

COMMERCIAL OFFICES SHOPS

商业
办公

空间
设计 06

◇商场秀 ◇专卖解读

◇文化长廊 ◇创意Office

深圳市金版文化发展有限公司 / 主编



空间设计 (共6册)

- 主 编: 深圳市金版文化发展有限公司
责任编辑: 赵乐宁
封面设计: 深圳市金版文化发展有限公司
责任监制: 刘青海
出版发行: 陕西旅游出版社
(西安市长安北路32号 邮编 710061)
经 销: 各地新华书店
印 刷: 深圳市极雅致印刷有限公司
开 本: 787mm×1092mm 1/16
印 张: 30
字 数: 100千字
版 次: 2005年3月第1版 2005年3月第1次印刷
书 号: ISBN 7-5418-2147-0/J·480
定 价: 178.80元 (共6册)
-

印刷装订如有质量问题请直接与印刷单位联系调换

购书电话: 0755-83476130

Http://www.ch-jinban.com

Commercial Offices · Shops

商业 · 办公

商场秀 Shops Show

专卖解读 Franchise Shops

文化长廊 Cultural Corridors

创意Office Creative Offices

Shops Show

商场秀

顺德皇朝家私皇家店

公司电话: 0757-28869222

传真: 0757-28860963

地址: 广东佛山乐从325国道皇朝集团K座贵族店四楼
P.C.528315

Http://www.Emptire-furniture.com

E-mail:master@Emptire-furniture.com

摄影: 陈思

建筑面积: 8000m²

顺德皇朝家私“皇家店”位于皇朝集团·乐从国际家私城A座3楼。

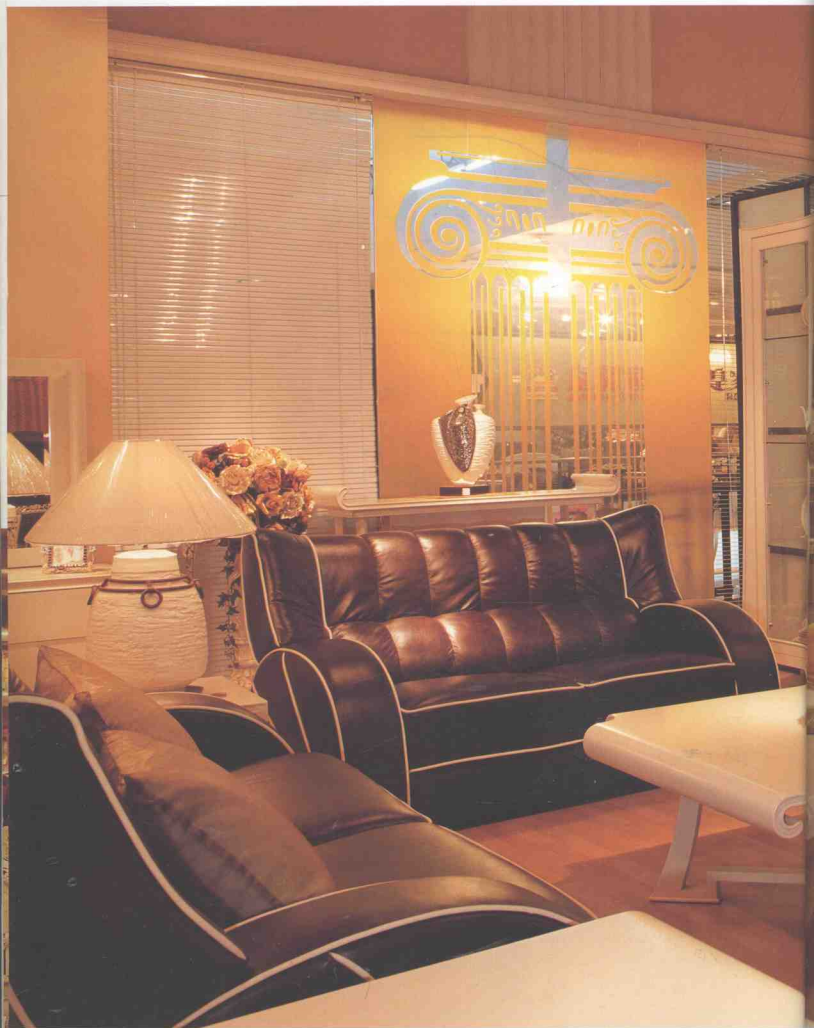
“皇家店”汇聚世界各国顶级豪华家私, 世袭与生俱来的皇室气派……

巴洛克风格的汶莱苏丹御用客厅系列、亚拉伯油王御用沙发套装、范思哲炫丽风格家居系列以经典的欧式宫廷造型, 雅致的暗纹边框及金箔装饰, 新鲜的欧陆气息带给您永恒的富贵与祥和。而洛可可风格的安妮皇后优雅系列, 完美的造型与精湛的工艺糅合出无可挑剔的庄重之美, 令人屏息的至尊之气浑然天成……

