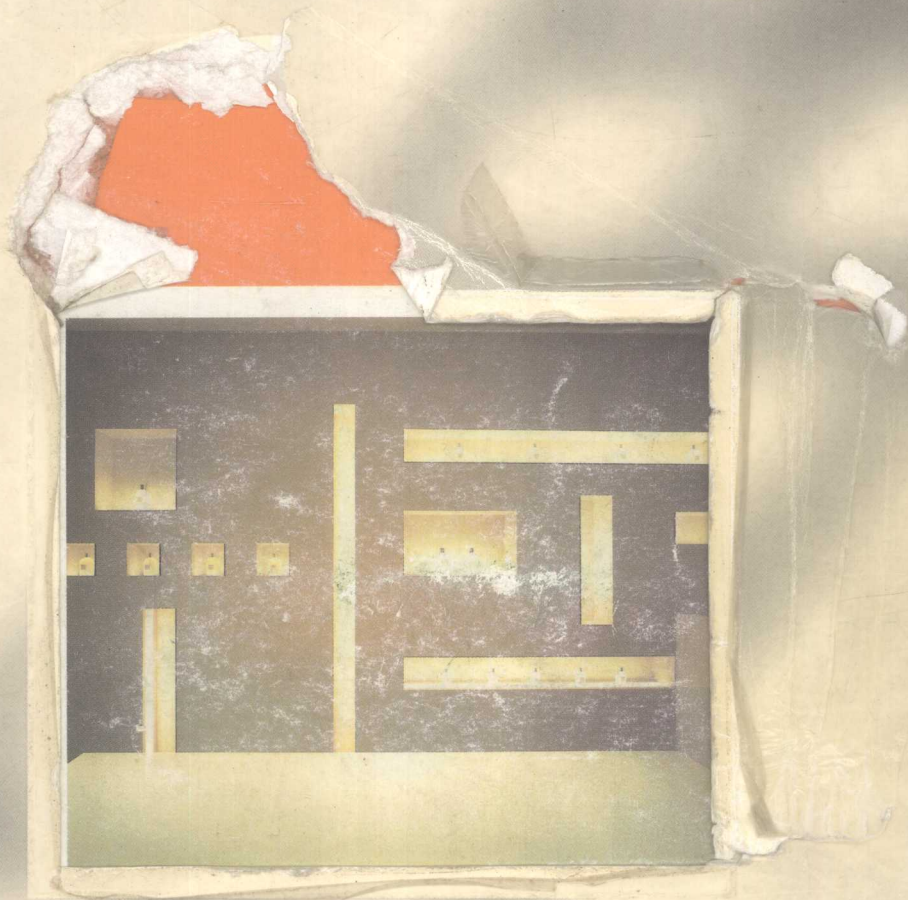


国外空间设计 · 名师佳作

时尚商店

BOUTIQUES



迈克尔·加贝利尼

--1980年在罗德岛设计学校和伦敦建筑学会学习。

--在建筑工作室工作6年,是科恩·彼得森·福克斯的合伙人。

--1987年建立加贝利尼合作社,与杰克·史密斯合作,致力于时尚商店、独立的住宅、临时展示会和家具的设计。

爱德华·桑索

--1956年生于巴塞罗那。

--建筑、工业和室内装潢设计师。1973至1980年在巴列斯建筑学校学习。

--获1985和1986年最佳室内艺术装潢鼓励奖,1987年室内设计艺术装潢鼓励奖,和1988年马德里社区最佳室内设计奖。

--公众认可(包括电台、电视台、书刊和国际专访等)。

汤姆森·文图莱特·斯坦因贝克和合伙人公司

--1969年工作室创建于乔治亚州亚特兰大。

--建筑师和室内装潢设计师。

--主要工程:长海滩会议中心、全能竞技场和乔治亚

圆顶体育馆,乔治亚世界大会中心和中央广场综合建筑群。

大工作室

--位于冰岛雷克雅维克,建立于1987年。

--创办人斯蒂夫·克里斯特和玛格丽特·哈罗阿尔多蒂尔。

--分别就学于纽卡斯尔和爱丁堡大学。获得过许多荣誉和奖励,特别是获得知名度很高的欧洲建筑成就奖的提名。

隆·阿拉德

--1951年生于以色列的特拉维夫。

--1973年开始工作,就读于建筑学会学校的建筑系至1979年。

--1981年,与丹尼斯·格罗夫斯和卡洛琳·索曼合作,建立自己的工作、展览和家具销售地点最佳店。

FRCH 全球设计

--创立于1968年。

--辛辛那提、纽约和新加坡设有办事处。

- 已经获得一百五十多项奖励和权威机构的认可。
- 多种行业活动。主要工作范围:建筑、工程建设、室内装潢、灯光、图片宣传和工程管理。

克劳迪奥·纳迪

- 意大利佛罗伦萨。就读于建筑学校,1978年毕业,建立个人工作室。
- 房屋建造、市政小区、商业内部装潢、办公楼和公用建筑,其中包括恢复、重建和新建筑工程设计。

内田秀

- 1943年生于横滨。
- 1966年就读于桑泽设计学校。
- 1970年创立内田设计工作室。
- 1981年,伙同西冈达创立80工作室。
- 作品包括宫宅一诚时尚商店、东京俱乐部、福冈第二宾馆广场,与阿尔多·罗西合作设计的东京拉纳里塔餐馆。
