

[诚招服装企业]专业从事商业空间设计与施工

产品名称	[诚招服装企业]专业从事商业空间设计与施工
公司名称	常州梦之果装饰工程有限公司
价格	面议
规格参数	面积:1000 (m ²) 装修情况:精装 配套设施:卫浴
公司地址	江苏常州市新北区江苏常州市新北区九江路1-112号
联系电话	86-051989882192-1 18915832666

产品详情

设计要求

- 1、掌握专卖店室内设计的基本原理，在满足功能问题的基础上，力求方案有特色。风格不限，造价不限。
- 2、要求反映专卖店形象，突出专卖店经营特色。
- 3、针对专卖店需要，充分考虑各功能分区，组织合理的流线。
- 4、充分利用已有自然条件，结合人为效果，创造合理.舒适的专卖店环境。
- 5、设计要求需足公共建筑室内设计的个种规范要求。

设计内容

在所提供的平面图中任选一幅，完成以下内容：

- 1.平面布置图：各房间或功能区的名称.尺寸；家具.陈设及设备。
- 2.地面平面图：室内地面铺设材料.图案的规格尺寸及构造做法等；地面各部分的标高。
- 3.顶棚布置图：顶棚的标高.尺寸和构造做法；顶棚的灯具.设备类型.规格。必要时绘制出节点剖面图。
- 4.立面图：室内各房间的立面尺寸及构造做法。必要时绘制出剖面图。

5.构造节点详图：根据需要绘制。注明索引位置.尺寸.构造做法。

6.效果图：表达方式不限。可用电脑表现图或手绘色彩渲染图等。

7.设计说明：300字左右。说明设计构思.分析材料的选择。

色彩：颜色是视觉的第一要素。所采用的颜色按照“品牌标准色彩”进行设计。专卖店外墙及门头的设计规划。专卖店的门面也是一个品牌的门面，最主要是要能清晰地表现出品牌的名称和标志，要醒目、简洁、大气，并且能表达出品牌的文化理念。同时，在色彩和装潢上要能与旁边的店铺有明显的区别。如：高亮度的色彩吸引路人的注目，同时通过店面建筑的语言，体现出品牌的某种特性，是使品牌深入人心的重要途径。

造型：形状是视觉的第二要素。造型设计需与品牌的行业性质、产品定位、品牌文化特色相匹配。品牌文化道具的运用。文化元素是表现一个品牌内涵的最佳元素，只有文化才能源远流长，经久不息，通过文化元素来突出内衣品牌内涵，能与消费者产生共鸣，拉近距离，令消费者从心去感受一个品牌，由内心到外表，接受此品牌的理念并发扬传播，忠诚度得到进一步的升华。在专卖店/专柜中，通过一些道具来衬托品牌、表现品牌文化，要注意以下几点：1/所使用的道具的质感，必须与品牌所宣传的文化点相协调，例如表现品牌“时尚”元素，千万不要使用“传统、古朴”的道具；2/道具造型要生动，摆设的位置要适当，切忌盖过产品的陈列。3/渲染和加强品牌所具有的文化理念。

材质：质感是视觉的细腻之处。参照上面材质设定的做法。装饰材质的设定。材料的风格与品牌的风格要一致。也就是说，装修材料的运用效果给人的印象如何，与品牌的定位给消费者的感受，两者是相吻合的。举例说明：如使用“罗马柱”来装饰，那么这个品牌给消费者的印象应该是欧化、奢华的风格。如果要表现一个品牌的“时尚、简约”，那么，使用玻璃、金属的线条的材料来装潢，就比较贴切些。

光感：灯光是视觉的聚焦、升华之处。

灯光分天花、橱窗、灯箱、陈列柜、试衣间、灯模等几个方面，主要是起烘托产品和渲染卖场气氛的作用。要想最大程度地发挥灯光的作用，就必须考虑到内衣产品的陈列方式和装潢设计的风格，不单纯追求灯的排列整齐和造型独特，更强调在有物体（含货物陈设及形象喷绘图）的地方有充足的直射的光线（以造型美的射灯为主）。没有展示的地方就通过间接光源，这样利用光线的疏密与变化，使卖场的层次更加多样化，空间感更强，购物气氛更浓。

橱窗展示设置。橱窗是一个店面的灵魂，消费者在进入店面之前是必须看到的，橱窗具有店内最大的展示面积，必须谨慎设计，充分利用，其作用主要表现在：

1. 展示产品，增加顾客购买欲望。
 2. 营造格调，配合店内、外环境因素，以不同的设计手法，材料运用来营造格调，凸显产品的视觉感受。
 3. 传递信息。例如“新品上市”、“打折优惠”等等。
 4. 发掘潜在消费者，透过店面橱窗可以使店内情景及产品得到展示，从而使人流驻足成为可能。
- 商店风水：

生意兴隆有妙招柜台——不宜摆在出口处 有些商店为了促销商品，往往在扶梯的出口处摆设柜台，目的当然是要使顾客一踏上楼面就能看见所推销的商品，以增加出售商品的可能性，但这种做法往往使得一些顾客会故意绕开这个柜台，而走向旁边的柜台。您不妨将挡在楼梯口的柜台向旁边移开2公尺，再看看效果，相信您会感觉到“宅相学”的妙用。

声煞——别放震耳欲聋的音乐 播放震耳欲聋的音乐，其实这样做是很不好的，音乐本身确实可以营造一种气氛，但要看是营造了怎么样的气氛，轻柔雅致的乐声，可以使顾客留连忘返，增加顾客在商店里的逗留时间，从而增加顾客消费的可能性；而震耳的音乐在风水中称之为“声煞”，属于凶煞的一种，使得人们自然而然地产生出烦躁的情绪，对商店的促销只能起到负面的影响。

忌直冲——自动扶梯勿对大门 现在大多数大型商场里，都设有自动扶梯，请注意，不要将自动扶梯对着商店的大门，如果已经形成这样的格局，就要用货架尽量遮挡，使得顾客不要一进门就看见扶梯，这也是风水中“喜回旋，忌直冲”的原则，不然的话，您商店里的顾客是“参观访问”

的多，慷慨解囊的少”。店面颜色——不能随便定 商店装潢的颜色有很大的讲究，现在有许多商店非常注重店面内部的颜色，有些商家通过心理测试认为，例如红色等比较明快的颜色，会令人处于一种相对兴奋的状态，激起人们的购买欲望。从风水的角度而言，店面内部的颜色，要和店主的生辰、店面的朝向以及所售商品的五行属性相结合而考虑，将商品的属性纳入木、火、土、金、水五大类，然后根据店主的命卦和商店的宅卦，具体确定商店内部的装潢色调，方法极为繁复，必须请专业的宅相家定夺。店门——做得过小不纳气 商店的门是商店的咽喉，是顾客与商品出入与流通的通道。商店的门每日迎送顾客的多少，决定着商店的兴衰。

"[诚招服装企业]专业从事商业空间设计与施工"的面积为1000 (m²) ，配套设施是卫浴，装修情况为精装，物业类型是商业，物业地址为全国