

商业空间设计中构成要素的研究

姬烨 庞磊 赵瑜 樊佳奇

(昆明文理学院, 云南 昆明 650222)

【摘要】 本论文旨在研究商业空间设计中构成要素的重要性以及其影响因素, 通过对形状与布局、色彩和光线、材质和纹理、细节和装饰、声音和氛围等方面进行分析, 揭示构成要素对商业空间设计的影响。研究表明, 构成要素在商业空间设计中起着重要的作用, 可以影响顾客的感知和体验。因此, 在商业空间设计实践中需要重视构成要素的运用, 以提升商业空间的吸引力和竞争力。本研究为商业空间设计提供了有益的启示和指导。

【关键词】 商业空间; 空间设计; 构成要素

商业空间设计是一门综合性的学科, 涉及建筑、室内设计、艺术等多个领域。在商业空间设计中, 构成要素起着至关重要的作用, 构成要素包括形状与布局、色彩和光线、材质和纹理、细节和装饰、声音和氛围等方面。这些要素不仅影响着商业空间的整体形象和氛围, 还会对消费者的体验和购买行为产生重要影响。且商业空间设计中的构成要素是相互关联的, 共同塑造了商业空间的形象和个性。因此, 设计师在进行商业空间设计时需要综合考虑这些要素, 并根据具体的商业需求和目标进行灵活运用。通过对构成要素的深入研究和分析, 可以为商业空间设计提供更科学、更有效的设计方法和策略。

一、构成要素在商业空间设计中的重要性

在商业空间设计中, 构成要素是非常重要的, 其直接影响着商业空间的功能性、美观性和用户体验, 以下是一些构成要素在商业空间设计中的重要性:

首先, 功能性: 商业空间的功能性是最基本的要求。构成要素如墙壁、柱子、门窗等, 需要合理布局和设计, 以确保商业活动的顺利进行。例如, 合理的空间划分可以提高工作效率, 方便货物摆放和展示, 提供顾客流线等。

其次, 美观性: 商业空间的美观性是吸引顾客的关键因素之一。构成要素的设计需要考虑到整体的视觉效果和品牌形象。例如, 墙壁和地面的材质、颜色和纹理的选择, 以及光线的利用都会影响到商业空间的美观性。

第三, 空间流动性: 商业空间的流动性是指顾客在空间内的移动和导引。构成要素的布局和设计需要考虑到顾客的行为路径和活动需求, 以提供流畅的空间流动性。例如, 合理设置的出入口、通道和货架陈列等可以引导顾客的流线, 并提高顾客的

购物体验。

第四, 用户体验: 商业空间的用户体验是一个综合性的概念, 包括顾客对商业空间的感觉、情感 and 满意度。构成要素的设计需要考虑到顾客的需求和偏好, 以提供舒适和愉悦的使用体验。例如, 合理的座椅和休息区域、良好的空气质量和舒适的照明等都可以提升用户体验。

总之, 构成要素在商业空间设计中的重要性不可忽视, 其直接影响到商业空间的功能性、美观性、流动性和用户体验, 进而影响到商业的经营效果和顾客满意度。因此, 在商业空间设计中, 需要综合考虑和合理运用各个构成要素, 以创造出具备吸引力和竞争力的商业环境。

二、构成要素的影响因素分析

(一) 形状与布局

形状与布局在商业空间设计中起到了重要的影响作用。不同的形状和布局可以传达不同的感觉和信息, 同时也会影响人们对空间的感知和使用方式。

1. 形状的选择: 不同的形状可以在视觉上给人不同的感受。圆形和弧形的形状通常被认为是柔和和温暖的, 能够给人一种亲切和舒适的感觉。这种形状常用于创建亲密和融洽的交流环境, 例如餐厅的用餐区域。而直线和角形的形状则通常被认为是坚固和冷酷的, 能够给人一种稳重和现代感。这种形状常用于创建专业和正式的环境, 例如办公室的会议室。

2. 布局的安排与组织: 布局是商业空间中的空间组织方式, 构成要素的安排和组织方式直接影响到空间的使用效果和用户体验。合理的布局可以提高空间的利用率, 使人流动线更加流畅和便捷。同时, 布局的安排也可以创造出不同的空间氛围和体验。例如, 开放式布局可以促进交流和互动, 适用于展示和体验

型的商业空间，而分隔式布局则可以提供更多的私密和专属空间，适用于购物和服务型的商业空间。

3. 空间的功能和需求：形状和布局的选择应根据商业空间的具体功能和需求来进行调整。不同业态的商业空间有不同的功能要求，如零售店铺需要考虑陈列和销售的需求，餐厅需要考虑就餐和服务的需求。因此，形状和布局的选择应该与商业空间的功能需求相匹配，以提供最佳的使用体验。

