

“艺术创未来”：《商业空间设计》课程作业线上展

展览时间：2024年1月8日至6月30日

展览地点：绵阳职业技术学院艺术设计学院官网线上（<https://ad.mypt.edu.cn/>）

任课教师：李吉

展览序言

商业空间设计本课程是一门综合性、实践性很强的专业核心技能课程，是环境艺术设计（室内设计）专业必修的核心课程之一。本学年授课班级为环境艺术221班，授课学时为96课时。

本次课程根据商业类卖场为典型商业空间的开展设计，选题以“国货品牌”思政概念为指导，以设计项目工作流程为依据，采用设计项目引导与设计任务驱动的教学模式，通过对商业空间设计的相关知识传授与技能培养，使学生掌握商业空间设计项目方案分析、方案设计、方案表现、方案制作等核心知识和必备技能。

课程结合“岗、课、赛、证”全面培养学生的综合素质。通过课程学习，学生们不仅理解和掌握商业空间设计的基本原理、流程和方法，同时学习如何运用设计元素和原则创造功能合理且富有吸引力的商业环境，培养学生的创新思维、团队协作能力和项目管理技巧，使其能够在具备从事环境艺术设计、室内设计师、商业空间设计师岗位所必需的设计项目调控、设计项目协作、设计项目沟通等职业素养。



环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



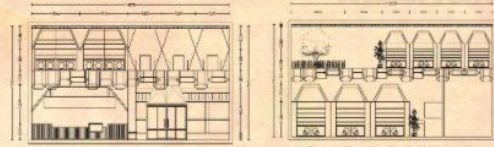
三只松鼠

01 区位分析



地址为：四川成都锦江区恒兴大厦，处于锦江区中心，东南双塔广场，有锦江区人民广场，消费人群多，经济交易活跃，人流量大，商业消费氛围好，有利于三只松鼠营销。

08 立面图展示



商业空间设计01

02 设计理念

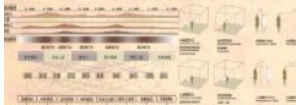
三只松鼠是中国知名健康食品品牌，以健康、放心、美味的经营理念作为品牌定位。我们以橙黄色和绿色为主要色彩搭配，主要材料是实木、竹编，以自然和纯美为主的主题。三只松鼠形象可爱灵动，使人记忆深刻，抓住消费者心理。

展示两个视角的立面效果，充分的体现六边形在整个商业空间里的运用，采取六边形的顶，将六边形夸张化突出整体风格与特点。还设置了员工休息区与仓库。

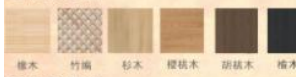


形态通过坚果形状进行结构、将松鼠六边形

04 人群分析



06 材质分析



07 色彩搭配



主要材料以木材和竹编为主，加以球体进行点缀，打造大自然和谐的氛围，使人仿佛身处森林当中。

09 效果图展示





环境艺术设计

环境艺术221班
指导教师：李吉

课程：商业空间设计



《三只松鼠-商业空间设计》谢盈佳、张金鑫



徐钟明



胥金侏

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



设计说明 Design Description
 品牌背景: 该项目地址位于繁华商业广场, 毗邻交通主干道, 交通便利, 大型购物中心, 消费群体广泛, 项目定位为时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。地理位置优越, 客流量大, 品牌影响力强。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。

风格分析 Store analysis
 本项目定位为时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。

平面分析 plan
 本项目定位为时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。

材料分析 Material Analysis
 本项目定位为时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。

色彩分析 Color analysis
 本项目定位为时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。

立面分析 Section elevation
 本项目定位为时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。

效果图展示 Renderings showcased
 本项目定位为时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。项目定位为: 时尚潮流品牌, 旨在打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。





徐钟明



胥金佚

环境艺术设计

环境艺术221班
指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



<p>设计说明 Design Description</p> <p>项目地址位于新建商业广场，推广精英级品质购物体验，国际潮流，大型轻奢，特色美陈，注重教育、休闲娱乐和健身运动为一体的一站式购物中心。地理位置优越，客流量大，同时提供竞争力强大。设计注重，提供休闲时可以供多人社交、休闲、购物使用。设计理念，运用上下两层的空间设计突出多层次性的设计布置。</p>	<p>人群分析 Population analysis</p> <p>迎合年轻人群，注重追求时尚人士与青年男女，与服装零售、森马品牌定位是轻奢时尚、明亮、活泼、有心机、既有浓郁青春的气息、色彩、也有柔和自然的清新色彩。</p>	<p>效果图展示 Renderings showcase</p>
<p>平面分析 Plan</p> <p>此平面图为森马服装店的一层平面图，在最初的设计中能打破常规的布局设计，运用了大量的曲面造型，既有力又轻盈，曲线更具亲和力，让顾客、设计师、使用者、使用者之间的空间呼吸，有节奏。</p>	<p>需求分析 Requirements analysis</p> <p>零售 展示 休息 等候 试衣 收银</p>	<p>软装分析 Soft decoration analysis</p>
<p>色彩分析 Color analysis</p>	<p>立面分析 Elevation</p>	<p>效果图展示 Renderings showcase</p>
<p>材料分析 Material Analysis</p>	<p>效果图展示 Renderings showcase</p>	



