

# 商场氛围装饰-商场公共空间美化设计-山东美陈公司

产品名称	商场氛围装饰-商场公共空间美化设计-山东美陈公司
公司名称	济南大将文化传媒有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	山东省济南市历下区解放路
联系电话	0531-88939681 18615567566

## 产品详情

商场氛围装饰-商场公共空间美化设计-山东美陈公司

购物空间公共空间的设计，

承载社交力是关键！

新一代消费者他们的喜好和价值观逐渐对商业产生极其显著的影响，购物中心存在的意义和发展趋势，从满足购物需求之外开始承担着社交娱乐好去处的角色。因此一个好的商业空间，不仅仅为人们提供了一处休闲的场所，更是在用空间创造连接彼此的纽带。

### 公共空间的形成及类型

中庭开放空间的形态创造中庭（Atrium）见于古罗马时代，由建筑物围起一个院子，有时也采用柱廊式墙体围合，作为公共活动空间使用。到十九世纪，随着建筑技术的发展，特别是钢铁和玻璃材料的使用，使人们在露天的中庭加上有玻璃的顶盖，成为室内公共空间。

中庭空间是商业建筑空间形象的一个精彩高潮，也是创造别致的商业气氛的重要场所。在这里，空间艺术的创造使中庭形成整个商业建筑独特而别具风格的景观中心。中庭作为建筑物内部带有玻璃顶盖的多层内院，多设置垂直交通工具而成为整个建筑的交通枢纽空间。不同方向的人流在这里交汇，集散。同时，这里也是人们憩息，观赏和交往行为的场所，使中庭形成一个多元化的活动空间。这种新的内部空间形态反映了现代建筑中室内室外化，室外室内化的倾向。因而中庭不同于一般的室内空间，在尺度、形状、内容等方面也完全改变了传统的室内空间观念。

人类为了交易和社交，自古就不断追求社会生活的公共空间，商业市集，商业广场，商业步行街，等等

，都是购物中心公共空间的雏形。它来源于社会分工后对商品交换的原始需求，因此购物中心的公共空间是承载经济活动的一个重要流通环节，一切由此发展而来的功能和属性都是为此服务的。具体来说，在这里包含消费者、商业文化、社会交往、建筑设计、信息系统设计等等元素共同构成了购物中心的公共空间。

购物中心公共空间按类型可分为服务空间、交通空间、景观空间，其中又可按形式和功能划分，如下表所示：

创意的空间是商业文化以及空间多元趋势，商业建筑的中庭是商业建筑关注公共性、舒适性和文化品位的体现。随着商业环境的发展成熟，单一的购物空间也在发生着变化，越便宜越好的时代过去了，商业设施的魅力在于娱乐性，多种选择，空间舒适。包括吃喝玩乐的所有内容。因此，商业广告、餐饮娱乐展示，演艺等多种商业形式也加入进来，愈来愈密切地与购物融合在一起，形成老少皆宜的城市文化，在这个进程的发展中，呈现出几种趋向：

1.餐饮化；

2.娱乐化；

3.展示演艺；展示演艺的加入在中庭内设时装表演在购物中心已经非常普遍，这种表演使营销形象变得引人入胜，这种免费的演艺形式是消费者不花钱就能享受到的娱乐；

4.社区中心化；大都市购物中心的开放空间逐渐担负起社会活动交往中心的作用。

商业环境的内部开放空间是商业建筑设计中至关重要的焦点，是空间乐章中的华彩高潮，它是整个城市休闲生活的重要背景。公共开放空间的设计是工业文明，城市商业，文化特色和空间序列多个领域的综合，空间设计被并入商业和文明这两大复杂系统使设计师的工作成为创造空间感受和提高生活质量的富于社会责任感的高尚职业。

### 挖掘公共空间价值

对购物中心公共空间的设计，需要平衡公共空间功能性、美学、运营效率，除了营造一种人们习以为常的空间氛围，而更应创造一种基于新兴生活方式衍生出的人们渴望的具有文化内涵的环境。

