

世界空间设计

3

〔日〕森山和彦 编著

◆ 法 国
◆ 意大利
◆ 西班牙

中国建筑工程工业出版社

世界空间设计

3

[日] 森山和彦 编著
滕征本 滕煜先 译

中国建筑工业出版社

著作权合同登记图字: 01-99-0206 号

图书在版编目(CIP)数据

世界空间设计 .3/(日)森山和彦编著; 滕征本等译.
北京: 中国建筑工业出版社, 1999.12

ISBN 7-112-04044-2

I . 世… II . ① 森…② 滕… III . 空间 - 建筑设计
IV . TU206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 49321 号

责任编辑 白玉美

本书由日本设计网络公司授权翻译出版

世界空间设计 3

[日] 森山和彦 编著
滕征本 滕煜先 译

中国建筑工业出版社 出版、发行(北京西郊百万庄)

新华书店经销

恒美印务有限公司印刷厂印刷

开本: 889 × 1194 毫米 1/16 印张: 15 字数: 600 千字

2000 年 3 月第一版 2000 年 3 月第一次印刷

定价: 158.00 元

ISBN 7-112-04044-2

TU · 3169(9451)

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)

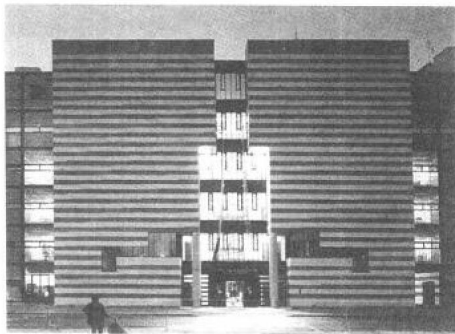
目 录

	法国建筑的地方分散化	
	弗兰索瓦茨·莫兰(Francoise Morin), 阿尔希布雷斯(Archipress)	1
	支撑意大利设计的中小企业的任务	
	木村 明	2
	混乱低迷的社会状况下的意大利设计和两种潮流	
	木村 明	3
法国 (FRANCE)	榎山男子时装店	
	(KASHIYAMA HOMME)	4
	地中海俱乐部宾馆	
	(HOTEL DU CLUB MEDITERRANEE)	14
	泰科纳尔陈列馆	
	(SHOWROOM TECHNICAL)	30
	图书、影像、音响馆	
	(MAISON DU LIVRE, DE L'IMAGE ET DU SON)	40
	安特尔波·雷内现代造型美术中心	
	(ENTREPOT LAINE CAPC)	51
	布列塔尼建筑学校	
	(ECOLE D'ARCHITECTURE DE BRETAGNE)	68
	威尔科罗兹音乐学院	
	(ACADEMIE MUSICALE DE VILLECROZE)	77
	图卢兹大型客机制造厂	
	(AEROSPATIALE TOULOUSE)	87
意大利 (ITALY)	藤高餐厅	
	(FUJITAKA)	98
	巴扎尼宝石店	
	(BAZZANI)	109
	维尔萨斯时装店	
	(VERSUS)	114
	尼米乌斯高级品商店及赤坂日式餐厅	
	(NIMIUS MUSEUM SHOP & AKASAKA JAPANESE RESTAURANT)	123
	布鲁马林精品店	
	(BLUMARINE)	129
	索罗·斯波萨精品店	
	(SOLO SPOSA)	140
	马里埃拉·布拉尼精品店	
	(MARIELLA BURANI)	147
	托雷·阿尔托维替礼品店	
	(TORRE ALTUVITI)	152

沃金·梅加斯托尔音乐商店 (VIRGIN MEGASTORE)	160
考帕拉沙龙美容院 (SALON COPPOLA)	166
奥托萨罗内·梅尔采德斯陈列馆 (AUTOSALONE MERCEDES)	176
依尔·得尔契·斯替尔·诺沃·得拉·卡萨展览会 (II DOLCE STIL NOVO DELLA CASA)	186
哈必塔特·埃·依登替塔展览会 (HABITAT E IDENTITA)	195
摩斯特拉·梅尔卡托·因特尔纳采奥那雷·戴兰替夸利亚特展览会 (MOSTRA MERCATO INTERNAZIONALE DELL' ANTIQUARIATO)	205
欧培拉·达·卡梅拉展览会 (OPERA DA CAMERA)	211
拉·托斯卡纳·迪·罗雷纳展览会 (LA TOSCANA DEI LORENA)	218
马西摩·迪·卡尔罗美术馆 (MASSIMO DE CARLO ART GALLERY)	224
西班牙 (SPAIN) 马尔卡特雷陈列馆 (MARCATRE SHOWROOM)	229

法国建筑的地方分散化

弗兰索瓦茨·莫兰(Francoise Morin), 阿尔希布雷斯(Archipress)



图书、影像、音响馆(维勒班市)

从1789年以前的旧制度(Ancien Régime)时代开始的政府事业的历史性过程,包括行政长官乔治·豪斯曼(Georges Haussman)(1853~1870年任塞纳县县长)实施的巴黎街区改造和国际规模的各种大型展览会等,直到由弗兰索瓦·密特朗(Francois Mitterand)总统推行的“宏伟事业(Grands Travaux)”政策在现代的继承和发展,使得首都巴黎的面貌获得了日新月异的变化。

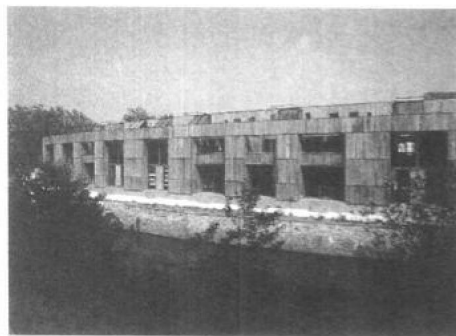
法国的建筑看巴黎,是千真万确的事实。从以卢浮宫的金字塔和科学工业城市拉比雷特或迪法恩斯的新凯旋门(Arche)为代表的许多大工程项目,必然得出两条重要结论。第一是,法国向全世界的建筑界敞开了大门;第二是,对既严格、地域性又很强的建筑学的关心,开始深入到普通的广大阶层中去了。事实是,传媒在频繁地报道建筑。但那种望眼欲穿地盼望连续报道建筑项目的进展情况,以及论证设计竞赛的新闻的时代,已经一去不复返了。