《森马服装-商业空间设计》徐钟明、胥金佚



杨诚真



陈霜

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



亲爱的白一 商业空间设计

设计理念 Design concept

增强视觉冲击力，图形设计可以打破传统的方向感，让人们在视觉上感受到更多的动感。

2. 突破展示效果的提升，图形设计可以增加展示面积，容纳更多的商品，也可以更好地展示商品的平面效果。

3. 增加空间流动性，图形设计可以引导顾客自然地往展厅中流动，避免了过于拥挤或阻塞的通行。

4. 整体艺术气息：图形设计要有艺术性和美感，让整个看起来更加精致和高档。

F1平面图 floor graph



F1立面图



元素提取 Element

我们从整体数字媒体的背景以及整体面料进行提取，给人一种优雅和引人注目的感觉。它增强了视觉冲击力和空间使用性，增加了艺术气息，使整体看起来更加精致和高档，实现整个空间风格的统一。



材质分析 Material analysis



风格以浪漫新古典主义为主，大多选择了大理石和木质胶漆等材质，以便于空间风格的统一。

设计构思 design concept

我们主要采用曲线设计，圆融作为设计元素，可以带给人一种柔和、温暖和引人注目的感觉。它的优雅和流动性使其成为设计中所用的元素之一。以圆融为元素的设计理念是一种温柔、舒适和感性的设计风格，能够创造出令人愉悦的视觉感受和空间体验。



F1流动分析图 flow analysis diagram



F1功能分区图 functional zoning map



绵阳职业技术学院
MIANYANG POLYTECHNIC



环境艺术设计

环境艺术221班
指导教师：李吉

课程：商业空间设计

DEAR WHITE

设计说明 Design instruction

在商业设计，顾客作为设计元素，可以带给人们一种柔和、温暖和引人入胜的感觉。它的优雅和功能性使其成为设计中的重要元素之一。以顾客为中心的设计理念是一种沟通和、舒适和美性的设计风格，能够创造出令人愉悦的视觉效果和空间体验。例如色调、拱门设计和软体材料的选择都是现代婚纱店设计非常重要的元素这些元素能够传达出优雅、舒适、精致的氛围感是白色调是现代婚纱店设计非常重要的元素之一。

造题原因 Reasons for topic

婚纱对于女性来说是一件非常重要的服装，它承载着婚姻的祝福，也是穿上婚纱代表幸福的象征。因此新的角色是承载家庭的责任，婚纱的意义既是对幸福的见证，也是一种责任。

需求分析 Demand analysis

色彩分析 Color analysis

灯光分析 Lighting analysis

材质分析 Material analysis

选址分析 Site selection analysis

平面功能图 Plane graph

F2层功能分析图 Layout function diagram

F2层平面布局图 Functional layout diagram

立面图 Elevation

绵阳职业技术学院
MIANYANG POLYTECHNIC

《亲爱的白-婚纱服装空间设计》杨诚真、陈霜



孙媛媛

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉



李俊杰

课程: 商业空间设计

OLD ORDER 鞋类品牌空间设计



元素提取

● **设计说明**
我们将创建一个创新的时尚零售店, 已满足当代年轻人对时尚、品质、潮流的需求。让我们的顾客在我们的商业空间享受愉快的体验并可以打卡“特色”店铺, 这个商业空间将成为一股新的时尚风潮为顾客带来愉快体验, 保留原始工厂的痕迹和仓库感, 并且通过空间肌理进行特色构造, 打造出品牌具有的商业风格

● **色彩分析**
选用白红灰黑为主色调, 金属质感材料做仓库感, 更符合年轻人的审美要求



效果图展示

● **立面分析**
一二楼都采用了螺丝钉的设计元素, 体现于两个空间中间的链接, 更符合我们想体现的工业风、机械风, 通过空间形式的延伸, 加强视觉效果, 以螺丝钉作为装饰中心舞台, 金属材料结合整体工业风格突出本店设计特色让顾客加深印象

一二楼立面图



● **平面分区图**
OLD ORDER 商业空间设计

我们进行了一二楼的合理分区, 一楼我们分为休闲区, 商品区, 试鞋区, 收银区等区域, 二楼分为结合区, 试衣间, 仓库等空间, 使空间合理化, 让客人有更好的购物体验



