普通高等教育艺术设计类·新形态教材

一流专业与一流课程建设系列教材

案例视频版

商业空间与展陈设计

胡林辉　冯文根　曾小力　著

中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

普通高等教育艺术设计类·新形态教材·

一流专业 与 一流课程 建设 系列教材

案例视频版

商业空间与展陈设计

胡林辉　冯文根　曾小力　著

中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn
·北京·

内 容 提 要

“商业空间与展陈设计”作为环境设计的专业核心课程，通过系统的学习，使学生具备一定的理论知识、设计能力和良好的综合审美素质。本教材结合基础理论、发展趋势、案例实践、经验总结等编写而成，以紧跟时代与创造社会效益为目标。全书共8章，主要内容为：概述，商业空间的分类，商业空间的发展趋势，商业空间的环境系统，商业空间设计的要点，商业空间与材料表现，商业空间设计的程序，商业空间的展陈设计。

本教材为纸本与数字化融合教材，含纸质教材、数字教材、电子教学课件、案例视频等教学资源。扫描书中二维码，可在移动客户端观看学习，获取封底激活码，即可线上阅读使用数字教材。

本教材可供普通高等院校环境设计、室内设计等相关专业师生使用，也可供环境设计、建筑设计、室内设计等从业人员以及商业空间经营管理人员等参考借鉴。

图书在版编目（CIP）数据

商业空间与展陈设计 : 案例视频版 / 胡林辉, 冯文根, 曾小力著. -- 北京 : 中国水利水电出版社, 2022.8
普通高等教育艺术设计类新形态教材 一流专业与一流课程建设系列教材
ISBN 978-7-5226-0642-2

Ⅰ. ①商… Ⅱ. ①胡… ②冯… ③曾… Ⅲ. ①商品陈列－陈列设计－高等学校－教材 Ⅳ. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第066661号

书　名	普通高等教育艺术设计类新形态教材 一流专业与一流课程建设系列教材 **商业空间与展陈设计（案例视频版）** SHANGYE KONGJIAN YU ZHANCHEN SHEJI (ANLI SHIPINBAN)
作　者	胡林辉　冯文根　曾小力　著
出版发行	中国水利水电出版社 （北京市海淀区玉渊潭南路1号D座　100038） 网址：www.waterpub.com.cn E-mail：sales@mwr.gov.cn 电话：（010）68545888（营销中心）
经　售	北京科水图书销售有限公司 电话：（010）68545874、63202643 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排　版	中国水利水电出版社微机排版中心
印　刷	清淞永业（天津）印刷有限公司
规　格	210mm×285mm　16开本　11印张　300千字
版　次	2022年8月第1版　2022年8月第1次印刷
印　数	0001—3000册
定　价	**68.00**元

凡购买我社图书，如有缺页、倒页、脱页的，本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

序一

设计活动是一个理论与实践相结合并渐进的创作过程，是连接人与人、人与物、人与环境之间关系的桥梁，是通过设计输出对社会、经济、环境及伦理方面问题的回应。从某种意义上来讲，设计的发展会映射出经济的发展状态，甚至能折射出特定时期的社会文明程度。在当下日新月异的时代，商业空间的设计理念、范畴随着时代的变革正经历着巨大的变化。人们对商业空间的需求不再单一，而逐渐趋于个性化、多元化、复合化，商业空间设计也随之转型。为了满足不同顾客的消费需求及体现城市特定的文化和品位，营造更为舒适便捷、更时尚新潮、更具城市特色和可持续发展的商业空间氛围成为每一个设计从业者所追求的目标，因此，对商业空间设计的研究变得十分重要。

商业空间作为人群活动最复杂的空间类别之一，其功能的多元性、便捷性、时代性是支撑其发展的重要因素。商业空间的使用性质、使用目的、发展趋势等都要求设计能更加精确有效地为其服务。该书对设计相关知识进行了循序渐进的梳理并与时代发展相结合，洞悉时代发展下诸多设计领域新的价值主张，这是该书的一大亮点。

本书内容涵盖了商业空间设计的多个重要方面，如商业空间设计的概念、发展趋势等，并以商业空间的分类、设计要素、设计原则、空间的材料及表现为重点，剖析了商业空间设计的基本方法和设计程序等，还通过分析商业空间优秀案例、探讨设计思路，总结提炼了增强空间视觉感受和空间体验感的设计实践方法。本书既能帮助设计从业者更加深入地了解商业空间设计、更为有效地确定整体空间类型和风格个性，从而系统地提升商业空间的创新和竞争力，又能指导和帮助欲进入商业领域的创业者和从业者以及高校师生深入认识产业和提高专业知识及技能。

广州美术学院建筑艺术设计学院
院长、教授、博士研究生导师
沈康
2021 年 12 月

序二

商业空间一般是指为终端消费群体提供商业服务的活动空间。商业设计是一门涉及商学、建筑学、规划学、设计学等多学科知识综合应用的学问。商业空间设计是针对商业服务用途的建筑物的内部空间和外部环境进行的设计。作为商业空间设计师，首先要对商业空间的概念、发展趋势、设计方法、原则和要素等理论知识有充分的了解；其次，要对设计项目、服务对象、空间规划、商业业态等实践内容有细致的把握。本书前三章详细介绍了商业空间概念与发展历程、商业空间分类和商业空间发展趋势，可为读者奠定扎实的专业基础知识。专业理论基础扎实，设计才能更具合理性。

“路通则财通”，空间动线设计可视为商业空间的命脉。而视觉感染力在商业空间设计中也是不容小觑的。想要营造具有更高辨识度和独特氛围的商业空间，使顾客沉浸于购物环境之中，可通过巧妙的颜色选择及别具一格的室内设计来实现。商业设施、环境和场所并不是静态地存在着，它们具有时间上、需求上发展变化的特点。本书第 4 章至第 7 章从商业空间的环境系统、商业空间设计的要点、商业空间与材料表现以及商业空间设计的程序为要点入手，为读者详细介绍了商业空间的设计过程。

