

家居设计预演

Home Design Preview



Compiled by PACE Publishing Limited
贝思出版有限公司 汇编

江西科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

家居设计预演 / 贝思出版有限公司编. —南昌: 江西科学技术出版社, 2004.3

I. 家... II. 贝... III. 住宅—室内装饰—建筑设计—作品集—中国—现代 IV. TU241

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 014119 号

家居设计预演

贝思出版有限公司 编

出版 / 发行 江西科学技术出版社

社址 南昌市新魏路17号 邮编: 330002 电话: (0791) 8513294 8513098

装帧 Polly Leung

印刷 广州建明印刷有限公司

经销 各地新华书店

开本 900mm × 1220mm 1/16

字数 3万字

印张 13

印数 3000册

版次 2005年4月第1版 2005年4月第1次印刷

书号 7-5390-2411-9/TU · 179

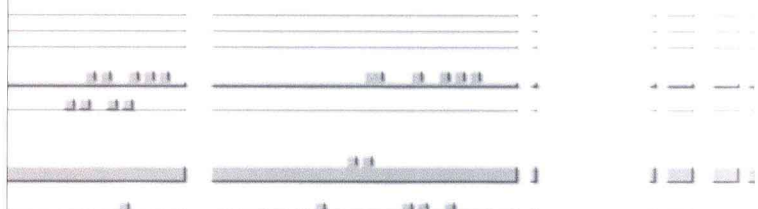
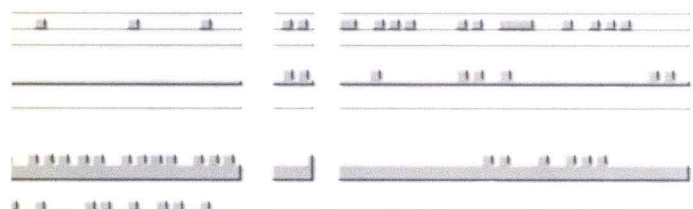
定价 200元

(本图书凡属印装错误, 可向出版社出版科或承印厂调换)

家居设计预演

Home Design Preview





Touch the Abstract Space

感知抽象

亨利·列菲伏尔 (Henri Lefebvre) 在他的著作《空间的产生》(Production of Space) 中认为，社会构成的不同形式对空间的产生非常重要，主要是根据阶层，此外还包括社会性别、种族、性征、家庭联系与年龄。

我们虽然无意于要把居住空间与生活政治联系在一起，但人们的居住空间作为社会空间最小的组成个体，其不仅仅只满足于使用者的生活需要，而更关系到其精神层面的发展需求。

在任何性质的空间中，居于中心的都是人体，人作为空间的主体，不止是文化努力的基础，更关系到自我使用与适应。当思及感知的 (perceived)、构想的 (conceived) 和生活的 (lived) 三者时，人体尤为有用：空间实践（感知的）假设了使用身体、手、神经器官和姿态——感知外部世界的实践基础；空间的再现（构想的）包括身体的再现，源自科学的解剖学知识（人体工学）和自然的联系；再现的空间（生活的经历）包括浸润于文化和符号中的人体。

曾经有过两次装修自己房子的经历，第一次为自己做设计时，想得最多的是空间的美感与使用的流线是否合理，却割裂了构想空间与实际生活经历的关系，到了使用的时候虽然没有多大的问题却总有这样那样的遗憾。第二次为自己的房子做设计，想得很多的还是空间的精神美感，但这次却把精力放在自己生活经历最多的空间细节里了。

“没有最好的，只有最适合的。”这句话近来用得很滥，而确实找人生的伴侣如此，找自己中意的房子如此，就连房子的装修也是如此。所以近年来室内设计师的工作与以前有了改变，不再是拿了平面图后就闭门苦干，像雕塑一件艺术品一样去设计与营造一个最具个性的艺术空间，而是要与业主（使用者）反复沟通，对现实空间仔细斟酌，再通过各种手法、各种工具，做出简单而直观，能让普通客户明了的方案预演图；使用者也不再像从前一样，只能通过设计师的只言片字在脑海中形成一个未知的抽象空间，而是通过一系列的设计预演图，体验到实际使用空间的再现，包括日后在其间生活居住的模式感知，从而获得最适合自己的设计。

