

## 浅析商店的光环境

余毅

商店是都市景观的重要组成部分,随着现代化生活节奏的不断加快和商业竞争的日趋白热化,经营者们仅仅为公众提供一个买卖活动的场所是远远不够的。怎样营造一个舒适的购物消费环境,以此来招徕顾客,这才是商业竞争者的远见卓识。首先设计者必然对新奇时尚有敏锐的感觉,并对新型的材料,新式的工艺加以独具匠心的运用,追求新颖的设计风格,进而诱异购物、消费心理的欲望,在经营者和消费者之间架起一座心灵的桥梁。然而,这一切活动是和商店的光环境设计不可分割的。

随着现代化科技的迅猛发展和建筑文化观念的日异更新,“光”作为室内外设计的特殊组成因子,已大大的扩展了其实用性及文化性的内涵,它在商店的形象塑造中起着举足轻重的作用,现代商业光环境设计的重心已不再是如何达到照明强度,满足采光要求这类技术性问题,表现手段已不再强烈地受制于经济技术条件而显得苍白无力,设计师们越来越普遍地重视并运用这个灵活、多变、有效的因素,协助实现特点的构思,完善待定的设想,获得某种特定的意境,或华丽、或浪漫、或热烈、或神秘……以期达到满足顾客的消费欲望和精神需求。

**商店外观** 在城市化高速发展而导致人工环境越来越充斥人类生活空间、自然环境变得越来越稀有奢侈的今天,对大自然的渴求已成为现代人强烈的需求之一。近年来流行的光亮派虚法整片式处理方法,便是人们对自然光影依恋和追求的佐证。大型商店大多拥有自己独立的建筑物,在立面上采用大面积、大体量的玻璃幕墙用以获得四季、昼夜明暗变化截然不同时空的对比效果。白天高耸明亮的幕墙远映蓝天白云,近照楼宇街市,一年春夏秋冬各有变化,一天从早到晚自有不同瞬间,给观者一种海市蜃楼式的动感。自然光是设计师们营造气氛、创造意境的绝好的特殊“材料”,有光便有影,光和影能给静止的空间增加动感,给无机的墙面以色彩,能赋予材料的质感以更动人的表情。当然,入夜的商业建筑在人工光环境下又有别于日光下的效果,以另一番景致向路人招呼。泛光照明是使用投光器等照射建筑表面,使商厦的亮度大于其它周围的环境亮度,塑造建筑物的立体感,投光器的位置和数量由商业建筑物规模、体形及周围环境等因素决定,投光器本身要有灯罩,以避免眩光,这是一种引人注目的照明方法。星空下的营业大厅华灯辉煌,人群熙熙攘攘,商品琳琅满目,透过幕墙玻璃隐隐约约地显现在路人眼前,流光溢彩射映夜空,令人神往,这种通透明朗使人一目了然的开放性处理方法,正是现代立面最常用的手法之一,因为造型各异,加之光环境的刻意设计,或明亮的黄光,或热烈的红光,或典雅的紫光……使其各式店铺立面形成了引人入胜的艺术境界。或夸张、或质朴、或奇特、或恬淡、自然产生一种强烈的吸引人们进店观看的磁性效应,让人们潜在的购物欲望,得以唤醒。

**商店橱窗** 一般中小型商店多数则是通过商品展示——橱窗陈列空间,把商品的特点,外观呈现在顾客的面前,用艺术形象的展示来产生强烈的感染力,吸引顾客注目。通常来说,通过布置场景的方式取得舞台戏剧化的装饰效果时,利用光或强调重点,或烘托气氛,是橱窗陈列设计中追求意境的常用手法之一。光在橱窗陈列中可起到不同凡响的作用——突出要表达的主体视觉环境,可强化,减弱或者改变物体色彩的视觉效果,也可通过色光本身获得动人的色彩,充分展现陈列品的色彩饱和度。橱窗的用光与一般照明比较为3—5倍,高亮度表现物体的光泽,强烈的定向光突出商品的立体感、机理,通过特定的光照方式,产生特定的光影效果,表达特定的气氛。在白天,橱窗也应保持一定的基本照明,这样可以有效地防止反光现象,橱窗照明中,最好是运用重点照明和装饰照明相结合的手法,才好更有效的表现商品。比如:脚光照明以下方照亮商品,可以表现其轻泛起的感觉,反光照明从背面照射,可以

