

• 肖勇 / 艺术顾问 • 蒋啸镝 杨君顺 / 丛书主编

杨恩德 付卫东 / 主编



空间博大、陈设精深。“空间”、“陈设”原本孪生，且“年寿”颇高，堪称历经千年。今落墨描绘崭新的“空间”、“陈设”文化，顺时代之潮流，以人文为旨归，定然别有境界……

■ 21世纪高等院校艺术设计专业规划教材

丛书主编 蒋啸镝 杨君顺

 **哈尔滨工程大学出版社**
Harbin Engineering University Press

主 编	杨恩德	付卫东	
副主编	严 肃	彭 丰	杜海军
	刘华东	熊浩宇	张雯靖
	刘 琦	冯翔宇	刘 媛
参 编	杨 琳	范瑞杰	田 然

空间陈设艺术

图书在版编目(CIP)数据

空间陈设艺术 / 杨恩德等主编. — 哈尔滨: 哈尔滨工程大学出版社, 2009. 7

ISBN 978-7-81133-465-4

I. 空… II. 杨… III. 室内布置—高等学校—教材
IV. TU238

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第090760号

策划编辑 岳翠贞 徐 峰

责任编辑 张 彦

封面设计 肖勇设计顾问

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
地 址 哈尔滨市南岗区东大直街124号
邮 编 150001
发行电话 0451-82519328
传 真 0451-82519699
经 销 新华书店
印 刷 北京奥美彩色印务有限公司
开 本 889mm × 1194mm 1/16
印 张 7
字 数 260千字
版 次 2009年8月第1版
印 次 2009年8月第1版第1次印刷
定 价 42.00元

<http://press.hrbeu.edu.cn>

E-mail: heupress@hrbeu.edu.cn

对本书内容有任何疑问及建议, 请与本书编委会联系。邮箱 designartbook@126.com

艺术顾问 肖 勇

丛书主编 蒋啸镝 杨君顺

学术委员会 (按姓氏拼音排名)

陈杨明 陈鸿俊 陈 新 陈敬良 陈 耕 丰明高 弓太生 郭建国 郭振山
贺景卫 洪 琪 胡 膺 黄信初 黄效武 蒋尚文 李昀蹊 李立芳 李裕杰
李毅松 廖少华 林 军 刘中开 刘祚时 刘子建 刘英武 柳小成 柳 玉
龙建才 龙 飞 陆长德 鲁一妹 孟宪文 宁绍强 欧 涛 沈 浩 舒湘汉
帅茨平 谭和平 谭武南 唐凤鸣 田绍登 王幼凡 魏长增 伍 魏 吴汉怀
肖忠文 邰海霞 郁 涛 余随怀 袁金戈 曾 毅 曾 强 詹秦川 张阿维
张海洪 张宝胜 / 邹夫仁

编辑委员会 (按姓氏拼音排名)

曹大勇 陈 莉 陈庆菊 崔 岩 戴建华 邓水清 杜翠霞 胡 勤 黄喜云
黄 辉 吉斌武 江朝伟 李 珺 李 彦 梁 允 廖建民 刘永琪 刘铁臂
彭凤英 尚丽娜 沈 竹 石少军 孙舜尧 孙 淼 唐贤巩 王犹建 王 可
文丽华 吴寻杰 熊浩宇 徐 峰 徐 晶 尹书倩 岳翠贞 张志颖 张光俊
张胜利 张英楠 张青立 张 璐 郑超荣 周红惠 周朝晖 周友香 朱 成

事实已经完全证明,国民经济的迅猛增长,必然促进艺术设计事业的繁荣昌盛,而艺术设计事业的繁荣,必然带来艺术设计教育的发展。我国的艺术设计教育虽然较之发达国家和地区起步较晚,但经过人们的不懈努力,在这短短的20年里,却取得了举世瞩目的成就。当今艺术设计院校如雨后春笋般发展起来。办学规模不断扩大,办学层次不断丰富,师资水平不断提高,办学条件不断优化,招生人数不断增长,教学质量明显提高,办学效率日益显现,真可谓盛况空前。艺术设计教育反过来又对促进社会主义经济发展,促进社会主义精神文明建设起到了不可替代的作用。

诚然,我们还应该清醒地看到,我国的艺术设计教育还存在不少问题,就教材建设而言,也还有许多不尽如人意的地方。虽然各大出版社相继出版了同类的教材,其品类之多,数量之大,令人咋舌!但与此同时也难免会出现内容大量重复,水平良莠不齐的现象。由于客观的原因,直到目前为止,国内尚无一套真正的统编教材。但不可否认,我国现有的艺术设计教材中,也还有不少是经过精心打造的。它们在教学中发挥了积极作用。

当今的信息时代,知识更新相当迅速,如不顺应历史潮流,快速跟上时代步伐,就很容易被淘汰。青年学生绝不会满足于几年前或十几年前的教材,他们期待的、渴望的是具有知识性、创新性、前瞻性的教材不断涌现。

