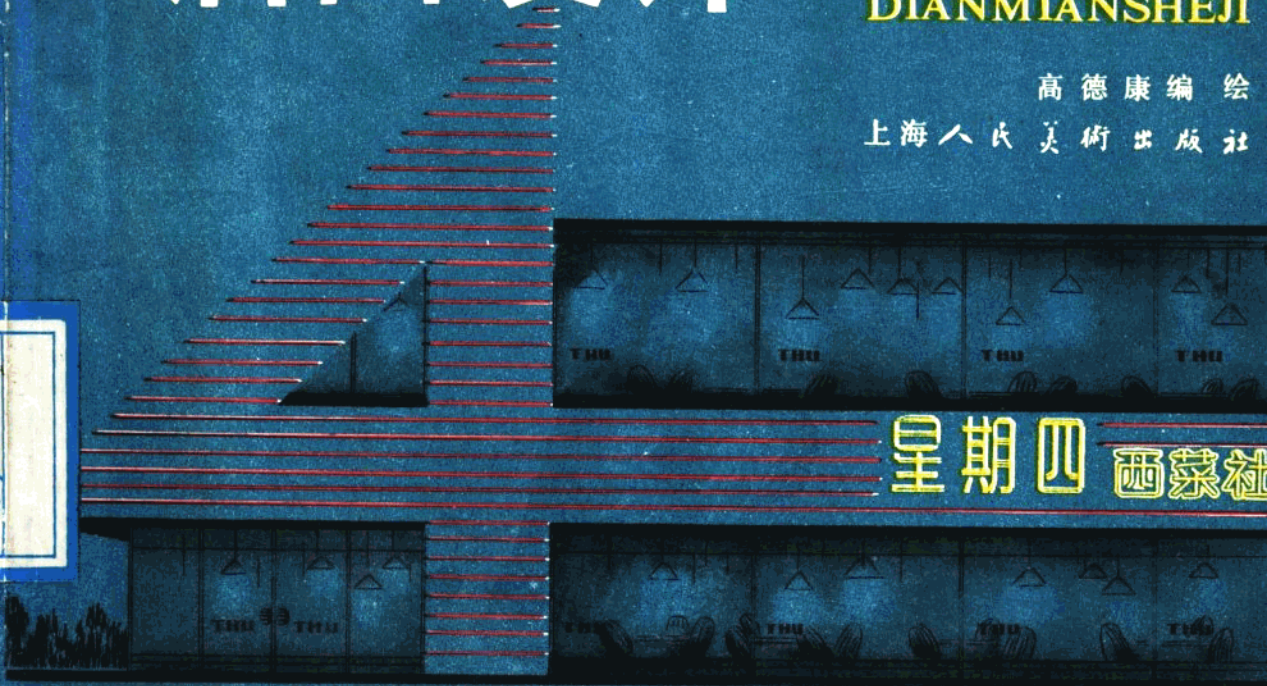


店面设计

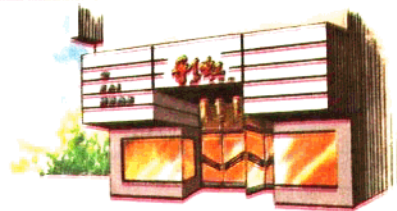
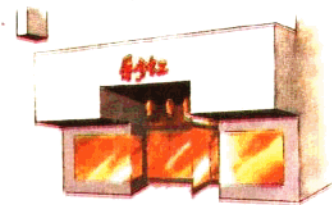
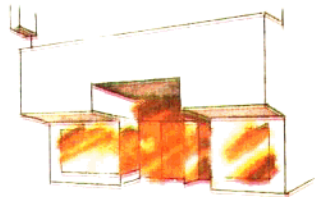
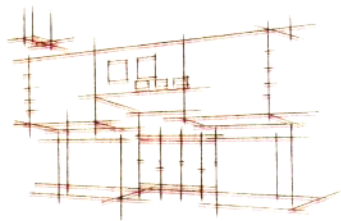
DIANMIANSHEJI