为了不落在这种社会现象的后面,地方城市也仿效政府的姿态,开始组织重大建筑项目的设计竞赛。市政当局与地区联手促成,由世界上的著名建筑师主持工程项目的课题,不再踟躇不前了,由马里奥·博塔(Mario Botta)设计的里昂卫星城维勒班市立情报中心“图书、影像、音响馆(Maison du Livre, de l'Image et du Son)”就是例证。1982~1983年制定的、认定地方分散化属于地方行政的新权限的各项法

案,也是推动市政当局在这方面活跃起来的原因。建筑评论家杰克·留坎(Jacques Lucan)将这个新动向概括为:“今天,建筑物肩负着营造城市形象的任务,使城市的振兴目标得以确立和具体化。”

建筑已经成为文化上和政治上非常重要的投机了。恐怕没有哪一位市长不希望本市的建筑不仅得到国内的认可,而且被国际所公认。按照这个逻辑,与其实具有政治风险的城市公共设施的规划,不如力图实现标新立异,又能顺应时势的建筑,就不足为奇了。留坎还有这样的说法:“城市往往可以比喻为一个精通发展策略的企业组织。一个城市,为了确保自己的‘品牌形象’,就一定要具备立足于全新观点的现代气质,象征时代,能在人们的心目中留下深刻印象的最出色的建筑物。”类似这样的政治逻辑引导出来的成果,也许是多种多样,不一而足的。但是,博塔为维勒班市所设计的情报中心这类的成功实例也不在少数。那么,这幢信息中心究竟以什么样的姿态融入该市的环境中的问题,是值得大书特书一番的。博塔为使该信息中心既能与周围建筑相互融合,又能强调其在埃米尔·佐拉大街的存在,提出了一个双层构造的建筑立面设计方案。

还有一个足以认证过去10年的建筑设计动态的事例,那就是古建筑的再利用,或者说是旧建筑物改建计划的多样化。人们对社会资产的关心与日俱增,在房屋的拆除与修复上,宁愿选择后者。于是,出现了将旧的工业厂房改造成办公楼、住宅、或美术馆的情况。波尔多市的安特尔波·雷内现代造型艺术中心(Entrepôt Laîné CAPA)是将仓库改造为美术馆的成功范例,成了充分满足当今社会上最感兴趣的工程项目。该仓库建筑于1824年建于加龙河岸边,曾经作为储运巧克力、香草、咖啡等海外特产的仓库,盛极一时。仓库因贸易的萎缩而关闭,近年,波尔多市决定重新启用,用于文化建筑。当前,安特尔波·雷内现代造型艺术中心已经成为法国国内屈指可数的高水平的现代美术空间,深受美术爱好者的称



布列塔尼建筑学校(雷恩市)

赞。波尔多市所走的“弯路”,不过是采取了应该采取的措施而已。建筑师多尼·瓦罗德(Denis Valode)和简·皮斯特(Jean Pistre)的工作是将仓库改建为美术馆,利用水平的和垂直的板,划定展出空间、设隔断、开通道,再利用原有的墙壁即可实现改造要求。

法国西北部的雷恩市布列塔尼建筑学校(Ecole d'Architecture de Bretagne)也是一项饶有兴趣的工程项目。帕特利科·贝尔吉(Patrick Berger)所做的设计,概括说来,是将市内最老的一幢工业建筑与沿伊尔河岸新建的木结构建筑连接起来,并使其具有建筑学校的功能。管理学校的各科室和图书馆安排在19世纪的老房子里,而教室等则在新建部分,二者全无矛盾,既不是一味地去迎合和模仿,也不依赖于新颖别致的设计手法,而是以全新的方式统一起来的。

自从“宏伟事业”政策推行以来的十多年间,已经显露出了地方城市紧跟首都这一动向的端倪。当前,建筑的原动力主要是由地中海俱乐部(Club Méditerranée)和休留贝格(Fondation Schlumberger)财团等私营企业承担,由知名建筑师设计的工程项目确实在不断增多。理由是,业主们已经了解到,借助“品牌形象”,可以获得多种实惠的缘故吧。

(记者)

支撑意大利设计的中小企业的任务

木村 明

明年是欧洲共同体统一的起动车。历经柏林墙的拆除,东欧各国和前苏联的经济自由化,海湾危机,还有拖了1~2年之久的经济衰退等等的众多动荡,不论置身于世界任何地区,都会感觉到,对一个更大,更加开放的统一的欧洲所寄托的期望。

经济统一之后,尽管也许不会立即发生明显变化,但是意大利,作为身处欧洲的设计创意者或生产者的任务更加重要起来的这一点,却是很明确的。在个人水准的“生活”方面的关心程度,高得接近贪婪程度的意大利,时装、家具和家居的设计都属一流。所以,在为数众多的新颖设计的实用化和商业化的根基上,有着迄今仍在支撑着意大利的设计产业的无数中小企业的功劳。

每年,在意大利各城市举办的数百场展览会和贸易洽谈会里,有很多关于“生活”的文娱活动和非常有趣的物品。米兰市的家具沙龙自不待言,就连目前正在举办的三年一次的美术展览会的主题也是:“物与自然:项目及环境的挑战(La Vita tra Cose e Natura:Il Progetto e la Sfida Ambientale)”

在佛罗伦萨,由时装促销团体“皮提·依马吉内”举办的“il Dolce Stil Novo della Casa”展览会,有21家中小企业参加,明年的起点形象放在私人家居的水平上。同样,每年在托斯卡纳举办的“Habitat e Identità”展览会也是本地区的中小企业联合组织的,表现了“生活”的另一侧面,饶有兴趣地探讨着现代消费社会中的人与商店之间的关系。

