فروشگاه

مجموعه کتب
طراحی داخلی

پیروز آشوری - کسری طالبیان

چاپ دوم

کتابکده کسری

مجموعه کتب طراحی داخلی

فروشگاه

پیروز آشوری ـ کسری طالبیان

انتشارات تخصصی هنر،
معماری و شهرسازی

کتابکدهٔ کسری

آشوری، پیروز، ۱۳۶۲ –
فروشگاه/ ترجمه و تالیف پیروز آشوری، کسری طالبیان با همکاری نیما طالبیان، مهدی آتشی، سیما نبی‌زاده.
مشهد: کتابکده کسری، ۱۳۹۱.
۳۰۴ ص. : مصور (رنگی).
فروست: مجموعه کتب طراحی داخلی.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۵۰۹-۰۲-۰
فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیپا
موضوع : فروشگاه‌ها و مغازه‌ها -- طرح و نقشه
موضوع : تزیین داخلی
شناسه افزوده: طالبیان، کسری، ۱۳۶۳ –
شناسه افزوده: طالبیان، نیما، ۱۳۶۰ –
شناسه افزوده: آتشی، مهدی، ۱۳۶۰ –
شناسه افزوده : نبی‌زاده، سیما، ۱۳۶۰ –
رده بندی کنگره: NA۶۲۲۰/آ۵ف۴ ۱۳۹۱
رده بندی دیویی: ۷۲۵/۲۱
شماره کتابشناسی ملی: ۲۷۴۳۴۲۴

کتابکده تخصصی هنر، معماری و شهرسازی کسری

مجموعه کتب طراحی داخلی / فروشگاه
ترجمه و تألیف: پیروز آشوری ـ کسری طالبیان
باهمکاری: نیما طالبیان ـ مهدی آتشی ـ سیما نبی زاده
گرافیک و صفحه‌آرایی: کسری طالبیان
چاپ اول: بهار ۱۳۹۱
شمارگان: ۲۰۰۰
لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مؤسسه چاپ آستان قدس رضوی
شابک: ۰ـ ۰۲ ـ ۶۵۰۹ـ۶۰۰ ـ ۹۷۸

انتشارات: **کتابکده کسری**
نشانی انتشارات: مشهد ـ فلسطین ۱۴ ـ پلاک ۱۰ تلفن: ۷۶۷۰۰۱۹ / ۷۶۴۱۳۷۲ ـ ۰۵۱۱
کلیه حقوق چاپ و نشر این کتاب برای انتشارات محفوظ می‌باشد.

مرکز پخش: **کتابکده کسری**
تلفن: ۷۶۷۰۰۱۹ ـ ۰۵۱۱ **همراه:** ۵۱۲۴۲۱۹ ـ ۰۹۱۵

پیشگفتار:

آنچه بیش از هرچیز می تواند برای دانشجویان و فعالان در عرصه طراحی داخلی سودمند باشد، مطالعه و ورق‌زدن مجلات و کتبی است که آنان را در جریان سبک ها و گرایش های روز، رنگ ها، مصالح جدید و خلاقیت های نوآوران در دیگر نقاط جهان بگذارد. جدا از افزایش چشمگیر دانشجویان رشته طراحی داخلی، بسیاری از فعالان در این عرصه علاقه‌مندانی هستند که سابقه آموزش آکادمیک در این گرایش ندارند. منابعی به‌روز و جامع می توانند برای هر دو گروه آموزنده و ایده بخش باشند. متاسفانه با وجود انتشار کتب و مجلات گوناگون در این زمینه به دلیل عدم انسجام و نظم لازم با کمبود منابعی مواجه هستیم که از لحاظ کیفیت محتوایی و انتخاب آثار و همچنین از لحاظ کیفیت چاپ در سطحی مورد قبول ارائه شوند.

«**انتشارات کتابکده کسری**»، پس از استقبال مخاطبین از «مجموعه کتب عملکردهای معماری»، که تاکنون تعداد نه جلد از آن منتشر و بارها تجدید چاپ شده است، مصمم به انتشار مجموعه‌ای مشابه و با همان استانداردهای کیفی در زمینه طراحی داخلی است که کتاب حاضر نخستین کتاب از این مجموعه می باشد.

