

装点

中国最大型的实景拍摄豪华工装画册
企业家的装修范本 设计师的灵感源泉 广告商的代言载体
本册展示酒楼、吧厅、茶馆、小商场、专卖店、桑拿足浴、美容美发等装饰案例50个
香港金版文化出版社 深圳市金版文化发展有限公司 / 主编

08

¥48 (\$16.00)

decoration idea

南海出版公司



实景拍摄黄金版

decoration idea

装
点

主编

香港金版文化出版社

深圳市金版文化发展有限公司

Editor in Chief

Hong Kong Golden Version Culture Publishing House

Shenzhen Golden Version Culture Development co.,Ltd.

南海出版公司

图书在版编目(CIP)数据

装点. 8/深圳市金版文化发展有限公司主编. —海口: 南海出版公司, 2005. 4
ISBN 7-5442-2805-3

I. 装... II. 深... III. 建筑装饰—建筑设计—图集 IV. TU238-64

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第010584号

ZHUANGDIAN 08
装点 08

主 编	香港金版文化出版社 深圳市金版文化发展有限公司
责任编辑	陈正云 周诗鸿
封面设计	深圳市金版文化发展有限公司
出版发行	南海出版公司 电话 (0898) 65350227
社 址	海口市蓝天路友利园大厦 B 座 3 楼 邮编 570203
电子信箱	nhcbgs@0898.net
广告代理	深圳市帝壹广告有限公司 电话 (0755) 25839058
经 销	新华书店
印 刷	深圳市极雅致印刷有限公司
开 本	635mm×965mm 1/8
印 张	30
版 次	2005年4月第1版 2005年4月第1次印刷
书 号	ISBN 7-5442-2805-3
定 价	48.00元(\$16.00)

南海版图书 版权所有 盗版必究

广告经营许可证登记号: 琼工商广字 137号

广东华商律师事务所 樊超律师

购书电话: 0755-83476130 上海办事处: 021-64088534 广州办事处: 020-34201409 佛山办事处: 0757-82719775

Http://www.ch-jinban.com



中国佛山(国际) 陶瓷博览交易会

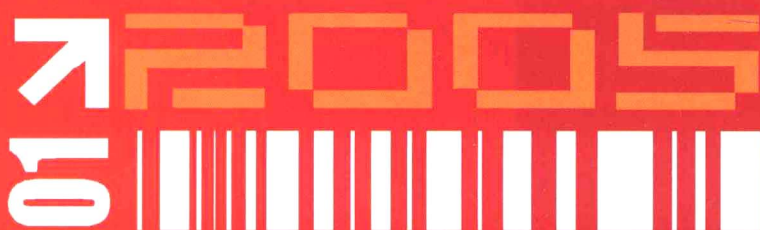
CHINA INTERNATIONAL CERAMIC FAIR FOSHAN

2005.4.18-22

举办地点: 中国陶瓷城

Venue: China Ceramics City

SPRING 春季



汇聚全球知名品牌的专业盛会

The exhibition of many well-known brands

企业出口的最佳平台

Best opportunity for opening the doors
to export

九成展位已租赁一空

90% of available space is rent out

东鹏(DONGPENG)、鹰牌(EAGLE)、亚细亚(ASA)、
诺贝尔(NOBEL)、冠军(CHAMPION)、伊奈(INAX)
新中源(NEW ZHONG YUAN)、欧神诺(OCEANO)、
阿波罗(APOLLO)、美标(AMERICAN STANDARD)、
爱和陶(ICOT)、TOTO、汉斯格雅(HANS GROHE)、
吉事多(GIESSDONF)、东陶(TOTO)、
.....

我们对陶交会感兴趣, 请邮寄相关资料;

We are interested in 2005 Ceramics Fair, please send the details;

我们有意参展陶交会, 请邮寄招商手册;

We are interested in exhibiting, please send the exhibition brochure;

我们有意参观陶交会, 请邮寄门票。

We are interested in visiting, please send the visiting tickets.

