

湖南省高等教育自学考试

课程考试大纲

商业环境设计

(课程代码: 10328)

湖南省教育考试院组编
2016 年 12 月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：商业环境设计

课程代码：10328

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

商业环境设计是高等教育自学考试视觉传达设计（本科）专业的选考课程，商业环境设计是设计学的一个组成部分，它包括商业空间的设计与表达、商业空间设计、商业照明设计、商业色彩设计及商业道具设计等部分，本课程是环境艺术设计专业的核心课程。通过装饰企业常见的商业空间项目为主进行学习，使考生掌握设计商业空间的基本技能。讲授商业空间格局与规划、设计原则、设计程序、设计方法，并通过实训来强化专业技能训练，为后续课程的学习打下坚实的基础。

二、课程目标与基本要求

要求考生掌握其设计的基本法则、视觉问题、空间形式、色彩设计等。能较好地表达出设计创意，有一定的审美观念。通过本单元的教学，考生应了解商业空间设计所创造的环境是城市构成的主要因素，琳琅满目的商场、超市、专卖店、饭店、商务休闲酒吧、迪厅、美容美发厅等，是实现商品交换、满足人类消费需求、体验商品经济的前沿阵地，其五光十色、鳞次栉比的特色，以形、色、声、光组成适应人类各感觉机能的愉悦空间。重点了解并掌握商业展示设计所需要的功能，不仅仅外观是否美观，更要考虑对消费者的心理及生理上的积极的影响。

三、与本专业其他课程的关系

商业空间设计作为视觉传达设计的专业课程，力图通过多维的视角，以建筑学、美学、经营管理学、消费心理学、人体工程学为理论基础，对商业空间设计有一个系统的、全面的叙述与展示，是室内设计方向重要的设计训练课程，为学生以后的课程学习打下基础。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 概论

一、学习目的与要求

通过本章的学习，在于从宏观上对商业空间设计概述进行了解。本章主要概述了“商业空间的发展及沿革”、“现代商业的形态”、“现代商业空间的类型”等基本知识点。“商品、销售行为与消费心理”重点阐述了商业空间的第一主体要素是“商品”，而商业空间中的主要行为模式是“销售服务”。“体验式消费”逐渐成为主流的商业模式。

二、考核知识点与考核目标

（一）现代商业的形态（重点）

识记：现代商业形态通常以集聚的方式呈现，可大致分为散点状、单点状、条带状、团块状、混合状等几种形态。

理解：现代商业的形态集中类别的具体含义、应用范围及突出案例

应用：能够根据现代商业布局等因素分析出代表的商业形态并能加以应用到自己的设计中去。

（二）商品、销售行为及消费心理（次重点）

识记：商品是商业空间的第一要素

商业空间设计是围绕商品和销售服务这两个核心因素展开的
商品陈列的基本要素六点

理解：消费心理的三个阶段及特征

销售服务的六个阶段及方法

理解体验式消费带来的空间设计模式

应用：能够通过商品及销售行为分析出商业空间的形态和类型

（三）了解商业空间的发展史（一般）

识记：商业空间的发展过程

理解：影响商业空间变革的因素

应用：了解所在城市各式商业空间的类型和布局

第二章 商业空间的空间构成

一、学习目的与要求

本章重点讲述了商业空间的基本空间形态及组合构成关系，首先分析一些基础的空间形态对商业行为产生的影响，然后重点介绍满足商业行为的一些特定的空间组合构成关系。通过对本章的学习不仅对相关理论有所掌握，同时对不同的商业空间形式的基础空间形态设计、展示空间的序列空间设计起指导作用。本章节同时也要求考生提高手绘表达能力，对所认知的空间形态和空间序列能用手绘的形式表达出来。