«**مجموعه کتب طراحی داخلی**» مجموعه‌ای است که در آن صرفاً به طراحی داخلی پرداخته شده و سعی گردیده تا با تفکیک و معرفی آثار موفق گامی متفاوت در عرصه کتب تخصصی طراحی داخلی برداشته شود. کنارهم قرارگرفتن نمونه های شاخص از یک کاربری ـ نظیر فروشگاه، خانه یا دفاتر کار ـ در قالب یک کتاب، این امکان را ایجاد خواهد کرد تا خوانندگان علاوه بر آشنایی و مقایسه آثار مشابه، بتوانند سیر تحولات سبک ها و گرایش های طراحی داخلی در آن کاربری را پیگیری کنند.

هر کتاب از این مجموعه شامل دو بخش می باشد؛ در بخش اول ضمن معرفی نیازها و ویژگی‌های کاربری انتخاب شده، توضیحاتی کلی در خصوص اصول و مبانی طراحی فضای داخلی مطرح شده است. در بخش دوم از هر کتاب نزدیک به پنجاه نمونه موفق از سرتاسر جهان انتخاب و تا جای امکان به طورکامل معرفی شده‌اند. هر پروژه علاوه بر مشخصات اولیه و معرفی طراحان، شامل تصاویر و توضیحاتی است که در آن به ویژگی‌های طراحی داخلی پروژه پرداخته شده. همچنین در صورت لزوم مدارک فنی نظیر جزئیات، اسکیس ها و پلان ها نیز در این بخش گنجانده شده‌است. ترتیب معرفی آثار بر اساس زمان طراحی است که این چیدمان امکان مقایسه گرایشات طراحی داخلی و تغییرات آن در طول زمان را ممکن‌می‌سازد. ملاک انتخاب پروژه‌ها، معرفی راهکارها و ایده‌های نو در هر عملکرد بوده و در این بخش سعی گردیده تا از تصاویر و مدارک با کیفیت بالا استفاده شود.

«**فروشگاه**»، نخستین کتاب از مجموعه کتب طراحی داخلی است که در آن نمونه‌های متنوعی از انواع فروشگاه های خرد و کلان در فاصله زمانی سال های ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۲ میلادی معرفی شده‌اند. تنوع و گوناگونی در انواع فروشگاه ما را بر این داشت تا در این کتاب نمونه هایی در مقیاس‌هایی مختلف و از کشورهای گوناگون معرفی شوند. پروژه های این کتاب در بازه‌ای طولانی و از میان تمامی منابع معتبر نظیر کتب، مجلات و سایت‌های اینترنتی گردآوری شده و بدین ترتیب سعی شده‌است تا شاخص‌ترین نمونه های طراحی داخلی فروشگاه که در سال های اخیر نظر صاحب نظران را به خود جلب کرده‌اند معرفی شوند.

امید است نخستین کتاب از این مجموعه مورد استقبال مخاطبین قرارگرفته و راهنمایی مناسب جهت استفاده متخصصین، دانشجویان وخصوصاً فعالان حرفه‌ای در عرصه طراحی داخلی باشد و ایشان نیز با ارسال نظرات و انتقادات خود ما را در بهبود کمی و کیفی کتبی که از این مجموعه در دست انتشار است یاری رسانند.

انتشارات کتابکده کسری
بهار ۱۳۹۱

فهـــرست:

مـــقدمـــه ۷

■ **بخش اول: اصول و مبانی در طراحی داخلی فروشگاه**

ـ طراحی ویترین و سیمای خارجی ۹

ـ طراحی فضای داخلی و مـبلمان ۱۷

■ **بخش دوم: معرفی نمونه‌های طراحی داخلی فروشگاه**

۱ـ **نمـایندگی پوشـاک کاتالوگ** / دفتر طراحی نِندو ۳۰
2012 / Catalog Store / Nendo Design Office

۲ـ **قنادی سوئیت آلـچمی**/دفتر معماران کویس ۳۴
2012 / Sweet Alchemy / Kois Architects

۳ـ **فروشگاه‌های کمپانی اَپـل در نیویورک و شانگهای** ۳۸
2011/Apple Store/Bohlin, Cywinski & Jackson

٤ـ **نمـایندگی پـوشاک پـوما** / دفـتر طراحی نِنـدو ۴۶
2011 / Puma House / Nendo Design Office

۵ـ **فروشگاه هاسپیتـال** / دفـتر مـعماری پـرسـانگ ۵۰
2010 / Hospital Store / Puresang Architects