查询详情, 请联络:

For the details, please contact:

地址: 佛山市江湾三路2号中国陶瓷城

Add: No. 2 Jiang-wan-san-lu, 528031 Foshan City, Guangdong, China

电话 / Tel: 86 757 82727011, 82727022, 82704311

公司名称 (Company Name):

联系人 (Contact Person):

电话 (Tel):

传真 (Fax):

电邮 (E-mail):



中国陶瓷城
CHINA CERAMICS CITY

传真 / Fax: 86 757 82727022, 82719328

电子信箱 / E-mail: ccc@eccc.com.cn

网址 / Web Site: www.eccc.com.cn

“设计师”情结

读书的时候，还是在九十年代的北京。那时，中国的设计行业刚刚露点眉目，做一名设计师，是我们那代人的理想。

人到中年，突然发现“设计师”三个字的行情，就像中国的股市一样一蹶不振了。同行间很不愿别人称自己为“设计师”，开始互称“某工”。知道的，是“工程师”的省略；不知道的，还以为是“某木工”“某电工”。

现在，连行业也注意改变了称呼。去年，我获得建筑装饰协会颁发的“全国杰出中青年室内建筑师”的荣誉称号，心里很高兴，觉得十几年的苦学，总算有了点进步，而且还受到老师表扬。尤其是“室内建筑师”几个字，更让自己弯了许久的腰杆子挺了一下。

“设计师”三个字真的贬值了吗？

有人说自从家装行业打出“设计免费”的口号，就宣告了“设计师”的贬值。

我认为那不是原因，而是结果。

客观地说，在大陆，八九十年代的大多数设计都是粗糙的，尤其是室内设计。许多刚出校门，连家居都没设计过的学生，提笔就是几千米的大空间，太奢侈了。还记得，刚毕业时用喷笔画一张酒店大堂的效果图，东拼西凑，竟然变成了现实。时代的发展给了我们百年不遇的实践机会，中国设计的进步，在我们这一代付出了昂贵的代价。

我们的作品和人们对设计师的期许差得太远，那“设计师”的称谓自然就会在社会上重新定位。

在任何一个时代环境下，都有他必然的游戏规则。就如同文人画的高峰必然出

现在南宋，诗歌艺术的高峰只能出现在唐朝。

我们这一代的设计师估计是出不了格罗皮乌斯这样的设计理论家和哲学家，因为我们常常忙得没有时间静下来思考。而且，教育的单一让我们的逻辑思维和形象思维没有一起成长。我们好像也出不了像美国雷蒙德罗维这样的大富豪设计师，因为我们的设计市场版权不成熟。

但是任何的代价都有回报。近几年来，我看到在深圳有许多三十几岁的设计师，在把握大空间的时候，从解决问题，完善流程，到空间形式美的处理，越来越成熟了。和同龄的境外设计师相比，他们有着得天独厚的实践经验。

