

TIMES SPACE REVIEWING GLOBAL DESIGNS LEADING INTERIOR TRENDS 009

品鉴全球设计 引领空间趋势

香港科讯国际出版有限公司 策划 唐艺设计资讯集团有限公司 编著

超级旗舰店 FLAGSHIP STORE

GUCCI上海金鹰国际购物广
· 威登大连旗舰店 / 卡地亚北京银
Max Mara上海中街

——芭比上海 / 阿玛尼银座塔
Alfred Dunhill上海恒隆广场新概念旗舰店
Artemide台北旗舰概念店

11247
37
:9

时代空间

TIMES SPACE REVIEWING GLOBAL DESIGNS LEADING INTERIOR TRENDS 009

品鉴全球设计 引领空间趋势

香港科讯国际出版有限公司 策划 唐艺设计资讯集团有限公司 编著

旗舰店

图书在版编目 (CIP) 数据

时代空间 009 / 唐艺设计资讯集团有限公司编著.
-天津: 天津大学出版社, 2009. 12
ISBN 978-7-5618-3255-4

I. 时… II. 唐… III. 室内设计—作品集—世界—现代 IV. TU238

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第189986号

责任编辑: 油俊伟

出版发行: 天津大学出版社

出版人: 杨欢

地址: 天津市卫津路92号天津大学内 (邮编: 300072)

电话: 发行部: 022-27403647 邮购部: 022-27402742

网址: www.tjup.com

印刷: 深圳利丰雅高印刷有限公司

经销: 全国各地新华书店

开本: 230mm×308mm

印张: 10.75

字数: 230千字

版次: 2009年12月第1版

印次: 2009年12月第1次

定价: 98.00元

享受“奢调”生活

奢，是一种层次，是一种气质，是一种格调。

LUXURY 奢调

奢华别墅 格调空间

香港科讯国际出版有限公司 编

清华大学出版社

LUXURY 奢调

1. 囊括最新奢华别墅样板房作品，引领潮流生活方式；
2. 反映居住者最高追求，定位现代别墅要求：或雍容高雅，或低调奢华，或简约华贵，或现代典雅，或清新浪漫，分类展示多种格调生活；
3. 汇集国内外二十多位精英设计大师作品，精准导读阐释特色分类，精美图片配合创意版式，采用双检索方式，便于读者查找阅读。

280 x 280 mm

页码：305 P

定价：280.00元

TANGART

唐艺资讯
传递设计 创新生活

发行：广州市唐艺文化传播有限公司
订阅电话：020-38482422
联系人：陈远林

本书编辑委员会

Publisher 策划
Edited by 编著
General Director 主编
Chief Editor 执行主编
Art Editor 美术编辑
Editors 文字编辑
Material Collectors 采编

Book Cover Design 装帧设计
Photograph Institution 特约合作摄影机构
Distribution & Subscription 发行征订
Advertising Enquiries 广告咨询

EDITORIAL COMMITTEE

香港科讯国际出版有限公司 Scientific Message Limited
唐艺设计资讯集团有限公司 Tang Art Design & Information Group Limited
李仕泉 Lyndon Lee
谢茵 Catherine Tse
刘小川 Paul Lau
李敏芳、贺秋玲 Megan Lee、Mina Ho
谢茵、梁洁怡、郑玉莹、卢丽丽、李华、李默闻、戴华晶、
尹琳琳 Catherine Tse, Kit Leung, Yuying Zheng, Lily Loo,
Lee, Johnny Lee, Abby Day, Mivee
刘小川 Paul Lau
香港 ATA 影业有限公司 Hong Kong ATA Cinema Industry Limited
陈远林 Lucky Chan 020-33866368
黄金 Jin Wong 020-38482006-1017、13710913437

特约专家顾问

(以姓名拼音首字母为序)