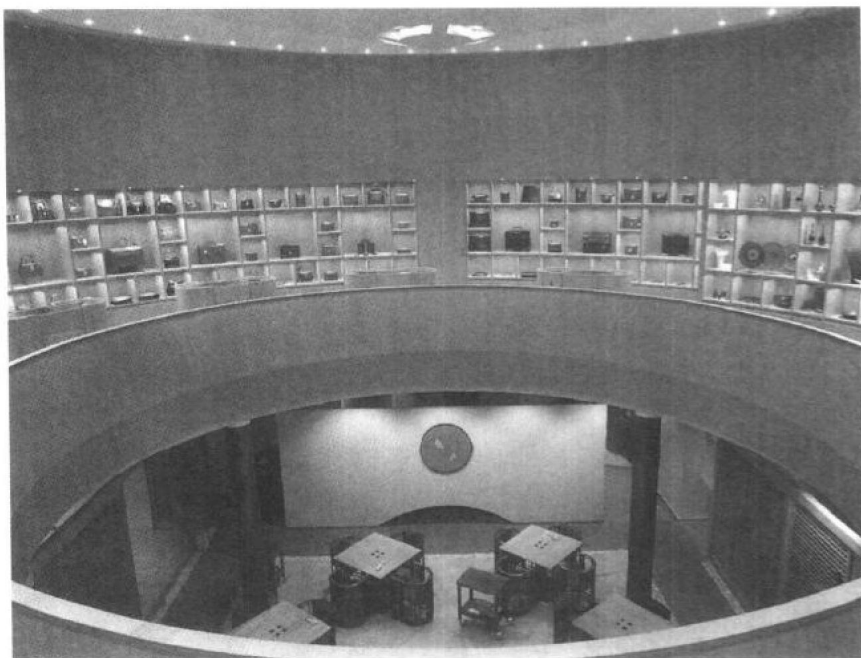
在特别重视人与人之间关系的意大利商店里,传统的买卖方式是买方与卖方隔着柜台进行的。不过,近年来,特别是在城市居民中,超级市场和百货公司所代表的新型的专门售货形态发展了起来。

最近在米兰市的中心区开设的“多莫中心(Duomo Center)”是一家有点高科技味道的综合商场,其地下商业厅里,全都是自选式立体声商店和美容院,还有自助式餐厅等。



上: 维尔萨斯时装店

下: 尼米乌斯高级用品商店兼赤坂日式餐厅



维尔萨斯(Versus)是一家室内空间非常大的时装店;尼米乌斯(Nimius)是日式餐厅与高级用品商店兼有的店铺,是过去没有过的商业形态。此外,在近几年开设的两家商店中,希德(Shed)商店经营与室内装潢设计有关的小物件和家具,而海泰克(High-Tech)则是一家超级市场,经营日用品和新式家具的专卖店。

每年在意大利全国各地举办的、为数众多的展示会、展览会、家具沙龙等处出现的优秀设计,都是上述那些意大利的中小企业联手创造的成果。还有很多的独具特色的、一流的商店设计,也都是通过企业团体的国际样板市和展示会的创作培养出来的高级设计师们的杰作。

(建筑师)

混乱低迷的社会状况下的意大利设计和两种潮流

木村 明

当前,意大利的社会状况在战后40多年的历史中,是最为黑暗的时期。姑且不论发生在去年的,有1000多人死亡的黑手党之间的争斗,到了今年,竟然又发生了西西里岛反黑手党犯罪局局长等2人被炸身亡的事件,这类表现为街头战的事件,使全国的一般市民为之震惊。从去年开始表面化的所谓“米兰事态”的行政、金融方面的违法行为,发展成了用贩卖毒品等获得的金钱,拉公共设施和城市规划方面的有关人士,以及建筑师们下水的大丑闻。检举波及到了执政的基督教民主党的主席,几乎波及整个政党,全国各地的社会团体中的腐败,天天都爆出新闻。意大利的政治形态与黑手党的深远联系,今天又一次被确认。

在如此吃紧的社会状况下,东西欧开放后出现的萧条的风潮,在意大利又更加猛烈地表现出来,大型企业的集体解雇,创历史新高的公债发行,货币(里拉)的大幅贬值,新税法和新医疗法等,都使对政府政策的不信任感,接连不断地向顶峰推进。可以说,就连欧洲经济共同体实现合并的可能性,都要倒退好几步。

由于不同寻常的企业状态,使得意大利在80年代的经济稳定时期,设计竟处于主流产业地位。在“后现代派”的兴起和接踵而至的设计多样化、分支化、具有回归倾向的巴洛克化当中,出现了全新的,高质量的设计。每年在米兰举办的家具沙龙中,有无数的家具在试制和展出。

设计业也强烈地感受到了90年代的经济不景气和低迷化。前几天,曾经召开了一个展望设计事业未来的讨论会,主题是1960~1970年代所暗示的“设计能否改变社会”,参加会议的人,是以设计师恩佐·马里(Enzo Mari)为中心,有安德雷阿·布兰吉(Andrea Branzi)、马里奥·贝里尼(Mario Bellini)等知名设计师,以及意大利工业设计协会、意大利建筑协会的成员齐聚一堂。通过这样的活动,可以领会到,意大利的造型界虽然处于不景气的社会条件下,仍在设计中顾及到社会性的问题上,所表现出来的深厚潜力。

本书各工程项目的设计师,大部分是80年代涌现出来的拔尖人材。他们当中的安东尼奥·契特里奥(Antonio Citterio)和托尼·考尔迪罗(Toni Cordero)都是资深的



托尼·考尔迪罗设计的
奥托萨罗内·梅尔采德
斯陈列馆



安东尼奥·契特里奥设计
的沃金·梅加斯托尔
音乐商店

设计师,他们在整个80年代期间,一直在亲手设计一些有趣的工程项目。但是,在他们设计构思的基础上,仍能看出,70年代“后现代派”以前的设计所体现的合理性、正确性,以及具有意大利传统意味的高贵性。自从80年代中期以来,安东尼奥·契特里奥在他的创作中,强调高科技和洗练的都市性。另一方面,托尼·考尔迪罗近来亲手设计了为数不少的有趣项目,具有打破常规的装饰性、材料质感好,而且是巴洛克式的。

如果说,意大利设计,特别是在商业空间的设计领域,那种定型于80年代的意大利式的小巧、单调的倾向,后来被文臣佐·德·考替斯(Vincenzo de Cotiis)和赛尔吉

奥·卡拉特罗尼(Sergio Calatroni)等人继承了下来是没错的。不过,文臣佐·德·考替斯是凭借那些将艺术客体化的器具等装饰要素和照明效果,而赛尔吉奥·卡拉特罗尼则是采用极力避免使用垂直线和水平线的空间构成和用彩色光线照射的手法,创造出以往的那种昏暗不清的空间里不可能看到的,既不均等而又充满戏剧性的室内空间。