٦ـ **ویترین‌های هوشمند کمپانی دیزل** / دفتر طراحی لیگانوا ۵۴
2010 / Disel Interactive Windows / Liganova Design

۷ـ **فروشـگاه پوشاک ویـلا مُـدا** / مارسل ونـدرس ۵۸
2010/Villa Moda/Marcel Wanders Architects

۸ـ **نـمایشگاه اتومـبیل اتـوستلا** / استـودیو سـوپرماشین ۶۶
2009/Autostella Showroom / Studio Supermachine

۹ـ **فروشگاه مرکزی استلا مک کارتنی**/ آنگوس پوند ۷۲
2009/ Stella Mccartney Flagship / Angus Pond

۱۰ـ **فروشـگاه دکـتر مارتیـن**/ دفتر طراحی کـمپین ۷۸
2009/Dr. Martens Pop-Up Store / Campaign

۱۱ـ **نمایندگی امپریو آرمـانی**/ ماسیمیلیانو فوکساس ۸۴
2009 / Emporio Armani / Massimiliano Fuksas

۱۲ـ **فروشگاه مرکزی پوشاک فلیپ لیم**/ لئونگ لئونگ ۹۲
2009/Phillip Lim Flagship Store / Leong Leong

۱۳ـ **فروشگاه لوکلارور**/ دفتر معماران SAQ ۹۸
2009 / L'Eclaireur Store / SAQ Architects

۱٤ـ **فروشگاه مـرکزی پوشاک درک لام**/دفتر معماری سانـا ۱۰۲
2009 / Derek Lam Flagship Store / SANAA Architects

۱۵ـ **نمایشگاه پوشاک کارخانه طبیعت** / دفتر طراحی سوپوز ۱۰۶
2009 / Suppose Design Office / Nature Factory Store

۱۶ـ **فروشگاه مرکزی محصولات نایک** / واندروال و کاتایاما ۱۱۰
2009 / Nike Flagship Store / Wanderwall & Katayama

۱۷ـ **فروشگاه محصولات کمپر تو وادر** / توکیوجین یوشیوکا ۱۱۴
2009 / Camper To & Ether Store / Tokyujin Yoshioka

۱۸ـ **فروشگاه پاتریک کاکس** / دفتر معماری سیناتو ۱۱۸
2009 / Patrick Cox / Sinato Design Office

۱۹ـ **فروشگاه کفش و محصولات زفرینو** / آرتور کاساس ۱۲۲
2008 / Zeferino Shoe & Accessories Store / Arthur Casas

۲۰ـ **فروشگاه نان فانتزی ویتا بولانگری** / کلی و گالیانو ۱۲۶
2008 / Vyta Boulangerie Italiana / Colli + Galliano

۲۱ـ **فروشگاه جوزف** / تام دیکسون ۱۳۰
2008 / Joseph Store / Tom Dixon

۲۲ـ **فروشگاه مرکزی نیل بارت** / دفتر طراحی زاها حدید ۱۳۴
2008 / Neil Barrett Flagship Store / Zaha Hadid

۲۳ـ **فروشگاه یوجی یاماموتو** / سوفی هیکس ۱۳۸
2008 / Yohji Yamamoto / Sophie Hicks

۲۴ـ **فروشگاه محصولات تیفانی گینزا** / کنگو کوما ۱۴۲
2008 / Tiffany Ginza / Kengo Kuma Architect

۲۵ـ **فروشگاه مرکزی پوشاک فلیپ لیم** / پارا پروجکت ۱۴۶
2008 / Phillip Lim Flagship Store / Para Project

۲۶ـ **فروشگاه محصولات ویژه هوگو باس** / متئو تان ۱۵۲
2008 / Hugo Boss Special Store / Mateo Thun

۲۷ـ **بوتیک محصولات رمانتیسیسم** / کیچیرو ساکو ۱۵۶
2008 / Romantizism Boutique / Keiichiro Sako

۲۸ـ **فروشگاه بوسکو پای ـ مرکز تجاری وسنا** / کریم رشید ۱۶۲
2008 / Bosco Pi-Vesna Shopping Center / Karim Rashid

۲۹ـ **فروشگاه کفش استوارت ویتزمن** / فابیو نوومبره ۱۶۸
2008 / Stuart Weitzman Shoe Shop / Fabio Novembre

۳۰ـ **جواهر فروشی مایرهوفر** / دفتر معماران ایکس ۱۷۲
2008 / Jewelry Mayrhofer / X Architects