陈建中

崔华峰

丁力学

冯厚华

符军

高超一

洪约瑟

洪忠轩

黄志达

李沙

李丹

李玮珉

林学明

罗思敏

史南桥

司徒颖

王传顺

王铁

吴正道

谢英凯

赵健

郑曙昶

周浩明

GUEST ADVISERS

陈建中设计有限公司 董事

中国当代·东方设计带头人

广州市万象设计有限公司 设计总监

J2-STUDIO/厚华设计事务有限公司 董事长 / 设计总监

三原色装饰设计机构 执行董事 / 首席设计师

上海金螳螂环境设计研究有限公司 总设计师

香港洪约瑟设计事务所 设计总监

HHD 假日东方国际酒店设计机构 董事长 / 设计总监

黄志达设计顾问(香港)有限公司 首席设计师 / 执行董事

北方工业大学艺术学院艺术设计系 主任

重庆金字塔装饰有限设计公司 设计总监

李玮珉建筑设计咨询(上海)有限公司 建筑师

广州集美组室内设计工程有限公司 设计总监 / 教授

广州市思哲设计有限公司 总设计师

上海高迪设计公司 总经理

香港ATA影业有限公司 首席摄影师 / 建筑师

上海现代建筑设计集团 总建筑师

中央美术学院建筑学院 副院长

上海大隐室内设计工程有限公司 总经理

广州市汤物臣·肯文装饰设计有限公司 董事长 / 设计总监

中国室内装饰协会 副会长 / 广州美术学院 副院长

清华大学美术学院 副院长

清华大学美术学院环境艺术设计系 教授

(本书凡属印刷、装帧错误,可向承印厂或发行部调换)

本书内容版权属TIMES SPACE所有,所有图片和文字未经版权所有人书面批准,一概不得以任何形式或方式转载或使用。

Preface

FLAGSHIP

Brand Flagship Store Urban New Scenery

品牌旗舰店的设计不仅是一种美的展示，更是一种品牌精神的体现，一种沟通氛围的营造，一种营销策略的实施，品牌旗舰店展示的还有每一个品牌背后的历史与文化。

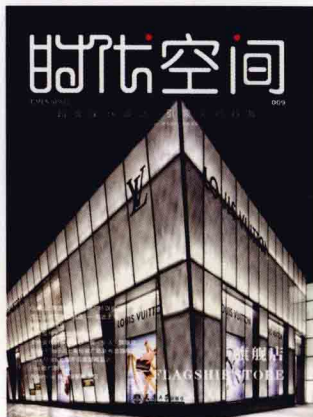
品牌旗舰店作为品牌与消费者沟通的中心，用最直观的方式向消费者展示着丰富多彩的产品系列，给人最深刻的体验。

因而设计师对空间、美学的表达都是基于品牌的内涵及其营销策略，要满足品牌展示、销售的目的，要成为品牌与消费者对话的桥梁。好的旗舰店设计能引人入胜，激发消费者一探究竟的愿望，满足尊贵独享的消费体验。在品牌全球化的市场环境下，中国这片广袤的市场也成为众多国际化大品牌青睐之地，无论是GUCCI、LV、卡地亚这类顶级奢华时尚品牌，还是Fila、芭比这类休闲娱乐品牌，都在中国市场占据不可小觑的地位，它们是时尚风向标，也是潮流生活的引导者。它们结合中国各地的经济、文化背景所做的旗舰店设计，与整个城市景观珠联璧合，相得益彰。旗舰店的设计，或延续品牌统一的风格，或打破固有路线，或根据本土经济、文化环境进行创新。不同地域文化的品牌旗舰店，也融入了不同地域的特色与消费潮流。我们关注这些大品牌本土化的旗舰店设计，也深层次探讨设计背后的故事及文化，展示品牌独特的魅力，展示城市独有的亮丽新景观。

contents

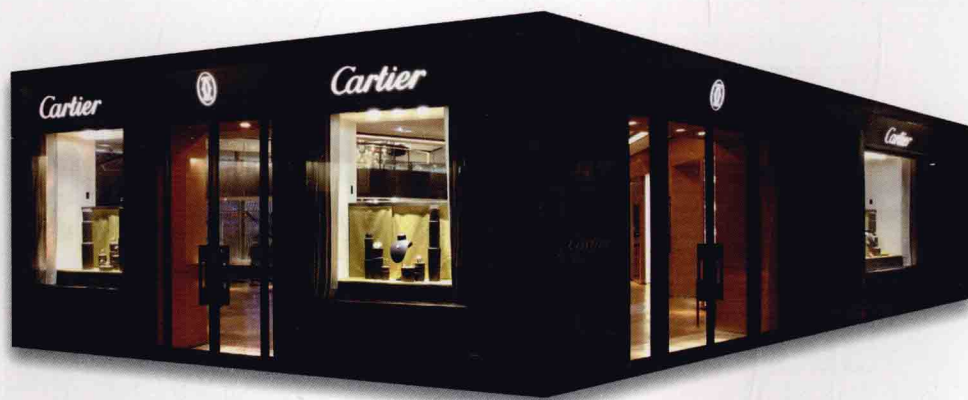
| TIMES SPACE 009 | Flagship Store |

SUBJECT



本期专题：旗舰店

旗舰店不仅是一个概念、一个品牌、一种哲学、一套生活方式，更是企业品牌形象的展示，必须具有特色并与其地位相匹配。旗舰店应营造充满人文情怀的购物环境，并在装修、规模、风格等方面能强烈地吸引视线，让顾客在不知不觉中领略美、享受美，感受品牌文化，体验奢华尊贵。



