

2016 中国室内设计论文集

中国建筑学会室内设计分会◎编

2016 CHINA INSTITUTE OF INTERIOR DESIGN JOURNAL



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

2016 中国室内设计论文集

中国建筑学会室内设计分会◎编



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

• 北京 •

内 容 提 要

本书为中国建筑学会室内设计分会 2016 年 CIID 第 25 届杭州年会论文集, 全书共收集论文 46 篇, 图文结合、内容丰富, 包括空间与材料、民居装饰艺术、设计实践、传统设计文化传承、科学与艺术融合等各类主题。可供室内设计师以及室内设计、环艺设计、建筑设计等相关专业院校师生参考借鉴。

图书在版编目 (C I P) 数据

2016中国室内设计论文集 / 中国建筑学会室内设计分会编. — 北京: 中国水利水电出版社, 2016. 10
ISBN 978-7-5170-4834-3

I. ①2… II. ①中… III. ①室内装饰设计—文集
IV. ①TU238-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第247205号

书 名	2016 中国室内设计论文集
作 者	2016 ZHONGGUO SHINEI SHEJI LUNWENJI
出版发行	中国建筑学会室内设计分会 编 中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路 1 号 D 座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn
经 售	电话: (010) 68367658 (营销中心) 北京科水图书销售中心 (零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京时代澄宇科技有限公司
印 刷	北京嘉恒彩色印刷有限责任公司
规 格	210mm × 285mm 16 开本 12.5 印张 490 千字
版 次	2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷
印 数	0001—1500 册
定 价	50.00 元

凡购买我社图书, 如有缺页、倒页、脱页的, 本社营销中心负责调换

版权所有 · 侵权必究

目 录

陈设艺术设计的创新表达	范 伟 彭曲云 /1
“设计师酒店”的设计战略探析	任永刚 王菲儿 /4
羌族民居室内环境营造的特征	陈依婷 李瑞君 /8
传统工艺在当代室内设计中的新应用	王凌宇 /13
城市地铁交通暴雨内涝时空间导向标识系统可识别性设计探析——以武汉地铁二号线为例	刘书婷 /18
有机共生的拓扑空间建构——南京链条厂旧建筑更新研究	卫东风 /25
地域文化与色彩心理学的碰撞——昆明医学院第一附属医院呈贡新区室内空间的色彩运用	王凤娇 /29
现当代建筑光的精神意象营造	姚晶淇 矫苏平 /32
绿色建筑室内装饰装修理念的实践——以某部委办公楼维修改造为例	董 强 韩 昱 /38
从色彩出发 营造温馨舒适医疗环境——北京市羊坊店医院工程新建门诊楼室内设计	朱 轩 /43
精品酒店室内设计对功能需求和审美需求的实现	谷宗乾 /45
老龄化社会下社区室内设计的发展和思考	张 凯 /47
砖雕小考——山西砖雕	李 弢 /49
个性化视觉语言在展示设计中的体现	杨子奇 /53
装置艺术在胡同更新中的运用研究——以北京青龙胡同为例	杨 琳 李奕慧 滕学荣 /56
城市文化视野下的公共艺术	谢玄晖 韩 冰 /61
基于创新型人才培养的环境设计课程体系研究——以展示设计课程教学为例	韩 冰 谢玄晖 /64
蚁族家园的优化性设计——微型住宅空间的弹性设计	任永刚 吴冠群 /67
灰色空间在胡同改造中的研究与运用	滕学荣 王翌伟 /70
以研究性学习为导向的研究生教学探析 ——以北京服装学院环境艺术设计专业研究生教学实践为例	李瑞君 /73
哈尔滨工业大学深圳校区教学空间多义性设计探究	余 洋 周立军 郎林枫 /76
艺术不等于设计思辨——回归真实的设计	张长江 /82
基于有机更新理念的浙江省东许村建筑环境可持续发展设计初探	吕勤智 魏红鹏 /85
BIM技术在室内设计的应用	张 静 杨金枝 /90
“数字渗透”在建筑表皮设计中的表达	赵阳臣 /95
宗族血缘型传统村落的布局及民居建筑装饰特色解读——以鄂东南大冶水南湾村为例	辛艺峰 刘 超 /99
文化基因传承在地域性建筑及其内外环境设计创作中的应用研究 ——以甘南藏族自治州藏医药研究院医技楼为例	后永平 吕文卉 /107

武汉楚河汉街服装商业橱窗空间中色彩设计的分析研究	王 枫 /111
武汉市楚河汉街餐饮店入口空间的灯光照明设计调查研究	廖博靖 /114
汉口租界历史建筑的装饰艺术研究——以巴公房子为例	章煜婕 /118
商道文化在建筑装饰中的体现——以洪江古商城为例	杨鑫芄 /125
阁楼空间在台湾民宿设计中的应用	姚海静 /129
基于建筑外维护改造设计的高校室内热适度节能研究	季 翔 李晓伟 /135
当代灯光设计新探索	刘 雯 矫苏平 /140
跨界与融合：城市文化延伸下的旧书城环境更新	林 韬 /145
作为一种操作策略：“拼贴”在室内设计中的体现	徐 杰 /150
展示设计中可借鉴“望闻问切”的宏观性哲学理念——以高校博物馆的展示设计为例	任康丽 /153
“建筑漫步”及当代延展	李纤纤 矫苏平 /158
农村文化礼堂建设在展陈设计上如何体现“一村一色、一堂一品”的内涵要求	施徐华 /166
汉口租界教堂建筑外窗结构及装饰研究	汤 佳 /170
初探城市景观设计中文脉传承的综合表达	舒惟莉 /175
关于改造装修工程中给排水设计常见问题与解决方法的探讨	胡海涛 刘灵菊 /182
精装修工程施工管理要点	郑 嵩 /184
有机理论在高尔夫球场建筑设计中的实际运用	卢 松 陈梦园 崔琳茜 /186
绿色设计理念在室内设计中的应用	郭 佳 /189
功能与形式的有机融合——中新天津生态城天津医科大学代谢病医院综合楼室内设计	蔡 越 /191

陈设艺术设计的创新表达^{*}

■ 范 伟¹ 彭曲云²

■ 1 湖南师范大学美术学院 2 湖南科技职业学院

摘要 陈设艺术设计概念的解析能更好地明确其在设计活动中的作用及价值。本文围绕室内物质与非物质环境的复杂关系,提出“形意场”的体系来评价各陈设物件及其相互关系在设计上的优劣。在陈设设计宏观层面精确分类把握的基础上,将微观层面的创新方法归纳为六类“动”的思维方法,更为直观有效地将人的物质欲望与精神追求统一起来,推动陈设艺术设计中人在自我价值追求上的创新。

关键词 形意场 陈设艺术设计 创新精神

1 陈设艺术的解析

陈设从字面上看,可作动词,意为陈列、布置、摆设。如汉代应劭所著《风俗通·声音·琴》中有:“然君子所常御者,琴最亲密,不离于身,非必陈设于宗庙乡党,非若钟鼓罗列于虚悬也。”陈设也可作名词,意为摆设的物件。如宋代孔平仲的《孔氏谈苑·王文正清德》中有:“一日御宴,陈设鲜华,旦(王旦)顾视,意色不悦。”陈设相对应的英语词有display与furnishings,前者有显示、展出、炫耀之意,从人的使用角度阐释陈设的主观目的;后者包含广泛,意指家具、设备、室内陈设、服饰等,强调从空间“供给、装备、布置”的功能角度解释陈设的客观目的。

其实,陈设产生之初就具有“供给”与“展示”的双重属性,为了供给保证功用,为了展示添加装饰。最早围绕衣食住行学劳乐而制作的物件都是为功用而生的,连吸引异性的装饰花束、记录的字画、纪念的物件等也都有着其独特的生活功效。当这些物件被用作特定空间摆放时,就成了陈设用品,人们也开始有了自觉的空间陈设意向,并逐渐积淀出丰厚的陈设文化,如明代的《长物志》就记载了多样的陈设用具及使用方式。^[1]