强调玻璃制品等的透明感,总之,利用橱窗这扇商店的窗口,设计师企图利用人工光环境设计,营造一种特定环境的视觉氛围,来体现商品的身价和商店的档次。

**商店入口** 无论是大型商厦、或是中小型商店;无论有注目的外表,或是有靓丽的橱窗,他们都需要一个具有提示性、又有导向性的入口。因此,店头照明同样是吸引顾客的重要环节。商店的入口处看进去的深处正面应采用明亮的照明,把深处正面的墙面陈列,作为第二橱窗来考虑,光照要明亮,沿主要通道的墙面照度要均匀而明亮。在重要的地方设置醒目的和装饰用的灯具。一般入口处的光亮不宜太亮,太亮的话,由于光形成遮幕现象,使人感觉店内阴暗。当然,一些餐厅,美容院等会有意突出明暗对比,从而降低透光度,增加神秘感,进而诱发顾客的消费潜意识。除了光影的明暗变化,不可忽视的还有光的装饰性,通过技术手段获得不同形态,图案,色彩的光,从而丰富店头灯光设计的手法,增加店头的招揽力。店头还有个不可或缺的组成——招牌。一般招牌是和霓虹灯联系在一起的。霓虹灯具是一种辉光放电灯,霓虹灯因内充气体不同,电流大小变化,可以呈现不同颜色,它可制作成各种形状,因此被广泛应用,设计中应注意的,霓虹灯管不应破坏店面在自然光下的形体,总之,无论淡化或强化人们对入口的注视,无非是取得消费心理的认同,以吸引顾客走进商店为目的。

**商店店堂** 在进入现代商业环境中,没有照明是不可想象的。因此,光环境的设计是极其重要的。设计师在特定的构思下利用人工手段对光影效果进行“加工、剪裁”的创作,尽量使用自然光,即用新技术、新材料最大限度地将自然光引入室内环境,融进人们的生活空间,以满足人类对自然与生俱来的渴望。一般来讲大型的商厦多采用自然光源和人工光源相结合的办法,例如:玻璃幕墙、采光天棚。而中小型商店则多以人工光源为主。在普通泛光照明的基础上,尽可能增加局部,重点照明,这样不但突出商品,同时也可大大提高商店购物环境的档次,这在一个好的商店是绝不可少的。普通照明一般应以格片等物来遮挡光线,使灯具不抢眼,重点照明的场所,一般中央陈列部分宜用聚光灯,向高处陈列架照射时也宜用聚光照明,陈列橱,陈列架内则适合设置荧光灯,其上部则宜设置吊灯。尤其是重点照明,必须研究灯具的种类和安装的位置,使视线上无眩光出现。为避免眼睛疲劳,可采用背景照明方式,即照明器组合式照明。使朝下方向的配光多一点,把商品照射得亮一些,使朝上方向也漏出一点光,以改善顶棚面的阴暗。有时可把顶棚吊下,也可得到同样的效果,另外提高墙面照度,使商店有明亮的感觉。以荧光灯聚光型灯具对墙面和隅角照明,也有效果。光在表现空间,调整空间的同时,也能“创造”空间,这个空间是一个围绕光源而形成的“场”,以光源为主心的虚空间,它的存在,使周围一定范围的空间就围绕光源成为第二层次,成为有中心,有意义,能引起观者注目与心理联想的空间。现代人的物质、精神生活层次正在逐步提高,室内外光环境设计的内容在深度和广度上也日趋扩展。在保证了足够照明的同时,光可表现、完整、调整、甚至改变空间感,限定、划分领域,夸张或减少体量感,强调或改变色彩的色相、明度及纯度等等。最重要的是,通过种种光环境设计手段创造某种环境气氛,制造某种与经营主体相协调的情调,满足顾客的心理,精神需要,以促进消费。

灯光形象的运用,对于现代商业环境的内外设计变得越来越重要了,凡是夜间营业的商品和都市的夜景,都需要灯光形象的装饰点缀。灯火造成的瑰丽感,辉煌感和神秘感,是别的任何手段无法企及的。

