

百货商店重点照明设计

Study on Lighting Design of the Department Store

撰文 张卫才 刘念雄 中国航空规划建设发展有限公司

摘要 随着现代社会发展,消费模式由计划购物向冲动购物、由必要性消费向体验性消费转变,基于上述消费行为和心理变化,提出了现代百货商店室内重点照明设计新思路,充分利用重点照明设计来塑造人性化、个性化购物氛围。

关键词 百货商店 重点照明 人性化

0 引言

百货商店室内重点照明设计是营造人性化、个性化购物环境的重要手段。为了吸引购物者的注意力,设计师需要处理好普通照明和重点照明的关系,突出亮点。明暗对比的恰当运用,能够大大提高购物者的好奇心,促进销售。百货商店内,不同位置所需的照明效果不同,重点照明系数也不同,重点照明系数与照明效果关系见表1。百货商店的入口、橱窗、高档商品、收银台、景观空间等通常是重点照明区域。

1 入口与门厅照明

百货商店入口除了要传递商店的品牌特征之外,还要求商店的入口能从周围环境中脱颖而出,吸引购物者进入商店。入口处照明一般要做的比室内平均照度高些,重点照明系数约为1.5~2。色温的选择应与室内相协调,并与周围的商店区别开来(图1)。

2 橱窗照明

橱窗是展示商店的窗口,也是商店形象的反映。橱窗照明设计的目标是如实反映商品的颜色、质地等,只有控制好光束的照射方向才能获得良好的效果。照明灯具选择可调节角度的嵌入式射灯或者轨道式射灯。通常在橱窗顶部的两个角落设置关键光线和补充光线对商品进行照明,同时,从橱窗背面设置光线来突出商品的轮廓,使之与背景分离。这种光线处理方式同样适用于透明物体展示,从下向上照射的光线则一般具有戏剧性的效果。通过诸如此类不同角度的照明光线的综合利用,可以有效地突出商品,提高展示效果。

由于橱窗通常面向室外街道或室内主要人流通道,照度一般要求很高。橱窗照明通常设置两套照明系统:一套针对傍晚和夜间,用普通卤钨灯;另一套针对白天,提供足够的背景亮度。白天,橱窗通常使用冷色调(4 000K)高显色性($R_a>80$)的一般照明,照度为500~1 500lx;重点照明系数约为6~10,这样不仅可以从邻近的橱窗中突出出来,而且可以减少窗玻璃干扰反射带来的影响,提高对比度,吸引购物者。在百货商店内,橱窗部分照明亮度一般比周围环境高2~3倍(图2),以提高购物者的注意力。

夜间,橱窗通常采用对比性强、高显色($R_a>80$)、中间色温(3 000~3 500K)的照明,照度500lx即可形成适当的场景,吸引傍晚的购物人群。



图1 某百货商店入口与门厅照明

图2 某百货商店橱窗的重点照明

图3 货架的陈列照明

表1 重点照明系数与照明效果关系

重点照明系数	2:1	5:1	15:1	30:1	50:1
照明效果	明显	低戏剧性	戏剧性	生动	非常生动
备注	重点照明系数 = 重点照明亮度/基础照明亮度				

3 商品照明

运用重点光环境能显示商品表面的光泽度及优良质地，营造艺术性效果。百货商店的陈列照明通常选用圆形、窄光束或宽光束聚光灯，让被照射的陈列物体从背景中突出出来。商品照明一般通过宽光束的聚光灯或可调角度的点光源射灯来实现。非对称配光的光带系统也常用来做货架照明（图3）。在光带系统中揉合进聚光灯或点光源下射灯也逐渐成为趋势。由于聚光灯安装距离货架较近，可以获得一定程度的均匀照明。此外，点光源可以在商品上创造阴影及闪光点，光带则可以产生有效的功能性照明。

重点照明一般通过运用定向重点照明灯具，对展品、时装模特正面以更高亮度，造成一定阴影，形成特有的造型。展品阴影强弱取决于其正面亮度与其邻近环境或背景亮度的比值，比值越大，则阴影越强烈，造型效果越好。重点照明亮度通常是一般照明亮度的3.5倍左右。