绵阳职业技术学院
MIANYANG POLYTECHNIC



孙媛媛

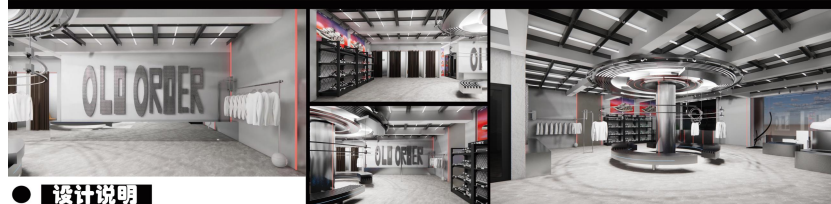
李俊杰

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计

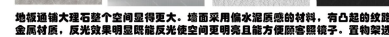


设计说明

我们将创建一个新潮的时尚聚集地, 已满足当代年轻人对时尚、品质、潮流的追求。让我们的顾客在我们的商业空间享受新奇的体验并可以打卡“特色”装饰。这个商业空间将成为一股新的时尚风潮为顾客带来愉快体验。

材质分析

保留原始工厂的痕迹和质感, 并且通过空间层建筑进行特色构造, 打造出品牌具有的商业风格。



地板选择大理石整个空间显得更大, 墙面采用偏水漆质感的材料, 有凸起的纹路更结合工业风的主题, 装饰品及部分软装使用金属材料, 反光效果明显同时能使空间更明亮且能为顾客提供镜子。置物架选用钢材, 结实耐用, 符合设计主题加强了重工业感。

区位分析

地理位置: 本设计位于绵阳市涪城区长虹国际广场, 地处商业中心区
交通: 人流量大周边设施完善, 临近城市中心道路, 交通便利



气候: 位于四川盆地西北部绵阳市, 涪江中上游地带, 属于亚热带季风性湿润气候



关键词提取



效果图展示

细节展示



《OLD-ORDE-鞋类品牌空间设计》孙媛媛、李俊杰



蒲玲

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



■ 流线分析 Streamline analysis



■ 设计说明 Design instruction

以工业风之美, 原始的混凝土质感和玻璃质感打造, 整体空间宽敞, 天花除了层叠隐藏灯具, 使整个空间更明亮宽阔, 将光源元素加以点缀, 让空间效果看起来更丰富。增加射灯照射商品加以突出重点。

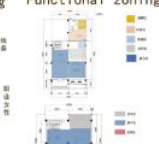
■ 设计理念 Design philosophy

原始的工业风看起来有高级感, 金属质感让人眼前一亮, 表达出成熟职业女性对工作和生活的态度, 刚强坚毅又充满期待, 简单的布局给人一种放松的感觉, 干净、简洁、干练给人舒适感。

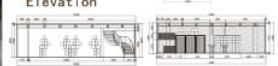
■ 头脑风暴 Brainstorming

头脑风暴: 通过团队讨论, 提出各种设计想法, 如工业风元素、金属质感、简洁布局等。

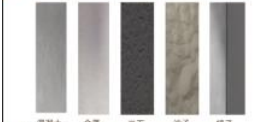
■ 功能分区 Functional zoning



■ 立面图 Elevation



■ 材质分析 Material collection



■ 色彩运用 Color extraction



绵阳职业技术学院
MIANYANG POLYTECHNIC



蒲玲

环境艺术设计

环境艺术221班
指导教师：姓名李吉

课程：商业空间设计



唯依

商业空间设计

设计说明

Design instruction

以工业风之美，原始的混凝土质感和玻璃质感打造，整体空间流畅，天花加了层板隐藏灯具，使整个空间更明亮宽阔，用方块元素加以点缀，让空间效果看起来更丰富，增加射灯照射商品加以突出主要。

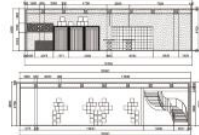
平面图展示

Floor plan display



立面图

Elevation



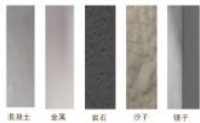
设计理念

Design philosophy

原始的工业风看起来有高级感，金属质感让人眼前一亮，表达出成熟职业女性对工作和生活的态度，刚强坚毅又充满期待，简单的布局给人一种放松的感，干净、简洁、干练给人舒适感。

材质分析

Material collection



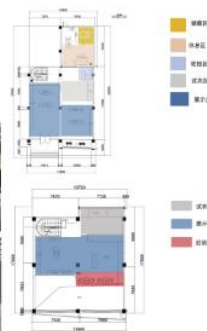
色彩运用

Color extraction



功能分区

Functional zoning



绵阳职业技术学院
MIANYANG POLYTECHNIC

《唯依-商业空间设计》蒲玲



环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计

薇诺娜 商业空间设计①

WINONA Commercial Space Design

一、设计思路

本设计以“自然美学”为核心理念，旨在打造一个集自然、健康、舒适于一体的商业空间。通过引入自然元素，提升空间品质，为消费者提供优质的购物体验。设计过程中，我们注重空间的开放性、通透性和舒适性，力求实现人与自然的和谐共生。

