

设计
无处不在

国际设计
新风尚系列丛书

*Jewellery
Shop Design*

珠宝专卖店 设计

众为国际 编

Established 1972



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS





国际设计
新风尚系列丛书

*Jewellery
Shop Design*

珠宝专卖店 设计

众为国际 编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书主要介绍全球最新的独特奢华的珠宝专卖店室内设计和珠宝陈列活动设计作品。设计师利用它们的想法和灵感创造出了极具吸引力的设计作品,同时珠宝以及珠宝品牌的特点也被充分地展现出来。对于设计师和学习设计的读者来说,本书是一本很具价值的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

珠宝专卖店设计 / 众为国际编. —北京: 机械工业出版社, 2013.8

(国际设计新风尚系列丛书)

ISBN 978-7-111-42900-5

I. ①珠… II. ①众… III. ①首饰—专卖—商店—室内装饰设计 IV. ①TU247.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第131261号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑: 赵荣 责任编辑: 赵荣

责任印制: 乔宇 封面设计: 张静

北京画中画印刷有限公司印刷

2013年7月第1版第1次印刷

169mm×239mm·17.25印张·330千字

标准书号: ISBN 978-7-111-42900-5

定价: 69.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066 教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售一部: (010) 68326294 机工官网: <http://www.cmpbook.com>

销售二部: (010) 88379649 机工官博: <http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线: (010) 88379203 封面无防伪标均为盗版



国际设计
新风尚系列丛书

*Jewellery
Shop Design*

珠宝专卖店 设计

众为国际 编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书主要介绍全球最新的独特奢华的珠宝专卖店室内设计和珠宝陈列活动设计作品。设计师利用它们的想法和灵感创造出了极具吸引力的设计作品,同时珠宝以及珠宝品牌的特点也被充分地展现出来。对于设计师和学习设计的读者来说,本书是一本很具价值的参考读物。

图书在版编目 (CIP) 数据

珠宝专卖店设计 / 众为国际编. —北京: 机械工业出版社, 2013.8

(国际设计新风尚系列丛书)

ISBN 978-7-111-42900-5

I. ①珠… II. ①众… III. ①首饰—专卖—商店—室内装饰设计 IV. ①TU247.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 131261 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 赵 荣 责任编辑: 赵 荣

责任印制: 乔 宇 封面设计: 张 静

北京画中画印刷有限公司印刷

2013 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

169mm × 239mm · 17.25 印张 · 330 千字

标准书号: ISBN 978-7-111-42900-5

定价: 69.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066 教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售一部: (010) 68326294 机工官网: <http://www.cmpbook.com>

销售二部: (010) 88379649 机工官博: <http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线: (010) 88379203 封面无防伪标均为盗版



前言

在我们日常生活中，几乎处处都有设计的身影存在。我们工作的办公室、生活居住的宅院、休闲娱乐的商场、出行乘坐的交通工具、身上穿戴的服装首饰……可以说设计在我们身边抬头可见、触手可及。正是设计的存在改变着我们的生活方式，提升着我们的审美以及视觉享受，真所谓——设计无处不在。

中国设计近些年从各个方面取得了很大的进步，在国际上的地位和影响力不断得到提升，与国际间的交流也越来越频繁、越来越密切。设计本身就是一种语言，是没有国界的，好的设计就应该被一起分享、彼此欣赏、共同成长。

我们本着交流分享的心态收录了来自中国、英国、美国、意大利、西班牙、新加坡、日本等国家和中国香港、中国台湾等地区的知名设计师工作室的优秀作品。他们以不同的风格、不同的文化、不同的理念，诠释共同的主题——设计。

