

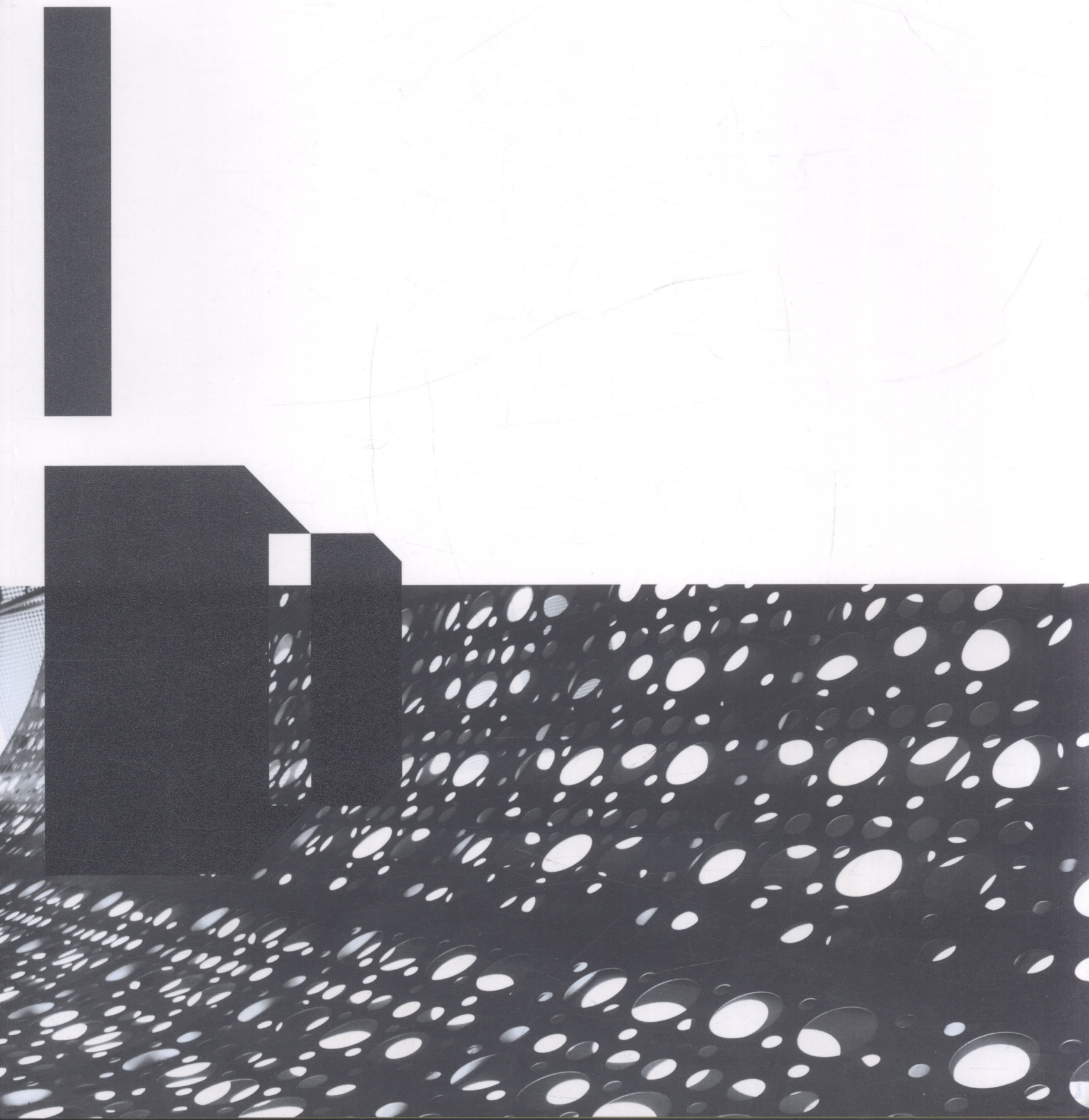
室内设计师

INTERIOR DESIGNER

China Architecture & Building Press

中国建筑工业出版社

Vol. 15 2009.2 .February



16th CHINA INTERNATIONAL BUILDING DECORATIONS & BUILDING MATERIALS EXPO.