从空间上看,陈设动作可以作用于建筑物的实体本身与内外空间部分,陈设物可放置于室内外所有可展示的区域,呈现为固定状态与可移动状态;从内容上看,陈设涵盖了除建筑及构件外的所有与人活动相关的物象,包括家具、家用设备、灯具、织物、器皿、书籍、玩具等具有一定装饰作用的功能性陈设品,也包括雕塑、字画图片、纪念品、工艺品、观赏性山石、植物等纯粹装饰性陈设品。众多物件只有放在某一空间中被组织起来使用才能称之为陈设物,如果横七竖八、东倒西歪,好似仓库中随意放置的物品时,它们就失去了空间内在逻辑秩序的陈设功用,

也只能回归到该产品的最初身份。

“陈设”与“艺术”两词结合的出现,表明生活的摆设开始更具规律性、审美性、情感性和创造性,这使得陈设现象的主观个性表达更为强烈,更具有开拓性追求的生活理想。所以“陈设艺术”是特定空间中,自觉创造或组织各类空间形态^[2]来满足特定人群在物质与精神上高品质生活追求的艺术或实践,其通常具备因利而生的功用、因形而华的美感、因感而忆的回味、因时而动的新意。将“设计”一词分别与陈设或陈设艺术结合,两词含义是一致的,说明社会已发展到重视陈设空间塑造中的目的性、专业性与商业性的阶段。所以陈设(艺术)设计是围绕既定空间场所,服务目标人群,完美制造或组织各类功用性、装饰性空间形态来提升物质与精神生活品质的创造性活动。这包括了陈设品本身的制作与组织。

如果仅针对室内空间,室内陈设(艺术)设计是指围绕建筑内部空间环境,服务目标人群,有计划地制造或组织各类功用性、装饰性空间形态来规范、提升物质与精神生活品质的创造性活动。其中陈设品创新的目的是为了营造更加理想的艺术空间,而不是以制作产品为目标。在室内设计中有用“软装饰”一词指代“室内陈设艺术设计”的提法,虽然二者涵盖的内容接近,但概念使用上还是有差别的。首先陈设物件包括功能性与装饰性两类,强调空间中规范性的供给与展示属性,软装饰从字面上看仅有“装饰”特点;其次,“软装饰”是相对于室内墙地顶等“硬装饰”而言,陈设却没有相对比的词汇;最后,软硬是相对的概念,不少“软装饰”概念的定义也较为混乱,涵盖或大或小,有的以软质材料为特点、有的以物品的可移动性为特征,还有的以软文化及行为表达为方向等。^[3]虽然“软装饰”一词易于室内物件归类,以便大众通俗理解,但“室内陈设艺术设计”比“软装饰”更能精准地把握学术的专业特性,更具未来发展的包容性。

^{*} 本文为2014湖南省教育厅优秀青年项目“空间语境下家具形态的创新研究”(批号14B120)、2015湖南省教育厅优秀青年项目“湖南传统家居陈设文化的传承和创新研究”(批号15B100)的阶段性成果。

2 陈设艺术的创新

在物质条件极大丰富、精神生活极度多样化的今天，围绕特定空间的陈设要求，如何从众多产品中挑选、如何组织合适的产品、如何创造更完美的产品成为室内陈设设计创新的关键。这可从陈设形态创新角度来把握。

2.1 宏观系统下的精确性

每件被选作陈设的产品，都有其特有的造型、色彩、材质等形态要素，各要素均传递着或多或少的物质与非物质的信息。每个形态都有自己的场域，这个场域既有人的行为活动所赋予形态的领地范围，又有在人思维参与下视知觉所判断出的空间区域。这个场域是实体的“形”与虚体的“意”相互复合于空间“场”的有机整体，我们可以称之为“形意场”，其具有张力性、层次性、多义性、包容性的特点。^[4]

在特定室内空间中，硬装系统下的地、墙、顶、梁柱和软装系统下的家具、设备、绿化、灯具、陈饰、视传信息等共同构成完整的物质存在环境。这些汇聚在一起的形态又构成复杂多样的非物质环境，形成地域场、经济场、美观场、技艺场、功用场、情趣场、伦理场、民俗场等八个“意义”方向上的感知判断，并带动了人的情感走向。室内陈设艺术设计需要精准地宏观调配物质层面各个要素与非物质层面的各个场域，历史上各时期的物质与非物质环境规范化形成了室内各具特色的风格样式，如中国风、欧式古典、美式田园等。

社会的不断进步促使人总是在有意无意地改变着空间，人将众多静态瞬间感受串联成为动态印象。如用八个“意场”动态考察各物质形态变化的优劣关系，可让设计者与消费者共同评价陈设形态设计的成败，并用“形意场”的交错平衡来化解矛盾。室内设计可从主体立意时就整体考虑陈设间的协调性，如以特色的火锅餐饮来全盘构思空间内的桌椅、餐具、灯具、墙面装饰等陈饰物，为特定就餐人群营造出独特的饮食文化（图1）。再如以“至善”为主题的教学楼大厅改造中，类似算盘珠的陈设隔断，正反两面都形成了“善”字意象，强调为善要真，不可虚假。“孔子”式样的手形雕塑相合后的中空部分如水滴，代表为善须点滴做起，才有积善成德的成果（图2）。

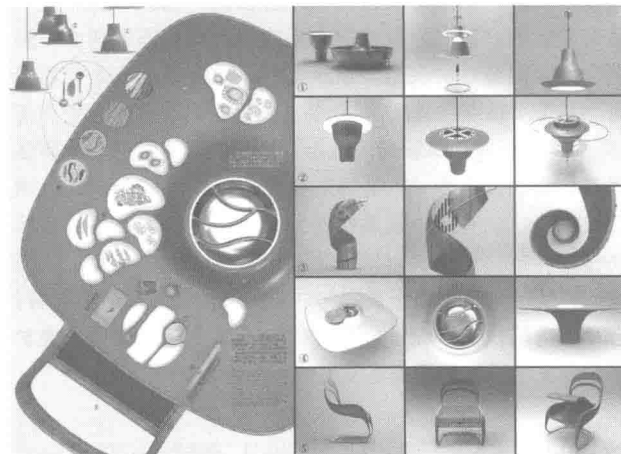


图1 室内物件一体化的陈设构思

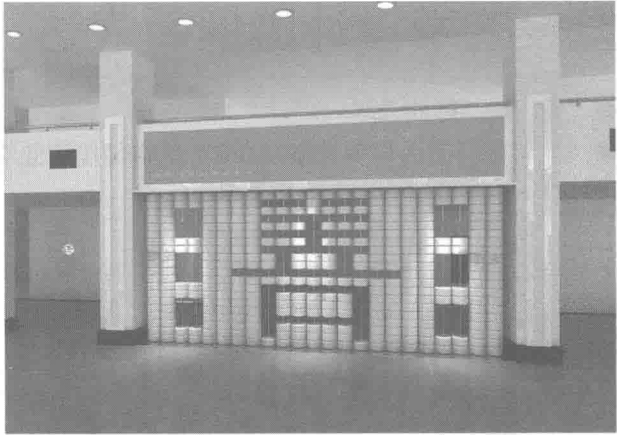


图2 整体构思下寓意深刻的陈设配置

2.2 微观系统下的概括性

借助“动”的构思来把握过去、现在、未来的陈设样式，可以突破常态的固定思维表达由于人的情感可赋予“陈设形态”多样的创新思考，也使得陈设形态获得多样的被“动”的状态。“变”既是目的，也是过程，更是人类所有身心动作状态的概括。为此，宏观控制下的复杂变化可以在“动”的思维上归为六大类动态表达方向，^[5]具体如下：

