

绿色室内设计

[美] 洛丽·丹尼斯 (Lori Dennis) 著 尹 弢 译



Green Interior Design



山东画报出版社

绿色室内设计

〔美〕洛丽·丹尼斯 (Lori Dennis) 著 尹 强 译



山东画报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

绿色室内设计 / (美) 丹尼斯著; 尹弢译. — 济南: 山东画报出版社, 2017.3
ISBN 978-7-5474-2071-3

I.①绿… II.①丹…②尹… III.①室内装饰设计—无污染技术 IV.①TU238

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第273034号

GREEN INTERIOR DESIGN by LORI DENNIS

Copyright: © 2010 BY LORI DENNIS

This edition arranged with Allworth Press, an imprint of Skyhorse Publishing c/o

JEAN V.NAGGAR LITERARY AGENCY, INC

through BIG APPLE AGENCY, LABUAN, MALAYSIA

Simplified Chinese edition copyright: 2012 SHANDONG PICTORIAL PUBLISHING HOUSE. All rights reserved.

山东省版权局著作权合同登记章图字: 15-2011-067

责任编辑 董明庆

装帧设计 王 芳

主管部门 山东出版传媒股份有限公司

出版发行 山东画报出版社

社 址 济南市经九路胜利大街39号 邮编 250001

电 话 总编室 (0531) 82098470

市场部 (0531) 82098479·82098476 (传真)

网 址 <http://www.hbcbs.com.cn>

电子信箱 hbcbs@sdpress.com.cn

印 刷 山东金坐标印务有限公司

规 格 150毫米×210毫米

9.25印张 198幅图 160千字

版 次 2017年3月第1版

印 次 2017年3月第1次印刷

定 价 58.80元

目 录

Contents

前言 Introduction 5

I 家具与陈设 Furniture and Accessories 27

II 织物与窗户修饰 Fabrics and Window Treatments 58

III 表面材料 Surface Materials 77

IV 室内植物 Interior Plants 111

V 家用电器与卫生器具 Appliances and Plumbing Fixtures 121

VI 客厅 Living Rooms 141

VII 卧室与儿童房 Bedrooms and Nurseries 167

VIII 绿色建筑 Green Building 190

IX 室内和景观的清洁与维护

Cleaning and Maintaining Interiors and Landscapes 219

X 我最喜欢的设计师、建筑师与建筑商

My Favorite Green Designers, Architects, and Builders 243

关于作者 About The Author 294

绿色室内设计

〔美〕洛丽·丹尼斯（Lori Dennis）著 尹 弢 译

山东画报出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

绿色室内设计 / (美)丹尼斯著;尹弢译. — 济南: 山东画报出版社, 2017.3
ISBN 978-7-5474-2071-3

I.①绿… II.①丹…②尹… III.①室内装饰设计—
无污染技术 IV.①TU238

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第273034号

GREEN INTERIOR DESIGN by LORI DENNIS

Copyright: © 2010 BY LORI DENNIS

This edition arranged with Allworth Press, an imprint of Skyhorse Publishing c/o

JEAN V.NAGGAR LITERARY AGENCY, INC

through BIG APPLE AGENCY, LABUAN, MALAYSIA

Simplified Chinese edition copyright: 2012 SHANDONG PICTORIAL PUBLISHING
HOUSE. All rights reserved.

山东省版权局著作权合同登记章图字: 15-2011-067

责任编辑 董明庆

装帧设计 王 芳

主管部门 山东出版传媒股份有限公司

出版发行 山东画报出版社

社 址 济南市经九路胜利大街39号 邮编 250001

电 话 总编室(0531) 82098470

市场部(0531) 82098479 82098476(传真)

网 址 <http://www.hbcbs.com.cn>

电子信箱 hbcbs@sdpress.com.cn

印 刷 山东金坐标印务有限公司

规 格 150毫米×210毫米

9.25印张 198幅图 160千字

版 次 2017年3月第1版

印 次 2017年3月第1次印刷

定 价 58.80元

目 录

Contents

前言	Introduction	5
I	家具与陈设 Furniture and Accessories	27
II	织物与窗户修饰 Fabrics and Window Treatments	58
III	表面材料 Surface Materials	77
IV	室内植物 Interior Plants	111
V	家用电器与卫生器具 Appliances and Plumbing Fixtures	121
VI	客厅 Living Rooms	141
VII	卧室与儿童房 Bedrooms and Nurseries	167
VIII	绿色建筑 Green Building	190
IX	室内和景观的清洁与维护 Cleaning and Maintaining Interiors and Landscapes	219
X	我最喜欢的设计师、建筑师与建筑商 My Favorite Green Designers, Architects, and Builders	243
	关于作者 About The Author	294

