

Interior 公共空间室内 Design 设计速查

高钰 主编

室内设计专业教学丛书

 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



室内设计专业教学丛书

Interior 公共空间室内 设计速查 Design

主 编 高 钰

参 编 郝倩茹 薛 凯 王 敏 孟胜兵

赵 斌 邱嘉麟 奚春妹



机械工业出版社



本书以模块式教学为体系、以速查为目的,讲述了公共空间室内设计的内容、设计要点与设计元素。本书是《室内设计专业教学丛书》的重要组成部分,与《居住空间室内设计速查手册》共同构成了室内设计的基础理论部分。室内设计的基础理论部分重点阐述了各不同空间室内设计的功能需求与设计要点,并配有便于查询的建材、家具与设备图表。室内设计的制图规范与方法均已在《居住空间室内设计速查手册》一书中讲述,本书不再赘述。全书共分两篇:

第一篇设计速查:主要讲解了购物空间、餐饮空间、办公空间和酒店空间几种主要公共空间的概念和功能设计要求、照明设计、设计规范等。

第二篇实战速查:针对公共空间的设计大作业,提供了详细的任务书、基地图、实施方案与具体细则。该篇不仅讲述了设计大作业的目的与要求,还详细列举了各个设计阶段的目标与成果要求。

此外,实战速查篇还总结了在公共空间室内设计中常用的消防知识和防火规范,并且用图表的方式汇总了公共空间室内设计中常用家具、设备的尺寸、用途及特点。

本书图片新颖、资料丰富、简明实用,可作为应用型本科院校和高职高专类院校室内设计、环境艺术设计和建筑装饰设计专业的教材,也适用于成人教育或培训班的学员,以及室内设计专业人士。

图书在版编目(CIP)数据

公共空间室内设计速查/高钰主编. —北京:机械工业出版社, 2011. 2

(室内设计专业教学丛书)

ISBN 978-7-111-32972-5

I. ①公… II. ①高… III. ①公共建筑—室内设计 IV. ①TU242

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第000365号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:朱元刚 责任编辑:王亚明 版式设计:霍永明

责任校对:刘志文 封面设计:马精明 责任印制:乔宇

北京汇林印务有限公司印刷

2011年3月第1版第1次印刷

210mm×230mm·8.6印张·252千字

0001—3000册

标准书号:ISBN 978-7-111-32972-5

定价:43.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

销售二部:(010) 88379649

教材网:<http://www.cmpedu.com>

读者服务部:(010) 68993821

封面防伪标均为盗版



前言

这不仅仅是一本可供阅读的书，还是可以“使用”的工具。因此，它更像是一个实用的产品，诸如椅子或茶杯。

《公共空间室内设计速查》是一本讲授公共空间室内设计元素和技巧的教材。它不仅为学生和室内设计师提供基本的设计指导，还为他们提供具体操作的指导和相关资料的查询。这些内容不仅对于学生，而且对于初出茅庐的年轻设计师都具有很高的参考价值。本书具有如下几个特点：

1. 简单易学，定位初级：本书定位明确，是针对初学者的设计入门教材。因此，本书将室内设计诸多内容进行了精简，选出了初学者必须掌握的部分。

2. 清楚明白，以图为主：本书内容完全针对设计课的方案设计与制图需要，例如会用图示的方法列出餐饮空间应有哪些功能，各有什么要求，家具如何绘制等。

3. 内容全面，查询图典：本书主要分两方面进行讲解。一是设计，包含了公共空间室内设计的各项要求与具体指标。二是实战，分析了设计大作业的实施方案与实施细则。在此基础上，本书还总结了在公共空间室内设计中常用的消防知识和防火规范，并且用图表的方式汇总了公共空间室内设计中常用家具、设备的尺寸、用途及特点。

4. 程式教育，效果速成：本书编写的目的不是培养学生的创意和艺术修养，而是为其提供程式化的公共空间室内设计方法。

本书编写成员的分工如下。

郝倩茹：大理学院副教授，负责编写“餐饮空间室内设计”。

薛凯：上海城市管理学院讲师，负责编写“购物空间室内设计”的部分内容。

王敏：上海城市管理学院讲师，负责编写“购物空间室内设计”的部分内容。

孟胜兵：上海师范大学天华学院讲师，负责编写“酒店空间室内设计”的部分内容。

高钰：上海城市管理学院副教授，为本书主编，负责剩余部分的编写。

赵斌：负责稿件的审核整理。

邱嘉麟、奚春妹：负责编写辅助工作。

本书中的室内设计效果图由李双喜先生友情提供，学生范图与部分图样由上海城市管理学院学生绘制。

编者



如何使用本书

一、作为教材按章节学习

对于初学者来说，你将从每一篇的第一章开始学起，从中了解设计的基本功能要求、规范要求的必要知识。然后，你可以按照不同功能设计大作业的具体安排进行方案设计练习。这些大作业练习分为多个循序渐进的小作业，是将设计理论与制图技巧相结合的必要训练。