- 作品除建筑工程,还有家具和工业设计。

约瑟普·方特

- 莫戈达的圣佩尔佩图阿。
- 学习设计于巴塞罗那。
- 与路茨·迪亚茨合伙,创立马帕·蒙迪公司。
- 1988年在西班牙、法国、意大利、比利时、伦敦和芝加哥发起JFLD织品线。
- 1991年在巴塞罗那开设自己的商店。
- 巴塞罗那时装界1996年授予他“每一厘米”奖,承认其专业成就。

托斯腾·李兰

- 1963年生于汉堡。
- 在汉堡大学学习工业设计。
- 作为室内设计师,曾在德国、巴黎和纽约参加过许多工程。其中值得一提的是位于杜塞尔多夫的乌塔·拉什商店。
- 作为工业设计师,其作品曾在汉堡、米兰、慕尼黑和纽约的集体和个人展中展出。

国外空间设计名师佳作

时尚商店

原著作名: *Commercial Space Boutiques*
原 著 者: *Francisco Asensio Cerver*
译 者: 傅惠生
责任编辑: 赵 凌
封面设计: 王承利 李 燕

J06-64 / ~

国外空间设计名师佳作·时尚商店

出版发行: 山东美术出版社

地 址: 济南市经九路胜利大街39号

电 话: (0531) 2900344

传 真: (0531) 2902055

印刷装订: 深圳中华商务联合印刷有限公司

220×300毫米 开本 大16开 10印张

出版日期: 1999年3月第1版 1999年3月第1次印刷

印 数: 1-2500

书 号: ISBN 7-5330-1287-9/J·1286

定 价: 95.00元

本丛书由 *ROTOVISION SA Sheridan House*
出版并授权山东美术出版社出版发行中文简体版本
版权所有 翻印必究

各种食品、清洁用品、家庭用品和工具的集中销售使各大超级市场和百货商店经营范围十分广泛,这已经成为不断发展的一种趋势。这种经营方式的根本,是经济合算,将范围十分广泛的产品集中销售以降低卖主的成本并节约顾客的时间。然而,这一趋势在本地区开始流行时,流行服饰和香水销售似乎更能不断克服重重障碍。另一方面,在许多的时装店,顾客与产品之间却没有建立一种方便且直接的联系。顾客应该在试穿销售展品之前,适应设计师或是建筑师为时尚商店设计的布景,融入有具体意象的一定创作氛围中。通常服务员会陪伴顾客,提出一些建议并介绍服装的特色。著名的服装公司和品牌虽

