

معماری و طراحی مجتمع های تجاری پایدار

(روشهای بهینه سازی مصرف انرژی
و سازه های دینامیکی)

ترجمه/تألیف: سحر محیط مافی

کارشناس ارشد معماری

سرشناسه	محیط مافی، سحر، ۱۳۹۸ -
عنوان و نام پندآور	معماری و طراحی مجتمع‌های تجاری پایدار (روشهای بهینه‌سازی مصرف انرژی و سازه‌های دینامیکی) / ترجمه تألیف سحر محیط مافی
مشخصات نشر	تهران: دانش و فن، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری	۱۴۳ ص: مصور (رنگی)، جدول
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۲۹۴۵-۴۱-۲
وضعیت فهرست نویسی	فیا
پانداخت	گنجینه
موضوع	ساختمان‌های تجاری -- طرح و ساختمان
موضوع	Commercial buildings -- Design and construction
موضوع	ساختمان‌های تجاری -- صرفه‌جویی در انرژی
موضوع	Commercial buildings -- Energy conservation
موضوع	ساختمان‌های پایدار -- طرح و ساختمان
موضوع	Sustainable buildings -- Design and construction
موضوع	مراکز خرید -- طرح و ساختمان
موضوع	Shopping centers -- Design and construction
رده بنا	۱۳۹۶ م/۳/۴۳۱۱ TH
رده بندی ی. سی	۷۲۵/۲۳
شماره گنجینه‌سی علم	۵۰۸۰۶۴۶



انتشارات دانش و فن

عنوان : معماری و طراحی مجتمع‌های تجاری پایدار (روشهای بهینه‌سازی مصرف انرژی و سازه‌های دینامیکی)

ترجمه و تألیف : سحر محیط مافی

ناشر : دانش و فن

تیراژ : ۱۰۰ جلد

نوبت چاپ : چاپ اول ۱۳۹۷

صفحه‌آرایی : سحر محیط مافی

چاپ و صحافی : چاپ و صحافی برتر

شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۲۹۴۵-۴۱-۲

قیمت : ۱۵۰۰۰۰ ریال حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

انتشارات دانش و فن: مقابل در اصلی دانشگاه تهران، خیابان فخررازی، کوچه نیکپورپلاک ۲

تلفن: ۶۶۹۵۴۳۶۵-۶۶۹۷۱۵۱۲-۶۶۹۷۵۱۲۹-۶۶۹۷۱۴۸۹ تلفکس: ۶۶۹۷۱۴۸۹

فصل اول : کلیات مجتمع تجاری

۱-۱- مفهوم مراکز تجاری.....	۲
۱-۲- مبانی نظری.....	۳
۱-۲-۱- حرکت در معماری.....	۴
۱-۲-۲- نظریات برنارد چومی.....	۴
۱-۲-۳- فرم های پویا - دفرمه شدن - نیروهای محیطی - کششی.....	۵
ویژگی ها را علامتد بازار	
۱-۲-۴- شهر و بازار.....	۵
۱-۲-۵- مفهوم بازار.....	۶
۱-۲-۵-۱- پیدایش بازار.....	۸
۱-۲-۵-۲- کارکردهای بازار.....	۱۱
۱-۲-۶- فضاهای تشکیل دهنده بازار.....	۱۳
۱-۲-۶-۱- فضاهای مربوط به انبارداری و نگهداری کالا.....	۱۵
۱-۲-۷- فضاهای مربوط به کارهای تولیدی.....	۱۸
۱-۲-۸- فضاهای مربوط به فعالیت های تجاری.....	۲۰
۱-۲-۹- فضاهای ارتباطی.....	۲۴

فصل دوم: انواع مراکز خرید

۲-۱- مراکز خرید از نظر وسعت و حوزه نفوذ.....	۲۸
۲-۲- انواع مراکز خرید از نظر اقلیم.....	۳۵
۲-۲-۱- بازارهای مناطق گرم و خشک.....	۳۵
۲-۲-۲- بازارهای مناطق سرد و کوهستانی.....	۳۶
۲-۲-۳- بازارهای مناطق گرم و مرطوب.....	۳۶
۲-۲-۴- بازارهای مناطق مرطوب و پر باران.....	۳۷
۲-۳- انواع مراکز خرید از نظر مورفولوژی.....	۳۷
۲-۳-۱- بازار های منظم.....	۳۷

صفحه	عنوان
۳۸	۲-۳-۲-بازارهای یک بعدی یا خطی.....
۳۸	۲-۳-۳-بازارهای دو بعدی یا گسترده.....
۳۸	۲-۳-۴-بازارهای نامنظم.....
۳۹	۲-۳-۵-میدان های تجاری.....
۳۹	۲-۳-۶-بازارهای محله ای.....
۳۹	۲-۴-فروشگاه ها.....
۴۰	۲-۵-عامل موثر در شکل گیری مراکز خرید.....
۴۱	۲-۶-عامل موثر در طراحی مراکز خرید.....
۴۱	۲-۷-تجهیزات و فناوری های مورد نیاز مراکز خرید.....
۴۲	۲-۸-فعالیت های تشکیل دهنده مراکز تجاری.....
	۱-فعالیت های تجاری
۴۳	۲-۹-معیارهای مکان یابی مرکز خرید.....
	۱-دسترسی.
	۲-پتانسیل فروش.
	۳-پتانسیل رشد منطقه.
	۴-سرانه کاربری تجاری.
۴۶	۲-۱۰-معیارهای مکان یابی مراکز تجاری.....
۴۶	۲-۱۱-ملاحظات اولیه در مورد ایجاد مراکز تجاری.....
	۱-استقرار در محل مناسب
	۲-بررسی اقتصادی
	۳-تحلیل جمعیت منطقه
	۴-میزان درآمد خانوار.
	۵-وضعیت فروشگاه های منطقه.
	۶-جذابیت مرکز تجاری برای مراجعین
	۱-۲-۶-عوامل بصری