更有来自世界各地的饰品: 法国的青铜塑像、意大利炫金风水池、镀金装饰钟、法国RCR水晶、澳洲高品质的SHERIDA床上用品、西藏自治区班牙餐具为您营造尊贵完美的生活空间。









货架布置

首先要确定货架本身的样式，尤其是高度和宽度。货架的高度一般应根据具体情况，以人的活动需要为依据具体地构思设计。货架高度要与人体高度相适应，以方便顾客购物。

货架的高度确定下来以后，可以根据空间的具体情况 & 所选择的交通方式来确定货架的长度。还可运用黄金分割的定律，即宽与长按 $1:0.618$ 的比例构成，造成一种合乎理性的美。货架的平面排放也是至关重要的，可供选择方式有多种，包括队列式、岛屿式及辐射式等等。



多种陈列设备、陈列用具的应用

在应用各种陈列设备时，必须遵守一些基本的原则。包括：1. 陈列用具必须同商品性质。

形状，颜色相符合。2. 不要在商店的入门处陈列大柜台或高柜台。3. 陈列用具的摆放不能影响通道。4. 陈列用具应该注意多样化，要有高低、大小等各种式样。5. 陈列用具不应过多。

橱窗柜、橱柜、陈列台、展示台、柜台、挂具等陈列设备用具，是商店最主要的销售设施。正确使用这些设备用具，不仅可以增加商品的吸引力，而且方便售货，提高效率，便于管理。







此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertong

橱窗柜根据设计和商品摆放的需要有多种式样。橱柜主要分为以下几种：

1. 标准型，其规格为高度90厘米，宽度45~60厘米，长度90~180厘米。
2. 高长型，其一般规格为高度160~190厘米，宽度45~60厘米，长度180厘米，是较为理想的展示设备之一。
3. 低矮型，一般用来展示进口香水、皮包、皮带、金银饰品等贵重商品。
4. 柜台型，常见的样式是高度80厘米，宽度40~60厘米，长度90~180厘米，另外还有一种壁面橱柜，它搭设在墙壁上，用板架作为格状，对于商品种类的区分与陈列，具有一目了然的作用。

面橱柜，它搭设在墙壁上，用板架作为格状，对于商品种类的区分与陈列，具有一目了然的作用。



陈列台一般用来摆放特价商品或打折商品。置于商店的入口或显眼的地方。用来吸引顾客。常用的类型有箱型陈列台、吊船型陈列台、阶梯型陈列台。展示台一般用于较大商品的展示。高度都较低。如陈列服装模特儿、家具、大型电器等。



