

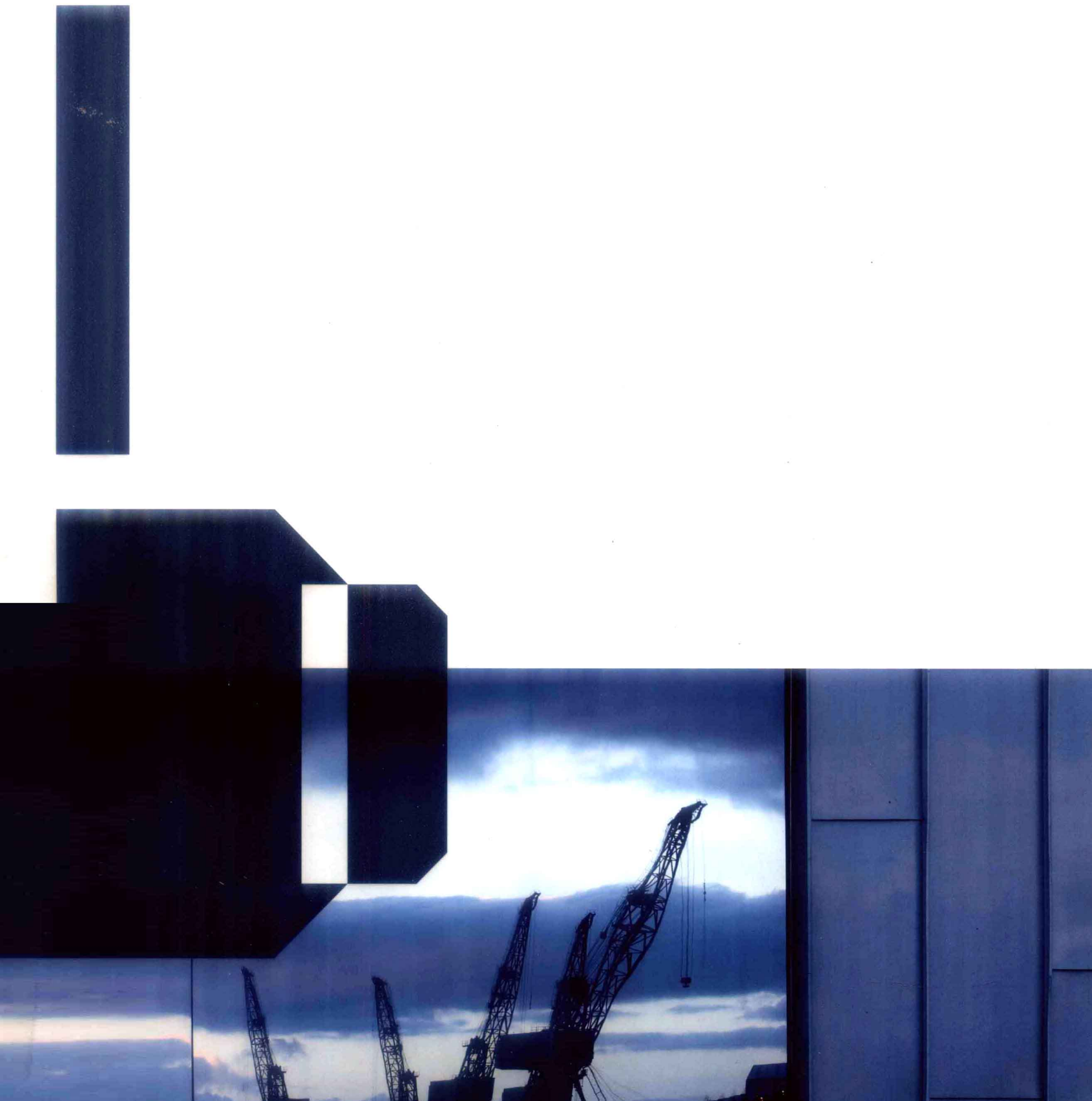
室内设计师

INTERIOR DESIGNER

China Architecture & Building Press

中国建筑工业出版社

Vol. **32** 设计酒店





编委会主任 崔恺
编委会副主任 胡永旭

学术顾问 周家斌

编委会委员
王明贤 王琼 王澍 叶铮 吕品晶 刘家琨 吴长福 余平 沈立东 沈雷 汤桦 张雷
孟建民 陈耀光 郑曙暘 姜峰 赵毓玲 钱强 高超一 崔华峰 登琨艳 谢江

