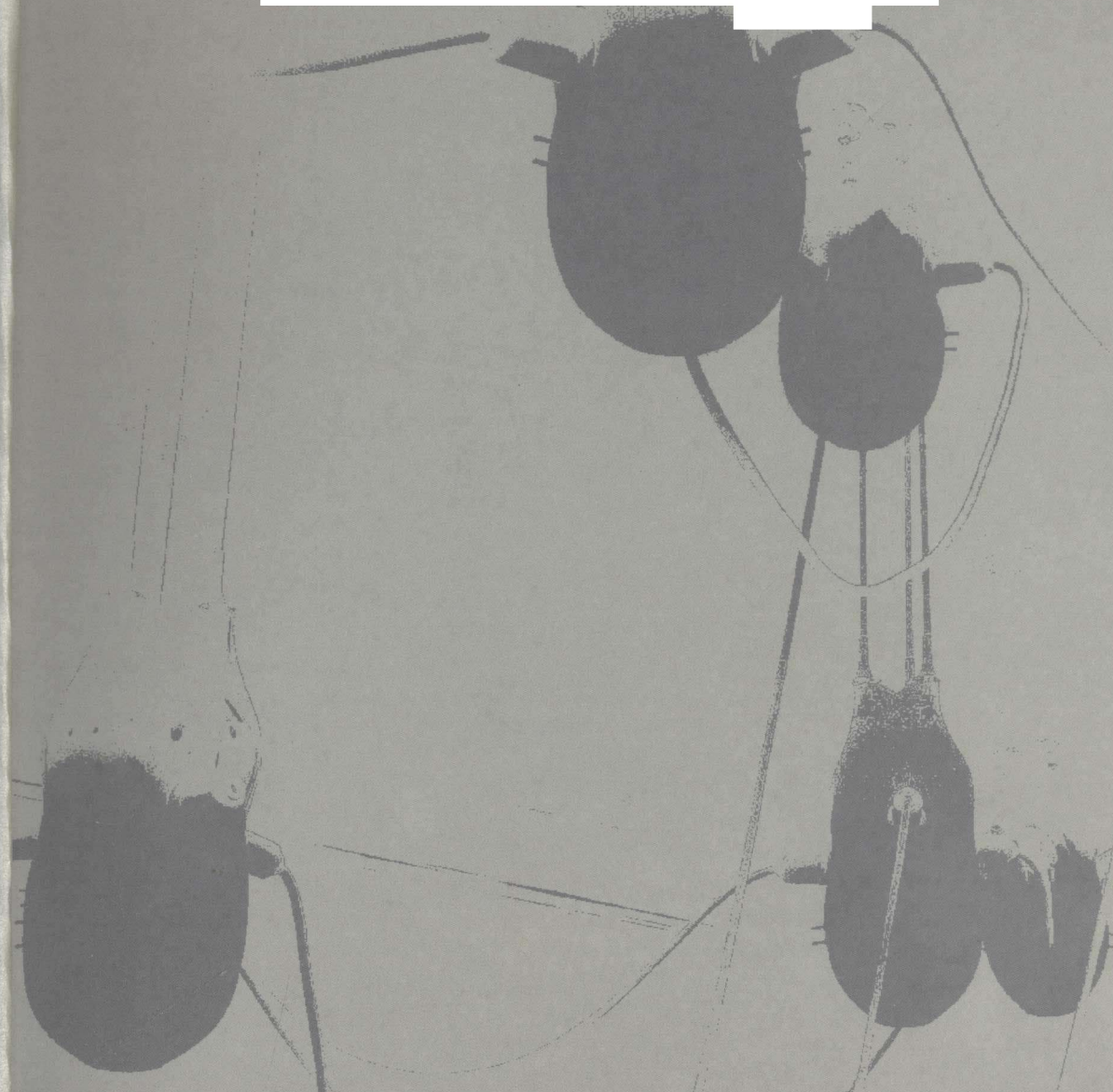




空间 · 风格店

SPACE

STYLISH STORES



TV247.264
6

SPACE! STYLISH STORES

空间风格

图书在版编目 (CIP) 数据

空间·风格店/北京润寰文化有限公司编. —天津:
天津大学出版社, 2005.5
ISBN 7-5618-2120-4

I.空... II.北... III.商店—室内设计
IV.TU247.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 028888 号