展陈设计与商业空间设计的关系是密不可分的，本书第 8 章以商业空间的展陈设计为切入点，将商业空间设计与展陈设计的关系以及展陈设计的类型及要点进行了全面的讲解。

本书的每一章节都将理论知识与实际案例进行紧密结合，这是本书的亮点。实际项目的创新性、丰富性和典型性以及编写者丰富经验的加持使本书更具学习价值。

时尚集团董事长

郭奎章

2021 年 12 月

前言

商业空间是人类众多活动空间里最复杂、最多元的空间类别之一，是商品交易与服务活动发生的场所，它对现代社会经济发展起到了重要作用。展陈设计是构建人、物、空间关系，传递商品信息、品牌文化、地域特色等内容的活动。随着社会经济与人们物质生活水平的不断提高，商业空间获得了迅猛发展，为人们消费带来便捷。然而随着商业空间的大量兴建，也出现了一系列的问题，如空间定位模糊、体验单一、设计传统、业态过剩或趋同等。科学技术的发展则使传统商业面临新的挑战，VR 体验、云购物、新零售等热潮对线下商业造成的冲击，我们有目共睹。在消费需求转型的时代背景下，设计者对商业空间与展陈设计该作如何思考？商业设计何去何从？

《商业空间与展陈设计》教材是广东工业大学国家级一流本科专业建设点——环境设计专业教学成果之一，也是广东工业大学线上线下混合式课程“商业空间综合设计”的成果之一。本教材系统梳理了商业空间的基本概念、空间分类、发展趋势和商业空间设计程序、设计评价等理论知识和实践方法，并将真实项目案例实践与相关理论有机结合，能够帮助读者了解商业空间与展陈的相关知识。教材内容的建构和项目案例的选择，以符合当代人对商业空间设计的认知和理解为要。教材既有必要的基础知识，又吸收了最新的案例成果，其目的在于使读者能够从优秀的商业设计案例中吸取养分，提高设计能力，能够设计出既符合时代发展要求，又有中国艺术特色的设计作品。本教材包含纸质教材、数字教材和电子教学课件、案例视频等丰富的教学资源，读者可以多感官、多形式地阅读学习。

在教材编写过程中，得到了中国水利水电出版社杨薇编辑的支持与热心帮助，研究生严佳丽、吴吉叶、朱逸彤、邓俊森、黄文圳、李聪聪、廖思茵、范杰、刘涛等提供了大量的图片资料，设计师谢晓杰、杨亮君、梁锦铮、丘月婷、石颖、陈威、潘可欣等绘制了效果图和 3D 全景图，在此表示衷心的感谢！

由于编者水平有限，书中难免存在疏漏之处，恳请读者批评指正。

广东工业大学艺术与设计学院

胡林辉

2021 年 12 月于广州

如何使用本书

本书为纸质与数字融合的新形态教材，包含纸书、数字教材和视频、课件、试卷、拓展学习资料等数字内容资源。您可自主、灵活地进行线下、线上阅读学习。

阅读之前，请首先**激活**本书。

激活途径

1. 微信关注“行水云课”公众号。
2. 刮开本书**封底贴图涂层**，获取**激活码**。
3. 打开微信“扫一扫”，扫描书中任一二维码，在弹出的对话框中点选“确定”，进入本书数字版首页。
4. 在首页下方点选“激活”，注册登录或第三方快速登录，再次点选“激活”，输入激活码，激活成功。

成功激活后，您就可畅享本书所有数字内容资源了！

下一步，开启线上学习！

移动端

1. 进入“行水云课”公众号，点选“数字教材”→“高等教育”，登录。
2. 点击界面右上角个人用户名（或昵称），打开“个人中心”页面。
3. 点击页面右上角图标

，在新页面左侧列表中点选“我的资源”→“图书”。您激活的所有图书都在这里。
4. 点选本书，打开数字书页面并点击下方“阅读”，开启线上阅读学习。也可点击“数字资源”直接学习视频课程或课件、案例等。

PC 端

1. 登录“行水云课”教育平台 www.xingshuiyun.com 。
2. 点击界面右上角个人用户名（或昵称），打开“个人中心”页面。
3. 在页面左侧列表中点选“我的资源”→“图书”，点选本书，打开数字书页面并点击下方“阅读”。

目录

序一
序二
前言
如何使用本书

第1章　概述/1

1.1　商业空间的概念 …… 2
1.2　商业空间的发展历程 …… 4

第2章　商业空间的分类/12

2.1　按照空间形态分类 …… 12
2.2　按照规模分类 …… 16
2.3　按照业态分类 …… 19
2.4　按照装饰风格分类 …… 22

第3章　商业空间的发展趋势/28

3.1　人性化发展趋势 …… 28
3.2　可持续发展趋势 …… 30
3.3　本土化发展趋势 …… 33
3.4　体验式发展趋势 …… 36
3.5　边界淡化的发展趋势 …… 39
3.6　“互联网＋新零售”的发展趋势 …… 42
拓展案例1　海南昌江红棉广场商业空间设计 …… 43

第4章　商业空间的环境系统/44

4.1　色彩环境 …… 44
4.2　光环境 …… 59
4.3　声环境 …… 70
4.4　其他感官环境 …… 73
4.5　电环境 …… 77

拓展案例2　海南儋州味城商业空间设计 …… 79

第5章　商业空间设计的要点/80

5.1　商业空间设计与策划 …… 80
5.2　商业空间布局规划 …… 84
5.3　商业空间内部动线设计 …… 89
5.4　商业空间结构与空间组织设计 …… 92
5.5　商业空间外部布局规划 …… 99
5.6　商业空间外部动线设计 …… 101
5.7　商业空间导视系统分析 …… 102

第6章　商业空间与材料表现/105

6.1　商业空间中材料的基本分类及性质 …… 105
6.2　商业空间中材料的作用及发展趋势 …… 108
6.3　合理地选择材料 …… 108
6.4　商业空间中的材料分类及施工运用 …… 109
拓展案例3　广州南浦时代商业空间设计 …… 121

