

# COLLECTIONS OF CHINESE INTERIOR DESIGN

## 中国室内设计集成·商业空间

《中国建筑装饰装修》杂志编



# COLLECTIONS OF CHINESE INTERIOR DESIGN

## 中国室内设计集成·商业空间

《中国建筑装饰装修》杂志编



## 图书在版编目(CIP)数据

中国室内设计集成·商业空间/《中国建筑装饰装修》杂志编.  
—天津: 天津大学出版社, 2009.5  
ISBN 978-7-5618-2977-6

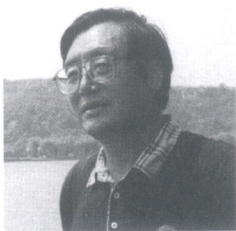
I.中… II.中… III.商业—服务建筑—室内设计—  
作品集—中国—现代 IV.TU238

中国版本图书馆CIP数据核字(2009) 第061552号

## 丛书编辑人员名单:

主 办: 中国建筑装饰协会  
主 编: 《中国建筑装饰装修》杂志  
顾 问: 叶如棠 杨慎 郑一军 宋春华 周干峙 张恩树 马挺贵 许熔烈  
总 编 辑: 徐朋  
副总编辑: 房箴  
编 辑: 米姝玮 任丽娟 张静 付玉花 岳俊  
英文编辑: 任丽娟 张静  
流程编辑: 郝凤兰  
美术编辑: 苏小洪  
责任编辑: 油俊伟

出版发行 天津大学出版社  
出 版 人 杨欢  
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  
网 址 www.tjup.com  
印 刷 天津市豪迈印务有限公司  
经 销 全国各地新华书店  
开 本 230mm×300mm  
印 张 15  
字 数 180千  
版 次 2009年5月第1版  
印 次 2009年5月第1次  
定 价 570.00元(共三册)



## 前言

1904年,美国爱莉丝·华芙女士开风气之先,将室内装饰(interior decoration)当成一项专业工作,开启了一个全新的领域。同年帕森思设计学校(Parsons School of Design)的前身、纽约应用及美术学校(The New York School of Applied and Fine Arts)首开室内装饰课程,使室内设计正式进入美术殿堂。中国引入室内设计的概念是从第二次世界大战后。新中国的成立,为室内设计的发展提供了前所未有的机遇,尤其是十大建筑的设计完成,见证了中国室内设计从无到有、由浅入深的历史进程。

随着社会的进步和经济的发展,中国室内设计得到了迅速的发展,并进入了创新阶段。近几年中国的现代室内设计在中国改革开放的大好形势下,适应城乡公共建筑和住宅建筑大规模兴建的需要,迅速成长起来,取得了飞跃发展,度过了模仿东方传统室内设计和西方现代室内设计的时期,逐步走上了创新之路。这从近几年建成的工程及各类展览、评奖的作品中可以看出。一方面,很多作品科技含量比较高,使用新材料,采用新工艺,创造了室内新的界面造型和空间形态,达到较佳的声、光、色、质的匹配和较佳的线、面空间组合及空间形态,给人耳目一新的感受和鲜明的时代感。另一方面,从一些作品可以看出设计师对传统文化和现代文化融合进行了较为深入的研究,通过艺术语言综合、重构,使简练的室内界面及空间形态蕴涵较深厚的文化神韵和意境。

为了集中展示中国室内设计近年来的优秀案例,展现中国室内设计作品中所体现的新思想、新理念、新技术、新方式,由中国建筑装饰协会、《中国建筑装饰装修》杂志、天津大学出版社联合出版《中国室内设计集成》系列丛书。此套丛书分为以商业空间、文化体育空间和休闲娱乐空间等九个系列,对不同空间类型的室内设计最新潮流和先进技术进行阐述。除了展示优秀作品,此套丛书还汇集了丰富而详细的资料信息,平面图、立面图、剖面图、节点图一系列技术图片的设计诠释,为更多的室内设计师提供了相互学习、相互了解、相互交流的平台。希望集众家所长的《中国室内设计集成》能够为中国广大室内设计师提供一些有益的帮助,也为室内设计行业的发展和提高起到推波助澜的积极作用。

