# 健身房的开题报告

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2024-09-07

*健身房是城市里用来健身的场所，一般而言，都有齐全的器械设备，有较全的健身及娱乐项目，有专业的教练进行指导 ，有良好的健身氛围。 环境艺术设计系健身俱乐部设计开题报告 本科毕业设计开题报告 设计选题：俱乐部设计 本课题的研究目的...*

健身房是城市里用来健身的场所，一般而言，都有齐全的器械设备，有较全的健身及娱乐项目，有专业的教练进行指导 ，有良好的健身氛围。

环境艺术设计系健身俱乐部设计开题报告

本科毕业设计开题报告

设计选题：俱乐部设计

本课题的研究目的是在休闲这一时代特征的社会文化背景下分析休闲会所产生和存在的必然性，并通过对国内目前休闲会所的室内空间设计进行全面的调查研究和比较分析，得出休闲会所室内空间规划与设计的原则。将室内设计的理论知识与休闲会所的实际经营、容易产生的问题以及人们在休闲消费文化影响下的使用需求和消费心理紧密地结合。通过本课题的研究，可以为以后同类的空间设计，包括其中功能性和装饰性设计提供一定的参考模式，从而为休闲会所的空间设计提供一定的理论依据、设计方法和实践操作模式，具有一定的现实意义。

休闲消费的发展使得社会形态及消费观念发生了转变，会所这一舶来品在80年代末至90年代初开始传入中国大陆，在中西文化沟通冲突和融合下，在休闲消费大潮的影响下不断演变发展，俱乐部成为以休闲消费为纽带的一种新兴的社交场所。 在《IT经理世界》期刊中介绍，俱乐部起源于十七世纪的英格兰。1652年，咖啡传入英格兰，促进了咖啡屋的出现，此后它成为集餐饮、会客、社交为一体的公共休闲场所。最早有关俱乐部的记载是一名英国人在1660年的日记中提到的一个叫Coffee Club的小客栈。后来，咖啡屋由最初的自由开放，逐渐变得更正式、更私密，因此咖啡屋成为某个阶层或某种职业人士的活动场所，演变成为俱乐部。

俱乐部是商业性会所的一种，它属于以休闲方式交往的集体空间。这类空间的出现可以追溯到古罗马时期的卡拉卡拉浴场，它不仅仅是一个浴场，这是一个包括公共图书馆、健身房、花园、会议室和购物中心的休闲娱乐场所，具有重要的公共社交功能。在英国，会员俱乐部是英国上流社会阶层创造出的一种排他性的社交场所。这种俱乐部的内部陈设十分考究，锄古香古色的房间和美轮美奂的装饰，俱乐部内都还设有书房、图书馆、茶室、餐厅和娱乐室。商业性会所则脱胎于俱乐部的模式，受到沙龙文化的影响，它是在西方文化和中国文化冲突与交融中演变而来的，是舶来文化本土化的产物。

在20世纪初新文化运动中，俱乐部文化也影响着中国。19世纪30年代的新月会是一个沙龙形式的文化俱乐部，徐志摩、邵询美等人都曾是该会的会员。香港会是我国最早也是香港历史最悠久的俱乐部，它是在1848年英侵占香港后成立的。北京最早的一家会所皇家俱乐部成立于1990年，是由境外投资，引进国外高档俱乐部的经营与管理模式。1994年开始，北京相继出现了高级商务会所一京城俱乐部、长安俱乐部、中国会、美洲俱乐部，这四家会所被称京城四大富人俱乐部。这些会所均地处城市中心位置，室内装修高档，其中，除了中国会以餐饮为主，其他三家均有恒温泳池、健身房、会议室等齐全的休闲、商务活动设施。商务会所的宗旨是搭建强势、有效的商务交往平台。 休闲是发展的产物，是人类社会进步的标志。《休闲会所的室内设计》这篇文章中写到，人类社会每跨入一个新时代，休闲时间就会延长。当人们的基本需要得到满足后，必然追求休闲、娱乐等高层的精神享受。休闲的大众化使得人们更加需要休闲活动的场所，于是休闲娱乐场所蔚然成风，如主题餐厅、咖啡厅、酒吧、 KTV、洗浴场等被大批兴建。当消费大众开始蜂拥出入这些场所时，中产阶级为了表现自己与众不同的消费能力与水平，便开始寻找更有档次、品味和更为私密的休闲交往场所。这时原来的娱乐中心、休闲中心、

