第1章

商业空间设计概述

学习要点及目标

- 了解商业空间设计的定义。
- 熟悉商业空间设计的特征。
- 重点掌握商业空间设计的发展趋势。

本章导读

随着生产力的发展，商业活动形态持续演变：由非定期形式发展至定期形式，由赶集模式发展为集贸形式，活动的时空范围也从流动的时空转变为特定的时空。商业空间可以理解为承载上述商业活动的各类空间形式和空间环境，是人类活动空间中最为复杂多变的空间类型之一。

1.1 商业空间设计的定义

商业概念有广义与狭义之分。广义的商业是指所有以营利为目的的事业；而狭义的商业是指专门从事商品交换活动的营利性事业。与之对应，为商业服务的空间环境设计同样具有广义和狭义的区分。广义的商业空间设计可理解为：所有与商业行为、活动相关的空间环境设计。狭义的商业空间设计可理解为：商业活动所需的空间环境设计，包含了多方面的内容。随着人类社会的不断进步和市场经济的迅速发展，现代商业空间的综合功能日益丰富，规模不断扩大，出现各类商业用途的空间环境，如酒店、餐饮店、娱乐场所、休闲空间、专卖店等空间均属于其范畴。如今，人们不再只是满足于商业空间功能和物质层面的需要，而是对其环境营造及精神影响提出了更高的要求，以满足发展的需要。这就必然形成多样化的特征，其概念也会不断演变和延伸。其中，以商品的陈列展示为主、以促进商品销售为目的的空间环境设计称为商业空间设计。它与人类影响环境功能、赋予环境视觉秩序、提高环境质量和装饰水平的能力紧密联系在一起。现代商业空间设计应该以满足商业发展需求为前提，搭建商业活动平台，将创新与时代感相结合，营造出满足人们商业活动需求的空间环境。

商业空间不同于人居空间，前者包含室外空间、过渡空间、室内空间三大部分。本书将以商业空间中的室内部分为主要内容，针对商业空间设计的概念、分类、设计方法、设计程序、光环境和色彩等方面加以论述。

1.2 商业空间设计的特征

最大限度地满足室内空间的使用功能，契合人们的使用需求，是室内设计永恒的主题。在现代商业空间的使用功能塑造上，除传统设计理念与设计方法外，其功能性特征主要体现在以下几个方面。

1.2.1 展示性

商业空间以商品的陈列展示为主，以促进商品销售为目的，同时承担产品本身及附加信息的传达功能。以 Ace&Tate 眼镜店为例（见图 1-1），其设计营造了一个令人感到宁静的空间，同时又能够结合品牌丰富的色彩元素。店铺内部结构借鉴了宗教场所的叙事方法，赋予了空间独特的吸引力。同时，与室内设计师的合作，保证了绚丽色彩在空间中既不显杂乱，又能与空间固有的平和感和冷静感相得益彰。通过富有创意的视觉呈现直击客户内心，以趣味性的方式达成展示目的。

(a)

(b)

(c)

(d)

图1-1　Ace&Tate眼镜店的空间设计

点评：图1-1所示为Ace&Tate眼镜店的展示环境，通过精心设计的陈列布局与氛围营造，精准传达了商品的设计理念与品质内涵，达成了商业展示的预期目的。

1.2.2 服务性

空间存在的意义即为人的需要提供相应的服务功能，满足人们的精神与物质生活需要。以图 1-2 所示的品牌服饰店为例，其设计理念旨在“打造一个成人游乐场，一个不只是购物的地方”。该设计采用混合异构的解决方案，抓住空间本质，找到人和空间的核心要素，在定

义空间的同时突出空间的使用功能。在设计概念上，采用凹凸的前沿设计，以最少的语汇实现简洁而有效的表达。

(a)

(b)