中国建筑装饰协会常务副会长  
《中国室内设计集成》总编辑

徐 朋



## 目录

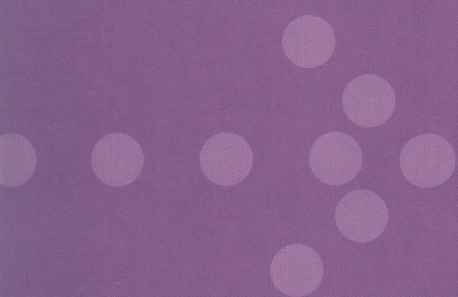
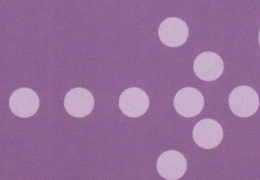
- 002 西安美美长安百货
- 010 深圳第三空间家居购物中心
- 020 深圳星河COCO PARK
- 028 北京蓝岛金隅百货
- 038 福州彼岸城售楼中心
- 042 厦门万科金域蓝湾销售处
- 048 成都销售处
- 054 深圳风临洲售楼处
- 058 广州荔湖城项目售楼处
- 066 北京旭辉·奥都售楼处
- 072 武汉赛洛城售楼处
- 078 天津檀府售楼处
- 092 深圳曦城售楼中心
- 096 深圳葵花国际公寓·销售展示中心
- 102 东莞锦绣半山销售中心
- 110 深圳中航地产售楼处
- 118 西门子北京M楼“This Is How”展示区
- 124 成都万科魅力之城销售大楼
- 134 番禺美时橱柜展厅
- 144 意大利Derhoo山东专卖店
- 148 香港DJS缀饰店
- 152 香港中艺品牌店
- 156 成都MINICOOPER展厅
- 160 北京时尚的家具概念店
- 164 中山阿贝尔厨柜展厅
- 170 西安千工木艺仿古家具店
- 174 NCR北京展厅
- 180 杭州竹海水韵材料展示厅
- 184 鹤岗丽人行
- 188 美标卫浴湘潭旗舰店
- 196 佳木斯维纳斯精品婚纱流行馆
- 202 佳木斯基业玻璃制品展厅
- 206 哈尔滨美丽新娘婚纱影楼
- 210 COTTO洁具中国总部
- 216 如果爱长沙房地产博览会展场
- 220 上海名留美容美发店
- 226 香港傲发社 (ID.hair)湖南长沙解放东路店
- 230 北京妆佳丽人发型设计中心