2009年移师新国展 展位规模创新高

第十六届中国(北京)国际 建筑装饰及材料博览会

时间: 2009年3月4-7日
地点: 北京·中国国际展览中心新馆

Dates: Mar.4th-7th, 2009
Venue: China International Exhibition
Center (New Venue), Beijing

规模增至 • 80000平方米
展位增至 • 5000个
预计观众 • 100000人次

主办单位
中国国际贸易促进委员会
中国建筑装饰协会
中国国际展览中心集团公司
承办单位
北京中装华港建筑科技展览有限公司
筹展联络
北京中装华港建筑科技展览有限公司
电话: 010-84600901/0906/0903
传真: 010-84600910
Http: www.build-decor.com
广州办事处
电话: 020-34318225
传真: 020-34318227





赢， 就要一手好牌！

精 英 设 计 文 化 的 倡 导 媒 体

《现代装饰》专业版，全年12期384元现订阅优惠价360元（含挂号费）

《现代装饰》立足深沪港、面向海内外。20多年来为建筑、室内设计师及相关行业的决策层及高管人士提供丰富的设计理念和精辟的案例剖析。作为“精英设计文化的倡导媒体”的《现代装饰》在介绍分析国际空间设计潮流、推介一流精品的同时，又强调精英设计文化推介，并用个性化语言向读者传递当代精英设计的设计理念，为社会选择高端设计服务提供了极佳的参考。

邮发代号46-196 国内统一刊号CN44-1031/TS 国际统一刊号ISSN1003-9007

人 文 家 居 • 互 动 空 间

《现代装饰·家居》，全年12期384元现订阅优惠价300元（含挂号费）

《现代装饰·家居》秉承负有专业态度，深度解读前沿家装设计，强调设计与生活的结合，主张设计、时尚、与生活品味并重。

邮发代号46-366 国内统一刊号CN44-1031/TS 国际统一刊号ISSN1003-9007

订
阅
方
式

邮局汇款：汇款地址：深圳福田区岗厦嘉麟豪庭A座2701

邮编：518026

收款人：深圳市现代装饰杂志社有限公司

银行汇款：汇款帐号：0152100064943 户名：深圳市现代装饰杂志社有限公司

开户行：深圳平安银行深圳中心商务支行

网上订阅：NPS网刷卡上订阅，在线填写订阅单，并通过网上银行支付。

在线订阅：<http://www.cnmd.net>

注：汇款存根、征订单请传真登记

联系电话：0755-82879576 82879420

传真：0755-82879420

联系人：李小姐 刘先生

ABBS.com 承接建筑未来

- 加入 ABBS 会员企业，全面提升品牌价值
 - 设计单位更有超值优惠
 - 广告热线：028-87336408、87336420
- QQ: 472844793, 1764506

即将呈现 敬请期待

PinFang.com

150万设计师评楼**品房**



《Domus 国际中文版》成立两周年

DOMUS CHINA 2nd ANNIVERSARY

更多信息, 请登录:

www.domuschina.com

免费订阅热线

400-610-1383

联系人: 刘先生

电话: 139 1093 3539

E-mail: liuming@opus.net.cn

免费上门订阅服务

北京: 010 6406 1553 136 0136 0427 刘贞

上海: 021 6355 2829转28

广州: 020 8732 2965转805

广告热线

电话: 010 8404 1105转153

E-mail: mwang@domuschina.com



CONTEMPORARY ARCHITECTURE INTERIORS DESIGN ART

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com



Annual of *LANDSCAPE DESIGN* of China

中国景观设计年刊
2008



《2008中国景观设计年刊》即《中国景观设计年刊》（第三辑）已正式出版！

本书收录了国内景观设计的最新作品近百个，全方位展示了国内景观设计的新理念新成就！

《中国景观设计年刊》（第四辑）正在征稿中……



「」
设计对话设计
www.pdoing.com
「」

奥黛丽·赫本

胡文杰 / 美国《室内设计》中文版首席特约摄影师、建工出版社《室内设计》签约摄影师 M486 139 1623 6532
上海渡影文化传播有限公司 Shanghai Pdoing Vision & Culture Communication Co., Ltd.
上海市延安西路11558号友力大厦3-2701 Room2701 No.3 Youli Building No.1558 Yan An Road W. Xuhui District, Shanghai, 200052 E: Pdoing@163.com T: 86 21 5254 0098 F: 86 21 5254 5098