目前,我国艺术设计教材状况是:一方面多得出奇,一方面又难以找到更合适的教材使用。这是摆在我们艺术设计教育者面前的重大课题。

我们经过一段较长时间的酝酿和调查、研究,并深入到各相关艺术院校进行考察,邀请一些资深专家进行论证,觉得有必要立即推出一套新的较为完整的设计教材。力图在规范性、专业性、创新性、前瞻性方面多下工夫,使其特色鲜明,以适应当前艺术设计教学的形势。

由哈尔滨工程大学出版社牵头,决定在全国范围内组织相关专家动手编写这套教材。于是,我们成立了教材编辑委员会,组织全国各地70余所学校100余名专家、学者、出版家在长沙召开了研讨会。对当今艺术设计教育各学科的教学大

纲、教学计划进行了学习分析,对当今艺术设计教育的现状进行了探讨,确定了教材编写方向、内容、体例,提出了各项具体要求。著名学者肖勇教授还针对教材的编写作了高水平的学术讲座。会后,各书主编分头召集了参编者进行部署,接着大家都紧锣密鼓地开展工作。参编人员当中,有经验丰富的老一辈艺术设计教育家,有理论水平高、专业基础扎实的教学骨干,有思想解放、观念很新的年轻教师。大家激情满怀,夜以继日地工作。他们深入学校,访谈师生,广泛听取意见,了解教学大纲,深研教学计划,把握教材定位。他们跑图书馆、进书店、上互联网查阅资料,收集最新教学科研成果。他们打电话、发信息,在兄弟院校之间开展广泛交流,获取最新信息,交换师生优秀作品……这一切都是为了使编写的教材真正有自己的特色。经过不懈的努力和艰辛的劳动,在较短的时间内完成了教材的初稿。编委会立即组织相关专家,集中精力、集中时间,对每本书稿进行了认真的审阅,肯定优点,指出不足,提出了修改的意见,并及时反馈给作者。根据专家审阅的意见,各主编组织各参编作者对书稿进行了反复修改,使之更臻完善。

编写这套教材时,我们尽力做到内容丰富而不繁杂、信息量大而不累赘、观念更新而不脱离实际,既空谈理论,也不专谈技法,力求使理论与实践密切结合。一旦进入课堂,老师用了好教,学生用了便于自学。书中安排的练习与思考,可让学生及时理解和消化所学知识,并启发他们的创新意识。书后的优秀作品欣赏,可让学生及时了解当前的最新艺术设计成果,学习当前最高水平的设计典范,深入了解国内本专业学生的设计水平,为自己的设计实践找到楷模和受到启发。

现在,我们还不敢说这套教材是最好的,它的好坏还需得到教学实践的检验。加之时间十分紧迫,水平有限,缺点错误在所难免,还请各位同行专家多加指教,以便再版时及时改正。

蒋啸楠 杨君顺

前言

Preface 空间陈设艺术

陈设艺术设计师是一个适应时代要求而逐步兴起的职业群体。随着科技的进步和社会的发展,新技术、新产品不断涌现,生活方式与消费形态的多样化、专业化、职业化逐渐成为工业化以来现代社会发展的一种趋势。消费需求和职业分工的变化使得室内装饰业逐渐呈现出新的格局,使陈设艺术设计的市场需求越来越大……陈设艺术古已有之,我国自古以来就很重视室内陈设艺术,明清时代曾达到高峰。但陈设艺术作为独立的服务于大众的社会性产业则产生于现代,是生产力发展和生活质量提高到一定水平,人们的精神需求和文化消费提高的产物。

本书以提高装饰文化品位、提升生活品质为目的,按照国家相关政策、指导性文件以及紧缺人才培养培训指导方案的要求和中国陈设艺术专业委员会的相关精神编写而成,打破了传统学科体系以及“课程式”教学模式,突出陈设的“综合性”与“时代性”等特点,采用“课题式”案例教学法,从室内装饰、展示、装潢等专业角度,按应用范围分类,在家居、餐饮休闲娱乐、展一橱(会展、橱窗)、办公、商业、礼仪及公益陈设等几个不同的表达层面面对“陈设艺术”进行阐述,以“空间”来界定陈设艺术品的种类、设计原则、手法及表现等,用“陈设”架构“新空间”。

本书作为高等院校艺术设计专业规划教材,以“培养高级应用型、复合型艺术人才”为目的,以“必需、够用”为度,理论结合实践,以新颖的图例、通俗易懂的文字自成体系。

本书在编写过程中受到了重庆科技学院、哈尔滨工程大学出版社等相关单位领导、专家的高度重视与深切关怀,并得到了吴寻杰等同志的大力支持和部分骨干教师的积极参与,借此机会对他们的付出表示诚挚的谢意。

需要特别说明的是,本书在编写过程中参考了相关学者的著述,并在若干地方有所引用,在此向他们表示衷心的感谢。

我们虽然为本书的编写付出了很多努力,但仍难免有不足之处,恳请广大同行专家、读者批评指正。

编者

目 Contents 空间陈设艺术 录

7/ 第一章 空间陈设艺术导论

- 7 第一节 陈设艺术的空间属性
- 9 第二节 陈设艺术的使命
- 10 第三节 陈设艺术设计的内涵、特点及作用
- 12 第四节 陈设艺术设计的方法、内容及程序