为赢得顾客,良好的灯光设计与商店的形象设计同等重要。

## 商业空间的设计思维

王新福

商业设施,除了出售商品之外,其功能正趋向多元化,既要达到购销商品的目的,又要满足消费者各方面的需要。因此,我们在设计商业建筑的内部空间时,必须要将顾客的各种精神因素考虑进去,使商业环境既能为顾客带来更多的方便,又能为顾客创造安全感和舒适感,使之成为人们工作之余的重要活动场所。

## 一、商业空间设计的指导体系——空间的基本理论

人们对空间的规律进行研究,并建立了一个完整的理论体系。这一体系可以有效地指导室内设计。

## (一)空间的建立

可以运用各种形式要素来确定空间。水平因素,包括地面、顶面,可以看成是一个图形。这一图形越清晰,它所划定的特殊空间就越明确。可以通过不同特征的水平要素(地面、顶棚)来限定空间。垂直的因素也可以限定空间。如,柱子可以看成是一个垂直的线段,墙体是垂直的面。显然,墙体比柱子更容易产生围合感。

## (二)空间的尺度和比例。

尺度和比例是表现空间特征的重要因素。影响空间尺度的因素有:房间的量度;房屋内物体(家具、绿化等)的尺度和特征;门窗的大小和形状、颜色、光线、质感对空间的尺度也有影响。当我们观看一个要素的大小时,往往运用其周围的已知要素来比较。这些已知大小的要素,往往是人本身或是人们非常熟悉的建筑构件,如栏杆、椅子等。

## 二、商业空间的立意与风格

## (一)形象的建立

随着商业的不断发展和,商业空间的设计不再是单独的一项工作,它和企业形象、经营方针、宣传手段等紧密地结合在一起。因此,室内设计师应了解商业空间的精神,并将其突出表现在室内设计中。

建立商业空间的形象,首先应了解下面的问题:

1. 商品的情况; 2. 服务对象; 3. 建筑的位置。

根据上述问题的研究,即可确定:

1. 式样; 2. 格调; 3. 色彩与质地; 4. 造型。

## (二)立意与风格

室内设计是创造性的领域,创造是其首要的精神。一个室内设计的成败,关键看其有没有新颖的立意。室内设计的风格,是由不同时代思潮和地域特征,通过创造性的构思和表现而逐渐形成的。

## 三、商业空间的布局

商业空间的布局多种多样,不同功能的商业空间有不同的布局,布局追随功能,因此,设计中必须把握住商业空间的特殊用途。

商店的空间布局直接影响其空间的特征。单纯网格式的布局往往缺乏特色。大空间中一般设置一个或数个中心,使空间具有明显的主从关系。这个中心可以是一个共享空间,也可以是展架限定的一个中心区域,甚至在适当位置上的一个精美图形也会形成一个趣味中心,丰富了空间。

## 四、商业空间的光环境

光是产生视觉感知的不可缺少的条件,同时,也是美学形式的基本因素。没有光线,一切视觉现象都不存在了,更谈不上视觉艺术效果。商业空间照明的目的是强调商业环境的特征,引导顾客,促进商业活动的进行。

## 五、商业空间的色彩

在空间的构成要素中,除了形体之外,还有色彩、质地等要素。色彩可以加强形的效果,更好的表现空间,创造气氛。

色彩的方案可粗略分为两种,即调和方案和对比方案。调和方案以某种单色或类似色相系列为基础,显得和谐统一。对比的色相方案建立在补色或三叉色组合的基础上,其中必定包含冷暖色相,因而有丰富的变化。

制定商业空间的色彩方案,必须细心考虑色调及色彩的分布。商业空间的色彩,需结合其空间的用途和特征。比如,商场的界面色彩应突出商品,并与所售商品的格调一致。

## 六、基本造型语言

众所周知,室内空间是为功能服务的,除了符合使用上的具体要求以外,

情绪与气氛的渲染同样能增进购物兴趣,极大地刺激消费。商业建筑基本的造型语言正是力图使设计师的创作思维与顾客心中朦胧的形式美吻合。无论是轻松活泼的,明朗清丽的还是沉稳华贵的,只要顾客感到设计师的作品十分吻合自己脑子里美的东西,情绪就会受到感染,进而产生消费欲望,造型语言所阐述的事实便成功地成为商业建筑气氛塑造的代言人。