第7章　商业空间设计的程序/122

7.1　设计前期阶段 …… 122
7.2　方案设计阶段 …… 124
7.3　设计深化与施工阶段 …… 128
7.4　评价与维护 …… 130

第8章　商业空间的展陈设计/132

8.1　商业展陈 …… 132
8.2　店铺设计与展陈设计 …… 147
8.3　公共空间展陈设计 …… 152

参考文献/159

数字资源索引/167

第 1 章 概述

人类社会自产生了物物交换以来，商业活动就诞生了。随着生产力的不断提高，商业活动变得越来越多样、越来越频繁，交换时间、空间逐渐由非定期、游动的方式转变为固定的形式，由此诞生了基于场地关系进行商业活动的空间形态——商业空间。随着人类文明的发展、科学技术的不断进步，特别是计算机、互联网、虚拟现实等技术的不断发展，商业设计的概念在不断地发展变化，商业空间的形态也在不断变化、不断延伸。现如今，商业空间形态多种多样，特色纷呈，例如以艺术、人文、自然为主题的广州 K11 购物艺术中心（图 1.1），由大型购物商场、甲级写字楼、高级酒店等空间共同构建的广州太古汇商业综合体[1]（图 1.2），通过历史街区重塑，再现老成都市井生活情景、富有怀旧情调的成都宽窄巷子（图 1.3）、成都太古里[2] 商业街（图 1.4）；以电影《飞屋》为故事原型，通过空间设计诠释“爱与梦想”主题的广州南浦

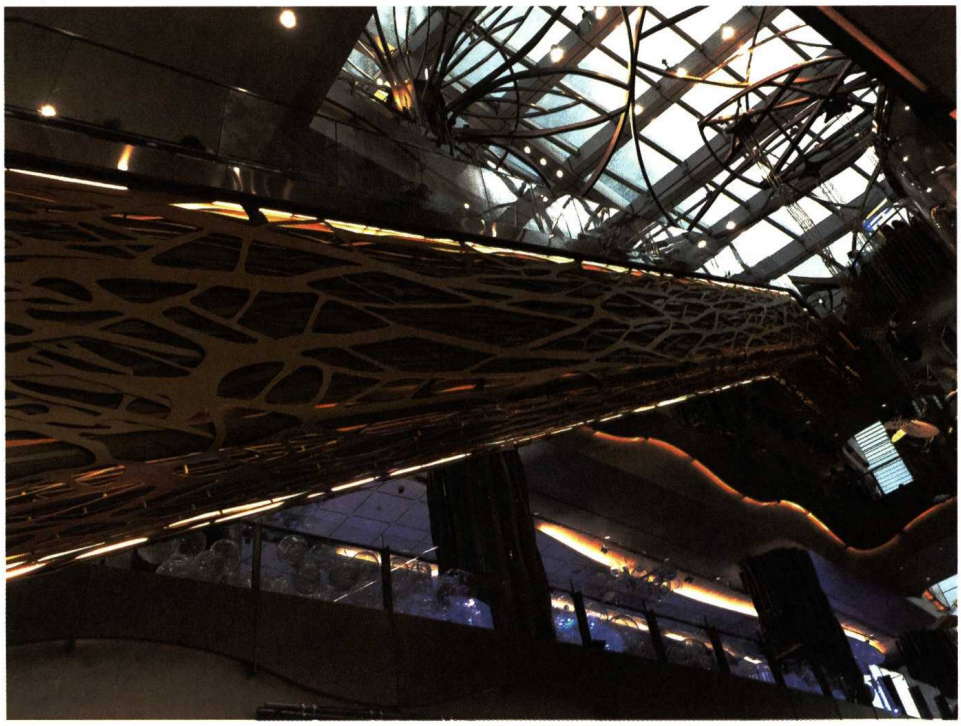

图 1.1 广州 K11 购物艺术中心以艺术、人文、自然为主题的商业空间。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

时代社区主题商业中心（图 1.5），等等。

图 1.2　广州太古汇商业综合体
多业态融合，构建的商业综合体。

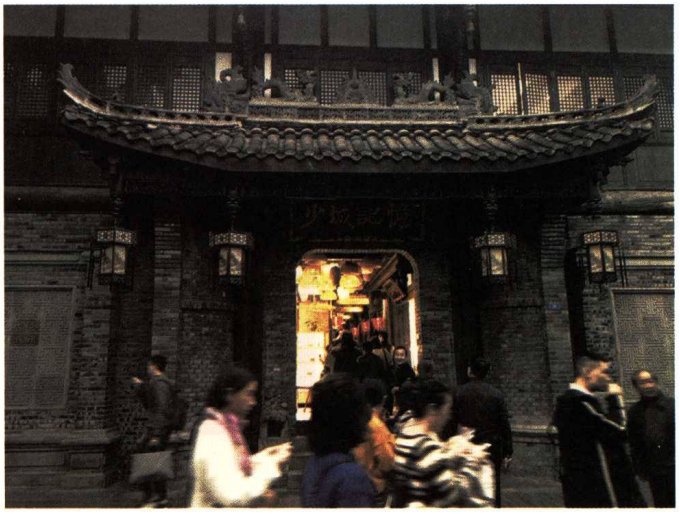

图 1.3　成都宽窄巷子
以历史、人文为主题的商业步行街。

图 1.4　成都太古里商业街
通过情景再现，营造怀旧氛围的主题商业街。

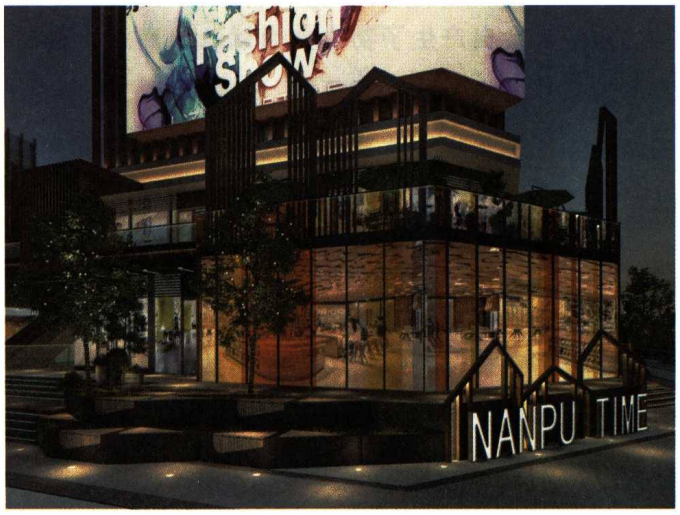

图 1.5　广州南浦时代社区主题商业中心
以电影为主题进行空间设计的主题商业空间。

1.1　商业空间的概念

从原始时期游动的交换方式发展到现代社会多元的与体验相结合的商业活动，商业场地也经历了很多次的改变。例如：古代的中国，会集于渡口和驿站等交通要道进行商业交易（图 1.6）；古代的西方，城镇会设立广场，可供人们集会交流和交易（图 1.7）。