15/ 第二章 家居陈设

- 15 第一节 家居陈设的特点
- 16 第二节 家居陈设设计理念
- 16 第三节 家居陈设的风格
- 28 第四节 家居陈设的实现
- 41 第五节 家居陈设设计方法
- 43 第六节 家居陈设设计手段
- 47 第七节 经典家居陈设分析

49/ 第三章 餐饮休闲娱乐空间陈设

- 49 第一节 餐饮酒店空间陈设设计
- 59 第二节 休闲娱乐空间陈设设计

65/ 第四章 展-橱空间陈设

- 65 第一节 展-橱空间陈设概述
- 65 第二节 展示空间的设计与陈设
- 67 第三节 展示陈设设计方法的分析与应用
- 68 第四节 展示陈设设计应把握的要点
- 70 第五节 橱窗陈设设计
- 76 第六节 橱窗陈设中的道具与配件

79/ 第五章 办公空间陈设

- 79 第一节 办公空间陈设概述
- 79 第二节 现代办公空间陈设设计理念
- 80 第三节 办公空间的设计类别及设计方法

- 83 第四节 办公室内环境的设计原则与要点
- 87 第五节 办公空间环境的发展趋势
- 87 第六节 办公空间陈设设计要点及案例分析

91/ 第六章 商业空间陈设

- 91 第一节 商业空间陈设概述
- 92 第二节 商业空间室内环境的陈设设计原则
- 92 第三节 商业空间的整体规划与功能组织
- 93 第四节 商业空间环境设计的基本要点
- 94 第五节 商业空间的形象设计

95/ 第七章 专卖店空间陈设

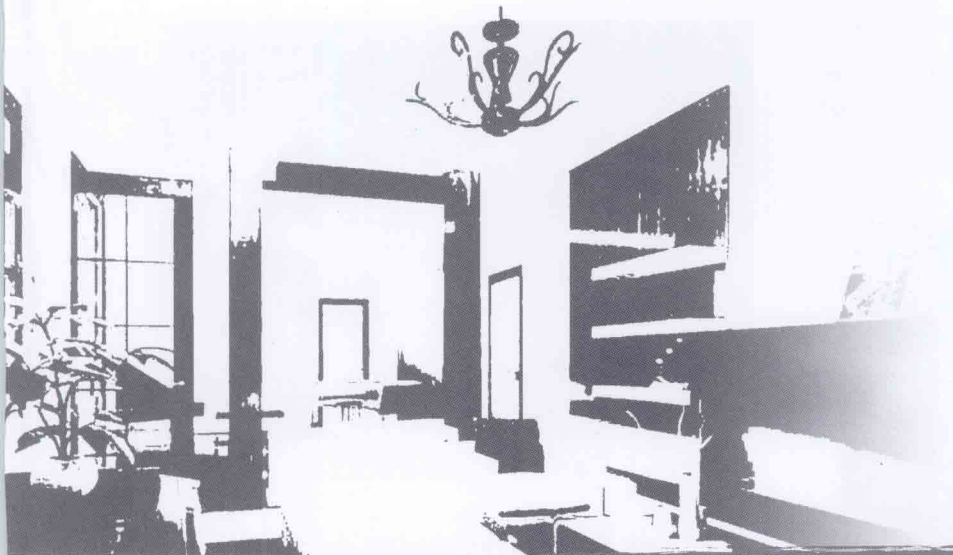
- 95 第一节 专卖店空间陈设的设计原则
- 96 第二节 专卖店空间陈设的布局
- 97 第三节 专卖店的店面设计与陈设布置
- 97 第四节 专卖店空间分隔方式
- 97 第五节 专卖店的照明设计
- 98 第六节 专卖店的色彩设计
- 99 第七节 专卖店空间陈设设计
- 100 第八节 专卖店的主题陈设法则
- 101 第九节 专卖店空间陈设设计案例分析

103/ 第八章 礼仪-公益陈设

- 103 第一节 主题会议及仪式的类型与策划
- 105 第二节 仪式陈设要务
- 105 第三节 活动(节日)陈设
- 106 第四节 会场陈设

109/ 附录

112/ 参考文献



第一章

空间陈设艺术导论

“陈设”伴随着人类发展的整个历程，与生活息息相关，“艺术”是人类文明的标志之一；在经济高速发展的今天，将具有悠久历史的陈设艺术应用于生活之中，是符合社会发展规律的。

第一节 陈设艺术的空间属性

空间的概念非常广泛。大到物质世界、宇宙、星球等，小到一个具体限定的围合内外部分，都可称之为空间。如果加上“时间”概念，当今艺术设计概念中关于“空间”的描述就不仅仅是“三维”，而是“四维”了。我们在界定“陈设艺术”并对其研究时，依据的是爱因斯坦在《相对论》中对空间下的定义，“空间是一个三维统一连续体。是指有可能通过 x 、 y 、 z 这三个（坐标）数字来描绘一个（静止）点的位置，并且在附近有着无数的、其位置能够用诸如 x_1 、 y_1 、 z_1 这样的坐标数来描绘，这跟我们选用的第一个点的坐标 x 、 y 、 z 的各自值是一样的，由于后者的特性谈到‘三维统一连续体’，并且由于存在三个坐标这一事实，我们就把空间说成三维的”。所以，我们对空间研究的范围包括各类空间环境中静态实体与动态虚形形成的正负形与体的整体关系，以及它们之间的功能关系与审美问题等（图1-1）。