「」渡影视觉
PDOING VISION
「」

我们同样有着设计教育的背景 / 打造一个设计对话设计的视觉平台
提供以设计为特色的空间摄影、空间影像的专业服务
我们通过影像的再创造 / 为设计理念插上视觉的翅膀 / 飞得更快更高更远

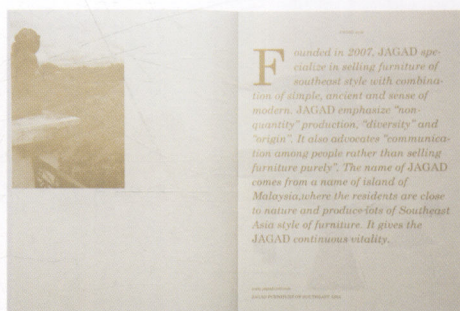


渡影视觉倾力呈现
《海派别墅样板间》 杨昌盛 编
收录国际及港台设计大师最新力作
购书热线: 139 2848 6294

陈飞波设计事务所最新项目 吉伽提东南亚家具品牌形象视觉系统

www.bobchen.cn

了解更多关于陈飞波设计事务所的信息请登陆 www.bobchen.cn 或致电 0571 85819466



JAGAD
style





2009

家居设计展

Home Fashion & Design Shanghai

3.31-4.3 | 上海新国际博览中心 W3馆

她：发布国际最新家具设计作品 她：云集全球大师顶级设计论坛 她：串联上海最活跃的创意园区 她：呈现游艇级的奢华生活方式

室内设计师
INTERIOR DESIGNER

灵感/过程/ 方法/结果

- 与其一个人独自冥思苦想
不如加入我们的大家庭
共享经验与成长

<http://www.idzoom.com>

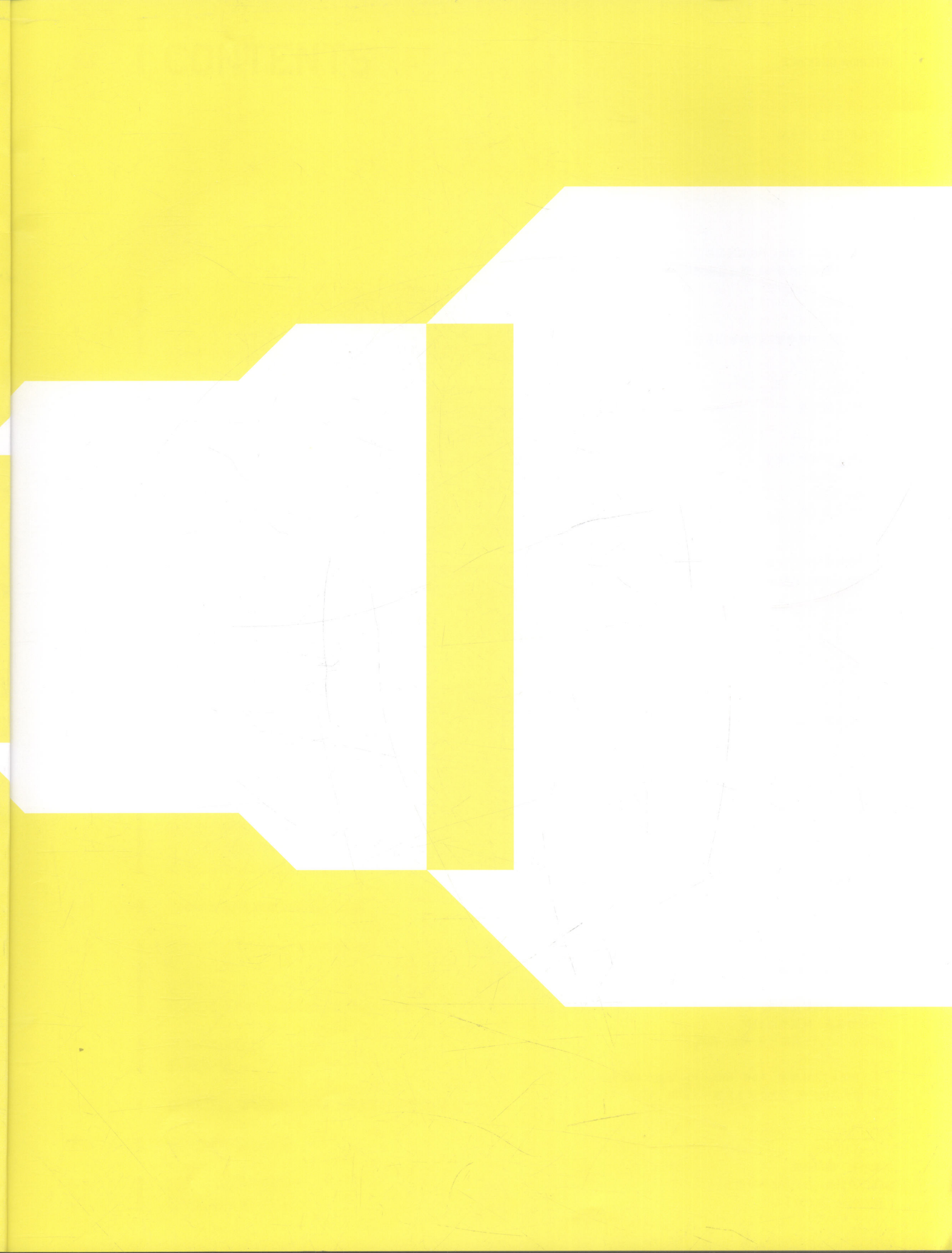
- 《室内设计师》
是室内设计师的良师益友

www.idzoom.com
是室内设计师的网络家园



● 地址 ■ 上海市制造局路130号1105室 ■
邮 编 ■ 200023 ■ 电 话 ■ 021-51586235
传 真 ■ 021-63125798 ■ 联 系 人 ■ 徐浩

● 中国建筑工业出版社 主办
逢双月5日出版
开本 230×297mm 160页
定价 30元人民币