随着社会文化发展的推动，人类自我的生活意识也不断提高，要设计一套适合使用者使用的房子，首先是要分析使用者的性别、年龄、爱好、家庭结构等，其次才是对房子的平面户型进行分析，充分挖掘房子的潜力，改善原有平面的不足，对空间和平面布局进行重新规划，在空间中寻找其内在的轴线关系、再根据轴线关系引导设计，使功能分区完整化、独立化，并将其内在的机能规划得有机合理，进而产生一些紧密有序而又生动别致、合乎形体逻辑而又能满足使用者生活需求的空间效果。

在本书《家居设计预演》(Home Design Preview)中，主要是给读者展示家居设计（构想空间）的方案图。其中包括对设计空间的分析以及设计的手稿与电脑的模拟效果图。家居设计的设计预演，在我看来，其实就是设计师对未知居住环境的思考（探索）以及使用者对模拟居住环境的体验。编者希望通过这些设计预演，可以抛砖引玉，带给设计师与使用者空间体验的启示，而并非作为设计师与使用者们模仿抄袭的图录。今后，编者还将为读者搜集更优质的设计，望能给大家更高质素的设计预演。

赖慕珊

C o n t e n t s

目 录

深圳 6

- 大壮设计
- 汉诺公司
- 香港美术装饰设计
- 叱咤公司

广州 72

- 广东龙驰公司
- 成标设计
- 同心园公司
- 金名设计
- 高辉公司
- 品一公司
- 大成至盛公司
- 华浔品味装饰公司

成都 170

- 贝氏公司
- 成都全兴
- 成都豪思设计装饰工程有限公司
- 高吴公司
- 李川设计师事务所
- 蜀源装饰

深圳

大壮设计

汉诺公司



香港美术装饰设计

叱咤公司



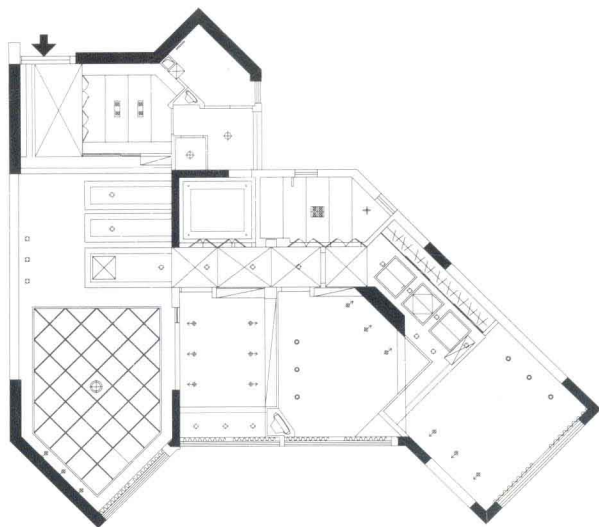


户型：4房2厅3卫高层住宅

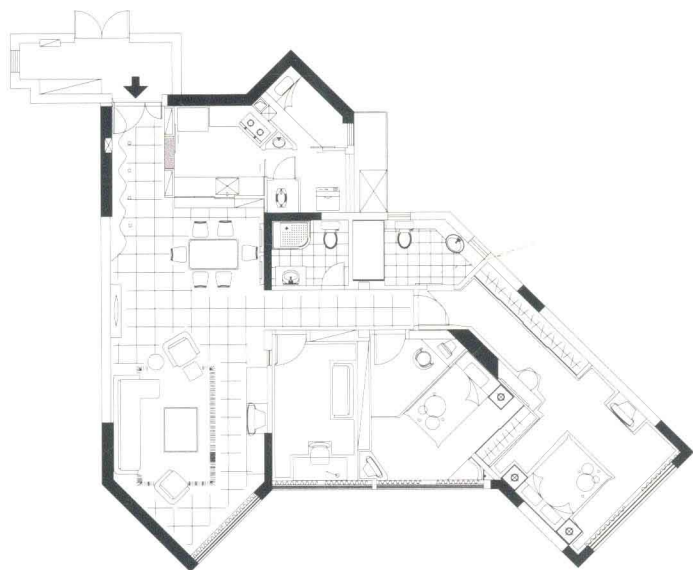
建筑面积：136平方米

设计概念

对于住宅室内设计，充分挖掘房子的潜力，将其内在机能规划得满足房主的生活需求，是设计师的首要责任。未经引导的普通住户往往会着眼在表面形式，而此并非最重要的设计方面。本案中，由于建筑设计整体呈弧形的原因，使房间产生许多使用不便的斜面，设计中将所有可拆的墙体均进行了重新改造，以必要的固定家具和装饰作为房间分隔，产生了许多精巧细腻的变化，大大改善了原有别扭浪费的空间弊病。