在意大利这种混沌不清的社会环境中,在设计倾向的回顾当中,有这许多中坚设计师的实验性作品,真是难能可贵,令人兴趣盎然。

(建筑师)

榎山男子时装店(KASHIYAMA HOMME)

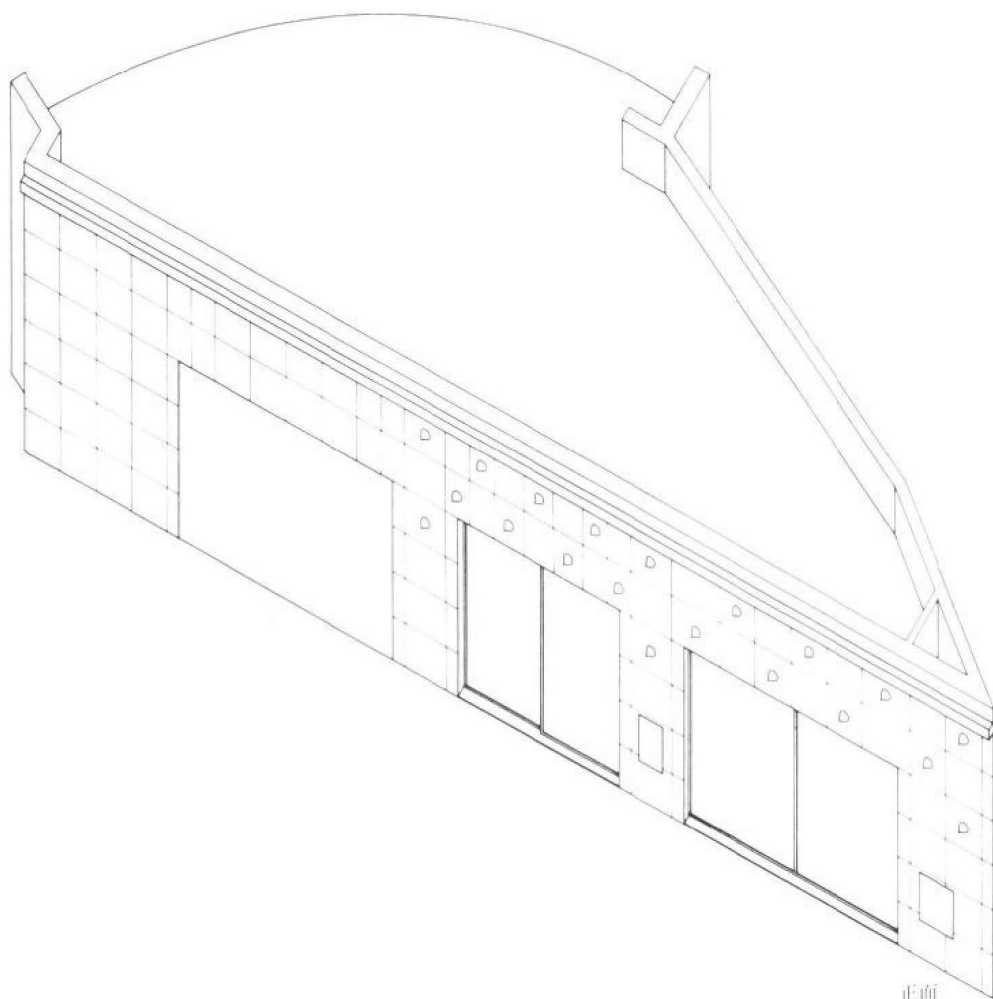
设计: 赛尔吉奥·卡拉特罗尼(Sergio Calatroni)

榎山男子时装店(Kashiyama Homme)是在巴黎年轻人集会的圣·杰尔曼·德·普雷教堂附近新开的一家时装店。因为店堂设在两个不同的楼层,因而以销售为目的的空间就不好安排和处理了。一般来说,来到时装店的顾客并不喜欢上楼梯或下到地下室去。这是因为从心理上有一种走进了地下仓库似的感觉。

这家巴黎分店的首要课题是设计一个有个性的楼梯。既要符合法国的安全标准,又要不占太多的空间。楼梯成了该店设计的一个焦点。楼梯是联系两个空间且具有装饰性和功能性的建筑要素,凭借引人注目的构造,可以取得最大效果。在这个时装店的设计中,只要解决了楼梯问题,等于解决了一切。其他问题都可迎刃而解。

入口旁边的巨大的金色墙面就像16世纪的画框那样,将真金箔用手工方法贴上去。重要的是金箔的反光性质。真正的金子发出的光与假货有质的不同。店铺入口的墙面之所以需要这样,是向过路人显示别开生面又有魅力的柔光。手工贴,石磨过的金箔发出的光既柔和,又聚而不散,效果非常好。墙面的金箔是视觉上的诱惑,使路过此处的人产生好奇心。这样可以吸引他们进入店内,来到时装店,又被引导到销售部。这样有助于使顾客改变那种下到“地下仓库”的感觉。

入口处的空间不加任何装饰,基本保持原来的样子,刻意搞成一无所有的状态,削得厚薄不均的巨大木板,从墙面向外悬挑出来,好像在空中飘浮,看上去就像从墙上飞起来似的,在这入口空间里起着独特的作用。利用这种技巧烘托出迫不及待的,欲罢不能的氛围。入口左边的墙壁上镶嵌着天蓝色、形状不规则的石膏线条。这里还可使人们产生迷惘心理,有一种“急迫感”



正面入口,一层只有门厅,地下室是主要店堂

和“心情不舒畅”的感觉。

我们的设计方法近似“自由爵士”手法，利用一连串的对比声，既不预先限定声音的频率，又不断分成小节，再重新组成和声频率，然后返回来，因此，只有将全部乐章听到底，才可能领略到全曲的韵味。构成的瞬间完全是在自身中完结，总之，说迈尔斯·戴维斯(Miles Davis)是我们的老师也许是很合适的。