۷-انواع ورودی های فروشگاه	
۸-طراحی داخل فروشگاه ها	
۹-محل تخلیه و انبار کالا	
۱۲-۲-بررسی انواع فعالیت های تشکیل دهنده مراکز تجاری.....	۵۳
فصل ۳: ضوابط و استانداردهای طراحی فضاهای تجاری	
۱-۳-بررسی شناخت فضاها.....	۵۶
۲-۳-بررسی ضوابط و استاندارد ها.....	۵۹
۱-ارتفاع طبقات.	
۲-دریهای ورودی	
۳-ویترین ها	
۴-پله برقی	
۵-پلکان ها	
۶-آسانسور	
۷-طراحی نمای خارجی	
۸-اجزای اصلی مجموعه	
۹-نمای داخلی مراکز خرید	
۱۰-مصالح	
۱۱-کف	
۱۲-سقف	
۱۳دیواره	
۱۴-نورپردازی مجموعه	
۱۵-موسیقی	
۱۶-تهویه مطبوع	
۱۷-کاربرد رنگ و کارهای هنری	
۱۸-علامت گذاری های و طرح های گرافیکی	

۱۹-	تعیین روابط اجزاء تشکیل دهنده انواع واحدهای تجاری	
۲۰-	واحد جواهر فروشی و ساعت فروشی و عینک فروشی و ...	
۲۱-	واحدهای فروش تره بار	
۲۲-	واحدهای لوازم التحریر و کتابفروشی و نوشت افزار	
۲۳-	واحدهای فروش مواد غذایی	
۲۴-	واحدهای بهداشتی	
۲۵-	واحدهای پوشاک	
۲۶-	واحدهای تجارتي ، طبخ و ارائه غذای گرم	
۲۷-	فروشگاه های مواد غذایی	
۲۸-	نوشیدنی های سرد	
۲۹-	پیشخوان های غذا	
۳۰-	غذاخوری ها	
۳۱-	مکانهای عمومی	
۳-۳	بررسی فضاهای مورد استفاده در مجتمع تجاری	۸۱
۳-۴	اصول پیرامون خرید	۹۹
۳-۵	نکات مهم طراحی مراکز خرید	۱۰۲
۳-۶	طراحی فضاهای داخلی	۱۰۶
۳-۷	مصادیق و نمونه های موردی	۱۰۶
۱-	مجتمع تجاری پالادیوم	۱۰۶
۲-	مجتمع تجاری گالریا لافایت	۱۰۹
۳-	نمایشگاه کیفر تکنیک	۱۱۱
۴-	مجتمع تجاری دریا فیروز فیروز	۱۱۳
۵-	سوئیت ولارد (Suite Volland)؛ تنها ساختمان چرخان در جهان	۱۱۷
۶-	برج چرخان داوینچی دبی	۱۱۸
۷-	ساختمان دانشگاه هنینگ لارسن با نمایی	۱۲۰

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۲۳	۸-۳- نحوه تأثیرپذیری و تأثیرگذاری منابع خارجی نور روز و انرژی
۱۲۴	۱-۸-۳- شناخت مفاهیم پایه سیستم های نمای دوپوسته
۱۲۹	۲-۸-۳- بهینه سازی انرژی و ایجاد سازه های داینامیکی
۱۳۰	۹-۳- نتایج مطالعات و تحلیل ها
۱۳۳	منابع و مآخذ

www.ketab.ir

مقدمه

باتوجه به اینکه خیلی از دستاوردها و اختراعات بشری بر حسب نیازها و خواسته هایش برای رفع نیازها، سهل و آسان سازی در انجام اموراتش شکل گرفته است. در گذشته انسانها برای تأمین و خرید اقلام و کالاهای مورد نیاز خود گاهاً مجبور به طی مسافتها و حتی رفتن به شهر و دیاری که اقلام و جنسهایی داشتند، که نادر و کمیاب بودند و میتوان گفت که فقط در آن دیار و مرزوبوم میتوانستند آن را تهیه کنند. هر چند که این کار و عمل تهیه کردن کالا و اقلام مورد نیاز از شهر و دیاری غیر از محل سکونت رد با خطراتی نیز روبرو بوده و مسئله راهنمایی و بسیار مواردی دیگر عوامل تهدید کننده ای بشمار میروند، کم و با گذشت زمان و پیشرفتهای بشری دیگر تهیه کالا و اقلام مورد نیاز دیگر کمتر با مشکل روبرو بوده و اختراعات دنیای امروزه کمک شایانی به انسانها برای تهیه کالا و مایحتاج انسانها کرده است. طراحی مجتمع تجاری در پیوند با فضای شهری از اهداف کلی معماران جوان میباشد.