海外编委
方海 方振宁 陆宇星 周静敏 黄晓江

主编 徐芳
艺术顾问 陈飞波

责任编辑 徐明怡 李威
美术编辑 赵鹏程 卢玲
特约摄影 胡文杰

协作网络 ABBS 建筑论坛 www.abbs.com.cn



筑龙网 www.zhulong.com

图书在版编目(CIP)数据

室内设计师. 32, 设计酒店 / 《室内设计师》编委会编. -- 北京: 中国建筑工业出版社, 2011.11
ISBN 978-7-112-13763-3

I. ①室… II. ①室… III. ①室内装饰设计—丛刊②饭店—室内装饰设计 IV. ①TU238-55 ②TU247.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 231003 号

室内设计师 32
设计酒店
《室内设计师》编委会 编
电子邮箱: ider.2006@yahoo.com.cn
网 址: <http://www.idzoom.com>

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)
各地新华书店、建筑书店 经销
利丰雅高印刷 (上海) 有限公司 制版、印刷

开本: 965 × 1270 毫米 1/16 印张: 10 字数: 400 千字
2011 年 12 月第一版 2011 年 12 月第一次印刷
定价: 30.00 元
ISBN978-7-112-13763-3

(21559)

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)

I CONTENTS

VOL. 32

视点	乔布斯和苹果的产品设计	王受之	4
解读	设计酒店		7
	西西里岛的“慢生活”		8
	Museumotel：梦幻般的山间哈比屋		16
	活着的建筑		24
	传统与前卫的完美结合		32
	巴塞罗那丽思·卡尔顿艺术酒店		39
	裸心 谷		46
	河岸博物馆		56
论坛	装饰的正名——斯卡帕的布里诺家族墓园设计	董豫赣	68
	限研吾：茶香弥漫的自然对话	徐明怡	74
教育	新的老与老的新：记 2011 年春季中国美术学院建筑系三年级课程设计	王 飞	80
实录	郑州中原文化博物馆		86
	浙江绿城建筑设计有限公司新办公楼		92
	“楔”展厅		98
	马可波罗校园专卖店		102
	紫轩餐饮会所		106
	茗汤温泉度假村		110
纪行	去德国，寻找设计之根		118
场外	张佳晶：一定要有“不一定”		126
	张佳晶的一天		129
感悟	回望拉萨	陈丁楠	132
	买家具随感	范文兵	132
	又到平江路	陈卫新	133
	日常生活中的建筑与教学一则	姚 栋	133
事件	我们一起下江南：2011CIID 第二十一届（苏州）年会片段		134
	2011 秋季巴黎家居博览会掠影		138
	给未来一个机会——2011 “100% 设计”上海展暨国际家居装饰艺术展		145
	各取所需——2011 时尚家居展		146

I CONTENTS

VOL. 32

视点	乔布斯和苹果的产品设计	王受之	4
解读	设计酒店		7
	西西里岛的“慢生活”		8
	Museumotel：梦幻般的山间哈比屋		16
	活着的建筑		24
	传统与前卫的完美结合		32
	巴塞罗那丽思·卡尔顿艺术酒店		39
	裸心 谷		46
	河岸博物馆		56
论坛	装饰的正名——斯卡帕的布里诺家族墓园设计	董豫赣	68
	限研吾：茶香弥漫的自然对话	徐明怡	74
教育	新的老与老的新：记 2011 年春季中国美术学院建筑系三年级课程设计	王 飞	80
实录	郑州中原文化博物馆		86
	浙江绿城建筑设计有限公司新办公楼		92
	“楔”展厅		98
	马可波罗校园专卖店		102
	紫轩餐饮会所		106
	茗汤温泉度假村		110
纪行	去德国，寻找设计之根		118
场外	张佳晶：一定要有“不一定”		126
	张佳晶的一天		129
感悟	回望拉萨	陈丁楠	132
	买家具随感	范文兵	132
	又到平江路	陈卫新	133
	日常生活中的建筑与教学一则	姚 栋	133
事件	我们一起下江南：2011CIID 第二十一届（苏州）年会片段		134
	2011 秋季巴黎家居博览会掠影		138
	给未来一个机会——2011 “100% 设计” 上海展暨国际家居装饰艺术展		145
	各取所需——2011 时尚家居展		146

室内设计师. 32
INTERIOR DESIGNER

编委会主任 崔恺
编委会副主任 胡永旭

学术顾问 周家斌

编委会委员

王明贤 王琼 王澍 叶铮 吕晶晶 刘家琨 吴长福 余平 沈立东 沈雷 汤桦 张雷
孟建民 陈耀光 郑曙暘 姜峰 赵毓玲 钱强 高超一 崔华峰 登琨艳 谢江

海外编委

方海 方振宁 陆宇星 周静敏 黄晓江

主编 徐芳

艺术顾问 陈飞波

责任编辑 徐明怡 李威

美术编辑 赵鹏程 卢玲

特约摄影 胡文杰

协作网络 ABBS 建筑论坛 www.abbs.com.cn



筑龙网 www.zhulong.com

图书在版编目(CIP)数据

室内设计师. 32, 设计酒店 / 《室内设计师》编委会编. — 北京: 中国建筑工业出版社, 2011.11
ISBN 978-7-112-13763-3

I. ①室… II. ①室… III. ①室内装饰设计—丛刊②饭店—室内装饰设计 IV. ①TU238-55 ②TU247.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 231003 号