SUBJECT 专题

002 Gucci Shanghai

尊享华贵 品味奢华
Gucci上海金鹰国际购物广场旗舰店

006 Barbie Shanghai

时尚之都的粉红梦幻世界
芭比全球首家旗舰店——芭比上海

010 Armani Ginza Tower

优雅奢华的品牌橱窗
阿玛尼银座塔

018 Louis Vuitton Dalian

经典的时尚 永恒的尊贵
路易威登大连旗舰店

026 Cartier Beijing Yintai Center

极致的奢华与优雅
卡地亚北京银泰中心“悦·生活”旗舰店

030 Alfred Dunhill Shanghai

现代英伦绅士风范体验之都
Alfred Dunhill 上海恒隆广场新概念旗舰店

038 Max Mara Shanghai

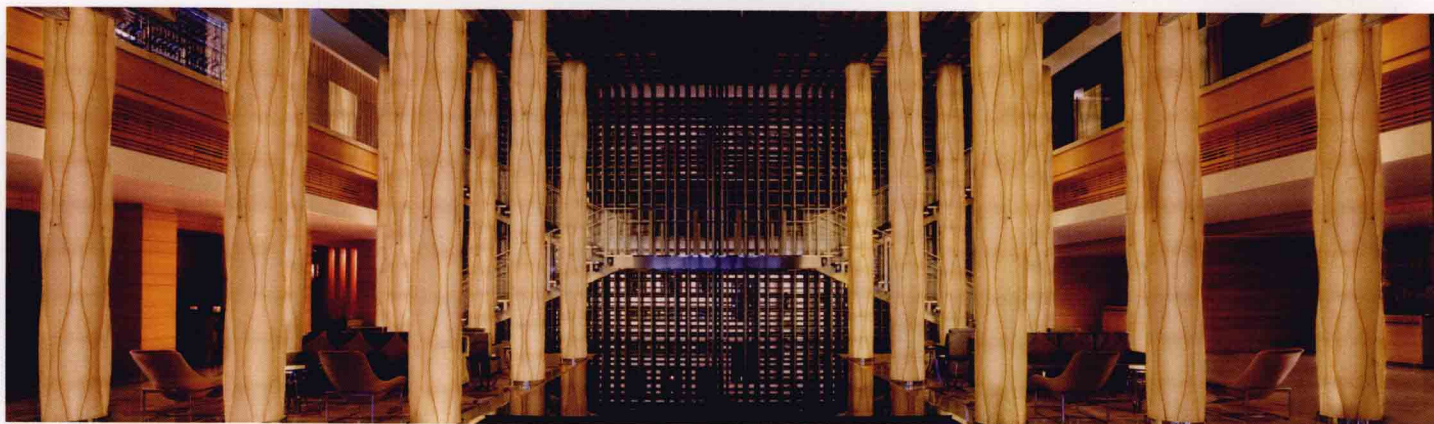
对比手法演绎尊贵与奢华
Max Mara 上海中信泰富精品店

044 Fila New York

源于运动的高雅艺术
Fila 纽约旗舰店

050 Artemide Taipei

前卫之云 台湾之光
Artemide 台北旗舰概念店



FOCUS 热点聚焦

055 City of Dreams, Macau

尊贵休闲的娱乐天堂
澳门新濠天地

074 JW Marriott, Shenzhen

挑战传统 阐释现代
金茂深圳 JW 万豪酒店

084 Mandarin Oriental Hotel, Sanya

热带岛屿上的度假天堂
三亚文华东方酒店

092 The Mahayana OCT Boutique Hotel

大乘境界 静心体验
大华兴寺菩提宾舍

100 Thaihot Mansion Club

庭院深深 自然优雅
泰禾红御俱乐部

106 Saxo Bank

高效环保节能办公新地标
盛宝银行

110 Grey Goose Bar, Brussels

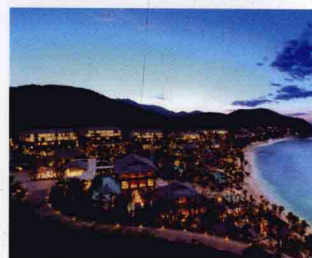
梦“镜”探险
布鲁塞尔Grey Goose酒吧