商业空间

Commercial Space





# 西安美美长安百货

## MAISON MODE, Xi'an

项目名称: 西安美美长安百货

项目地址: 西安市南关正街88号

建筑面积: 22 800 m<sup>2</sup>

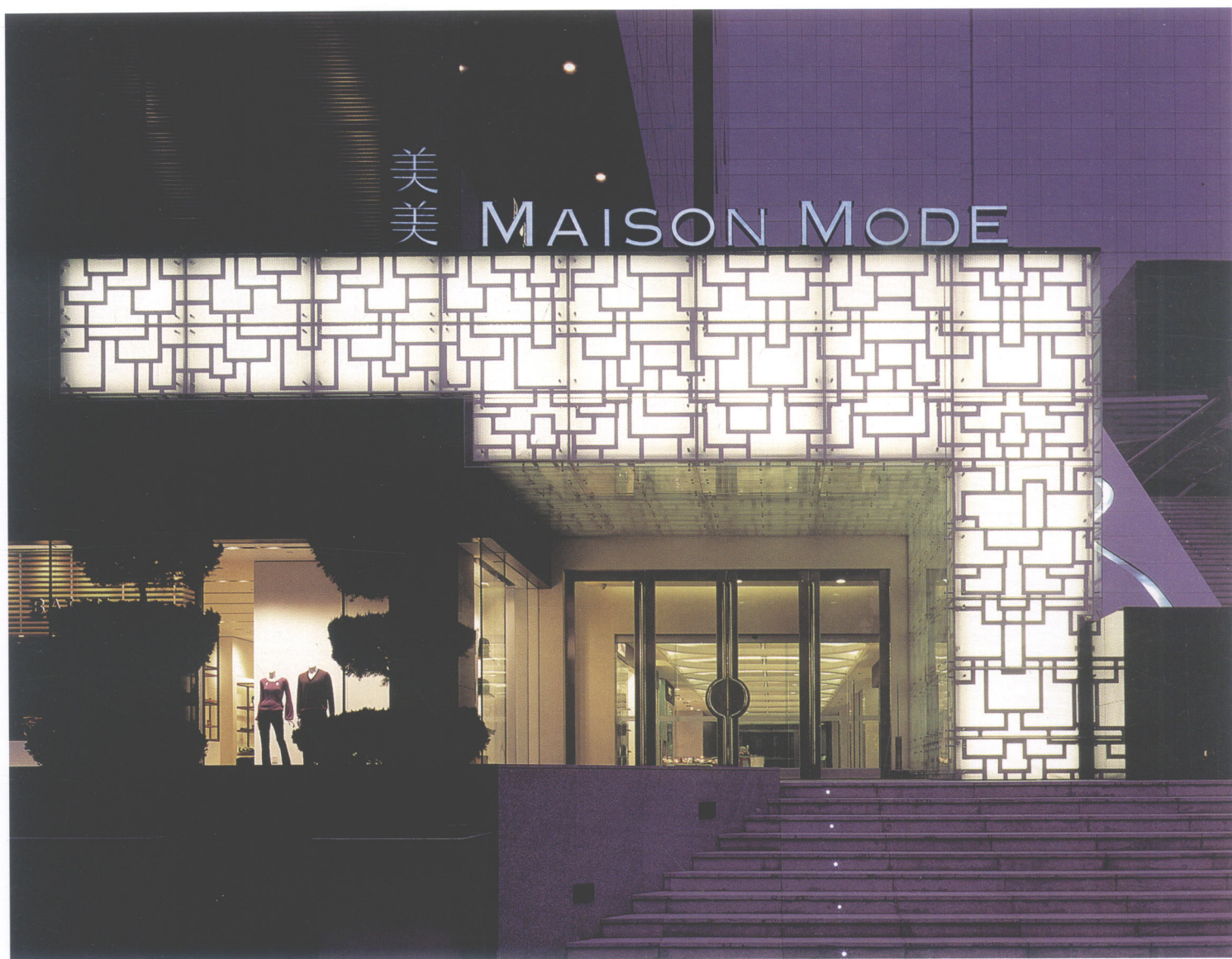
本案设计的初衷从“简约却又人性化”的设计入手,注重材质的亲切感和色彩的协调,抽象并提炼文化元素,使顾客能够在购物的平和中感受设计的用心,从空间中感受内敛。

抽象的铠甲: 商场东南西北方向共8个入口,隐喻客自八方来,财由八方聚,其中又以东面广场入口为主。东入口采用香槟银铝板冲孔

“铠甲”造型(PPG水晶玻璃)图案外罩灯箱。“铠甲”令商场与城墙遥相呼应,使商场融于整个周边氛围。“铠甲”造型下4m的不锈钢PPG水晶玻璃大门,撑起了入口空间,在淡定威严中显示一种贵气。