从广义上讲，所有与商业活动相关的空间形态都可称为商业空间[3]。

狭义的商业空间可以理解为：为商业活动提供所需的功能空间，实现商品交换、满足消费者需求、促进商品流通的空间环境[4]。例如百货商场、购物中心（图 1.8）、会展空间（图 1.9）、书店（图 1.10）等空间形态，即实现商业活动的空间场地。

随着现代科技的不断发展，特别是互联网的应用，现代商业不再局限于线下交易，而出现了线上与线下共同经营、体验与消费相结合的新型商业模式[5]。商业空间的边界因此变得越来越模糊，商业场地也

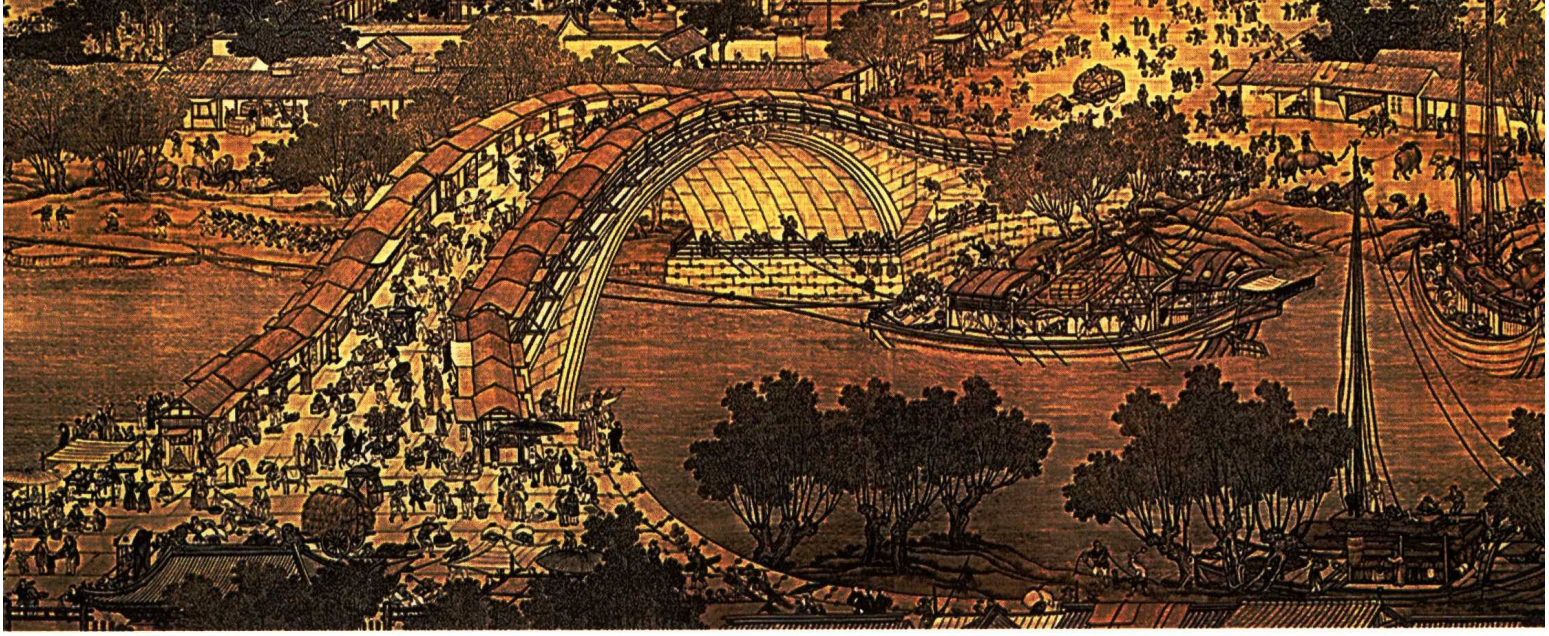

图 1.6 《清明上河图》局部（北宋张择端）
渡口成为发生商业交易的重要场所。

图 1.7 意大利画家乔凡尼·安东尼奥·康纳尔的油画作品《罗马纳沃纳广场》展现了 18 世纪罗马的纳沃纳广场繁荣交易的景象。

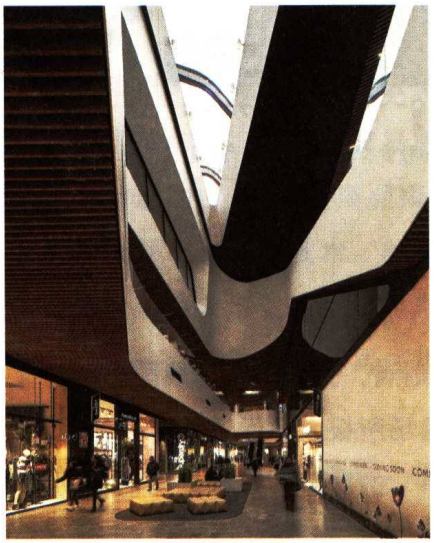

图 1.8 意大利米兰 City life 商业区
为消费者提供多品牌商品交易的商业空间。

图 1.9 威普斯上海国际家具展空间设计
融入中国传统装饰元素的商业展览空间。

图 1.10 成都方所书店
集阅读、休闲、购物于一体的文化体验商业空间。

变得更加多元化、复杂化、科技化、人性化，商业空间的开放性更强。可以说，商业空间是人类活动空间中最多元、最复杂的空间类型之一[6]。

1.2 商业空间的发展历程

1.2.1 商业空间在中国的发展概况

1. 商业空间的萌芽期

据考察，我国早期的商业活动距今已有六七千年的历史[7]。物物交换是人类社会最早的商业形态，是现代商业活动的历史起源。随着生产力的不断发展和社会分工的不断分化，剩余产品开始越来越多，经常性、习惯性的物物交换促进了原始形态的商业空间形成和发展（图 1.11）。