二、前期调研 Preliminary research

1. 设计背景

1. 品牌理念
薇诺娜品牌，源自自然美学，旨在为消费者提供高品质的护肤产品。品牌理念强调自然、健康、舒适，追求人与自然的和谐共生。

2. 品牌定位
薇诺娜品牌定位为中高端护肤品牌，主要面向追求高品质生活的消费者。品牌定位强调自然、健康、舒适，追求人与自然的和谐共生。

3. 品牌特色
薇诺娜品牌特色在于其天然成分和科学配方。品牌特色强调自然、健康、舒适，追求人与自然的和谐共生。

五、效果图 rendering

七、功能区分

三、头脑风暴 brainstorming

六、爆炸图 exploded view

八、人流分析平面图

四、色彩分析 color analysis

九、设计解析 Design Analysis

本设计以“自然美学”为核心理念，旨在打造一个集自然、健康、舒适于一体的商业空间。通过引入自然元素，提升空间品质，为消费者提供优质的购物体验。设计过程中，我们注重空间的开放性、通透性和舒适性，力求实现人与自然的和谐共生。

十、剖面图 Sectional view



环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计

一、效果图 rendering

薇诺娜 商业空间设计②
WINONA Commercial-Space Design

二、效果图 rendering

三、功能区分图

四、爆炸图 exploded view

五、人流分析平面图

二、设计说明 specification

本项目旨在打造一个集休闲、娱乐、办公于一体的商业空间。设计过程中，我们注重空间的开放性和互动性，通过合理的动线规划和功能分区，提升空间的品质和用户体验。同时，我们还注重空间的装饰性和艺术性，通过色彩、材质和灯光的运用，营造出温馨、舒适的商业氛围。最终，我们成功地将一个普通的商业空间改造成了一个具有独特魅力和竞争力的商业空间。

二、剖面图 Sectional view

蚌埠职业技术学院
BENGBU POLYTECHNIC

《薇诺娜-商业空间设计》欧阳文、张宇浩



鲁逆萍

环境艺术设计

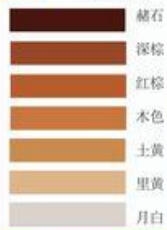
环境艺术221班
指导教师：李吉

课程：商业空间设计



THE GREAT WALL The Second

色彩分析



选题原因

长城葡萄酒公司成立于1983年，同年中国真正的干红葡萄酒在此诞生，结束了中国没有自主酿造干红葡萄酒的历史。而这家国产酒业以中国特色非遗建筑长城而命名，有一定的中西文化交融，古今历史的元素在里面。选择这个品牌，也是寻找中西设计元素融合的特点。



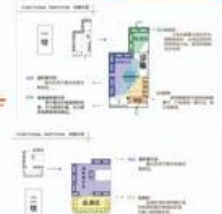
DESIGN 1

空间的主旋律是一系列圆弧形木制面板。这个元素似乎与葡萄酒密切相关。酒窖、橡木桶、酒瓶，让整个空间与功能浑然一体。走进这个空间，仿佛置身于古老的地下酒窖，而干净流畅的曲线充满现代感。这样巧妙的碰撞，带来十足的趣味性。

DESIGN 2



功能分区



DESIGN





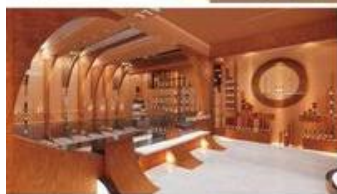
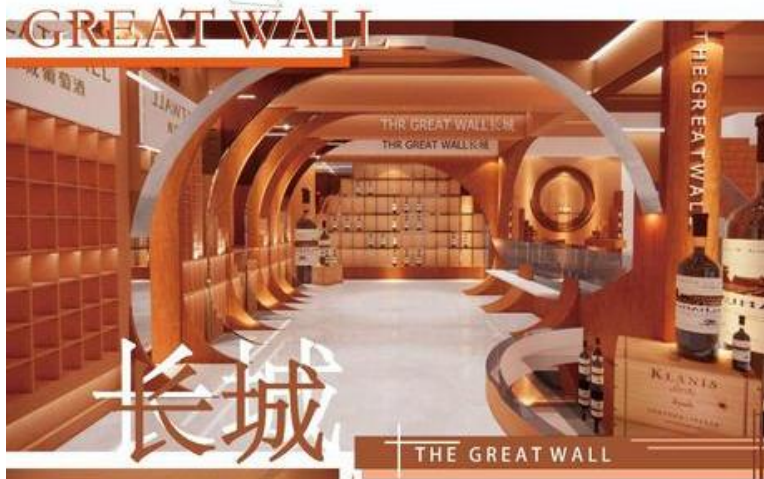
鲁逆萍