然已经逐渐取代裁缝,但是仍然需要一种独特、不同一般且易于辨认的品味。甚至在百货商场里,服装部通常也细分为不同的区段。相同的服装淡化了一切,而我们需要的是每件夹克、西服或是衬衫能够显示我们的个性。香水便是最好的例子。虽然香水没有一个具体形象,而售出的却常常是形象而不是香味。根据气味创造的场景设置许多参照物和联想物能够吸引潜在的顾客观赏,因此场景设计便十分重要。一个公司的品味不仅表现在服装或是香水瓶的设计上,而且与它的商店建筑和市场相关。问题是什么是品牌形象。按照这样的思路,如果消费者想购买一件外衣,他或她也会希望购买到产品之外标志

着这个公司的某种东西。这基本上同购买一位著名画家的作品一样。虽然每一幅画都可以理解为单个的作品,大多数情况下,一幅画所具有的特殊的价值在于它能够显示画家一生所致力基本主题。在这本画册中,我们希望编辑来自完全不同地区的范例:从日本到意大利,或是从美国到冰岛。我们的目的是为读者提供全景式的不同范例。按照这样的思路,我们可以说设计者所面临的问题以及他们得出的答案在每个具体的案例中是根本不同的。规模缩小的巴尔茨博士或是道尔斯和加巴拉商店与巴黎吉尔·桑德时尚商店规模的对比,伊维萨的终极店与加利福尼亚大林荫道店的对比。在坦普斯店或是海格店出售的富有青春活力和运动气息的服装完全

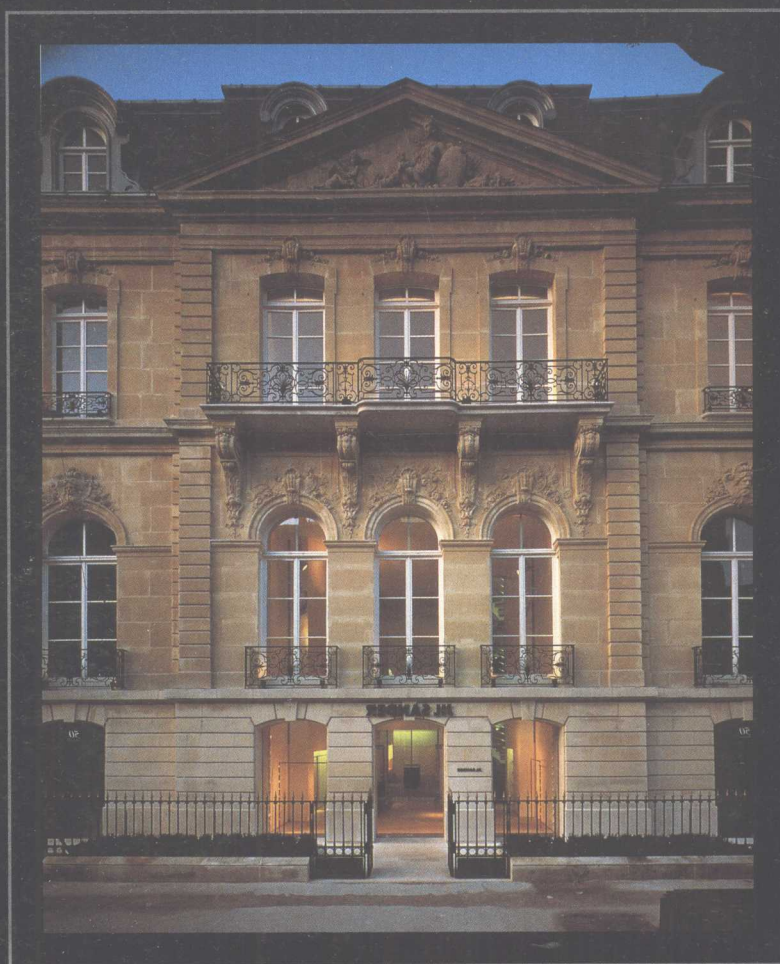
不同于约瑟普·方特店中简洁的风格和内容。各种情形的差异产生了不同的解决问题的办法,丰富了这本画册的内容。同样,我们也想把其他不同类型产品的时尚商店,如巴尔茨博士的香水、爱娃公司的鞋、一间居或是亚特兰大装潢艺术中心的家具收入书中。我们所展示的不只是建筑师在建筑、选材和装潢中灵巧的解决问题,而且在每项工程中他们必须同公司力图表达的思想有一定的协调。接受一项工程第一个也是最重要的决定,即如何将这种精神用建筑语言表达出来。这是最难,也是最有魅力的事情。