二、作为教学参考书，在学生设计、制图时查询

专业人员及水平较高的读者可以很快地略过已经熟悉的部分，如基本设计理论部分。这类读者可以根据个人需要在不同章节的内容中查询所需要的资料。例如，查询某些家具、设备的特性，不同室内功能空间的防火规范等。

三、作为教师设计课大作业的任务书，工作程序安排也可参考本书

许多学校的课程设置是将设计理论和室内设计规范单独安排课程讲授，设计课仅仅是实战的练习课程。这样的读者可以将本书作为设计课大作业的任务书，书中的操作细则及时间节点安排都可以作为教师布置作业的参考。另外，书中的学生范例也会起到抛砖引玉的作用，让使用本书的学生站在较高的起点上开始做设计，以创造出更加出色的作品。

四、使用本书大作业操作系统的教师可以参考以下教学程序

1. 确定主题：教师与学生模拟实际项目，互相转换角色，以业主、伙伴、咨询者的身份共同讨论确定设计的风格、流派、普遍功能和特殊功能的要求，制订设计任务书。
2. 划分小组：小组人数以3~6人为宜，推选出组长。组与组之间大体上要平衡，控制小组成员的变量有很多，如学习者的学习成绩、知识结构、认知能力、认知方式等。
3. 调查研究和展示式的调研结果汇报：市场的调查研究主要包括人文环境、业主背景、风格流派、建筑材料、家具及软装饰品市场行情等。
4. 参观、观摩：由施工工艺教师带领参观居住空间样板房、施工现场，并在讲解过程中与学生讨论，解决学生提出的问题。
5. 设计、讨论、推敲：由设计课教师指导，总结以上的调研和参观，学生开始建立自己的设计思路、绘制草图——从空间设计到家具、装饰的设计，并在此过程中不断地讨论、修正，以达到尽可能理想的方案。
6. 制图。
7. 评价结果：学生完成任务之后，教师要展示其作品，进行讨论、总结、评比，使教材内容得到进一步的强化。

前言
如何使用本书

第一篇 设计速查

第一章 购物空间室内设计	3
第一节 营业厅	4
一、营业厅的概念及功能	4
二、营业厅的设计要求	5
第二节 专卖店及道具	10
一、专卖店的概念及特点	10
二、道具的设计	10
第三节 其他附属空间	16
一、其他附属空间的概念	16
二、其他附属空间的功能要求	16
第四节 购物空间常用照明设计	17
一、一般照明	18
二、重点照明	19
三、装饰与艺术照明	21
第五节 购物空间常用设计规范	22
一、功能分区	22
二、平面组织与尺寸	22
三、立面设计与尺寸	24
四、照明规范	24
第二章 餐饮空间室内设计	27
第一节 餐饮空间的概念及分类	27
一、餐饮空间的概念	27
二、餐饮空间的种类	28
三、餐饮空间的级别及设施	33
四、餐饮空间的组成	34



目 录



第二节 餐厅空间	35
一、餐厅空间的概念	35
二、餐厅空间的功能要求	35
第三节 后勤及厨房空间	43
一、后勤及厨房空间的概念	43
二、后勤及厨房空间的功能要求	43
第四节 餐饮空间常用照明设计	48
一、自然光环境	48
二、人工光环境	49
第五节 餐饮空间常用设计规范	50
一、一般规定	50
二、餐厅设计规范	51
三、厨房设计规范	52
四、附属空间设计规范	54
第三章 办公空间室内设计	55
第一节 公共空间	56
一、公共空间的概念	56
二、公共空间的功能要求	57
第二节 工作空间	61
一、工作空间的概念	61
二、工作空间的功能要求	61
第三节 附属空间	66
一、附属空间的概念	66
二、附属空间的功能要求	66
第四节 办公空间常用照明设计	68
一、门厅的照明	68
二、接待室的照明	69
三、独立办公室的照明	69
四、工作空间的照明	70