我们衷心地希望这一系列丛书的出版能给广大设计师朋友们带来帮助和参考，为中国设计事业的发展尽一点微薄之力。

编者

目录/Content

- 003 前言
- 006 Kwiat 纽约钻石珠宝专卖店
- 012 中国手工艺品杭州店
- 020 Wynn Jewelry 珠宝
- 024 伦敦施华洛世奇店
- 028 意大利珠宝品牌 Nomination 专卖店
- 032 Samuel Kung 珠宝店
- 038 Tanishq 珠宝专卖店
- 044 Anna Hu—Haute Joaillerie 珠宝店
- 050 Justgold 珠宝店
- 056 Glockenturm Taschkent/Belfry Tashkent 珠宝店
- 062 MAUBOUSSIN U.S. 珠宝旗舰店
- 068 LINNEYS JEWELLERS 珠宝店
- 076 意大利 Comete Gioielli 珠宝品牌旗舰店
- 084 James Alfredson 珠宝店
- 090 Autore Pearls 悉尼店
- 094 OhmyGOD 珠宝店
- 102 Bafna Jewllwers 珠宝店
- 110 施华洛世奇旗舰店
- 116 ROX 珠宝首饰专卖店
- 122 施华洛世奇 Geary 大街旗舰店
- 126 布朗托马斯珠宝专卖店
- 128 Christian Koban shop & showroom 专卖店
- 136 FARAONE 珠宝专卖店
- 140 施华洛世奇银座店

-
-
- 146 Vacheron Constantin Mansion 专卖店
- 154 CORE JEWELS 珠宝店
- 160 Ultra Diamonds 珠宝店
- 166 Helga Verlinden 珠宝店
- 172 MJ 珠宝店
- 176 Shane Dance Jeweller 珠宝店
- 184 斯洛文尼亚 Zlatarna Celje 珠宝概念店
- 188 Jeweler Kameleon 珠宝店
- 194 ISE 珠宝店
- 200 Selfridges 伦敦珠宝店
- 206 Shamwari 珠宝旗舰店
- 210 Shimansky 珠宝 Four Seasons 店
- 216 Shimansky 珠宝威尼斯人店
- 222 伦敦 Kabiri 珠宝旗舰店
- 226 Georgini 珠宝专卖店
- 232 Lara Bohinc 珠宝店
- 238 Mikimoto 珠宝店
- 244 巴黎 Podium 珠宝店
- 250 Berani 珠宝旗舰店
- 256 Reem Acra 旗舰店
- 260 周生生珠宝店
- 266 DEMARIA 大阪店
- 272 Triwa Pop-up Watch Store 珠宝店
- 276 后记



Kwiat 纽约钻石珠宝专卖店

此项设计的难点在于，要在原来遗留的四个结构柱、壁柱和夹层楼面上的一个巨大横梁周围施工。并且，要在一个有限的空间里设计一个关键集中销售区和通往一层、员工休息室和夹层楼面的通道。

我们的目标是设计出最大化的透明效果，位于中心位置的通往楼上夹层的楼梯能够增强室内宽敞的效果。这个开放的楼梯所起到的作用是内部装修的中心焦点，它在私人功能和公众销售方面起到了连接作用。

从街道进入店内，我们试图营造一种古典氛围。比如给一幅画加上边框，试图使整个环境为人们营造和增强一种在内部空间的体验。

我们的总体设计目标是，用所展示珠宝和宝石的晶莹剔透来引起人们的注意，并且要传达 Kwiat 所有方面的商品信息。无论是从室外还是室内看，这一设计应该表现一种准确无误的奢华和珠光宝气的世界。正如精巧的切割和耀眼明亮的刻面展现了钻石的魅力，Kwiat 旗舰店的设计形式、色彩、面料和纹理富有魅力地、毫不含糊地向麦乐迪大街上的行人展示自己。

设计公司：Barteluce Architects & Associates

设计师：Barteluce Architects & Associates

楼层数：1

面积：185.8m²

摄影师：Richard Caden









CHINESE 中藝 (香港) ARTS & CRAFT

中国手工艺品杭州店

中国手工艺品杭州店是由中国华润零售（集团）有限公司在国内建成的最新的旗舰店。它能提供一系列精品古董和一批新颖的珠宝饰品，所有这些都增强了复兴中国艺术的理念。

我们所采用的室内设计策略是，通过一种精妙的方式综合当前中国的美学元素来设计品牌标识。购物区是一个大的“木制珍藏盒子”，包括不同类型的品牌礼品。不同大小的框架、格栅、盒子构成了店面，并且迎合了不同的展示需要，与室内产生了视觉连接。

棕色的地面和天花板，同时还有木制的镶面墙，墙上有打着灯光的不同大小的嵌壁式的展示格用来展示精美的商品。

为了衬托室内场所的方形结构，我们采用了沿直线安排两个关键区的展示和照明系统。用中国书法指示的两个关键区都被制作成了2D和3D的展示方式。这个带有中国特色的零售空间从美学和功能两个层面来展示。

设计公司：PANORAMA

设计师：Horace Pan, Alan Tse

楼层数：1

面积：300m²

摄影师：Ng Siu Fun