## (一)调节尺度

尺度对空间感觉具有最基本的控制作用,它一般不是要素真实尺寸的大小而是要素给人感觉上的大小。它反映了与物体真实大小之间的关系,即是相对于某些参照物而呈现的室内尺寸。参照物一般是指家具、灯具、栏杆等。通过调节易于成为尺度标准的物体的某些参数,从而达到预期的室内空间效果。

以在室内设计中占有重要地位的家具为例,它们一般根据人体工程学设计,满足基本使用功能的尺寸一般是固定不变或在一定范围内变化的,但辅助部分的尺寸可随设计要求有较大不同。它们不仅使家具造型变得新颖别致,而且使室内看起来小中见大,或大中喻小。例如餐厅中椅子高大的椅背加大了家具尺寸,使室内空旷的气氛变得亲切饱满;又如美容院的美容椅适当放宽、加高,扶手、靠背厚实坚挺,尺寸的调整是为了衬托顾客在店中的尊贵地位。

## (二)追求和谐

对和谐的追求是室内设计的一种规律。室内要素千变万化,为使相似与不相似的各部分之间组合出悦目的一致性,就需要我们认真布置取舍,这便是设计师对和谐的追求。现代商业建筑使我们不得不暂别古典的和谐美和平衡美,而在此基础上突出某一共性,并通过该共性的重复、渐变处理起到在众多要素中突出整体环境的作用。

为保护室内风格的统一,常常需要确定一种便于标识和记忆的构成要素,也就是选取一种简单的造型。对设计师来讲它便于设计有的放矢;对顾客来说,容易产生独特的认同感。如某酒吧玻璃隔断、局部吊顶、窗帘盒、墙壁装饰、酒吧甚至吧台走向均呈曲线态势。尽管室内材料、色彩都有丰富变化,但曲线间的呼应却使室内在勃勃生机中享有高度秩序。

## (三)处理重点

对重点部位的处理是为了强化室内的中心和主题,重点是在设计中有意识地突出或强调的部分,它使主次拉开距离,形成引人注目的焦点。什么要素可以成为突出的重点以及怎样使重点突出可谓见仁见智。我认为一般有如下几个方面。

## 1. 突出轴线

商业建筑轴线上以及轴线附近的导向物或导向暗示无赖,是视觉中心的表现物。由此在人流活动频繁的轴线附近有一强音就变得很重要。它可以在轴线的起点引起顾客注意,也可以在对称组织的序称终点奏出最强音。例如上海银梦时装店为对称布局,在店未标定店名作为重点,借以突出名店名货,物有所值。

## 2. 变化高度

利用高度变化形成突出的重点是经常采用的方法。它主要涉及天棚、地面和墙壁的高度变化。标高不同便于划分空间,使主次分明,富有层次感。通常采用局部高度的改变,在对比中突出主题,打破单调。与高度变化紧密联系的部分可以成为设计重点。例如某西餐厅利用踏步分割就餐区域。踏步的形式、质感色彩新颖别致,成为引人注目的重点。

## (四)综合运用造型语言

调节尺度,追求和谐,突出重点的目的是为创造商业建筑的意境服务的,意境的形成造型语言的独白画上了休止符。色彩、质感、肌理和造型是环境意境的有机部分,甚至是环境意境的主体虽然意境的创造有赖于色彩、质感、造型等等的协调关系,但商业建筑更关注的是人们购物的兴奋点。反常规、非理性的表达则更富有锐意创新。意境的表达是在不和谐中反射出来的。通常要素在方向、位置、大小、形状、色彩和质地上变化,让人们以熟悉的形态变得陌生,从而发生足够的视觉刺激。在表现手法上没有一定的模式,比如残缺与断裂,扭曲与变异,拼凑与组合,抽象与简洁等等不一而足。它们都是依靠逆向思维来激发人们对模糊不可知的新奇感的。这种好奇感的产生使顾客对商店的印象变得深刻牢固。