前言

Introduction

作为一名室内设计师，在我还不懂这是一场运动的孩提时候，就已经在做一些和绿色设计有关的事情。我由坚强的单身母亲和经历过大萧条时代的外祖母抚养长大，因为这个缘故，我从小就学会了节约能源，从不浪费，循环利用物品。让母亲引以为豪的是我们的彻罗基族（Cherokee：北美印第安人之一族）传统和尊重地球的核心价值观，这也同样是我孩提时学到的。

我四岁时就开始对室内设计产生兴趣，但那时我们没有太多的物品和钱财。我可怜的小房间里也只有一张小床和几件二手玩具。一天，我收到姑姑寄来的包裹，里面装了些五颜六色的大力水手（Popeye）图案的床单，我高兴极了，立刻就跑去换上新床单。35年之后的今天我还仍然记得那些清晰、明快、滑稽的条格床单

为我阴暗的小房间带来的焕然生机。在那之后，我就对空间设计与装饰着了迷。我仔细研究所到之处的景观布置、建筑风格、纺织纤维及墙体材料。梦想着有一天我也可以做出这样的设计。

为什么写这本书

多年以后，我创办了自己的室内设计公司，那时我觉得将绿色生活方式和环保的设计理念相结合是顺理成章的。之后，我开始试着找寻并确定十年前数量还非常有限的环保产品和理念。不知是何原因，环保人士身上似乎有种吸引力，促使我们成为朋友。支持环保的厨师杰弗里·莫拉（Jeffrey Mora）就是其中一位。他是（美国）自然资源保护委员会（NRDC）和大洋洲的坚定支持者。他把我介绍给他的一些同为环保人士的好友，包括简·米歇尔·库斯托（Jean-Michel Cousteau）、小埃德·贝格利（Ed Begley Jr.）、莱斯利·霍夫曼（Leslie Hoffman，环保组织“Earth Pledge”的主要负责人）和特德·丹森（Ted Danson）。我最终发现了人生的意义。

成为一家可持续设计公司就意味着公司所经手的每个设计都要加入绿色的元素。我们的方式就是在设计美观、高性能和健康环境的同时，考虑到如何选用资源（包括材料和能源使用）。因为我们在环保设计行业众所周知的专业水平，大多数客户会要求把这种绿色理念运用到他们的室内设计中。我们介入的项目和预算情况决定了项目环保元素的多少。正如传统的室内设计一样，我们介入项目越早，所作出的积极影响就越多。我们会就每项智能设计和良好空间规划方案进行讨论，以确保高效使用材料且不

造成空间浪费。我们相信好的设计一定是绿色环保的设计，可供几代人使用的物品绝对物有所值。我们会建议客户减少购买，但一定在预算允许的范围内购买最佳产品。公司始终坚持奢华与绿色并存的设计理念。然而，我们对奢华的定义并不是拥有更多的数量，而是重视质量。而我们所谈论的质量即是有机、可再生、可回收、健康和美观。我们认为，这是一种永恒的设计理念。

我们以紧跟环保型室内产品和建材日新月异的发展潮流为目标。这一进程中有尝试与失误，每周参加讲座和样板间开放日，浏览网页博客和阅读书刊杂志，和环保人士、供货商和客户及时交流信息，参加会议和有关环保生活贸易展销会。在过去的两年里，我在这些活动中见到越来越多的设计师、建筑师和建筑商，因为他们对这种绿色商业形式非常感兴趣。在玛丽·科达罗（Mary Cordaro）近期所作的一个关于环保生活的讲座上，我的一个同事问玛丽如何获得倡导绿色的所有信息；她还问道：“难道没有这方面的书吗？”我和玛丽相视一笑，同时陷入思考：要是那样简单就好了。于是我们认定编写这样一本书的时机到了。

为什么要绿色

设计项目中的环境与健康问题

几年前，莱昂纳多·迪卡普里奥（Leonardo DiCaprio）和卡梅伦·迪亚斯（Cameron Diaz）开始联袂主演影片。戈尔（Al Gore，前美国副总统）拍摄了一部关于全球变暖的纪录片，之后其他所有的制造商也开倡导生产环保产品。绿色运动已经开始了！对吗？不！事实上这场运动在30年前就已经开始，并经过一段时