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



设计特点

GREATWALL
长城葡萄酒

长城葡萄酒的图标和设计运用中国古代著名建筑长城来作主要核心, 采用黑白手绘的长城, 又融合了西方斜体的英文组合而成一种历史悠久古老的复合设计。logo的颜色以葡萄酒的橡木桶的棕黄色为代表。

设计说明

色彩	设计创新点	设计构思	设计目标	设计依据
融入地下酒窖与葡萄酒木桶的深棕色, LOGO与长城的棕黄, 形成空间变化, 将承重量融入设计隐藏。	采用葡萄酒木桶演变的元素, 融入设计隐藏。	运用空间划分, 体现设计感的同时, 还要是葡萄酒的类别, 加深品牌印象, 视觉。	展现长城红酒品牌, 营造让人身临其境的古法地下酒窖氛围, 同时不失现代风, 简约的设计感, 巧妙地将其融合, 体现古今结合, 葡萄酒工艺与现代化的高端品牌展现。	依据木材葡萄酒桶, 品牌, 长城LOGO, 产品与品牌的联系, 消费者的体验感为关键点, 为设计关键点。

《长城葡萄酒-商业空间设计》鲁逆萍



郭昊

环境艺术设计

环境艺术221班
指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



ROARINGWILD

品牌介绍:

品牌注重细节的深度挖掘, 以功能性服饰的设计手法打造丰富的产品体系, 对产品进行多维度的表达, 是一个以“URBAN STREET”风格为主的潮流品牌, 品牌内涵包含一个年轻、艺术、冒险精神, 致力于为追求与精神本质有文化平台; 品牌通过“ROARINGWILD”的视觉传达理念, 品牌化的视觉传达设计, 为品牌年轻人能够敢于追逐梦想, 而不是为谋生而生活, 为品牌理念: ROARINGWILD目前品牌服装系列已定位为: 00后人群, 这种消费群体有自己的主张和观点, 他们把注重休闲、文化风格, 自由态度和交叉风格, 追求多风格, 追求进入一家门能够感受到时尚而向内心的方式, 他们正在从物质消费, 追求过度到精神层面的购物体验, 所以以基本性化的情况下ROARINGWILD为年轻群体提供的表达自身个性的出口。

品牌设计理念:

ROARINGWILD通过“ROAR”的态度来表达对生活, 尤其年轻人能够敢于追逐梦想, 而不是为谋生而生活, 为品牌理念: ROARINGWILD不仅注重外观设计, 更注重, 更多的追求好穿, 所有的服饰都通过面料作为载体来表达传达, 不单注重精神层面的品牌理念, ROARINGWILD品牌理念: 品牌的文字和图案设计传达, 再利利用色和突出整体的力量感来传达品牌, 设计较具有代表性的街头服饰风格, 以服饰为载体, 传达和丰富品牌的内涵。

区位选址分析 Location Analysis

实施区位分析:

项目位于广州市天河区天河路230号万悦中心, 即地铁沿线, 且万悦中心处于中学位中心附近, 周边配套设施齐全, 交通便利, 该地是品牌旗舰店, 人流量较大。

经济区位分析:

W位于广州市天河区最繁华的天河区, 以天河CBD为中心, 交通发达, 周边配套设施齐全, 交通便利, 该地是品牌旗舰店, 人流量较大, 周边配套设施齐全, 交通便利, 该地是品牌旗舰店, 人流量较大。

品牌分析:

品牌内涵:

品牌注重细节的深度挖掘, 以功能性服饰的设计手法打造丰富的产品体系, 对产品进行多维度的表达, 是一个以“URBAN STREET”风格为主的潮流品牌, 品牌内涵包含一个年轻、艺术、冒险精神, 致力于为追求与精神本质有文化平台; 品牌通过“ROARINGWILD”的视觉传达理念, 品牌化的视觉传达设计, 为品牌年轻人能够敢于追逐梦想, 而不是为谋生而生活, 为品牌理念: ROARINGWILD目前品牌服装系列已定位为: 00后人群, 这种消费群体有自己的主张和观点, 他们把注重休闲、文化风格, 自由态度和交叉风格, 追求多风格, 追求进入一家门能够感受到时尚而向内心的方式, 他们正在从物质消费, 追求过度到精神层面的购物体验, 所以以基本性化的情况下ROARINGWILD为年轻群体提供的表达自身个性的出口。

设计风格:

每个季度, 都会推出新的产品系列, 以品牌作为载体, 传达品牌理念, 品牌化的文字和图案设计传达, 再利利用色和突出整体的力量感来传达品牌, 设计较具有代表性的街头服饰风格, 以服饰为载体, 传达和丰富品牌的内涵。

设计特点:

Roaringwild女装的设计风格注重细节与廓形的完美结合, 以简约的线条为风格核心, 融合街头、时尚、休闲等多种元素, 设计时注重时尚与舒适度, 以当代年轻女性的审美需求。

设计案例参考图



郭昊

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计

服装店商业空间设计2

一楼渲染效果图

二楼渲染效果图

一楼立面图

二楼立面图

一楼平面布置图

二楼平面布置图

设计灵感:

冲动、冒险、缺乏理性、没有判断力和批判精神、四肢发达头脑简单、横冲直撞、又混淆过去、这就是《动物之心》一书中的动物哲学“野兽”在ROARINGWORLD品牌上的体现。在这个品牌身上，有几个鲜明的标签：叛逆、不羁、张扬、个性、个性化的风格特征。品牌想要向年轻群体传递自己的价值主张：以“咆哮”的态度表达自我观念。

设计思路:

通过提取品牌设计理念中自带的情绪，和消费群体得出以下灵感。

三角形，红色，黑色，白色。

其中三角形表达了年轻人冲动不羁突破常规的创新性，红色则代表了年轻人充满活力热血、冒险的情愫等，搭配黑白进行对比黑白及中的一抹红色显得十分醒目，能让人一下子就能眼前一亮，品牌名为野兽咆哮等，通过野兽咆哮以下完成。

材质:

墙饰采用三角形装饰加线，材料选用金属镂空，要出现三角形悬空形式，顾客踩在楼梯上要有金属撞击声强化顾客内心野兽咆哮感。

吊顶可采用突出三角形通过射灯照射射出类似野兽的影子。

灯光设计: 整体照明不能太强，要采用点光源，材质的真实性表达要清晰，灯光照度多采用人工照明，要与自然照明产生类似层次感。

完整统一贯穿整个设计。

一楼平面布置图

二楼平面布置图

色彩分析

材质分析

绵阳职业技术学院
MIANYANG POLYTECHNIC

《野兽咆哮-服装店商业空间设计》郭昊



李佳倚

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计

HERBORIST
佰草集

功能分区: 本案以绿色为主调, 为了体现自然生态的氛围, 设计师将空间划分为多个功能区域, 包括产品展示区、休息区、洽谈区、收银区等。通过合理的空间布局, 提升了顾客的购物体验。

佰草集 HERBORIST 2
头脑风暴

颜色分析: 本案以绿色为主调, 体现了自然、健康、生态的氛围。通过合理的色彩搭配, 提升了空间的品质感。

材料分析: 本案为了体现自然、生态、健康的氛围, 设计师选择了天然石材、木材、布艺等材料, 提升了空间的品质感。

店面设计



李佳倚

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



设计依据
以绿色生态为主题，结合现代设计风格，注重空间的功能性、美观性、实用性，营造清新自然、健康舒适的商业空间。



元素演变 波动的演变



平面演变 线条的演变

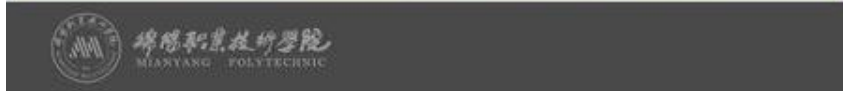


佰草集

HERBORIST 1

1. 设计背景：佰草集品牌升级，打造全新品牌形象。
2. 设计理念：以绿色生态为主题，结合现代设计风格，注重空间的功能性、美观性、实用性，营造清新自然、健康舒适的商业空间。
3. 设计目标：打造一个集展示、销售、体验于一体的商业空间，提升品牌形象，增强客户粘性。
4. 设计亮点：采用绿色生态元素，结合现代设计风格，打造清新自然、健康舒适的商业空间。

设计理念
以绿色生态为主题，结合现代设计风格，注重空间的功能性、美观性、实用性，营造清新自然、健康舒适的商业空间。



《佰草集-商业空间设计》李佳倚



杨羽珊



王海莉

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计

ANTA 专卖店

商业空间设计



设计说明

作为青年一个ANTA专卖店的升级改造... 设计旨在提升品牌形象，优化购物体验...



效果图展示



区位分析

项目位于... 周边配套设施完善，交通便利... 详细描述了项目的地理位置和周边环境...

说明详解

本方案由... 详细阐述了设计思路、材料选择及施工要点... 包含色彩搭配建议和材质应用说明...



