

现代商业空间装饰装修设计研究

张月 王振鑫

青岛城市建筑设计院有限公司 山东 青岛 266000

摘要: 本文聚焦现代商业空间装饰装修设计,梳理其核心理论、基础要素与设计原则,分析当前行业发展现状、现存问题及核心成因,探索优化设计的实践路径。研究结合消费升级与商业业态多元化趋势,指出设计中存在功能与美观失衡、同质化严重等问题,提出理念升级、要素优化、环保落地及运营协同的策略,旨在为商业空间设计提供理论参考与实践指引,助力实现商业价值、用户体验与环保效益的双向平衡,推动行业高质量发展。

关键词: 现代商业; 空间装饰装修; 设计

引言: 随着消费升级与数字经济发展,现代商业空间已突破单一交易属性,成为融合体验、社交、展示的综合载体,装饰装修设计的重要性日益凸显。当前,商业业态多元化、消费需求个性化推动设计行业转型,但设计实践中仍存在诸多痛点,制约商业价值与空间品质提升。基于此,本文围绕现代商业空间装饰装修设计展开研究,剖析核心逻辑与现存问题,提出针对性优化路径,为行业实践与发展提供支撑,助力商业空间适配新时代发展需求。

1 现代商业空间装饰装修设计的核心理论与基础

1.1 现代商业空间的概念与分类

(1) 现代商业空间的核心定义。现代商业空间是依托商业运营需求,以商品交易、服务供给为核心,融合体验、社交、展示等多元功能的综合性空间。它不仅是实现商业价值的载体,更是连接商家与消费者的桥梁,打破传统商业的单一交易属性,注重场景化营造与互动体验,适配现代消费升级下人们对精神与物质双重需求的追求。(2) 现代商业空间的主要分类及特征。现代商业空间分类清晰,各有侧重:零售类(超市、品牌专卖店等),以商品陈列为核心,强调动线流畅与空间利用率;餐饮类(餐厅、咖啡馆等),侧重氛围营造与用餐舒适度,兼顾实用性与氛围感;休闲娱乐类(影院、健身房等),突出功能适配与沉浸感,满足人们休闲放松需求;商务服务类(写字楼、展厅等),主打简洁专业,注重高效便捷,贴合商务办公与展示需求。

1.2 装饰装修设计的核心原则

(1) 功能性原则。功能性是设计的首要原则,核心是贴合商业运营需求,合理规划空间动线与功能分区,确保客流顺畅、操作便捷,兼顾消费者体验与员工工作效率,杜绝形式大于功能的设计,让空间服务于商业核心需求。(2) 美观性原则。美观性需结合品牌调性与现

代审美趋势,通过色彩、材质、造型的科学搭配,打造具有视觉吸引力的空间,传递品牌文化内涵,提升消费者好感度,实现视觉美感与品牌价值的有机统一。(3) 经济性与可持续性原则。设计需兼顾经济性与可持续性,在控制装修成本、保障性价比的同时,选用环保、耐用的材质,减少资源浪费,兼顾短期装修效益与长期使用价值,实现商业利益与环保效益的双向平衡。

1.3 现代商业空间装饰装修的核心要素

(1) 空间布局要素。核心是优化空间利用率,结合商业类型合理规划功能区域,设计流畅的客流动线,规避空间死角,兼顾展示、交易、休息等多重需求,实现空间资源的高效利用。(2) 色彩搭配要素。依据商业属性与品牌调性确定主色调,利用色彩心理学营造适配氛围,如餐饮类用暖色调激发食欲,商务类用冷色调彰显专业,确保色彩搭配协调统一,贴合空间功能需求。(3) 材质应用要素。选用质感适配、耐用易维护的材质,兼顾美观与实用性,如零售类选用耐磨易清洁的地砖,餐饮类选用防水防污材质,通过材质对比增强空间层次感,提升空间质感^[1]。(4) 灯光设计要素。结合空间功能搭配基础照明、重点照明与氛围照明,重点突出商品或核心区域,通过光线明暗调节营造适配氛围,兼顾照明实用性与视觉体验,进一步提升空间整体质感。

2 现代商业空间装饰装修设计的现状、问题及成因分析

2.1 现代商业空间装饰装修设计的发展现状

(1) 行业发展整体态势。随着消费升级与商业业态多元化发展,现代商业空间装饰装修行业呈现稳步上升态势。行业规范化程度不断提高,相关设计标准与环保要求逐步完善,市场需求从传统单一装修向个性化、场景化、智能化转型。同时,线上线下融合的商业模式,推动装修设计更加注重体验感与互动性,涌现出一批专注