我们经常循着音乐的旋律进行设计。运用音乐的全部技巧来为店堂空间添彩。既要有休止，又要有激昂、抒情、悠扬婉转、时断时续的感觉。

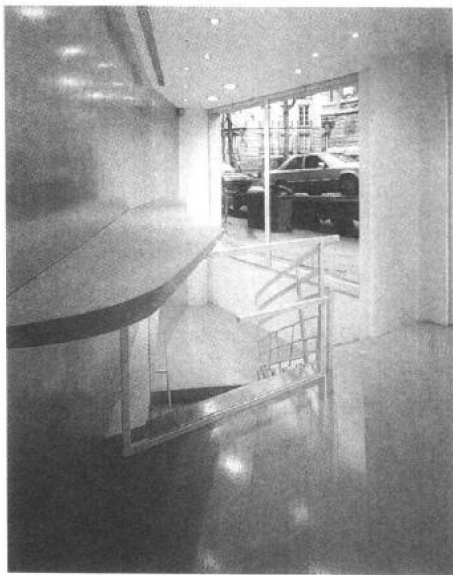
一般来说，时装店必须在视觉上有点，在外观上有格调，又要让人信得过才行。要烘托出在视觉上没有不安感，却有轻微不稳定的心态，还要略带神秘感，而且一定要随着店堂空间的所见，将心情平静下来。

通常，西装店往往给人一种小气的感觉，这是因为西装这类物品一定要摆在柜橱内收藏着，而且拿出来后，还一定要放回去的缘故吧。要想解决这个问题，可以拿出极少量的西装作为展品，专门供人们仔细挑选，这样就可以达到以少量的展示品吸引更多希求的目的。这时，若有优秀的售货员和有能力的展示品专家在场，时装店就会生意兴隆。否则，就会一败涂地。

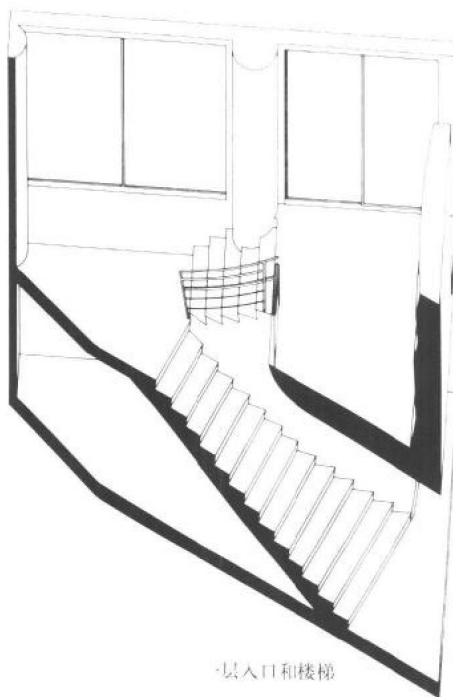
西装的挂钩全都装在墙壁上。与此相反，为了赋予紧凑感，在后边的曲面墙上随机悬挑出西装展台，形成空间上的反差。这套布置是设计的重要组成部分。

原有的两根柱子本是矩形截面，用石膏将它们变成椭圆形，看上去结构像是由它们支承着。

从入口处的墙面向外悬挑出来的台板，当然可以说是家具，使人联想到美国的微



一层的门厅，左边墙面贴有铝箔



一层入口和楼梯



从地下室向楼梯看去，右边是收银台

型艺术作品，它们的过于大型化的感觉，还是很引人注目的。安装在圆柱上的台板，给人以在空中飘浮着的印象，只能当作雕刻品看待。收银台的白色家具给人一种切断的晶体，或者是一块铁黄石的感觉。

该时装店所采用的工艺技术和材料、金属电缆、钢材的断面、贴木饰面的铝墙壁，以及结构上的技巧等均隐藏在隐蔽的空间里。在这样简便的做法中，必须找到装配起来简便而又经济的技巧。外观上轻巧的店堂中央挂西装的小阶梯和细又长的横杆等隐藏着西装挂钩的固定，以及在构造复杂的地面上固定柜台等方面的技巧。例如，店中央用于挂西装的方形钢杆表面就贴了木材饰面，看上去好像一折就会断似的。这种技巧使室内装饰设计更加具有轻快感，并成为基本空间的重要组成因素。

赛尔吉奥·卡拉特罗尼
(Sergio Calatroni)