5	引言	
10	吉尔·桑德(巴黎)	迈克尔·加贝利尼
20	吉尔·桑德(芝加哥)	迈克尔·加贝利尼
26	终极	爱德华·桑索
36	让·皮埃尔·维克当	爱德华·桑索
46	杰瑞·佩尔	VTs和合伙人
54	长廊	大工作室
62	爱娃	大工作室
70	一间居	隆·阿拉德
82	道尔斯和加巴拉(男士)	克劳迪奥·纳迪
90	道尔斯和加巴拉(女士)	克劳迪奥·纳迪
100	旧金山故事	克劳迪奥·纳迪
108	坦普斯	FRCH 全球设计
116	大商场	FRCH 全球设计
124	海格服装公司	FRCH 全球设计
132	贝尔茨博士	内田秀
138	约瑟普·方特	约瑟普·方特
148	奥基	托斯腾·李兰

时尚商店

吉尔·桑德(巴黎)

迈克尔·加贝利尼



▲ 19世纪石灰石的门面用

作时尚商店的外观。北边的自然光线射进隔音玻璃窗户。双倍空间的室内灯光烘托着时尚商店的正门。

► 家具和模特衣架如同小的立方物体衬托着新旧并存的巨大空间。





德国设计师吉尔·桑德的公司选择它在巴黎首展的地点是位于著名的蒙田大街52号的一所古老的宫殿。

这所宫殿建于1890年，是一所私人住宅。它代表着法国建筑的美学传统，于1923年成为马达勒·维奥内时装中心。

70年代，飞利浦电器公司入主这座建筑，作为其在法国的总部。最新的房主(ARC工联)于1990年买下这座房子并打算推倒它。正在这个时候，房子的正面被列为巴黎市区有纪念意义的建筑。

加贝利尼采用新方法，在建设中的建筑遗产和近期的变化(一座现代化的四层无名建筑，其中一层是地下室)之间建立一种新的对话。最重要的决定是拆除40%的底楼

加贝利尼

▲ 在二楼，天花板的灯光和黑色花岗石长凳与房屋的正面是平行的。(C1)

► 花岗石长凳紧贴房屋的正面，上面摆放着一些黑檀木架子。(C2)