主 编: 李 强
执行主编: 李 壮
编 委: 刘 军 石晓艳 赵晓波 赵晓飞 赵 东
陈 炜 岳 岑 葛晓林 李 丽 蔡昭云
责任编辑: 张文红
平面设计: 北京古典博图文化传播有限公司
设计总监: 陈 利
文字撰写: 刘 云
摄 影: 曲 直
校 对: 胡亚凤

《空间·风格店》

出版发行: 天津大学出版社
出 版 人: 杨风和
地 址: 天津市卫津路 92 号天津大学内 (邮编: 300072)
电 话: 发行部: 022-27403647 邮购部: 022-27402742
印 刷: 北京华联印刷有限公司
经 销: 全国各地新华书店
开 本: 230mm × 300mm
印 张: 16
字 数: 359 千
版 次: 2005 年 5 月第 1 版
印 次: 2005 年 5 月第 1 次
印 数: 1-3000
定 价: 208.00 元

CONTENTS

STYLISH STORES | SPACE

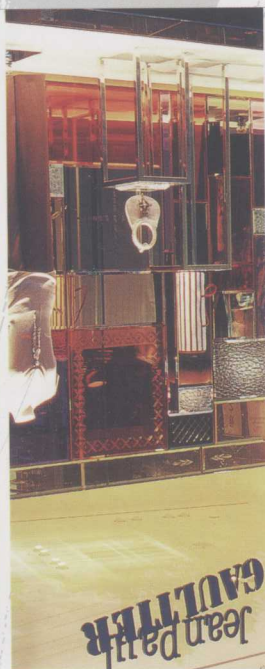


GIORGIO ARMANI STORE // 006-023 EMPORIO ARMANI STORE // 024-035
I.T // 036-049 MILLIONTEX-Z // 050-059

Jean Paul GAULTIER // 108-119 MOXI // 120-125

CLUB X // 078-091 [a] LONDON // 092-107

Pye 衬衫店 // 060-069 LAGERFELD // 070-077



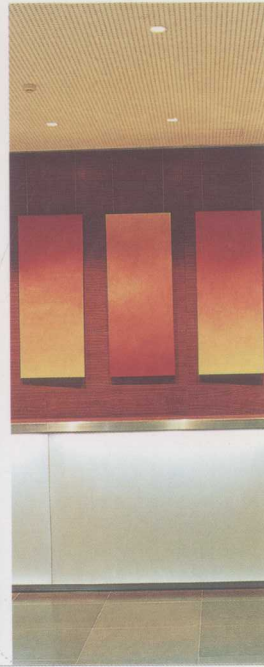
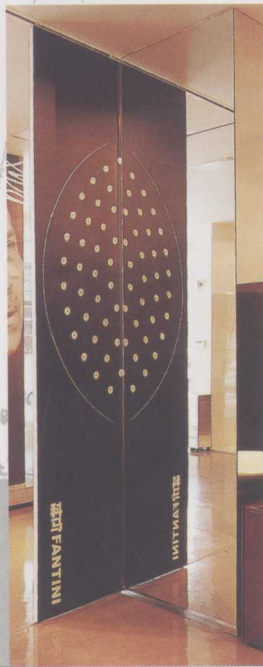
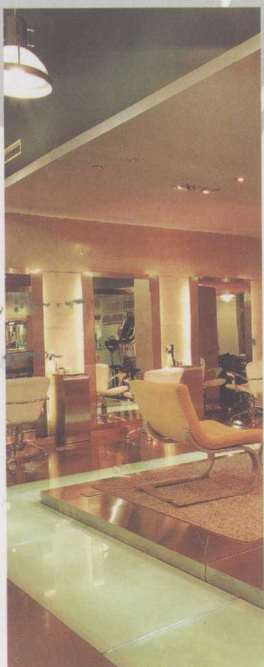