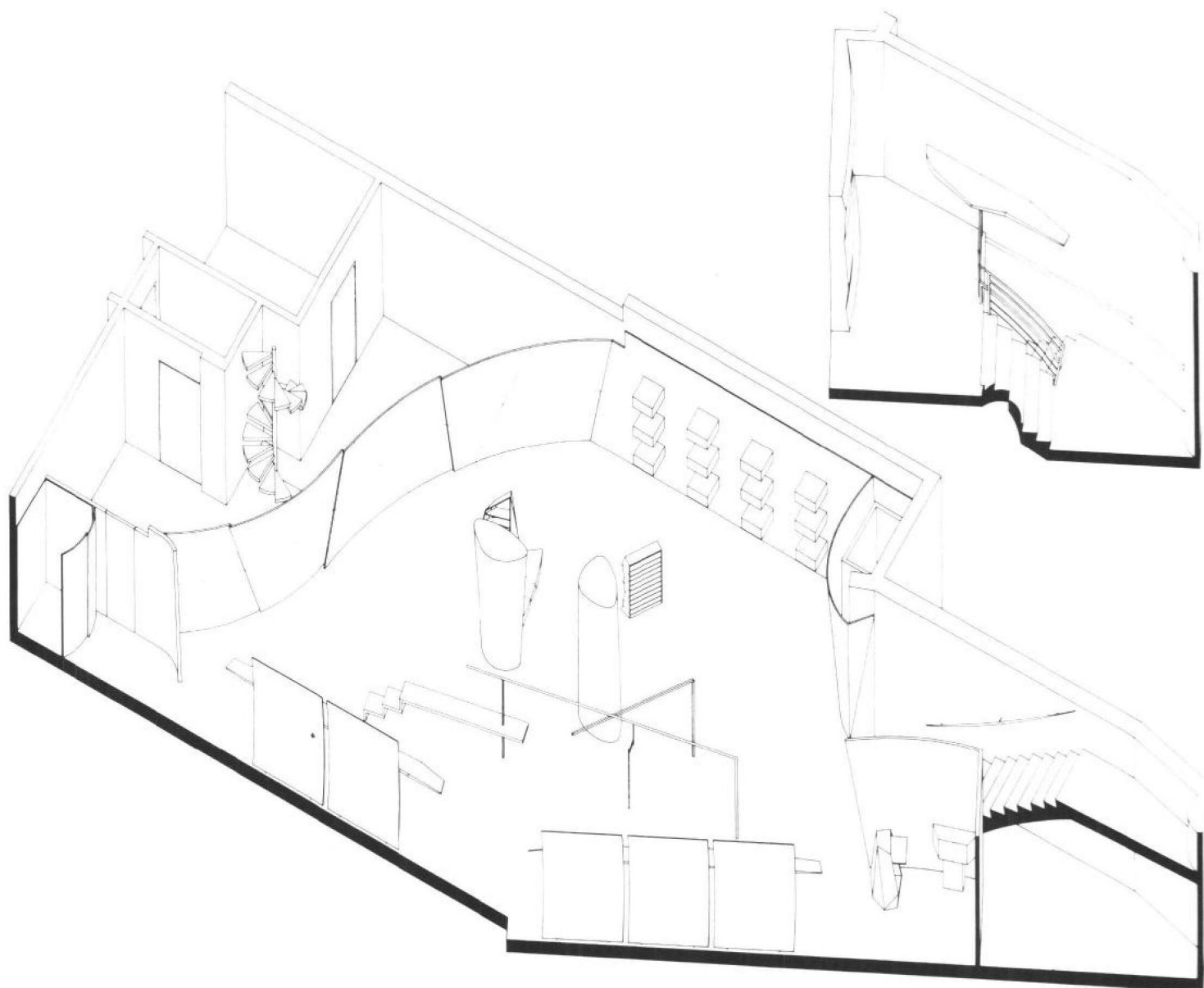
设计师简历

赛尔吉奥·卡拉特罗尼(Sergio Calatroni)
1951年生于意大利圣朱雷塔。

米兰的布雷拉美术学院毕业。

1984年与马伍利齐奥·佩雷加利(Maurizio Peregalli)、鲁宾·摩奇(Ruben Mochi)、罗贝尔特·马尔卡替(Roberto Marcatti)合伙设立泽乌斯(Zeus)家具制品销售公司。

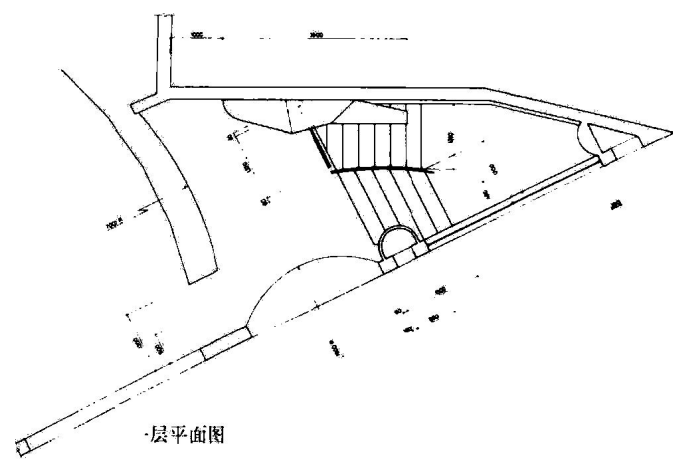
1986年设立主理新设计的研究、讨论、理论方面的出版社，同时设立自己的设计事务所。



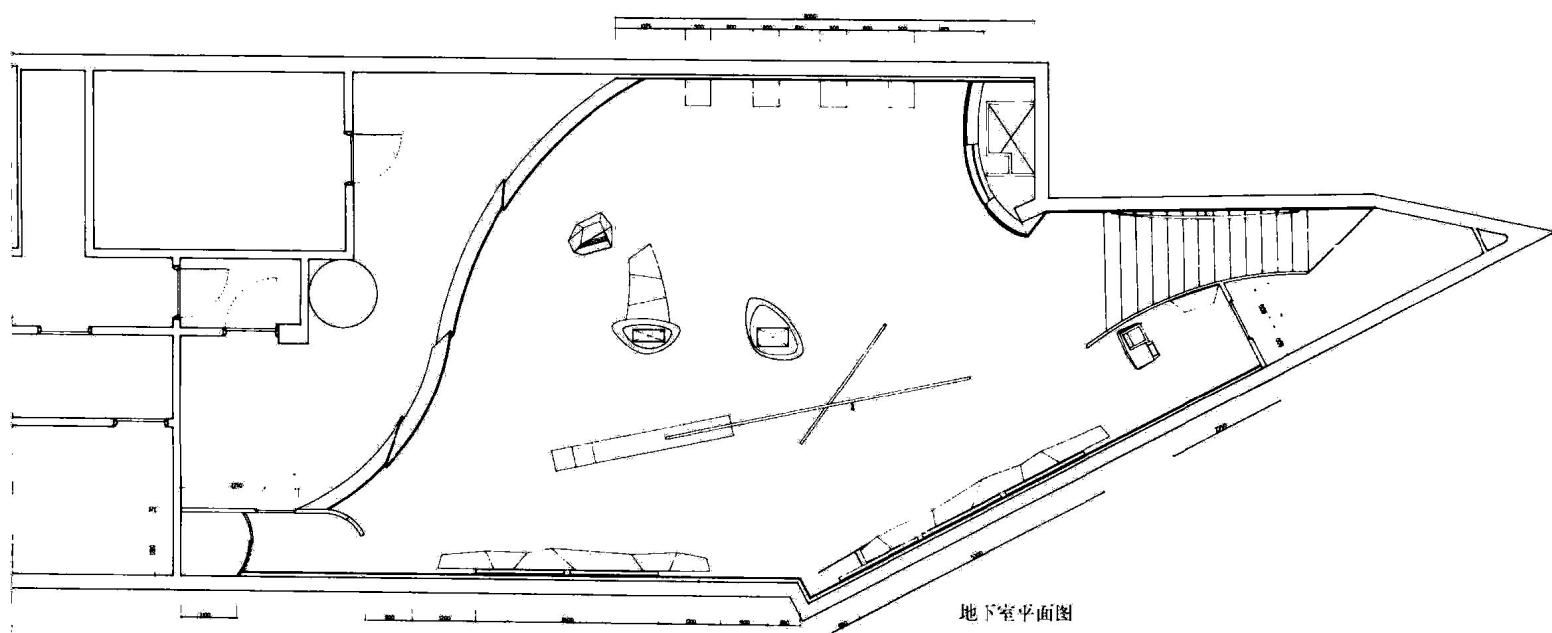
名称: 桧山男子时装店(Kashiyama Homme)
 地点: 包莱瓦德·拉斯帕尔 22 号, 巴黎
 (Boulevard Raspail 22, Paris)
 业主: 桧山·巴黎(Kashiyama Paris)
 设计: 赛尔吉奥·卡拉特罗尼(Sergio Calatroni)
 合作者 = 村泽胜照(Kazuteru Murasawa)
 装修材料: 墙壁 = 迪阿法斯(Diafos)贴面
 地面、楼梯 = 木材