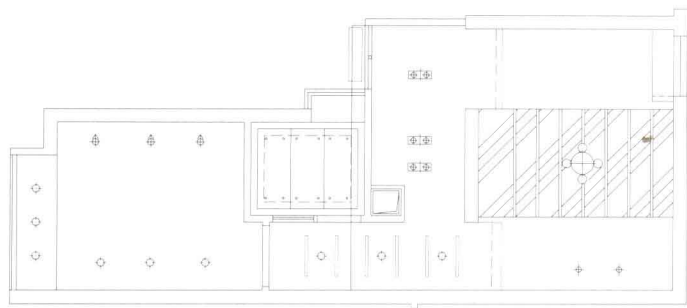


张宅天花图

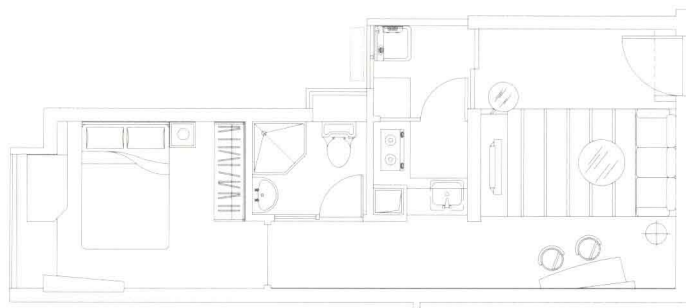


张宅平面图

深圳金城华庭样板房F单元



F单元天花图



F单元平面图

设计概念

户型平面有许多不足，交通面积较大，客厅狭小。设计上首先根据销售的策略，将此空间定位为一个典型的追求时尚的城市男孩的个人居所。原来狭长的走道成为新设计中的健身滑道，抓住吊环，一荡之下就可以从厅滑到卧房；很小的厨房和不大的客厅在天花、地面及立面造型上，形成统一的连通的整体，从而扩大了各自的空间感觉，使功能变得丰富而灵活有趣，符合了这类时尚男孩的习惯和个性。墙面装饰上为大幅的偶像图片，黑白分明的组合以及暗含攀岩意象的玻璃托板，明快、硬朗。两个准吧台的设置满足迎合了主人炫耀、摆酷的社交心理。



户型：1房1厅

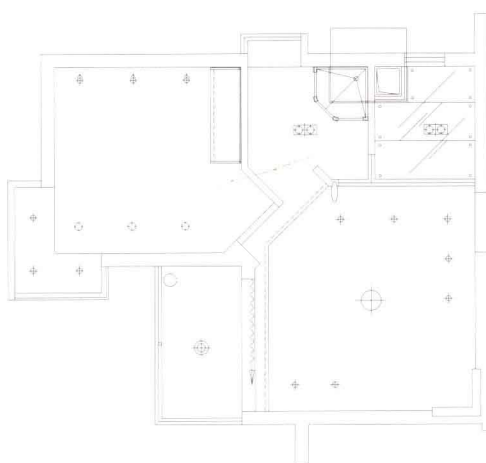
使用面积：32平方米

深圳金城华庭样板房D单元

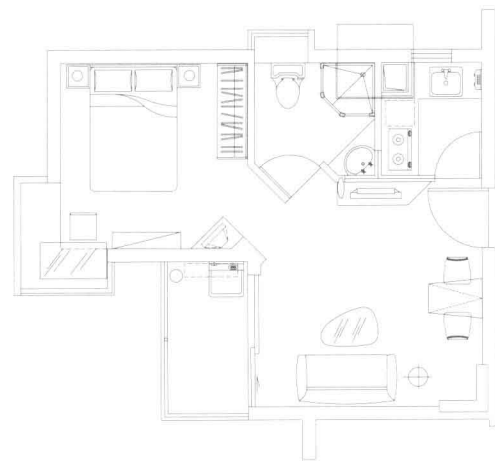


户型：1房1厅

使用面积：32平方米



D单元天花图



D单元平面图



设计概念

这是一套建筑设计比较草率的高层复式住宅，客厅家具不易摆设，空间不稳定，厅中间还有一道仅2.2米净高的大梁。对空间和平面布局进行重新规划，使之有机合理，进而产生一些生动别致、合乎形体逻辑的空间效果，成为室内设计的主要目的。在住宅中运用圆形平面格局，往往是哗众取宠、华而不实的手法，是以设计师先入为主，而非以住户为本，可能导致住户的生活受到形式的束缚。但在本案中，圆形平面成功地化解了各难题，成为体现室内设计价值的点睛之笔。