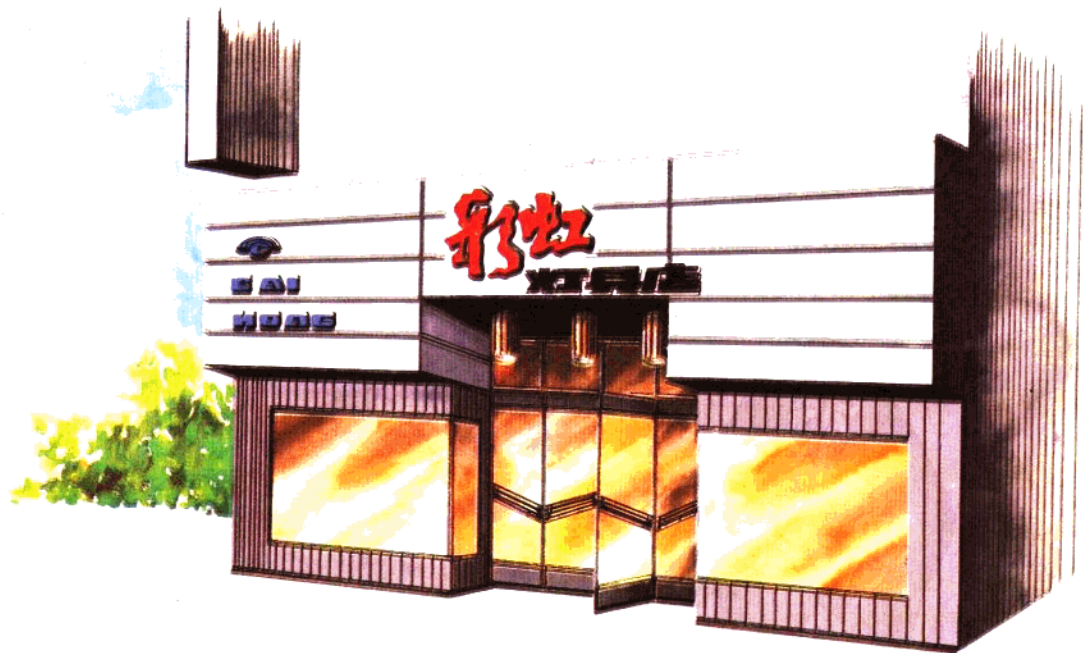
高德康 编 绘

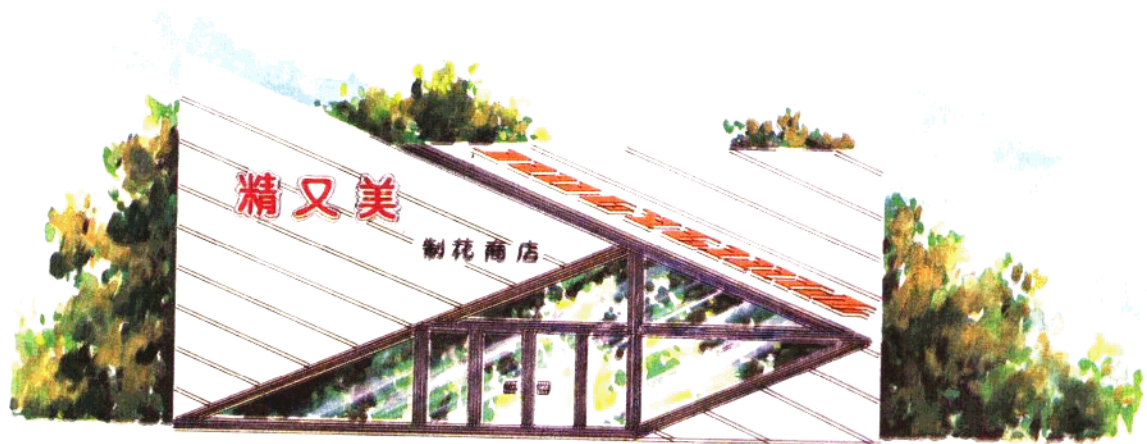
上海人民美術出版社

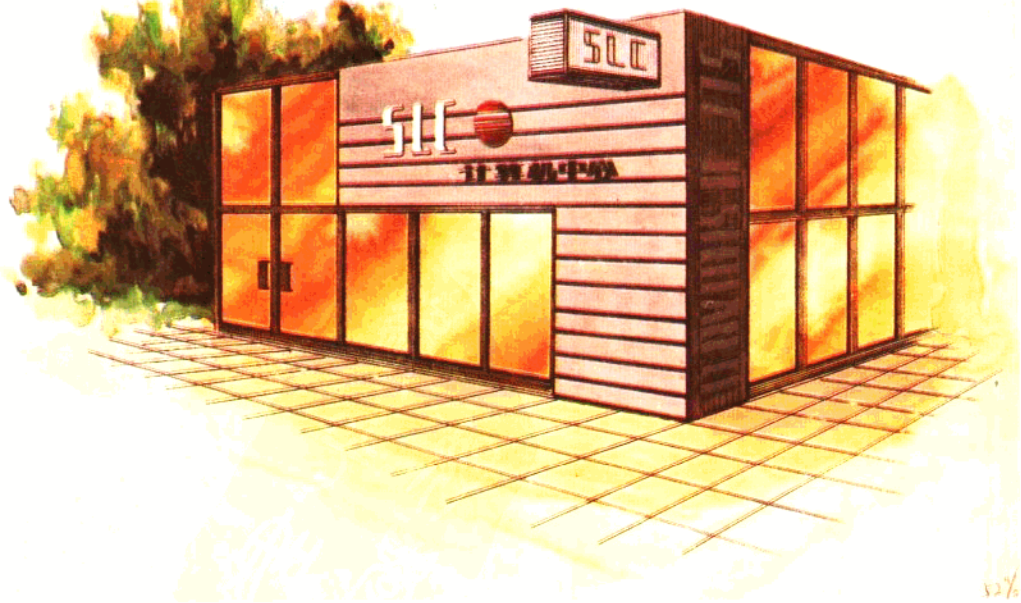


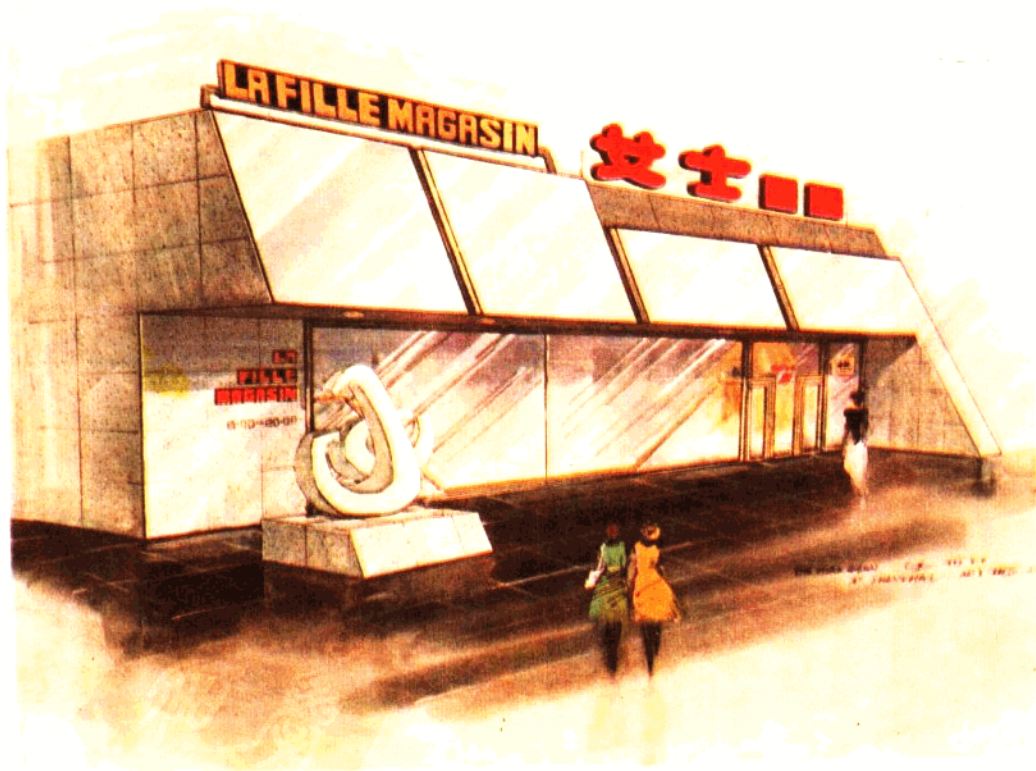
色彩透视效果图·画法步骤













科技书店

WET/WHWHL

71267123



目 录

商业店面设计及施工(文)	(1)
速写画法(图例)	(7-11)
炭笔画法(图例)	(12-16)
水墨画法(图例)	(17-21)
黑白透视效果图(画法步骤)	(22-23)
色彩透视效果图(画法步骤)	(附书后)
店面设计资料画	(24-142)

商业店面设计及施工

专业设计人员或业余设计者在接受店面设计之前，应首先全面了解所承接的店面是销售何种商品、种类、规模、特点、周围环境、本地区消费者对此类商品的需要量，并预测未来销售效果。再应亲临现场考察整个建筑物的形式与风格。