► 从正面一侧所见到的内景。侧墙与楼梯相隔，只能见到部分楼梯。





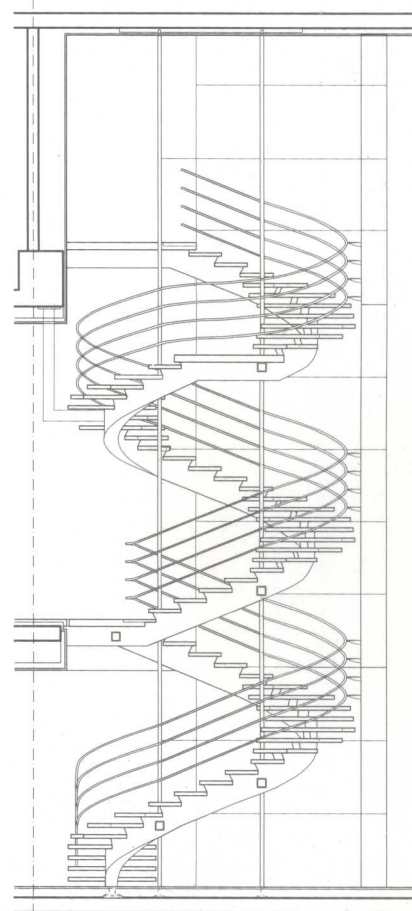


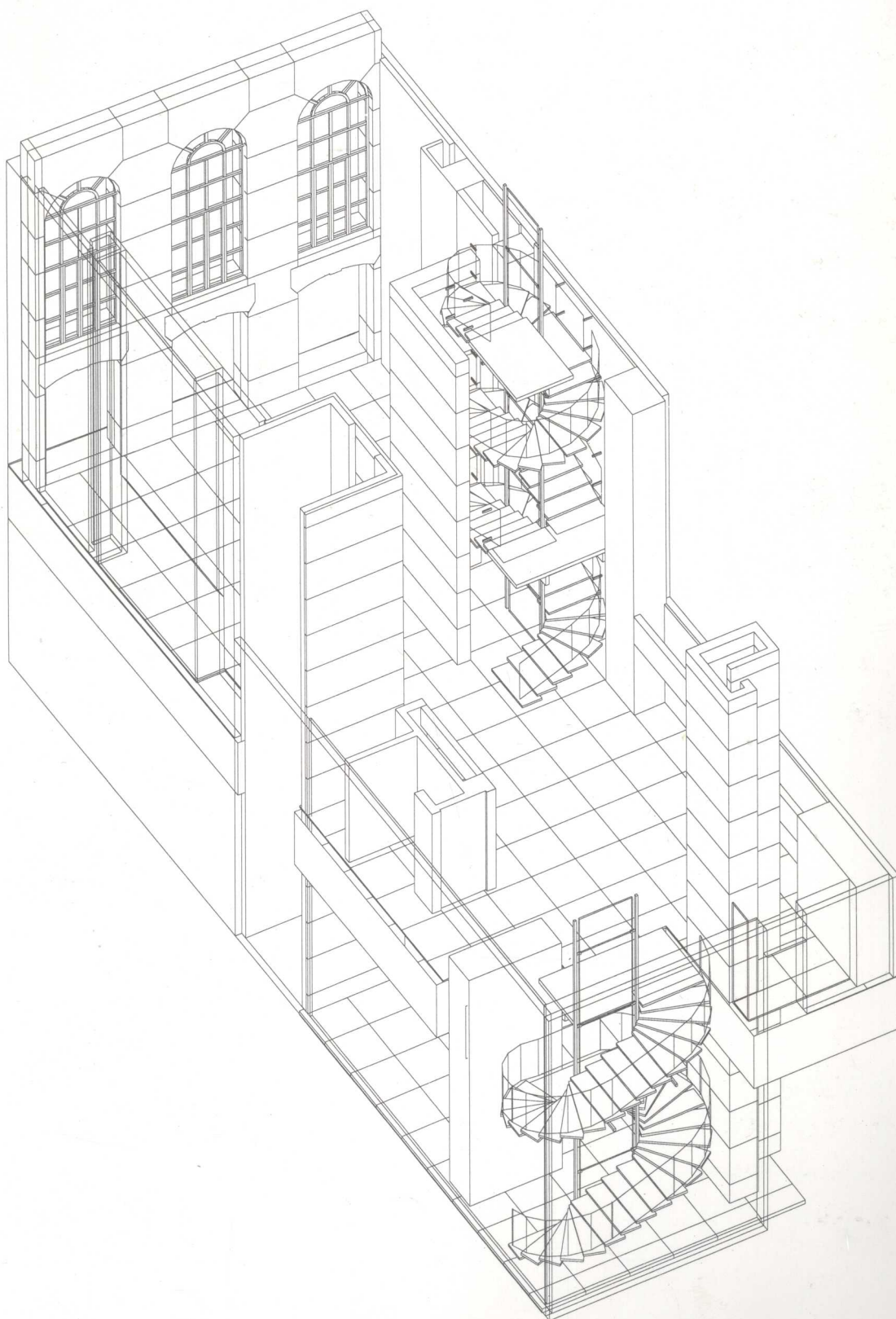
▲► 从二楼后部面向正门所见
到的内景。(B3)

