

图书在版编目(CIP)数据

人·空间 / 黄翔著. —广州: 岭南美术出版社,
2006.10
ISBN 7-5362-3560-7

I. 人… II. 黄… III. 住宅—空间设计
IV. TU241

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第119124号

责任编辑: 阎义春 区志珊

责任技编: 谢 芸

人·空间

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

经 销: 全国新华书店
印 刷: 广州市快美印务有限公司
版 次: 2006年10月第1版
2006年10月第1次印刷
开 本: 889mm×1194mm 1/12
印 张: 14
印 数: 1-1000册

ISBN 7-5362-3560-7

定 价: 265.00元

岭南美术出版社

HUMAN · ROOMAGE

人 · 空间

ISBN 7-5362-3560-7



9 787536 235601 >

ISBN 7-5362-3560-7 定价：265.00元

HUMAN • ROOMAGE



HUMAN · ROOMAGE

人 · 空间

黄翔 著

岭南美术出版社





序 I

人性的皈依

蒋悦

按说，我是没有资格写这篇小文的，一不是业内权威，二不是舞文高手。好在艺术和设计都可以笼统纳入人文的范畴、美学的范畴，亦知道家庭之星追求的并非辞章的华丽，于是，在黄翔的盛情之下，便欣然从命了。

与家庭之星相识于两年前，先是结识了黄翔、老范，然后便认识了这个团队。

令我感到诧异的是，当学院派的大师们在商海横流背景之下纷纷走出象牙塔，用无数的“风格”和“主义”侵占空间设计市场时，家庭之星却能潜下心来思考，沉着地做事。他们的团队，真不可以单纯用“专业”去框架。他们并不认为自己在贩卖一种简单的有形产品，而是首先在传播一种思想和文化理念，设计一种人性化的生活方式，为每一个作品注入生活主题，使空间设计元素具有潜在的生命力。用黄翔的话说，“感受最深的，不仅是好的建筑、景观、室内设计师融入生活空间设计，而且是从中不断地感悟文化、哲学和做人的道理。无论是空间主题的规划，还是细节尺度的把握，我们的每个作品，都离不开对生活的体会和认知。”

“设计生活”这一家庭之星品牌主题词的创造性提出，我想就很有人文精神的思想锤炼，应该在业界具有存史价值。

在实践中，家庭之星团队又创造性地运用“生态·文化·玄学+智能”这些充满人性涵养的元素，贯注他们的每一个作品。

他们将生态的本元定义为人与自然共处关系的哲学命题，把树木、阳光、空气、水份都视作生活空间的原住民，让人文价值渗透设计思维，缔造出“私家园林”这一浓缩着生态美学精华与人文景观力量的概念和载体。读者从这本结集的别墅作品里，会共鸣到人与自然和谐共处的精神享受。而透过中洲中心园林景观作品，读者又可体味到家庭之星将“私家园林”神髓延伸至公共空间的心路轨迹。

文化品味是现代人升华生活品质的必须，一个没有文化内涵的生活空间，显然是缺失灵

气，缺失底蕴。如何将文化元素烫贴地表达于生活空间，是一道难题，更需要有人性的理解与彻悟。

我第一次去家庭之星设计师楼和生活馆，就被这里的文化氛围深深地感染和笼罩。这是我理想中的工作环境，它贴近自然，强调文化，提升人本，是一种宁静、内敛、大气、亲和的空间营造。尤其生活馆，是家庭之星用集体智慧精心打造的一个示范空间。“唐馆”的风格朴简、沉实、大方像男性，“清楼”的风格淡雅、活泼、细腻如女性，完美地体现了中国哲学中的阴阳合谐。进入生活馆像进入了艺术氛围浓郁的殿堂，在这里，艺术品的点缀精到细微、恰到好处；每一个转折处的灯光明暗冷暖，不温不火；功能布局合理适用，决不铺张。这是一个有魔力的气场。