合理选择形状和布局可以传达特定的感觉和信息，同时也能够提供符合功能需求的使用体验和空间效果。

（二）色彩和光线

色彩和光线在商业空间设计中扮演着重要的角色，可以形成不同的情绪和氛围，影响人们对空间的感知和情感体验。

1. 色彩的选择：不同的颜色可以传递不同的情绪和信息。明亮的颜色如橙色、黄色和红色通常被认为是活力和兴奋的，可以吸引人们的注意力并激发购买欲望。这些颜色常用于商业空间的宣传和促销区域。而柔和的颜色如蓝色、绿色和紫色通常被认为是放松和温馨的，可以创造出舒适和亲切的氛围。这些颜色常用于商业空间的休息和休闲区域。

2. 光线的运用：光线对商业空间的氛围和效果起着重要的作用。自然光可以给人一种开放和明亮的感觉，能够提高空间的可见度和视觉舒适度。因此，在商业空间设计中，合理利用自然光是十分重要的。另外，灯光的运用也是营造氛围的关键。不同的灯光色温、亮度和角度可以创造出不同的效果和氛围。例如，暖色调的灯光可以营造出温馨和舒适的氛围，适用于餐厅和休闲空间；而冷色调的灯光可以营造出清新和专业的氛围，适用于商店和办公空间。

3. 色彩和光线的协调：色彩和光线应该在商业空间设计中进行协调，以达到统一的视觉效果和品牌形象。色彩和光线的选择应与商业空间的定位和目标受众相匹配。例如，奢侈品店通常会使用柔和而高质感的光线来突出产品的精致和高档感，而快时尚品牌店则可能会使用明亮而鲜艳的光线来吸引年轻人的目光。

合理选择色彩和光线可以创造出符合品牌形象和用户体验的商业空间氛围，提升顾客的购物体验 and 品牌认知度。

（三）材质和纹理

材质和纹理在商业空间设计中起到了重要的影响作用，可以给人们带来不同的触感和视觉体验，同时也能够创造出独特的品牌形象和空间氛围。

1. 材质的选择：不同的材质可以传达不同的感觉和信息。光滑的表面材质如玻璃、金属和大理石通常被认为是干净和现代的，可以给人一种高档和精致的感觉。这种材质常用于商业空间的展示和陈列区域，以凸显产品的品质和设计。而粗糙的表面材质如木材、石材和纺织品则通常被认为是朴实和自然的，可以给人一种温暖和亲切的感觉。这种材质常用于商业空间的休息和体验区域，以营造舒适和放松的氛围。

2. 纹理的运用：纹理可以增加商业空间的趣味性和独特性。不同的纹理可以创造出不同的视觉效果和触感体验。例如，细腻的纹理如细纹、花纹和雕刻可以给人一种精致和高雅的感觉，适用于豪华品牌和高端商业空间。而粗糙的纹理如木纹、石纹和布纹可以给人一种朴实和自然的感覺，适用于休闲品牌和亲民商业空间。通过合理运用纹理，可以增加商业空间的层次感和趣味性，提升品牌形象和用户体验。

3. 材质和纹理的组合：材质和纹理的选择应与商业空间的整体风格和品牌形象相匹配。在商业空间设计中，通常会选择多种不同的材质和纹理来创造出丰富的触感和视觉效果。例如，将精致的金属材质和细腻的纹理与自然的木材材质和粗糙的纹理相结合，可以打造出现代与自然相融合的商业空间。这种组合可以创造出独特的品牌形象和空间氛围，吸引顾客的注意力，并提升整体的视觉效果。

合理选择材质和纹理可以给人们带来不同的触感和视觉体验，同时也能够创造出符合品牌形象和用户体验的商业空间氛围。在商业空间设计中，应综合考虑品牌定位、目标受众和功能需求，以选择合适的材质和纹理，创造出与品牌风格和用户期望相匹配的商业空间。

（四）细节和装饰

细节和装饰在商业空间设计中具有重要的影响力，可以增加空间的美感和个性化，给人们留下深刻的印象，同时也能够与品牌形象和空间氛围相呼应。

1. 细节的精致：精致的细节设计可以展现出品牌的高雅和精致感。这些细节可以体现在空间的各个方面，如墙面装饰、天花板设计、家具选择等。例如，精美的雕刻和铺贴细节可以让空间更加精致和独特，突显品牌的高品质和独特性。同时，细节设计还可以通过线条、形状和比例等元素来营造出舒适和谐的空间氛围。

2. 装饰的个性化：装饰可以为商业空间增添个性化和独特性。通过合理的装饰选择，可以突出品牌的特色和形象。装饰可以包括艺术品、植物、灯饰等元素。例如，在餐厅空间中，可以使用特色的艺术品

或装饰品来营造出特定的氛围,使顾客在就餐过程中感受到品牌的个性化和独特性。装饰的个性化还可以通过颜色、材质和纹理等元素来实现,以创造出与品牌形象相契合的空间氛围。