健身房、酒吧等纷纷改头换面，发展成为休闲会所。有时候，中产阶级可以改变或重新整合某些社会功能空间，从而创造出新的休闲方式和休闲空间。因此，会所这种本身带有阶级身份的私人聚会场所也在消费社会的背景下被赋予了新的阶层意义及空间功能。休闲会所在生气勃勃的消费大潮中开始走向大众、走向流行、走向时尚。会所成为大众传媒不断制造的生活品味中能够代表身份的新样式。但同时，由于大众对会所概念理解的局限性，大众也常常被会所这一名称所误导。很多休闲会所都只是披着会所称号的外衣进行棋牌、茶秀、上网或健身等休闲娱乐的活动场所，并没有体现出会所空间作为一种室内空间类型在规模、功能、空间构成及创作的自由度上表现出独特的艺术风格。

其原因主要是因为经营者只考虑经济利益，不考虑会员的实际需求，认为会所中设置有功能多样的休闲娱乐设施就足矣，毫无设计可言。许多学者对会所也做出过研究，但大多数休闲会所还忽略使用人群特征与层次以及会所本身的休闲交往性、可变性、适应性和使用性所形成的不同的空间及空间体验，往往在功能设置上缺乏主题特色，定位不准确。一方面导致了一些会所在设计上片面注重其环境的豪华气派，在项目配备上盲目攀比高档齐全，但却往往陷入经营资源利用率不高、设备空置、负债经营、难聚人气的困境。另一方面则表现在会所追求艺术风格独特性上的急功近利。为了吸引消费者的眼球，会所室内设计极力想要网络天下之风格特征于一身，同时安排尽可能多的特色空间，如欧式风格、乡村风格、中式风格、地中海风格等，希望人们在此享尽各个历史、地理条件下的风情，导致它们被不伦不类地强行捏合在一起。这些休闲会所中存在着文化定位不合理的状况，对于文化资本、经济资本、社会资本分析不清楚，对设计大众的习性没有深入了解等情况。在这种情况，会所设计的结果只能流于表面形式，而无法真正的受到青睐。

本课题通过对休闲时代基本概况的研究，以及休闲生活方式的改变带来交往心理和消费观念转型的分析探讨，了解到休闲俱乐部这一新兴的休闲消费空间形成的背景、对社会发展的意义以及其室内空间设计发展面临的问题。根据面临的这一问题，对休闲会所的室内空间设计做系统化的研究分析和探讨，结合市场营销的相关知识从项目的定位分析、功能设置、空间组到其他空间要素设计都做了比较系统和深刻的探讨，并且对目前我国优秀的休闲会所设计案例进行分析，构思出MUSIC俱乐部的室内设计方案，对休闲会所室内空间设计的各个环节要素进行系统的分析研究。

1.本课题研究的内容是：

首先，结合市场营销的相关知识分析设计前期项目定位应考虑到的因素，从而决定俱乐部的功能设置。

其次，结合设计理论对俱乐部的室内空间组织、流线布局、穿插渗透、界面处理、色彩质感、照明、家具陈设等方面进行比较详细和系统的研究与分析，初步构建一套较为完善的俱乐部室内空间设计方法，并紧密结合设计方案进行阐述及论证。

最后, 商务俱乐部室内空间设计的发展趋势。

2.课题研究的方法是:

首先，通过阅读大量的文献资料，对会所的起源及历史演变进行梳理。对休闲及休闲消费概念的界定源于休闲学和社会学的经典论述，有助于研究商务俱乐部在休闲时代背景下的发展特征研究。

其次，通过实地调研，案例分析等途径发现我国现阶段商务俱乐部室内空间存在的问题，提出解决问题的建议，求证我国当代俱乐部室内空间设计的基本原则。

再次，根据调查研究的实际情况构思和研究出设计方案。

最后,根据研究的设计方案和现在的形势，判断出未来商务俱乐部室内设计的发展的前

景与方向。

3.课题研究的预期目标：通过理论研究形成比较系统的理论研究成果,最终完成设计作品一套及设计说明一篇.

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找