东莞装修公司 东莞道滘店铺装修 东莞万江商店装修设计要素

产品名称	东莞装修公司 东莞道滘店铺装修 东莞万江商店装修设计要素
公司名称	东莞市博煜智能科技有限公司
价格	35.00/平方米
规格参数	品牌:博煜装饰 服务项目:店铺装修 设计周期:3天
公司地址	东莞市横沥镇田坑村新城工业区城市家园112号
联系电话	0769-82329277 13825738501

产品详情

东莞装修公司，东莞道滘店铺装修，东莞万江商店装修设计要素
一、商品与商店室内设计 衡量商店店铺设计好坏的直接标准是看商品销售的好坏。因此让顾客方便、直观、清楚地“ 接触 ”商品是首要目标。在接到一个商店室内设计任务时首先要对该店所售商品的形态与性质作出分析，目的是利用各种人为的设计元素去突出商品的形态和个性，而不能喧宾夺主。对商品的分析大致可从下面几点入手。 1，商品类型的大小范围：同类商品的大小变化幅度有多大，比如乐器店既有巨大的钢琴又有精巧的口琴，而书店和眼镜店的商品则规格基本相同。这种不同的变化幅度造成不同的空间感，变化幅度大的商品，陈列起来造型丰富，但也易造成零乱，设计时应强调秩序。减少人为的装修元素。变化幅度小的商品排列起来整齐，但易陷于单调，设计时应注重变化，增加装饰元素。 2，商品的形：同一类商品的形变化多，空间感觉活泼，但也易杂乱，如玩具店。若所售商品形象差异不大，构思空间时应注重变化，否则会使人感到呆板。比如鞋，彼此之间造型变化不大，而我们常见的鞋店都是分类排列，这很难引起人们的兴趣。相反，国外的一些鞋店往往充分利用空间和陈列装置的变化，造成生动的气氛。此外，商品的形还具有可变性。比如服装店，利用模特形成多姿多彩的形象。模特往往是时装店的主要构图元素。 3，商品的色彩和质感：古玩、家电的色彩灰暗，塑料制品和玩具的色彩鲜艳，这要求室内设计色调起到陪衬作用，尽量突出商品的色彩。此外，商品的质感也往往在特定的光和背景下才显出魅力例如，玻璃器皿的陈列，必须突出其晶莹剔透的特色，以吸引顾客。东莞装修公司，东莞道滘店铺装修，东莞万江商店装修设计要素 二、消费者的行为心理与商店室内设计

1， 进入商店的消费者行为及心理

不同的商店接待的三种顾客的比例不尽相同。指名购买的行业，比如，药店接待的顾客有许多是有目的购物者，室内布局应以功能为先。顾客在一定范围内选择购买的行业比如文具店、食品店等。设计应注重条理和秩序。比较选择购买的行业，比如时装店、珠宝店、玩具店。设计中应使空间环境富于吸引力。通过跟踪调查法绘出不同类型商店内的顾客行动轨迹，可为室内设计提供依据。

消费者购物时的心理活动是本身需要和客观影响的综合反映。我们研究的目标是外界环境刺激对顾客的

影响。下面是消费者购买活动的心理过程的八个阶段；一般说来，消费者进入商店购物时，大多数要经过以上一系列心理过程，尽管有时不那么明显。我们在商店室内设计中应对准消费者这一系列心理活动制定对策，使他顺利实现购物行动。 2，认识过程与视觉心理 从上面的分析看出，一系列心理过程的开头是“ 注意 ”，这要求商品应具有一定的刺激强度才能被感知，根据视觉心理学原理我们可采取以下对策： 增强商品与背景的对比。商店内各种视觉信息很多，人只能选择少数作为识别对象。根据视觉心理原理，对象与背景差别越大越易被感知，在无色彩的背景上容易看到有色彩的物体，在暗的背景上容易注意亮的物体。比如在室内设计中采用暗淡的色彩，并进行低度照明，而用投光灯把光线投射到商品上，使顾客的目光被吸引到商品上。又如浅色商品以深色墙面为衬托，而深色商品以白色货架为背景，用于突出商品。 掌握适当的刺激强度。除了突出商品以外。广告、霓红灯、电视等也用来吸引顾客。但是刺激超过了一定限度起不到什么作用。招牌的数量越多，每块相对被注意的可能性越小。国外有人做过实验表明，注意的可能性的减少要比人们仅从数量着眼所预料的快得多。实验表明一般人的视觉注意范围不超过七，比如短时间呈现字母，一般人只能看到大约六个，这对于我们在室内设计中合理地确定商业标志和广告的数量、柜台的分组数量和空间的划分范围等是十分有用的。东莞装修公司，东莞道滘店铺装修，东莞万江商店装修设计要素 3，情绪心理与购买行动 在使消费者对商品引起注意之后，还要采取一系列对策来促进他顺利实现购买行动。我们在室内设计中可以采取以下手法。 唤起兴趣。新颖美观的陈列方式及环境设计能使商品看起来更诱人。国外商业建筑十分注意陈列装置的多样化，往往是根据商品来设计陈列装置，让商品的特点得到充分的展示。 唤起欲望。注意陈列装置的多样化，因为美观的陈列方式和环境与商品一样诱人，甚至比商品更诱人，它们使商品获得充分的展示。 三 建筑装修元素与商店室内设计 同样的商品，人们往往认为摆在装饰很好的商店里的比摆在夜市地摊上的价值高。面临着市场的竞争，必须以建筑装修的突出特色去赢得消费者。为此，可使用以下手法。 1，创造主题意境。在室内设计中依据商品的特点树立一个主题，围绕它形成室内装饰的一套手法，创造一种意境，易给消费者以深刻的感受和记忆。比如在儿童动物玩具店中，设计师创造的主题是林中乐园，绒布动物在树上爬着、躺着、靠着，显得十分活泼可爱。这样的室内空间虽然装修朴素，但对小顾客的吸引力丝毫不弱。 2，重复母题。一些专门经营某种牌子产品的商店，常利用该产品标志作装饰，在门头、墙面装饰、陈列装置、包装袋上反复出现，强化顾客的印象。经营品种较多的店铺也可以某种图案为母题在装修中反复应用，加深顾客的记忆。

东莞装修公司，东莞道滘店铺装修，东莞万江商店装修设计要素

3，灵活变动。消费潮流不断地变化，所以商店应能随时调整布局。国外有的商店每星期都要做一些调整，给顾客以常新的印象。为此一些可灵活使用的设计也大量出现。如某书店的天花为网格型轨道，陈列架是从轨道上倒挂下来的r型钢丝架，它可以随意变换位置，店主调整起来非常便利。在这里由标准件构成的钢架成了空间的主角，大型广告、电视屏幕、商品模型、模特儿等安装在上面。由于钢架具有很大的灵活性，可根据不同的陈列作调整，给消费者提供了充满刺激的不断变换的信息。