二、考核知识点与考核目标

（一）商业空间的基本空间形态（重点）

识记：各空间形态的定义和特点

理解：各空间形态在空间设计中的作用

应用：能够根据实际需要利用适用的空间形态进行创作

（二）商业空间的序列组合（次重点）

识记：各空间序列组合的定义和特点

理解：各空间序列组合在空间设计中的作用

应用：选择一个展厅，进行空间形态的序列组合练习

（三）商业空间处理手法（一般）

识记：序列空间设计的四个阶段的定义

理解：空间的渗透与层次

空间的对比与变化

空间的引导和暗示

空间的过渡与衔接

应用：通过手绘方式设计空间序列展开的四个阶段

第三章 商业动线

一、学习目的与要求

本章通过对“商业空间动线”的具体分析，分别介绍了“消费行动的动线设计”以及“商业空间动线设计”中的技巧。良好的商业动线可以增加消费者在商业体内的停留时间，保持购物的兴奋度，最终提高商品的成交率。通过本章的学习对商业动线的基本原则进行了解，并可对生活中两个不同商业空间的商业动线进行比较和分析。

二、考核知识点与考核目标

（一）商业动线设计应用（重点）

识记：商业动线设计的三个要素（可见性、可达性、位置性）

理解：水平动线和垂直动线的特点

应用：主力店铺设计技巧、停车场布置技巧、中庭采光、化解商业死角、弧形动线设计、景观功能节点、动线角度的处理技巧

（二）商业动线的分类（次重点）

识记：商业动线的分类及其具体内容

理解：商业动线存在的意义和特点

应用：能识别不同的商业动线布局

（三）消费行为的动线设计(一般)

识记：动线的定义

好的商业动线具备的三个条件

理解：消费行为动线的可见性、可达性、记忆性的特点

应用：根据动线分布的特点，清晰的描绘商业空间消费动线

第四章 商业空间的艺术风格

一、学习目的与要求

商业空间艺术风格是指在不同的历史时代、民族及地域等条件影响下，对消费者与商品特征的准确把握，通过创意、构思和表现，而形成的具有代表性的设计形式。商业空间艺术风格的形成受商品、商业业态和消费者类型等因素的制约。通过本章的学习需要掌握现代简约风格、欧式风格、新中式风格、装饰主义风格、后现代主义风格、自然主义风格、解构主义风格等商业空间风格形式及其特点。

二、考核知识点与考核目标

（一）商业空间的主要艺术风格类型（重点）

识记：主要艺术风格类型分类

理解：主要艺术风格类型的特点及适用空间

应用：能够根据不同的艺术特点判断所属的艺术风格及材料造型应用

手绘练习不同艺术风格的空间表现

（二）商业空间艺术风格的形成（次重点）

识记：商业空间艺术风格的定义及分类

理解：影响空间艺术风格形成的要素

应用：能够区分不同的设计形式产生的要素

第五章 商业空间的色彩

一、学习目的与要求

本章通过商业空间中的“色彩”及“色调”的介绍，简单地阐述了色彩对于商业空间中的重要性。要求学习者掌握商业空间中的色调的定义以及能对比出不同色调的商业空间所带来不同的商业氛围及其效果。

二、考核知识点与考核目标

（一）商业空间的配色要点（重点）

识记：商业空间中色彩搭配需要注意的要点

理解：为什么需要注意这些色彩搭配要点

应用：能够根据不同的商业空间需求做出不同的配色方案

联系手绘色块布局并试着用色块区分商业空间布局

（二）商业空间中的色调（次重点）

识记：色调的定义

理解：色调与色相、饱和度、冷暖、明度的相互作用

应用：能够对比不同色调带来的不同艺术效果

分析所在城市代表性商业空间的色调

（三）商业空间色彩的理解（一般）

识记：色彩的定义和作用

色彩的三个基本物理属性

理解：三个基本属性对人的消费行为产生的作用

应用：能够根据不同的色彩属性分析空间色彩特点

第六章 商业空间的材质

一、学习目的与要求

各类材质是组成商业空间的物质基础。现代商业空间设计中一般采用不锈钢、铝合金、镜面玻璃、磨光花岗石、大理石、瓷砖等高密度材质。各类装饰材料的

组合，营造出光彩夺目、豪华绚丽的效果。本章主要介绍了商业空间中常用的几种材质，“结构材质”、“地面铺装材质”及“面层铺装材质”等。并分析了每种材质的特点以及不同材质带来的不同装饰效果。