图1-2　品牌服饰店的空间设计

点评：图1-2中采用前沿设计概念的品牌服饰店，将室内空间精心设计，以塑造出独特的品牌身份。

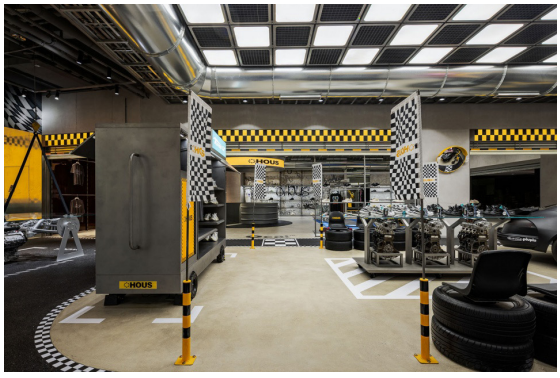
1.2.3　娱乐性

商业空间的娱乐性，最明显地体现在情景化场景的运用上。电商的发展推动各行业日新月异，也对实体店的体验和品味提出了更高的要求。尤其在面对年轻客户群体时，突显空间娱乐性是较好的商业策略。图 1-3 所示的一系列特色潮牌展示空间，通过夸张、强烈且富有刺激性的手法，实现了场景化空间营造，彰显了适合年轻群体消费观的娱乐属性。

(a)

(b)

图1-3　潮牌展示空间



(c)

(d)

图1-3　潮牌展示空间（续）

点评：图1-3所示的一系列彰显娱乐性的空间设计，反映了设计者对年轻群体消费需求的理解和诠释。

1.2.4　艺术性

当下的商业空间设计越来越重视生态观念的表达。设计师们不断反思过去机械时代对生存环境造成的影响，同时怀念农业社会自给自足的生存状态，这种状态给人们带来了舒适与惬意。现代都市人注重双重体验，这已成为他们艺术化的日常追求。如图 1-4 所示，其反映了人们在理想与现实之间游走时，通过艺术作品与商业行为的有机融合，在获得物质性商品的同时，也能得到精神方面的艺术熏陶。

(a)

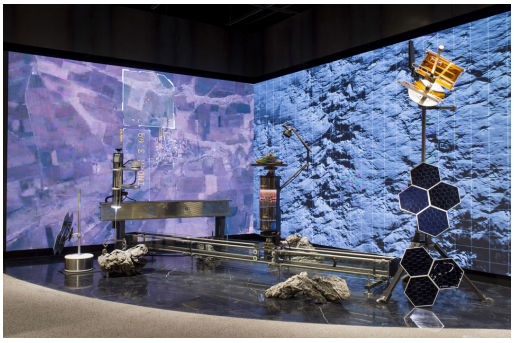
(b)

图1-4　艺术化的空间设计

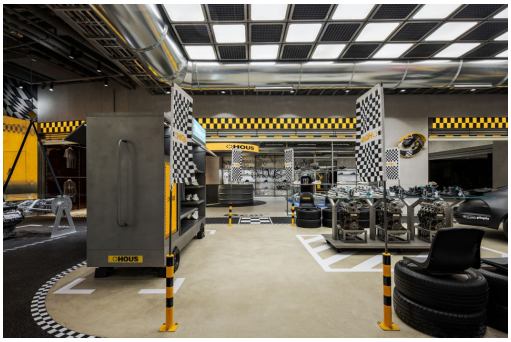
点评：图1-4所示的艺术化空间设计，凭借独特的设计手法与美学表达，极大地丰富了买卖双方的视觉感知，同时带来了深层次的精神体验。

1.2.5 科技性

现代商业空间设计注重运用科技手段，通过展示高科技元素来增强空间环境的时代感和科技感。图 1-5 所示的设计，科技感十足，给空间带来难以言传的魅力。金属材料与灯光的巧妙配合，使空间充满了神秘氛围和动感活力，为商品内涵赋予了生命力。



（a）



（b）

图1-5　充满科技感的空间设计

点评：图1-5所示为充满科技感的空间设计，为商品赋予了更多的内涵与价值。

1.3 商业空间设计的发展趋势

商业空间设计紧随社会进步和科技发展的步伐，不断演变与拓展。它肩负着时代赋予的使命，需要兼具时代性、创新性与前瞻性。随着人们生活水平的不断提高，对居住、商业、工作等空间环境的设计提出了更高的要求。人们不仅关注物质需求，也越来越多地关注精神需求，这使得商业空间设计呈现出以下几种主要的发展趋势。