室内设计师 32

设计酒店

《室内设计师》编委会 编

电子邮箱: ider.2006@yahoo.com.cn

网 址: <http://www.idzoom.com>

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店 经销

利丰雅高印刷 (上海) 有限公司 制版、印刷

开本: 965×1270 毫米 1/16 印张: 10 字数: 400 千字

2011 年 12 月第一版 2011 年 12 月第一次印刷

定价: 30.00 元

ISBN978-7-112-13763-3

(21559)

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)



(1955-2011) 史蒂夫·乔布斯
Steve Jobs

乔布斯和苹果的产品设计

撰文 | 王受之

2011年10月的第一个星期三傍晚，我在准备去机场的间歇匆忙开电脑看一下新闻。忽然看见头条新闻是苹果电脑的奠基人史蒂夫·乔布斯(Steve Jobs)过世的消息，我一下子呆住了。我想，有他和没有他，这个世界将会很不同，就像迈克尔·杰克逊去世时候我感觉到的一样。不同的是我接触杰克逊主要是在娱乐领域，听音乐的时候感觉到他的爆发，他的灵气，那种千钧一发、电闪雷鸣，忽而涓涓细流、静谧如丝的感动；而乔布斯则无论在工作、在生活、在娱乐上都围绕着我。因此，当有人说杰克逊去世的时候你写了篇很棒的纪念文章，也写篇乔布斯吧，我犹豫了，不是不想写，是这个人不是我的语言能够承载得下的。

我见过乔布斯两次，第一次是他刚刚被苹果电脑董事会炒鱿鱼之后，在一个硅谷的朋友聚会中看见他，很帅气的一个人，也有明显的失落，我想那时候他还没有弄清楚为什么董事会可以把苹果电脑的灵魂赶出去。他非常能讲话，并且好多话具有“箴言”那样的深度，我当时觉得如果把他的话整理下来，可能就是非常精彩的文集；第二次见他，是他从因离婚缺钱的乔治·卢卡斯手上买下皮克斯动画公司，由约翰·拉瑟特领军设计《玩具总动员》。我有事去皮克斯，约翰带我看整个公司的工作室，那里非常大，好像一个大玩具店一样，是动画人刻意创造的动画氛围，突然他指着一间整洁得好像包豪斯展示间一样的办公室对我说，这是我们皮克斯唯一干净的办公室，透过玻璃窗，看见乔布斯在里面看文件，他看见我们，挥挥手，让我们进去。当时的他信心十足，早年的张狂已经不太察觉了。十年光阴的挫折和历练，让他惊人地成熟起来。我问他传统动画还有空间吗，他没有回答，只说“数码动画肯定是未来的方向”。之后十年，皮克斯成了世界最大的数码动画公司，而他在给我讲那句话时，每年还需要往皮克斯补贴400万美元，如果不是他的信心和财力，也就没有皮克斯了。

谈一个人很容易，但要谈一个在眼光、智商、思想上的超人时，能力、语言有时都很贫乏。爱因斯坦去世的时候，有人试图总结他，徒劳无功；乔布斯去世了，我看最好先不要试图简单地总结他。他的伟大是在未来很长一段时间后才慢慢可以体会出来的。我想我还是谈一点乔布斯对苹果设计的影响吧。

我们现在讲产品设计，苹果公司的设计简直是不能够不谈的，因为苹果设计不但对现代工业设计的影响大，对我们的日常生活影响也很大。我们使用的iPod、iPhone、iPad等等产品，还有各代的苹果、麦金托什电脑，在很大程度上改变了我们对于产品的审美概念，如果讲21世纪的产品设计，苹果设计是无法绕开的主题之一。

苹果公司早期的设计部叫做“苹果工业设计组”(Apple Industrial Design Group)，是1977年成立的。乔布斯请工业设计师杰利·马诺克(Jerry Manock)设计苹果II电脑，并通过马诺克来组织起苹果电脑公司的内部设计人才。乔布斯对于设计的挑剔简直是达到吹毛求疵的地步，业内尽人皆知，他和马诺克在设计上意见很一致，从开始就形成了苹果电脑的简约主义、极少主义的设计原则，产品都色彩简单、造型简洁、这个原则在苹果电脑公司里起码流行了10年之久，之后才有所改变。