图1-1 罗浮宫内景（陈中英 摄）

一、空间(Space)形态

设计中的“形态”是一个物化概念（与形状相区别），“空间”是一种造型概念，空间形态是现代造型的设计用语。点、线、面、体和“动态的虚空”元素按照一定的审美法则形成三维“形态”，再将所形成的“新形态”

要素按照一定的形式美的构成原则和比例,在“新三维”空间中进行创造性的设计和组合,赋予情感的表达,便形成狭义的、有意义的“空间形态”,比如建筑设计(含室内)、雕塑(图1-2)、展示设计、工业造型、包装设计、建筑模型等(图1-3至图1-5)。

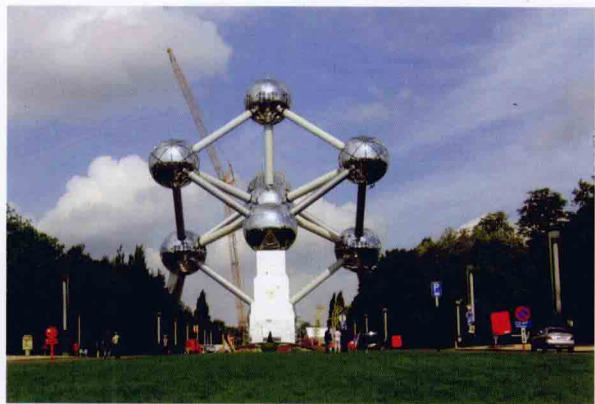


图1-2 城市雕塑 (陈中英 摄)



图1-3 新疆吐鲁番民居模型



图1-4 室内设计 盖里

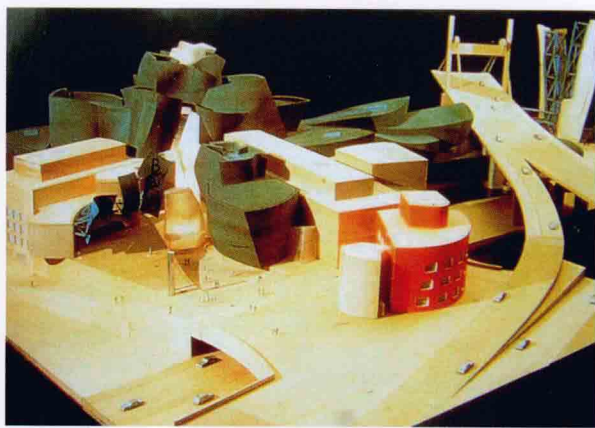


图1-5 古根海姆博物馆 盖里

二、形、体与虚拟空间(Virtual Space)

陈设艺术研究的“空间形态”由三部分构成,即:由不具有“第三维度”的“形”、具有“第三维度”的“体”以及他们共同拥有的“虚拟空间”。在这里要特别强调的是“不同维度”表现的“空间形态”审美取向各不相同,但是它们所遵循的审美法则是一致的。

1. 二维形态设计(形)

以平面设计为代表的二维形态设计,以视觉传达为其表象特征,主要以平面图形、文字形象、构图、色彩等为载体并形成比较单一的视觉刺激与效果(图1-6、图1-7)。

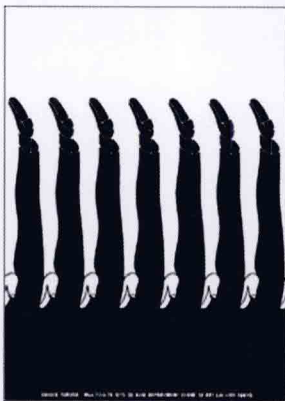


图1-6 京王百货宣传海报 福田繁雄

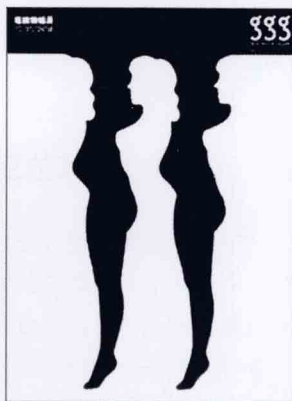


图1-7 福田繁雄作品展 福田繁雄

2. 三维形态设计(体)

三维形态是二维形态的延续,靠透视、虚实、色彩等创造“平面深度”和通过“增加厚度”等手段来实现;由形体与线型样式、质地、色彩等形成多元感官,并以视觉和触觉传达主要知觉特征。

3. 虚拟空间

“虚拟空间”在工具书中的解释为:“空间的范围没有十分完备的隔离形态,也缺乏较强的限定度,是只靠部分形体的启示,依靠联想和‘视觉完形性’来划定的空间,所以又称为‘心理空间’。这是一种可以简化装修而