（1）“仿”的模拟式创新。这是以自然物或人造物为仿制对象，制作形式具象或意向化陈设产品的艺术活动。“仿”是人类获取创新信息的主要方式，“仿”既可是静态，也可动态，甚至可以是对运动物质的瞬间模仿。如模仿具有慧眼开光意向的佛眼灯设计，适合安静禅意的空间（图3）。

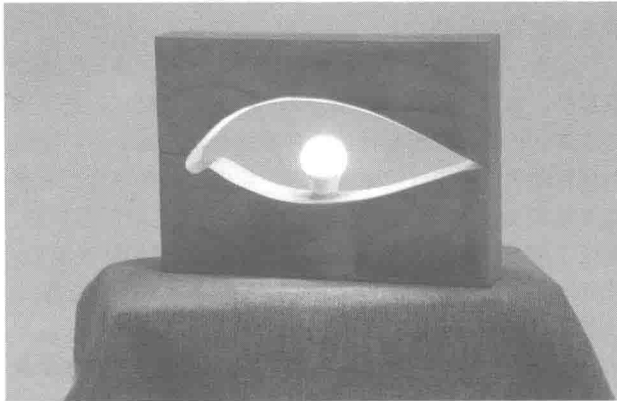


图3 具有禅学意味的灯具表现

（2）“换”的置换式创新。这是形态自身或形态间置换相应的组成要素或全部要素，形成脱离原陈设产品样式的艺术活动，具有发散式联想的思维特点。视觉形态元素累积越丰富，可产生置换的符号样式的数量便越多，这促使了陈设创新以系列化产品的形式推陈出新。

（3）“调”的渐变式创新。这是通过物理机械或化合处理的设计方式改变原陈设方式或形态，产生相应变化特点的艺术活动。“调”往往通过渐进式的动态处理，对整体或局部施加动作来获得独特陈设形态，包括挤拉、按压、扭曲、撕扯、捆绑、喷溅等常见物理性质的动作与烧、煮、

腐蚀等非机械性质的动作。当然，同一动态手法的使用因人而异，又会产生不同的视觉效果。

(4)“化”的形变式创新。这是在差异化事物形态间寻找联系点，并在形态的转变过程中确定陈设形态方向的艺术活动。“调”的结果或多或少地保留有最初形态的痕迹，而“化”出的最终形态则完全看不出事物创新的起点。“化”是一种在“调”的量变中获得形态质变的创新。如中国古代的《匡几图》正是以“化”的思维，使可收纳为一体的方盒组件转化为相互拼接的搁物架。

(5)“饰”的装饰式创新。这是以绘制、雕刻等方式将具有美化意味的形、色、质的内容融入到形态设计中的艺术活动。“饰”可以是表面化的形象装饰，也可以是肌理般的众多形态堆积。如整张弯折铁板上做了起伏的装饰镂空细节，视觉简洁大气中不乏细腻(图4)。

(6)“合”的组合式创新。这是将陈设在功能、材料、色彩、样式等方面的因素综合起来思考的艺术活动，其在思维上呈现集中式联想特点。如明代的《蝶几图》就是典型的多功能复“合”的家具设计样式。

可以说，上述陈设艺术创新的六类动态表达方式是微观创新层面的概括性思考，贯穿于人类思维创新意识的各个构思环节中，对物象动态改变的痕迹也会轻重不一。

结语

由于每个有限的生命体总是在社会空间中需找自身的定位与价值，彰显出文化与情感的陈设艺术空间正好满足

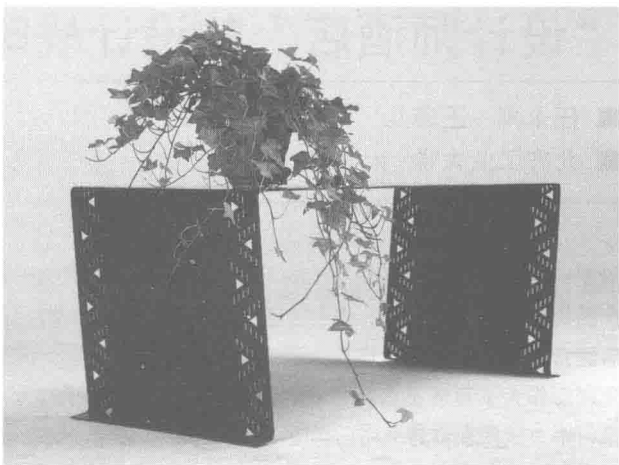


图4 简洁造型上的细微装饰表现

各类人群的差异化需求。^[6]所以除了物质功能的多样展现，陈设艺术设计更体现为精神生活上的创新。在亲身感受陈设实体带来心灵共鸣的基础上，人们借助图片、网络、甚至虚拟化体验等来比较和判断历史累积出的多样陈设空间体验，精神的价值追求也在不断地尝试与更新。在精英文化与大众文化交融并行的网络时代，“形意场”下的陈设艺术设计思维创新可以超越过去陈设艺术的常态模式，在风格的继承中不断演变，从而突破时空约束，获得身心状态的多样平衡。

参考文献

- [1][明]文震亨.长物志.汪有源,胡天寿,译注.重庆:重庆出版社,2009.
- [2]范伟,彭曲云.形态创新的空间表达.家具与室内装饰,2012(4).
- [3]陈健.论发展中的室内文化体系——软装饰.同济大学学报,2007(6).
- [4]范伟.室内主题语境下陈设形态的创新探究·2014中国室内设计论文集.中国建筑学会室内设计分会编.北京:中国水利水电出版社,2014.
- [5]范伟,彭曲云.家具形态设计的“动态”表达.装饰,2013(1).
- [6][德]基德黑尔格·弗格.移动性:艺术和建筑中的第四维度.吴笑韬,李丽红,译.刘成纪,校.郑州大学学报,2007(3).

“设计师酒店”的设计战略探析

■ 任永刚 王菲儿

■ 北方工业大学

摘要 随着历史的变迁和社会的不断进步,高速发展的旅游业大大刺激了酒店业的迅猛发展,人们生活质量的提高对消费产品提出了更高的要求,更加注重多元化、个性化、精品化以及情感体验,酒店市场为了提升竞争力开始不断寻求新的酒店经营模式。近年来,设计师酒店在全球范围内兴起,沉重打击了标准化的传统酒店模式,将设计师的原创设计和酒店文化理念作为了营销卖点。设计的作用日益显著,设计作为一种战略、一种创新、一种竞争力逐渐渗透到酒店的经营模式中来。本文试图在设计战略的角度上,从品牌、文化、创新和竞争等设计要素来展开设计师酒店的设计战略探析。

关键词 设计师酒店 设计战略 塑造策略

1 概述

随着各国经济的快速发展和全球一体化进程的加快,人们的生活质量水平日渐提高,旅游成为人们生活中休闲放松的一部分。大众消费观念随着旅游业市场的繁荣发生了巨大的改变,而酒店最初的住宿功能已经远远满足不了大众的需求,人们开始注重追求精神层面的品质要求。随着体验经济的到来,大众消费朝着多样化和个性化层面发展,人们的体验需求越发强烈,传统住宿功能的酒店显得黯然失色,人们开始对标准无差异的酒店产品产生厌倦的心理,这为设计师酒店的出现创造了有利的市场空间。