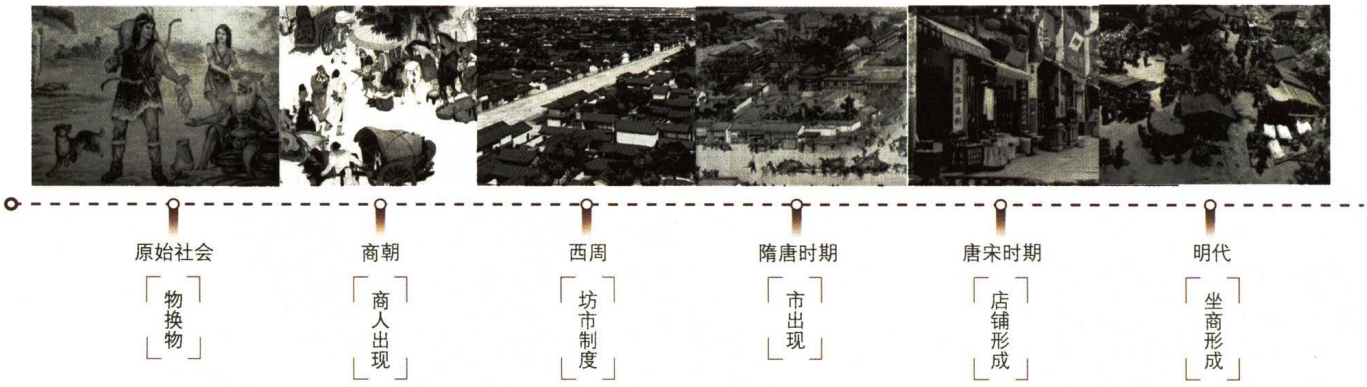

图 1.11 商业萌芽与集市的出现

“市，朝则满，夕则虚”是战国时期的谭石子对原始交易场景的形容。这里的“市”是露天交易的场所。这种交易场所极大地促进了商品流通速度、生产速度和交易质量，人们会有意识地去展示自己的商品。随着“市”的发展，参与交易活动的人越来越多，行业也越发细分，慢慢地就形成了集市。商朝时出现大量行商的人，所以才有了“商人”。在商朝，贩运货物已经成为商业活动的主要形式，商人在当时十分受到重视。据考古发现，商朝都城遗址中就有进行商业交易的固定的场所“市”。

据《周礼》记载，在周代，不仅在王都和诸侯国的大型城市中出现了“市”，甚至在城市之间的道路上也出现了“市”。“市”的蓬勃发展推动了经济的发展，进而推动了城市的发展，进一步促进了商业环境的形成。随着生产力的发展，金属劳动工具逐渐出现，极大地提高了人们的劳动生产效率。部分人开始摆脱辛苦的体力劳动，从事社会管理类的工作，社会分工开始出现。那时候，商人们进行的交易活动往往是远距离的，但长距离的运输在当时是较为困难的，因此慢慢地开始在城市中形成固定的摊位，并逐渐发展形成固定的交易场所，由此“坐商”形成。

随着坐商行业逐渐成熟，交易场地的要求也在不断提高。由于露天交易受天气的影响较大，商品也容易遭到破坏，严重影响商品质量和商人们的利益，所以商人们开始在摆摊之前搭建带棚的摊位。有了固定摊位之后，商人们开始与顾客约定合适的时间进行交易，既方便商人备货，也方便顾客劳动之余在固定时间去购买商品。由此商品交易有了固定的时间和场所。据《考工记》记载，春秋时期出现了早期的“市坊制”，并开始出现各类“店铺”，如粮食铺、药铺、盐铺、工具铺等。

2. 商业空间的发展期

秦朝统一度量衡，统一货币，为后来商业的发展提供了坚实的基础[8]。到了汉代，张骞出使西域，丝

绸之路开辟，商业活动的规模扩大且趋于稳定（图 1.12）。丝绸之路是连接欧亚大陆的陆上交易道路，主要贸易商品一般是瓷器、香料、珠宝、丝绸之类的名贵商品。频繁的商业活动使丝绸之路沿途产生了很多交易场所，极大地促进了中国和中亚、西亚以及欧洲等地区的文化和经济交流。

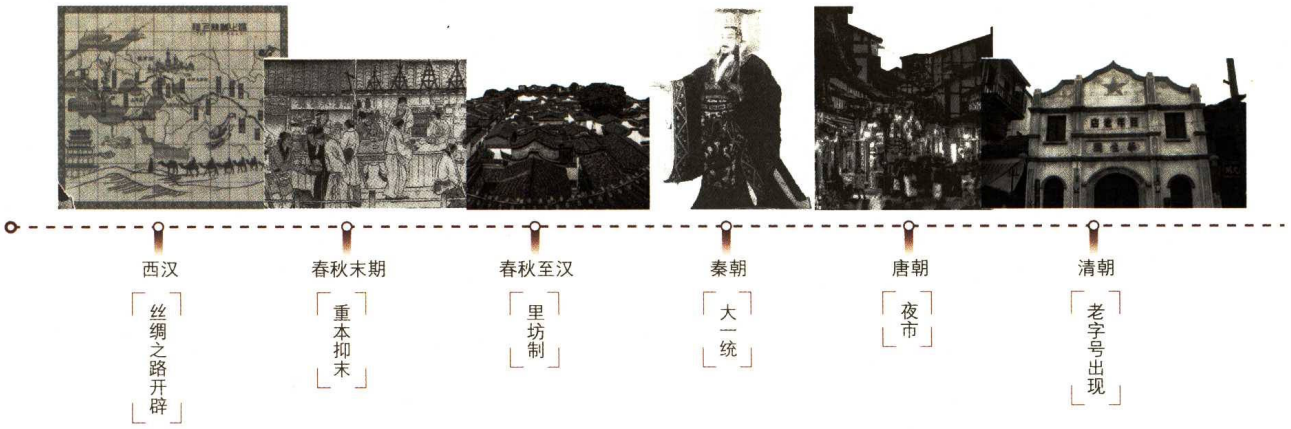

图 1.12　商业发展过程中的机遇

随着西周“里坊制”逐渐形成，商业贸易开始有了固定的贸易地点，长安成为商贾云集的大都市，洛阳也成为了经济飞速发展的商业大都市。唐朝早期实行了市坊制，规范了交易的时间和场所，在都城长安设立东市和西市，东西两市通过街道相连，形成“井”字形的商业路网。唐朝后期，市场固定时间开放和关闭的限制逐渐被打破，在繁华的大都市出现了夜市。随着夜市的迅速发展，商业出现了向乡镇蔓延的趋势，南北朝时，在城外的交通要道上出现了早期的“草市”（因商铺的顶棚用草铺成，所以取名草市）。此时的商业空间——“市”多沿用居住空间的形式，并没有形成独立的商业建筑，但已有了集合型商业的雏形。

