

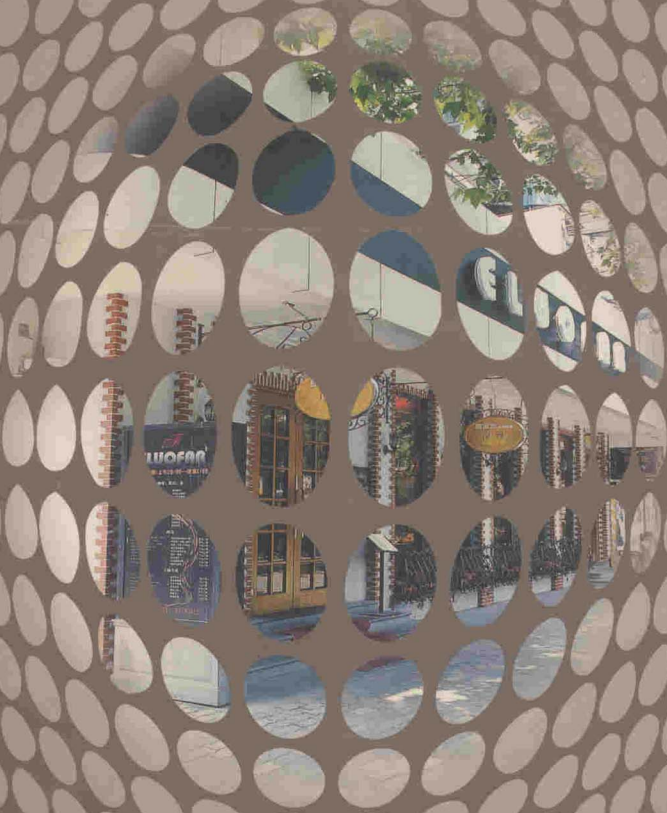
professional edition of actual scene photographing

