

<<商业建筑室内环境艺术设计>>

图书基本信息

书名：<<商业建筑室内环境艺术设计>>

13位ISBN编号：9787560941783

10位ISBN编号：7560941788

出版时间：2008-4

出版时间：华中科技大学出版社

作者：辛艺峰

页数：387

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>

<<商业建筑室内环境艺术设计>>

内容概要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

它将商业建筑室内环境艺术设计的各个要素合乎逻辑而又清晰简明地联系在一起，综合了国内外学者对商业建筑与环境艺术设计的最新研究成果，紧扣当前国内如火如荼的商业建筑室内环境艺术设计实践，从设计理论和实践两个层面深入、系统地对商业建筑室内环境艺术设计的意义、特点、发展趋势及基本原理予以阐述，较为详细地介绍了中外商业建筑内外环境的发展概貌，并从其环境艺术设计的角度出发，归纳出商业建筑室内环境艺术设计的装饰立意、空间布局、界面装饰、展示陈设、形象塑造，外部空间环境设计的原理与方法，以及防火安全设计的原则与措施。

同时，书中还详细介绍了现代商业建筑室内环境的主要零售业态，即百货商场、专业商店、超级市场、购物中心、步行商业街与地下商业空间的室内环境艺术设计原理、要点和方法，在设计实例研究部分还选择了24个中外现代商业建筑室内环境中主要零售业态方面的设计实例予以剖析，供读者在设计研究与创作实践中借鉴和参考。

本书是一本系统介绍商业建筑室内环境艺术设计的专业教材，可作为高等院校土木建筑、艺术设计等相关专业本科生、研究生的教学用书，也可供从事建筑室内环境艺术设计、工程施工及管理方面的相关专业人士以及对建筑室内环境设计有兴趣的各类读者阅读和使用。

<<商业建筑室内环境艺术设计>>

作者简介

辛艺峰，1961年11月生，1984年毕业于湖北工业大学艺术设计学院；现为华中科技大学建筑与城市规划学院教授，硕士导师，艺术设计系副系主任，学院学术委员会及教学指导委员会委员。是中国建筑学会室内设计分会理事、资深高级室内建筑师、专家委员会专家委员。

主要从事城市及建筑内外环境艺术设计专业方面的理论研究、教学、科研与工程设计工作。著有《建筑绘画表现技法》、《商业建筑室内环境艺术设计》与《室内设计原理》等著作和教材，发表学术论文数十篇，出版、展出各类艺术设计作品百余件。