编委会主任 崔恺
编委会副主任 胡永旭

学术顾问 周家斌

编委会委员

王明贤 王琼 王澍 叶铮 吕晶晶 刘家琨 吴长福 余平 沈立东 沈雷 汤桦 张雷
孟建民 陈耀光 郑曙阳 姜峰 赵毓玲 钱强 高超 崔华峰 登琨艳 谢江

海外编委

方海 方振宁 陆宇星 周静敏 黄晓江

主编 徐纺

艺术顾问 陈飞波

责任编辑 徐明怡 李威

责任校对 李品一

美术编辑 朱涛

特约摄影 胡文杰

广告经营许可证号 京海工商广字第0362号

协作网络 ABBS 建筑论坛 www.abbs.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

室内设计师.15/《室内设计师》编委会编.-北京:
中国建筑工业出版社,2009
ISBN 978-7-112-10665-3

I. 室… II. 室… III. 室内设计-丛刊 IV.TU238-55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 008442 号

室内设计师 15

《室内设计师》编委会 编

网址: <http://www.idzoom.com>

电子邮箱: ider.2006@yahoo.com.cn

中国建筑工业出版社出版、发行

各地新华书店、建筑书店 经销

恒美印务(广州)有限公司 制版、印刷

开本: 965 × 1270 毫米 1/16 印张: 10 字数: 400 千字

2009 年 2 月第一版 2009 年 2 月第一次印刷

定价: 30.00 元

ISBN978-7-112-10665-3

(17598)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题,可寄本社退换

(邮政编码: 100037)

I CONTENTS

VOL.