1.3.1 以人为本的用户体验设计

20 世纪 60 年代以后，人们的价值观从“物为本源”转变为“人为本源”。在时代变革中，当人们的物质生活需求得到满足后，思想观念也随之发生巨大变化。以人为本的用户体验设计，关注用户与产品或服务之间的交互关系，注重用户自身生活环境的改善。在商业空间设计领域，好的用户体验可以增强用户的黏性，提高客户忠诚度，并将用户变成品牌的忠实粉丝。

1. 实现空间的高效利用

室内空间环境的设计不仅仅是对建筑的美化，更多的是对室内空间功能进行高效利用，使布局更加合理，以满足人们的生活需求。设计应围绕用户的感受和需求展开，完善空间功能，在满足功能的前提下，尽可能创造舒适、美观的环境。

2. 关注人的心理需求

商业空间活动是以信息传达和沟通为主要功能的交流活动，其效果的产生与人的心理要

素密切相关。室内空间中不同的色彩、尺度、材质、造型等因素给人的心理影响是不同的。因此，设计师需要通过多方面的调研和用户反馈来逐步完善体验设计。例如，不同年龄、性别、职业、民族、地域、信仰的人，对同样的室内空间环境会产生不同的心理反应和需求。人们在认知客观事物的过程中，会伴随着满意、厌恶、喜爱、恐惧等不同的情感，进而产生意愿、欲望与认同等。

研究人的心理情感对空间环境设计的影响至关重要，这要求设计师灵活运用各种理论，以使设计既符合空间的功能要求，又能照顾到用户的心理需求，打造用户喜欢的室内空间环境。如此一来，用户在接受服务时能得到更好的消费体验，享受消费过程，进而衍生商业行为，也能更好地实现用户与空间之间的互动交流。

图 1-6 所示的空间设计，注重人的心理需求，以素色环境营造轻松的氛围，帮助用户放下心理负担，获得更好的体验感，从而在此得到身心的完全放松，使空间的功能性与受众的心理预期同时得到满足。

图1-6　科技美容空间设计

点评：图1-6所示的设计既要满足功能要求，又要照顾到顾客的心理需求。

1.3.2　原生态

保护人类赖以生存的自然环境，维持生态平衡，合理开发与利用能源，是世界性的议题，也是全球关注的焦点。人类离开赖以生存的环境，一切都将不复存在。正因为人们认识到生态平衡的重要性，所以在室内空间设计领域，人们日益重视保护原生态的空间环境。这包括绿色建材的选用和自然能源的合理利用，以及提倡“重装饰轻装修”的理念，充分发挥天然采光和通风的作用，致力于营造出环保、健康、安全的室内空间环境。如图 1-7 所示，在室内环境中恰当地增加绿植并使用原生态材料，不但能够活跃空间氛围，增强色彩感，而且符合当下人们追求生态理念的诉求。这样的设计方式不仅塑造出自然的空间形象，更延伸了商业空间的原生态属性。

(a)

(b)