Franchise Shops

专卖解读

Lancome兰蔻概念店

设计师: Jean-Marie Massaud Daniel Pouzet

摄影: 吕保和

建筑面积: 140m²

装修材料: 树脂、塑胶玻璃、不锈钢、光泽、海绵、加工玻璃等

这家Lancome兰蔻概念店是由Jean-Marie Massaud与Daniel Pouzet携手设计的。这对才华横溢的搭档, 堪称建筑师与设计师的绝佳组合。他们以其独特理念, 突破传统美容业束缚, 创造出一项真正代表Lancome兰蔻这个国际品牌的杰作。





这家Lancome兰蔻概念店是由Jean-Marie Massaud与Daniel Pouzet携手设计的。这对才华横溢的搭档，堪称建筑师与设计师的绝佳组合。他们以其独特理念，突破传统美容业束缚，创造出一项真正代表Lancome兰蔻这个国际品牌的杰作。

Jean-Marie Massaud 的评价

品牌理念

经过对Lancome兰蔻世界进行深入探讨后，我们决定设计一个能真正表现这个品牌的丰富内涵的概念店。我们不想构思一个迎合潮流的浮华设计，而不顾品牌本身的形象。Lancome兰蔻在近百年的历史中，在美容、香氛、护肤及专业技术领域奠定了深厚的基础，我们希望以尽量真诚的态度，表达出Lancome兰蔻带有高贵气质的华丽风格，我们的目标，是以别致、时尚及含蓄迷人的风格，打造出这一理念。

除了产品包装上的灰色之外，我们认为Lancome兰蔻没有任何主色，材料的组合却相当富于变化。有一种十分感性的气质，但并不过于热烈，就像一滴露珠般散发清新感觉，流露出一点点光芒……很快，我们自然而然地想到这些基本的气质，并以时尚的手法表现出来，为了突出品牌本质，我们营造出这样一种感觉，令到访者仿佛踏入一处非凡的境地，一个既温馨又华丽的“美之圣殿”。

设计及目标

这是Lancome兰蔻首次在中国大陆开设概念店。有别于以往在百货公司中设立的专柜，是一个独立的建筑项目，我们的目标，是合理地将店面划分为不同的区域，将品牌想传达的不同讯息清楚规划。这是一次很好的机会，我们放弃了单一平面的设计，营造出不同层次的观感，让访客按自己的节奏浏览，慢慢发掘这里的一切，而不是一次性把信息全部强加给她们。

橱窗



从街外看，阔大的窗框围出一个展示窗，当中没有任何产品或大型陈设，橱窗有点像巨型的杂志页面，摆设可能每三周转换一次，视最新产品信息而定，但从外面看，可以真切地感受到店内的温馨气氛，却不能看透店内的一切，越过门前一根模拟女性身体曲线的圆柱，可以窥见店内的空间及深度，这就是我们想表现的优雅及永恒魅力。

销售、彩妆及护肤专柜

踏进店内之后，Lancome兰蔻的世界便分成三个主要区域：香氛、护肤及彩妆区域，这是一个让访客探索的地方，包括一个名为“Discovery Sphere”的悬浮透明圆球，中间陈列精选的香氛，专为彩妆而设的区域设有一个灵活的“Make-up Bar”，方便举行彩妆活动，另外还有一个“Skincare Bar”，展示最新产品。这两个柜台的设计，沿用相同的风格，选用充满现代感的灰色透明塑胶玻璃，为探索全新Lancome兰蔻产品的过程增添了不少趣味，弧形的线条，与一般柜台僵直的线条相比，显得更加开放、夺目。

墙后是以高科技丝缎质感布料布置出来的小型化妆间，化妆是非常私人的事，这么细致入微的美丽时刻，当然不能让光管冷硬的灯光照射在脸上，必须有一个能充分配合这种感性、和谐姿态的柔和气氛，设于专业皮肤测试区旁边的“化妆师专用区”是为Lancome兰蔻专业化妆师而设的地方，气氛更加温馨，可以在这里进行个人化的化妆示范，有宽敞的不锈钢柜台，抽屉中放置了大量的化妆参考书，灯光及镜子都与剧院化妆间的风格相仿。