114 L'Idiot Restaurant

雕塑空间的美食诱惑
L'Idiot餐厅

120 The Model House Genzong Feng Lin Hua Yu An

现代中式的东方神韵
正中置业东莞风临花语岸样板房



FEATURED SPACE

特色空间



125 Top Recreation Land of Nobleness and Fashion

尊享顶级时尚休闲圣地
M1NT会所

132 MET Studio Showcases the Future in Singapore's Fusion World

未来科技奇境
MET工作室新加坡 Fashion World 展示未来设计



140 Hermitage Amsterdam

享受精神和视觉的双重盛宴
艾米塔吉博物馆阿姆斯特丹分馆

148 Lighting Design of the New Office of Jianyi Decoration

渔歌唱晚
建艺装饰新办公空间照明设计

INFORMATION

趋势观察



152 Ligne Roset

写意空间 酝酿经典



156 2009中国别墅室内设计论坛在凤凰谷举行 / 中国设计师勇夺2009年度德国红点设计大奖 /

2009维也纳“音乐艺术主题酒店”设计大赛启动 / 2009第八届环保建筑装饰材料展览会开幕 / 和谐共赢 开创墙纸行业新局面——第12届广州建博会墙纸展区将开启新局面

158 The Tenth of PAL'S CLUB Top Professional Lecture Series ——House Ornament Design

派意馆 PAL'S CLUB 顶级专业系列讲座(十)——家装设计

159 Exclusive Interviewing to Designer Taiqi Gu by Soufun

搜房网专访设计师顾泰旗

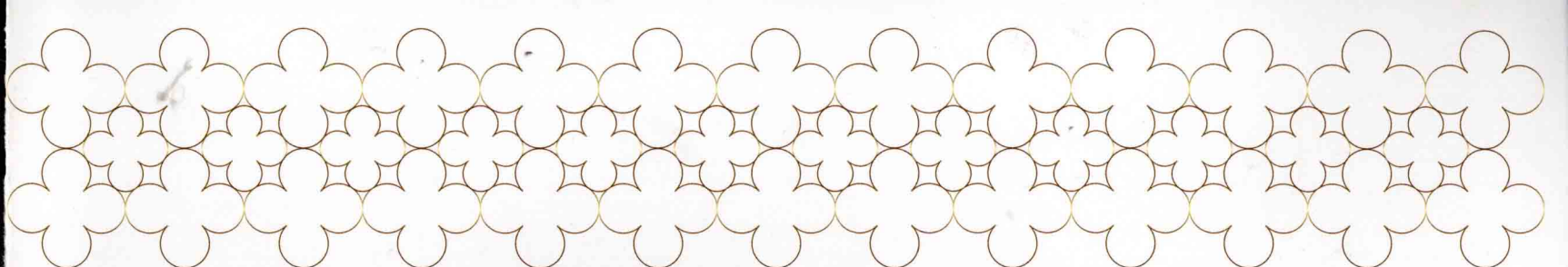
160 The 17th Asia Pacific Interior Design Awards