随着苹果公司的发展，为引进设计人才，1980年代苹果开始举办

设计竞赛，吸引了好多设计师参加，胜出者逐步被网罗到苹果公司的设计部里来。其中最杰出设计资源之一就是一家德国设计公司“青蛙设计”(Frog Design)，这个事务所的负责人是哈特穆特·艾斯林格(Hartmut Esslinger)。艾斯林格早期和苹果合作的时候，原来仅仅是给苹果电脑旗下的麦金托什系列产品做企业形象的。乔布斯很喜欢艾斯林格的简单而系统化的设计，他从艾斯林格的设计中意识到苹果本身需要一个统一的品牌形象，需要一个强势的国际形象，需要一个设计语言系统。从苹果II电脑、到麦金托什Plus(Macintosh Plus)的设计，就可以看到这个设计语言系统、品牌形象是如何逐渐形成的。苹果II的设计用轻盈的、有点奶油味道的淡米色的方式，当时叫做“雾色”(fog)，这种方式之后推广到其他所有的苹果电脑产品上去。直到1986年，乔布斯和艾斯林格合作，把苹果IIGS改成了浅银灰色，叫做“铂”色。这个色彩在苹果电脑上使用的时间很长，乔布斯被“逼宫”离开苹果电脑之后一直继续沿用，直到1998年乔布斯回到苹果电脑，重振河山，启用新设计人才，通过iMac最后颠覆这个色系为止。不过，即便在此之后，淡灰色还是用在PowerBook系列上，并没有完全放弃。这个设计时期的苹果设计，我们称之为“青蛙设计”时期，是德国的理性主义注入苹果设计的重要时期。

这里有一个经常出现的认识苹果设计起源的误差，就是比较多人认为苹果设计是开始于“青蛙设计”，是艾斯林格的贡献造就了苹果设计的风格的。事实上，苹果设计是开始于马诺克和早期的苹果设计小组，艾斯林格是继承了乔布斯和马诺克奠定的设计原则而使之发扬光大的。

1990年代开始，苹果电脑的竞争对手IBM的个人电脑(PC)公开模仿简约主义的“白雪公主”设计原则，使苹果公司失去部分市场，并且还影响了原来仅属于苹果的企业形象。苹果公司不得不对自己的设计进行修改和发展。这个时候苹果设计的负责人是工业设计师罗伯特·布鲁涅(Robert Brunner)，他一方面继续了马诺克、艾斯林格“青蛙设计”的简约设计的原则，另一方面则探索新的设计方向，形成了1990年代的苹果产品的形象。但是因为这个时期乔布斯被董事会逼退出苹果公司，苹果设计已经失去了精神支柱，因而产品风格飘摇不定。

1997年乔布斯重新回到苹果公司，他对于产品概念、设计概念有了比离开之前更加崭新的领悟。苹果的产品出现了井喷一样的提升，苹果也很快成为全球最具有号召力的品牌。乔布斯从当时苹果设计部内提升了此前没什么名气的英国年轻工业设计师乔纳森·艾佛(Jonathan Ive)。乔布斯重用他，完全是凭着自己的“第六感觉”，直接让艾佛负责苹果设计部，让他从事新一代的苹果电脑设计，提出新的技术突破性的概念，也要求产品设计上走出情性、惯性的轨道。这是乔布斯领导苹果公司在设计上的一个急剧的转折点。艾佛不负众望，他使得苹果产品的设计极为独特，树立了鲜明的品牌国际形象，把苹果产品推到一个国际的高度并且一直保持着高水平。由乔布斯提出产品概念、他来设计的iPod、iPhone和iPad都是当代产品中最具有国际影响力的作品，而他早年设计的蓝色半透明iMac则是尽人皆知的经典作品了。2009年，艾佛被评选为商业设计中最有影响的设计师，是21世纪产品设计中迄今为止最具影响力的人物。这一代的苹果设计风格，或者说苹果设计语汇，可以分两

大类，一是大众消费产品路线，针对大众，拥有时尚气息，价位合适，机体采用黑白色，表面往往是光滑的，用塑料外壳为多，如 MacBook、iPod 等；二是专业产品路线，采用金属机壳，如钛和铝金属，设计上突出金属质感，主要集中在专业产品上，如 MacBook Pro 和 Mac Pro 等。不过，最近我们看到有跨界的情况，最新的 iMac、iPod 产品都走专业路线，采用金属外壳，外形纤细简单，多为长方形，转角则是圆角，因为用黑色或者金属外壳，所以很有专业感。

