

# The Study of the Atmosphere in the Urban Decompression Space-A Study of Lounge Bar in Central Taiwan

蔡綺芳、黃俊熹

E-mail: 9806229@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

The conversion of the time transform the culture of entire business and consumption patterns. Complex and changeable environment makes people feel tension, anger, restlessness much more easily. Therefore, the rise of the Night club and Lounge bar which provides the emergence place of diverse that could satisfied the desire of searching a space for the decompression of emotion. This study is to survey the atmosphere in the lounge bar, by using measure and questionnaire to carry out all aspects of the investigation, like interior space、bar design、lighting effects...etc. To understand the entertainment needs of the customers and survey the consumer motivation in such commercial space at the night. Archive and summary the space data of the bar or lounge bar by reviewing of the literature, and also the psychological influence by the features and color of decompression space, such as purple or red which people feel not only relax but also low-key luxury. Statistics and categories of the preferences of the guests by questionnaire, assessment and analysis through the results of T test of independent samples, one-way ANOVA, comparative study and cross-analysis. The conclusion of this study could not only make us to realized the social significance but also provide a reference areas for the owners and the designers.

Keywords : Bar、Night consumption、atmosphere.

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書....	iii
中文摘要...	iv
英文摘要..	v
誌謝....	vi
目錄....	vii
圖目錄....	x
表目錄....	xvi
第一章 緒論	1.1.1
研究背景	1.1.2
研究動機	5
研究目的	7
研究流程	9
第二章 文獻回顧	10
壓力與解壓空間	10
2.2 空間氛圍探討文獻	15
2.3 色彩與光之理論文獻	20
2.3.1 光的三原色 RGB	21
2.3.2 光與顏色	23
2.3.3 顏色的心理感知	25
2.4 夜間消費空間相關文獻	27
2.4.1 酒吧 & Club & Lounge Bar的演變過程	27
2.5 夜間消費空間相關案例分析	32
2.5.1 FRANKFURT , GERMANY	32
2.5.2 KANT Bar	34
2.5.3 Seven , Toronto	37
2.5.4 SANTA MONICA , CALIFORNIA , USA	40
2.5.5 Potion Lounge , New York , US	43
第三章 研究方法	46
3.1 研究架構	46
3.2 研究對象及範圍	47
3.3 研究方法	47
3.3.1 文獻分析法	47
3.3.2 個案調查法	47
3.3.3 空間實測觀察法	48
3.3.4 POE用後評估問卷調查法	48
第四章 結果與分析	51
4.1 空間實測觀察	52
4.2 問卷調查與結果分析	82
4.2.1 台中A Lounge Bar	82
4.2.2 彰化Y Bar	101
4.2.3 彰化B Music Bar	121
4.3 結果比較	140
第五章 結論與建議	143
5.1 研究結果之結論	143
5.2 後續研究建議方向	147
參考文獻...	148
附錄一....	152

