

室内设计专业（独立本科段）

《商业建筑室内设计》

自学考试大纲

I. 课程性质与目的要求

《商业建筑室内设计》是室内设计专业一门重要的专业课程。本课程的主要目的是培养学生具有从事商业建筑室内设计的能力。具体地说,就是通过对商业建筑设计基本理论的学习和设计实践,使学生充分了解现代商业建筑的基本概念和发展趋势;熟悉商业建筑设计前期运作程序;商业建筑的规划布局与交通组织;商业综合体建筑设计;商业建筑的内部空间设计要点:商业空间与环境气氛的艺术塑造要领。掌握界面、采光、照明、色彩、材质等的处理方法。并且能够根据室内设计原理,从物理表现技法的实际应用,逐步获得从室内空间整体出发的综合设计能力。不仅能够严格地按照设计程序,独立完成各类商业建筑(购物中心、百货商店、超级市场、便利商店等)室内设计任务,同时,也能够完成商业建筑外环境的设计任务。

II. 课程内容与考核目标

第一章 序论

一、学习目的要求

现代商业建筑作为城市空间组织的重要因素之一，它所反映出来的文化品位，是人们评价一座城市重要的参照物。因此，它是当代城市规划和建筑设计的重要内容之一。通过本章的学习，主要让学生了解现代商业建筑的基本概念，能够从设计的角度来认识现代商业建筑化的基本特征，并且对现代商业建筑的发展变化以及现代商业建筑室内设计发展的动向有一个基本的认识。

二、课程内容

第一节 现代商业建筑的基本概念

现代商业建筑是指能满足购物者各种消费需求的综合性购物环境，是一个典型的商业综合体。

第二节 现代商业建筑的发展趋势

(一) 复合化倾向.

(二) 高效与省时化倾向.

(三)地域化倾向.

(四)生态与娱乐化倾向.

(五)个性化倾向.

(六)招租化倾向.

三、考核知识点

(一)现代商业建筑的基本概念

(二)现代商业建筑的发展趋势

四、考核要求

(一)识记:现代商业建筑的基本概念

(二)领会:现代商业建筑的发展趋势

(三)应用:根据现代商业建筑的发展变化,掌握现代商业建筑室内设计发展的动向,为今后的商业建筑室内设计打下一定的基础。

第二章. 规划布局与交通组织

一、学习目的、要求

在现代城市中,商业建筑的规划布局与城市性质、形态以及城市交通状况有着密切的关系。同时,大型商业建筑及其商

业体系有着自身发生、发展和变化的规律。因此，掌握这些规律和变化特点，对现代商业建筑设计有着特殊的意义。

二、课程内容

第一节 大型商业建筑的规划定位

- (一)城市形态对商业布局的影响 .
- (二)居民分布状况对商业布局的影响.
- (三)道路交通的因素对商业布局的影响 .
- (四)顾客的主要来源对商业布局的影响 .

第二节 大型商业建筑的基地选择

- (一)不同地点对经营的影响.
- (二)不同地面利用系数的影响 .
- (三)场地位置的选择要点.

第三节 外部交通的调查与预测

- (一)交通的调查.
- (二)交通量的预测.

第四节 外部流线的规划与设计

- (一)交通流线组织类型

1. 混合式

2. 分离式

(1) 平面分离

(2) 立体分离

(二) 多层次的立体交通设计

在大型商业建筑设计时，为了避免人、车、货流的相互干扰，有必要采取多层次的立体交通设计办法，即建立地下、对
面和地上多层的立体交通系统。

第五节 改善交通状况的方法与段

(一) 采用截流与分流手段.

(二) 采用优化手段.

(三) 出入口的缓冲空间与流线处理 .

第六节 停车场设计要点

(一) 一般停车场的设计原则.

(二) 商业建筑停车场的位置选择 .

(三) 停车场(库)的平面组成.