第17届亚太室内设计大奖颁奖典礼预告

168 Next Issue Subject

下期导读



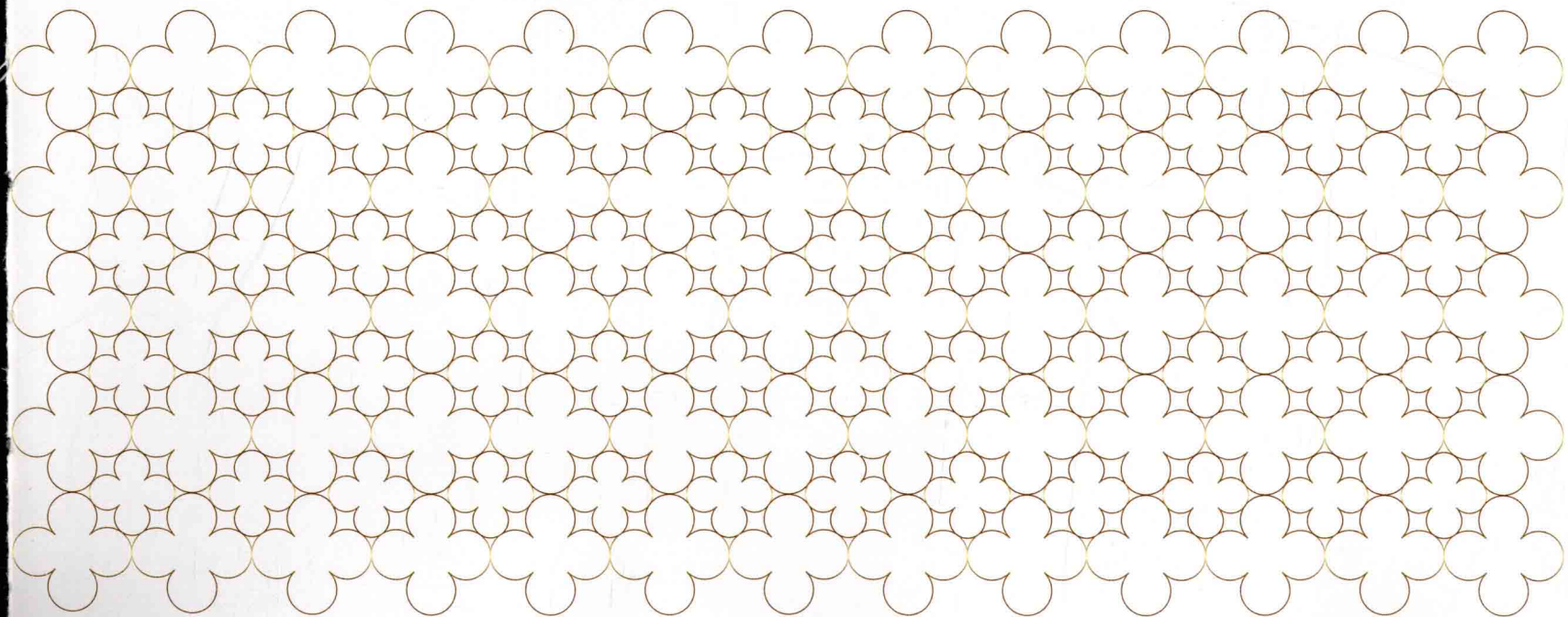


— SUBJECT —

专题：旗舰店

旗舰店是品牌展示的橱窗，是品牌精神的直观体现；
反映企业文化与理念，是品牌与终端消费者的沟通桥梁。

不同品牌旗舰店在不同地域的设计，
或延续品牌统一风格，或打破固有路线，或结合本土特色进行创新，
以更好地与城市相融合，更精准地引领消费趋势；
是城市发展的亮丽风景线，是品牌全球化的时尚风向标。





GUCCI Shanghai Flagship Shop

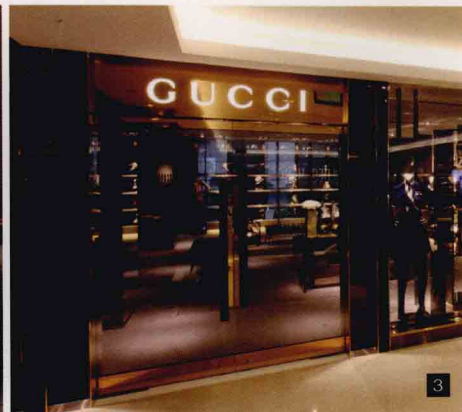
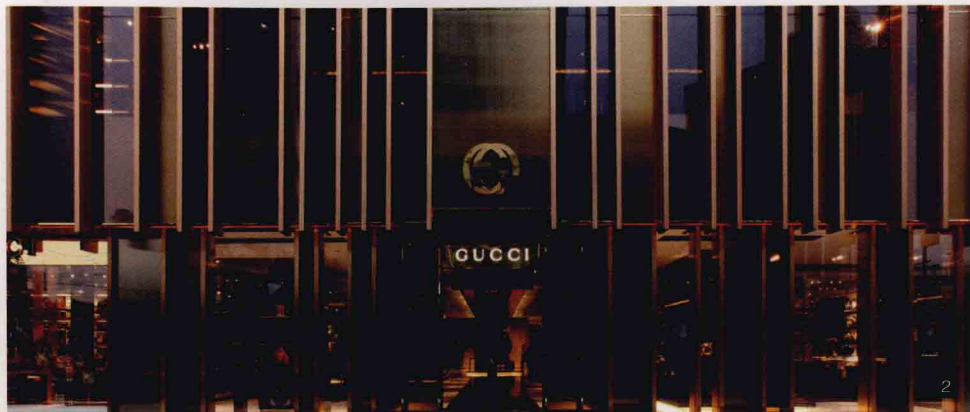
ENJOYING GRANDNESS
TASTING LUXURY

尊享华贵 品味奢华

GUCCI上海金鹰国际购物广场旗舰店

采编 ■ 戴华晶

项目面积 / 1600平方米 项目地点 / 上海金鹰国际购物广场 设计师 / Frida Giannini 主要材料 / 红木、大理石、玻璃
供稿单位 / GUCCI上海金鹰国际购物广场旗舰店