获得理想空间感的空间,它往往是处于母空间中,与母空间流通而又具有一定独立性的领域感”。

“虚拟空间可以借助各种隔断、家具、陈设、绿化、水体、照明、色彩……实现”,从某种角度讲,“虚拟空间”又是有形的,特别是在视觉艺术研究领域里,比如“图底关系”,在《设计心理学》中是这样描述的:观众注意表现其心理活动的一种积极状态,使心理活动具有一定的方向性,指向某个事物或者事物某一个部分,使之成为注意的中心,同时将中心周围事物或部分处于注意的边缘,将离中心更远的事物处于注意范围之外,这在图形的视知觉注意中就表现为所谓的“图-底”关系,注意中心成为“图”,而注意的边缘变为“底”,即背景。这是一个很重要的理论,“图形”与“基底”的关系,就是指一个封闭的式样与另一个和它同质的非封闭的背景之间的关系,对“图”、“底”关系的处理是现代设计,特别是平面设计以及绘画创作中非常重要的一个步骤(图1-8至图1-11)。



图1-8 “图底”关系及其应用



图1-9 “图底”关系及其应用



图1-10 有伏尔泰胸像在內的奴隶市场（达利）



图1-11 球体组成的少女图（达利）

第二节 陈设艺术的使命

陈设艺术设计是一门综合性的学科。它涵盖了视觉艺术、营销学、人体工程学等多门学科,是卖场终端最有效的营销手段之一。比如服装陈列主要是通过对产品、橱窗、货架、道具、模特、灯光、音乐、POP海报、通道等一系列卖场元素进行有组织的规划,从而达到促进产品销售、提升品牌形象的一种视觉营销活动。

陈设艺术设计同陈设品关系密切,不可分割。“陈设”二字有两层意思,既指“陈列、摆设”,又指“陈列、摆设的东西”。可见,没有陈设品就没有陈设艺术设计。“陈设品”的涵盖面很宽,主要包括家庭用具(家具、灯具、家用纺织品等)、陈设艺术品(艺术品、工艺品、纪念品、收藏品等)、日用品(室内具有功能性的器物如各类器皿、家用电器等)、观赏性园艺(植物、小型水景)、仪式与展示用品及设施等。可以说,在陈设艺术设计师的眼里,所有室内用品都可视为“陈设品”,应用于陈设艺术设计。

当前陈设艺术设计注重艺术性、个性化与人性化。在空间环境的物质建设与精神建设两方面,陈设艺术设计更突出精神建设,更强调文化品位,更注重满足不同环境、不同功能、不同民族、不同地域、不同兴趣爱好的个性化

精神需求。在室内空间,占主体地位的是陈设品,同人的关系最密切的部分也是陈设品。因此按照室内环境总体要求 and 人的需要,从艺术的视角科学合理地选配、布置陈设品,为人们营造一个文化品位与艺术境界高、安全、健康、自然、和谐的室内环境,是陈设艺术设计师的重要职责。

由此可以看出,陈设艺术设计同室内设计和“陈设品”的设计关系密切。室内设计的艺术性和文化性,在很大程度上将由陈设艺术设计最终完成与体现。产品设计的流行趋势,也将会受到陈设艺术设计的重大影响。因此,陈设艺术设计的发展及与室内设计、产品设计的合作,对于整个室内装饰行业产业链的完善及由“量”到“质”、由“大”到“强”的历史性转变,具有重要的意义。

一、有效赋予陈设艺术以内涵

从广义上讲,陈设艺术是“人们对现代文明反思后,依据空间类型,按照使用要求,通过设计反映出设计者设计的哲学理念、美学观念、价值取向、历史文脉、时代精神、自然条件、地域特点及民俗民风等”。然而,从“物质”与“精神”层面去诠释陈设艺术,它又包含“物质建设和精神建设两个层面”：“一是陈设艺术的物质建设,以自然的和人为的生活要素为基本内容,它以能供人体生理获得健康、安全、舒适、便利为主要目的,且要兼顾实用性和经济性。二是陈设艺术的精神建设,它是陈设艺术的重点,其内涵已超越美学的范畴,而成为某种精神的象征。它是以精神品质、性灵和生活内涵为出发点,充分发挥艺术性和个性的产物。”任何“陈设要素”都必须在满足功能的前提条件下遵循形式美法则,或传递某种信息或承载某种文化。

二、处理好陈设艺术与空间构造的关系

“空间”与“虚拟空间”之间既有区别但又紧密联系。在不同的“背景”条件下,它们的“内涵”各不相同,往往需要“空间构造”。“空间构造”的本源是从空间的构成本体出发,对其“构成元素、构成形态、构成类型等”进行研究,同时对空间构成本体的促成因素进行解剖与组构,包括空间构成的功能关系、空间的环境制约、空间的审美倾向”。“陈设艺术”是在个性化十分鲜明的艺术前提下进行的,依托“陈设要素”之家具、饰品、植物等实现“物质”与“精神”两个层面的完美融合,也就是说空间构造与陈设艺术相互依存。