LUXMAN ITALY // 126-137

Cartier // 138-145 HIRSUN Diamond Palace 恒信钻石宫殿 // 146-155

CRONY // 156-165 LANCÔME PARIS // 166-177

LOVELY NAILS 爱手爱脚 // 178-189



TONI&GUY HAIR DRESSING // 190-197

王磊形象公社—锦江迪生分社 // 198-205

TOTO // 206-213 DC DESIGN 科马卫生间设计(北京) // 214-223

DC DESIGN 科马卫生间设计(上海) // 224-239

Audi Forum Beijing 奥迪品味车苑 // 240-251

FOREWORD STYLISH STORES | SPACE

商业空间的设计风格永远是与商品的一种协同，
它们共同打造品牌的精神，
搭建时尚的舞台。

群体的艺术家会被大众关注，反映现实，反映生活的艺术作品才会被尊重，艺术家所精研，成为一个“觉悟者”？这也许是每个有识之士都在思考的问题。把目光从诸多的消极因素中解脱出来，以一种成熟，一种无需张扬的厚实，一种坚定和一种充满激情的源于生命的心灵的创造与体验，真诚地对待艺术，诚实地面对那一个一个不间断的过程，构成延续，寻找原来，寻找真实，这也许才是我们应该做的。

量高的室内设计亦是如此。只有关注人群，关注生活，对空间有深刻体验的设计师，才会创作出好作品。

个性来自于理念，来自文化渊源，世界历史遗留下来丰厚的艺术财富，世界文化的多元性也是由各地域、各民族与各种族文化的独特性来共同体现的，没有文化根源的艺术形式是不存在的，没有历史背景与时代特征的艺术设计也是不可想象的。打开国门的中国，飞速的变革与发展令世界瞩目，在这里东西方文化的碰撞与交融也是史无前例的，古老的文化与现代文明并存着。这时，我们不但会对于时代给我们提供了广阔的平台而庆幸，也要对在纷繁中迷失自己而警醒，这是时代给设计家们提出的重大课题……

投射在空间中的是我们的目光，投射在艺术与文化之上的是我们的思想，空间无时无刻会呈现思想与感觉，如果你真的去思想与感觉它，被奉为“经典”的某些设计语言与形式，会慢慢滋生设计师的情性，使设计张力丧失，不出新意，将“经典”等同于“古老”与将“时尚”等同于“现代”无疑都是同样片面的。对传统的继承与叛逆需要勇敢与睿智，更应有丰富的本真与内涵。今天的设计家们尤显忙碌，深知承载的责任重大，数字化、信息化的革命也向其提出更高要求，怎样才能站在历史

提出的重大课题……

投射在空间中的是我们的目光，投射在艺术与文化之上的是我们的思想，空间无时无刻会呈现思想与感觉，如果你真的去思想与感觉它，被奉为“经典”的某些设计语言与形式，会慢慢滋生设计师的情性，使设计张力丧失，不出新意，将“经典”等同于“古老”与将“时尚”等同于“现代”无疑都是同样片面的。对传统的继承与叛逆需要勇敢与睿智，更应有丰富的本真与内涵。今天的设计家们尤显忙碌，深知承载的责任重大，数字化、信息化的革命也向其提出更高要求，怎样才能站在历史

室内设计来自于人类对空间的需求，也来自于人类对艺术的渴望，空间设计艺术是实用艺术，它的主体是人，主体在空间中的体验活动成为验证设计优劣的标准，也是推动空间设计艺术向前发展的原动力。空间设计大体分成建筑与室内两大范畴。它是艺术与技术相结合的体。建筑是艺术，但不仅仅是艺术，建筑美学总是和实用、技术、经济等因素联结在一起，这是它有别于绘画、雕塑等艺术活动的差异所在。室内设计是建筑设计的继续与深化，是室内空间和环境的再创造。很多建筑师认为室内空间是建筑的灵魂，是人和环境的直接联系。

建筑的文脉性是建筑设计中最先考虑的问题，人类社会的发展，不论是物质技术的，还是精神文化的，都具有历史延续性。追随时代，尊重历史，是社会发展的本质要求。室内设计中，在生活居住、旅游休闲和娱乐等各种类型的室内环境里，都有可能因地制宜地采取具有民族特点、地方风格，充分考虑历史文化的延续和发展

的设计手法。这里的历史文脉是广义的，它涉及规划思想、空间布局和组织特征，甚至设计中的哲学思想及审美理念，而非简单地只从形式、符号来理解。视觉的愉悦是令人向往的，所以千百年来人们以各种艺术形式不断探索着它的终极境界。然而，室内设计非单纯的视觉感觉，更重要的，它是功能、空间形体、工程技术

李一男



GIORGIO ARMANI STORE

ARMANI 品牌是以至今依然活跃在时尚界的设计大师 Giorgio Armani (乔治·阿玛尼) 的名字命名的。乔治·阿玛尼以其鲜明的个人风格、大量使用新面料及优良制作而闻名。阿玛尼是意大利时装界最辉煌的旗帜。