间后成为主流推动力。如果你和我一样，上世纪 70 年代还是孩子，你也许会记得邻居架起太阳能电池板加热洗澡水的情景。如果你上的是公立学校（那时我们中的大多数孩子都会上公立学校），那你一定听过伍德兹·奥尔（Woodsy Owl）的歌谣中这样唱到“give a hoot, don't pollute”。我也还记得欧佩克石油危机时，加油站前那长长的加油队伍。在那之后，人们开始把费油的大型车换成了省油的小轿车。人们开始关心能源，关心地球，关心身边的彼此；选择小一点的房子，少买一些物品，离开房间时随手关灯，“不要开着冰箱门左挑右选”；吃的大多数食物是 100 英里内的本地产品，这样的食品不加入添加剂、类固醇、化学制品、防腐剂……谁知道还有什么。除此之外，你可以在全国随意搭便车而不必担心自己的人身安全，因为整个美国，即便是在大城市，都更能感觉到邻里之情。这种环境保护意识和社区意识无处不在。这一运动虽然不能称之为“绿色”，却也是人们对自身以外事物的朴素责任意识的体现。

但是随着 80 年代的到来，我们的生活条件不再捉襟见肘，所以每个人都开始消费（食物、产品、资源、能源），不再去考虑什么节约和环保。一小部分自然环境保护者仍然高举保护地球母亲的旗帜，但更多的人忘乎所以，不但不加理会，甚至还规劝这些环境保护者要放下束缚，享受生活。电影《华尔街》中的反面角色戈登·盖克（Gordon Gecko）和商业大亨唐纳德·特朗普（Donald Trump）就大肆宣扬贪婪理论，他们的声音远远大于环保人士，以至于人们会更买他们的账。我们不再有社区意识，当我们不再需要去公共娱乐室、公园和游泳池时，我们也就丧失了

公共意识。房子也大得足够放下自己需要的所有东西。当然，我们也会需要更多东西来填满大房子和庭院，所以我们生产的东西越来越多而用处却越来越小。什么都是一次性的，并且购买新的比维修还要便宜。几年前，我把一个比较贵的照相机拿去维修，维修人员却直接告诉我把旧的扔掉再买个新的，因为这样更划算。我对这样的答复感到吃惊，甚至有点厌恶。即使那是对我最实用的方法，但我却知道一无所有和从不浪费在我看来还有用的东西之间的区别。

这场消费狂潮一直持续到 2008 年秋天。没有开垦的资源在地球上已很少见，工厂也不再关注生产造成的污染；数以亿计的廉价有毒产品被运往世界各地，这些商品包装极度豪华，丝毫不考虑商品使用寿命结束后的处理。这种行为直接让地球和人类伤不起了。

现在就行动起来参与环保吧。当你生病感到筋疲力尽的时候，回归健康和节制就非常必要。人人都听说过环保，也有数百万人开始尝试以检验对他们是否奏效。当我欢迎你全心全意投入到环保事业中来的时候，切记不可走极端。我对刚入行新人的建议是，不要指望在你第一个项目中就可以学到所有东西。许多设计师和建筑师长期以来都采用某种固定的方式工作，对于他们来说，一开始就做出改变几乎不太可能。如此铺天盖地的信息无法一次性消化吸收。想一夜之间就完全做到环保，就好比幻想在去健身房的第二天就练就健美运动员的体格。记着，没有哪个设计方案（或任何建筑结构）是 100% 环保的，即使是我自己的设计。尝试把学到的东西运用到下一个项目中，然后在后续的项目中不断提高。

最重要的是要明白实践是很关键的。除了读这本书和相关参考书目之外，必须参加一些绿色建筑方面的研讨会，与一些有经验的承包人和贸易商合作，在学习与实践训练中训练自己的团队。当学到更多关于这方面的知识后，形成自己新的环保设计风格就是不断重复的问题了。过了这个阶段后，这种风格就会成为你的第二天性。

制造商和经销商可以提供成千上万的环保产品，为设计的起步提供了众多便利。最近，环保产品的生产已成为这项销量额已破数千亿的产业的一部分，并且以每年两位数的速度增长。每当购买这些产品时，你就是在用美元投票。没有提供环保产品的供货商也会被迫重新评估所售产品和其市场策略，只有这样他们才不会错失大批支持环保的顾客群体。这样一来就在很大程度上降低了环保产品的价格。如果我告诉你这类产品和那种来自中国的大规模生产的产品一样便宜（那些产品很少或根本不考虑选材和生产过程中对地球和人类健康造成的影响），那我肯定是在说谎。然而，随着对环保产品需求的增长，价格也一定会继续降低。所以如果要买，就选择环保产品。我总是盼望在不久的将来我们将不必再刻意解释“绿色环保”。生产商品时考虑对环境 and 人类健康的影响将成为惯例。

何为“绿色”