GUCCI上海金鹰国际购物广场旗舰店位于南京西路和陕西北路交汇处，这里堪称上海的黄金地段。上海旗舰店是Gucci在中国内地开设的第28家专卖店，也是内地第一家采用品牌创作总监Frida Giannini最新店铺设计概念的Gucci专卖店，成为继纽约、罗马、慕尼黑、香港和伦敦这些世界著名城市之后运用该概念设计的又一成功案例。Frida 意在实现上海这座东方国际化大都市的现代感与Gucci 的时尚标志性材质和元素的融合，不仅要满足上海不断增长的高档时尚消费者的品位，同时亦保留Gucci 浓厚的华贵亲切气质。

1. 高达五层楼的巨型金色玻璃幕墙，打造出令人目眩神迷的视觉效果，彰显着品牌的气度与奢华。

2/3. 入口处与金色幕墙融为一体的GUCCI的标志醒目大气。



品牌链接 >>>

GUCCI

作为世界顶级时尚品牌之一，Gucci创立于1921年。从意大利的高级皮革店到引领全球时尚的超级品牌，从家族纷纷声势一落千丈到Tom Ford接手后的再生崛起，Gucci从云端到谷底，再从谷底到云端，着实是一则传奇。Gucci是今日产品品牌化的始祖，为保障品质，Gucci将品牌名字印在自身产品上，这在世界时尚史上是首创。从1921年创立之初，Gucci一直走的是贵族化路线，作风奢华且略带硬朗的男子气概。1995年Tom Ford 选用当红名模以极简却无比撩人的形象展现Gucci的性感秋装，全然改变了Gucci的华丽风格，注入性感的基因，让Gucci几乎成为今日最性感的品牌。目前，中国是Gucci零售业务增长最快的国家之一。1997年Gucci进军中国大陆，至今已在中国17座城市开设了28家专卖店。Gucci公司首席执行官Patrizio di Marco先生表示：Gucci象征着时尚权威和历史传承之间的完美平衡，而越来越多的中国高级品牌消费者正在四处寻求这些价值以及“意大利制造”所代表的意大利工艺品质保证。

Gucci上海旗舰店占地1600 平方米，占据金鹰国际购物广场最显著的位置，地理条件极其优越。

旗舰店特地不同楼层设有独立出口，顾客可从街上或者购物中心内进入专卖店。店高两层，Frida 的创新理念采用开放式空间、运用自然光和温暖名贵的材质，打造出令人目眩神迷的通透视觉效果。店内宽敞舒适、温馨明亮，体现了Gucci对中国奢侈品市场发展的决心及承诺。Frida的非凡设计，强而有力地肯定了Gucci在亚洲市场不断提高的地位，更象征着Gucci 21世纪的当代形象。

Frida说：“新的设计理念主要是为了让专卖店的装饰设计更加璀璨明亮。每个城市都有其自身特点和风情，同时亦保留着浓厚的华贵亲切气质。对于上海而言，我

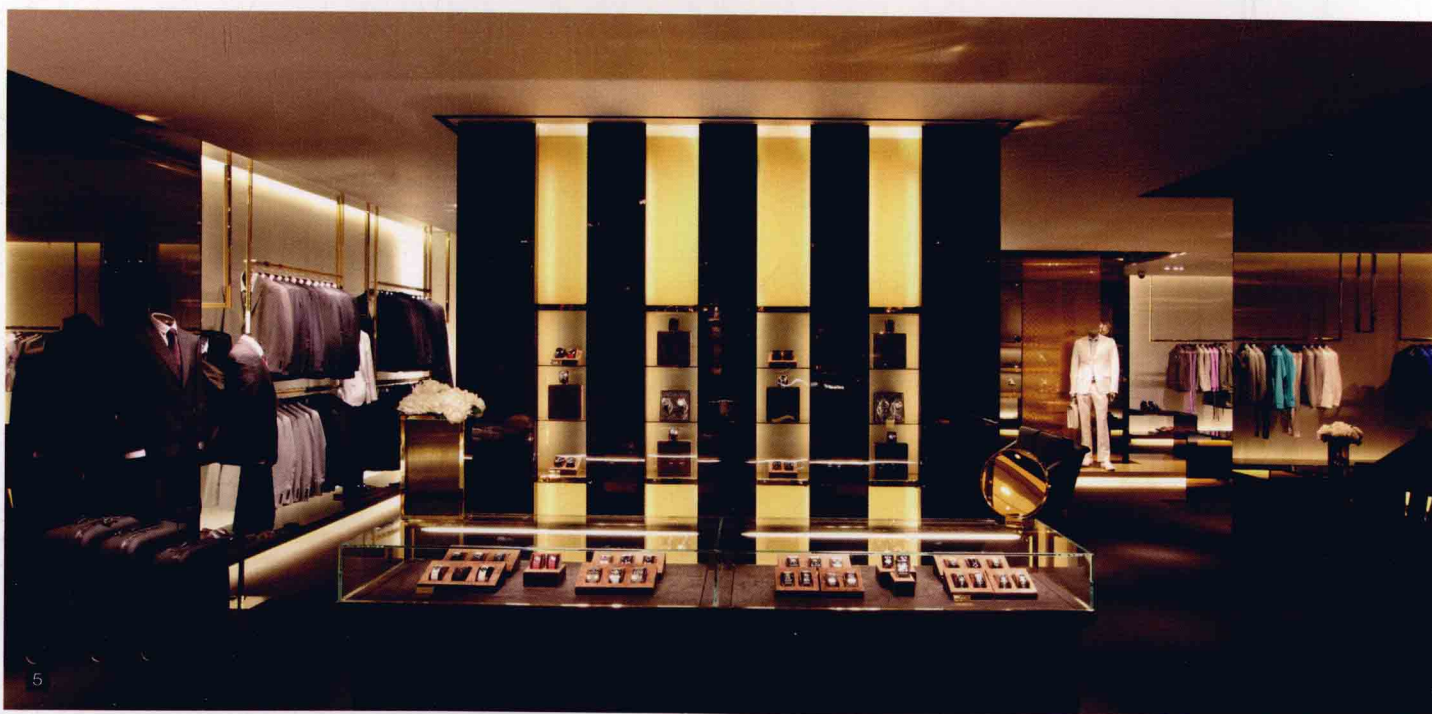
想融入与这座当代都市吻合的现代建筑风格，另一方面也保留与Gucci的历史传统紧密相连的标志性材质和元素。”