01

GIORGIO ARMANI STORE

Armani 先生无论在时尚风格还是营商管理都高瞻远瞩，不仅积极地参与集团的管理和决策工作，更亲自全面监督设计和创作等工作。或许

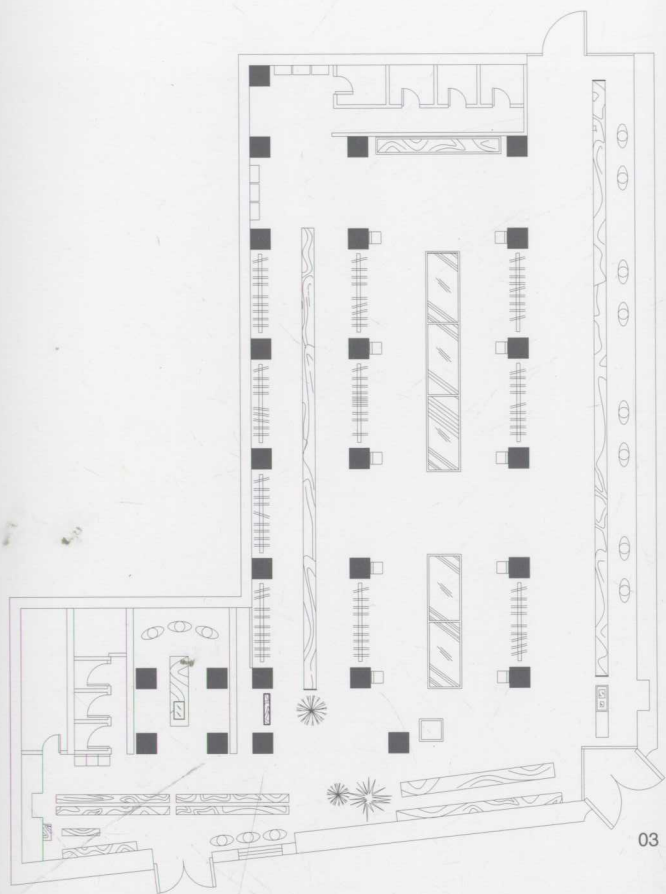
Giorgio Armani 最为人知的就是他为时装界带来的革命性改变，现在集团旗下的产品涉及诸多领域。

坐落于上海市外滩 3 号的 GIORGIO ARMANI STORE 是集团在中国开设的 ARMANI 中心店，这里展示的服装简洁单纯，时尚优雅，这一切都得益于 Giorgio Armani 的设计风格。在这个两性性别越来越混淆的年代，服装不再是绝对的男女有别，他是打破阳刚与阴柔的界线，引领女装迈向中性风格的设计师之一。

●图注 01 GIORGIO ARMANI STORE 男装展示区局部 / 02 GIORGIO ARMANI STORE 展示区







03



02

简单的套装配,完美的中性化剪裁,不论在任何时间、场合,都没有不合宜或褪流行的问题。来自全球的拥护者更是跨职业、跨年龄。ARMANI 创造服装并非凭空想象而是来自于观察,在街上看见别人优雅的穿着方式,使用他的方式重组再创造出他自己属于 ARMANI 的优雅风格。许多世界高阶主管、好莱坞影星们就是看上这般自我的创作风格,而成为 ARMANI 的追随者。

ARMANI 的产品包括了皮具、鞋、眼镜、领带、丝巾等,与服装一样讲究精致的质感与简单的线条,清楚地衬托款式单纯的意大利风格服装。

●图注 01 GIORGIO ARMANI STORE 展示区通道 / 02 GIORGIO ARMANI STORE 展示区局部

03 GIORGIO ARMANI STORE 平面图



01



02

当你在古老外衣包裹下的GIORGIO ARMANI STORE漫步时，你就会被其浓重的时尚气息、神秘且高贵的氛围所打动……

就像著名的戴安娜王妃，凡·德·萨洛特那句名言：“少即是多”——简洁形式往往包含着更深邃的含义。这里的空间设计没有任何多余的装饰语言，张弛有度，最纯粹的体验。

分，自然、内敛、无懈可击，从而从真、高度浓缩凝练。

●图注 01 GIORGIO ARMANI STORE 展台与鞋架 / 02 GIORGIO ARMANI STORE 男装试衣间入口 / 03 GIORGIO ARMANI STORE 展示区