SHOP FRONT

DESIGN

实 景 拍 摄 专 业 版

门面设计

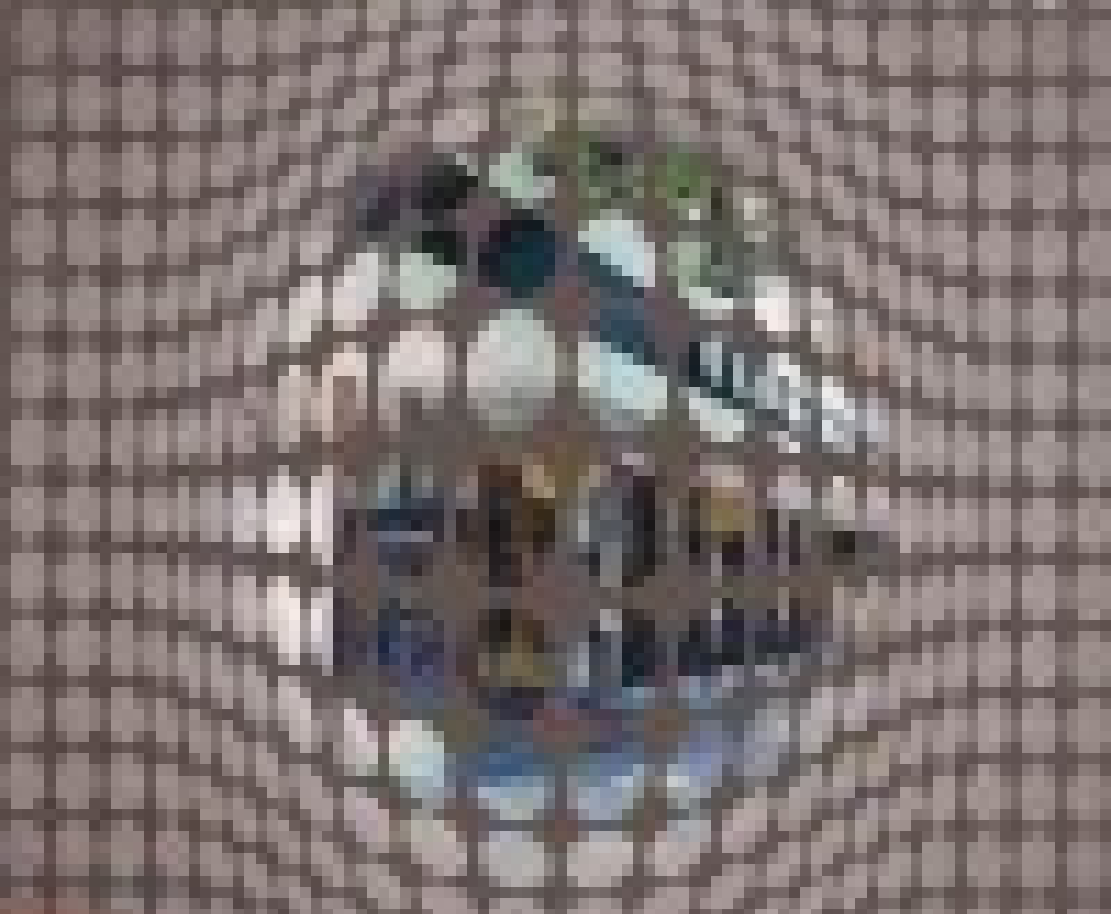


16 设计流
DESIGN STREAM

南海出版公司

THE INTERNATIONAL JOURNAL OF DESIGN AND ARTS

SHOP FRONT DESIGN 门面设计



16

设计 / 建筑 / 艺术 / 文化 / 生活 / 时尚 / 科技 / 教育 / 体育 / 娱乐 / 健康 / 环保 / 社会 / 经济 / 政治 / 法律 / 道德 / 宗教 / 哲学 / 科学 / 历史 / 地理 / 语言 / 文学 / 音乐 / 舞蹈 / 戏剧 / 电影 / 电视 / 广播 / 网络 / 出版 / 印刷 / 摄影 / 绘画 / 雕塑 / 陶瓷 / 玻璃 / 金属 / 木材 / 石材 / 纤维 / 塑料 / 橡胶 / 皮革 / 纸张 / 油墨 / 涂料 / 胶粘剂 / 五金 / 机械 / 电气 / 电子 / 信息 / 通信 / 能源 / 交通 / 水利 / 农业 / 林业 / 渔业 / 畜牧业 / 工业 / 制造业 / 服务业 / 金融业 / 房地产业 / 旅游业 / 餐饮业 / 零售业 / 批发业 / 仓储业 / 运输业 / 邮政业 / 电信业 / 互联网 / 云计算 / 大数据 / 人工智能 / 区块链 / 物联网 / 5G / 虚拟现实 / 增强现实 / 元宇宙 / 数字孪生 / 智慧城市 / 智慧交通 / 智慧医疗 / 智慧教育 / 智慧农业 / 智慧工业 / 智慧商业 / 智慧生活 / 智慧治理 / 智慧能源 / 智慧环保 / 智慧安全 / 智慧健康 / 智慧养老 / 智慧就业 / 智慧创业 / 智慧创新 / 智慧发展 / 智慧未来

2023.10.15

图书在版编目(CIP)数据

设计流. 16 / 深圳市金版文化发展有限公司主编. —海口: 南海出版公司, 2004. 9
ISBN 7-5442-2872-X

I. 设... II. 深... III. 商店—室外装饰—建筑设计 IV. TU247.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第038126号

SHEJI LIU 16
设计流16

主 编	香港金版文化出版社		
	深圳市金版文化发展有限公司		
责任编辑	陈正云 周诗鸿		
出版发行	南海出版公司 电话 (0898) 66568511 (出版) 65350227 (发行)		
社 址	海南省海口市海秀中路51号星华大厦5楼		邮编 570206
电子信箱	nhcbgs@0898.net		
经 销	新华书店		
印 刷	深圳市极雅致印刷有限公司		
开 本	635mm×965mm	1/8	
印 张	26		
版 次	2006年4月第2版	2006年4月第1次印刷	
书 号	ISBN 7-5442-2872-X		
定 价	98.00元		