۳۱ـ **فروشگاه جواهرات دی فلای** / معماران دوکسل ۱۷۶
2007 / D'Fly Jewelry Store / Deuxl Partners

۳۲ـ **فروشگاه جواهرات دی** / دفتر معماری والیو و ایریگاری ۱۸۰
2007 / D Jewelry Store / Vaillo & Irigary Architects

۳۳ـ **فروشگاه مواد غذایی فاوچن** / کریستین پیچر ۱۸۶
2007 / Maison Fauchon / Christian Piecher

۳۴ـ **نمایندگی مرکزی ازوالد بوتنگ** / دیوید ادجای ۱۹۲
2007 / Ozwald Boateng Flagship / David Adjaye

۳۵ـ **نمایندگی محصولات فندی** / پیتر مارینو ۱۹۶
2007 / Fendi Beverly Hills / Peter Marino

۳۶ـ **فروشگاه فورنارینا** / جئورجیو بوروسو ۲۰۰
2006 / Fornarina Store / Gieorgio Borruso

۳۷ـ **فروشگاه لَمزون یونیک** / استودیو طراحی هدرویک ۲۱۰
2006 / La Maison Unique / Heatherwick Studio

۳۸ـ **نمایندگی لویی ویتون** / پیتر مارینو ـ اریک کارلسون ۲۱۴
2005 / Louis Vuitton / Peter Marino - Eric Carlson

۳۹ـ **فروشگاه گایز اند دالز** / دفتر معماری سایباریت ۲۲۰
2005 / Guys & Dolls Store / Sybarite Architects

۴۰ـ **نمایندگی فروش محصولات پرادا** / رم کولهاس ۲۲۴
2004 / Prada Los Angeles Epicenter / Rem Koolhaas

۴۱ـ **نمایندگی فروش محصولات پرادا** / هرزوگ و دمورون ۲۳۰
2003 / Prada Tokyo Epicenter / Herzog & De Meuron

۴۲ـ **فروشگاه محصولات شنل قرمزی** / کرنلی اودینگلومان ۲۳۴
2003 / Little Red Ridding Hood / Corneille Uedingslohmann

۴۳ـ **فروشگاه مارنی اِسلوان** / دفتر معماری سایباریت ۲۴۰
2003 / Marni Sloane Street / Sybarite Architects

۴۴ـ **فروشگاه کفش آنجلا** / الیسا والرو ۲۴۶
2003 / Angela Shoes Shop / Elisa Valero

۴۵ـ **فروشگاه میس سیکستی** / استودیو ۶۳ ۲۵۰
2003 / Miss Sixty Store / Studio 63

۴۶ـ **فروشگاه Y'S** / رُن آراد ۲۵۴
2002 / Y'S Store / Ron Arad

۴۷ـ **فروشگاه میاکی تریبکا** / فرانک او گهری ۲۶۰
2001 / Issey Miyake Tribeca / Frank O' Gehry

۴۸ـ **نمایندگی فندی** / لازارینی پیکرینگ ۲۶۸
2001 / Fendi / Lazzarini Pickering

۴۹ـ **نمایندگی فروش محصولات پرادا** / رم کولهاس ۲۷۴
2001 / Prada New York Epicenter / Rem Koolhaas

۵۰ـ **بارنیز در ژاپن** / جفری هیوتچیسون ۲۸۲
2000 / Barneys Japan / Jeffrey Hutchison

۵۱ـ **فروشگاه پوشاک ایلین فیشر** / استودیو معماری سی. آر ۲۸۸
1999 / Eileen Fisher Soho Store / C.R.Studio Architects

۵۲ـ **فروشگاه ترن بال و ایسر** / دفتر معماری هاورسون ۲۹۶
1998 / Turnbull & Asser / Haverson Architects

مـقدمـــــه:

امروزه تعداد ســایت‌های خرید و فروش آنلاین بی شــمار و خریدهای اینترنتی پر رونق شــده و می‌توان اذعان‌نمود که نقش "فضاهای تجاری مجازی" در شیوه داد و ستد عمومی روز به روز پر رنگ‌تر می‌شود، اما با این وجود، مراکز تجاری، همچنان مانند راسته بازارهای سنتی، قلب تپنده و شریان های اصلیِ حیات اقتصادی شهرها باقی مانده‌اند. با این تفاسیر پیداست که برای دعوت از خریداران جهت خروج از منزل و حضور در فضاهای تجاری می‌بایست ترغیبی درکار باشد، کششی که بخش عمده‌ای از آن در دستان معماران و طراحان داخلی است.

