



家居设计新视角

雅舍完全设计手册

中国建材工业出版社

比格出版有限公司

图书在版编目(CIP)数据

家居设计新视角/比格出版有限公司编.——北京:
中国建材工业出版社, 2002.6

(瑰丽图书)

ISBN 7-80159-291-3

I.家... II.比... III.住宅-室内装饰-建筑设计-图集 IV.TU238-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第037692号

家居设计新视角

欧志恒著

中国建材工业出版社

地址: 北京海淀区三里河路11号

电话: (010) 68345931

邮编: 100831

比格出版有限公司

香港湾仔告士打道128号信

谊大厦27楼

电话: (852) 28971688

各地新华书店经销

设计制作及电分: 广州贝思广告制作分色有限公司

电话: (020) 86578290

印刷: 广州培基印刷镭射分色有限公司

开本: 710mm × 990mm 1/16

印张: 12

字数: 60千字

2002年6月第1版 2002年6月 第1次印刷

印数: 1—6500册

ISBN 7-80159-291-3/ TU·147

定价: 88元

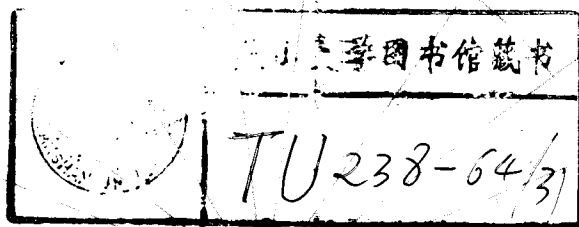
版权所有, 不得翻印

雅舍完全设计手册

多视角 / 多途径 / 多层次

家居设计 新视角

欧志恒著



0373454

中国建材工业出版社
比格出版有限公司

目录

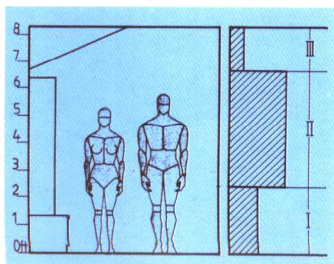
[编前语 [4

[1 四“点”类型 [5 戴着一副“点”的有色眼镜来看 家居设计

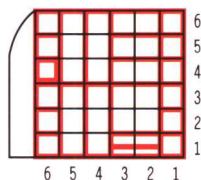


[2 无形的线 [14 家居设计中有形和无形的线

[3 空间调整 [23 利用平面调整和立面调整来控制 空间



[4 比例尺度 [34 它们是两种不同的概念



[5 好坏模仿 [42 室内设计的初级阶段是模仿期 模仿有好坏之分 室内设计发展进程金字塔



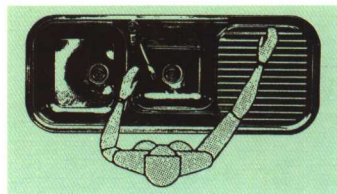
[6 三步思维 [51 怎样提高设计的思维层次?



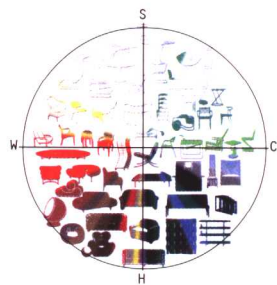
[7 创作方法 [61 介绍八种简单的创作方法 藏、混、 化、生、修、替代法, 质疑 法, 逆反法, 定义法, 穷 举法, 景点法, 串连法



[8 设计生活 [68 室内设计=美化居室吗? 怎样来测定设计是否提高了户主 的生活素质?



[9 冷暖刚柔 [74 冷 (C / 雪花) 代表理智、现代。 暖 (W / 阳光) 代表感情、温馨。 刚 (H / 山石) 代表进取、力量。 柔 (S / 水波) 代表舒适、随和。



[10 设计评估 [80 由一个表格来评估你的设计水平



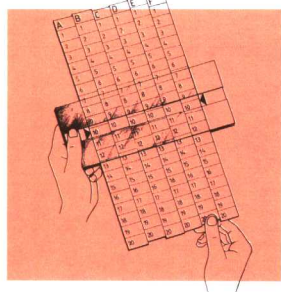
[11] 偷师学艺 [89]

一群年青人学到大师的设计秘诀



[12] 编码搜索 [97]

用一把量尺来把家居设计抽丝剥茧



[13] 机能家具 [104]

户主知道了它的优点之后, 多数人采用



[14] 家居安全 [112]

我们家里的52个危险陷阱60%的家居意外可由室内设计方法避免

[15] 环境保护 [119]

室内设计装修不符环保的事态有多严重

[16] 横向思考 [127]

利用“脑地图”(Mind Map)方法做的三个家居设计



[17] 背囊家具 [139]

家具可放入背囊搬走吗? 这个设计的背后意义何在?