到了宋朝，从《清明上河图》可以得知，商业街道呈条状分布，并且街与街相连接，街街巷巷皆有交易景象。城市的商业业态丰富多彩，网状的商业区域逐渐形成[9]，商品经济得到了飞速发展，商业店铺也越发增多。北宋与辽和西夏虽有对峙，但是宋与辽、西夏的商业贸易从未停止。宋朝废除了里坊制，开放了街巷，并且允许草市开办，经济日渐繁荣。随后宵禁废除，商业活动更加丰富，出现了夜市，白天到晚上都有市。这种开放型的商业环境改变了城市封闭交易的模式，为城市增添了更多的生活气息。商业活动主要向集市贸易和店铺行会发展，一些店铺为了宣传和促销产品，开始进行口头叫卖、实物陈列，这是商业发展到一定阶段才会出现的商业情景。

到了元朝，政权的统一促进了民族大融合，结束了长期的分裂割据的政治局面，使社会走向安定，促进了社会政治、经济、文化的大发展。元代是我国统一多民族国家发展的重要时期，元廷重新梳理了大运河，还开辟了海运，在全国各地设立了驿站，重新重视丝绸之路，以上措施都不同程度地促进了商业经济的繁荣。元大都逐渐成为国际商业大都会，东欧、日本、非洲、南洋都有商队往来进行贸易。这个时期对外贸易广泛，海运极其发达，泉州刺桐港经常有上百艘交易船只停泊，被外国旅行家称为“世界第一大港”。到了明朝，街道两侧既可以走车，也可以做市场，摊位成群，这种商铺一般都是工商合一型的，临街的铺面会标明商铺的功能。明代蒋一葵所著《长安客话》中记录了当时街道的繁荣景象：“大明门前棋盘大街。府部对列街之左

右，天下士民工贾，各以牒至，云集于斯，肩摩毂击，竟日喧嚣。”由于社会环境稳定，人口大量增加，手工业和商业迅速发展，出现了很多工商业城镇，小作坊开始演变成综合店铺。明朝统治者为了让人们安于农业，避免商贾富可敌国引起政治的不稳定，开始实行重本抑末政策，虽然抑商但不禁商，所以城市的商业活动依然能推动经济发展。

清朝早期的商业，种类繁多，行业齐全，与现代的商业中心分布近似。水陆交通路线成为商品集散地，商业活动蔓延至水陆的每个角落[10]。当时商品流通的地域广，商业市场逐渐地域化，于是形成了具有地域特色的商人集团。徽商、晋商、潮商是当时著名的商帮。清代也产生了著名的传统老字号店铺，如广州的十三行、北京的同仁堂等都是当时店铺的代表。清朝时期的市镇商业迅速发展，商品交换不再拘泥于小地方市场，商业成为沟通城乡、手工业与农业之间的桥梁，但是到清末，政局不稳，商业开始滑坡不止。从历史的角度看，商业的发展与政治稳定有着千丝万缕的联系。

3. 商业空间的过渡期

从鸦片战争到中华人民共和国成立，中国社会经历了巨大的变革。这一时期，中国正处于中西交汇、新旧接替的过渡时期，商业场所随着时代的洪流呈现出中西结合或逐渐西化的演变趋势[11]。商业场所的建造基本还是沿用以前的形式，但是会适当地使用新结构和新材料。为了接纳更多顾客、展示更多的商品，商人们会对商业空间进行改造，扩大商业活动的空间，在建筑外立面和门头上，会更加大力地宣传展示店铺内涵和商品。大型综合性商场开始形成。早期的大型综合商场是将原本独立的店铺集合在一起，或是把室外的街道搭上顶棚形成交易场所。北京的东安市场就是当时大型商场的代表。由于店铺紧张、租金不菲，出现了高楼层建筑商业活动，如和平饭店、上海第一百货公司等。钢材、玻璃、水泥开始取代传统的木材，建筑的样式结构都有了新的发展。这一时期的服务业也开始展现新的面貌，俱乐部、游乐场、电影院等都开始新式化（图 1.13）。