五、会议室的照明	71
六、营业厅的照明	71
第五节 办公空间常用设计规范	72
一、强制性的尺寸要求	72
二、工作空间设计规范	73
三、附属空间设计规范	73
四、卫生间设计规范	73
第四章 酒店空间室内设计	74
第一节 酒店的概念与分类	74
一、酒店的概念	74
二、酒店的类型	75
三、酒店的等级	76
第二节 公共服务空间	76
一、公共服务空间的概念	76
二、公共服务空间的功能要求	76
第三节 客房空间	86
一、客房的概念	86
二、客房的功能要求	86
第四节 康乐空间	93
一、康乐空间的概念	93
二、康乐空间的功能要求	93
第五节 公共附属空间	97
一、公共附属空间的概念	97
二、公共附属空间的功能要求	97
第六节 酒店空间常用照明设计	97
一、大堂的照明	98
二、餐厅及宴会厅的照明	99
三、交通空间的照明	100
四、客房照明	100





五、卫生间照明	101
六、辅助用房照明	101
第七节 酒店空间常用设计规范	101
一、公共服务空间的设计规范	101
二、客房的设计规范	102
三、康乐空间设计规范	102
四、公共附属空间设计规范	103

第二篇 实战速查

第五章 设计大作业任务书及实施细则	107
第一节 购物空间室内设计任务书	107
一、作业内容	107
二、主要功能要求	108
三、基地图	108
第二节 餐饮空间室内设计任务书	109
一、作业内容	109
二、餐馆主题选择	109
三、服务人群	109
四、主要功能要求	109
五、基地图	110
第三节 办公空间室内设计任务书	111
一、作业内容	111
二、办公室主题选择	111
三、主要功能要求	111
四、基地图	112
第四节 酒店空间室内设计任务书	112
一、作业内容	112
二、主要功能要求	113
三、基地图	114

第五节 大作业实施细则	115
一、作业的要求与目的	115
二、所需工具及材料	115
三、图样数量及要求	115
四、作业程序及阶段安排	116
五、客户意向及设计分析	116
六、功能分区与流线组织	119
七、设计初步方案	120
八、细化方案	121
九、细部设计及建筑材料设备的选择	122
十、学生作业范图及教师评语	122
第六章 常用消防知识与防火规范	127
第一节 不同功能空间的常用防火规范	127
一、娱乐空间	127
二、商业空间	128
三、办公空间	129
四、酒店空间	130
五、其他常用防火规范	130
第二节 防火与防烟分区的设计	131
一、防火分区的设计	131
二、防烟分区的设计	134
第三节 安全疏散	136
一、安全疏散的基本概念	136
二、安全疏散设施的设置	136
第四节 灭火设施的设计	137
一、消防栓	137
二、自动喷水灭火系统	138
第七章 公共空间常用家具与设备	140
第一节 常用家具	140
第二节 常用设备	149





附录	158
附录 A 室内设计大作业评分标准	158
附录 B 常用建筑内部装修材料燃烧性能等级 划分举例	159
附录 C 上海市消防的审批规则	160
参考文献	162

Interior
Design
Manual

第一篇

设计速查





第一章 购物空间室内设计

购物空间是展示和销售各类商品的商业场所。展示和销售的商品主要有服装、纺织品、家居用品、食品、电器和娱乐用品等。（见下图）根据销售内容、数量与模式的不同，购物空间可分为以下几类。

- (1) 百货商店 百货商店指销售多种类、多花色民用商品（以工业制品为主）的商店或商场。
- (2) 专业商店 专业商店指专售某一类商品的商店。
- (3) 菜市场类 菜市场类指销售蔬菜、肉类、禽蛋、水产和副食品的商场、商店。
- (4) 自选商场 自选商场指向顾客开放、可直接挑选商品、按标价付款的营业场所。
- (5) 联营商场 联营商场指集中各店铺、摊位在一起的营业场所，也可与百货商场共处于同一座建筑中，或附有饮食、修理等服务业铺位。
- (6) 步行商业街 步行商业街指供人们进行购物、饮食、娱乐、美容、憩息等活动而设置的步行街道。



购物空间的室内设计要考虑货物分类、商品数量、区域划分、物流、人流等诸多因素，要体现以人为本的设计宗旨。设计要做到购物空间功能明确、可识别性强，在保证风格统一的前提下使不同功能的区域各具特色，还要制作符合用途及人体工程学的货架、家具。

第一节 营业厅

一、营业厅的概念及功能

营业厅是企业对外进行商品展示、宣传，为顾客提供浏览、选购等相关服务，并完成买卖交易的公共场所。按经营种类，营业厅分为综合类营业厅和专属型营业厅。无论哪种营业厅，都要具有以下三种基本功能。

