

NEW ORIENTAL STYLE
INTERIOR DESIGN

艺力国际出版有限公司 编

室新
内东
设方
计



嶺南美術出版社

新东方室内设计

NEW
ORIENTAL
STYLE
INTERIOR
DESIGN



岭南大学出版社

中国·广州

图书在版编目(CIP)数据

新东方室内设计 = New Oriental Style Interior
Design / 艺力国际出版有限公司编. -- 广州 :
岭南美术出版社, 2018. 11
ISBN 978-7-5362-6632-2

I. ①新… II. ①艺… III. ①室内装饰设计—案例
IV. ①TU238.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第222832号

出 版 人: 李健军
责任编辑: 张柳瑜
责任技编: 罗文轩
特约编辑: 李爱红 王 琛
美术编辑: 陈 婷

新东方室内设计=New Oriental Style Interior Design
XINDONGFANG SHINEI SHEJI

出版、总发行: 岭南美术出版社 (网址: www.lnysw.net)
(广州市文德北路170号3楼 邮编: 510045)

经 销: 全国新华书店
印 刷: 深圳市福威智印刷有限公司
版 次: 2018年11月第1版
2018年11月第1次印刷
开 本: 787 mm×1092 mm 1/8
印 张: 52

ISBN 978-7-5362-6632-2

定 价: 798.00元

序言

于快的纷繁，归于慢
于新的时代，归于年代
于世界中，归于东方
于都会流光，归于“天人合一”的自在山林……

在最早的手工业技术文献《考工记》中写道：“天有时、地有气、材有美、工有巧，合此四者，然后可以为良。”物生于自然，人以巧工使之有用，既成全天地的美意，又成就自己的生活。

东方传统工艺从古老的时代传承至今，也许会被现代人稍稍遗忘，但他们并不会因此消失。为了唤醒人们心中对传统东方美学的意识，许多像矩阵纵横设计这样的中国设计品牌将“新东方室内设计”作为创立与发展的使命，不断探索着全球设计和当代生活更多的可能性。

新东方室内设计，展现的不仅仅是空间，更多的是人与空间的情感融合，更确切的说，是场所，是“诗意的栖居”。

美，不应该用“豪宅”来定义，更不是“新中式”的风格定型与符号。美，是精神层面的感受，却可以通过“物”“秩序”“特性”“光”“时间”几个维度在空间中影响人的精神与行为，就像安藤忠雄所说“作为设计师，必须学会用物质形态去表达思想”。

矩阵纵横自创立的一天起，便提出复兴与创新新东方美学的设计主张，以“新亚洲”设计风格为代表、服务于当代中国到全球都会生活空间的设计作品均营造出全新的美学意境，倡导“美”是“人居”，是“隐逸”的美学情怀。越静默，越懂生活，越本真，越懂奢华。就像广州华润天合的风、深圳前海时代的梦，纵然绚烂却没有一丝浮躁，也如人生，看遍山河世界，唯珍视这一份平静与安然。

新东方室内设计，在于藏，藏就是驶向心中的光，在私园的起承转合中，隔九分热闹于外，藏一份静逸于内。纷繁都市，行色匆匆，私园之中，藏得岂止是人，更是心，在信息轰炸的时代里，片刻忠于内心的平静，岂不是最奢侈的吗？

新东方室内设计，在于归，归乃化繁为简、计白当黑。从上世纪九十年代起，人们开始从世界的纷繁中寻找自己，在古典主义、新古典主义的廊柱中定义归属；当人们终于回过神来，新中式逐渐成为狂热之下的精神担当，于是堆繁的叠石，复杂的檐口、繁琐的雕花刺激着我们的视觉感官……然而，随着时间沉淀，最终的归属只是自己，归于“简”而无“他”。

只有当住居空间能真正满足精神慰藉之时，所有梦想才会有开启的契机，因此，室内设计就是在策划一种有梦的生活方式。如果说人生的本源是一场精神世界的回归，归于自我，从而“见天地、见众生”，那么新东方室内设计的价值就是赋予这场回归以勇气与动力，《新东方室内设计》便是中国设计师们的集体献礼。

PART 1

PART 1

HOTEL SPACE
酒店空间

大连鲁能易汤海洋温泉酒店	002
广州康莱德酒店	012
深圳中洲万豪酒店	020
北京诺金酒店	026
杭州泛海钓鱼台酒店	036
阳朔花梦间酒店	048
南京圣和府邸豪华精选酒店	056
澳门JW万豪酒店	066
澳门丽思卡尔顿酒店	076
文昌鲁能希尔顿酒店	080
翡丽酒店	090
舒馨酒店	094