绵阳职业技术学院 MIANYANG POLYTECHNIC



杨羽珊



王海莉

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

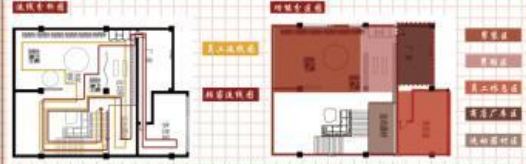
课程: 商业空间设计



ANTA 专卖店
商业空间设计



说明详解

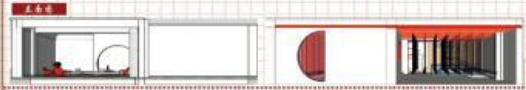


设计理念
通过功能性的展示，让消费者能够更便捷地体验各个品牌的产品。通过设计，让消费者能够更便捷地体验各个品牌的产品。通过设计，让消费者能够更便捷地体验各个品牌的产品。通过设计，让消费者能够更便捷地体验各个品牌的产品。

效果图展示



区位分析



环境融合
通过环境融合，让消费者能够更便捷地体验各个品牌的产品。通过设计，让消费者能够更便捷地体验各个品牌的产品。通过设计，让消费者能够更便捷地体验各个品牌的产品。通过设计，让消费者能够更便捷地体验各个品牌的产品。

说明详解



《ANTA 专卖店》杨羽珊、王海莉

龙忠鸿

唐雅诗

环境艺术设计

环境艺术221

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



区位分析/ Location analysis



人群定位/ People targeting

珀莱雅主要面向年龄在25-45岁之间的中高收入女性用户群体。这部分用户群体具有较高的消费能力,对护肤品的质量和效果有较高的要求。她们注重皮肤的保养,对化妆品的安全性、有效性有较高的关注度。同时,她们对品牌形象、产品包装、使用体验等也有较高的要求。目标群体的覆盖面仍然不足,品牌定制以18至35岁为中心的目标群体,但目标市场仍以31至40岁为主力,市场上仍有很大的提升空间。

平面分析图/ Graphic analysis diagram



灯光我们均采用可显灯带和隐藏灯带为主。外加大落地窗,增加采光。使空间更宽敞。地面增加蓝色条纹,与珀莱雅的海洋相呼应,增加空间层次感。

现状分析/ Situation analysis

珀莱雅非常注重产品创新和品牌建设。通过引进国际先进的美妆科技,结合中国传统美妆文化,珀莱雅开发了一系列具有自主知识产权的美妆产品。同时,珀莱雅在品牌建筑方面也不遗余力,通过各种营销手段不断提升品牌知名度和美誉度。



一楼效果图/ First floor rendering



龙忠鸿 唐雅诗

环境艺术设计

环境艺术221
指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



区位分析/ Location analysis



一楼效果图/ First floor rendering



人群定位/ People targeting

珀莱雅主要面向年龄在25-45岁之间的中高收入女性用户群体。这部分用户群体具有较高的消费能力,对护肤品的高品质和效果有较高的要求。她们注重皮肤的保养,对化妆品的安全性、有效性有较高的关注度。同时,她们对品牌形象、产品包装、使用体验等也有较高的要求。目前群体的层面体系未定,品牌定位以18至35岁为主要的目标群体,但针对市场仍以18至35岁为主,市场上仍有很大的一线空间。

平面分析图/ Graphic analysis diagram



灯光我们多采用可吸灯带和隐藏灯带为主,外加落地灯,增加采光,使空间更宽敞。地面增加蓝色条纹,与珀莱雅的海洋相呼应,增加空间层次感。



现状分析/ Situation analysis

珀莱雅非常注重产品创新和品牌建设,通过引进国际先进的黑科技,结合中国传统文化,珀莱雅开发了一系列具有自主知识产权的护肤品。同时,珀莱雅在品牌定位方面也不遗余力,通过多种营销手段提升品牌知名度和美誉度。



《珀莱雅-商业空间设计》龙忠鸿、唐雅诗



王艾琳



王烜译

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



汉阳艺术设计学院
HANYANG UNIVERSITY OF ARCHITECTURE



王艾琳



王烜译

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师：李吉

课程：商业空间设计

POP
MART



BLACK
概念

灵感来源 *Inspiration*



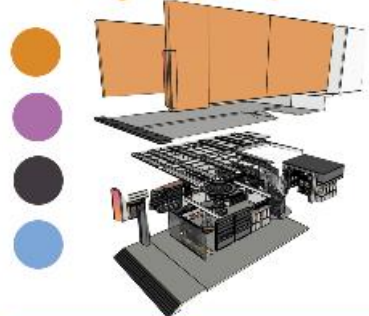
渲染效果图 *Rendering*



设计说明 *Design Specification*

设计概念：泡泡玛特概念店设计灵感来自于当代青年喜爱的动漫文化，将动漫元素融入设计之中，打造一个集购物、娱乐、休闲于一体的商业空间。设计注重色彩搭配、材质选择、灯光设计、家具选择、陈设布置等方面，力求打造一个时尚、潮流、有趣的商业空间。

图纸分析 *Drawing Analysis*



设计主题：上下两层，一层主要展示与品牌相关的周边产品，二层则为动漫文化展示区。设计注重色彩搭配、材质选择、灯光设计、家具选择、陈设布置等方面，力求打造一个时尚、潮流、有趣的商业空间。