重点照明只有在普通照明的衬托下才能显得“突出”，因此，对一般商品给予普通照明，推销展台或重点商品则重点“刻画”，将一般照明与重点照明结合，才能取得整体效果。在多数情况，只有让一般照明“保持低调”，才能让重点照明商品获得很强的视觉冲击（图4），刺激购物者的购买欲望。重点照明的设置优先考虑优质商品展示才更有效。

重点照明还要注重百货商店整体光环境的把握，重点照明有时不仅仅体现在商品的照明。夜间，我们会不知不觉地走进明亮的百货商店，在商店里，我们也总是关注亮的区

域，因此，提高商店最深处的展示墙或摆设的亮度，能够吸引购物者往商店内部走（图5）。

4 收银台照明

收银台的照明是完成销售的重要环节，除了收款通常还充当咨询台的角色，给购物者提供协助。收银台有特殊的照明要求，垂直和水平照度都会要求较高，才能形成视觉的聚焦，引导购物者完成购买过程。在具体设计中，除了增大光源功率，还可以使用外形精巧的照明灯具，让收银台更突出。由于收银台照度高，因此需要对光源进行适当遮挡，避免购物者视线方向的眩光。

5 装饰照明

百货商店的内部空间可以通过装饰照明来表现空间艺术个性和营造购物氛围。装饰照明在高档百货商店中扮演重要角色，虽然不能直接产生经济效益，但是却有助于创造优雅和个性化的舒适购物环境，间接地促进消费（图6）。

百货商店重点照明通常采用方向性强的光源来突出商品的立体感和质感，而装饰照明则需要单独考虑，不兼作一般照明。装饰照明的光源色温通常考虑与百货商店室内气氛相协调，与商店内部装修材料的色彩、质感相配合，根据商品的特点与设计意图创造特定的营销气氛。

垂直面照明是表现建筑空间的重要方式，它强调了建筑的空间效应，使空间大小和空间边界可视化。将室内垂直墙面照亮，能够让人感受到空间的明亮宽敞，更清楚地看见其中的商品。从视觉心理学和美学观点来说，垂直面照明提出了用光来构筑空间的光环境设计理念。



图4 展台模特的重点照明



图5 某百货商店店铺的重点照明



图6 空间造型的装饰照明



图7 某商场地下入口处的垂直墙面广告照明

依据位置不同，垂直面照明主要采用三种方式。第一种方式，是从顶棚到地面均匀照明，以整体形式强调墙面，将墙面作为一个展示界面，给人明亮的空间印象（图7）。



图8 利用垂直照明营造丰富迷人的购物空间

第二种方式，是沿墙布置地埋灯，在墙面留下随着高度增加而渐淡的不均匀效果，强调墙面材质特性和结构（图8）。第三种方式，是垂直面使用筒灯照明，光线在墙上留下连续有规则的扇形光斑，形成有规则的明暗对比（图9）。

6 结语

伴随着社会进步、经济发展和人们精神需求的提高，购物环境的人性化设计成为重要的趋势，也对百货商店的室内光环境提出了更高的要求。与百货商店定位相匹配的重点照明设计，能够提高商品的吸引力，促进消费，营造百货商店购物氛围。而且，随着技术进步，通过选择高品质的光源、高效灯具和优质电气产品，在营造舒适购物环境的同时，也可以节约能源，实现绿色照明和可持续发展。



图9 装饰墙上有规则的光影效果

参考文献：

- [1]沈迎九，刘莹.垂直面照明.室内设计与装修.2007,(4).
- [2]田长虹.大中型商业建筑照明浅析.中国照明电器.2004,(10).
- [3]洪麦恩，唐颖.现代商业空间艺术设计.北京：中国建筑工业出版社，2005：168-210.
- [4]任元会，徐长生.商场照明设计的探讨.照明工程学报.1997,(8).
- [5]邓凌云.营造健康的百货商店空间环境.重庆建筑，2004,(s1).
- [6]曾坚，陈岚，陈志宏.现代商业建筑的规划与设计.天津：天津大学出版社，2002:170-177.
- [7]陆燕,姚梦明.商店照明.复旦大学出版社，2004.

图片2的来源：http://www.umgr.com/Res_Store/Dny/22228.JPG

其它图片来源：中国航空规划建设发展有限公司