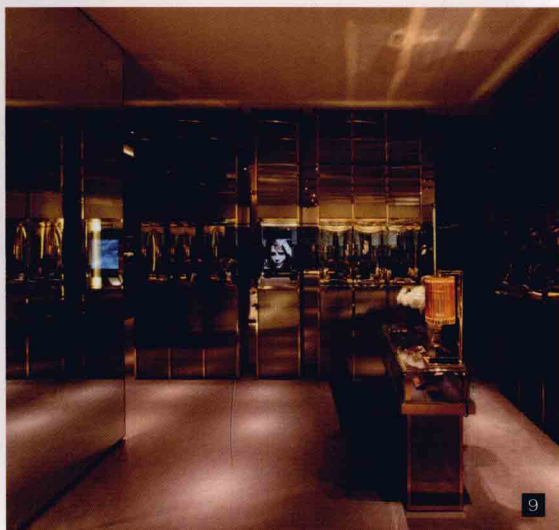
Frida的创新理念采用开放式空间，运用自然光和温暖名贵的材质，尤其是19米 x 43米的巨型金色玻璃幕墙，打造出令人目眩神迷的视觉效果。这块透明玻璃外墙高达五层，便于自然光照射，无论从店内、店外都能一览无余。店内装饰仍采用Gucci的标志性材料：红木和大理石，结合凸棱玻璃、抛光玫瑰金、烟熏玻璃镜和烟熏古铜色玻璃等全新元素的应用，将Gucci源远流长的典雅气派与奢华品位表露无遗。

Gucci特有的双色带图案及几何线条是店内的主要特征。地面铺设白色大理石，并以黑色大理石长条分隔，一直延伸至墙身，与天花板的金色金属相接。覆盖古铜



Located in the heart of Shanghai, adjacent to Plaza 66, on the intersection of Nanjing Xi Lu and Shanxi Bei Lu, this will be Gucci's 28th store in Mainland China and is the first to have been conceived with Creative Director Frida Giannini's new store design concept, following its successful roll-out in other signature world cities including New York, Rome, Munich, Hong Kong and London. Frida intended to integrate the modern feeling of Shanghai, an international oriental city, and the typical fashionable materials and elements, to meet the increasing improved tastes of the chic consumers for top products and also retain a heightened sense of luxury and intimacy.





4. 简洁开敞的室内黑色的茶几与皮质沙发，金色的灯光，展现独特光彩。
5. 覆盖古铜色玻璃和古铜色镜面的墙面，以黑色大理石作间隔的展示橱窗，富有品位。
6. 地面铺设白色大理石，并以黑色大理石长条分隔，一直延伸至墙身，与天花板的金色金属相接。
7. 白色的大理石地面与天花相呼应，天花上黑色的槽带让空间更富有层次感。
8. Gucci标志性的元素在空间内无处不在，映衬源远流长的品牌文化。
9. 抛光玫瑰金、烟熏玻璃镜和烟熏古铜色玻璃等全新元素的应用，典雅气派。