户型：3房3厅2层复式住宅

建筑面积：170平方米



空间分析图

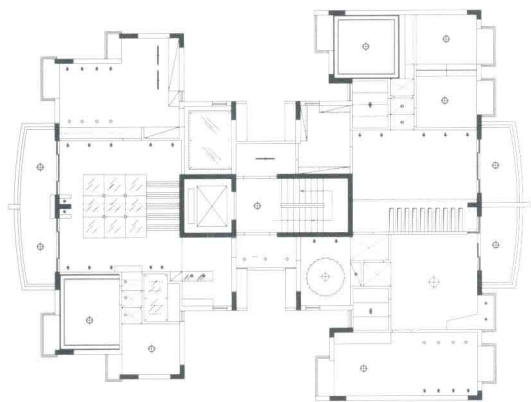
深圳香蜜湖李宅

户型：2套2房户和2套3房户合成1套

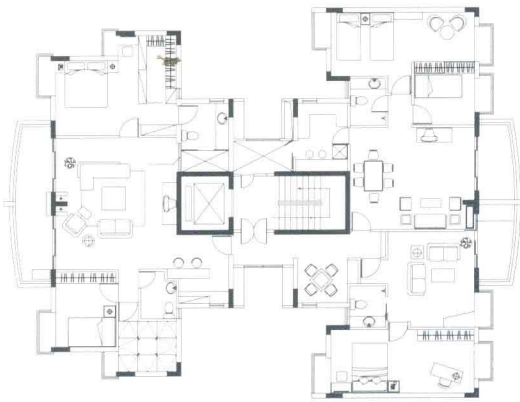
建筑面积：275平方米

设计概念

这是一套在原来四户的基础上合成一大家，一大家又分为兄妹老人三块的住宅，使用要求上较为特殊，从而导致原建筑自成一格的体系完全解构，设计要在不合理的基础上梳理出合理的可行的新关系。既方便联系和照应，共享天伦，又能分隔清晰，各有天地，由于原分户墙的拆除，使T形柱和离地2.2米的大梁完全暴露在客厅之中，处理起来非常困难，消隐不掉，就索性做加法来改造它。一是采用大尺度室外化的材质及造型，产生一种刻意为之的有份量的视觉效果，如T形柱和电视背景墙；二是采用灯槽和镜面反射的手段，柔化、弱化生硬的形体，如对客厅中央大梁的处理。



住宅天花图



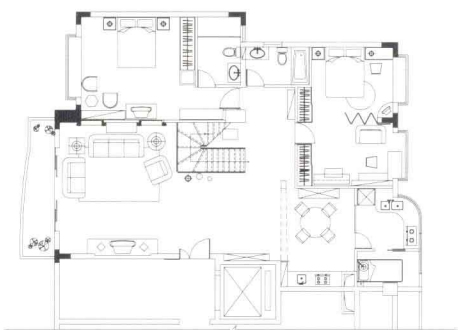
住宅平面图



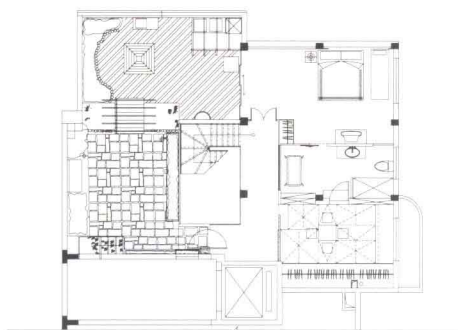
深圳莲塘孟宅

户型：2层复式小高层住宅

建筑面积：32平方米



孟宅首层平面图



孟宅二层平面图



设计概念

本宅建筑比较完整合理，住户也是成熟性大方之家，因此，大格局上不需人为地制造形式上的奇巧变化，而怎穿层美观考究有内涵的“衣服”，怎舒



适耐用，怎样有效利用屋主以前的老旧家具饰品，怎样延续和更新已经形成的完美的家庭生活的情调氛围，恰恰成为本案的设计要点。最后成形的风

格，是各种类型的一个折衷，但正是这种折衷，使之形成了良好的包融性和生活情调，简约的、古典的、中式的、欧陆的，只要是和这个家庭的生活

息息相关的元素，都恰如其分地找到自己应有的位置。家是要长期生活其中的，而不仅仅是一个符合通常设计观的片断。