“绿色”，即环保，是一个术语，用以描述极少或不会对环境 and 人类健康产生不利影响的产品与实践。从这一角度来说，大多数人都知道循环利用，但从开采后生产、运输、包装、使用到最后处理的角度来说，人们却没有意识到他们使用的商品其实对

环境产生了影响。环保公司试图寻找到使用对开采地影响最小的可再生资源生产的产品。这些产品的生产过程都会给予格外注意，不会在生产中添加对人体和环境有害的有毒成分，比如那些被倒入河流或废物填埋场的化学添加剂。在产品构成中使用可循环材料也会给予充分考虑。运输方式和距离也要尽量不对环境产生危害。产品包装选用环保材料，在运送至消费者时，使用尽可能少的产品保护材料。制造绿色产品时也应考虑产品使用寿命结束后的问题，生产厂家应提供说明，指导消费者理解适当处理的方式、原因和地点。另一方面，环保公司还要考虑如何面对成功。员工待遇如何？利润如何分配？如何保证支持公司的社区整体和消费者的利益？

传统产品或公司关注的是在实现利润的目标基础上提供安全产品。环保公司和产品拥有相同的意图，但同时要考虑产品对地球和人类健康幸福带来的影响。环保产品和制造商的目标是：通过谨慎对待自然资源和产生较少有毒废弃物达到维护和保护空气、水资源、土壤、野生动物、河流和食品供应的目的。食物均采用自然保鲜，同时也尽量减少生产过程中毒素和废料。他们也在通过返还部分所得利润，以使有需要的团体和人群积极提高人类生活水平。

室内清单

当今设计师面临的最大的可持续性发展的挑战就是，如何了解所选用的产品对能源利用、环境和人类健康的真实影响。可以理解，当人们决定购买某件产品时，所做的首要事情之一就是查

看商品材质和回收的难易程度。但很少会有人停下来想想产品的制造过程、运输或安装。例如，几年前我出席了唐希雅（Donghia）公司关于波拉克（Pollack）面料的讲座。在报告中，他们介绍了几种全新的环保材料。波拉克方面的销售代表讲到了他们产品中使用的可循环材料，以及他们工厂的环保责任心，却不认为面料需从瑞士进口是个问题。当我提出这一点的时候，得到的答复是：

“那么，环保总得从某个地方开始吧？”

我同意他的说法，但是到底从哪儿开始呢？并且我们又该如何衡量某样东西环保或不环保的程度呢？选择美观、合适且环保的物品已经足够复杂了。如果给这一选择多加一层——物品足够环保吗——则会让设计过程更加困难。幸运的是，随着环保运动日益成为主流和越来越多的行业加入进来，上述困难容易解决了。现在我们都可以在产品和项目上找到生态标签和环保评级。这些标签帮助我们判断产品的特性：是否含有可循环使用材料，制造商是否有效使用资源和能源，产品在使用寿命中会产生多少污染，健康问题，水资源保护，是否可以增加 LEED（Leadership in Energy and Environmental Design，能源与环境设计评估体系）评定体系评分，以及更多的环保认证资格。你最近也许注意到一些家电设备上的“Energy Star”认证标志和水管装置上的节水标签（Water Sense）。符合 LEED 标准的建筑物也雨后春笋般的出现在各地——我确信你一定听说过或见过。后面我会附上术语表，以帮助你辨认这些标签和评级系统对你和你的项目有何意义。

在我的公司，新项目开始时要确定两种清单：客户 / 财产清单和产品清单。任何一名优秀设计师都应该通过面谈，全面了解

客户显性要求（客户想要什么，需要什么），然后需要深入了解有关他们个人健康和项目环保等方面的隐性要求。改造和新建是由多方面因素造成的：客户也许需要更多可用空间，客户现在所处的空间内也许有过时或破旧的家具和材料，类似过敏或哮喘等健康问题也在下决定的时候起作用。

下面是有关客户 / 财产问题的清单，帮助我们决定如何以最好的环保健康方式的设计满足客户需要，使他们可以在新环境中舒适地生活。

客户室内清单

客户健康

- 客户是否出现咳嗽、打喷嚏、慢性疲劳、哮喘、经常性头痛、头晕或其他不明症状？
- 长时间待在室内，症状是否会加重？
- 症状是否在离开家一段时间后消失，回到家后又复发？
- 客户是否感觉到任何霉菌？潮湿？霉味或霉病？室内植物是否长有霉菌？

原因

- 客户为什么决定开始这个方案？
- 他们为什么会选择绿色室内设计公司？是出于环保原因还是健康原因？
- 客户打算在这一新设计的空间内生活多久？

大小

- 客户需要多大使用空间？是否真的有必要？