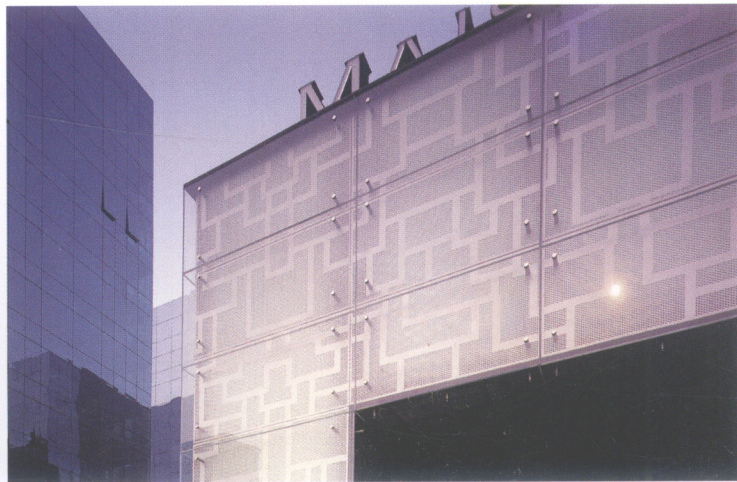






|   |     |
|---|-----|
|   | 2   |
| 1 | 3 4 |

- 1 商场外立面夜景
- 2 东入口正面
- 3 商场外立面
- 4 黄昏中的铠甲门头



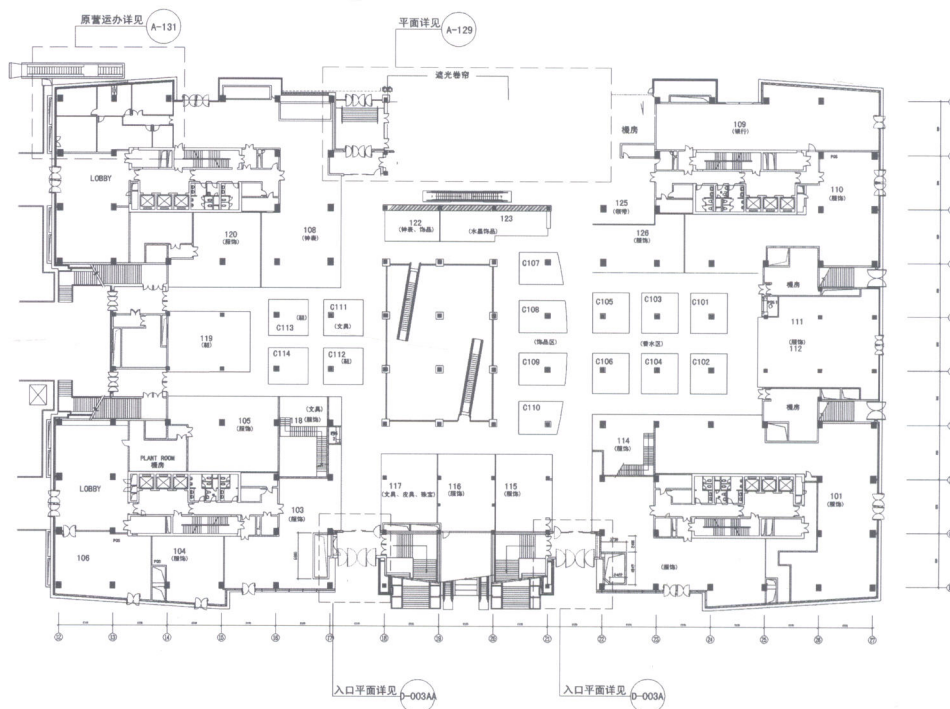




钱币与涟漪: 进入商场, 尽收眼底的是左右两侧各一串直径达5.4m的环形发光灯槽, 环环相扣。灵感来自于平静的水面投入一枚钱币, 使水面荡起一圈圈的涟漪, 它激活了整个商场气氛。