15

热点	2008, 你“山寨”了吗? 话“山寨” 被山寨了的山寨 山寨手机到山寨文化: 中华民族的悲哀	吴家骅 贾布 项立刚	4 5 6 7
解读	“猛回头”: 品读韩国设计 上海环球金融中心: 关于“天圆地方”与“太阳军刀”的争议 设计环球金融中心是一项非凡的挑战 上海柏悦酒店: 城市的距离 未来办公: 宽敞的空间 打通的生意 音乐工厂: 环球唱片加拿大分部 兑换沟通: Air miles 总部办公空间 随需应变: IBM 加拿大分公司办公空间改造	苏丹 刘莉芳 刘莉芳 陈生 陈峰	8 18 20 28 44 45 48 52
论坛	设计城记·杭州 姜湘岳: “未完成态”的中国酒店设计业	沈雷 徐明怡	56 66
对话	蝶变: 旧建筑改造再生 表达、成本与接受		68 74
实录	毕沙罗苍穹下 老建筑变身时尚地标: 淮海路 796 在鳞光中潜泳: 小型沉浸式展示空间设计 玩转小空间: Olivino 熟食店 住 在天堂 透明花园 新启航时代: 上海航盛船舶设计有限公司 田家炳创意艺术中心 东·西: 盘古七星酒店 双城记: 锦江之星北京大观园店、锦江之星苏州人民南路店		78 82 90 94 98 102 106 110 113 120
照明	从中央美院美术馆照明设计谈起		126
感悟	请放百年老建筑一条生路 设计的语言 建筑与料理 对 2008 年后城市建筑发展的思考	Zikawei 姜峰 不癡 安东	130 130 131 131
场外	王昀: 斑斓的白 王昀的一天		132 134
纪行	文化气息, 奢华氛围: 娱乐之都洛杉矶的另一面		138
链接	一种梦想 两地锦绣		146
事件	2008 中国室内设计周 巴黎家品晚宴		148 149

Shān Zhài

○ 2008，你『山寨』了吗？

如果将『山寨』这个词汇列入2008年十大热门词汇，估计没有人会提出反对意见。因此，近来我们频频听到这个词出于设计师之口，也就不奇怪了。有人『山寨』了别人，有人『惨遭山寨』；有人奉『山寨』为『民族复兴之前驱』，有人斥『山寨』为『民族沦落之悲哀』……『山寨』由现象而至文化，虽说褒贬不一，却已经越来越不容忽视。我们在本期汇聚来自不同行业、从不同角度出发、阐述不同观点的声音，希望可以提供一些理解『山寨』的新思路。

○ 话“山寨”

● 撰文 | 吴家骅

当下“山寨”已成为了热门话题。有的人一本正经地批评,以为自己在维护着什么,其实,他们维护的那个或这个的依据,都是山寨来的,如同他们的道德基础与法规制度一样。这些以卫道士面目出现的人,自己,以至他们的前辈,只怕都十分山寨。寨子大了,就以为自己到了省城、京城了,就变成绅士或正宗的玩意儿了。在我眼里,他们与那些西装革履的二鬼子、戏台上的角儿没什么两样!

明了地说:我主张山寨。说得再贴切点,我支持山寨精神。

山寨精神又可以诠释为一种心态,一种自由、自在的共产主义精神。在这个世界里,有人当国王、当总统、当行业的主席什么的,就不许别人自娱自乐地当个自己的主子了吗?造火箭与造烟火只是分工不同,何况,谁是祖宗还没说清楚呢!不要动不动就打压,让大伙高兴点儿不行么?

