

《商店设计》

图书基本信息

书名：《商店设计》

13位ISBN编号：9787553709499

10位ISBN编号：7553709492

出版时间：2013-3

出版社：江苏科学技术出版社

作者：卡尔斯 布鲁托（Carles Broto）

页数：304

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《商店设计》

内容概要

当设计商店空间的时候，不仅仅要考虑到商店空间的类型，还要考虑到设计对地点、功能以及周边环境的要求。但是，所有的商店空间都需要一个可以创造良好的购物环境以及能够提供优质服务的基础结构。

近几年，在美国模式的影响下，随着购物中心的大量涌现，商店空间设计有了很大的发展。购物中心的大量涌现引发了人们对商店空间进行全新诠释。其中包括商店空间内部分割方式的变化（在过去，仅仅是笼统而传统的），灯光设计和色彩搭配的系统运用，预制构件材料的使用，透明空间的普遍使用，可见式隔断的减少。

为了向读者提供最新的且最具代表性和创新性的设计案例，我们尽可能地展示不同风格、不同类型的商店空间，以

及无限的装饰可能性。本书也可作为反映室内设计当下和未来发展趋势的指导手册。我们不仅展示了每个项目的总体设计，细部结构也做了详细的展示，并且配有大量照片、平面图、立面图、轴测图和草图，以及设计师对项目的描述。

本书呈现了商店设计中一系列多样化的精美服饰、配件和其他物品，体现了当今世界“消费主义”的新潮流。本书堪称一本内容丰富、色彩缤纷的商店设计合辑，其中许多案例均由当代著名室内设计工作室完成。每个案例均配有详细的文字说明和设计师的心得体会，以及大量的草图、平面图和全彩照片。

《商店设计》

作者简介

凤凰空间作为国内最大的建筑、景观、室内设计资料图书出版机构，出版世界最新案例图集，并引进国外优秀图书，网络资料平台“设计+”也即将上线。

《商店设计》

书籍目录

Muti Randolph Peter Marino, FAIA Asymptote Architecture Corneille Uedingslohmann
Office for Metropolitan Architecture (oma) Giorgio Borruo Design
Mass Studies - Minsuk Cho + Kisu Park Carbondale, Eric Carlson + Nagaishi Architects
LEONG LEONG propeller z
Raiser Lopes Designers Randy Brown Architects
Sybarite Sean Dix
Matteo Thun Asymptote: Hani Rashid, Lise Anne Couture
ArchLAB Dear Design Heatherwick Studio Ron Arad Associates
Hiroshi Nakamura & NAP Associates Sinato Patrick Jouin Massimiliano & Doriana Fuksas
Universal Design Studio AB Rogers Design ADD+ (Manuel Bailo, Rosa Rull) Gordon Kipping & Frank O. Gehry
Galeria Melissa Carlos Miele Flagship Store
Prada New York Epicenter Fornarina / Roma
Ann Demeulemeester Shop Louis Vuitton
3.1 Phillip Lim GIL fashion area 1
Tibi La Maison Unique
Lanvin Boutique Ginza Patrick Cox Boutique Van Cleef & Arpels Emporio Armani Chater Road
Fendi Roma Little Red Riding Hood GmbH
Boss Orange Bizarre
Stefanel New Concept Byblos Boutique
Hugo Boss Alessi Flagship Store
Lurdes Bergada, Syngman Cucala Y ' s Store
Franqueensense Emperor Moth Sita Murt Boutique (Aviny ó Street) Issey Miyake Tribeca

章节摘录

版权页：插图：这间位于罗马的苏迪旗舰店标志了一个奢侈品牌的重新启动。设计师寻求一种能够强调该品牌“罗马身份”的设计理念——既具有本地风情，又不失“世界之都”的风范。罗马气度在建材特性中得以彰显：洞石和名为“sapietrini”的玄武岩卵石。洞石以其水平的条纹带给人触觉和视觉上的独特感受。这种常常能够在罗马式的喷泉中看到的斑驳表层，显现出另一种意义上的特性。洞石的条纹成为旋律的起始，而斑驳的不规则条纹表面、玄武岩和琥珀色的玻璃则成为旋律的变奏。商店位于一个十字路口处，门外的一条街是中央城区的中轴线，另外一条是通往西班牙阶梯（康多提大道）的中轴线。处在这样的环境中，巴洛克风格店面就成为品牌标识的重要参考。与其说它是一个历史意义上的参考，不如说是在空间动线、多个观赏点、线性与空间复杂性、无限性猜想、技术性推测、材料多样性等方面基于建筑学和形象学意义上的一种结合。这个商店成为罗马式巴洛克风格的一个缩影（内部化）。从大门延伸过来的通道，由玄武岩卵石铺就，将天井定义为与街道等同的留白（负空间）。商店有多个入口——这为顾客提供了造访店内各个部分的方便线路，毕竟它在这座宫殿般的建筑中占据了整整两层。黄色的洞石有的形成平滑的墙面，有的形成像漂浮在展架上方的曲线形帷幔。在皮草沙龙中，洞石帷幔下方是由斑驳的不规则条纹表面构成的墙面，手袋散放在嵌入黄色洞石的壁龛内的萨索斯岛风格货架上。此处商品上方还装饰着白色条纹曲线。鞋子放置在曲线型洞石帷幔下的洞石平台上。新古典主义风格的楼梯上装饰着深灰色的金属，为本就色彩丰富的商店内部又增添了一抹亮色。