于商业空间设计的专业团队，行业整体竞争力持续提升，但区域发展不均衡、中小机构服务水平参差不齐的现象依然存在^[2]。(2) 主流设计风格与趋势。当前主流设计风格呈现多元化融合特征，极简风、工业风、新中式、ins风等广泛应用，且更注重与品牌调性深度绑定。设计趋势聚焦于三个方向：一是智能化，融入智能照明、智能调控等设备，提升空间便捷性；二是轻量化，简化冗余装饰，注重空间通透感与实用性；三是个性化，拒绝千篇一律，结合商业定位打造专属场景，同时绿色环保、低碳节能的设计理念也逐渐成为行业共识。

2.2 当前设计中存在的主要问题

(1) 功能与美观失衡。部分设计过度追求视觉美观，忽视商业空间核心功能性，过度复杂的造型阻碍客流动线，不合理分区降低运营效率，美观与实际使用需求脱节，既影响消费者体验，也降低商业运营效率，违背设计初衷。(2) 同质化设计严重。行业内抄袭模仿现象普遍，多数商业空间设计缺乏创新，盲目跟风主流风格，未结合自身商业定位、目标客群打造个性化设计，零售、餐饮等空间布局、色彩、材质高度相似，难以形成差异化优势，无法给消费者留下深刻印象。(3) 环保与可持续性不足。部分设计为控成本选用劣质不环保材质，释放有害气体影响健康，且使用寿命短、易损耗，造成资源浪费；同时设计缺乏长远规划，未考虑后期翻新改造便利性，难以实现可持续利用，与绿色发展理念相悖。(4) 设计与商业运营脱节。设计师过度关注美学，缺乏对商业运营逻辑的了解，未结合商品陈列、客流引导、营销需求等运营要素设计，导致方案无法适配运营需求，甚至制约商业价值实现，出现“好看不好用”的尴尬。

2.3 问题产生的核心成因

(1) 设计理念滞后。部分设计师仍停留在传统装修思维，缺乏创新意识与前瞻性，过度依赖过往经验，未及时关注消费趋势、商业业态变化以及环保理念的更新，导致设计方案不符合现代商业发展需求，难以平衡功能、美观与运营的关系。(2) 市场竞争与成本压力影响。商业装修市场竞争激烈，部分机构为抢占市场份额，盲目压低报价，在成本压力下，不得不选用廉价材质、简化设计流程，放弃创新与环保要求。同时，部分商家过度追求短期效益，不愿在设计创新与环保材质上增加投入，进一步加剧了各类问题的出现。(3) 设计师专业素养参差不齐。行业快速发展导致设计师需求量激增，部分设计师缺乏系统的专业培训，既不具备扎实的设计功底，也不了解商业运营、环保知识等相关内容，专业能力与职业素养不足，难以设计出兼具功能性、美观性、环保性

与运营适配性的方案，进而导致各类设计问题频发。

3 现代商业空间装饰装修设计的优化策略与实践路径

3.1 设计理念的优化升级

(1) 树立“功能优先、美学赋能”的核心理念。打破“重美观、轻功能”的传统误区，将商业空间的核心运营需求作为设计的首要前提，优先保障动线流畅、功能分区合理、操作便捷，在此基础上融入美学设计。设计过程中需充分调研商业业态、运营模式与目标客群需求，让每一处美学设计都服务于功能落地，实现“实用与美观共生”。例如，零售空间优先规划合理的陈列区域与客流路线，再通过简约大气的造型、协调的色彩搭配提升视觉质感，既保证商品展示清晰、顾客购物便捷，又能通过美学设计增强品牌吸引力，避免形式大于功能的设计误区。(2) 融入个性化与体验感设计理念。结合商业定位与品牌内涵，打造具有独特辨识度的空间设计，摒弃同质化跟风，突出个性化特征。同时，立足现代消费升级需求，强化空间体验感设计，注重消费者的参与感与情感共鸣。例如，餐饮空间可结合品牌文化打造主题化场景，设置互动式点餐区、休闲休憩区；零售空间可融入体验式陈列、沉浸式展示，让消费者在购物过程中获得良好的感官体验，通过个性化设计打造差异化竞争优势，通过体验感提升消费者粘性，实现商业价值与用户体验的双重提升^[3]。