回过头来,我还想就设计行业的事说几句。

千万不要小看了在学习过程中抄抄、拼拼、凑凑,这是个很重要的自我教育过程。今天,那些做鬼做神的所谓名家、大师,乃至工程院院士,哪一个不是以摹写、拷贝起家的?哪一个中国的山水大家不是一步一趋从前人那里临摹出道的?哪一个政治家不是从主义的缔造者那里学舌学出来的?别忘了,我们几亿人还背过“语录”呢!我们学毛主席,奥巴马学马丁·路德·金,各有各的来路,逐步才会有自己的主张。没有哪个人,哪个行业,哪个国家是能一步登天、独创出来的。

我早就说过,人才不可多得。都是人才了,谁去“打图”、送“报建”呢?做设计的就得老实,不会做、没见过,还不会抄么?勤快点就好,都有出道的那一天。

从精神层面上讲,做设计师总希望自由点,谁也不愿被人盯着做设计活儿,打个盹儿、翻个画报、QQ一会儿,再画图没啥坏处。我最厌

烦人模狗样、装腔作势,连抄的本事都没有,就满嘴“创意”的那种人。

我曾经在一个教授评委会上,发现某个知名人士考英文只得了12分,大家都好心帮他过关,我却不然,而且愤怒!A、B、C、D打勾做选择题,你若不会,按照概率,只勾A,或B、或C、或D,你起码100分里也能拿下25分嘛。我思忖:这种人,还会耍花腔,极不老实!

其实,山寨一把也不容易,学得会、做得像,还得有人要。

再说独创问题,我以为,世上没有绝对的独创,你要么信上帝,要么信邪教。在创造论与进化论中,我们不是强调后者么?怎么能有所谓的绝对的独创呢?骗鬼才是。凡事有过程。才智是学问出来的,天份是由别人贴上去的。陈胜、吴广不信天命,只是大声问道:“宁有种乎?”劳动创造一切嘛。先学步,再跑步才行。所以,从认识论到具体工作实践,我不提倡天天干叫“创意”,大家还是从进化论出发,承前启后,稳步前行才是。

再说一下设计队伍问题。设计师要有独立人格,个性,有鲜明的趣味取向。不要被行会、奖项、职称给捆起来,不要向往媒体、头面人物的嘉许,而是要闷头追求。更不要顾忌别人说什么,评什么。做设计,说小一点,是个饭碗;说大一点,是种乐趣。设计师与那些金融大鳄、地产商、权势者是两种人,最根本的区别,是他们来得容易,我们来得难。然而,都为的是一碗面条,几件衣物,一个小屋,一张床。从过日子上来讲,大同小异;从风险上讲,他们大得多;从人格上讲,他们不要脸得很。因此,做设计师是个还说得过去的人生选择,开心就好。

其实,想通了,没山寨,有个部落也行;没部落,有个小窝也不错。设计师要的是学习、自主、自在,想自然不想当然,想进化、优化,而不信上帝的创造论。记住,“因特那熊来儿”一定要实现,一定会实现。▲

○ 被山寨了的山寨

● 撰文 | 贾布

忽如一夜山风来，千寨万寨齐花开。

说说我前半生的物质和精神生活吧。我是穿着我哥穿剩下的儿童版黄军装长大的，为了看起来像一件真的黄军装，我妈还做了两个红肩章。给我旧衣服穿的我哥，长得跟 83 版《射雕》里的黄日华几乎一模一样，所以，我以“郭靖他妹”的名号渡过了初中时代。

高中时，我终于用上了漂柔牌洗发水，偶尔改善生活，能喝上一口装在绿瓶子里的雪露牌无色碳酸饮料。趁我仰头喝雪露的时候，我把《废都》藏了起来，他说那是黄书，不让我看，我假装茫然，其实盗版早就在同学间传开了，我们都知道贾平凹经常删去几百字，还知道书中主人公谋划着要出版全庸写的武侠小说。

大学时代，同学们凑在一起，用五角场地摊上“MADE IN JAPAN”的“热得快”烧开水泡茶，反复观摩“后现代宝典”《大话西游》，倒背“滔滔江水”和“你妈贵姓”，热情百倍地照着录像排演《恋爱的犀牛》。