三、考核知识点

(一) 大型商业建筑的规划定位

(二) 改善交通状况的方法与手段

(三)停车场设计要点

四、考核要求

(一)识记：

1. 城市形态、居民分布状况、道路交通的因素及顾客的要求对商业布局的影响

2. 交通流线组织类型

(二)领会：

1. 一般停车场的设计原则

2. 商业建筑停车场的位置选择

(三)应用：了解大型商业建筑的布局与城市性质、形态以及城市交通状况之间的关系。熟悉大型商业建筑及其商业体系自身发生、发展和变化的规律。并根据这些规律和变化的特点，完成商业建筑的规划定位。

第四章 商业综合体建筑设计

一、学习目的、要求

现代商业建筑有多种多样形式,但其共同特征是向着高比、专业化、便利化、经济化和大型化的方向发展,因此,出了

大量的商业综合体。通过本课程的学习和对现代商业综合体典型范例的功能分析,要求掌握商业综合体空间布局处和室内设计的方法。

二、课程内容

第一节 基本内涵与形态类型

(一)基本内涵.

(二)形态类型

第二节 商业综合体的系统构成

(一)系统构成分析.

(二)各构成要素的比例关系.

第三节 子系统的位置关系

(一)相互位置关系.

(二)空间位置分析

第四节 各子系统空间位置的设定

(一)商业购物空间

商业购物空间是满足顾客物质需求,产生市场吸引力的功能性质空间。商业购物空间包括:购物中心、百货商店、超级市场、专卖商店等等。

(二) 餐饮康乐空间

这种空间盈利性强，是商业综合体内很具有实力和吸引力的场所。

(三) 文化、办公与居住部分

这部分空间独立性相对较强，人员流动性也比较大，宜设在购物、餐饮空间的上部、旁侧或内侧，有时也与它们分开设置，其单独的出入口宜设在建筑物的两端或侧面。

(四) 其他服务业

这类空间与购物、餐饮、康乐空间关系密切。

(五) 停车场

停车场的布置原则为既使用方便，又尽量不干扰步行购物者及进出商业综合体的其他人员。

第五节 整体组合原则

第六节 系统空间的组合原则与手法运作

三、考核知识点

(一) 现代商业综合体基本内涵与形态类型

(二) 现代商业综合体的系统构成

(三) 整体组合原则

(四)系统空间的组合原则与手法运作

四、考核要求

(一)识记:

- 1.现代商业综合体的形态类型
- 2.现代商业综合体各构成要素的比例关系

(二)领会:

- 1.现代商业综合体基本内涵
- 2.现代商业综合体各子系统空间位置的设定

(三)应用:运用掌握的商业综合体空间布局及室内设计方法,利用各种技术手段营造出具有魅力的综合性建筑环境。

第五章 内部空间设计要点

一、学习目的要求

本课程主要学习和了解商业空间的功能组成、内部空间组织形态、布局原则与处理技巧。掌握商业空间商品的布置要点以及室内环境气氛的营造方法。

二、课程内容

第一节 商业空间的功能构成

现代商业空间的功能构成，分为引导部分、营业部分和辅助部分。

第二节 空间的平面结构模式

(一) 线形平面

所谓线形平面是指所有商业子空间大致沿着一条线排列的形式。

(二) 辐射形平面

各商业子空间的排列路径是由一个中央公共点朝某几个方向延伸出去的形式。

(三) 环形平面

一般是以一个或多个形状比较规则、规模比较大的中庭、庭院或多个商店的集合体为整个商业空间的组织中心，其他商业子空间环绕其周围展开。

(四) 群聚形平面

此类空间类型是利用商业空间彼此联系的亲近程度来相互连接，虽然缺乏环形等模式的紧密性与几何规则，但商业子空间有序的群聚组织，能够产生对称或轴线等视觉秩序——似无序而有序。