1. 展示功能

展示功能是营业厅的首要功能，即将所经营的商品通过对外展示（如橱窗形式）和对内展示（如货柜形式），向顾客全方位介绍其优点及特色。展示功能可以引导人们从关注、认知商品到了解、熟悉商品，并最终促成购买行为。（见下图）



设计师之于环境如同作家之于文章的措辞。作家的言语会诱导人的感情，设计师的“言语”则会吸引更多的顾客。因为顾客是从环境“措辞”的联想中做出对商场评价的。



人们是以他们的感受来对环境做出反应的。当然，人们对环境的评估受意向与观念的影响，取决于人们的好恶。在不同的购物环境中挑选物品时，人们的心理、举止会有所不同。

2. 选购功能

选购功能是营业厅的基本功能，即提供一个适宜顾客挑选、比较商品的环境。如试衣间、客户体验区等就能起到这种功能。它们能增进购买者对商品的认识，进而使他们做出判断和决策。（见右图）

3. 交易功能

交易功能是营业厅的必备功能，即营业厅作为交易场所使买卖双方能够进行现金或其他支付方式的交易，满足提货、包装及搬运等条件，确保一定私密要求的功能。（见下图）



这就需要设计师在充分了解绝大多数顾客的消费观念，以及业主的委托授意的基础上，发挥自身的艺术才能和丰富的想象力，努力拔高这些观念和授意。

购物环境是激烈商业竞争中的重要指标。因为购物环境在购物中是有其积极意义的，它会重塑人的行为。

二、营业厅的设计要求

1. 营业厅的功能分区

综合营业厅面积较大，商品品种繁多、齐全，故设计要求有明确的指向性，以使顾客能在最短的时间里、通过最短的距离找到所需商品。营业厅的室内设计既要保持风格统一，又要使每一种主题的商品区域具有强烈的可识别性。这就需要为每一种主题的商品建立一种环境，用增强其视觉特征的方法来突出它的主题。这里需要引入一个“馆中馆”的概念。所谓“馆中馆”，就是指在大的空间内设计出单独的小区，即在一个建成的空壳里设计各个主题，用这些主题将各个部分空间协调地结合起来。这些单独的小区往往有独特设计的吊顶、吊屏、货架及促销台等。总的来说，营业厅的功能分区可以从以下三个方面来考虑。

1) 入口设置——宜面向人流干道一侧，以获取最大客源及关注度；对于较大量人流出入的场所，入口可适当内嵌，设置门廊予以缓冲，形成心理及视觉上的过渡；夏冬两季可设两道以上门户以减少因频繁开启门户造成室内外热量的对流损失；入口不应置于交通要道交汇口，如楼电梯或狭窄过道口，以避免多股人流相向行进或停驻造成拥堵。（见下页上图）



购物空间室内设计既要解决技术与功能的问题，又要在设计中赋予物质、技术、功能三者之间以某种哲理，使之形成具有一定和谐气氛的完整空间环境。



2) 平面分区——应根据商品特点, 结合柱网进行分区陈列, 通过各种空间分隔手法, 如围合、设立、凹凸、悬覆、架空, 以及色彩等对比形式按主次突出重点特色; 将易激发购买欲的商品置于入口, 目的性较明确的商品置于相对内部。

一般的生活品营业厅主要分服务功能区、仓库、食品区与非食品区。以多层建筑的营业厅为例, 其分区可设在不同楼层, 每层营业厅都应设有服务功能区及仓库。为了满足卫生等要求, 食品区应生熟分开、自行加工与生产加工分开、固体液体分开、高级食品与普通食品分开。食品区一般多分为熟食区、面包区、面食区、海鲜区、水产农产干货区、水果蔬菜区、冷藏食品区、调味品区、糖果区、烟酒区等。非食品区可根据使用性质和使用对象的不同加以区分, 一般可分为服饰区、家具区、百货区、玩具区、婴儿用品区、美容化妆品区、家庭用品区、体育用品区、工具区、家电区、音像制品区、图书区等。区域的组合要尽量使顾客在选购物品时不重复行走, 尽量尊重各地区居民的生活习惯与购物习惯。例如, 在国外居民聚居区可以设置原装进口食品区, 或在特定时间设置节日专区专柜, 如春节、情人节、圣诞节、万圣节礼品区。(见下图)



虽然每一重点处理的区域都有其特色, 但这个区域的主题需要服从营业厅整体的主题。只有这样, 才能保证整体风格。

作为商品的背景, 购物环境不能过于花哨, 因为图形过于繁杂会使人的思想变得无法集中, 从而降低人们对商品的可识别性, 也就起不到吸引顾客的作用了。