“设计师酒店”又称设计酒店或设计型酒店,是酒店行业里一个全新的概念,业内对它的定义是:采用专业、系统、创新的设计手法和理念进行前卫设计的酒店,是酒店产品的特殊形态,实际上是在酒店消费群细分情况下出现的高级阶段产品,是设计文化和酒店文化高度融合的社会人文现象,具有独一无二的原创性主题,且不受酒店类型、规模和档次的局限,与传统标准型酒店或连锁型酒店都不同。^①设计师酒店始于20世纪80年代中期,由世界著名设计师菲利普·斯塔克设计的纽约派拉蒙酒店,开创了“设计师酒店”的新篇章。菲利普·斯塔克对酒店做了整体而全面的设计,无论从酒店的大堂还是到客房的牙刷,他都亲自操刀设计,空间中的每一件物品都像是艺术珍品一样。这种艺术化的酒店形式很快受到业界的追捧和效仿,建筑、室内、产品等多个领域的设计师参与到设计师酒店的项目中,不同类型的设计师酒店相继在国外经营起来,形成了酒店业的潮流。国外的设计师酒店注重设计与文化艺术相结合,从酒店的整体风格到细微的空间物品无不体现着设计师的设计理念,比如美国Loft 523 Hotel体现了建筑师Frank Lloyd Wright的“有机建筑”的设计理念。另外,一些有历史的品牌酒店也通过设计师的设计有了新

面貌,如1911年英国Art House Hotel改建成博物馆式的设计师酒店。设计的浪潮席卷整个酒店业,不同类型的酒店开始意识到设计的重要性,纷纷向设计师酒店转型,设计师酒店已经成为了一种城市文化的地标。

2 “设计师酒店”的价值性战略要素分析

2.1 设计战略的含义

设计战略顾名思义,即设计和战略,是企业在充满挑战和竞争的市场环境下,对自身产品的开发和未来发展的设计谋划。清华大学美术学院著名学者蔡军教授认为:设计战略是在符合和保证实现企业使命的条件下,确定企业的设计开发与市场环境的关系,确定企业的设计开发方向和设计竞争对策,确定设计中体现的企业文化原则,根据企业总体的战略目标,制定和选择实现目标的设计开发计划和行动方案。^②

2.2 设计战略中的各要素分析

2.2.1 品牌战略

品牌的载体是产品,一个好的产品获得了消费者好评的口碑,无疑就树立了品牌的形象,品牌就好比产品的身份ID,代表着产品的质量和特色。在信息透明化的今天,品牌战略的持续变革已成为众多企业走向商业成功的关键,缺乏品牌战略设计的企业,必将面临被市场所淘汰的高风险。因此,品牌对于企业有着重要的商业价值,也关系到企业本身的市场地位。酒店的品牌战略也是如此,如桔子酒店为了迎合各个阶层消费群体的需求,打造了低、中、高三个级别的酒店品牌,分别是:桔子酒店、桔子酒店·精选、桔子水晶酒店。为了达到酒店品牌文化上的大一统和延续性,桔子酒店在设计它们的标识上可谓是下足了功夫,尤其在“桔子”二字上面。他们为了使设计具有新颖的品牌特征,不惜成本的大量投入,先后从LOGO和标识文字上花费了巨大人力和财力。先谈谈它的品牌缘由,

① 龙健. 国外设计型酒店初探[J]. 城市建筑, 2011(4).

② 蔡军. 设计战略研究[J]. 装饰, 2002.

为了让“桔子”二字富有故事性，最初建设酒店时候就策划了一个非常有趣的故事：它的品牌创作灵感来自于美国加州的桔子郡，酒店的创始人吴海在这个郡入住了一户私人酒店，酒店的氛围带给他一种极其有趣味性、温馨优雅富有个性化的体验模式，在那之后，吴海被这种非常有创意的体验模式深深打动，后来他亲自策划打造出了富有个性化体验模式的酒店——桔子酒店。虽然这个故事没有得到创始人吴海的亲口确认，但是在各大互联网中已经被广泛传播。这个偶然的故事就带来了品牌战略的思维模式，创造出了“桔子”的最初形象，并在后来衍生成国际化的酒店品牌形象。

2.2.2 文化战略

酒店的文化象征和特点决定了顾客对于评价一个酒店是否具有品质的关键因素。它的文化内涵不仅仅体现在物质需求方面，精神财富的积累也同等重要。尤其是设计师酒店，顾客们更是围绕酒店主题的文化展开选择体验，因为设计师酒店的创造就是给顾客们带来独特的居所，以满足最大的精神需求，排斥同样性。文化的高级层次不仅仅是单纯地体现出它的区域差异化、民族化和都市化的财富。设计师酒店打造出独到的故事性，目的是为了实现出更好的居住、视觉审美、和大脑可记忆化的结合。这种文化是建立于功能基础之上的，要高于一般的精神享受，但还不能分离开功能之外。通常来讲，设计师酒店也可以称之为“主题”酒店，是酒店的策划者精心打造出具有意义的而且富有趣味性的一个

主题，通过这样的主题自然的体现出酒店的装饰特色和人文内涵，还有相关的地域性文化，以此让顾客在享受着异域风格的居住乐趣同时可以品味着酒店的文化魅力。

2.2.3 创新战略

品牌战略的创新必须全方位进行品牌设计，并提出全方位卖点的品牌观，其核心思想就是要更加善于利用消费者的感官力来营销推广品牌以最终实现品牌产品与消费者之间的情感互动。从消费者行为学的角度上看，品牌战略创新就是要使消费者在消费的全过程中得到视觉、听觉、嗅觉、触觉、味觉的全方位体验与升华，以满足情感上的需要。桔子酒店的创新是从一种如何表现自我情感绽放的情怀中切入的。无线网络设备遍及全酒店，所有的客房都配备了液晶电视机，私人定制化的娱乐节目或国际电视频道，每一家桔子酒店都有着不同主题的大堂（图1）。桔子酒店创新的是追求时尚而非奢侈，是建立在舒适居住环境下的高情感文化氛围。

设计师酒店的个性化服务也成为了桔子酒店的创新战略，桔子水晶酒店的客房设施已经超过了绝大部分国际五星级酒店标准，配备了飞利浦42寸液晶彩电、高品质的科勒卫浴、iphone和ipad均可以与电视以及客房高端音响系统相连接。酒店客房为了顾客高品质的住宿体验，还配有智能灯光控制和隔音系统的设计。另外，桔子酒店还提供定制服务，提供支持开门音乐点播功能，客人可以根据自我需求来定制属于自己的客房音乐（图2）。