ســال‌هاست که در رویکردی مدرن، بســیاری از مراکز تجاری با سایر عملکردهای اصلی ترکیب شده و کاربری‌های متنوعی همچون اداری، ورزشی و تفریحی در کنار فضاهای تجاری شکل گرفته و هر روز کامل‌تر و وسیع‌تر می‌شوند. در دنیای مصرفی امروز «مرکز تجاری» دیگر صرفاً محلی برای پاسخگویی به نیازهای اساسی انسان نیست، بلکه فراتر از آن، مکانی است برای تعاملات اجتماعی، تفرج و فرونشاندن عطش مصرف، حتی مصرف تصاویر پشت ویترین، تصویر کالاهایی که لزوماً خریداری نمی شوند.

در این میان ویترین‌های خوش آب و رنگ به مکان تجلی آرزوهای مخاطبین بدل می شوند، اما این آرزوها در ملقمه‌ای از رنگ ها، طرح ها و اجناسِ پشت ویترین ها به ندرت خود نمایی می‌کنند. گاهی دنیای انتخاب در پیش روی مشتریان بیش از آن که جاذبه و کشش بیافریند، آنان را از برقراری ارتباط با آن منصرف می‌کند. برای گذار از این آشفته بازار که در اکثر مراکز تجاری به چشم می آید، نظامی لازم است که به سردرگمی و خستگی مخاطب پایان داده و در عین حال منفعتی برای صاحبان خود به ارمغان آورد. نظامی مملو از روح، هیجان و آرامش که در قالب طرحی جامع و هوشمندانه ظهور یابد.

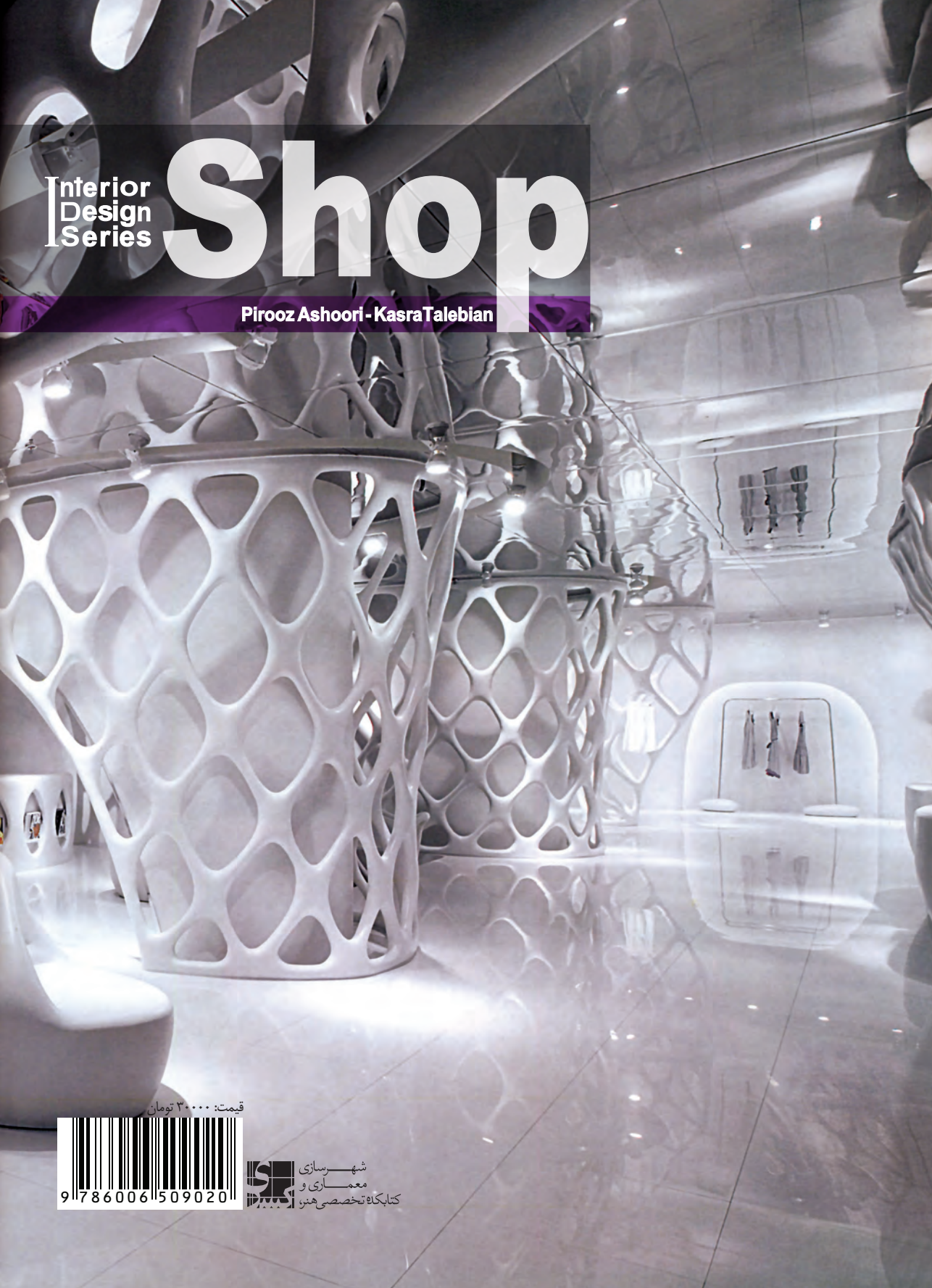
خوشبختانه در سالیان اخیر شاهد شکل‌گیری درکی عمومی و مناسب از جایگاه "طراحی داخلی" هستیم. با این وجود حرفه طراحی داخلی و به خصوص طراحی داخلی فروشگاه در کشور ما آن چنان که بایسته و شایسته است به رسمیت شناخته نشده و به همین دلیل مورد توجه عموم قرارنمی‌گیرد. حال آنکه در رقابت فشرده برای جذب مشتری و موفقیت فروشگاه، همواره طراحان داخلی نقشی مهم برعهده داشته و می توانند تاثیرگذار باشند.