南海版图书 版权所有 盗版必究

如有印刷装订质量问题,请直接与印刷厂联系调换

可购书目 Ke Gou Shu Mu

居住空间 I
定价: 198.00



样板房空间 I
定价: 198.00



别墅空间
定价: 198.00



中式茶楼
定价: 198.00



居住空间 II
定价: 198.00



居住空间 III
定价: 198.00



生活元素空间
定价: 228.00



中式餐饮
定价: 198.00



会所空间
定价: 198.00



大堂空间
定价: 198.00



办公空间
定价: 198.00



复式风情
定价: 198.00



商业空间
定价: 198.00



温泉居室
定价: 198.00



酒店空间
定价: 198.00



办公空间
定价: 198.00



餐饮空间
定价: 198.00



优雅客房
定价: 198.00



美容·医疗空间
定价: 198.00



运动·娱乐空间
定价: 198.00



展示·文化空间
定价: 198.00



居住空间 01
定价: 198.00



居住空间 02
定价: 198.00



居住空间 03
定价: 198.00



唯美居室
定价: 198.00



特色居室
定价: 198.00



瞰视室内设计图库
定价: 380.00



室内设计创意手册
定价: 148.00



地址: 深圳市福田区天安数码时代大厦B座708室 邮编: 518040
电话: 0755-83476882
传真: 0755-83475911
E-mail: faxing_nanhai@sina.com

professional edition of actual scene photographing

SHOP FRONT

DESIGN 实景拍摄专业版 门面设计

南海出版公司

前言

门面设计随想

文/李栋华

作者简介

李栋华，中国建筑学会室内设计分会会员，广州裕高设计顾问有限公司负责人、设计总监。

设计理念

注重对建筑所在的地理环境和气候特征的探究和理解，关心与日常生活真实亲近且熟悉的轨迹，致力于将建筑和其所处的社会维持一种紧密且持续性的关系。人乎其内，出乎其外，寻求一种记忆与忘却、熟悉与陌生之间的平衡。

近年所获荣誉

2001年
5月获中国室内设计学会（佛山）首届“家居设计大奖赛”银奖及群众最喜爱奖
11月获“2001年中国室内设计大奖赛”佳作奖
12月作品入选“中国国际电脑艺术设计展”
2002年
1月获“中望杯”室内设计大奖赛二等奖
4月获“绿云天杯”第二届家居设计大奖赛最佳作品奖
10月获“2002年中国室内设计大奖赛”佳作奖
11月获第一届“中国青岛国际设计节”国际青年设计师大奖赛“四洲优秀作品奖”
2003年
5月获“东健金碧杯”第三届家居设计大奖赛金奖及最受观众欢迎奖
9月获香港室内设计协会主办的“2003国际设计大赛”铜奖
1月获“2003年中国室内设计大奖赛”公建工程类一等奖及“2003年亚太区室内设计大奖赛”亚太区企业类荣誉大奖
2月应邀赴香港室内设计协会和深圳《现代装饰》杂志社之邀，作为特邀演讲嘉宾参加“2003年亚太区室内设计高峰论坛”活动，并于会上作了专题演讲
2004年
2月经中国建筑学会室内设计分会推荐，设计作品入选国际室内设计师联盟（IFI）
2004年的年刊——《国际室内设计师作品集》
3月获“耀耀杯”全国商用空间大奖赛一等奖（合作者：李栋华）

近年主要设计项目

广州裕高设计顾问有限公司专业从事室内设计、园林景观设计、建筑风水设计、室内设计、办公空间、展示空间、娱乐空间、商业空间、大堂会所、样板房、住宅、小园林景观设计。其中主要作品有：中国陶瓷城（建设部重点项目，5万余平方米）、广州海珠科技大楼、珠海百货广场、莱佛士奥林匹克体育中心、南沙步步高大厦、吉林联通办公大楼、加州红娱乐城、莱佛士普华中心、金鹿湾大酒店、东鹏陶瓷文化广场、东鹏陶瓷店、金陶陶瓷店、苏州太仓市公安局、成都市新都区建设局建设大厦、山东潍坊益都中心医院、山东淄博新悦有限公司办公大楼、泰兴义昌酒店、北京气象局、河北大学综合教学楼、厦门东亚工业园办公大楼、秦皇岛公安公司办公大楼、河南焦作医院、多个大型楼盘的会所和样板房等。