在乔布斯的指导下，艾佛在设计上确立了非常清晰的苹果设计方向，分别是：

一、半透明风格（Translucency），这个设计方法最早形成于 1998 年推出的 iMac 的设计，电脑采用鲜艳的蓝色半透明塑料制作，很有视觉震撼力。这个设计立即得到全世界的认同，变成潮流。1999 年在 iBook 手提电脑上进一步采用这个设计原则，非常成功。随后推出的 Power Mac G3 用了蓝色和白色两种半透明的色彩，造型圆润饱满，引线也是半透明的，非常逗人喜欢，完全打破了电脑原来的刻板、机械的形式。艾佛说这个设计是受水果糖的启发，他在设计的时候还特别带了设计小组的人一起跑到水果软糖工厂去看制作过程，当年基本在苹果电脑所有的产品中都沿用了这个风格。半透明的塑料在 1960 年代塑料产品流行的时候曾经非常风行，但是后来就式微了，艾佛再次启动了这个曾经被视为过时的产品风格，赋予它新的时尚活力。半透明风格流行了好几年。

二、与众不同的色彩。最早也是应用于 iMac，其独特的“邦蒂蓝”（Bondi blue）色出自澳大利亚悉尼邦蒂海滩（Bondi Beach@Sydney）。1999 年艾佛推出了 5 款糖果色“蓝莓”（艳蓝色）、“葡萄”（紫色）、“橘色”（橙色）、“柠檬”（艳绿色）、“草莓”（粉红色）来取代单一的“邦蒂蓝”，这种糖果色带动了全世界消费产品的新潮流，在 1990 年代后期和 21 世纪初期，无处不见这类色彩的使用，从收音机到笔记本，甚至家居用品、时尚用品，都有这类半透明的鲜艳色彩的产品。糖果色到 1999 年开始逐渐为比较沉静一点的“石墨”（Graphite）色系取代，主要是烟灰色、白色系列的半透明塑料。我们看见的最早“石墨”系列产品有特别版的 iMac，第一台 Power Mac G4，之后是在 2000 年推出的五种色彩系列，包括深红色的“红宝石”（Ruby），墨绿色的“森林绿”（Forest green），深蓝色的“靛蓝”（Indigo）和奶白色的“白雪”（Snow）。色彩在乔布斯、艾佛的设计中具有很重要的地位，他们基本每年都在改变色彩计划。2001 年，苹果设计又推出两款新色彩：白色和花色混合的“花力”（Flower Power）、蓝色和“邦蒂蓝”和接近、具有白色斑点的“蓝达尔玛提亚”（Blue Dalmatian，“达尔玛提亚”是一种黑白斑点的狗的名称）。

三、极少主义。乔布斯对于现代设计的极少主义（Minimalism，来自艺术和建筑的一个术语）是情有独钟的。极少主义在设计上最早是德国设计师兰姆斯推出的，如果看看 1978 年兰姆斯设计的布劳恩 ET44 型（Braun Control ET44）计算器，就会发现 iPhone 很多设计细节是来自兰姆斯的。1990 年我和兰姆斯交流过设计理念，他很明确地告诉我，设计就是要做到消除社会上的混乱，因此他坚持用极少主义和系统设计的方式。这一点，我们在苹果 21 世纪推出的设计上看得十分明确，无论是 iPhone 还是 iPad 都有这个谱系关系。2001 年，苹果设计开始放弃用了几年的半透明彩色计划，离开了原来色彩鲜艳的、多色彩混合的产品设计路线，开始了新的尝试。一方面趋向高度专业化，最早在 Powerbook G4 中开始使用，表现出高技术、高端的感觉，纯净的金属色彩，开始用的是钛金属机体，后来改用铝的。另外，极少主义的设计也开始用在比较普及的消费产品上，比如 iBookG3，不透明的白色机体与原来鲜艳的半透明糖果色设计一下子拉开了距离。不但色彩改变了，设计造型也改变了，原来那种柔软、滑润的造型被直角的、流线型的、极简的风格取代。

四、黑色的铝金属（Dark aluminium）。这个是最近出现的一个风格走向，在设计上采用透明的塑料或者玻璃，搭配机身的铝构成的，走更加

极端的减少主义、极少主义的方向，称之为“单机身”（unibody，这个词有人建议译为“一体机”，我拿不准，在这里提供大家参考），表面更加简单，几乎要达到无以复加的地步，设计上的要求是一切不需要的细节全部删除，很冷峻，也非常时尚。我们从第一代的 iPhone 设计上第一次看到这个风格，机底板是黑色亚光的铝金属，立即成为时尚指向。这个风格很快延伸到所有的 iMac 产品系列设计上，之后的 iPhone 系列上，都有一个亚光的黑色铝金属外壳。2008 年的 MacBook Pro 也是用这个设计风格。我个人很喜欢极少主义设计，因为不喜欢繁琐的装饰细节，因此，这个新的设计方向是很能够吸引我的。