3. 细节和装饰的协调:细节和装饰的选择应与商业空间的整体风格和品牌形象相协调。细节和装饰应该相互补充,形成整体的统一感和协调感。在商业空间设计中,细节和装饰的选择应与品牌定位和目标受众相匹配。例如,奢侈品品牌通常会选择精致而高雅的细节和装饰,以体现出品牌的高端和独特性;而年轻时尚品牌则可能会选择简约而个性化的细节和装饰,以吸引年轻人的目光。

精致的细节设计和个性化的装饰选择可以增加空间的美感和个性化,与品牌形象和空间氛围相呼应。在商业空间设计中,应综合考虑品牌定位、目标受众和功能需求,以选择合适的细节和装饰,创造出独特、吸引人的商业空间。

(五) 声音和氛围

声音和氛围在商业空间设计中起到了重要的影响作用,可以给人们带来不同的情绪和体验,同时也能够营造出独特的空间氛围和品牌形象。

1. 声音的选择:不同的声音可以传达不同的情绪和信息。柔和的音乐和轻声细语通常被认为是宁静和放松的,可以创造出舒适和温馨的氛围。这种声音常用于商业空间的休息和体验区域,以帮助顾客放松和享受购物体验。而高亢的音乐和大声喧哗通常被认为是兴奋和活力的,可以激发顾客的购买欲望和兴奋感。这种声音常用于商业空间的宣传和促销区域,以吸引顾客的注意力和增加购买行为。

2. 氛围的营造:声音可以营造出特定的氛围和品牌形象。通过合理的声音选择,可以与商业空间的设计风格和目标受众相匹配。例如,在高端品牌店中,可以选择优雅和精致的音乐,以突显品牌的高品质和独特性。而在年轻时尚品牌店中,可以选择动感和时尚的音乐,以吸引年轻人的目光。此外,声音还可以与其他要素如光线、色彩和材质等相协调,以创造出统一的空间氛围和品牌形象。

3. 声音的控制和平衡:在商业空间设计中,声音的控制和平衡是非常重要的。过于嘈杂或不合适的声音可能会给顾客带来不适和干扰。因此,商业空间应合理控制音量、音乐类型和声音的传播范围,以保持空间的舒适和宜人。此外,商业空间的不同区域也可以根据功能和需求设置不同的声音环境,以满足顾客的不同需求和体验。

合理选择声音和营造氛围可以给人带来不同的情

绪和体验,同时也能够与品牌形象和空间氛围相呼应。在商业空间设计中,应综合考虑品牌定位、目标受众和功能需求,以选择合适的声音和营造恰当的氛围,创造出与品牌形象和用户期望相匹配的商业空间。

三、对商业空间设计实践的启示

商业空间设计实践的启示是要注重构成要素的综合运用,以创造独特的商业空间氛围和品牌形象。形状与布局、色彩和光线、材质和纹理、细节和装饰以及声音和氛围等要素相互交织,共同打造出吸引顾客注意力和提升用户体验的环境。在设计过程中,需要持续创新和差异化,以满足不断变化的消费者需求。因此,充分理解目标用户群体的偏好和行为习惯至关重要。同时,可持续发展的理念也应贯穿设计过程,注重环保和资源的合理利用。技术的应用也是推动商业空间设计发展的关键因素,数字化和智能化手段可以提升用户体验和效率。可见,商业空间设计实践应以用户为中心,通过综合运用构成要素,创造独特而有吸引力的环境,提升品牌形象和消费者体验。

四、结束语

总之,商业空间设计中的构成要素是不可忽视的重要影响因素。通过合理选择和运用形状与布局、色彩和光线、材质和纹理、细节和装饰以及声音和氛围等要素,我们可以创造出独特和吸引人的商业空间,提升品牌形象和用户体验。进一步的研究和实践将有助于推动商业空间设计的发展,为人们创造更美好的商业环境。

参考文献:

- [1] 王汝婷,戴端,刘文阳.地铁列车内室剩余空间的视觉化设计要素研究[J].包装工程,2021,42(14):284-289.
- [2] 叶强,胡赞英,赵焱.电子商业影响下的城市零售商业空间结构演变研究[J].现代城市研究,2022,37(1):83-92.
- [3] 施济光.风格派艺术的空间装饰特色:施罗德住宅与奥比特咖啡馆设计研究[J].装饰,2021,(9):134-135.
- [4] 徐孟远,兰静超.基于空间计量模型的古镇环境风貌要素对游人活动影响研究以乌镇西栅为例[J].现代城市研究,2023,38(4):62-66.
- [5] 殷实.商业综合体中品牌形象设计与商业推广策略研究[J].工业建筑,2022,52(8):7.
- [6] 刘文,袁红.综合管廊与地下空间一体化建筑设计模式研究[J].地下空间与工程学报,2021,17(5):1362-1375.