门面提供给人们对所要认知的对象第一直观感觉，是都市特有的一道风景线，是向人们展示文化、传递信息、提高品牌知名度和品位、与社会沟通的窗口。

近年来，多元化的设计给人们带来了丰富的视觉体验。新技术、新工艺、新材料的不断涌现，以及信息化社会人们生活方式和审美观念的改变，为门面设计提供了更广泛的空间。在门面设计这个特殊的舞台上，内与外，局部与整体，艺术与现实，抽象与具体，单纯性与复杂性之间，设计更注重文化与情感，更强调观感传递和交融互动，也寻求一种能在情感上产生共鸣，让心灵受到触动的东西，让人们在潜移默化之中得到文化的熏陶，从而达到提高品牌知名度和品位的目的。

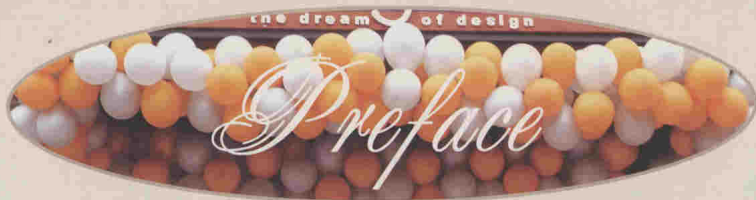
门面设计并非一个独立体，它需与内部空间相辅相成，形成一个有机的整体。其空间关系、比例尺度、材料运用、灯光色彩、质感肌理、细节处理须与内部空间有延续性。内部空间是外部空间的延续，外部空间是内部空间的体现。门面设计决非形式上的“模式”，它首先要成为整体空间设计的一部分，与周围的地理环境特征相协调。如果我们在面对空间架构时，将门面作为一个整体性的空间逻辑来思考，那么，门面便是这种逻辑思考的体现。反之，门面只是一种形式。所以，可通过空间对比、虚实对比、围与透和富有表情的色彩等，来塑造和处理内部与外部空间的关系，使之衔接更为紧密。

门面还可以成为中间介质，在内外之间起着既分离又联系的作用，并强调了连续性的概念，具有“亦里亦外，亦此亦彼，亦藏亦露，亦上亦下，亦幻亦真”的特征。门面是街道的延伸，透过门面，可以看到外面喧闹的城市生活。

而门面内部的活动又是城市的一台演出节目，尤其是在夜间，随着灯光的变幻，门面焕发出多姿的色彩。

门面还具有超出其单纯功能的作用，它是通往过去、走向未来的隐喻，与人类的精神有着深层的联系。门面正如同庭院一样，透过建筑空间的变化，让视觉引导人们，让自己的内心与周围环境对话，进行一场身心都得到洗涤的精神仪式。

有幸接到南海出版公司的邀请，总觉得门面这个话题如果太单一的话，反而不知如何下笔，所以就说了以上一些与门面有关的话题和一些处理空间关系的看法。设计源于生活，更融入于生活，做设计是一件很辛苦的事情，但能够做出很有意义的设计，又是很愉快的事情，谨此，与同行共勉。



An Elementary Introduction to Shop Front Design

About the Author

Li Donghua, member of Institute of Interior Design of China Architectural Society, Person in Charge and Design Director.

Design Philosophy

Giving priority to probing into and understanding the geographic setting and climate of the place where an architecture is situated, committed to maintain a close and sustainable relation between an architecture and its community, and seeking the balance between memory and oblivion, the familiar and the unknown.

Honors

2001: Silver Award and People's Most Favorite Award of 1st Home Design Competition by China Institute of Interior Design (Tosham); Excellent Work Award of China Interior Design Competition 2001 and chosen by China International Computer Art Show;
2002: Second Prize of Zhongwang Cup Interior Design Competition, Best Homestead Award of Biyunshan Cup 2nd Interior Design Competition, Excellent Work Award of China Interior Design Competition 2002, Excellent Work Award of International Young Designer Competition on First China Qingdao International Design Festival
2003: Gold Award and Most Favorite Award of Dongjian Jinbi Cup 3rd Interior Design Competition, Bronze Award of 3rd International Design Competition sponsored by Interior Design Association Hong Kong, first award of China Interior Design Competition 2003 and Honorary Award of Asia Pacific Interior Design Awards 2003;
2004: works selected into A Collection of International Interior Designers' Works, annual 2004 of IFI and first award of Eagle Brand Cup China Commercial Space Competition (co-author: Li Dongming)