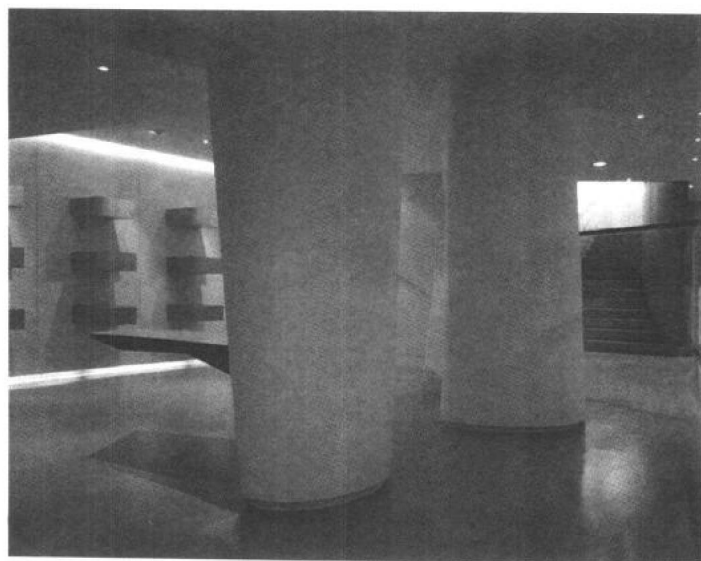
墙面的大型板材为木饰面铝板



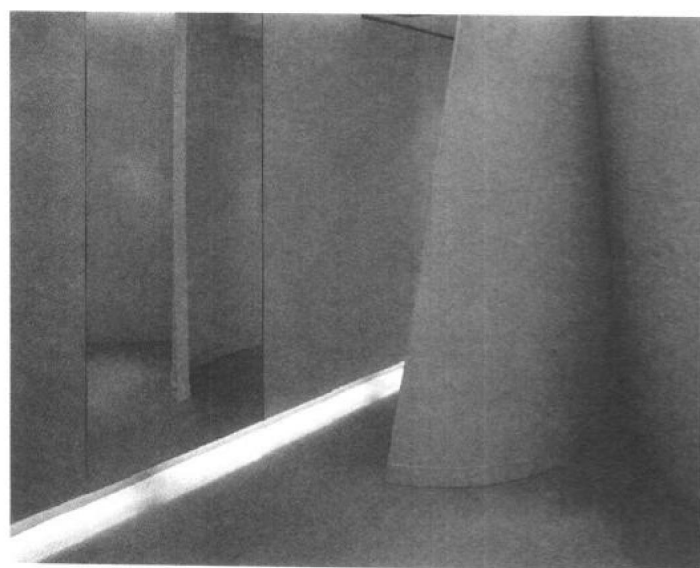
一层平面图



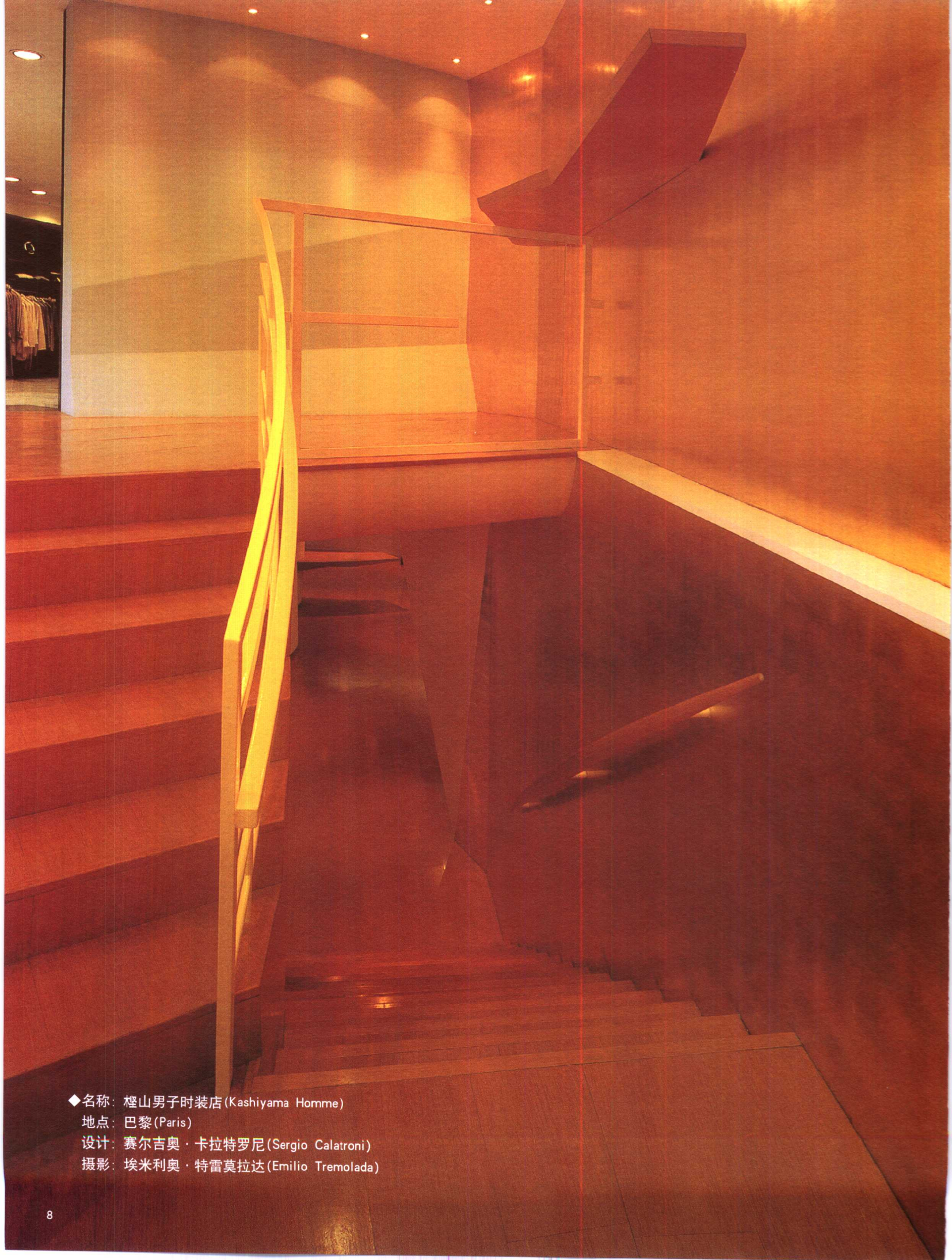
地下室平面图



店内中央的椭圆形柱子



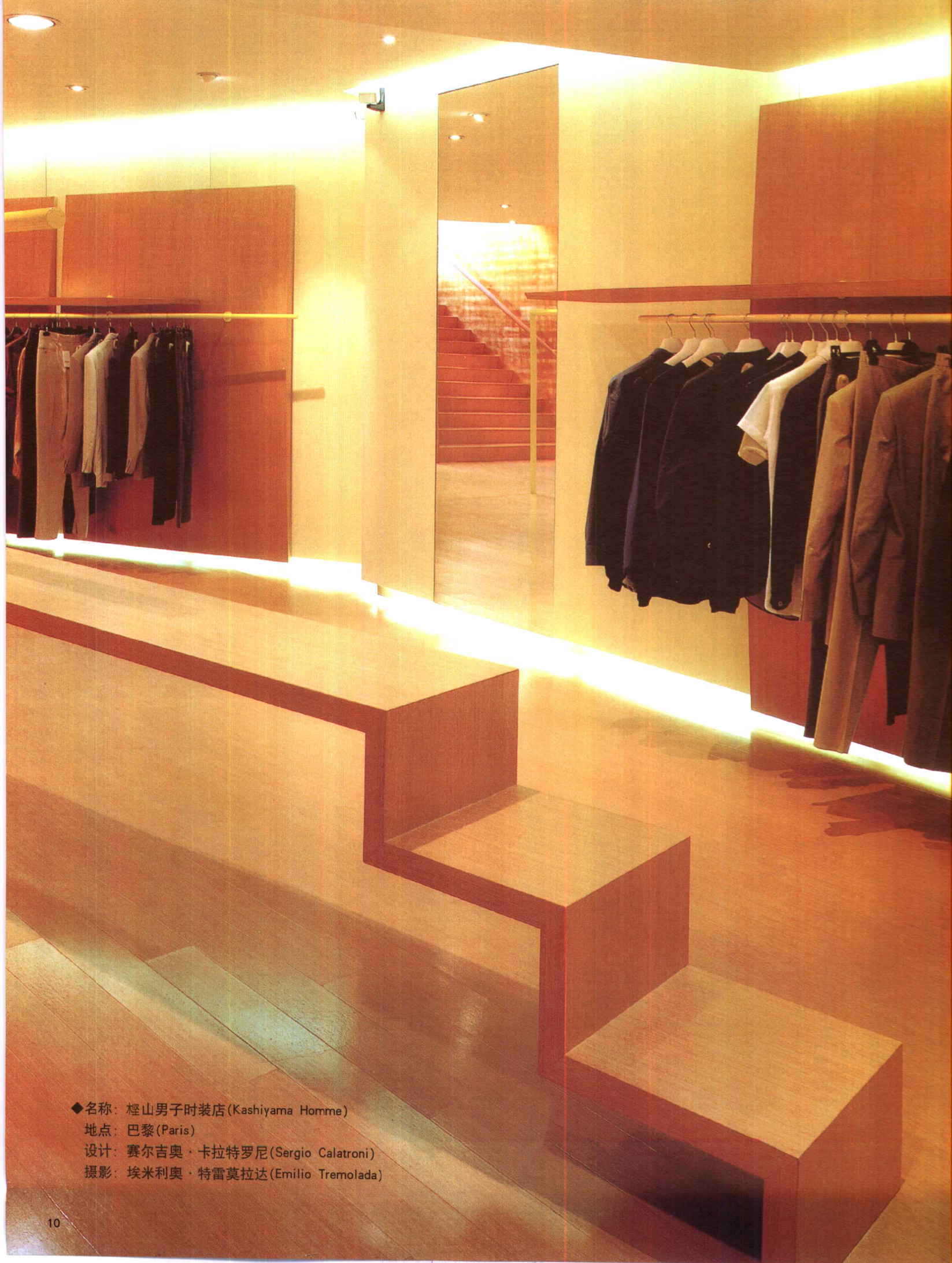
试衣间入口



◆名称: 榎山男子时装店 (Kashiyama Homme)
地点: 巴黎 (Paris)
设计: 赛尔吉奥·卡拉特罗尼 (Sergio Calatroni)
摄影: 埃米利奥·特雷莫拉达 (Emilio Tremolada)



◆名称：榎山男子时装店(Kashiyama Homme)
地点：巴黎(Paris)
设计：赛尔吉奥·卡拉特罗尼(Sergio Calatroni)
摄影：埃米利奥·特雷莫拉达(Emilio Tremolada)



◆名称：桤山男子时装店(Kashiyama Homme)
地点：巴黎(Paris)
设计：赛尔吉奥·卡拉特罗尼(Sergio Calatroni)
摄影：埃米利奥·特雷莫拉达(Emilio Tremolada)



◆名称：榉山男子时装店(Kashiyama Homme)
地点：巴黎(Paris)
设计：赛尔吉奥·卡拉特罗尼(Sergio Calatroni)
摄影：埃米利奥·特雷莫拉达(Emilio Tremolada)



◆名称: 桧山男子时装店 (Kashiwazaki Homme)
地点: 巴黎 (Paris)
设计: 赛尔吉奥·卡拉特罗尼 (Sergio Calatroni)
摄影: 埃米利奥·特雷莫拉达 (Emilio Tremolada)