……

这一类的素材我掌握了很多，本来足够写上厚厚一本《我的前半生》，但因为“山寨”一词的突然出现，现在只能简化成一小篇《山寨前传》：穿山寨服装、身边有山寨明星、用山寨工业产品、喝山寨饮料、搞山寨艺术，看别人在艺术里搞山寨。

“山寨”的确具有划时代的意义。不是因为山寨是划时代的社会现象——如前所述，所有今天被我们冠以“山寨”之名而津津乐道的现象都不是新现象，——而是它创造了一种爆发式的、无所不包的语义，它让很多以前需要十几个词才

能描述清楚的概念，以及几十个不同含义的概念，突然都可以“一言以蔽之”了。为什么一个词语的外延可以如此地广阔？山寨这个词的意思怎么就从山寨手机变成现在的无所不包呢？我惊喜地发现，那是因为“山寨”这个词的意义被山寨了。

由此，山寨作为一把密钥，不仅总结了我的前半生，还能改写文明史。以山寨之心反观历史，你很容易就会发现，上下五千年里，一大半的事情，都可以用“山寨”来进行言简意赅的概括：孔孟之道被程朱理学山寨了、道被道教山寨了、三国被《三国演义》山寨了、《红楼梦》被红学家山寨了……

因为这个词汇之外延的无限丰富性，对山寨的所有简单的“支持”和“反对”都没有实际意义，你会看到电视上几个人在假模式地争论山寨，可是他们的交锋点在哪里呢？一个人说“反对山寨”时，他的意思是反对盗版；另一个人反驳他，说要“支持山寨”，他的意思是支持站在巨人的肩膀上进行再创作。

我完全被这种主题不明的热烈讨论给弄糊涂了，就去 Google 山寨，翻完前三页，觉得“山寨”大概可以分成两个大类，一为技术，二曰文化，这是两个完全不同领域的问题，当然这两种山寨间也有共通的核心：有效的成本控制（更便宜），有限的形式模仿（更粗糙）。

在技术上，山寨是创作手法，其首要目的是有效的成本控制，并被迫只能进行有限的形式模仿。说白了，就是投机取巧的简易盗版。其解决基本功能，但不追求精益求精；追求外形相似，但不指望形神兼备。工业产品中如山寨鼻祖之山寨手机，Sonyericsson、NOKIA、

SAMSUNG 还有 Aphone，文化产品中比如那个叫周展翅的周杰伦，叫周财锋的周华健、叫刘畅的刘翔，可惜山寨晚来了二十年，否则还可以加上一条“叫贾维恒的郭靖”。

在文艺创作上，山寨就相当高级了，它突破了传统的审美范畴，运用移植、复制、拼贴的创作手法，漠视和嘲笑权威，这不就是后现代么。山寨艺术对形式的模仿一定是有限的，绝不能跟原版搞得一模一样，《疯狂的石头》里那幕最歪瓜劣枣版的《千手观音》，比起央视原版的美轮美奂，可谓振聋发聩。这种玩世现实主义的态度，既符合审丑的历史潮流，也满足了娱乐的公众需求。

眼下最红火的话题是山寨春晚，有传言说：今天过年不春晚呀不春晚，要看只看山寨版，山寨 - 版！

关于山寨春晚，我找到一条新闻，说北京的老孟在筹备“山寨春晚”，湖南的老段也要搞“酱油春晚”，一位誓要当“山寨王”的深圳网友梦洋说：“我们 2008 年 11 月就开始酝酿这个计划了，绝对比他们早，老孟所提的春晚刚被曝光时，我们都感觉被抄袭了。”梦洋还说，深圳的“山寨春晚”将直接“山寨”央视春晚：“央视的经典节目如《千手观音》、赵本山的小品等，网友们会排练出属于自己的版本，通过模仿与再创造，让网友们会心一笑。”

指责别人的“山寨”（名词）“山寨”（动词）了自己的“山寨”（名词），这大约是关于“山寨”的一个典型悖论。由是观之，我们这个时代的问题不是太山寨，而是搞山寨的人还严重不懂什么叫山寨。

这个事情可真够山寨的（形容词）！