《商店设计》

编辑推荐

《商店设计(引进版)》选题明确，目标读者清楚，针对性很强，具有很强的代表性和借鉴意义，能为国内室内设计师和相关师生提供具体、详实的参考资料。商店创意设计，风格多样，画面精美，内容详实，色彩缤纷，多角度展现商店设计之精髓。

1、当设计商店空间的时候，不仅仅要考虑到商店空间的类型，还要考虑到设计对地点、功能以及周边环境的要求。但是，所有的商店空间都需要一个可以创造良好的购物环境以及能够提供优质服务的基础结构。近几年，在美国模式的影响下，随着购物中心的大量涌现，商店空间设计有了很大的发展。购物中心的大量涌现引发了人们对商店空间进行全新诠释。其中包括商店空间内部分割方式的变化（在过去，仅仅是笼统而传统的），灯光设计和色彩搭配的系统运用，预制构件材料的使用，透明空间的普遍使用，可见式隔断的减少。为了向读者提供最新的且最具代表性和创新性的设计案例，我们尽可能地展示不同风格、不同类型的商店空间，以及无限的装饰可能性。本书也可作为反映室内设计当下和未来发展趋势的指导手册。我们不仅展示了每个项目的总体设计，细部结构也做了详细的展示，并且配有大量照片、平面图、立面图、轴测图和草图，以及设计师对项目的描述。接下来，我们将对某些商店设计项目进行简要介绍。韩国首尔清潭洞“菲利普林3.1全球首发”独立商场(附图片)：该项目坐落于首尔市清潭洞时尚区，并且还入驻许多国际品牌。考虑到此类商业拓展所必需的不可避免的重叠，设计师注意到旗舰店同时兼具共性和个性的特质。通常来说，一致的、重复的品牌特质是必要的，但新奇的事物可以激发人们对品牌的关注和渴求。在这种特殊情况下，这个较新潮的时装店，应当与纽约、洛杉矶和东京的现有店面建立一种清晰的一致性。设计师选择了“组织策略”，以便应对在不同位置、环境的店面中受到的特定限制。以洛杉矶旗舰店作为基础蓝图，将附加的特殊设计结合其中，用来摆脱首尔店地点上的束缚。朗万精品店(Lanvin Boutique Ginza)(附图片)：朗万精品店位于银座中心大街(东京市中心最繁华的时尚区之一)，是一家法国服饰品牌的旗舰店。商店的设计灵感来源于现代和古典交织的当代法国住宅。譬如，外墙由连续不断的钢板构成，上面却分布着3000个由有机玻璃制成的圆柱体，就像一个个小小的窗子，这是模仿朗万的钻石镶边宴会礼服。设计方案背后的指导理念是：成千上万的光子不停地移动、变化，从而改变它们在阳光、街头生活和内部空间中的面貌。笼罩在这些光子之下，建筑如钻石般闪耀并向四周放射光芒。苏迪旗舰店(Fendi Roma)(附图片)：这间位于罗马的苏迪旗舰店标志了一个奢侈品牌的重新启动。设计师寻求一种能够强调该品牌“罗马身份”的设计理念——既具有本地风情，又不失“世界之都”的风范。罗马气度在建材特性中得以彰显：洞石和名为“sampietrini”的玄武岩卵石。洞石以其水平的条纹带给人触觉和视觉上的独特感受。这种常常能够在罗马式的喷泉中看到的斑驳表层，显现出另一种意义上的特性。洞石的条纹成为旋律的起始，而斑驳的不规则条纹表面、玄武岩和琥珀色的玻璃则成为旋律的变奏。La Maison Unique(附图片)：La Maison Unique作为Longchamp品牌新的旗舰店，位于纽约索霍区市中心，这是一家著名时装公司的全球第一百家精品店，也是新的专门的贸易陈列。设计师Heatherwick以能够熟悉运用非传统的线条、造型和敢于迎接工程挑战而著称。他的设计常被理解为雕塑而非建筑。店面最非同寻常的特点是装点楼梯间空隙的绸带状造型，以营造出神奇地毯的效果，吸引顾客来到第二层空间。嵌入建筑的玻璃反射的自然光也同样吸引顾客走上第二层。店面拥有创新的展示系统，包括展示该品牌手提袋系列产品的货架，其犹如从天花板上剥落下来一般。店面处于角落的特殊位置使其可以在建筑的体量范围内设置宽大的窗户，充足的自然光可以洒满整个空间。(图书基本信息：书名(中英文)：商店设计 New Shop Design；作者：(西班牙)卡尔斯布鲁托(Carles Broto)；书号：ISBN 978-7-5537-0949-9类别：室内设计；语种：中文；定价：268元上市时间：2013年3月)

《商店设计》

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：www.tushu000.com