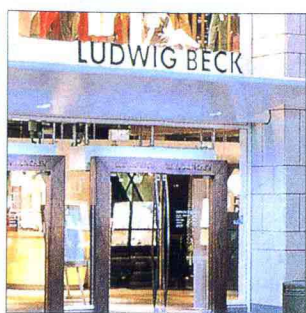
YI SHU SHOU CE

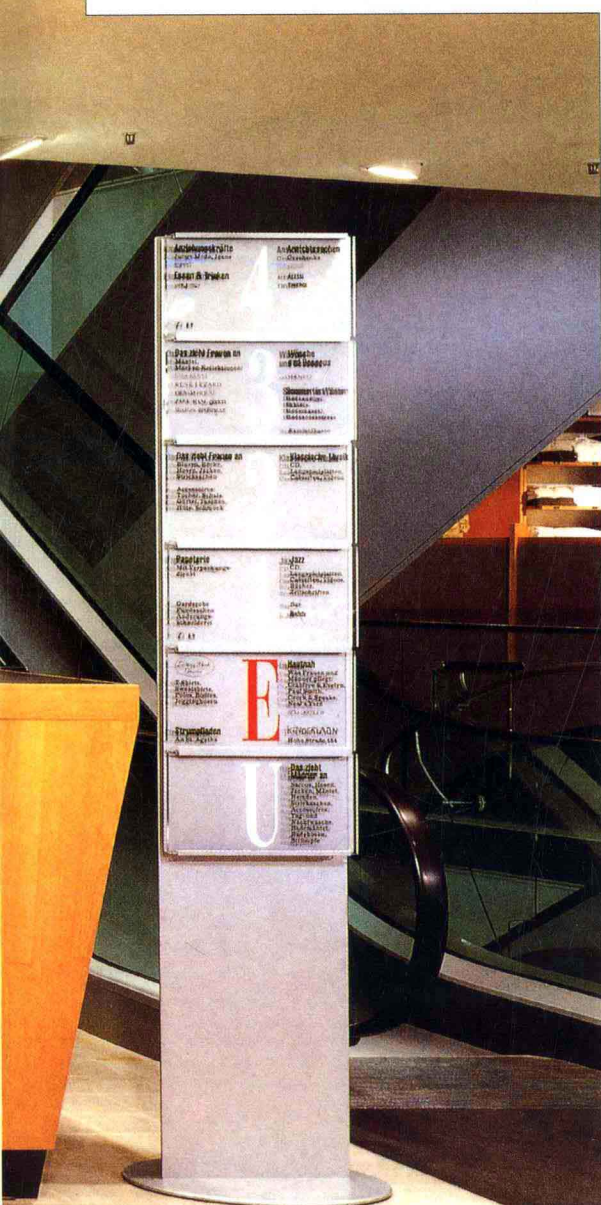
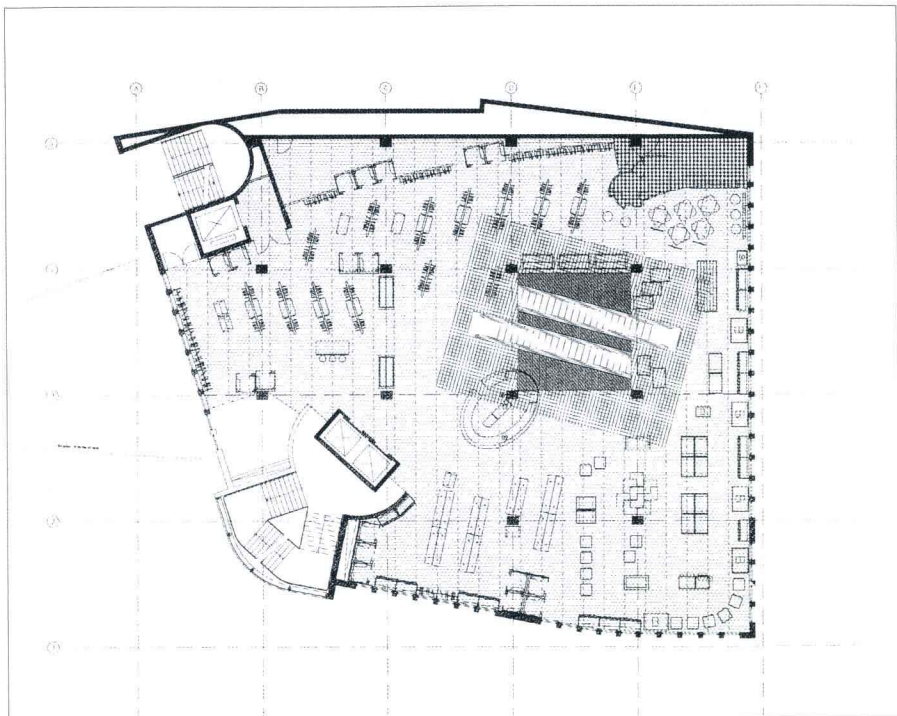
▲ 重庆出版社