中国人喜欢讲“悟”，但并非像钱钟书先生说的中国人盖塔直接盖最高层下面的就算了，而更像哲学中的量变到质变。

“设计师”没有贬值，而是被架空了，因为以前太少人配得上这个称呼。相信随着大家水平的逐渐提高，设计师的价值会越来越高。

往前看，毕竟还有邓爷爷举着“总设计师”的旗帜，永远支持着我们。



李阳

1993年毕业于中央工艺美术学院环境艺术设计系

深圳艺术学校 讲师

全国杰出中青年室内建筑师

主要作品

◆ 北京人民大会堂湖北厅（合作）

获得全国首届“为中国而设计”环境艺术设计大展 优秀奖

◆ 四川美欣度假酒店（合作）

获深圳第六届环境艺术设计大展 一等奖

入选全国第十届美展

◆ 武汉同济医院（合作）

获深圳第六届环境艺术设计大展 三等奖

◆ 大连市内免税店

获全国免税系统EFFC最佳店面设计奖

◆ 沈阳工业大学

获2000年全国第三届室内设计大展 银奖

◆ 深圳南山教育信息大厦

decoration idea

decoration idea

idea

decoration idea

目录 CONTENTS

前言 Preface

餐饮 · 厅吧 Food&Drinks · Lobbies&Bars

特色酒楼 Characteristic Restaurants

广州唐人街环球美食餐厅 002

上海苔圣园酒家(浦东店) 010

上海梅龙镇酒家总店 018

漫步食街 Roam Food Street

上海C.J.W星际餐厅(外滩中心店) 024

上海阿里郎韩国料理 032

广州潮皇食府 036

北京雅竹食苑 040

北京东方陕西风味餐厅 046

厅吧前沿 Lobbies & Bars

武汉滨江明珠迪斯科酒吧 050

武汉豪斯咖啡厅 056

北京爱丁堡酒吧 060

茶坊廊 Teahouses

杭州心源茶楼 064

北京太和茶馆 070

上海宋园茶艺馆 074

娱乐 · 休闲 Entertainment · Leisure

OK夜总会 OK Night Clubs

大府第歌舞西餐厅KTV 082

北京阳光俱乐部 098

北京京城俱乐部 108

上海梦园俱乐部(日式) 110

健康新会所 Fitness Clubhouses

上海LIFE SPA 116

上海曼都佳人(乌南建国路店) 124

大连国际温泉俱乐部 130

上海依利莎女子健身俱乐部 146

聚美屋 Beauty Clubs

上海金太子美发3号店 148

上海思诺美容美发 152

莱雅专业美发店(深圳下沙分店) 156

商业 · 办公 Commercial Offices · Shops

商场秀 Shops Show

深圳金光华商场 162

顺德皇朝家私贵族店 168

专卖解读 Franchise Shops

广州金叶烟店 178

上海sony展厅 182

深圳衡韵专卖店 188

佛山中国陶瓷城展厅 192

楼盘会所 Building Clubhouses

苏州加城国际销售中心 202

湖南运达国际广场售楼处 208

创意Office Creative Offices

上海蓝格·点凡装饰设计有限公司办公室 214

上海王强建筑装修设计事务所办公室 218

WYY创意空间办公室 224

上海富恒装饰设计公司办公室 228

潮州顺强陶瓷办公室 232

深圳华筑工程设计公司 238

Food & Drinks Lobbies & Bars

餐饮·厅吧

特色酒楼	Characteristic Restaurants
漫步食街	Roam Food Street
厅吧前沿	Lobbies & Bars
茶坊廊	Teahouses

DECORATION IDEAS

Characteristic Restaurants

特色酒楼

广州唐人街环球美食餐厅

设计单位：凌盛祥设计工作室

摄影：陈思

建筑面积：3000m²

装修材料：地毯、大理石、木材、艺术玻璃等

广州酒家创建于上个世纪30年代，素有“食在广州第一家”的美誉，是家喻户晓的“中华老字号”。位于广州酒家的唐人街环球美食餐厅，装修充满浓厚的民族色彩，包房设计赏心悦目，具有豪华瑰丽宫廷般的气势，还有意境深远，充满诗情画意的曼妙曲调相伴左右。这里精美的佳肴、雅致的厅堂、宫廷的服饰、豪华的陈设，会将您带到中国光辉灿烂的传统饮食文化之中，得到美的享受。

为了体现传统文化与现代生活的融合，室内设计采用了古典与现代相结合的方式，大厅过廊等视野开阔处，运用现代化的灯光和装饰构造对空间进行了合理而有机的布局调整，视觉效果明亮而通畅。而在细节处的中式装饰精致而优雅，仿古建筑的古旧和神秘、雕梁和飞檐的流畅线条都让观者为之心动。

行走在整个酒家中，仿佛漫步在古代的街道上，朴实的青砖、古典的宫灯、石材铺设的仿古地面等都体现了传统建筑文化那种特有的厚重与深沉。

坐在镂空围栏构成的就餐区中品尝佳肴，就像是在回忆一段逝去已久的故事……







酒楼设计的主题实现

确定主题的目的

一个成功的酒楼设计不但能给客人提供舒适、便捷、周到的服务，同时又能使经营者获得最大的利润，如果再具有鲜明的个性和特色，则可以视为一个优秀的设计。

确定主题的方法

一个酒楼主题的确定，一般都是由业主提出初步设想，或与设计师一起集思广益，反复论证，最后由设计师总结提炼出来。

主题产生的方式也多种多样，可以用特色饮食来确定；可以根据当地的文化来确定；可以引进异域文化来确定；可以以某种自然环境，比如海景、热带雨林、雪山等作为主题；可以根据故事或传说，甚至创造的情景来确定主题。只要能够摆脱自己的习惯思维模式，以独特的视角观察思考问题，自然能产生出构思新奇、与众不同的主题。

确定主题的原则

这里所讲的主题，通常是指酒楼的形象、环境及室内空间所表达出来的艺术效果。主题的塑造必须建立在功能合理的基础之上，同时需要注意运营和维护成本的适宜。

初步设定酒楼主题的基本原则：

1. 要注重以人为本的个性化设计，这是立足市场的根本；
2. 要重视运营效率的提高和成本的降低，这是利润的保障；
3. 用发展的眼光看问题，在设计上尽可能为以后的发展与改造留有余地。