POP



绵阳职业技术学院
MIANYANG POLYTECHNIC

《泡泡玛特-概念店设计》王艾琳、王烜译



何佳骏 钱佳

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



材质分析

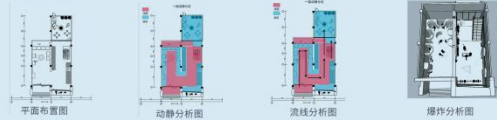
- 大面使用浅色渐变墙纸让墙体背景更具视觉吸引力, 渐变的颜色能够帮助用户更好地感知和理解设计, 当眼睛感知到屏幕上的色调和明暗变化的时候, 会有意识地注意到特定的色彩和视觉焦点。
- 白色瓷砖具有许多的优点, 它的颜色比较鲜明, 成分相对安全, 质量也比较轻, 方便清洁, 最主要的是它简单的颜色更加百搭。
- 黄铜是铜锌合金, 由铜和锌组成的, 它具有高强度、高硬度和很强的耐化学性, 切削的机械性能也很突出。黄铜具有很强的耐磨性, 选择它作为挂衣架, 不仅非常的实用, 且它的黄色与空间中大量的蓝色调相呼应, 使整个空间更加和谐美观。

品牌分析

在2016年Banainn正式成立以后, 推出了第一件“Tagless无标签内衣”, 以外印标签取代传统内衣的缝制标签, 彻底解决了内衣穿着时的标签刺痒的问题。它一直注重通过体感科技, 重新设计基本款, 围绕人在多种场景的体感问题, 在之后的发展中重新设计了包括内衣、袜子、防晒服、保暖服、家居服等生活基本款服饰。独特的研发底层逻辑, 使蕉内从一开始就走上一条截然不同的「体感科技公司」路线。品牌使命: 服务一亿年轻家庭, 让世界迷恋中国品牌。



平面图分析



选题原因

- 我国服装市场增长速度较快, 需求稳定增长, 贴身衣物也逐渐成为生活中的必需品, 拥有庞大的市场空间, 发展前景较好;
- 蕉内作为一个年轻品牌, 线下店铺的开发还较少;
- 我们究竟该如何向市场向消费者去推出我们优秀的产品, 如何以更加新颖, 更加全面的形式去服务我们的受众人群? 这是一个挑战。



元素演变

由人体的柔美进而联想到圆和弧线, 这些都是柔美的代名词, 空间中的展台、货架等都采用圆柱体形态, 墙壁改造为波浪的弧形衬托“圆弧”的主题。店铺设计大量运用圆和弧线, 其中也参杂了直线元素, 弧形形体的几何感和圆弧的柔美, 一下子就拉满了整个空间的颜值。直线与圆相结合, 可以让空间灵动不死板, 空间更富有层次感。



绵阳职业技术学院
MIANYANG POLYTECHNIC



何佳骏 谔佳

环境艺术设计

环境艺术221班

指导教师: 李吉

课程: 商业空间设计



设计分析

设计之初, 我们首先联想到的就是柔柔, 于我而言这些, 人体、衣服这些都是柔软和柔美的, 进而想到了柔和弧线, 店铺设计大量运用圆和弧线, 其中也掺杂了直线元素, 弧形形体的几何感和弧线的流动, 一下子就拉高了整个空间的颜值。直线与圆弧相结合, 可以让空间灵动不死板, 空间更富有层次感。

蕉内-清凉一夏产品——冷色调的运用——蓝色。蓝色作为冷色调中最为的颜色, 象征着海洋、优雅、理智、安逸希望等等, 同时也代表着好感、和睦、友好和友谊。蓝色自由又保守, 我们摒弃传统的轻松、轻柔和暖色系等的观念, 空间中大量运用的渐变蓝色的墙纸使整个空间看起来更加美丽和谐。

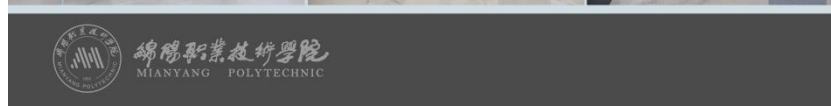
色彩分析

选址分析

我们的选址位于四川省绵阳市涪城区花园路9号, 这边是属于一个比较大和繁华的商业区, 靠购物、餐饮、娱乐和休闲于一体, 环境设施一应俱全, 在绵阳的类似大型商业区中热度排名第二, 人流量大, 面积广, 有四个出口和多个楼层楼梯, 交通方便, 有多条公交线路, 自驾也十分方便, 它的附近一共有一千多个停车位。

平面分析图

平面布置图 动静分析图 流线分析图 爆炸分析图



《蕉内线下服装体验店》何佳骏、谔佳