从历史角度而言,生活方式决定空间构造形式,陈设艺术又依赖于空间构造形式。从商周到南北朝时期,我国人民的生活方式为席地而坐。室内地面铺席,最主要的家

具是床;其次是几、案和屏。床是卧具,也是坐具;几和案可供旁倚或后靠;屏是挡风的,可以摆在床后,或者和床相连。几案可以随时移动使用,床则摆在比较固定的位置(图1-12)。到唐代,椅、凳、高桌、高案已经出现,但席地而坐的习惯依然存在,席地而坐与垂足而坐两种起居方式并存。自宋代人们的起居方式脱离了席地而坐,不再以床为中心,而是完全进入了垂足而坐的时期,所以家具发展到南宋,其品种和形式已大体齐全,工艺也日益精湛(图1-13),空间构造形式亦大异于从前。



图1-12 电影学院大厅陈设(北京)



图1-13 平山堂大厅陈设(扬州)

第三节 陈设艺术设计的内涵、特点及作用

一、陈设艺术设计的内涵

随着经济的发展及生活水平的不断提高,人们对家居环境提出了新的要求,原有的建筑设计师、室内设计师的工作已经远远无法满足“陈设艺术”的要求,他们不但需要实现建筑空间结构与功能的完美结合,还需要完成“空间环境的风格、品位、艺术化”,以提高生活品质。陈设艺术师应该具备丰富的空间想象能力、形体控制能力,色

彩的构成、表现、平衡及关系把握能力,并熟练构成要求、构成法则、构成方法等,能灵活把握空间的层次关系及黑白灰的韵律,具有方案策划、语言沟通、手绘表现、计算机模拟以及陈设实现技术等方面的能力。

从某种角度上讲,陈设艺术是以特定空间为基础,以装饰为依托,集社会学、文学、艺术、建筑等于一体,根据不同地域和时期的陈设风格选择各异的陈设材料及其安装形式,依据陈设艺术的美学要求与原则采取独特的陈设方法与技术,完美表现空间艺术效果。

二、陈设艺术设计的特点

1. 陈设的时尚性与普遍性兼容

任何陈设环境都具备鲜明的“时尚”性,或前卫或怀古,因此陈设设计师是视觉艺术的“弄潮儿”(图1-14);普遍性是针对所有“有意义”的空间陈设而言,比如时装发布会、商场换季转场陈设等。



图1-14 古车陈设展示(北京)

2. 陈设的目的性与仪式性同在

陈设的目的性很强,既是功能的延伸又是品质的提升;往往要为某种特定仪式与活动而进行“主题陈设”,如阿拉伯地区的教仪祈祷、日本的成人礼场、各种发布会会场等(图1-15)。



图1-15 新闻发布会会场

3. 陈设的时效性与永恒性并存

很多临时性陈设是很讲究时效性的,比如会场、婚丧礼仪场、小品影视歌剧等表演与拍摄现场;而收藏品陈设则具有长效、保值和永恒的特点(图1-16)。



图1-16 老爷车陈设展示(上海)

4. 陈设的创造性与幽默感必备

艺术的本源就是“创造性”,其珍贵之处在于“不可复制”,陈设场景具有“幽默感”是各类艺术活动追求的目标(图1-17)。



图1-17 狼——雕塑(陈中英 摄)

三、陈设艺术设计的规律

(1) 顺应普遍艺术设计规律,烘托气氛、创造意境。节奏与韵律、对比与和谐、有序与层次、色彩与质感是永恒的艺术法则,陈设艺术设计也不例外,也以“烘托气氛、创造意境”为根本目的(图1-18)。



图1-18 武侯祠——织物、灯饰陈设(成都)

(2) 再造与创新规律, 创造二次空间、丰富空间层次。如果说再造是技术层面的话, 创新则是艺术活动永恒的主题, 那么在陈设设计中就应利用家具、饰品、绿化、水体等陈设元素创造出使用功能更趋合理、更能为人所用、使空间更富层次感的“新空间”, 以满足不同的需求(图1-19)。



图1-19 武侯祠——饰品陈设(成都)

(3) 依据以少胜多、画龙点睛的形式规律给空间赋予新的含义, 强化新的环境风格。在陈设设计中, 经常采用“四两拨千斤”、“画龙点睛”的手法, 用特殊的陈设语言表达新的空间含义、强化新的环境风格和主题思想。

第四节 陈设艺术设计的方法、内容及程序

一、陈设艺术设计的方法

陈设艺术设计的方法有如下几种:

(1) 大处着眼、细处入手, 从总体与细部反复推敲。先总后分、从大到小、从整体到局部、从宏观到微观等都是设计常用的思维方法。对陈设艺术设计, 首先要考虑宏观的功能与视觉关系, 根据陈设活动性质, 深入调查、收集信息, 掌握必要的资料和数据, 从最基本的行为心理、人流动线、活动范围和特点、家具与设备等的尺度和使用它们所必需的空间等入手。

(2) 从里到外、从外到里, 局部与整体协调统一。建筑师依可尼可夫曾说: “任何建筑创作, 应是内部构成因素和外部联系之间相互作用的结果, 也就是‘从里到外’、‘从外到里’。”设计时需要从外到里、从里到外多次反复推敲其性质、标准、风格, 使之与周围环境协调统一(图1-20至图1-22)。