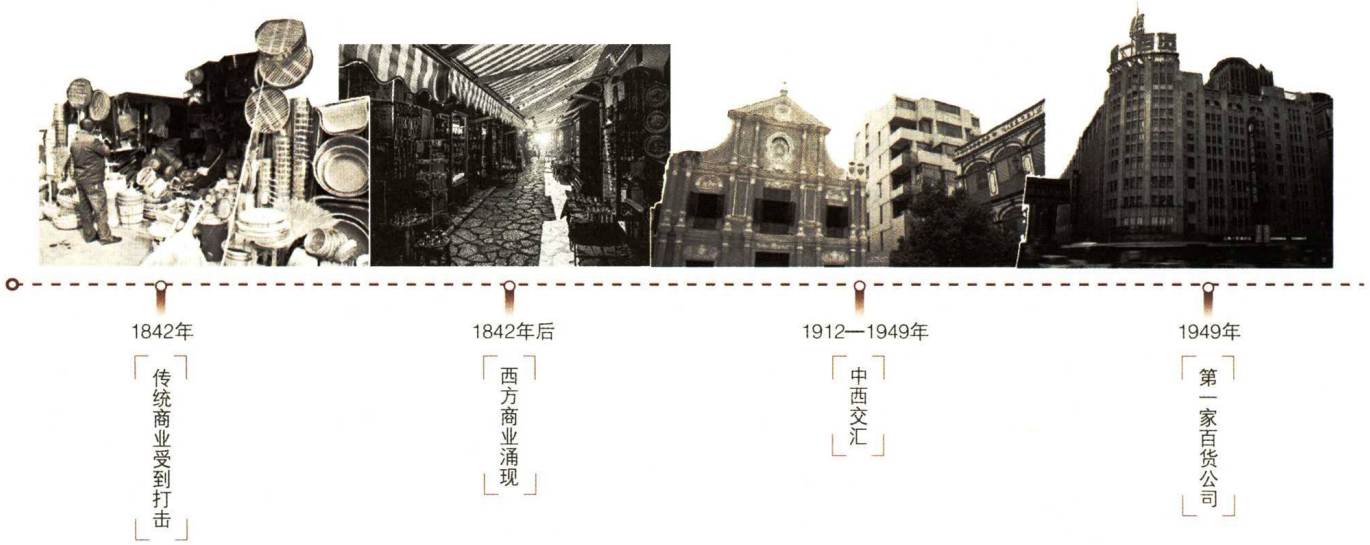

图 1.13　西方商业的涌入与发展

4. 商业空间的成熟期

中华人民共和国成立初期，由于生产力水平较低，物质基础薄弱，商业发展较为缓慢。随着我国开始有计划地开设国有企业，逐步形成了与国有管理有关的商业体系，合作社开始出现。这一时期的商业建筑只是简单地为商品提供存储交易的场所，形式较少，主要是供销合作社、百货大楼、菜市场等（图 1.14）。

1970 年以后，我国开始重视外贸，在广州建造了具有交通、旅游功能的商业建筑（如 1974 年建成的中国出口商品交易会展览馆[12] 等）。

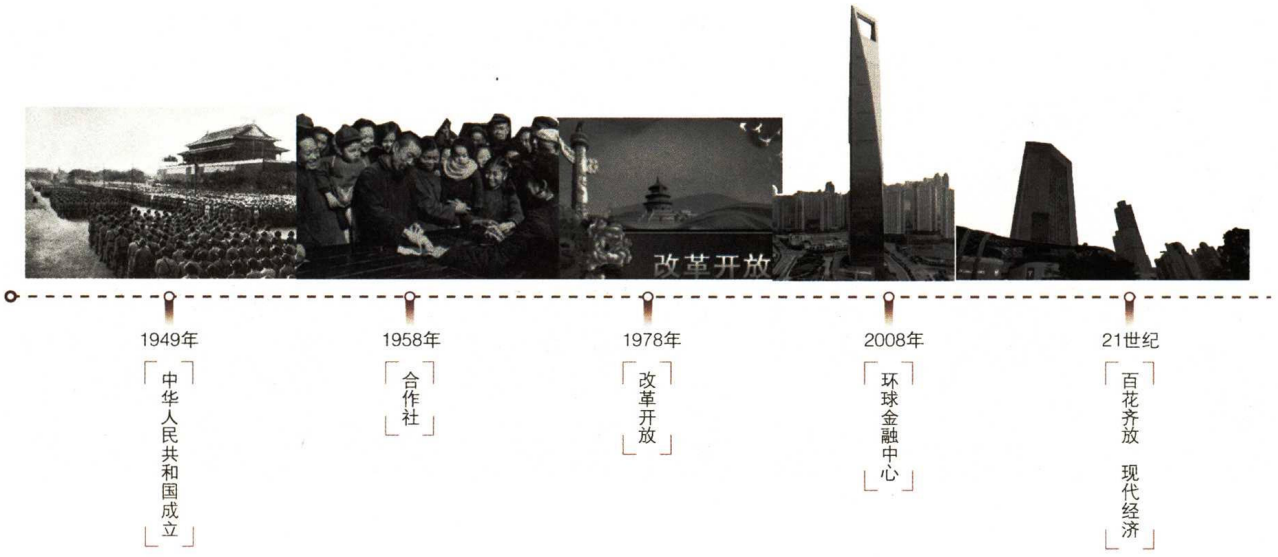

图 1.14　商业成熟期

改革开放之后，人们的消费观念以及商品管理模式开始发生变化。现代化的商业设施、多层商业空间开始出现[13]。各地建设的具有现代化气息的商业建筑逐渐向高层发展，并成为当地的商业中心，推动了商业贸易的发展。商业空间在种类、规模、功能、形式上都更加多样，也更加集中化、大型化、综合化，如香港的国际商务中心、上海的环球金融中心等[14]。

进入 21 世纪，互联网、5G、VR 等现代技术开始应用于商业领域。单一形式的百货商店、购物中心难以满足人们更加多元的物质和精神需求。以零售为主的传统商业逐渐失去优势，线上线下互动的“新零售”逐渐登上了历史舞台。商业空间更多承载的是商品体验，而非传统的商品展示。商业活动的开展更加注重消费者的参与、体验和感受（图 1.15、图 1.16）。在商业空