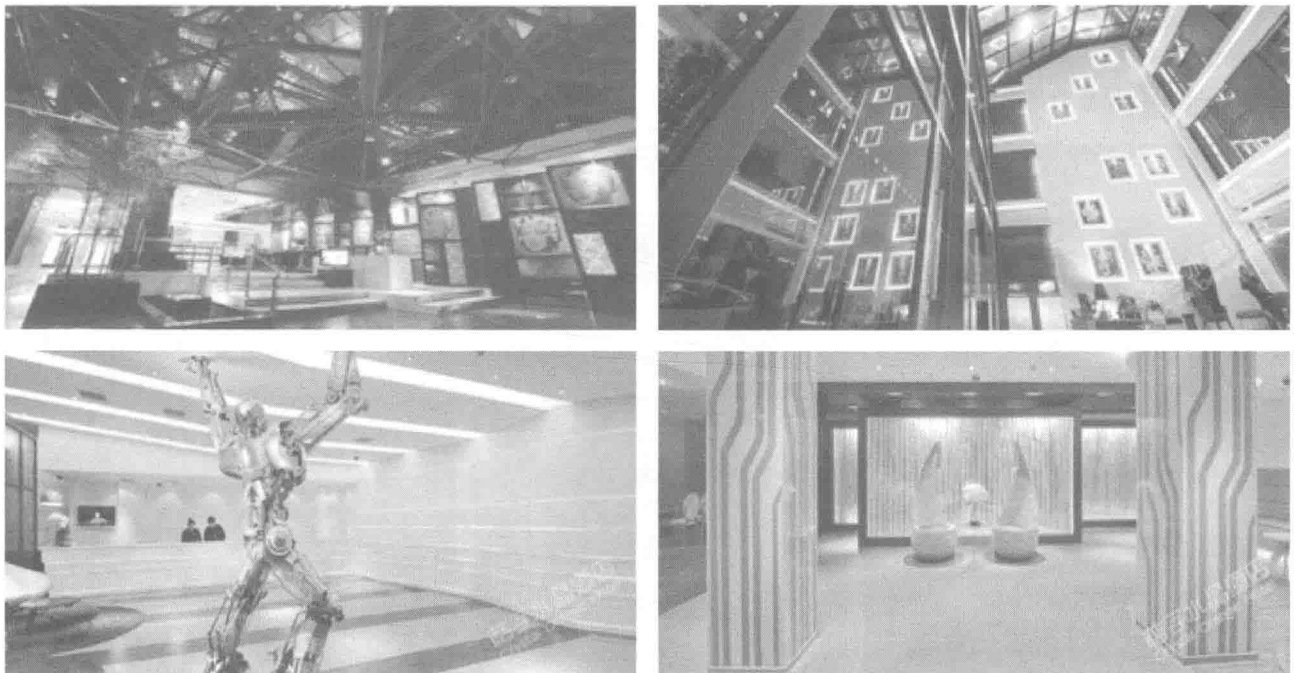


图1 不同主题大堂的桔子酒店

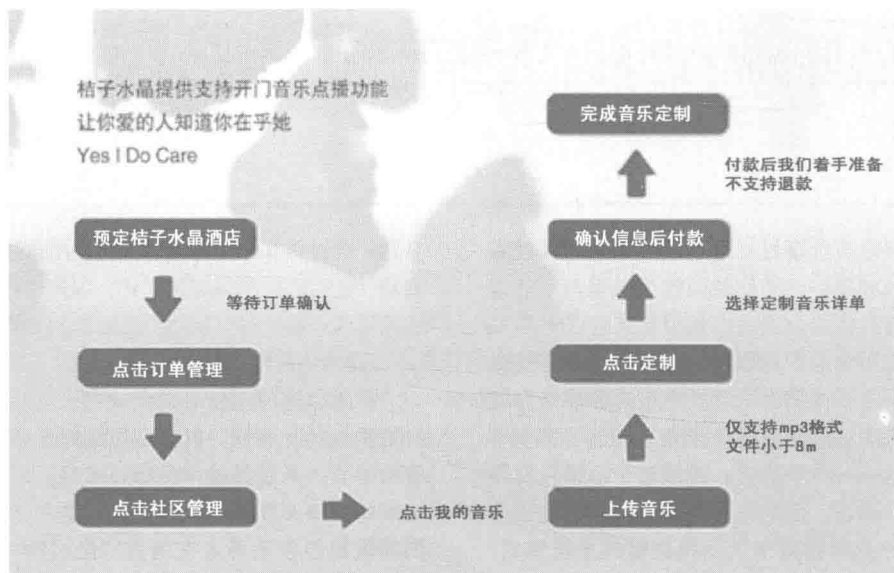


图2 桔子酒店开门音乐定制服务

2.2.4 竞争战略

美国的战略管理学家杰伊·巴尼曾经研究表明：任何一个行业或者品牌的竞争优势，都会体现在它的优质品质和创新的角度，这几个优势结合会响应顾客的满意程度。而“桔子酒店”成功的案例表明，设计师酒店通过极其富有内涵的主题故事作为竞争的优势，赢得了客观的商业价值和客户价值，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。设计师酒店的竞争优势通过独特设计感的酒店空间以及非常卓越的服务品质、创新、管理能力、品牌内涵，集中有效的包揽了客户，在市场中获得了不可动摇的位置。

桔子酒店通过努力的打造自己视觉和装饰的品牌，从而使设计成为了核心竞争力，每一家桔子酒店的设计风格都不相同。另外，桔子酒店比较注重细节创新，比如每个桔子的大堂都会有一个独创的前台，顾客在此可以任意的放置行李物品，任意的拿取；每逢节假日，桔子会送给客

户们倾心打造的主题毛绒玩具；桔子独有的宣传片——“十二星座”微电影，每一步的片头都会出现圆滑饱满的大桔子，完全与“桔子”的品牌象征高度契合。它的竞争优势无形中被这些因素运用于日常的营销和服务中，潜移默化的感染着客户的反响，把桔子的品牌印象深深的印入脑海里。此外，桔子酒店推出的三款针对不同层次客户的酒店品牌，面向更广泛的消费群体，这种差异化的酒店品牌模式以及高性价比的酒店服务成为了桔子酒店最有效的竞争力。

结语

本文站在设计战略的角度，首先明确了设计战略的含义，其次从影响设计战略的各要素出发，分析了设计师酒店的品牌、文化、创新、竞争战略，结合桔子酒店经典案例，探析设计师酒店差异化的经营战略。通过对设计师酒店相关理论的整理归纳，结合国内外经典设计师酒店案例



图3 土耳其 Mama Shelter 波普酒店

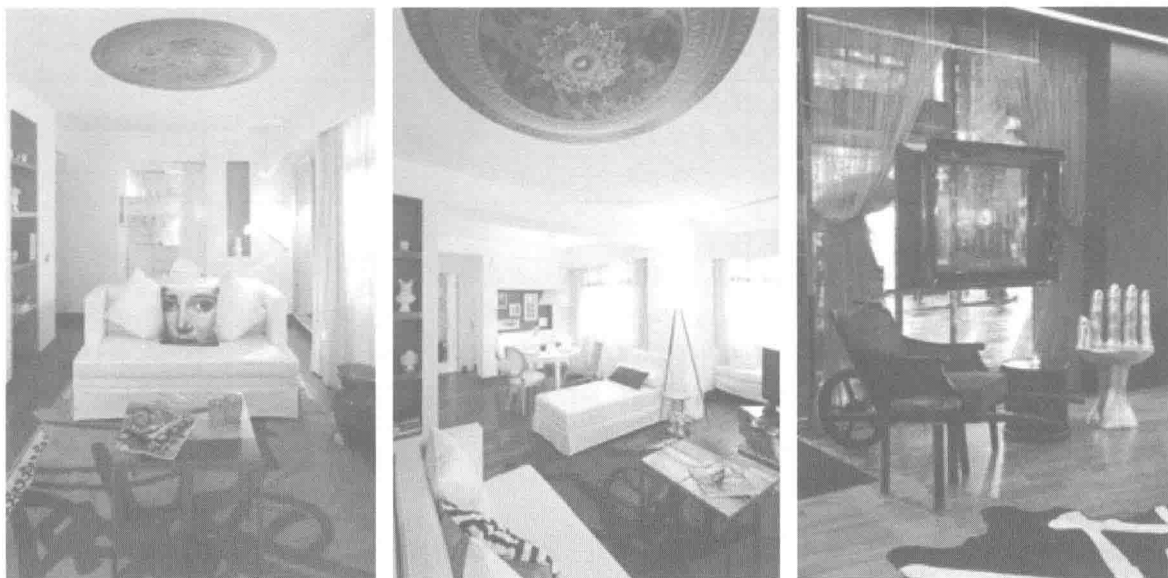


图4 香港J Plus 酒店时尚个性的陈设家具的视觉效果

(图3、图4),对设计师酒店进行了初步的探析。通过对设计师酒店的相关理论研究,以设计为突破口,对设计师酒店的设计战略和设计策略做出了研究,设计师酒店不同于其他传统酒店,在酒店空间设计上相对复杂,需要考虑

