

<<商业空间设计>>

图书基本信息

书名：<<商业空间设计>>

13位ISBN编号：9787508480633

10位ISBN编号：7508480635

出版时间：2011-5

出版时间：水利水电出版社

作者：盖永成，郭潇 编著

页数：113

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<商业空间设计>>

内容概要

本书结合我国大学专业教育未来的发展方向和现代大学人才培养目标，对商业空间设计进行了新的研究和探讨。

将实际项目案例，包括其设计策划、设计程序、设计结果等内容引入。

本书共分10个单元，分别是商业空间设计概述、商业空间的业态与分类、设计与消费心理、商业空间策划要素、商业空间的分类设计、商业空间配套设计要素、商业空间照明设计、商业空间色彩设计、商业空间与堪輿学、设计程序等。

本书适合作为高等院校建筑相关专业、环境艺术设计专业的学生使用，也可以供有兴趣的读者和专业人士参考阅读。

<<商业空间设计>>

书籍目录

序

前言

写在前面的话——商业空间设计教学思路浅析

第1单元 商业空间设计概述

1.1 商业空间设计的定义

1.2 商业空间设计的特征

1.3 商业空间的历史演变

1.4 商业空间的发展趋势

第2单元 商业空间的业态与分类

2.1 商业展卖空间的业态与分类

2.2 酒店空间的业态与分类

2.

3 餐饮空间的业态与分类

2.4 休闲、娱乐空间的业态与分类

第3单元 设计与消费心理

3.1 市场心理分析

3.2 设计与消费心理

第4单元 商业空间策划要素

4.1 商业空间设计的前期策划

4.2 商业空间的周边环境分析

第5单元 商业空间的分类设计

5.1 商业展卖空间的平面布局及分类设计

5.

2 酒店空间的平面布局及分类设计

5.3 餐饮、休闲、娱乐空间的平面布局及分类设计

第6单元 商业空间配套设计要素

6.1 设备管网设计

6.2 配套设施设计

6.3 无障碍设计要素

第7单元 商业空间照明设计

7.1 照明的基础知识

7.2 商业空间的分类照明

7.3 不同类别商业空间的照明设计

第8单元 商业空间色彩设计

8.1 色彩的感受效应及其在商业空间设计中的作用

8.2 商业空间色彩设计的作用和原则

8.3 商业空间的色彩创意

第9单元 商业空间与堪輿学

9.1 选址与堪輿学

9.2 颜色与堪輿学

第10单元 设计程序

10.1 设计前期

10.2 设计中期

10.3 设计后期

参考文献

章节摘录

版权页：插图：（1）收敛型构成形式是指空间周围具有鲜明的界限范围，并从外围向中心进行分割组织的空间形式，店前广场一般属于此种类型的构成形式，如图2-17所示。

围合空间的中心空间是充实的积极空间，即意味着此类空间能满足人们的空间需求，在组织的过程中是按照一定的目的由外向内进行构筑的。

收敛构成的方法是分区组织，即在具有明确界限范围的空间中相据功能需要进行分区，再根据“人”这一主题在各部分中的活动规律进行空间细分，最后再将被明确的各区域联系起来，使之成为流动的整体。

收敛构成的积极性空间包括各种不同的构成形式，如由内空体围合而成的封闭式外空间构成，由空间围合实体或内空体的敞开式外空间构成。

（2）扩散型构成形式是围绕建筑空间展开，构成各类展开式的空间组织形式，主要包括均匀分布式和中心式，形式上有放射形、矩形、星形、环形、直线形、树枝形、卫星形和自由形等，均是依据人们在空间中的活动路线的时序作为其构成骨架的。

2.商业步行街规划的设计原则商业步行街应该考虑建在人流密度大，相对中心的城区，但又不能以牺牲周围环境、交通为代价。

同时，应有明确的主题定位，并与自身情况和周边城市环境相呼应。

街道空间设计是商业步行街成败的关键。

商业店铺的集中形成了室外购物、休闲、餐饮等功能空间，这就是商业步行街的本质——室内商业活动沿店铺的街道空间向室外的延伸。

由此决定了其设计的核心就是让空间变得有用而舒适，为商业活动中的人服务，如图2-18—图2-20所示。

商业步行街并不是规模越大，街道越长越好。

过于庞大的规模往往会给行人一种难以亲近的感觉，而且对于行人的体力也是很大的考验。

一般来说，商业步行街应该控制在300m左右，对于某些大城市的一些大型的商业步行街也应控制在1000m以内，宽度应该控制在20~25m。

街道两旁的建筑物一定不能太高，一般不要超过三层。

过高的建筑物摆在步行街并不宽的街道两旁，会给行人带来压抑的感觉。

同时，从心理学角度来说，人们倾向于平行的移动，对于垂直方向的移动，在不必要的情况下，人们会选择避免发生。

所以，高层建筑的商家在商业步行街上往往成了摆设，并没有多少商机可言。

商业步行街应该尽量营造良好的购物环境，激发行人的购买欲望，这样才能达到商业性的目的。

这里所指的购物环境，主要包括商业步行街的整体特色，商业布局等客观环境。

商业步行街应该以明亮、暖性的颜色为整体基调。

因为暖性的颜色容易使人兴奋，激发购物欲望。

同时，商业布局应做到错落有致，不应该布置成在一家商店就能把顾客所需的所有物品都购买到。

<<商业空间设计>>

编辑推荐

《商业空间设计》是普通高等教育建筑与环境艺术类“十二五”规划教材。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>