|   |   |
|---|---|
| 1 | 3 |
| 2 | 4 |

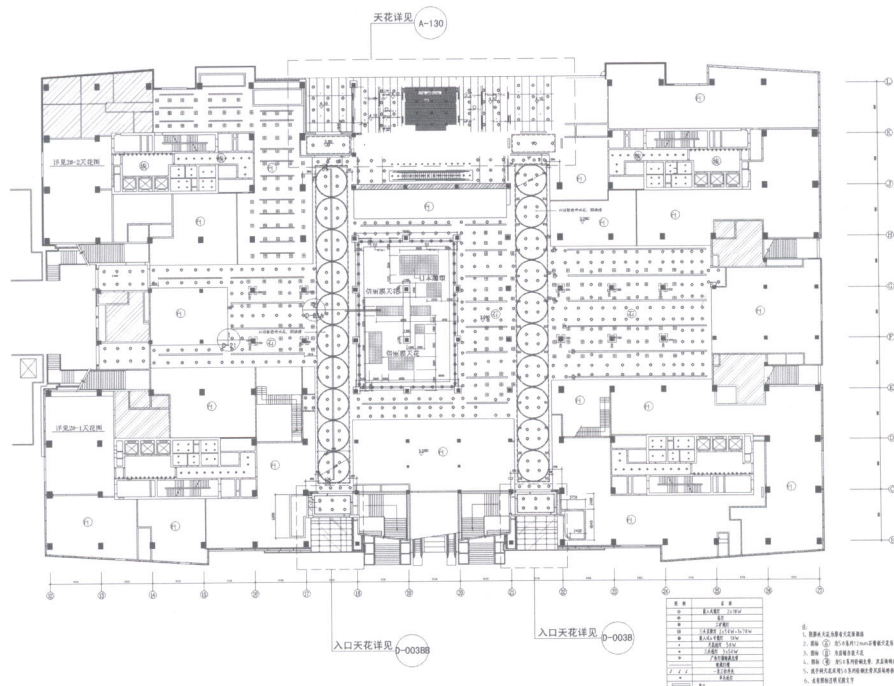
- 1 收银台
- 2 一层平面图
- 3 品牌店
- 4 从走廊看鞋区





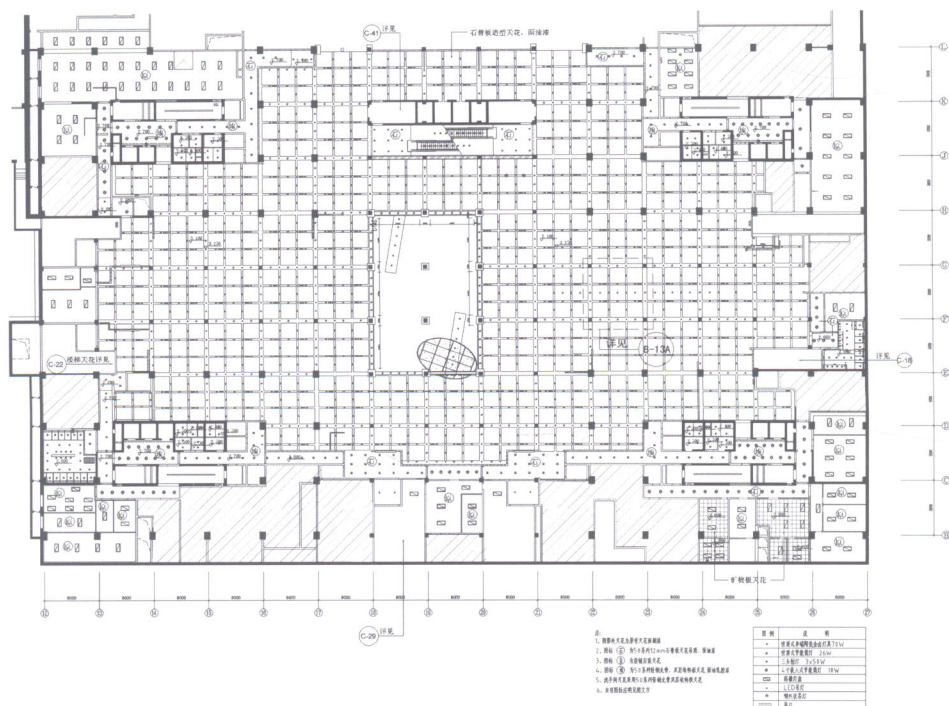






|   |   |   |
|---|---|---|
| 1 | 3 | 4 |
| 2 | 5 |   |

1 一层天花布置图  
2 地下一层天花总平面图  
3 水滴雕塑细部  
4-5 滴水透光中庭



发光体与“水”的主题：商场中央的中庭就像一个透光的室内外共享的庭院，又似一个发光盒。这里的天花采用了全透光软膜材质。透光软膜的好处在于使天花的龙骨变小，使中庭天花看起来是一整个发光体，而非简单的叠加。在天花上吊挂“水滴”数组雕塑金属，各数组处于不同的高度，错落却有致，雕塑挂片在灯光的衬托下犹如散落的水珠，滴聚在中庭这个偌大的水池之中，很自然地隐喻了“水”的主题。庭中央示意凯旋的门拱造型，是利用建筑本身已有的两根结构柱，用钢结构加固增大成型，其面贴白金箔水晶马赛克，在地面灯光的照射下，银光闪闪。白色人造石和大面积的PPG超白漆玻璃相呼应，使整个中庭简洁、明亮；再加上中庭东北角上一个用超白酸蚀玻璃制成的晶莹剔透的Martini水晶吧，使整个空间立即展现出生动活泼的一面。

在中庭的东侧是一层通往地下一层的梯间通道，依然沿用了“铠甲”纹理的拼花玻璃马赛克，同地下一层大面积的铠甲铝板造型天花及Citylife生活馆的铠甲铝板天花一脉相承，点化出甲冑成型的壮观数组及气势。一座古老的城市，一种内敛的时尚，奢侈商品在文化与历史的映衬中才更加体现价值。