图1-7　在空间中搭配绿植并使用原生态材料

点评：如图1-7所示，适当地在空间中搭配绿植并运用原生态材料，有助于更好地诠释空间的特色与氛围。

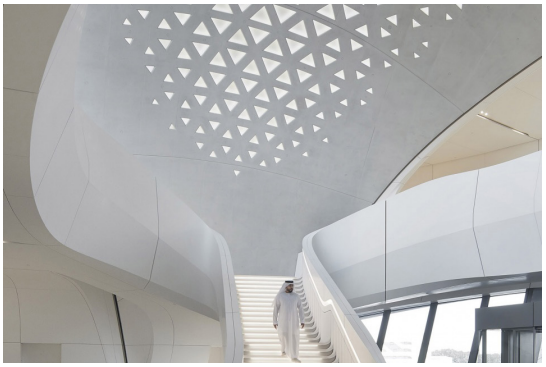
1.3.3 AIGC引领下高新技术的应用

建筑大师密斯·凡·德·罗（Ludwig Mies Van Der Rohe）曾说过："当技术实现了它的真正使命，它就升华为艺术。"这似乎是将技术与艺术等同起来，艺术与技术并肩前行。AIGC利用人工智能技术的发展，要求设计师顺应历史潮流，不断探索和实践新技术革命在空间设计中的应用。设计师应当密切关注与艺术相关的技术的发展动态，甚至是其他领域（如能源电力、航空航天、基因技术、生命科学、人工智能等方面）的技术发展动态，大胆尝试将最新的技术和材料融入自身设计，这是设计师应有的职责。建筑领域就存在这样以高科技风格为特征的"高技派（High-Tech）"，亦称"重技派"。

高技派宣扬机器美学和新技术的美感，主要表现在以下三个方面。

（1）提倡采用高强钢、硬铝、塑料和各种化学制品来制造体量轻、用料少、能够快速并灵活装配的建筑；强调系统设计（Systematic Planning）和参数设计（Parametric Planning），主张采用与表现预制装配化标准构件。如图 1-8 所示，高新技术与材料的应用可提升空间美感。通过凸显结构的美感，增强空间的戏剧性，赋予空间动感与活力。

（2）秉持"功能可变，结构不变"的理念，注重表现技术的合理性和空间的灵活性，既能适应多功能需求又能达到机器美学效果。这类建筑的代表作首推巴黎蓬皮杜艺术与文化中心，如图 1-9 所示。而图 1-10 中，重复的结构构成呈现出的美感，强烈地冲击着人们的视觉感官。



（a）

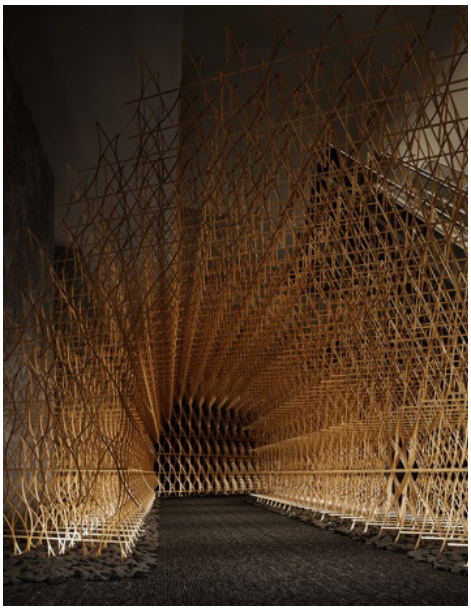
（b）

图1-8　高新技术与材料的应用

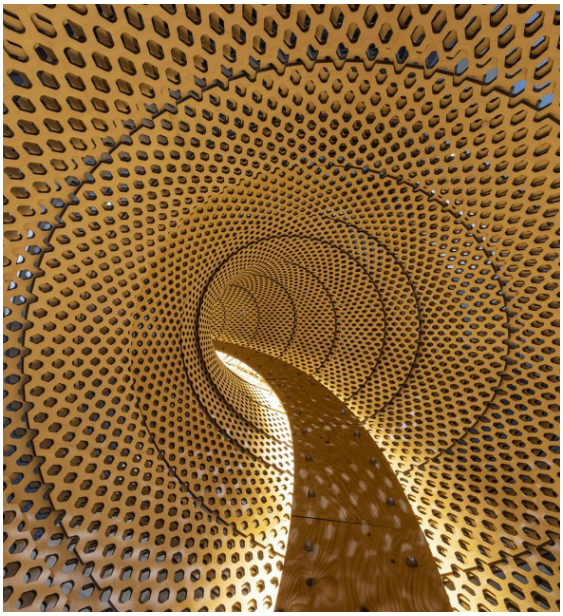
点评：如图1-8所示，通过对各类材料的异型加工，打破常规形态的限制，塑造出层次丰富、极具立体感的空间效果，有利于营造空间的视觉吸引力与独特魅力。