概括乔布斯的设计原则，尖端的技术使得产品可以最终摆脱在产品设计上延续了 100 多年的“形式追随功能”，使得产品的形式可以有朝“极少主义”发展的无限空间；产品设计不再用功能分类，而是按照人的方便性为准设计，因此出现了越来越具有综合、多元功能的新产品。通信功能（电话、短信）、网络资讯功能、娱乐功能，甚至跨界到电视、多媒体、摄影、录影、编辑等本来是由不同产品承担的领域，这是当代产品设计的一个史无前例的重大飞跃。在乔布斯去世之前不久提出来的“云”概念，更加包含了未来发展的巨大潜力。

21 世纪以来，西方设计由于零售业的全球化发展，使得产品开发从原来企业研发为中心的“推动”（push）经济进入到消费者需求为中心的“拉动”（pull）经济，产品研发完全按照消费者需求来执行。而乔布斯深知消费者除了对款式的要求之外，由于对技术潜在的巨大发展空间多半一无所知，所以也难以接受完全没有接触过的崭新产品，他重回“推动”经济立场，研发让消费者目瞪口呆、欢喜若狂的新产品。iPad，iPhone 都具有消费者从来没有过的功能体验性能，以强势的创新为立足点，以极少主义、方便的接触式界面设计，新产品如洪水一样从苹果公司喷薄而出。创新成了设计的核心，这个做法，不但对苹果电脑，对全世界墨守成规的企业都不啻是一记棒喝，工业设计自乔布斯之后永远不同了。

2005 年乔布斯曾经受邀在斯坦福大学毕业典礼上发表演讲，那一天非常热，他也刚刚从第一次胰腺癌手术中恢复过来，面容消瘦，更加明白把每天都当生命最后一天活着的重要性。那一天，我坐在电脑旁边看同步转播，听得泪流满面。我感觉他每一句话都讲到我的心里去了。今天，为了纪念乔布斯，我把这段话找出来，希望大家细细看看。这段话，我觉得他不是用嘴巴在讲，而是用心灵在讲的。

“有些时候，生活会拿起一块砖头向你的脑袋上猛拍一下，但不要失去信仰。我很清楚唯一使我一直走下去的，就是我做的事情令我无比钟爱。你需要去找到你所爱的东西。对于工作是如此，对于你的爱人也是如此。你的工作将会占据生活中很大一部分。你只有相信自己所做的是伟大的工作，你才能怡然自得。如果你现在还没有找到，那么继续找，不要停下来，只要全心全意的去找，在你找到的时候，你的心会告诉你。就像任何真诚的关系，随着岁月的流逝只会越来越紧密。所以继续找，直到你找到它，不要停下来！”

“时间很有限，所以不要浪费在重复其他人的生活上。不要被教条束缚，那意味着你和其他人思考的结果一起生活。不要被其他人喧嚣的观点掩盖你真正的内心的声音。还有最重要的是，你要有勇气去听从你直接和心灵的指示——它们在某种程度上知道你要成为什么样子，所有其他的事情都是次要的。”

他给自己、给大家的格言更加弥足珍贵，英语原文是“Stay Hungry. Stay Foolish.”中文可以翻译为“求知若饥，虚心若愚”。乔布斯自己履行了这个格言，苹果设计也是因之而获得这样的成就的。乔布斯对设计的影响，我现在仅仅能够就事论事地谈这么一点点，我希望将来能够了解得更多，写出更加好的文字来，也就是遵循他说的“求知若渴，虚心若愚”了。END

设计酒店

DESIGN HOTEL

撰文 | 丙辰

连锁酒店与设计酒店的竞逐，就像一场各有消长的远程竞赛蔓延至世界各地，在追求齐头并进、出奇制胜的两个端点间，只为获得旅行者的青睐，无论坐落在山边、海滨或者都会，也都给了出游目的不同的人各自栖身之所，并与空间谱出趣味惊喜的一夜情。

设计酒店往往是由一两位知名设计师操刀主笔，设计师却并非一般意义上的酒店室内设计师，也许来自家居界、工业设计界、空间设计界、包装设计界，甚至可能是来自时尚领域呼风唤雨的引领潮流者。酒店大多体现设计师强烈的个人风格，不同于星级酒店的豪华，不同于家庭旅馆的温馨，也不同于特色酒店的主题色彩，设计酒店往往摒弃了工业文明标准化的枯燥，展现出后现代的回归与个性。这些酒店大多追求的是新奇有趣、冒险、刺激的体验，把酒店本身变成旅游的一部分。有“建筑设计鬼才”之称的设计师卡里姆·拉希德说：“长期以来，酒店总是尽力远离家庭客房，舒适得让人觉得不在异国他乡，而现在我们偏想要追求异国他乡的感觉。”