مانند هرگونه طراحیِ معماری، پیش از ورود به مقوله طراحی داخلی فروشگاه نیز می‌بایستی برنامه‌ریزی و استراتژی آن روشن و مدونَ شده باشد. طراح باید قدم به قدم همراه با مشتریان گام برداشته و زمینه را برای حضور آنان در فضای داخلی پی‌ریزی کند. همچنین می‌بایست نیازهای مشتری را پیش بینی کرده و برای هر یک پاسخی مناسب و درخور شان فروشگاه ارائه دهد. در واقع طرحی جامع و کارآمد است که از سویی زبان ناطق صاحبان فروشگاه بوده و از سوی دیگر پس از ایجاد انگیزه در مشتریان برای ورود به فروشگاه، آنان را در انتخاب یاری کند.

به‌طورکلی در طراحی داخلی فروشگاه‌ها مواردی همچون طراحی ویترین، نور، رنگ، بافت، تناسبات و فرم نقش اصلی را ایفا می کنند. توجه به تمامی این موارد در ارائه طرحی موفق الزامی است، اما وزن و تاکید بر هر یک متناسب با گروه مخاطب، نوع محصولات ارائه شده و البته رویکرد طراح به موضوع متفاوت می‌باشد. در بخش اول از کتاب حاضر به اصولی کلی و مشترک در طراحی داخلی فروشگاه‌ها پرداخته شده و در بخش دوم نیز نمونه‌هایی از تنوع و نوآوری‌های طراحان در طراحی فضای داخلی فروشگاه معرفی شده اند.

گفتنی اســت، هریک از آثاری که در این کتاب انتخاب و معرفی شــده‌اند مطابق با هنجارها، ویژگی‌های فرهنگی ـ اجتماعی و نیازهای بستر قرارگیری پروژه طراحی شده اند و بر طراحان داخلی و معماران ایران زمین اســت که پس از مطالعه و بررســی نقادانه این آثار، آثاری مطابق با نیازها و ویژگی‌های فرهنگی این ســرزمین خلق کنند. امید است کتاب حاضر درآمدی بر شکل گیری نگاهی متفاوت و نقادانه به فضاهای تجاری امروز و در جهت رشد کیفیت هایِ معمارانه آن ها باشد.

فروشگاه فـورنارینا / جئورجیو بوروسو / لاس وگاس / ۲۰۰۷



Interior Design Series

Shop

Pirooz Ashoori - Kasra Talebian

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

9 786006 509020

شهرسازی و معماری
کتابخانه تخصصی هنر