<<商业建筑室内环境艺术设计>>

书籍目录

序前言上篇 设计原理 设计导论——面向经济浪潮的商业建筑室内环境艺术设计 0.1 商业建筑室内环境艺术设计的意义 0.2 商业建筑内外环境艺术设计的特点 0.3 现代商业建筑内外环境艺术设计的发展趋势 第1章 商业建筑室内环境设计的基本原理 1.1 设计理念与构成要素 1.2 经营形式与空间规模 1.3 顾客心理与购物行为 1.4 功能特征与市场定位 1.5 设计范畴与遵循原则 1.6 设计方法与程序步骤 第2章 商业建筑内外环境的发展演变 2.1 中国传统商业建筑内外环境的演变 2.2 外国传统商业建筑内外环境的演变 2.3 现代商业建筑内外环境的发展 2.4 商业建筑内外环境艺术设计的展望 第3章 商业建筑室内环境的装饰立意 3.1 商业建筑室内环境的装饰意境 3.2 商业建筑室内环境的格调设计 3.3 商业建筑室内环境的气氛营造 3.4 现代商业建筑室内环境的设计创造 第4章 商业建筑室内环境的空间布局 4.1 商业营销环境的功能组成 4.2 室内动线安排与组织 4.3 空间布局与面积配比 4.4 营销环境的具体设计 4.5 辅助空间的设计要点 第5章 商业建筑室内环境的界面装饰 5.1 商业建筑室内环境界面装饰的意义 5.2 商业建筑室内环境的界面装修 5.3 商业建筑室内环境的色彩设计 5.4 商业建筑室内环境的照明设计 第6章 商业建筑室内环境的展示陈列 6.1 商业建筑室内环境展示陈列的意义与形式 6.2 商业建筑室内环境的空间展示陈列设计 6.3 商业建筑室内环境展示陈列的道具设计 6.4 商业建筑室内环境展示陈列的橱窗设计 第7章 商业建筑内外环境的形象塑造 7.1 商业建筑内外环境形象塑造的意义与内容 7.2 商业营销环境的门面设计 7.3 商业营销环境的广告设计 7.4 商业营销环境的导向设计 第8章 商业建筑外部环境设计 8.1 商业建筑外部环境设计的意义与要点 8.2 商业建筑外部环境的空间布置 8.3 商业建筑外部环境的交通组织 8.4 商业建筑外部环境的艺术设计 第9章 商业建筑及营销环境的防火安全 9.1 商业建筑及营销环境的火灾特点与火险隐患 9.2 商业建筑及营销环境的防火要点与设计原则 9.3 商业建筑及营销环境的防火设计 9.4 商业建筑及营销环境的防火措施 9.5 商业建筑及营销环境的典型火灾案例分析 第10章 各类商业建筑室内环境艺术设计要点 10.1 百货商店室内环境艺术设计要点 10.2 专业商店室内环境艺术设计要点 10.3 超级市场室内环境艺术设计要点 10.4 购物中心室内环境艺术设计要点 10.5 步行商业街环境艺术设计要点 10.6 地下商业空间环境艺术设计要点 下篇 设计实例研究 1 百货商场设计实例 1.1 北京市百货大楼 1.2 南京新街口百货商店 1.3 武汉中南商业大楼 1.4 英国伯明翰Selfridges百货商店 2 专业商店设计实例 2.1 意大利卡普里岛Pucci服饰专卖店 2.2 杭州法拉利精品店 2.3 中国台湾地区台中市远东珠宝名店 2.4 中国香港地区On Pcdder皮具店 2.5 中国香港地区余仁生中药店 3 超级市场设计实例 3.1 沃尔玛购物广场武汉销品茂 3.2 家乐福超市武汉洪山广场店 3.3 日本兵库县山阳MARUNAKA西宫店超市 3.4 西班牙巴塞罗那市郊蒙蒂加拉超市 4 购物中心设计实例 4.1 上海新世纪商厦购物中心 4.2 北京新东安市场购物中心 4.3 广州正佳广场购物中心 4.4 中国香港地区太古广场购物中心 5 步行商业街设计实例 5.1 北京王府井商业步行街 5.2 长沙黄兴南路步行商业街 5.3 广州北京路步行商业街 5.4 美国加利福尼亚州环球城步行商业街 6 地下商业空间设计实例 6.1 上海人民广场地下商城 6.2 西安世纪金花购物中心地下商城 6.3 日本广岛纸屋镇地下商城 主要参考文献

<<商业建筑室内环境艺术设计>>

章节摘录

插图：第1章 商建筑室内环境设计的基本原理：现代商业营销环境是城市建筑群体中的有机组成部分，是展示现代城市风貌和形象的重要因素。

回顾人类商业营销环境的发展可知，从露天市场到具有大型室内营销空间的购物中心，从手工制品到大批量的工业化产品，从物物交换到现代电子商务，人类社会的商业活动及其空间载体——商业营销环境已经发生了极大的变化。

1.1 设计理念与构成要素：当今的商品世界琳琅满目，丰富多彩，这些商品都应该有一个良好的环境来陈列，以展现出商品应有的价值并便于顾客选购。

这里所说的环境，即指商业营销环境。

从20世纪90年代开始，伴随着我国社会主义市场经济体制的建立，商业活动空前繁荣，这使得商业营销环境的设计与建设迎来了一个良好的发展契机，各类改建、扩建、新建的商业营销环境在不同城市的繁华地段及新开发区竞相开业，从而促使商业建筑室内环境艺术设计由往日的相互摹仿朝着个性化、多元化的方向发展，其百花齐放的设计与建设局面也逐渐形成。

在日常生活中，衣、食、住、行、用、玩等都脱离不了商业活动的范畴。

现代的消费者出入不同档次的商业营销环境，不仅仅为了满足于“物质上的获得”，而且要求有“精神上的满足”。

这就使得商业活动在整体消费环境的冲击下，向着更高的层次发展。

由此可见，商业建筑室内环境艺术设计作为一项最具挑战性和前瞻性的工作，已经成为一门综合性很强的设计领域。

它不仅包含城市、建筑、景园、室内、家具和装潢等多方面的设计内容，而且和社会学、经济学、商品学、市场学、消费心理学和文化学等一系列学科相关联：设计师们在这个领域，必将有更多的机会来施展自己的才华，创造出众多不同档次，各具个性，富有时代感、竞争性及商业文化特色的商业营销环境。

<<商业建筑室内环境艺术设计>>

编辑推荐

《高等学校艺术设计专业教学丛书·商业建筑室内环境艺术设计》是一本系统介绍商业建筑室内环境艺术设计的专业教材，可作为高等院校土木建筑、艺术设计等相关专业本科生、研究生的教学用书，也可供从事建筑室内环境艺术设计、工程施工及管理方面的相关专业人士以及对建筑室内环境设计有兴趣的各类读者阅读和使用。

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>