二、考核知识点与考核目标

（一）商业空间的材质的特点及产生的效果（重点）

识记：商业空间的材质的特点

理解：不同材质产生的不同效果

应用：能够按照商业空间布置需求分析材质

（二）商业空间的材质的应用及选择要点（次重点）

识记：材质选择时应该注意的要点

理解：从物理特性和色彩等因素分析本空间选材的影响因素

应用：能够自行完成小型商业空间材料的选择

（三）商业空间的材质的分类（一般）

识记：结构材质、地面材质、墙面材质、天花材质的定义和主要分类内容

理解：理解材质的质地和用途

应用：能够识别各种材质

第七章 商业空间的照明

一、学习目的与要求

优秀的照明设计可以增加商业空间的层次感，营造良好的购物氛围，可以引导消费者对商品的关注，引领消费者完成购物流程，增加商业空间的魅力，提升品牌形象。通过学习了解照明设计在空间设计中下应用并模拟灯光运用。

二、考核知识点与考核目标

（一）商业空间照明设计应用（重点）

识记：现代商业空间是三种照明层次（基础照明、重点照明、艺术照明）

现代商业空间照明的方式（直接、半直接、半间接、间接、漫射）

理解：各种照明层次的特点及找照明方式的特点

应用：根据空间设计需求设计空间照明

（二）照明设计对商业空间的影响、灯具的种类、布置形式（次重点）

识记：照明对商业空间的影响内容

常见灯具的种类、以及灯具布置的三种形式（平面形式、立体形式、组合形式）

理解：灯具布置三种形式的特点及应用形式

应用：能够根据照明对空间设计的影响分析照明具的选用原理

（三）光与灯具照明、“光”的概述（一般）

识记：照明灯具的四个基本要素

理解：理解光的基本物理特性、理解照明灯具的基本要素

理解反射定律、光的折射、漫反射

不同色温、显色性灯具不同带来的不同效果
应用：识别不同灯具的特点及应用性

第八章 商业空间的展示道具及坐具

一、学习目的与要求

商业空间中的展示道具和坐具，都是消费者能接触到的细节部分，充分反应商业空间的人性化设计水平。本章节要求了解展示道具和坐具在商业空间中的应用并去发挥自己的想象设计空间道具和坐具，提升欣赏水平和动手能力。

二、考核知识点与考核目标

（一）展示道具、坐具的设计原则（重点）

识记：在展示道具设计中应该注意的原则（人体尺寸、安全性、灵活性、美观性、经济性）

坐具的设计原则（实用性、灵活组合、美观性）

理解：展示道具和坐具设计原则的适用范围

应用：能够依据需求按照设计原则进行设计

（二）坐具和展示道具形式分类及特性（次重点）

识记：展示道具摆放的类型（周边式、中心式、单边式、走道式）

坐具的定义及类型（专业服务型坐具、公共服务型坐具、辅助型坐具）

理解：理解展示道具和坐具设计在展示空间的重要性

理解各式展示道具和坐具的特点及实用意义

应用：能够在实际环境中分析坐具和展示道具的设计依据

第九章 购物中心设计

一、学习目的与要求

现代大型购物中心都朝着综合化、一体化、体验化的方向发展，“一站式”购物中心成为最大的特点，本章首先学习购物中心的基本概念，进而分析购物中心的商业业态定位、铺位布置和人流流动线等要素，最后介绍购物中心的设计原则。通过对本章的学习与认识，初步形成购物中心的设计概念，并掌握初步的设计能力。

二、考核知识点与考核目标

（一）购物中心的铺位布局规划与人流流动线设计（重点）

识记：铺位规划需实现实用、利润、形象的统一

商铺规划的特点及需求、铺面布局应该遵循的原则内容

人流线设计的分类（平面、垂直）及分类、特点、适用对象

理解：人流线布局分类的意义中庭对人流线的作用

应用：能够设计出平面分流示意及商铺布局规划方案

(二) 购物中心各空间的设计要素及其特点和方法 (次重点)

识记: 各空间的设计需求和设计要素

理解: 理解各空间的功能性需求、材料规划、色彩布局等因素

应用: 分析购物中心各空间设计要素的特点及方法

(三) 购物中心的基本概念、基本特征、规划开发过程 (一般)

识记: 现代购物中心的发展方向及特点

购物中心的基本概念和区域选定

购物中心的基本特征 (区域特征、整体规划特征、商业业态特征、功能布局特征)

