

杨迅佳 编著 中国当代室内艺术 新视觉
CHINA CONTEMPORARY INTERIOR ART NEW VISION

中国建筑工业出版社

FAX
DESIGN INTERIOR
设计传真

中國當代室內藝術 NEW VISION
CHINA CONTEMPORARY INTERIOR ART 新視覺

杨迅佳 编著
中国建筑工程出版社

设计传真 **FAX**
DESIGN INTERIOR

图书在版编目 (CIP) 数据

设计传真 / 杨迅佳编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2006

(中国当代室内艺术新视觉)

ISBN 7-112-08343-5

I. 设… II. 杨… III. 室内设计—作品集—中国—现代 IV. TU238

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 044786 号

设计传真

中国当代室内艺术新视觉

杨迅佳 编著

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

制版: 北京嘉泰利德制版公司

印刷: 北京顺诚彩色印刷有限公司

开本: 787 × 1092 毫米 1/16

印张: 10 字数: 240 千字

版次: 2006 年 8 月第一版

印次: 2006 年 8 月第一次印刷

印数: 1—2000 册

定价: 88.00 元

ISBN 7-112-08343-5

(15007)

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)

本社网址: <http://www.cabp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

中国当代室内艺术新视觉

编著 / 杨迅佳 编辑 / 文杰 / 王波 / 陈泽 / Rice
Yang (海外) 美术指导 / 张彦 作品提供 EDGE DESIGN 张智强 / 建艺设计 苏泽沛 / ARKITECH LTD
关海元 / 胡硕峰建筑工作室 胡硕峰 / TRENDY INTERIOR DESIGN 谭精忠 / JOSEPH SY & ASSOCI-
ATES 洪约瑟 / 太一国际设计 姚政仲 / 大涵设计 邱文杰 / 大昕设计 王大君 / THOMAS CHAN
DESIGN 陈建中 / 华地组 曾秋荣 / 策划 北京四合空间艺术文化中心

目录

CONTENTS



HILGROVE CLUBHOUSE

HILLGROVE 俱乐部 / 8



旋转大师 / 14

Digit
Digit

数字空间 / 22



CAFE BELAGIO

上海浦东西餐厅 / 32



WORD TRADE COMMUNICATION AGENCY

世贸联谊社 / 38



ANGLO-EASTERN SHIP
MANAGEMENT LTD

盎格鲁轮船公司 / 62



BASIC NEEDS

基本需要 / 68



机场休息处 / 76

HAO HAN DIGITAL HUA YA FACTORY

79 / 浩瀚数码华亚厂

OFFICE SPACE



92 / 办公空间

HEART OF XIN ZHU

102 / 新竹之心



BUSINESS SPACE

110 / 商业空间



CHENG DU PENIN- SULA CLUBHOUSE

121 / 成都半岛会



CHENG DU JIN LIN PENINSULA

132 / 成都金林半岛



CHAO ZHOU SPRING

146 / 潮州春



序 言 PREFACE

展现在我们面前的是视觉效果极为强烈的室内空间戏剧读本。所有空间的“剧情”选择，书籍版式的编排，文字的撰写与编辑，无不透射出唯美的情调。这是信息爆炸时代特有的平面设计方式。使用平面设计时尚的专业语言，来表现一门四维的空间艺术，其本身的含义就引人深思。毋庸置疑，室内设计是一门空间的综合表现艺术，也是一门以视觉感受为主要内容的设计艺术。实际上室内就是一个个平面的视觉传达在时间连续状态下的空间表现，本质上也还是一种视觉艺术。视觉艺术本身强调主题概念，概念性强的作品才能给人留下深刻的印象。

中国的室内设计从最初的界面装饰概念，逐步走到今天重视于空间整体氛围的表现，然后再向未来的具有自身独特风格的概念性作品过渡。如果对比中外室内设计作品，我们会看到近年来差距在一点点缩小，但是模仿的痕迹依然十分明显，主题概念性强的作品依然凤毛麟角。虽然大家都明白设计不是纯粹的艺术创作，功能问题始终是设计所要解决的首要本质内容，可是在一个具体的设计项目中，如果没有丝毫打动人的视觉美感存在，那么这还叫一件设计作品吗？答案当然是否定的。艺术设计的本质内容体现于设计的对象即产品。在这里视觉的外在形式与

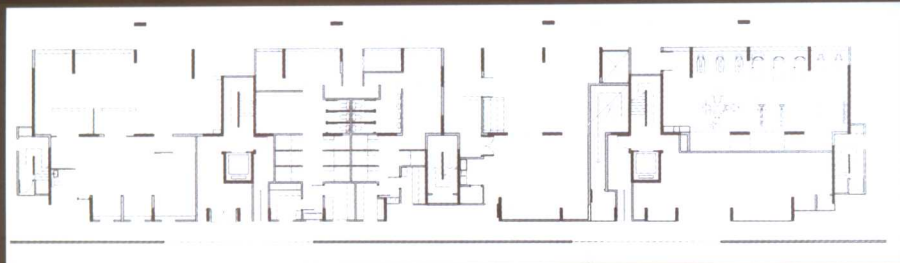
使用的实际功能是不可或缺的两个方面。形式作为设计对象外在的空间形态必须具备相应的美学价值；功能作为设计对象内在的物质系统必须具备相应的实用价值。