PART 2

RESTAURANT SPACE
餐饮会所

建发泱誉售楼处会所	106
深圳东方花园别墅会所	112
众美·上水庄园	118
重庆大足龙水湖国际旅游度假区温泉中心	124
居雍天厦	132
喜鼎饺子中式餐厅空间	138
马旺子川小馆	142
顺风 123·山茶	146
水云间·茶会所	150
浦江·云顶 绿地新都会云顶会所	154

PART 3

COMMERCIAL SPACE
商业空间

海南博鳌碧桂园售楼处	160
华发·中城荟武汉营销中心	166
桃花源	172
成都中洲锦城湖售楼处	178
东莞碧桂园映月台	184
三亚半山香榭销售中心	190
中粮稻田售楼处	196
杭州华夏四季销售中心	202
广州华润天合销售中心	212
郑州万科中牟兰乔圣菲销售中心	222
裕华·四期售楼处	226
鹤山保利中央公园售楼处	232
北大资源杭州海港城体验中心	238
郑州美景美镜	242
郑州美景东望销售中心	248
阳江保利共清湖中央公园销售中心	254
江西宜春江湖禅语销售中心	260

PART 4

LIVING SPACE
居住空间

三亚洛克港湾	268
成都万华麓湖生态城 C2-2 样板房 A 户型	278
深圳前海时代 C 户型样板房	284
映像古滇——湖景林苑	288
东莞鼎峰源著别墅	296
宁波市九唐凤栖院	306
龙湖天宸原著	312
龙光御海天禧别墅样板间	318
郑州康桥悦蓉园新中式院墅	324
成都万科翡翠公园别墅	330
铜锣湾 11#B 户型	336
汕头华润幸福里 I	342
深圳坪山六和城	346
方直珑珑湾样板房	350
戴勇之家	356
裕华·E 户型样板房	362
深圳山语清晖中式样板房	370
保利·和光尘樾	374
北京远洋天著平墅	380
建业比华利庄园别墅	386
新希望·白麓城样板房	392
海棠公社住宅	398

酒店空间

HOTEL SPACE

大连鲁能易汤海洋温泉酒店



主题·神秘海洋

神秘海洋，既亲切又神秘，人们想多亲近它，又带着对它未知的恐惧。本案设计是结合当地的地理位置，项目地靠海也是旅游胜地。蓝色的大海是人们对海洋的印象，但除了海水的颜色，海洋其实还有更多的是形色各异的海洋生物、植物。温泉中心，想要让来这里的人们感受到海洋的感觉，无论是泡温泉、做 SPA 还是娱乐、用餐、居住，都能无时无刻的感受具有海洋气息的度假时光。

大堂内，独特的水景装置，模仿海洋生物的雕塑，海洋元素的挂画，墙面的沙滩装置画连绵不断，海洋元素的地毯，海洋生物为景的大型装置艺术品，穹顶结合鱼群大水晶吊灯。种种元素的碰撞、结合，透过玻璃穹顶望向天空，就像是置身海洋深处，望向有阳光的水面，温暖而放松。

茶室深木与浅色藤编结合，淳朴而自然，带给人轻松感，古书、松木、茶具等恰到好处的装饰，让人经不住要隐匿在“海洋”的这个角落。

装饰·细腻精致，以景入情

SPA 区营造着深海的安静、温柔、舒适、放松感，为内心囤积的压力、疲惫、惶惑找到一个出口，令人的身、心、灵达到和谐与平衡的享受。

屏风细腻的画面与精致的金属配件相结合，处处体现着细节之美。

深色墙纸、石材与暖色地面、软饰相结合，使空间更加静谧，一室香氛满溢，只想闭目放松融于此空间。

餐厅的设计采用天然的原木，打造的餐饮空间在于以景入情，具有悠远的意境，使人置身其中，同时又给人们提供舒适又轻松的用餐氛围。

文化·素净禅心

禅，是一种心境。浓缩自然美景的大写意手笔，着意营造意境的纯粹，还原诗意生活。追求悠闲、轻松随意、休闲度假的生活意境，在空间中能够明显地体现出来。

聆听自然，外景内用，别成景致。

运用“日式”元素，结合现代审美，创造不一样的视觉效果，营造出闲适写意、悠然自得的生活境界。

简素之美、纯净之色体现了返璞归真的自然形态，而东方的“静”与“净”相结合赋予空间“心静、人舒”的状态，表达出清新自然、简洁淡雅的独特品味。