理解: 购物中心的开发过程

购物中心的基本概念及各个基本特征的具体依据

应用: 能够根据购物中心的开发过程展开分析布局和基本特征

第十章 商铺设计

一、学习目的与要求

本章首先学习商铺的基本概念, 了解商铺的经营模式和类型, 结合现实生活分析商铺的存在要素和设计方式。进而分析商铺的商业业态定位、铺位布置和人流动线等要素, 最后介绍商铺的设计原则。通过对本章的学习与认识, 初步形成商铺的设计概念, 并掌握初步的设计能力。

二、考核知识点与考核目标

(一) 商铺设计的要点和尺度 (重点)

识记: 商铺设计的内容 (外观、内部环境、布局 and 商品配置、商品陈列等)
商铺各内容的设计要素和要点

理解: 综合之前的知识理解商铺中外观、招牌、销售展示空间、过道等设计的依据和规划方案

应用: 具备基础商铺设计的能力, 掌握设计技巧

(二) 商铺的基本类型和特点 (次重点)

识记: 商铺的定义、商铺的设计依据

商铺的有效空间分为卖场和非卖场

商铺的三种类型 (商场型商铺、专业型商铺、品牌型商铺)

理解: 综合理解各商铺类型的装饰特点

应用: 在现实中能分析出商铺布局的特点和类型

第十一章 商业街设计

一、学习目的与要求

本章首先学习商业街的基本概念, 了解商业街的经营模式和类型, 结合现实生活分析商业街的存在要素和设计方式。进而分析商业业态定位、铺位布置和人

流动线等要素，最后了解商业街的设计原则。通过对本章的学习与认识，初步形成商业街的设计概念，并掌握初步的设计能力。

二、考核知识点与考核目标

（一）商业街设计的风格特点、空间限定等设计要点（重点）

识记：商业空间的分类（交通空间、购物步行空间）

理解：商业街空间限定要点、风格色彩的多元化、面材的软化与精华注重费建筑元素的理解

应用：具备基础商业街设计能力

（二）商业街的布局组织与尺度（次重点）

识记：体块布局的定义及决定因素

流线布局的分类（现行组织模式、网络组织模式、环形组织模式）

商业街尺度的研究，商业街的建筑外观造型设计分三个层面（商业街两侧的宏观造型、建筑外观的中观元素、与建筑直接接触的微观层面）

理解：流线布局各个模式的特点及优缺点

商业街尺度的设计基准和规范

应用：能够基本了解商业街的布局与组织

（三）商业街的类型（一般）

识记：商业街的定义、商业街的特征

商业街基于消费功能角度的分类(复合型街区、休闲型街区、社交型街区)

从规模和形态分类（步行街、大型中央商业街、社会商业街、专业特色商业街）

理解：理解各类商业街的人文背景，适用范围特点、设计要点

应用：根据附近的商业街分析特点

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

指定教材：商业空间设计，王晖，上海人民美术出版社，2015 年第一版

三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。
2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。
3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。
4. 完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 5 学分，建议总课时 90 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
第一章	概论	4
第二章	商业空间的空间构成	6
第三章	商业动线	6
第四章	商业空间的艺术风格	10

第五章	商业空间的色彩	6
第六章	商业空间的材质	6
第七章	商业空间的照明	6
第八章	商业空间的展示道具及坐具	6
第九章	购物中心设计	12
第十章	商铺设计	12
第十一章	商业街设计	12
第十二章	优秀学生作业	4
合 计		90

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为 30%、“理解”为 30%、“应用”为 40%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、填空题、名词解释、简答题、作图题。
6. 考试采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

六、题型示例（样题）

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卷”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 色彩的色相成分越多，色彩的色相越不明显，我们可以称其为
A. 原色相 B. 中间色相 C. 复合色相 D. 色相

二、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 商铺的三种类型：商场型商铺、_____、_____。

三、名词解释（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 解构主义
2. 动线

四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述购物中心的基本特征。
2. 简述现代商业的形态及其特点。

五、作图题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 命题：商务酒店大堂空间设计
设计要求：
(1) 大堂空间面积为 100 平方米，空间形态自定，但须流畅。

- (2) 大堂基本功能区齐全，布局合理。
- (3) 灯位设计要符合大堂环境需要，重点照明和装饰照明分工明确。
- (4) 空间色彩设计符合客人视觉和心理需求。
- (5) 空间创意独特，设计表达准确。