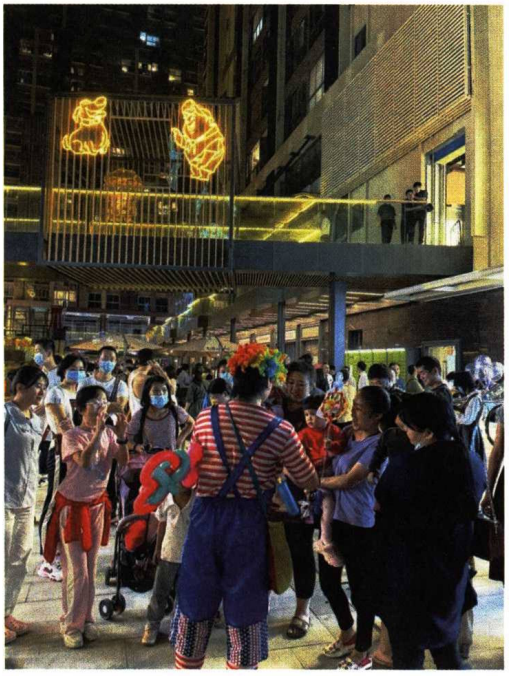

图 1.15　广州南浦时代夜市活动现场
体验与互动结合，增强了商业空间的娱乐趣味。

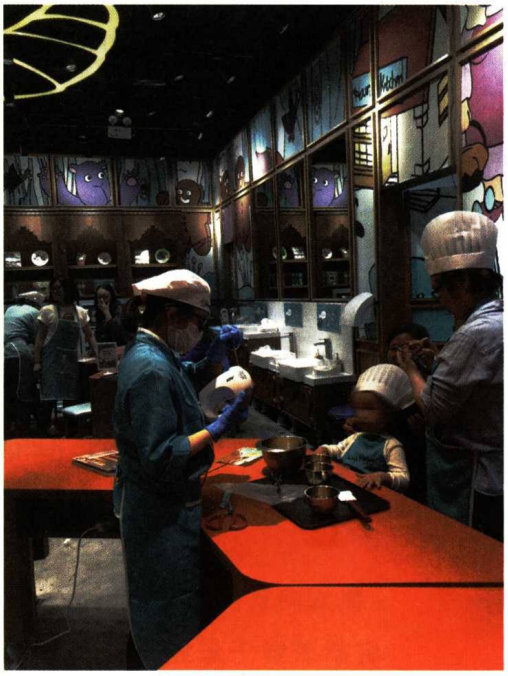

图 1.16　广州 K11 购物中心蛋糕制作体验店
商家与消费者有互动体验的商业空间。

间设计上，强调顾客的心理体验以及购物过程中的立体感受。商业空间的营造则更加注重娱乐性、互动性、文化性、情境化和个性化等特点[15]（图 1.17、图 1.18）。

图 1.17　广州南浦时代社区商业空间
通过传统技艺展示，为商业空间增添文化气息。

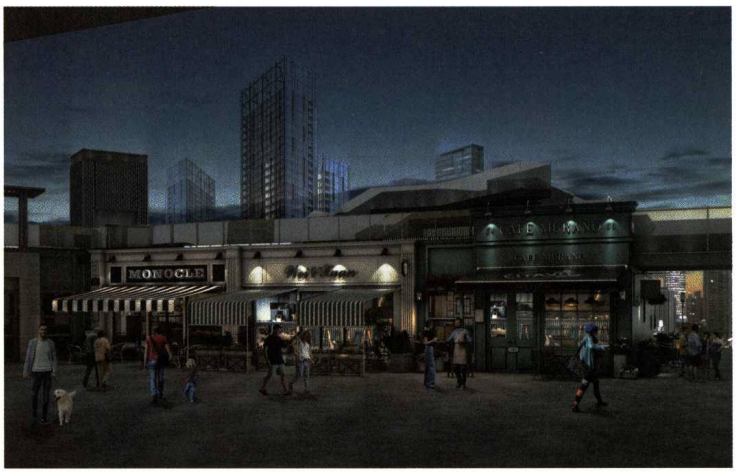

图 1.18　长春满庭芳华社区商业空间
营造异国风情的社区商业主题空间。

1.2.2　商业空间在西方的发展概况

在西方，商业空间发展的早期，传统工艺者和早期商人把自己的家当作店铺来使用。古希腊时期，一些城邦出现了广场雏形。后人将这种雏形称为“agora”（城市广场），其为面向海港且被长廊和神庙包围起来的一种在住宅中央的方形广场，后来 agora 变成了专业的市场。雅典的阿索斯中心广场，平面呈梯形，广场两侧设有敞廊，空间较封闭，市民在廊中进行商品交易。敞廊面向广场的立面有柱廊，柱子将敞廊分为两进，后进开设商铺，进行贸易活动。欧洲古代城市有着与中国古代里坊制城市不一样的开放式布局，广场和街道为商业活动提供了较好的空间载体。罗马时期的城市商业格局就是广场开放式和街道开放式的。古罗马的浴场也是当时商业活动的场所，人们来浴场不仅仅是洗浴，还从事商业活动。此外，大型皇家浴场还会有更大的商铺和图书馆等。罗马帝国灭亡之后，商业也开始陷入低谷，很多大都市交易中心都逐渐没落（图 1.19）。

10 世纪至 13 世纪，新式轮犁普及，自给自足的庄园经济因不能满足消费需求而逐渐解体，商业空间

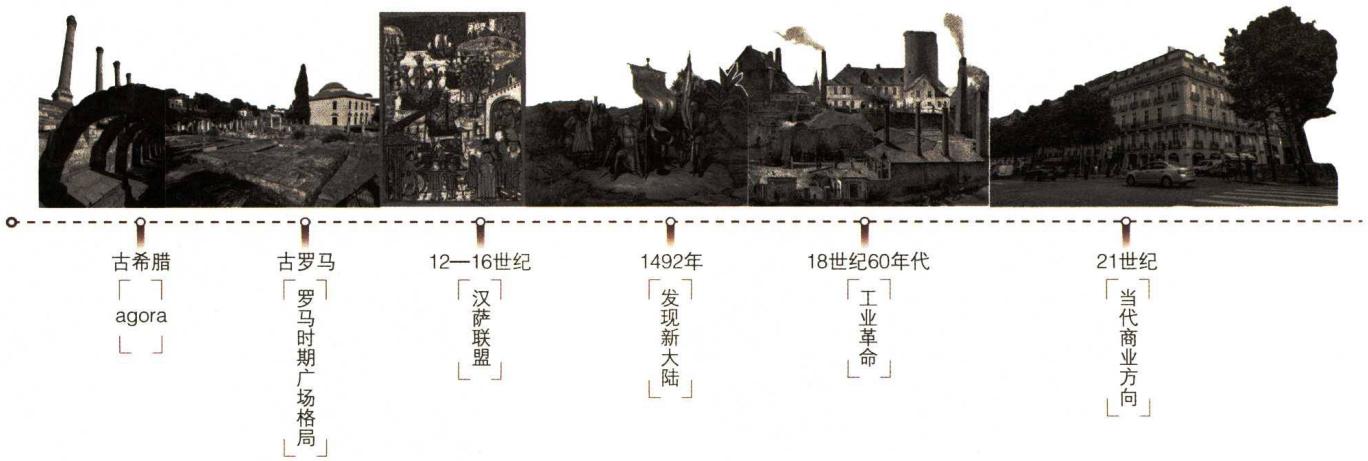

图 1.19　西方商业发展阶段

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com