色玻璃和古铜色镜面的墙面，营造出温馨的环境。楼梯是空间的一大亮点，采用金色及透明的有机玻璃的垂直栏杆，令整个空间反射出璀璨的光芒。

一层主要展示Gucci的最新手袋系列和行李箱，以及男士休闲服装、西装、皮鞋、领带、皮带、手表和银饰。二层专为上海不断增长的高档时尚消费者设计，主要展示女士晚装、时装、高档珠宝、手表和其他配饰。每一层均设计了宽敞舒适的环境及氛围，顾客可以找到完整的产品系列，享受更加完美的购物体验。

Gucci一直以细致入微的服务作为品牌特色，带给顾客独一无二的体验。Guccissima

皮革找零托盘、信用卡夹、鞋拔以及销售人员从货架上取下手袋的叉杆等精致细节，一直以来都是Gucci专卖店的标志性特色。Gucci店内的最新特色则是利用一块滚轴式皮革衬垫展示各种手袋，这一灵感源自Gucci位于佛罗伦萨的首家专卖店。更衣间备有供顾客使用的优雅舒适的Gucci长袍，上面印有Guccio Gucci先生的手写体签名。个性化的服务让顾客体验宾至如归的亲切感受。

大气的空间，璀璨的视觉效果，精美的产品系列，细致周到的服务，使得Gucci上海旗舰店散发出尊贵典雅的气息，也体现着素有“东方明珠”之称的上海大都会对奢迷华贵生活的追求。IS

1 五楼专设的芭比时尚秀场，时尚而梦幻，充分满足女孩T台走秀的梦想。



Pink Fantastic World in the City of Fashion

THE FIRST BARBIE FLAGSHIP STORE — BARBIE SHANGHAI —

Located at No.550 Central Huaihai Road, core place of the prosperous business area in Shanghai, the first Barbie Flagship Store in the world — Barbie Shanghai has 6 floors with a total area of 3,500 m². The representative fantastic Barbie world inside the grand and beautiful appearance decorates the dreams of girls with gorgeous details. Barbie enters the capital of fashion Shanghai with her usual graceful steps and invites every girl with dreams in her heart to her fantastic world.

时尚之都的粉红梦幻世界 芭比全球首家旗舰店——芭比上海

采编 ■ 戴华晶

项目面积 / 3500平方米 项目地点 / 上海淮海中路550号
设计单位 / Slade Architecture 供稿单位 / 芭比上海旗舰店

风

风靡全球的芭比娃娃身高11.5英寸，娇小的身躯承载了无数女人的儿时美梦。自最初的时装模特身份起，芭比曾先后尝试过100多种不同的职业角色，帮助无数女孩儿们大胆勾勒出自己的梦想。匠心独具的空间设置内，每一处细节无不流露出芭比对美梦的细心雕琢：从一系列彰显风格的服饰、首饰、手袋、化妆品，到咖啡厅、水疗美容以及即时影像记录下的美妙瞬间，一切如梦幻般精致迷人，令置身其间的女孩们在难以忘怀的体验中感受梦想近在咫尺。

整栋六层的建筑采用同样的处理手法——

气呵成，建筑表面有内外两层，内层为半透明聚碳酸酯材料，采用铸造工艺塑成，外层是印有创意图案的玻璃。光线透过两层立面反射又折射，让店内的情形隐约可见。夜晚粉色的灯光透射出芭比旗舰店的温馨浪漫。

一层的芭比梦幻接待大厅简洁时尚，迎接着各个年龄层的女孩步入芭比娃娃的梦幻世界。摄影展示区捕捉下了女孩们在“芭比上海”每一处拍摄下的动人倩影，女孩们可选择购买这些照片珍藏。一部直达三层的粉红自动扶梯和两部直立电梯方便自由穿梭。

二层为芭比水疗美容中心，可让女士们稍作休憩并体验被悉心呵护与体贴的感觉。



2



3

2. 三层女孩天地展示了不同的服装系列，粉红色与淡绿色的点缀展现出青春的活力与动感。

3. 四层的芭比阅读区五彩的空间舒适而温馨，还展示有来自不同国家的芭比娃娃。

4. 上海版芭比墙，整面粉红色的墙面醒目时尚，全球只在芭比上海出售。

5. 围绕巨大旋转扶梯展示的875个芭比娃娃极尽华丽璀璨。

6. 儿童芭比区，芭比陪你一起成长。

7. 五层的芭比鞋子陈列区，全部由磁铁固定墙面，贴在墙上的鞋子、红色的沙发活泼而充满乐趣。

8. 芭比舞会墙上展示着女孩们的梦幻生活场景。



4