图1-20 欧洲小店外陈设(陈中英 摄)



图1-21 欧洲小店外陈设(陈中英 摄)



图1-22 欧洲小店内饰设(陈中英 摄)

(3) 创意与表达同步、内容和形式统一。“设计”的“灵魂”是创意。足够的信息量、充分的商讨和思考时间是产生一个好创意的关键。对于陈设艺术设计来说,“正确、完整而又有表现力地表达出设计的构思和意图,使受众能够通过图纸、模型、说明等全面地了解设计思想,使内容和形式完美结合是非常重要的,因为在设计中,创意固然重要,而图纸表达则是设计者的语言,一个优秀设计的内涵和表达也应该是统一的”。

二、陈设艺术设计的内容

陈设艺术设计的对象就空间而言,分为室内陈设和室外陈设。

(1) 室内陈设包括:家具、灯具、家电、日用品、装饰织物、室内景观与植物、艺术品等(图1-23至图1-25)。



图1-23 室内陈设(上海)



图1-24 室内陈设(苏博)



图1-25 室内陈设(拙政园)

(2) 室外陈设包括:景观与植物、室外家具、器物与用品、艺术品(装置、雕塑、壁画等)、其他气氛类用具或设施(气球、彩带、涂鸦、音响等)(图1-26、图1-27)。



图1-26 室外陈设(苏州)



图1-27 室外陈设（成都）

三、陈设艺术设计的程序

根据设计进程，陈设艺术设计通常可以分为四个阶段，即设计前期、方案设计阶段、施工图设计阶段和实施阶段；根据工作性质，陈设艺术设计分为文案与创意阶段、设计与制作阶段。

1. 文案与创意阶段

文案与创意阶段主要是接受任务委托、签订合同，或者根据标书要求参加投标；明确设计任务和要求，明确设计期限并制定设计计划进度安排，调研并撰写可行性分析

报告，编写脚本与流程，概念性创意生成，考虑各有关工种的配合与协调，如陈设设计任务及其使用性质、功能特点、设计规模、适用环境、总造价，根据任务及其使用性质所需创造的环境氛围、文化内涵或艺术风格等；收集分析必要的资料和信息，包括对现场的调查踏勘以及对同类型实例的参观等。

2. 设计与制作阶段

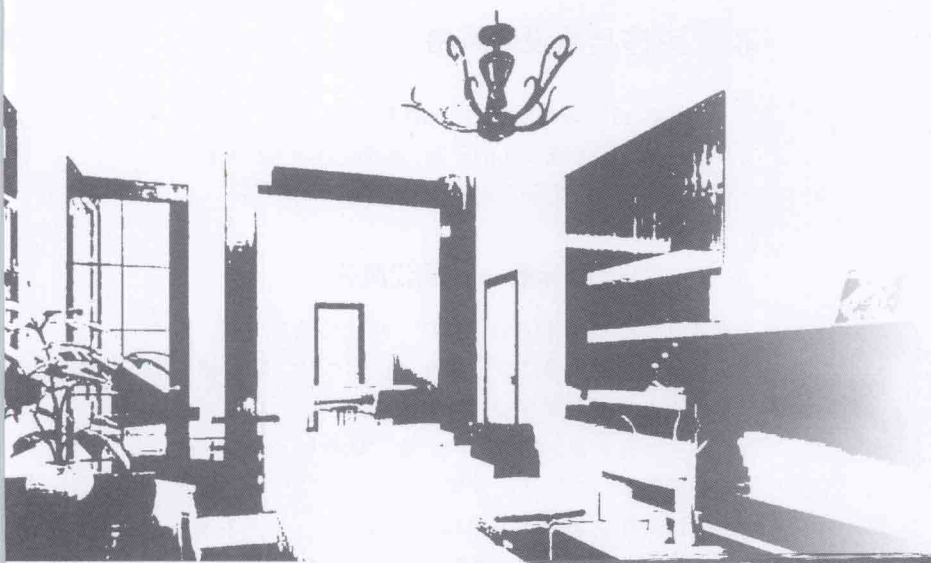
设计与制作阶段的主要工作：在调研与可行性分析报告、脚本与流程、概念性创意生成的基础上，进一步收集、分析、运用与设计任务有关的资料与信息构思立意，进行方案设计、深入设计、方案的分析与比较，并绘制制作图与施工图等图纸（包括效果图、空间平面图、构造节点细部大样图，以及灯光灯具、设备管线图等），编制施工说明和造价预算，组织并落实资金；制订采购、施工计划，制订日程（活动）与时间表，现场加工与场外制作密切配合，组织制作与施工，场地与半成品、成品的保护，实施过程（或活动仪式）中的调整与应急措施；同时还必须协调好与建设单位、施工单位之间的相互关系，在设计意图和实施方面取得沟通与共识，以期取得理想的设计工程成果。