Design Projects in Recent Years

China Ceramics Town, Haizhu Technological Building (Guangzhou), Zhuhai Department Store, Qinhuangdao Olympic Sports Center, Buhuguo Hotel (Qinguan), Unicorn Office Building (Jilin), California Red Entertainment City, Pailiao Marketing Center, Jinduo Exhibition Building, Dongpeng Home Culture Plaza, Dongpeng Concept Shop, Kiti Concept Shop, Public Security Bureau of Taicang City (Suzhou), Jianwei Construction Building (Xindu County, Chengdu), Yidu Central Hospital (Weifang, Shandong), Office Building of Xinyue Company Limited (Zibo, Shandong), Yiwu Hotel (Wenzhou), Beijing Meteorological Bureau, Comprehensive Teaching Building of Hubei University, Office Building of East Asia Industrial Park (Gaoamen), Office Building of Qinhuangdao Transit Company, Jiaozuo Hospital (Henan) and clubhouses and sample houses of various large-sized properties.

◆ By Li Donghua

A shop front gives people the first impression of the shop, presenting culture and information and improving brand awareness and taste as a window open to the society.

In recent years, diversified designs have brought people rich visual experience. The emerging of new technologies and new materials and the changes in lifestyle and aesthetics provide shop front design with a broader space. Shop front design goes between the internal and external, the partial and the overall, art and reality, the abstract and the concrete, the simple and the complex. The design stresses sensational interaction and emotional resonance, enabling people to be indulged in culture, so as to improve brand awareness and taste.

Shop front design is not independent but an integral part of the internal space, against which the continuity of shop front shall be expressed through spatial relationship, proportion, material application, lighting and colors, texture and details. The internal space is a continuity of the external space and the external space is a manifestation of the internal space. Shop front design is not a mode in terms of form but first of all, an integral part of the overall space design, matching the surrounding environment. When we consider shop front as an overall spatial logic in a spatial structure, then it is shop front that reflects this logical thought. If not, shop front could only be a form. Therefore, the relationship between the internal and external space can be interpreted by spatial contrast, the virtual and the real, the closed and the transparent, for a closer connection between them.

A shop front can also serve as a medium that separates and connects the internal and the external, and highlights the concept of continuity. A shop front is the extension of street. Through a shop front, you can see the bustling urban life; while in the shop front, another urban performance is on. Especially at night, a shop front will present varied colors.

A shop front can go beyond its functionality and metaphorically connects the past and the future, profoundly associated with human spirit. As a courtyard, a shop front visually guides people through the variation of architectural space, enabling the dialogue between your heart and environment and providing spiritual baptism.

I am honored to be invited by Nanhai Publishing Company, which requests me to write something on shop front. I feel that this topic could not be too specific, otherwise it is hard to start. Therefore, I have given the above words in association with shop front and spatial relationship. Design originates from life and is mixed with life. Designing is a hard job while it is a pleasure to work out a significant design.

Hereby I would like to share mutual encouragement with peers.

Contents 目录



4

前言 / Preface

6

第一部分

中式餐饮 / Chinese-style food and beverage restaurant

30

西餐厅·咖啡厅 / Western food restaurant & cafe

60

服饰店 / Dress shop

82

商场 / Market place

第二部分

Contents



90

夜总会·KTV/Night club & KTV



100

酒吧/Bar

130

美容美发/Beauty centre



144

第三部分

其他/Others



178

第四部分

海外欣赏/Overseas appreciation

第一部分 Chapter 1

Chinese-style food and beverage restaurant

●●●● 中式餐饮

“民以食为天”，中国的“食文化”“茶文化”源远流长，与之匹配的中式餐饮空间设计也多追求含蓄、悠远的意蕴。作为内部空间的外部表现，中式餐饮的门面设计大多讲求古朴、自然、传统、细腻，并带有天然的艺术气息。竹、木、仿古砖等，是中式餐饮空间常用的材质，在门面这一吸引食客的主要装修部位，自然也是主角。雕梁画栋、匾额楹联、屏风隔断、织帐竹帘、盆栽绿化……种种虚实、典雅的建筑装饰，无不设计师提供了丰富的创造素材。

红色——吉祥如意的古老象征，恰到好处地成为这一部位的点缀，大红灯笼、对联、中国结，甚至只是一方小小的迎宾牌，也常常让人眼前一亮。更有别出心裁者，将大瓦罐、铜鼎、火锅等立于门外，成为招揽客人的一大妙招……行走于现代都市中的大街小巷，偶有如此传统、雅致的门面风景跃入眼帘，你，能不为之怦然心动么？

“Food is everything for the people”, the Chinese “Food culture” and “Tea culture” have a long history, and along with them, the implicative and primitive meanings are also pursued in the design of the space of a Chinese-style food and beverage restaurant.