店面设计之前，有二个情况必须掌握：

1. 销售商品的内容和特点尽力与店面外部形式能结合。
2. 店面造型要与整个建筑物和谐、统一。如果是旧店翻新，所设计的店面形式，尽可能与整个建筑风格的差距不要过远。

在构思时设法研究有关这方面的资料，深入了解店面装饰过去的历史和当今国内外店面发展的动向和趋势，从中得到有益的启示，积极为自己设计思想打开思路，设计出形式新颖、实用、结构合理的店面。要避免无论是销售什么商品其店面与其它店面在形式上的雷同，在材料选择上的千遍一律，风格上的守旧，就谈不上什么店面设计艺术性了。

随着我国冶金、科技、化工、建筑材料的日新月异，在店面设计与施工所应用的材料更为广泛，历来不用或较少使用的材料，都可以考虑在店面设计和施工中使用，但要恰到好处，使用合理，如果每一部分都要使用高级和昂贵材料，相对地讲就显得俗气，能将高级材料与一般材料巧妙地结合起来运用，就能产生对比，那么，这个店面设计和施工后的效果能使人

感到耳目一新。高档材料和昂贵材料不一定能设计出高档的店面，低档或中档材料也可以设计出高水平的店面来，这已被实践所证明。

有人建议我们应多设计出一些带有我们自己民族风格的店面装饰，这种愿望是良好的，但这要看本店的销售内容而定，如某“电讯器材商店”而它的外表形式却设计得很古朴，那就格格不入了。如果所销售的商品是我国特有的名贵特产，如茶叶、中药、陶瓷、丝绸品、文房四宝等，这些都是我国历史悠久、在世界上享有很高的声誉，这类店面的构思与设计，应考虑到我们东方人特有的传统形式和浓郁的民族感情，这是恰如其分的。大洋彼岸美国唐人街中国商店的特有商品很注意民族形式，我们更没有理由忽视它，越有民族性就越有世界性。

销售商品是反映现代生活的，如家用电器、电子设备、照相器材、复印中心、美容化妆、西餐社、钟表、时代服装、百货等，在构思与设计时应全力迎合或超越时代新潮流，形式新颖，材料的多样化，工艺先进，线条简练，才能适应现代人们生活的习性。

国外店面设计与整个建筑物设计往往是在一起加以考虑的，因此他们的整个大厦建筑物与店面风格是和谐的，整体感很强，在视觉上感到十分舒适。而我們是在整个大楼竣工后才考虑店面和店铺的开设，因此就产生了建筑物本身与店面在形式上的差异，正如一幅画中有二种不同的风格，看上去很不调和。我国有些大城市马路两侧的高大建筑群，都是在十九世纪末二十世纪初叶落成的，至今至少已有八、九十年的历史，而近几年来装修店面热的兴起，从已完成的店面装修上看，建筑物与店面外部形式的矛盾问题，显得特别突出。

经过专业人员或业余设计者在设计前的繁忙准备和构思，着手画一些铅笔或钢笔速写草图，选一张自己认为较满意的，这是店面设计的初稿，第二步是精确描绘“黑白透视效果图”，它完整地展现出未来的蓝图。

“黑白透视效果图”是店面设计最良好的表现形式，立体感强，人人都能看得懂，它绘制简便，设计者只要稍有点绘画基础知识，再掌握一点平行和成角透视的基本原理，都能胜任此种表现方法。如果时间允许，又是委托者的要求，定要审阅色彩透视效果图，建议你只需要在“黑白透视效果图”里加上一些淡彩就可以了，委托者满意后再具体绘制施工图，施工图按比例缩小描绘，根据三视图，正、侧、顶，三个方向去绘制，注上详细尺寸即可。然后投入繁忙的施工阶段。具体工作可分下列几个方面：

（一）上横招牌部分

整个店面上部最长的一条长形招牌，称为“上横招牌”。这是店面主要醒目文字，销售何种商品？在此招牌中得到明确显示。

上横招牌底板所使用的材料，在我国长期以来是使用木质和水泥。木质经不起长久的风吹雨打，易裂纹，油漆易脱落，需经常维修。目前使用水泥制作上横招牌的还不少，它施工方便，经久耐用。