## REFERENCES

- 1.朱玲億等譯(民國91年)。《當代心理治療的理論與實務》。心理出版社。
- 2.吳昭怡、蔡明洵(2004/12/01出刊)。《轉動24小時社會》。天下雜誌,第312期。
- 3.汪麗芳(2008)。《消費文化及空間氛圍對消費者知覺的影響-以敦南誠品的個案研究為例》。世新大學。
- 4.宋言奇(2004)。《城市的夜晚經濟》。廣州大學社會學院。
- 5.林文煌(2006)。《「在malibu pub的日子」紀錄片暨pub次文化與其商業空間的分析-以台南malibu pub為例》。國立台南藝術大學。
- 6.洪華穗(2007)。《景觀的魅惑:解讀台灣精品汽車旅館的意涵》。淡江大學大眾傳播學系碩士班。
- 7.建築情報雜誌社(96年1月)。《夜店=Night Out》。
- 8.Kumar Ranjit(2000)。胡龍騰、黃瑋瑩等譯。《研究方法步驟化學習指南》。學富文化事業有限公司。
- 9.睦凱玲(2006)。《Lounge bar的空間符號對消費者之影響---一個體驗行銷的觀點》。淡江大學大眾傳播學系碩士班。
- 10.張志強(2003)。《『物體、行為』體系下的試驗 - 空間氛圍的轉譯》,淡江大學。
- 11.張謙允(2006)。《室內空間色彩意象與色彩偏好之研究》。中原大學室內設計研究所碩士論文。
- 12.陳天佑、陳建勳(2007)。《酒吧消費行為與區位選擇因素之關係---以新竹地區酒吧為例》。中華大學建築與都市計畫研究所碩士論文。
- 13.David Lewis(2002)。陳琇玲譯。《新消費者心理學》臉譜出版社企劃叢書。
- 14.Ginger(2007)。20個在家實踐的Lounge Style。《夜夜狂歡Lounge Bar》。麥浩斯編輯部。
- 15.許彰雪編輯(2002)。《夜夜狂歡Lounge bar》。台北:麥浩斯。第1期。
- 16.曾郁蘋(2004)。《台北閒蕩解壓空間》,淡江大學建築學系碩士班論文。
- 17.Carl Sherman&The editors of Prvention著、傅湘雯、林惠瑟譯(2001)。減輕壓力51妙招。新自然主義股份有限公司。
- 18.葉駿弘(2005)。《台北市夜間消費空間的表情閱讀-Lounge Bar的模式與符號》。輔仁大學應用美術學系碩士論文。
- 19.楊中棠(2006)。《空間氛圍與音樂氛圍對情緒、體驗品質、體驗滿意度影響之研究 - 以Lounge Bar為例》。輔仁大學管理學研究所碩士論文。
- 20.葉至誠(2000)。《研究方法與論文寫作》。商鼎文化出版社。
- 21.劉樂(2007)。《室內空間的光環境表現與視知覺意象》。湖北工業大學。
- 22.鄭雅文(2008)。《Lounge Bar符號消費之顧客體驗與感受》,銘傳大學設計管

理研究所碩士論文。23.賴韻代(2007)。《酒吧消費者動機與休閒體驗之研究 - 以台中市Lounge Bar為例》。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。24.賴瓊琦(2003)。《設計的色彩心理》。台北:視覺文化事業有限公司。25.鍾振華(2003)。《台北PUB消費動機與體驗之研究》。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。二、英文部分 1.Stewart,Matthew(2006)。《Night Fever-interior design for clubs and bars》Basel:Birkhauser-Publishers For Architecture。2.STEVEN BLEICHER(2004)。《CONTEMPORARY COLOR THEORY & USE》。3.X(2005)。《100 of the World Best Bars》.Victoria:The Images Publishing Group。4.Cheskin L。(1954)。《Colors What They Can Do for You》。5.Richard S Lazarus(1984)。《Stress》.appraisal & coping.Spring Publishing。三、網路部份 1.維京百科。取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki> 2.明報專訊。消費不夜天。(西元2008.04.10), 取自 <http://hk.beta.news.yahoo.com/article/080409/4/6d5q.html> 3.Lounge Bar淺談。(2007.08.24), 取自 [http://tw.myblog.yahoo.com/jw!s\\_ef9AORHwJt\\_siGSad8zA--/article?mid=50](http://tw.myblog.yahoo.com/jw!s_ef9AORHwJt_siGSad8zA--/article?mid=50) 4.艾倫。(2006.04.18)。什麼是Lounge。取自 <http://blog.sina.com.tw/worldmusic/article.php?pbgid=7526&entryid=23608> 5.Geoffrey智邦電子報。Lounge Living, 把夜生活情調搬回家裡。(西元2005.07.01), 取自 [http://tw.myblog.yahoo.com/jw!Qd.1Y.CTGBZ\\_5BMW6CmljfoFA--/article?mid=61](http://tw.myblog.yahoo.com/jw!Qd.1Y.CTGBZ_5BMW6CmljfoFA--/article?mid=61)