As the appearance of the internal space, the shop front design of a Chinese-style food and beverage restaurant is required to be simple and ancient, natural, traditional, exquisite and full of natural and artistic features.

The materials such as bamboo, wood and pseudo-classic brick, etc., are frequently used to decorate the space of a Chinese-style food and beverage restaurant. As the major decoration part to attract diners, they naturally play a major role.

Carved beams and painted rafters, couplet written on scrolls and hung on the pillars of hall, screen separating, textile net and bamboo curtain, potted plant...various real or virtual, elegant decoration, all provides architects with rich source materials for creative designs.

Red—the ancient symbol of good luck and happiness, it is just to the point to be sprinkle of such section, the big red lantern, couplet, Chinese ties and even a small welcome board, give you a special fresh feeling; in addition, someone with unconventional ideas, takes the big crock, copper vessel and hot pot, etc. in front of the shop, and it becomes a good method to attract customers.

Walking along the streets or alleys in modern cities, wouldn't you palpitate with excitement when you see so traditional and exquisite shop front in such modern cities?



1. 大红灯笼挂起来，古色古香的屋檐和老窗格，使山而老茶馆的传统文化绽放光彩。(海南)
2. 茶与文化往往是联系在一起的，因此在门面的装饰中采用车轮形店徽来突出品茶的主题。(深圳)
3. 铝合金玻璃门与传统青瓦瓦面演绎现代门面的风采。(深圳)
4. 用水泥架建造的门面简洁实用，装饰性强，还有种让人感觉门店前挪动了几米的错觉。(海南)
5. 用灯箱广告和几十盏灯笼配合着射灯的灯光效果，再现了“老院子”当年的迷人夜景。

3





6



7

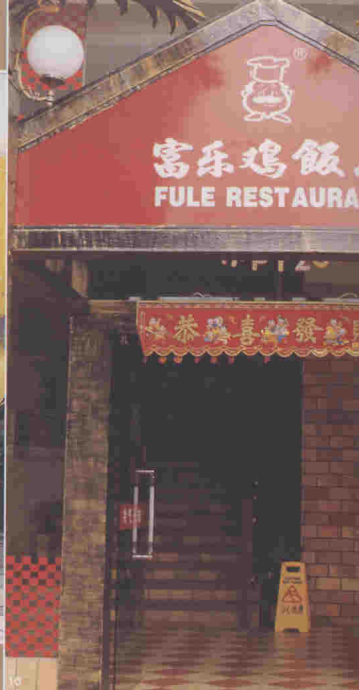
门面设计

6. 招牌的上方建了装饰屋檐，不仅美化了门面也提升了经营档次。（深圳）

7. 木材的奇特之处是能将门面装饰出传统风格特色，而招牌字上方的三角形形既是霓虹灯的依托，又塑造出门面的独有的气势。（深圳）

8. 将门面的装修风格一直延伸到庭楼，整体风格富丽堂皇，使店名变得名副其实。







9. 招牌上的“大三巴牌坊”是澳门街的重要标志，黄色招牌下的木格装饰，既美观又增加了门面的通透感。[海南]

10. 门面高挑却又比较靠后，两根细木质的迎客柱恰好弥补了缺陷。[深圳]

11. 翠竹依依，唐韵悠悠，一份细腻而深刻的美，就这样呈现在我们的眼前。[上海]

12. 木材的装饰效果给人以质朴、亲切的感觉，招牌旁的一幅画像令人想到“四川豆花”的源远流长和技术的纯正。[深圳]



13. 门面继承了古代殿堂楼宇的特点，并在灯光上强调“黄鹤楼”与众不同的气势。(深圳)

14. 门店的四周挂满了“冰凌”，门面的屋顶上似乎也积了“雪”，给人的感觉是一个典型的北方风味餐馆。(深圳)



14