此次，在年底之际，我们也为读者甄选出一些来自世界各地的设计酒店，这些酒店都以各自不同的方式，展现出时尚、前卫、精致和创造性，令酒店变成了公众记忆的一部分。



西西里岛的“慢生活”

CASA TALIA

撰文 | 徐明怡
摄影 | Andrea Ferrari

项目名称 | Casa Talia
地点 | Via Exaudinos, 1/9, 97015 Modica, Italy
建筑设计 | Marco Giunta, Viviana Haddad

Casa Talia 是位于西西里岛的一个旅馆，这座由一对建筑师夫妇自己设计、经营的酒店与天然的洞穴完美地结合在一起。这里除了成为这对夫妇建筑作品的最佳展示场地，也成为他们享受阳光、海滩等自由生活的令人向往的地方。





“如果不去西西里，就像没有到过意大利：因为在西西里你才能找到意大利的美丽之源。”这是格斯在1787年4月13日到达巴勒莫时写下的句子。这片巧妙的土地将迷人的自然风景与人文风景和谐地融为一体，希腊人、古罗马人、拜占庭人、阿拉伯人、诺曼人、施瓦本人、西班牙人等的文化早已印证在这里，现在，这片土地更成为了众多城里人暂避喧嚣的世外桃源。有些人来了，就留下了。来自米兰的建筑师夫妇Marco Giunta和Vivian Haddad则是其中之一，他们在此置下了一座岩洞旅馆Casa Talia，过上了乌托邦似的梦幻生活。只是，酒店的生意也并没有影响他们的设计事业，发达而高速的因特网让他们同时也可以在此棕榈树下悠闲地处理着设计生意。

这座岩洞宾馆的缘起非常有趣。Vivian Haddad自小在米兰长大，她在米兰认识了她的丈夫兼合伙人Marco Giunta。十年前，她从没有想过会在西西里岛生活。2001年，这对建筑师夫妇决定暂时远离“大城市的喧嚣”，来到了西西里岛东南部的莫迪卡度假。用Marco Giunta的话来说：“当我第一次来到这里后，就再也不愿意离去。”

莫迪卡是西西里岛巴洛克风格建筑群的中心，被联合国教科文组织列入了世界文化遗产。在历史的浸泡和地中海阳光的照耀下，这里仍然是依托岩石堆砌而成的人类居所，顽强地拒绝着周围山谷和平原的入侵。整座莫迪卡古城就像一个立体的迷宫，地形特别多，巷弄也颇多，街道都是由原先的干涸的河道填成的，沿着弯曲的山坡建筑，间中栽植着棕榈树。

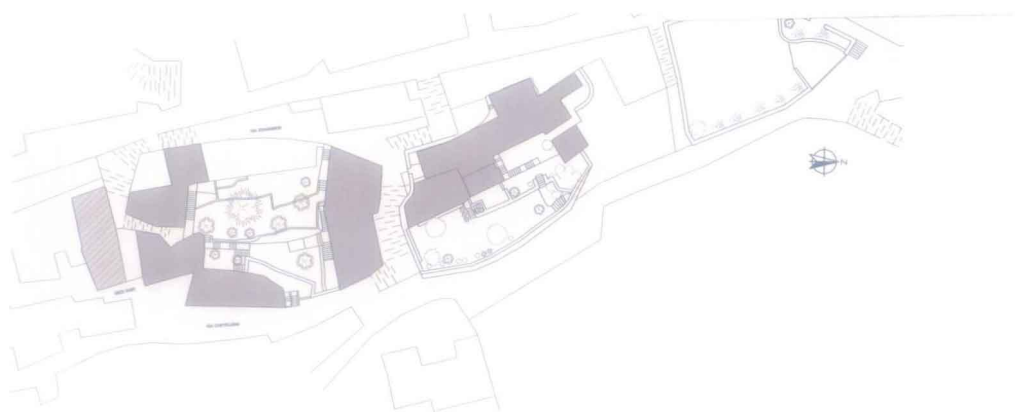
Casa Talia原本是由几户独立的民居改建而来，这些隐藏在弯曲如胡同般的弄巷里的房子，外表看起来并不起眼，然一旦开门入内，其丰富室内的总令人瞠目结舌。设计师受到了摩洛哥Riad的典型模式的启发，

将十二间小型住宅改造成环绕着中庭的六个大套间，每个房间都有通往中庭花园的入口以及私人的露台。Riad是摩洛哥传统宫殿形式的一种，近些年来受到众多设计杂志热捧，这股异国情调梦工厂的气氛几乎洋溢在世界各地的家饰设计上。这种Riad风格房屋的结构其实与中国的四合院民居颇有渊源，属于同一类型，两种像“回”字般的建筑，都成了东西方争相抢救保存的房子。