到社会环境、地域特色、消费文化等因素,在结合多种空间艺术和情感文化的表现手法外,巧妙合理的运用空间的塑造要素即空间形态、色彩、灯光、材质、陈设家具等方面来创造一个富有价值和魅力的酒店空间。

参考文献

- [1] 蒋正扬. 中国设计酒店的特点和趋势[J]. 家具与室内装饰, 2010.7.
- [2] 董万里. 室内环境设计[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2002.
- [3] 刘娅. “设计酒店”的文化特征[J]. 现代装饰, 2011(12).
- [4] 龙健. 国外设计型酒店初探[J]. 城市建筑, 2011(4).
- [5] 王奕. 酒店与酒店设计[M]. 北京: 中国水利水电出版社, 2006.
- [6] 孙佳成. 酒店设计与策划[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2010.
- [7] 胡亮, 沈征. 酒店设计与布局[M]. 北京: 清华大学出版社, 2013.
- [8] 刘曦卉. 设计管理[M]. 北京: 北京大学出版社, 2015.
- [9] 张道真. 国内酒店设计中若干实际问题的探讨[J]. 深圳大学学报, 1999.
- [10] 设计酒店的前世今生[J]. 室内设计与装修, 2009.
- [11] 王琼. 酒店设计的地域性和文化性[J]. 室内设计与装修, 2002(6).
- [12] 黄翠芬. 室内设计的色彩应用[J]. 广东建筑装饰, 2004(3).
- [13] 王玲. 浅析环境艺术设计中的情感空间设计[J]. 硅谷, 2012(1).
- [14] 埃莉诺·柯蒂斯. 酒店室内设计[M]. 大连: 大连理工大学出版社, 2004.
- [15] 牛虎兵. 关于设计酒店的思考[J]. 青岛酒店管理职业技术学院学报, 2010(1).
- [16] 张宇. 菲利普·斯塔克与设计酒店[J]. 建筑创作, 2010(1).
- [17] 郑曙阳. 室内设计思维与方法[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2003.
- [18] 崔笑声. 消费文化·室内设计[M]. 北京: 中国水利水电出版社, 2008.
- [19] 张琳. 酒店设计与酒店设计师[M]. 大连: 大连理工大学出版社, 2002.
- [20] 常怀生. 环境心理学与室内设计[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2000.
- [21] 蔡军. 设计战略研究[J]. 装饰, 2002.

羌族民居室内环境营造的特征

■ 陈依婷 李瑞君

■ 北京服装学院艺术设计学院

摘要 羌族民居根据其形式和用材大致可以归纳为石碉楼、碉巢、石砌民居、土屋、板屋五种样式。石砌民居、土屋、板屋虽然在用材上不同,但在建筑形式和内部格局上基本一样,基本都遵循着羌族传统样式,但又各有各的特点。尽管内部空间的组合各不相同,但有一个空间是所有民居中必然存在的,就是主屋。主室布置和陈设丰富庄重,其他房间自由随意,但神位、中心柱、火塘是每家主屋中必不可少的元素。经过长期的发展,羌族民居建筑在室内空间营造上形成了独有的风格。

关键词 聚居文化 羌族民居 影响因素 室内环境特征

任何一种聚落和民居都有其独特的地方,承载着该民族的历史和传统家庭形态,羌族聚落和民居自然也有其与众不同的特点和建筑文化。本文从微观的角度,探讨羌族民居室内环境营造的特征、住居方式与文化特色。

1 影响羌族民居室内环境营造的因素

人类文化的发展是一个不断适应自然环境和社会环境的过程,在适应的过程中,首先应该是对大自然的适应。生活在不同环境中的人们,在适应自然环境的过程中逐渐建立起自身的文化体系、生活习俗和住居环境。

在羌人眼中,万物皆有灵,他们崇拜天地、崇拜山林、崇拜先祖、崇拜万仙。他们把崇拜之物奉为神,因此出现了最具代表性的白石神、火神、角角神与中柱神。

白石神是羌人的最高天神,羌人堆砌白石于建筑最高处以镇宅庇护、保卫族人;羌人也崇拜火,视烈焰为太阳的力量,主室中的火塘便是这一精神的物质载体;角角神位于主室四角中的最重要的一隅,用于供奉各路神仙及家中先祖;中柱神便是羌人的一屋之魂——中心柱,他们将中柱视作维护宗族与家庭凝聚力的永恒力量,对其如神一般敬畏,平日里即便是小孩都不得触摸,若有人病痛则被认为是触犯了中柱神的后果。这种精神寄托有如古时对待帐幕中的立柱一般,是心灵支柱,是一家之魂。由此我们不难看出,主室中的中心柱便是把恋祖情节缠系其上,为古时候北方游牧时期所用帐幕中心柱的遗制。

这些文化习俗和宗教信仰对羌族民居的室内环境营造产生了巨大的影响。

2 羌族民居建筑

现今居住在我国境内各地区的羌族,唯属岷江上游地区保持了自远古以来最纯正的羌人古风。那里民风古朴,存留有数量可观匠心独运的古羌寨和民居,因此,成为大量羌族建筑、历史、文化研究者的必去参观考察之地。

笔者利用假期到桃坪羌寨等地对民居进行走访调查,近距离感受羌人的住居和生活。羌族民居根据其形式和用材大

致可以归纳为石碉楼、碉巢、石砌民居、土屋、板屋五种样式,占地面积都不大,一般在50~90平方米左右,用石材、黄泥、木材等可以就地取材的材料建造而成(图1)。



图1 石材、黄泥和木材营建而成的羌居

碉楼是羌族村寨中最具特色的建筑,是羌族人独创的一种特殊的建筑形式与空间形态。碉楼不仅具有防御和瞭望的功能,还是羌寨的中心点和标志性建筑。碉楼的建筑形态和空间特征非常明显,一般在一座碉楼下必然紧连着住房,与民居内部相通。碉巢与碉楼有一定的区别,碉楼的功能比较单一,而碉巢是一种碉楼与石砌民居结合在一起的建筑形式,因此碉巢又可称为碉楼民居。这种方式,既增加了室内的空间面积,又从空间组合、结构、材料和功能方面与民居彻底融为一体,是一种住居与防御的完美结合(图2)。石砌民居、土屋、板屋虽然在用材上不同,但在建筑形式和内部格局上基本一样,基本都遵循着羌族传统样式,但又各有各的特点。

羌族民居建筑大多为三层,有的高达五层。羌族民居沿袭了干栏式建筑的样式:一层为畜养和柴薪堆放之地;二层为主室和卧室,供人日常居住生活;三层为晒台和罩楼,用来晾晒和储存。有的民居依山而建,一层甚至二层的后墙壁都是直接利用山体的原生岩作墙,甚至有的民居的地板也为天然岩石。



图2 羌寨中独具特色的碉楼

羌族民居三层的标准模式中，不同的民居内部空间的组合相异，窑洞式或四合院格局的民居在很多羌寨都能见到，有的主屋开三门六扇，甚至还有中间有天井四周建房的汉区民居样式；有的外墙虽为石砌，而室内均为木质结构，雕梁画栋，明显受到了汉文化的影响。

3 羌族民居室内环境营造的特征

3.1 民居的主屋

羌族民居三层的标准模式中，尽管不同民居内部空间的组合各不相同，但有一个空间是所有民居中必然存在的，就是主屋。主屋也就是所谓的堂屋，相当于我们今天的起居室。因此，主屋布置和陈设较为丰富庄重，其他房间自由随意，但神位、火塘各家必不可少。在统一外观的前提下，家家户户在内部陈设中形成了自己的风格，这也是羌族民居建筑室内空间设置的一个鲜明特色（图3）。



图3 羌居的主屋

羌屋的主屋犹如现代居室的客厅，但论地位却远比客厅重要。以火塘为中心的主屋空间承载着羌人传统生活中的大部分内容，除劳作、就寝、如厕外，凡大小适宜的活动基本都在主室进行，包括烹煮、祭祀、家庭聚会、待客、起居、烹饪、餐饮等众多功能。主室空间还起到了联系周