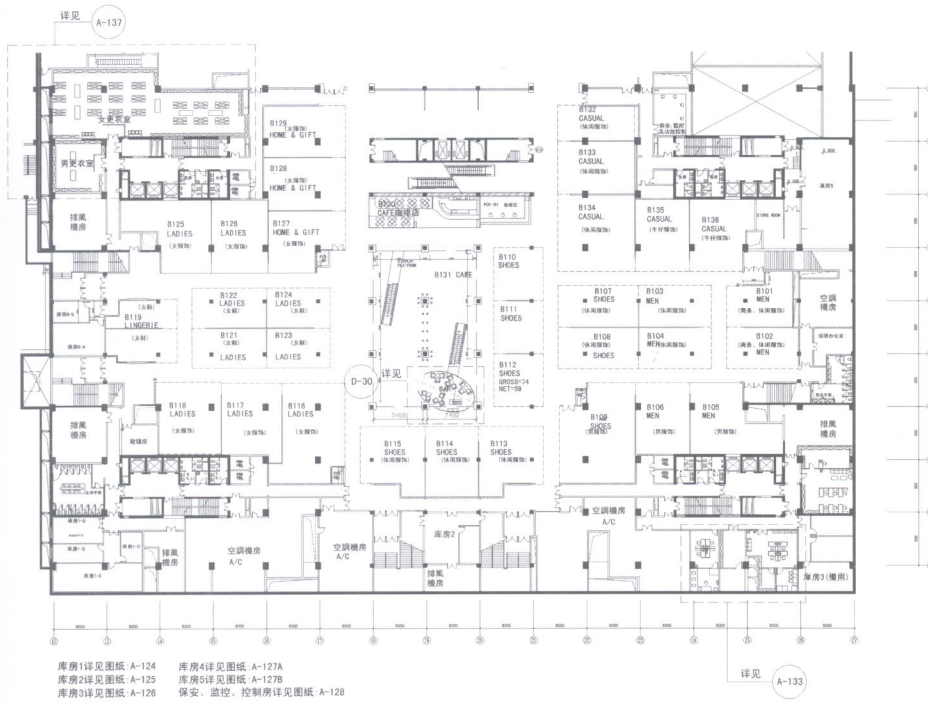












曹成  
高级工程师  
国家一级项目经理  
环境艺术设计师



# 深圳第三空间家居购物中心

## The Third Space Furniture Shopping Center, Shenzhen

项目名称: 深圳第三空间家居购物中心

项目地点: 深圳市

建筑面积: 30 000 m<sup>2</sup>

第三空间位于深圳市中心彩田商业区, 是国内唯一的一站式奢华家居主题购物中心, 以经营全球顶级品牌的厨卫家居用品为主。它不仅仅是一个家居休闲购物中心, 还带来了人们全新的“第三空间”生活创意理念。

作为全国第一个3万m<sup>2</sup>的创意主题家居购物中心, 设计师在本案中持续表达了“以人为本”的设计宗旨。整个商场的设计着重表达简约、现代的理念。场内以黑、白、灰为主色调, VI的绿色穿梭跳动, 风格硬朗前卫。特殊的“回”字造型设计元素随处可见, 使整个空间流畅而时尚。别出心裁的时光隧道采用不同灯光效果营造出整个商场的文化氛围。地面的LED指引灯带、气势恢弘的中庭天顶的巨幅投影以及现代高科技多媒体技术的应用, 让整个购物环境更具时尚气质。简约但不失个性的设计使商场成为商家展示产品的亮丽舞台, 留给人们对体验式空间更多的遐想。