水泥上横招牌有以下几种：

1. 纯白水泥平面：有纯静和清洁、大方感。

2. 纯白水泥加混白瓜子(白色透明小石子)。

虽然都是白色，但在整个平面上层有微小凹凸的肌理变化，因受光的直射，给人以洁静和粗放的感觉。

3. 白水泥加混各色碎玻璃：在阳光直射或反射下，富有光泽感，气氛热烈活泼。

4. 灰色水泥表面上铺上所需要的色瓷砖：底板水泥不宜太厚，份量过重会造成不安全。

为了赶超时代新潮流，如今的店面外装饰是：材料新，工艺新。当今在上横招牌材料的选择上已不限于木质和水泥，而是采用薄片大理石、薄片金属不锈钢板、薄型涂色铝合金板等。大理石显得厚实、稳重、高贵、庄严。不锈钢、铝合金，显得明亮、轻快，富有时代感。

(二) 进出门部分

在店面设计中，顾客进出部位的安置是重要一环。将店面门安放在店之中央呢？还是左边或右边？这要根据具体情况而定：大型商场大门可以安置在中央，顾客进入商店后可以自由向左右延伸，左右两侧可以增设边门便于顾客步出商场。另是将进出部安置在左右二侧，一个是进口，一个是出口。

小型商店的进出部位安置在中央是不妥当的，因为店堂狭小，直接影响了店内实际使用面积和顾客的自由流通。小店的进出门部分，不是设在左侧就是右侧，这样比较合理。

店门所使用的材料，以往都是采用较硬质的木材料，也有在木质外部包铁皮或铅皮，制作也简便。

考察国外早在四十年代已普遍使用铝合金材料制作商店门，效果良好。近年来我国各大城市也开始使用铝合金材料制作商店门，造型设计上具有特色，可见铝合金受欢迎，它份量轻、耐用、美观、安全，富有现代感。

(三) 橱窗部分

如果说“店面好象一个人的面孔”，那么，橱窗就象一个人的眼睛，“眼睛是心灵的窗口”，商店橱窗是社会商品信息最敏感的地方，可见商店橱窗的重要性。一家商店的橱窗安置是一个还是二个？或四个、六个，这要根据商店大小、规模而定。在设计橱窗位置时有三个因素要考虑：一是不能影响店面外观造型，二是不能影响店堂实际使用面积，三要方便顾客观赏和购货。

橱窗横度中心线最好能与顾客的视平线相等，那么，整个橱窗内所陈列的商品都在顾客视野中，消费者可以自由选择自己所需要的物品。

在橱窗玻璃的配制上，近年来有一种盲目倾向，不论是销售什么商品，几乎所有商店全部使用茶色玻璃。尤其是小商品：手表、化妆品、金银首饰、小件五金配件等，由于茶色的影响，行人根本看不清橱窗内丰富多采的商品，只能在行人道上看到来往行人反光影的浮动。茶色玻璃的色泽确能给人舒适、高贵、华丽的联想，又能起防晒作用；对店面的外装饰能起到良好的效果，但我们不能不顾商品的特点，否则，商品就要失真，丧失宣传效果。如咖啡馆、西餐社、美容室、理发厅、茶室、快餐馆、酒饭馆等采用茶色玻璃是十分妥当的，因为

上述馆、厅、室，需要雅致、安静、防晒，不需要给来往行人看到里面细致的情况。

在橱窗设计中，还必须考虑防尘、防热、防寒、防盗、防晒、防震等，要采取相应的措施。

(四)文字设计和处理部分

上横招牌上的文字是商店主题文字，这里有三点要在设计和制作中引起注意。

1. 文字内容必须与本店所销售之商品相吻合。
2. 文字尽可能精简，内容立意要深，又要顺口，易记易认，使消费者一目了然。

3. 美术字和书写字要注意群众性，中文和外文美术字的变形不要太花太乱太做作，书写字不要太潦草，否则，不易辨认，又会在制作上造成麻烦。

上横招牌文字使用的材料因店而异，规模大的要求考究的店面，可使用铜质凸出空心字，具有闪闪发光，有富丽、高贵之感，效果是相当好的。使用定烧瓷质字，用在饭店、酒家、点心店、陶瓷店，颜色可以自由选择，瓷质又永不生锈，反光强度好，效果尤佳。塑料字有华丽的光泽，制作也简便，但时间一长，光泽退掉，塑料老化，受冷受热受晒又要变形，因此不能长久使用。木质字制作也方便，但长久的日晒雨淋易裂开，需要维修。

店面设计人员应对如木工、水泥工、电工、金工、油漆工等，具备一定常识，那么，对店面设计是有益的。

速写画法