图1-9　巴黎蓬皮杜艺术与文化中心

点评：如图1-9所示，大尺度钢结构形成具有视觉冲击力的空间主体，其外露的设计直接揭示了空间的功能本质和建筑理念。



(a)



(b)

图1-10　结构重复

点评：如图1-10所示，通过简单的结构重复构建而成的空间体系，展现了独特的结构美。步入其中，观众将被引入一个充满时空错觉的诗意空间。

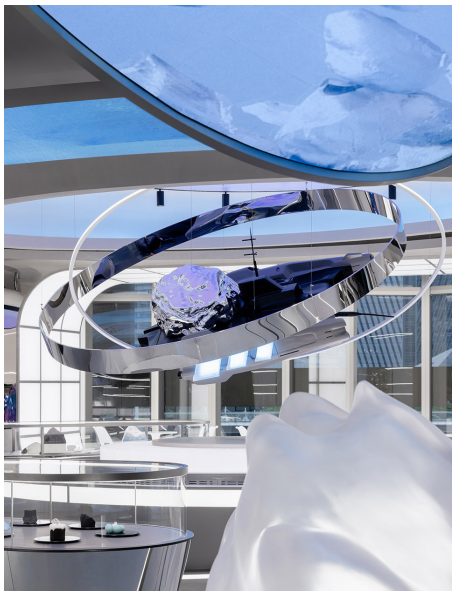
（3）新时代的审美观应该考虑技术的影响因素，力求使高度工业化的技术融入人们习惯的生活方式，并与传统美学观相结合，从而使人们更容易接受并产生愉悦感。图 1-11 通过艺术化的表达，将挑高的传送带与循环搅动的面粉容器作为可陈列、展示的场景单元，使人们仿佛置身于“实验场”，切身感受机械化工业时代背景下的复杂性和结构美。而图 1-12 则借助新技术，展现对未来宇宙的探索，仿佛在触碰时空边界，与未来对话。

(a)

(b)

图1-11　工业时代的视觉特征

点评：如图1-11所示，通过将工业时代的视觉特征融入空间设计，生动展现出媒介时代下独特的机械美学魅力。



(a)

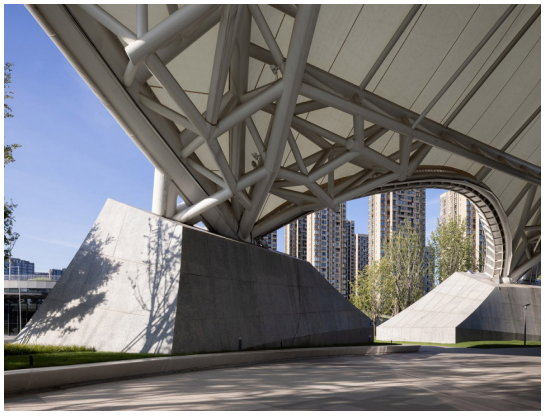
(b)

图1-12　现实世界的超时空体验

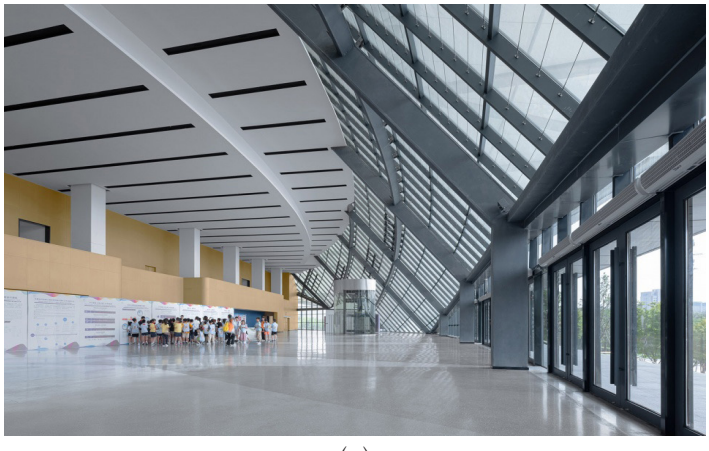
点评：如图1-12所示，一系列体验场景的设置，实现了模态数字空间与现实场景空间的融合，从而达成了跨媒介的表达。