在功能与形式的平衡上这种大型商业地产项目是城市的重点项目，除了满足城市的购物，餐饮需求外，也需要考虑城市建设的景观要求理性的思考使功能与形式达到合理的平衡。在人性化的理念下（室外，室内）聚集于一个规整的空间中，也许这时，空间的无向性正可以符合人们的购物心理。总体规划关系购物中心成败，没有认真规划论证的购物中心大都缺乏特色与核心竞争力，具体表现是开业后缺少顾客人流，商户无法赢利，走向关闭。

公共空间活动应该是体验感的传感场，在商业内容、品牌重合度高的市场环境下，商业公共空间完全做出与别人完全不同，实际就是抓到一个氧的元素，化学上的氧和任何东西在一起都会变化成新的东西，商业的公共空间也应该具备这样的特性，这样才可以给商场带来丰富的可变空间。另外，公共空间是项目定位和品牌核心的立表。好的公共空间应该实现包容性、景观性、休闲性、引流性和实用性五特点的融合。

通过对基础心理、生理需要的满足、景观性带来的视觉愉悦、舒适性可平衡需求与商业体形象来调整购物节奏和心情，更是凭借空间和场景来满足综合社交娱乐需求，因此，在某种程度上来说购物中心承载了人们对社交的功能需求，购物中心就是一座城市的社交中心，点就是提供社交空间，第二点则是基于对社群的研究，而推动消费力，从而提升业绩。

## 1、挖掘空间服务力

空间服务的意义在于除了做好物理空间建设和物业管理外，更以中间层的运营服务提供内容，以此激发空间的活力，为城市发展提供更多线下空间，更多场景服务，让建筑空间活起来，从而形成一个具有全生命周期的生态链条。

好的公共空间也能为购物中心赚取好的利润价值，不做活动时，它可以是一个交通导流的建筑节点；做活动时，它拥有“百变”的可塑性。多元空间的打造，需要注意几点：合理的功能空间组合、私密性及公共性以及根据消费活动特征来调整空间界面各要素

在对交往空间界面进行设计时，应当通过分析空间内消费者活动的特征以及与当地地域特色的融合，并配合空间尺度的设计，调整界面的形状、材质、透明度、色彩等要素，来实现交往空间的丰富性和多样性，使城市商业综合体永葆活力。

## 2、创意空间，要允许创意发生

创意空间并不局限于建筑的范畴，除了建筑本身有创意之外，更重要的是，在未来的运用上，它是否允许多种“创意”的发生。更直接一点——很多集中商业在建设完之后，是一个固定空间，怎么让它在一个固定的框架内不停地变化？在明年、后年，甚至今天、明天都给人不一样的感觉？对此，有四点值得注意：

（1）高超的包容性，这个空间的形式和容量足够发挥不同的主题创意；

（2）室内有舒服怡人的阳光，由于购物中心大都封闭，阳光能产生户外、公共、自由的感觉；

（3）立体层次性，楼层之间要实现立体相融的互动；

（4）参与互动性，主要指顾客能体验到空间创意的乐趣。购物中心要让顾客来，吸引他们的不一定和商业消费有关，往往是一些艺术或者别的有趣的东西。

## 3、打造独特记忆

为用户打造独特的场景体验，就要强调购物中心独有的标示性，除了商业租赁面积外的公共空间，例如连廊、通道、中庭、公共洗手间前厅、电梯前厅、空中吊饰，都可以来去被一个购物中心的经营者很好的利用，来强化这个标示性。

## 4、打造有话题的空间

公共空间就是对购物中心主题的强化。让空间持续不断地制造出事件，引发话题，通过现在无比强大的网络平台推广与传播，才会有持续不断的关注。公共空间的区域面积有大有小，购物中心可以搭配季节性美陈或网红展等活动拉动人气，带动话题等等。如今，购物中心举办的各种艺术展变成了亲民的行为，让大众与艺术的距离更近了；而各种网络平台培养出的红人或知名IP也有很多联合购物中心造势，实现双赢。