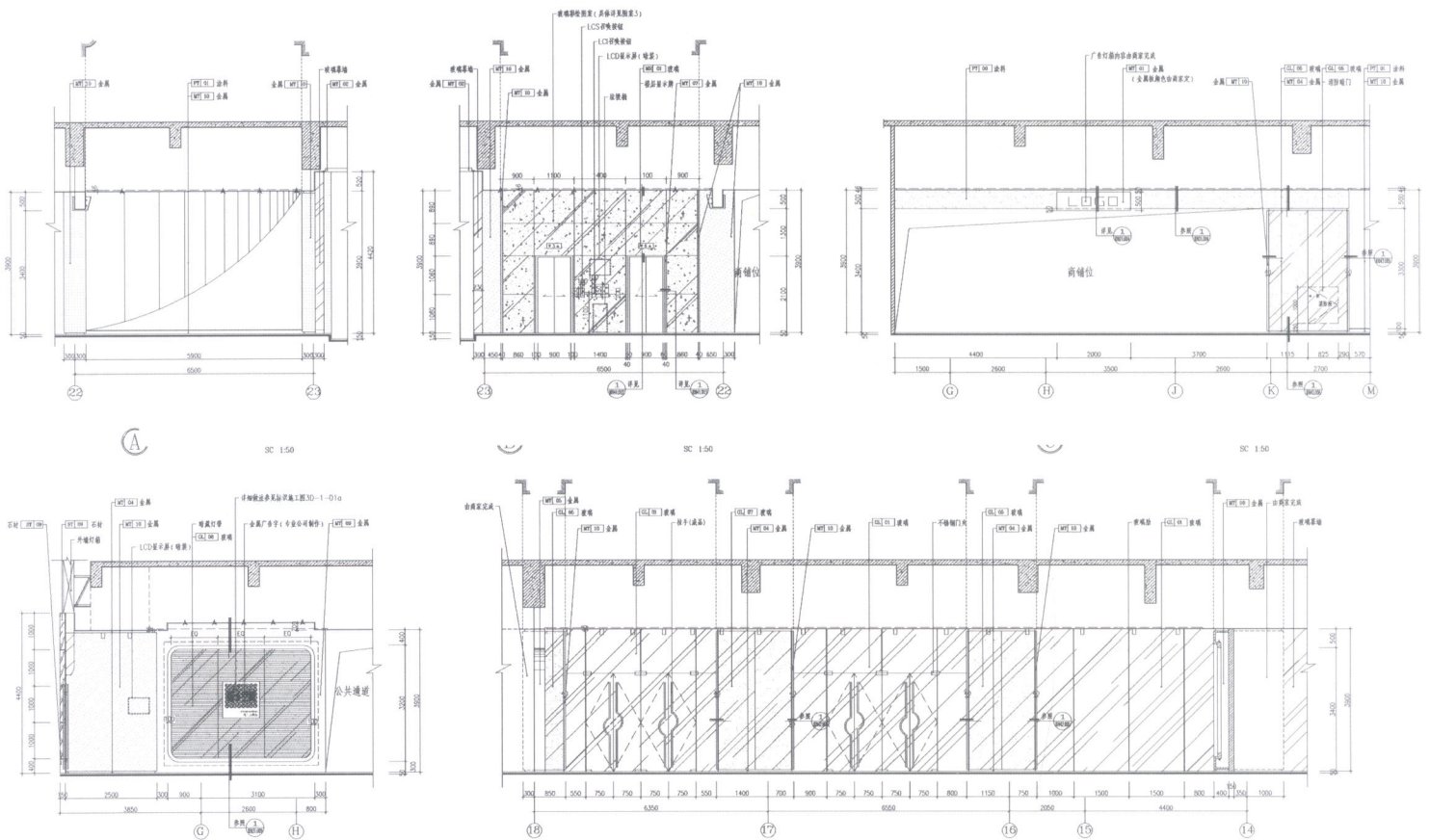
第三空间特设设计书吧, 方便顾客随时了解国际设计动态。一楼和四楼分别设置了咖啡馆和概念西餐厅, 让购物变成了休闲。

商场内配置的绿化及艺术品给人以独特的视觉享受, 休息座椅人性化的设计显现着商家的贴心服务。生活的创意由商家展示, 第三空间的理念由顾客体验。室内外空间的融合、购物和娱乐、天然与人工之间的均衡, 创造了集亲切感、新鲜感、舒适感和期待感于一体的综合购物广场。

现代时尚、尊贵高雅的气质, 使第三空间开业以来已成为家居世界的T台, 策动了深圳居住文化新潮流。







|   |   |
|---|---|
| 1 | 2 |
| 3 | 4 |

- 1 造型独特的外观入口
- 2 入口立面图
- 3 总服务台
- 4 入口门厅服务台







|   |   |   |
|---|---|---|
| 1 | 2 |   |
| 3 |   | 5 |
|   | 4 |   |

- 1 生活的创意由商家展示, 第三空间的理由顾客体验
- 2 购物区
- 3 别出心裁的时光隧道
- 4 蜂窝形的软膜天花
- 5 黑、白、灰的主色调