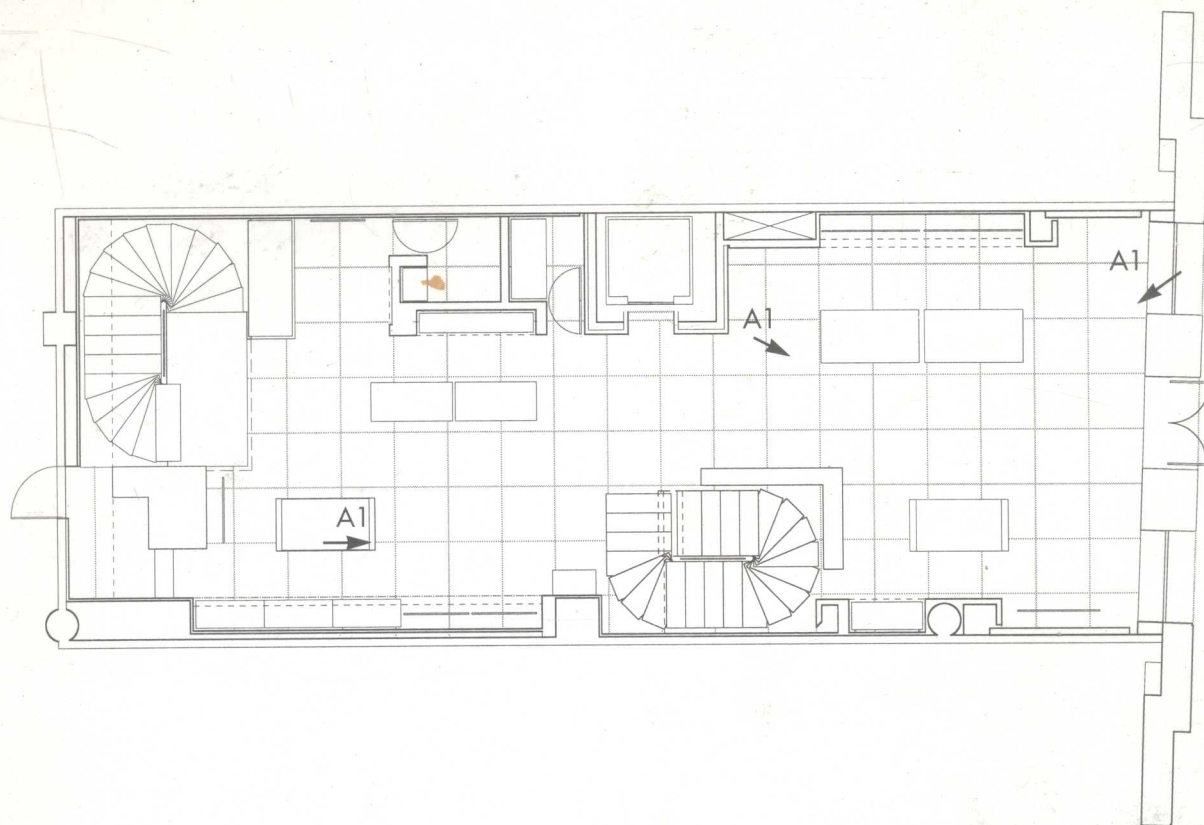
▲ 在二楼, 灯光如昼的空间与
黑檀木柜形成对比。(B1)

► 第15页为时尚商店的均
角投影图。底楼界定空间的
三根直柱引人注目。

► 楼梯剖面图。







▲ 底楼。

▼ 二楼。楼梯紧邻入口,向空中伸展。