3.2 设计要素的科学运用策略

(1) 空间布局的合理化设计策略。结合商业类型与空间面积，优化空间利用率，合理划分功能区域，规避空间死角。遵循“动线流畅、分区清晰、主次分明”的原则，设计科学的客流动线与员工操作动线，确保客流顺畅、运营高效。例如，大型零售空间可采用“入口-过渡区-陈列区-休息区-收银区”的布局模式，突出核心陈列区域，兼顾休息、服务等辅助功能；餐饮空间需合理规划用餐区、后厨区、收银区，确保后厨操作便捷，同时保障用餐区的舒适度与私密性，通过布局优化提升空间使用效率与运营效率。(2) 色彩与材质的适配性运用策略。色彩搭配需贴合商业属性、品牌调性与目标客群特征，利用色彩心理学营造适配的空间氛围，确保色彩协调统一、层次分明。例如，高端商务空间可选用沉稳大气的冷色调，彰显专业质感；亲子类商业空间可选用明亮活泼的暖色调，吸引儿童注意力。材质选择需兼顾实用性、美观性与环保性，结合空间功能选用适配材质，零售空间选用耐磨、易清洁的地砖与墙面材质，餐饮空间选用防水、防污、易消毒的材质，同时通过材质对比增强空间层次感，实现色彩与材质的协同适配，提升空

间整体质感^[4]。(3) 灯光设计的氛围感营造策略。结合空间功能与氛围需求,科学搭配基础照明、重点照明与氛围照明,实现“照明实用、氛围适配”。基础照明保障空间整体亮度,满足基本活动需求;重点照明突出核心区域与商品,吸引消费者注意力,如零售空间的商品陈列区、餐饮空间的餐桌区域;氛围照明通过光线明暗调节、色温变化,营造适配的空间氛围,如咖啡馆用暖色调柔光营造温馨惬意的氛围,高端展厅用冷色调硬光彰显专业质感。同时,注重灯光的节能性,选用LED等节能灯具,实现照明效果与节能需求的平衡。

3.3 环保与可持续性设计的落地路径

(1) 环保材料的选择与应用。树立绿色环保设计理念,优先选用符合国家环保标准、无甲醛、低污染的装修材质,如环保涂料、实木板材、再生建材等,减少有害气体排放,保障人体健康与环境安全。同时,注重材质的耐用性,选用使用寿命长、易维护的材质,减少后期维修与更换带来的资源浪费。在材料采购过程中,严格把控质量关,优先选择有环保认证的品牌与产品,将环保理念贯穿于设计、选材、施工的全过程,实现装修与环保的协同发展。(2) 节能设计与资源循环利用。融入节能设计理念,优化水电路布局,选用节能灯具、节水器具,降低空间运营过程中的能耗。例如,采用智能照明控制系统,根据光线强度与使用需求自动调节灯光亮度,减少电能浪费;合理设计采光通风,充分利用自然光与自然通风,降低空调与照明的使用频率。同时,注重资源循环利用,设计过程中考虑后期翻新、改造的便利性,选用可回收、可重复利用的材质,对装修废料进行分类处理与回收利用,减少资源浪费,推动商业空间装修向低碳、可持续方向发展^[5]。

3.4 设计与商业运营的协同发展策略

(1) 结合商业定位进行精准设计。设计师需深入了解商业项目的定位、目标客群、运营模式与营销需求,将设计与商业定位深度绑定,避免设计与运营脱节。在设计

前,与商家充分沟通,明确商业核心需求,例如,高端奢侈品门店需突出品牌高端质感,设计注重简约、大气、私密性;社区便利店需注重便捷性,布局简洁、陈列清晰,方便顾客快速购物。通过精准设计,让空间适配商业运营需求,为商业运营提供支撑。(2) 强化设计的商业价值转化。注重设计的商业价值,将设计与营销、品牌传播相结合,通过空间设计提升品牌影响力与商品销量。例如,通过合理的商品陈列设计,突出核心产品与促销产品,引导消费者消费;通过场景化设计,打造网红打卡点,吸引消费者打卡传播,提升商业空间的知名度与客流量。同时,设计过程中预留营销空间,如设置展示区、活动区,方便商家开展促销活动,实现设计价值与商业价值的双向转化,推动商业空间持续健康发展。

结束语

综上,现代商业空间装饰装修设计是兼顾功能性、美观性、环保性与商业适配性的系统工程,其发展与消费趋势、商业运营、环保理念深度绑定。本文通过理论梳理与问题分析,提出的优化策略为设计实践提供了可行方向。未来,需持续更新设计理念、强化专业素养、推动技术融合,让设计真正服务于商业运营与用户需求,破解行业痛点,推动现代商业空间装饰装修行业向个性化、绿色化、智能化方向稳步前行,实现行业可持续发展。

参考文献

- [1]陈锋.商业空间装饰装修设计方法及相关问题分析[J].工程技术研究,2020,5(23):198-199.
- [2]王波.商业空间装饰装修设计方法及相关问题分析[J].建材与装饰,2020,(02):83-84.
- [3]徐明健.室内装饰装修工程的重难点以及施工部署[J].中国建筑装饰装修,2022,(18):151-153.
- [4]刘子仪.建筑室内装饰装修设计中的绿色环保设计[J].居舍,2025,(16):93-95.
- [5]李石雷.室内装修设计对居住舒适度的影响研究[J].居舍,2025,(13):88-90.