德国·科隆·服装店“LUDWIG BECK”

设计者：

Mathias Thörner Design





在全世界进入新千年之际，市场对当今商品零售商及设计师提出了一些新的观点和要求。现在乃至今后十几年，商品零售业的发展依赖于以下几点：①高品味的商店设计；②戏剧性的店内布置；③产品服务；④信息服务(如利用因特网)；⑤品牌管理。

高品味的商店设计将会吸引大量欣赏美与风格的顾客。感性的、服务周到的、商品专卖的商店，无论何时都具有很强的市场竞争力。就像这些位于纽约、巴黎、伦敦、米兰、罗马等国际大都市繁华大街上的顶尖名店，它们大多具有二百年以上的悠久历史。这些设计高雅的百年老店为当今商品零售业的发展指明了方向。





为了适应新的口味，许多商店采用了戏剧舞台艺术手段来推销他们的商品。特定的剧情、夸张的色彩、灯光、音响、建筑构造及摆设，都被用来表达新的设计与经营理念。其中的佼佼者有经营耐克(NIKE)、华纳·布洛斯(Warner Bros)、F·A·D·施瓦茨(F·A·D·Schwarz)等产品的专卖店。

无论今天还是明天，周到细致的服务始终是成功的关键之一。人际交往是任何时候都不可替代的，从电话联系到深入社区调查服务，不断改善自我形象，是零售店必须做到的事情。

信息服务，包括通信、电脑化的商品配置、收银机、仓储自动化和及时的货物供给。因特网的应用为商品零售业的发展打开了新的局面，它增添了新的销售方式，拓宽了国际经营的范围，使顾客在全球范围内购物成为事实。在不久的将来，我们可以通过(888)JAPAN FISH或登录Sturgeon Home Page (鲟鱼网页)从日本商人手中订购鲟鱼罐头。

新加坡·服饰、鞋、家居饰品店“TANGS STUPIO”

设计者：

FRCH Design Worldwide



个人电脑和SKU密码的运用使零售商们能够有效地进行品牌管理。迪斯尼(Disney)、华纳·布洛斯(Warner Bros)、耐克(NIKE)等企业最先学会利用品牌来促销产品。









零售不仅仅是一种商品交易方式，而且是购销双方一种直接而美妙的体验。当今的商业空间设计师有义务创造性地改善我们的购物环境。此手册在这方面给读者提供了大量直观的装修设计与商品展示的范例。“城市配给者”(店名：Outfitters)带给人一种变化发展的氛围；“弗拉”(店名：Fila)将新潮与动感合二为一；而“乔治欧·比利牛山”(Giorgio Beverly Hills)则充满了加利福尼亚和托斯卡纳风情。这些商店在展示世界顶尖设计师的艺术灵感的同时，培养或唤醒了顾客的个人品味，激起了他们的购买欲望。

比利时·哈瑟尔特·珠宝店“RAF VERJANS”

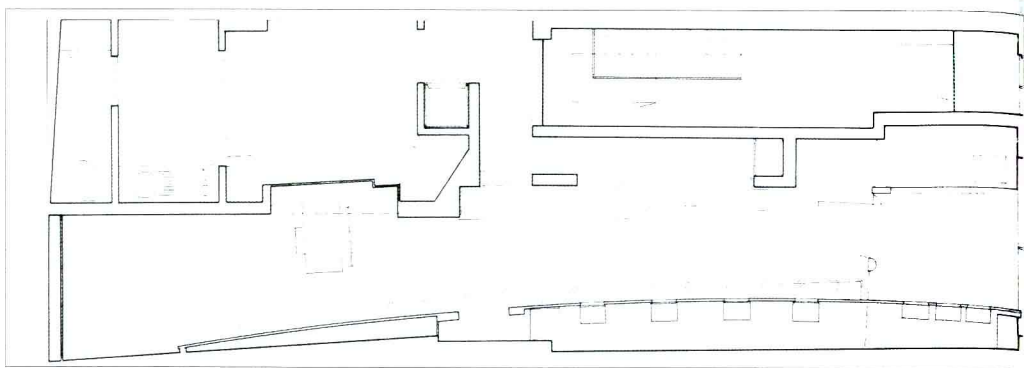
设计者：

ALFREDO DE GREGORIO





发人深思与前卫是这些商店装修设计和商品展示艺术的特色。创新的展示装置、地面设计、商标广告和职业化的洞察力为读者提供了解决问题的诸多细节与方法。





视觉推销术不仅是一门艺术,而且是一门科学。它将主观创造性与客观推销标准融为一体。

设计师与商人赋予商店的视觉个性。他们从商品和顾客的要求出发,大胆地运用想像力,共同创造了商品展示的舞台,促使商品尽快地从展品转变为顾客的购买品。



德国·法兰克福·餐馆“Euronet”

设计者：

Alfredo Arribas

Arquitectos Asociados