对这对夫妇来说，费时费力的修缮与装修是他们的强项。虽然现代建筑已慢慢开始侵蚀这座古老的城市，但他们想做的仍是如何恢复宅子的原貌。为了与整座城市的基调相协调，Marco Giunta和Vivian Haddad也尽量从四处找来了那些从附近的山谷中采掘出来的石灰岩，改建后的房子恢复了典型的西西里传统建筑外观，包括石头墙面、石子与彩绘的地板，房间内部的墙壁及地板修复以及装饰也都使用了当地的瓷砖与石头。经过他们的精心设计，这几间绚丽的老房子从骨子里绽放出了最淳朴的意大利华丽味。

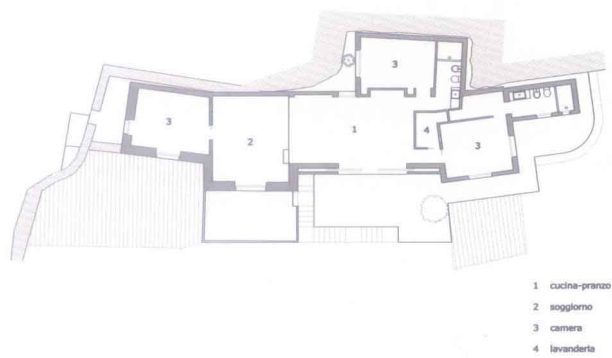
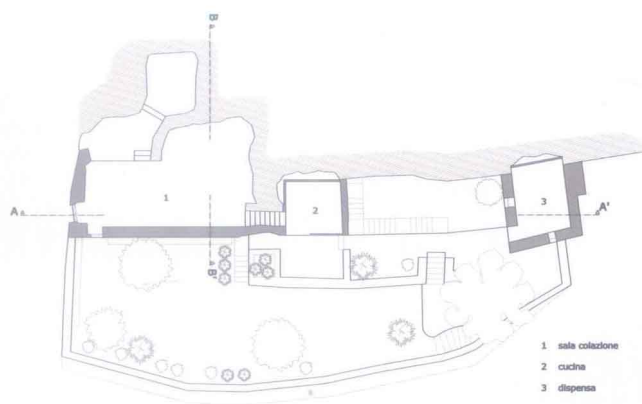
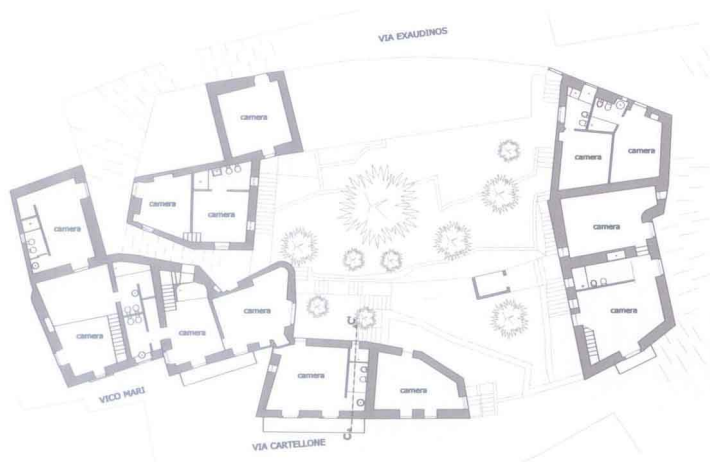
他们打造的室内空间线条简单，却风情十足，每个房间的摆设跟装潢都不相同，但基本上仍然是以质朴粗犷的质感为主要基调。房间的墙面大多是纯粹的白色，或是石灰岩的质感，甚至是裸露在外的粗犷石头，顶棚上有着一字排开的竹帘，衣橱、躺椅跟茶几都是古朴而精致的摩洛哥木雕，古色古香的当地陶器和地毯亦随处可见。

其实，值得炫耀的细部还有许多，比如房间与中庭内的那些繁复的马赛克瓷砖装饰，设计师将不同款式的瓷砖运用到了墙上与地板上，营造了神秘的阿拉伯风情。其实，这种瓷砖非常特别，是经典的西西里岛风格，它们可以将土色和明亮的印花织品相结合，使室内反映出了西西里岛的风格特点。



- 1 设计师夫妇肖像
- 2-4 酒店与古城融为一体
- 5 总平面





1	4	3
5		
2	6	

1-3 设计师从四处找来了当地的石灰岩，恢复了典型的西西里设计风格

4-6 分区平面示意图