结集于此的作品，都是家庭之星的设计精华，都有着不同的空间主题与性格演绎，是充满着创作灵感和设计元素的精确表达。“漫友文化”的明朗、时尚充满青春的亮丽元素，“奔驰广州4S中心”的理性和后工业风格的简约，以及那些为高端客户设计的风采各异的豪宅和别墅，都充分地体现了家庭之星在人性关怀核心思想映照之下的文化品格和生活智慧。

就连每个作品前面的几百字短小引言，都能引发读者人性感动之余的惊喜。黄翔作为家庭之星的总设计师，并没有格式化地着眼于阐述作品的设计思维、设计元素和设计效果，而是将笔墨摆在了创作过程中与业主的沟通、切磋、互动与碰撞，摆在了对生活理解、生活主张和生活态度的探索层面上。一则引言，就是一则人文的心灵的读本。

人类历史是一部文明不断战胜野蛮的历史。在这演进过程之中，文明又不时遭遇野蛮的践踏而成为牺牲品。跌跌撞撞，我们进入了后工业时代。物质的昌盛与精神的退化是后工业时代的表征之一，人性的本元连同自然的本元往往在“文明”的名义之下遭遇漠视。这不能不说是人类的一种宿命。我们太需要唤起一种使命，唤起对人性回归与自然回归的历史思考。

在空间设计领域，我们同样需要这一唤起，让种种“风格”和“主义”制造的冰冷不再成为枷锁精神的硬壳，建构起吻合人性本元的高品质生活空间。

家庭之星《人·空间》的出版，向我们传达了一种憧憬和感动。

2006年8月29日

（作者系中国美术家协会会员、广东美术馆副馆长）



序 II

思·想

黄 翔

一个偶然的的机会，受好朋友廖秋霞之邀，到即将落成的万科城转了一转，感受很深也颇有共鸣。

这几年，自己在实践将生态元素延伸至生活空间和公共空间，探究别墅空间和私家花园、自然环境三者间的和谐。那里的山、林、阳光、建筑，正好把三者结合。建筑大师严迅奇老师用条形木质外墙与玻璃构架，既表达后现代建筑风格的简约之美，又在环境中体现东方的禅意。他们将自然环境、建筑艺术作品与地产项目不着痕迹地融合，创意行云流水。

从万科城选址、策划、设计、建造乃至人文诉说的用心，再一次印证，每个成熟品牌的每个细节，不仅表现出专业和品质高度，更刻划出背后的价值观。

回想起来，家庭之星虽创立了国内首家集建筑、景观、室内设计的设计师楼，同时在空间元素、生活感知的探究实践中收获了不少学术和作品，但八年历程，走得很苦、很难。中途不止一次想过放弃，但有大家的鼓励和大家的坚持，让我挺住了。八年，经过团队的刻苦努力和艰难攀登，成为高端生活空间创作的领跑品牌，成功凝聚了每个人的心血。在品牌培育发展中，客户给了我们很多的信任和欣赏，是他们成就了我们的生存和成长。

这本书，集合了我们近两年的一些作品。每个作品都是设计师楼发展的小段落，它们都有着不同的背景和故事。由于对出书没有太多的经验，因此花了近半年的时间撰写并成书，幸好有蒋悦老师和金城老师的参与讨论和指导，五易其稿，才有今天的面貌与您们见面。

《人·空间》将成为家庭之星设计师楼作品的丛书。未来，我们继续会有好的作品与您们分享。

2006年9月17日

（作者系广州大学建筑装饰专业教学指导委员会主任、广州市建筑装饰协会副会长、家庭之星设计师楼总设计师）

CONTENTS 目录

序 I 8

序 II 10

豪宅空间

汇美景台复式住宅 18

凯旋会复式住宅 30

金海湾住宅 I 42

金海湾住宅 II 52

别墅空间

雅居乐园林别墅 68

锦绣香江园林别墅 82

凤凰城园林别墅 94

公共空间

Mercedes-Benz4S中心 114

漫友文化传播机构 128

中洲中心景观 138

家庭之星设计师楼 150

项目作者 162