产品外在的空间形态所具备的美学价值体现于人的美感。美感即人对于美的主观感受、体验与精神愉悦。美感的获得来自于人的心理因素即：感觉、知觉、表象、联想、想像、情感、思维、意志等。由于人处于不同的时代、阶级、民族与地域，因此形成人与人之间在观念、习惯、素养、个性、爱好等方面的差异，对同一事物形成的美感自然也就不同。然而人又具有共同的物质依据与生理、心理机能，

以及在审美关系中的相同因素，又使美感形成共同性。在室内设计中我们还是要抓住这样的共同性，首先确立以视觉感受为主要内容的概念主题，以此为突破，去寻求与功能结合的最佳点，并最终实现设计项目形式与功能的综合价值。概念是人的头脑反映对象特有属性的思维形式，然而这种反映只能是来自于不受任何羁绊的艺术思维，这一点恰恰是大多数室内设计者所相对欠缺的。应时出版强调视觉艺术效果的专业书籍，同时也具有专业学术方面的积极推动意义。

郑曙暘

2003.8.30 于荷清苑



HILLGROVE CLUBHOUSE

HILLGROVE 俱乐部

Hillgrove 坐落在香港黄金海岸线东部，是一个低密度、低楼层的居民住宅区。俱乐部会所占地面积 5000m²，为不规则形状，可俯瞰室外的露天游泳池，落地玻璃使室内空间自然通透，阳光充足。由于建在底层，所以存在许多服务的限制。“消失”的设计概念就是使人们无法区分哪一部分属于俱乐部而哪一部分又不是。“消失”从某种意义上就是利用反射材料来反向环境，这是 Hillgrove 俱乐部设计的主要理念。

俱乐部包括以下部分：健身房、多功能会议室、更衣室、冥想室、治疗室、接待厅和吧台。每个地方都有其各自的特点和舒适感，俱乐部有时可以成为比家里更为私密的空间。温泉浴场没有以前那种可供群体休息的大场所，在温泉浴场的外面，只有仅供三人休息的地方。美丽的群山、夜色成为了设计的一大特色。每个地方都有液晶显示监视器和可调节的灯饰，供从健身后恢复过来的人们进行娱乐。一张单人透明的椅子既实用又有一种蒙太奇的效果。

有波纹的嵌有巨大窗格的玻璃给人有种在水底的感觉，房间里朴实的陶瓷锦砖镶嵌工艺的瓷砖衬托着雕刻的梳妆台。没有过多的修饰，材料本身的质感成为吸引人的焦点。通常，更衣室是最不吸引人的地方，使用的也是最便宜的材料，但是这个地方每个人都会“参观”到，因此设计了很多灯饰装在地下，向上漫射开来，使空间更有私密感。衣柜也特别装有镜子，空间看起来更宽敞，同时，公共空间如前台、酒吧区域都给人舒适的感觉。主地板由闪着金属般光泽的挪威石组成，座位区域安排在照亮的平台上，这种格调的对比体现了整个光与影的运用。在走廊也可发现这种手法：半透明的水纹玻璃体现出朦胧迷离的效果。由不贵的材料制作的前卫家具强调了一个事实，那就是：便宜并不意味着丑陋，只要你以共生的方法进行恰当的诠释。







CLUBHOUSE



LOUNGE





设计单位：EDGE (HK) LTD.

设计总监：Gary Chang 张智强

设计团队：Raymond Chan Pauluce Lam

Popeye Tsang Mathilde Lucas

空间性质：会所俱乐部

摄影：Popeye Tsang / Raymond Chan



SPIN 旋转大师 MASTER

设计师

苏泽沛（建艺设计有限公司）

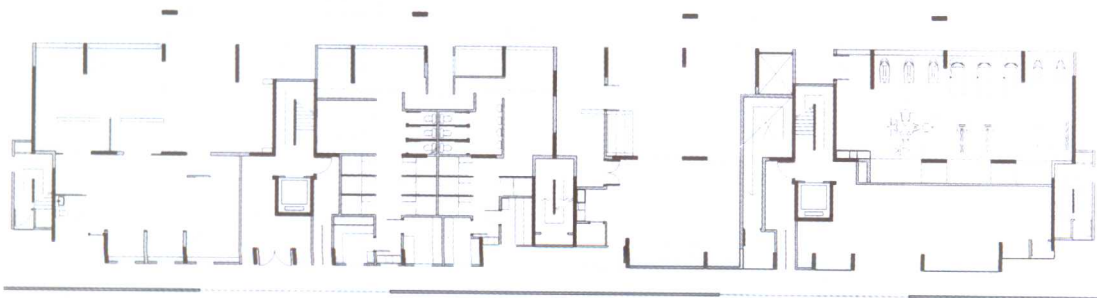
坐落位置

香港尖沙嘴东部

空间性质

办公室连展示厅





整体描述 一间加拿大玩具公司驻香港的办公室及展示厅, 扩充以配合在亚太以至全球的发展。