边卧室和辅助功能房间的交通作用。

通常而言，主屋平面呈方形，中心柱则立于主屋对角轴线的中点位置，上顶粗梁，或横或纵，与火塘和角角神位所在的屋角处在一条对角线上，约占主屋空间四分之一。若主屋呈长方形平面，亦先满足这三者构成一条直线。主屋依各户自身条件，可大可小，若主屋宽度6米以上，则不少人家演化成距主室对角线中点位置等距离双柱的形式，如若更大则可发展成4柱，当然此种情况相对罕见。

在羌族的主屋中，神龛（角角神位）、火塘和中心柱必不可少。在神龛的摆设中，几乎每个羌族家庭都设“天地国亲师”位，但同时又有“角角神”与之并置；火塘和神位一般集中于主室，也有少数羌民家中的火塘和神位供于不同房间。因此，羌族石砌民居楼层和外观虽然比较统一，但在平面与室内空间组合上各不相同。这种丰富的空间组合令人惊叹，完全区别于其他民居的模式化。

在中国，饭桌上的规矩可以说独特的很，从座位的分配这种机制沿袭至今就得以窥见中国传统文化的根深蒂固。作为传统文化的精神载体，火塘自然继承了这一古老民族羌族的文化机制。羌房一般都依山而建，而火塘在靠山的一边，即靠角角神龛的一边是“上八位”，也是最尊贵的位置，每日就餐等活动时，家庭中年高德劭的人或者贵客便坐此座；“上八位”对面是“下八位”，这是次于“上八位”的位置，一般就坐着家中男性和客人；其余两边则是女性与小孩的位置，靠近大门的一边叫“下祖呢”，是女儿、孙子等晚辈就坐的，靠近灶房的一边叫“上祖呢”，是媳妇、孙女坐的地方，也是添柴加火的地方。

3.2 中心柱

各种类型的羌族民居基本采用墙体承重与梁柱承重相结合的结构，由于天气寒冷和火塘位置的关系，羌族人的日常活动大多集中在主屋。因此，主屋的空间一般大于其他房间。在建筑结构上需要在屋顶的椽子下增加梁柱承重，于是便出现了中心柱。羌族人把中心柱称为“中央皇帝”。于是民居中普遍存在一种独特现象，即在主屋中央伫立着一根支撑木梁的木柱，这便是足以“顶起一个家”的“一屋之魂”的中心柱。从这个现象看来，羌民居主屋内的中心柱似乎与帐幕中的中心支柱颇为相似，其实就是一种游牧民族生活方式的遗存（图4）。



图4 主屋中的中心柱

羌人用木柱立于主屋中心位置以支撑横梁,承担房屋荷载,起到安全稳定的作用。从空间功能使用这个角度看,立柱并没有发挥什么特殊功效。恰如帐幕中的立柱一般,基于结构考虑大于空间形式和功能考虑。

中心柱多是针对羌族人普遍采用的正方形主屋,这样角角神、火塘、中心柱三者正好位于主室的对角线上。至于少数呈长方形的主屋,为了使角角神、火塘、中心柱在主室平面的对角线上,中心柱就不一定能在中心的位置上,有时会出现双柱甚至四柱支撑的形式。

中心柱的装饰不像神龛那么繁缛,一般只是用彩纸剪出花样来挂在中心柱上,再插香祭拜;也有的人家将做活用的刀具插在中心柱上,时间久了,中心柱上满是刀痕,刀痕便成为中柱神的标志。

3.3 火塘

西南交通大学季富政教授研究羌族建筑多年,他在《中国羌族建筑》中写道:“中国人对祖先的崇拜和以家庭为中心的社会结构是互为完整的,它不仅表现在传宗接代,同姓同宗的延续机制上,凡一切可强化这种机制的物质与精神形态,皆可纳入为之所用。”于是乎,“火塘”这一物质与精神的结合体便成为了一个好例子。

羌族的火塘设计在形制上与西南其他一些少数民族有相似之处,从族源上来说,彝族、哈尼族、普米族、独龙族等族均为古羌族的分支。火塘是各族之间至今可见的族源关系的见证之一,体现出西南各族在文化结构上的相似性和相通性。

火塘又称“锅庄”,是羌族人生活中重要的区域,也是羌族人家中最神圣的地方和活动中心,羌族人的日常生活都是围绕火塘进行的。羌族地处高山,气候寒冷,长期湿冷,火塘终年不灭,称“万年火”,因此火塘又具有火神的象征意义。

火塘一般位于民居二楼主室的中心位置,设置在神龛下方,结构简单。古羌人的火塘就是由三块白石垒砌而成,“三石为一庄”,在上面架锅,形成最原始的火塘,再在火塘上面烤羊,使火、白石、火塘这三个羌族物质生活和精神生活中最主要的内容通过火塘融合在一起,给火塘赋予了极为神圣的内涵。而且,从形制上来说,这种习俗也是一种游牧民族生活方式的遗存,是羌族历史经历的反映。

三块白石或三脚分别代表三尊神的神位:一个代表火神,它是羌族人传说中对火崇拜的表现,后来又吸收了汉人灶神的概念,如认为火神一天要向天帝汇报三天该家的情况;另一个名“迟依稀”,代表女宗神,又称为婆婆神或媳妇神;第三个名“活叶依稀”,即男宗神或祖宗神。羌族人将祖宗放在火塘里,可能和古羌人死后采取火葬的习俗有关。由于现在青族人已经逐渐改为土葬,祖宗神位被移到神龛正中家神的位置。而火塘里的神灵也逐渐被后人遗忘。

火塘常见的形制是在地上开一个正方形凹坑,边长在150~200厘米之间。坑底部略低于周边的地面,内用三块向内的弯石砌成台基,在台基上放一个铁质三脚架,右上方一脚系一小铁环,这便成为了火神神位。平日里火塘

周围的地面上铺设粗麻布或兽皮,人们直接盘坐在坑沿边上,便可烹煮、熬制食物(图5)。此外,还有一种火塘是石砌的圆形凹坑,火塘底部基本与周围的木地板在同一平面上,周围放矮条凳坐人,形制规整实用(图6)。

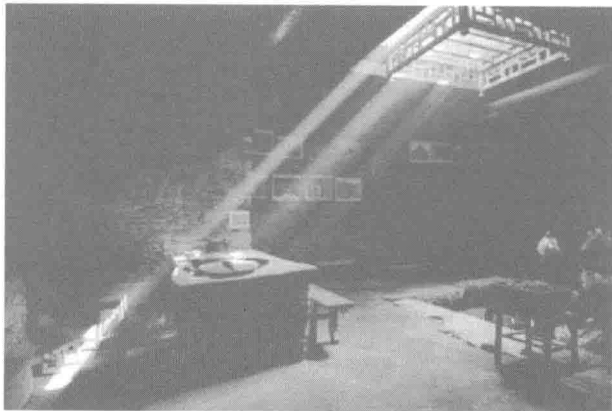


图5 主屋中的火塘



图6 主屋中的火塘

现在的火塘架均为铁制,一般为三脚,但在有些地区出现了四脚火塘铁架,这些现象与羌族传统文化上的火塘的结构不同,可能是从功能使用方面的考虑。

火塘所在的空间是羌族人进行室内活动最为重要的场所,它的空间位置决定了民居室内其他部分的布局关系,不论有重大聚会或是闲暇闲聊,羌人都会以火塘为中心,聚足于此,聊天南地北,扯家长里短;火塘文化也是羌族民居室内空间文化的直接影响源,它是羌民族注重以家庭为社会生产单位的明显表现,也是中华民族的传统聚居文化的缩影。