本章小结

本章从陈设艺术的空间属性出发，指出了陈设艺术的使命；介绍了陈设艺术设计的功能与特点、作用与规律；着重阐述了陈设艺术设计的方法、内容与程序。

课题训练

课题：以功能空间为依据，收集陈设艺术相关资料，3~5人为一组举办“陈设历史”展，并分别宣讲其“陈设历史思想”与主题，有针对性地分析其创意、方法及风格等。



第二章 家居陈设

第一节 家居陈设的特点

家是温馨的避风港,承担休息养生、工作、学习、会客交友等重要任务。随着时代的发展,人们对家提出了更高的要求,开始讲究居室的气氛、格调、意境等。

陈设品是当今实现高品位生活的物质载体,其实用的价值、精巧百变的造型、灵活的布置方式让“轻装修、重装饰”的家居设计理念成为现实。据调查,人们往往将装修费用的1.5~2倍甚至更多投入到陈设品中。家居陈设品的特点如下:

(1) 内容丰富,形式多样,与生活息息相关。家居陈设品琳琅满目,大至各种家具、织物,小到精美的化妆盒、打火机等。正是这些丰富多彩的陈设品,使得原本空荡的室内空间变成了能满足人们精神文化需求的家。

(2) 成为居室中的视觉要素。家居中大部分陈设品,如家具、各种织物、工艺品等,其摆放位置大都处于人的中心视野,因此居室中最能吸引人的莫过于这些陈设品了。精心设计的陈设品以其精巧的艺术造型、漂亮的花色能长久吸引人的视线。

(3) 陈设形式具有不确定性。家居陈设品与难以更改的硬质装修不同,我们可按照自己的需要随时改变其陈设方式。以窗帘为例:我们可以用当年最流行的款式换掉过去的老款,或者随季节的变化更换不同的花色(图2-1、图2-2)。此外家居陈设品随房间不同而异。以卧室为例:主卧室的陈设品布置通常要有温馨雅致的格调;老人房则应沉稳柔和;小孩房则需要卡通的陈设品来营造活泼的气氛。



图2-1 蓝色窗帘让酷暑变得清凉



图2-2 粉色窗帘使寒冬倍感温暖

(4) 反映主人的兴趣爱好和思想境界。家居陈设品可反映主人的职业特点、兴趣爱好、思想境界等,是自我表现的方式之一。如图2-3所示,饭厅墙面悬挂苏轼的《念奴娇·赤壁怀古》词作,反映了主人对苏词的喜爱并表达了其人生观。



图2-3 墙面悬挂词作

第二节 家居陈设设计理念

家居陈设的设计理念如下:

(1) 整体统一。这是贯穿整个家居陈设设计的核心理念,即要求陈设品与空间以及陈设品相互之间在形态、色彩、质感、风格等方面融合为一个有机整体。家本身营造的是和谐雅致的气氛,同时“整体统一”的大环境中应有一些局部的对比,这样才能使居室既雅致又充满生活的乐趣。“整体统一”的意义为:“统一中求变化,变化中求统一”。

(2) 主次和谐。家居陈设设计不是将各类陈设品简单地累加或减少,设计时要有类似于“众星捧月”的理念,考虑好主体陈设品的设置后,其他陈设品在形态、色彩、质感上应与之呼应。同时居室的主体陈设品往往有多件,这就需要主体陈设品之间还要进行主次协调,这样的陈设设计才能形成丰富的层次。

(3) 构图均衡。即陈设品之间以及陈设品与空间之间在形态、色彩、质感等方面构成一种非对称的微妙平衡。“均衡”是家居陈设设计中充满变化的设计理念,例如构图均衡的空间中,简单挪动几件陈设品的位置,整体空间的均衡就可能被打破或形成新的均衡感。相比于庄重的对称,均衡性构图能使居室整体产生灵活生动的效果。

第三节 家居陈设的风格

不同风格陈设品在形式上的差异是由地域文化形成的。同一地域因区域文化的不同,还可细分为多种风格,以下从实用与流行角度归纳出具有代表性的八种风格。

一、高唱国际歌——现代风格

现代风格源自德国的包豪斯,经过传承与发展,现代风格是全世界使用最广泛,最受人们推崇的国际风格。现代风格讲究空间布局与使用功能的合理结合,其室内空间造型的主要理念是:将点、线、面、体看做是复杂形体的基本构成元素,以形式美规律为指导,运用相加、相减、相贯等设计手法将基本元素构成复合形体。如图2-4所示的电视背景墙由一根承重柱形成,其设计构思可以这样理解:中部“中花白”石材形体可看做是一大一小两个立方体相减的结果,再运用“加法”将上下两个“黑金砂”石材立方体连接。现代风格注重新材料与新工艺的结合,能呈现出美观实用、简洁大气的视觉效果。



图2-4 电视背景墙

现代风格陈设品也延续了时尚简约的理念,例如家具多用木、金属、玻璃、布艺、皮革等材料制作,大气硬朗。虽然在有的情况下这类家具会给人略显生硬与冷酷的感觉,但通过曲线造型等工艺手段可以软化这种生硬感,仿生家具就是很好的例子(图2-5)。



a 线构成



b 线面构成



c 线面体复合



d 仿生造型

图2-5 仿生家具