(五) 格子形

这种格子形模式是一种重复组织的空间模式系统。

(六) 网络形

将几种类型相互综合，形成灵活而连续的空间网络结构，给顾客以步移景移的感受。

第三节 空间的剖面形式

(一) 大厅型

这种类型的商业空间比较完整，可以对空间进行灵活地划分。

(二) 展廊型

这种类型是在中间以贯通的廊或庭进行空间组织的形式。

(三) 错层型

商业空间以错层的形式进行空间组织形式。

第四节 空间的节点处理

(一) 功能策计划

商业空间可利用功能配置，增强商业空间的活性。

(二) 造型设计

空间节点的造型设计包括多方面。

(三)度的把握

节点空间的尺度应适度，无论大尺度还是小尺度如果处理得好，均能达到宜人的空间效果

第五节 商品区位与布置的原则

(一)商品的布局原则

1. 流线设计原则

2. 商品的陈列原则

(二)商品的陈列与经营

商品的陈列方式有分类陈列、主题陈列和综合配套陈列三种。商品的经营方式则有闭架式、开架式和仓储式三种。

(三)商品的竖向分布

为了创造良好的购物环境，提高商业经营效果，商品的定位及分布设计非常重要。

第六节 内部流线组织

(一)水平流线的划分与组织

1. 主流线

2. 副流线

(二)垂直交通设计

1. 自动扶梯

2. 电梯布置

3. 楼梯

(三) 坡道

与楼梯、扶梯相比较，坡道应该满足无障碍设计的要求，方便老幼病残及运输物品。

第七节 内部空间设计原则与处理技巧

(一) 经营空间的设计原则

1. 营业厅的网柱尺寸应根据顾客流量、商店规模、经营方式和有无地下车库而定。

2. 控制每层营业厅的面积。

3. 流线组织应使顾客顺畅地浏览选择购买商品，并能迅速、安全地疏散。

4. 柜台布置所形成的通道应形成合理的环路流动形式，为顾客提供明确的流动方向和购物目标。

5. 营业厅尽量利用天然采光。

(二) 空间的组织与分割技巧

1. 高差组织

2. 凹凸变化

3. 重复组织

4. 空间序列

5. 水平引导

6. 对比差别

(三) 不同类型交往休闲空间设计

1. 设置内聚性空间

2. 设置分离式空间

3. 设置景观式空间

三、考核知识点

(一) 现代商业空间的功能构成

(二) 空间的平面结构模式

(三) 现代商业空间的内部流线组织

(四) 内部空间设计原则与处理技巧

四、考核要求

(一) 记忆:

1. 现代商业空间的功能构成

2. 空间的平面结构模式

3. 现代商业空间剖面的构成形

4. 现代商业空间的内部空间处理技巧

(二) 领会:

1. 商品区位与布置的原则

2. 现代商业空间的内部空间设计原则

3. 现代商业空间的内部流线组织

(三) 应用:

掌握商业空间商品的布置要点, 运用室内环境气氛的营造方法, 完成现代商业内部空间的室内设计。

第六章 商业空间与环境气氛的艺术塑造

一、学习目的要求

本课程主要学习和掌握现代商业建筑外部环境的艺术处理、内部气氛的艺术塑造以及环境艺术特色设计的方法和表现。

二、课程内容

第一节 外部环境的艺术处理

(一) 表现结构造型.

(二)体现建筑性格.

(三)关联环境文脉.

(四)展示广告效果.

(五)内外空间的互渗.

(六)外部环境的利用.

第二节 内部空间的艺术塑造

(一)空间层次的组织

1. 通透与动态

2. 交错与渗透

3. 嵌套与包容

(二)空间的艺术化处理

1. 模糊与虚拟化

2. 梦幻与情感化

3. 生态与自然化

第三节 创造现代的营销环境

(一)注重购物心理.

(二)创造主题意境.

(三)塑造空间界面.

(四) 色环境的设计.

(五) 光环境的设计.

三、考核知识点

(一) 外部环境的艺术处理

(二) 内部空间的艺术塑造

(三) 创造现代的营销环境

四、考核要求

(一) 识记:

1. 外部环境的艺术处理方法

2. 内部空间的艺术塑造手段

(二) 领会:

1. 消费心理与环境设计的关系

2. 如何创造主题意境

(三) 应用: 掌握商业建筑外部环境的艺术处理、内部气氛的艺术塑造以及环境艺术特色的设计的方法, 设计出具有特色的现代商业建筑环境来。

III. 有关说明与实施要求

(一) 关于考核内容、目标和要求

《商业建筑室内设计》是室内设计专业一门重要的专业设计课程。本课程的内容包括:现代商业建筑的基本概念和发展趋势;熟悉商业建筑设计前期的运作程序;商业建筑的规划布局与交通组织;商业综合体建筑设计;商业建筑的内部空间设计要点;商业空间与环境气氛的艺术塑造要领。本课程涉及的内容极为广泛和重要。对于个人自学、社会助学和考试命题来说,要求是比较高的。因此,对于考核内容、考核目标、考核要求力求具体化、规范化。所以本大纲列出了章、节、目的基本内容和考核知识点,并且对考核要求上分为识记、领会和应用三个层次。识记是要求考生记住本课程中有关知识、概念、原理的含义,并且能够正确地认识和理解。领会是在识记的基础上,能比较全面地把握本课程的基本概念、基本原理、基本方法。应用是要求考生能够运用掌握的基本概念、基本原理、基本方法和各种表现技法,具有独立完成商业建筑空间室内设计课题任务的能力。同时要引起注意的是,随着社会的进步和发展,大量的新材料、新工艺、新技术的高科技内容不断涌现。

因此，我们要用动态的眼光来分析、学习和应用。

这些具体的要求，既是对考生自学的要求，也是国家考试命题的具体范围和要求。

(二) 教材及参考书目

指定教材：

《现代商业空间展示设计》 任仲泉著

山东科学技术出版社 .

参考教材：

《现代商业建筑的规划与设计》 曾坚 陈岚 陈志宏主编

天津大学出版社 .

(三) 自学方法指导

1. 认真阅读

2. 贯彻理论联系实际的方针。在理解和掌握商业建筑空间室内设计基本概念和基本原理的基础上，着重商业建筑空间室内设计应用的学习和实践。

(四) 对社会助学者要求

1. 社会助学者应当根据考试大纲的要求，认真阅读和仔细钻研指定教材，对应试者予以正确引导，避免和防止在社会助

学过程中出现错误倾向，确保社会助学的正确方向。

2. 要帮助自学者正确处理理论和实际的关系。培养运用商业建筑空间室内设计原理和方法，解决实际设计问题的能力。

(五) 关于命题考试的若干规定

1. 命题的原则

命题应以本考试大纲为依据，试卷试题的组配应当考虑试题内容的覆盖面、能力层次和难易程度。

2. 命题范围

各种用途类型的商店，可单独沿街面设置，或大型商场中的店中店。

3. 考试方式

本课程采用设计实践(含设计说明)考试，考试时间为六小时。

4. 试卷的结构

(1) 试卷规格:四开绘图纸(420 x 594mm)。

(2) 试卷内容: 设计图纸及 200 字设计说明，同一排版于四开绘图纸上。

5. 考前准备

绘图仪器、绘图笔、马克笔、模板、颜色(水彩或水粉)。

6. 评分标准

本课程考核采用百分制计分，考试成绩 60 分以上及格。

附录 题型举例

考试内容：

一、设计部分:文化用品商店室内设计

1. 根据试卷提供的建筑平面图，绘制文化用品商店的室内平面图(比例自定)。文化用品商店空间包括营业厅(含收银区)、仓储区等。

2. 绘制顶棚平面图(比例自定)，顶棚上灯具及设备要画图例并列表标示清楚。(室内空间净高 3.500M)

3. 绘制营业厅的两个主要室内立面图(比例自定)，并标示主要用材。

4. 绘制彩色效果图一幅(效果图选择能表现店面或室内总体效果的视角，表现技法不限)。

二、理论部分

结合本人的具体方案编写设计说明，篇幅不少于 200 字。

三、试卷要求

1. 把握商业空间室内设计的要领、构思新颖、富有创意。
2. 功能完备、动静分区明确、空间组织合理。
3. 比例、尺度精确，室内的界面处理得当。
4. 工程制图严谨、规范，尺寸标注完整。
5. 效果图透视准确、画面层次清晰、色彩协调明快、整体感强。
6. 设计说明要求概念明确，条理清晰。

文化用品商店建筑平面图(略)