3.4 神龛

羌族几乎每家每户都有神龛。龛首一般为镂空雕花木板,木雕花纹以云纹、花草纹、龙凤纹为主,各家繁简不一。以前龛内供白石,现多供奉“天地国亲师”。龛台下方普遍设有神柜,有的有抽屉,有的没有。神龛的两边都是一排靠墙的柜橱,用来放置杂物或生活用品。神龛的装饰与经济能力有关,经济富足的人家,神龛装饰多丰富样,形式比较复杂,装饰得比较充分,木板上雕龙刻凤,或者雕刻其他有吉祥寓意的纹样。经济条件不好的家庭就会简陋一些,一般多用彩色剪纸来加以点缀和装饰。

3.5 挂火炕

火塘基本由火塘架、挂火炕、台基和木围栏组成。

“挂火炕”是火塘中一件功能非常实用的木制构件(图7)。挂火炕呈正方形,边长大约为150厘米,腿长约为100厘米,像是一张倒挂在火塘上空的方桌,桌面为条状木格子的样子,挂在火塘正上方约200厘米高的地方。桌腿与第三层仓房的地板位置连接固定,三层地面的地板开口,大约2平方米大小,与屋顶相通,以排放火塘中上升的烟雾与火星。更有一绝美味是悬挂在“挂火炕”上的腊肉、香肠,将腌制后的猪肉、猪肠挂于火塘上方,经过数十天乃至数个月的烟熏火燎,猪肉将水分慢慢排出,肉质变得香醇肥美,久放不坏,因而成为羌人家家家户户年年都爱备制的食物。此外,还可以把用来制作器物的木材放在上面烘烤,去除水分。



图7 主屋中的火塘上方的挂火炕

“挂火炕”不仅增加了堆放物资和炊煮的空间,丰富了使用功能,还可以使本来狭小的二层主屋空间层次增加,空间变大,削弱了空间的压抑感。二三层空间上下的贯通,使得屋内空气很好地流动,天井的存在,增加了主室的采光,使主室更显得明亮通透。

3.6 门窗

羌族民居的门除了门锁具有鲜明的地域特点外,其他方面没有什么自己的特征,主要还是考虑安全和实用。

户门的位置一般都在火塘的迎面,为单扇或双扇木制平开门,大多比较简单,有些门扇及围栏上都有木雕装饰,具有明显汉文化的特征。富裕家庭的门上,还会有类似垂花门样式的门头(图8)。

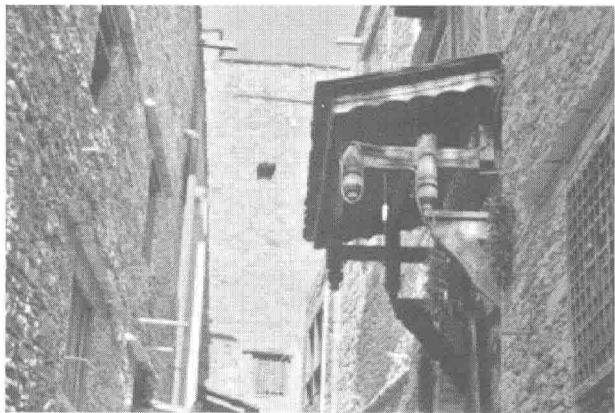


图8 羌居入口门头

羌族民族的窗户分为天窗、斗窗、羊角窗与牛肋窗、花窗等几种。

天窗的位置一般位于火塘顶部二楼的晒台上,一般都比较简陋,可以起到采光和排烟的作用,关闭天窗可以遮蔽雨雪。

斗窗是羌族民居中比较有特色的窗口。外口小、内口大,形状如斗,具有很强防御性,缺点是采光效果差。

羊角窗一般安在住宅三层罩楼的木板或油竹篱笆上,是专门用来在储藏室通风排尘的。羌族人在用油竹篱笆作窗时,将油竹弯成羊角形窗口,或在木板上锯出羊角型的窗口。牛肋窗和羊角窗的位置、构造、功能基本相似,只是窗形如牛肋。不同的牛肋窗既可以安装在实墙上,也可以安装在木板墙上。

花窗比较常见,尺寸较大,便于开启采光。花窗的纹样多样,有菱形纹、方格纹,有的还装饰其他图案,受汉族花窗的影响比较大(图9)。

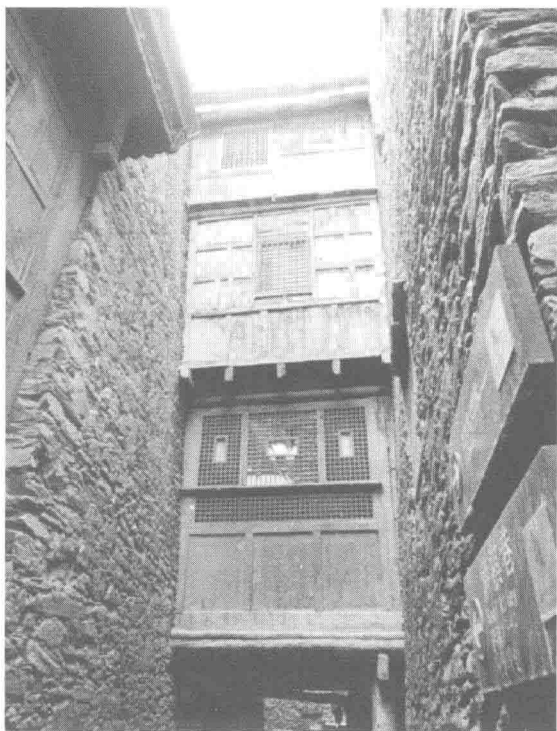


图9 花窗

3.7 羌族民居室内环境的装饰色彩

羌族人建房一般都就地取材，当地最容易得到的材料就是木材、石块和黄泥，建筑的内外墙面仍保留着原生态材料的朴素特征，很少在墙体和顶棚的表面进行油漆粉饰，散发着浓郁的自然气息。室内没有过多的装饰，基本上都是木、石、泥这些建筑材料原色表现，室内环境的装饰物及挂件较少，没有矫揉造作的粉饰和精雕细琢的工艺（图10）。

羌族民居室内色彩源于自然的颜色，“白色”是羌人特别喜爱的颜色，他们以“白色为洁，以白色为善”。在羌族人的心目中白色是白雪的色彩，是吉祥的象征。在室内布置上，有蓝白花布或白布蓝花、红花等纹样装饰。

在羌族民居建筑中，工匠们常常利用白石的洁白与青石片的灰暗所形成的反差，进行装饰，有的把白色的石块放置在大门的门楣或前墙的窗楣上形成装饰，也有的将小白石块做成图案作为装饰，或将白石摆放在室内的主要位置上。在室外用白石块装饰自己的房屋，有三块、五块、

七块之分，按照大小顺序依次平放在屋脊上，以此代表“白石文化”和蕴含的崇拜含义。在他们的建筑门框上大多悬挂着缠着红条的羊骨头，起到纳吉辟邪的作用。



图10 羌居的室内环境

参考文献

- [1] 王明珂. 羌在汉藏之间——川西羌族的历史人类学研究[M]. 北京: 中华书局, 2008.
- [2] 李伟. 羌族民居文化[M]. 成都: 四川美术出版社, 2009.
- [3] 季富政. 中国羌族建筑[M]. 成都: 西南交通大学出版社, 2000.
- [4] 刘伟, 刘春燕, 刘斌. 羌族碉房的室内空间文化剖析[J]. 民族艺术研究, 2010.
- [5] 阮宝娣. 羌族释比口述史[M]. 北京: 民族出版社, 2011.
- [6] 张彝. 羌族造物艺术研究[M]. 北京: 清华大学出版社, 2013.