开放与交流促进了世界经济的一体化，也带来了更多建筑新技术的应用和新设计理念的发展。这些以新材料、新思想、新设计为主的建筑风格已经在全球范围内流行，其中，重技派凭借新技术在功能和形式上精准呈现建造者的设计意图，逐渐成为现代建筑师们的主要技法。图 1-13 所示为杭州亚运公园曲棍球场馆，充满结构美感的框架龙骨线条富有张力和生命力。

(a)



(b)



(c)

图1-13　杭州亚运公园曲棍球场馆

点评：如图1-13所示，该建筑在设计与施工过程中，对每一层都采用了三维建模技术。从施工人员管理、物料计算、预算规划到细节设计，全面运用BIM技术，成功打造了中国首个BIM协作项目（涵盖公园和7座建筑），并因此荣获相关奖项。

1.3.4　多元化

建筑设计领域中的风格与流派一直影响着室内设计，现代主义、后现代主义等风格更是主导着室内设计的风格走向。然而，在多元化的时代，室内设计的风格很难用固定的模式来区分和统一。室内设计因使用者不同、功能不同、环境不同以及投资预算的差异等多重因素，

展现出多层次和多风格的发展。多元化的室内设计已成为当今社会的整体趋势，代表着时代的特征，反映出世界室内设计的发展潮流。例如，图 1-14 利用夸张和重构的元素造型装饰空间，图 1-15 则利用广告牌的空间结构来营造空间的多元化。

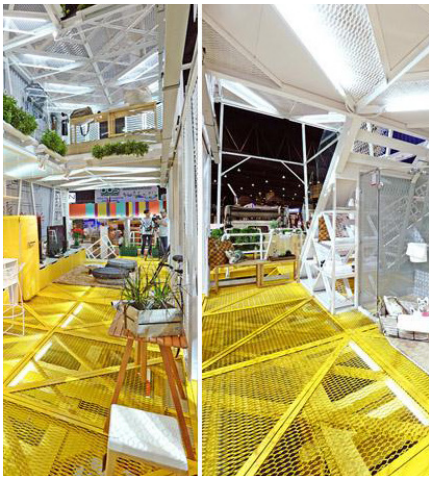
(a)

(b)

图1-14　个性的墙面装饰

点评：图1-14 中，通过对元素进行夸张重构，以极具创意的造型装饰空间，打破常规设计思路，营造出充满艺术张力与独特个性的空间氛围。

(a)



(b)

图1-15　店标

点评：如图1-15所示，巧妙利用广告牌的空间结构，营造出功能多元化的实用空间。

1.3.5　民族化、本土化、世界化

当今时代，世界各民族的多样化造就了文化的多元化，带来了民族间在语言、行为、思想、信仰、设计等方面的不同。

我国是一个具有悠久历史的文明古国，五千多年的历史孕育了多样化的民族，形成了不

本章小结

商业空间是人类活动空间中最为复杂多变且多元化的空间类型之一。商业空间设计就是以商品的陈列展示为主、以促进商品销售为目的的空间环境设计。商业空间不同于人居空间，前者包含室外空间、过渡空间、室内空间三大部分。最大限度地满足室内空间的使用功能，契合人们的使用需求，是室内设计永恒的主题。在了解商业空间设计特征的基础上，掌握其发展趋势，对于我们从事商业空间设计服务有着极为重要的意义。

思考与练习

1. 商业空间设计的定义是什么？
2. 商业空间设计的功能性特征都有哪些？
3. 如何理解商业空间设计的“民族化、本土化、世界化”发展趋势？

实训课堂

内容：课后任选 5 种商业空间类型的图片资料，对其功能性特征及发展趋势特征进行分析说明。

要求：分析准确，说明详尽，条理清晰，文笔流畅。