### 完善公共空间配套设施

公共设施一般自成体系,形象活泼灵动,丰富了空间的秩序和活跃了空间的气氛。常见的公共设施包括：公用物品(如座椅、充电桩、公用饮水处、垃圾箱等)和指示标志(位置图、方向牌、标志牌)等等。

#### 1.休息娱乐设施

休息座椅为购物者提供休息，交往和娱乐的条件。在设置休息娱乐设施时，应当考虑“座席景观”。“座席景观”是多功能的小品。例如既作为景观点，又作为纪念雕塑的宽大台阶、带有宽敞梯级基座的喷泉，或者其他设计来同时用于一个以上目的的大型空间小品。它们可以产生更多有趣的要素，并且使人们能更加多样化的使用空间。

小型游乐场：受到儿童的极大欢迎。儿童也是购物者的重要组成部分，小型游乐场地的提供为他们了活动场所。在购物的同时，儿童也有了休息的去处。儿童活动场所的存在与否会对儿童产生截然不同的效果。

无障碍设施设计：为行动不便者提供更多关爱是商业建筑设计人性化的重要方面。无障碍卫生间、商铺装修后与公共走道产生的小高差设置的斜面过渡，商场为轮椅使用者提供无障碍收银台、咨询台以及在紧急状况下作为疏散途径的残疾人楼梯间等等。

## 2.卫生设施

如饮水器、废物箱和厕所等等，以美化环境，满足人们的卫生要求。卫生设施的设置既要注意使用的方便，又要考虑对景观的影响。

垃圾箱：设置在花坛、路灯等旁边，减小垃圾箱对视觉的影响。而且需要充分考虑废物箱的使用强度，及时清理。垃圾箱是一个经常被设计师遗忘的细节，但它对空间的成功运作至关重要。粗糙的垃圾箱不仅给空间带来很坏的形象，而且会使人产生他们对空间的使用是不受欢迎的想法，降低商业环境的质量。

卫生间：减少使用者使用时的麻烦这是人性化的根本体现。卫生间作为商业场所重要的设施，在厕位数量、男女厕位比例、服务内容、视线遮挡、细节设计上都应有所关注。显著的例子就是在许多商业建筑中出现的女厕所排队现象，究其原因就是不考虑商业建筑中女性消费者数量超过男性，而女性如厕时间又相对较长。同时，卫生间必须是作为一个可以休息、化妆、母婴室等多样化的如厕空间考虑。

## 3.信息、标识

如指示牌、导游图、宣传栏等等，以满足人们的信息，交流和通讯的需求。尽管熟悉商业建筑情况的顾客在没有任何标识的情况下也能很快进入建筑，但偶然访问的顾客或者新顾客在没有信息标识时也会迷失方向。

在商业购物中心中，顾客们需要各种信息。如停车场位置、建筑入口、卫生间入口等。商业购物中心的标识，还应该简介明了的表明周围公交车站、出租车站以及附近接到的方向指示，甚至表明周围街区的地图。

## 4.铺装设计

当人们在行走时，一般视线向下偏移10°左右，因此，购物中心的铺装在空中占有重要的地位，是人们心理、生理、和视觉接触频率的界面。购物广场的铺装风格应与周围环境协调统一，尺度应符合人体尺度，材料质感应光滑细密，突出其精致、高雅、华贵、且尺度感较小，但同时要注意防滑问题。

在商业空间中，铺装不但要满足路面基本的使用功能，还可以划分不同的性质的交通区间，方法就是通过特殊的色彩、质感和构成形式来加强路面的可识别性。地面合理的铺装对人们有不同的引导和暗示：有限制车辆进入的，有加强人车之间的阻拦的，有给人以进入商场的方向感和方位感的，这些也从侧面上进一步提高了城市道路交通安全功能。

地面铺装可以产生一个动人的地面景观，有效的区分出了行人区、车行区、休息区。产生良好的视觉效果。铺装通常表现和加强既定的场地物性（材料、质感、形状等），有时通过地面图案的设计，铺装可

分为：整体图案设计，这样做的结果是地面统一、完整大气；如果重复使用某种图案，则可以产生较为严肃的风格；若多种形式结合，更有利于界定不同的大小空间