[18] 微风住宅 [147]

“空调是家居必备”的观念将慢慢改变



[19] 登高望远 [155]

将家居的室内设计东看、西看、近看、远看

[20] 继往开来 [168]

现代家居设计与我国传统文化用新模式接轨



自己来设计 [177]

- ① 怎样DIY? ⑤ 买楼书和报刊楼市信息
- ② 设计程序 ⑥ 分区间隔
- ③ 度量面积 ⑦ 布置家具
- ④ 看平面图 ⑧ 配置灯饰

编前语

室内设计是一门结合客观和主观、科学和艺术的学问。它有客观和科学的量度标准，但同时也要配合主观的美感视野。室内设计的覆盖面其实很广，但凡有人生活的地方，就涉及空间的规划，就存在室内设计。但是，不少人把这门学问掉以轻心，以为把沙发、茶几、电视柜和餐桌椅挤进客厅就是室内设计，忽略了科学与艺术的结合，妄顾人与空间的关系，殊为可惜。

本书清楚论述了室内设计一些客观的标准，同时强调现有的风格不一定是最好的风格，鼓励读者发挥创意，让室内设计提升到艺术层次，而不是拉杂成章的装修，准确地为室内设计定位，是一本十分全面的室内设计入门书籍。

全书触及的范围相当广泛，除了室内设计的基本原理及家具的介绍外，作者还一步一步引领大家从“冷暖刚柔”、“编码搜索”到“横向思考”进行有创意的室内设计。此外，第14、15、18章论及家居安全和环境保护，打破一般以为室内设计就只是空间规划和选购家具的框框，为室内设计引进更宏观的视野。同时“登高望远”，展望室内设计的新趋势，并“继往开来”，探索延续传统的现代设计。

除了以上观点外，作者还针对香港室内设计一些现象，颇能一针见血地指出香港室内设计常犯的毛病，例如不断重复、滥用假天花板、选购不合比例的家具、以为新 = 美等。现今内地房地产发展迅速，不少内地的室内设计都参考香港案例，然而，作者清楚指出，在参考的同时，最重要的还是要了解不同案例个别的实况，从参考中求变，不盲从跟风，设计才算上乘。发展本应是正面的事，但如果因为发展迅速变成没有时间思考的借口，导致室内设计僵化，则有弄巧成拙之嫌。

作者欧志恒从事室内设计教育多年，本书是作者多年来细微观察和研究成果，实用与概念兼备，对有兴趣从事室内设计工作或是对家居设计有兴趣的户主来说，都有很高的阅读价值。



1

四‘点’类型

假定我们戴上一个“点”的有色眼镜来看室内设计，
我们就会发现一般的设计大约可分四个类型。

一些户主或初学室内设计的人士，往往觉得不知怎样才能将家具、设备、装饰布置得好看？觉得这问题太过抽象，难以入手。那么我们可不可以找出一个简单的办法，用来容易分辨自己布置的优劣呢？

一般人都听过“点、线、面、体”。关注设计的人，又会知道“重点”(Accent)、强调(Emphasis)、层次(Rhythmic gradation)都是美观元素之一，以及关于“景点”(Focal point)，视觉中心(View center)的讲法。它们都与“点”的概念有关。今天我们就尝试采用一个

新的角度，用“点”的概念来看室内设计，看看我们现在如何用“点”以及“点”在室内设计中的作用，或“点”会给我们什么启发？

假定我们戴上一个“点”的有色眼镜来看室内设计，我们就会发现一般的设计大约可分四个类型，它们是：

(一) 心中没点，碎点乱点。

(二) 心中没点，点点中心。

(三) 心中有点，统筹各点。

(四) 心中有点，主次分明。

现在我们就来一一探讨。

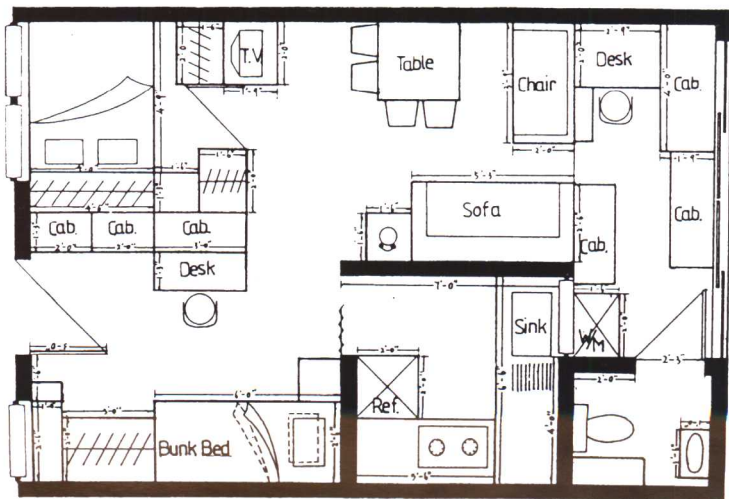
(一) 心中没点，碎点乱点。

很多室内布置是户主随意购置、随意摆放的。当户主发觉衣柜不够用时，遇到价钱适合的就会买一个，看看室内还有什么地方可以容纳，就摆下它。如果我们把每件家具设备视为一个点，假使事先没有点的概念，就容易造成室内许多碎点乱点。

这类布置的特点是：

1. 分区混乱、间隔失当而导致不便。
2. 家具设备功能不足、效率不高、安全性低、舒适度减。
3. 家具尺寸过大或过小、比例失当。

(图1) 一个随意购置、随意摆放家具设备的住宅平面图，由图上可见它的分区混乱，家具过大过小，凹凸不一，通道弯曲狭窄。



点与点相互之间的造型、色彩、材料等均不搭配。

4. 储物位置不够, 物品到处摆放, 寻找困难。室内空间显得狭窄。

5. 墙身几乎布满碎点, 包括相架、装饰品、镜子、挂历、对联等等。天花板、地板或窗帘的花纹大而明显。室内六个面都充满压迫感, 令人透不过气来。

6. 一个房用单一光源全照明, 室内灯光惨淡, 没有立体感。

这是一般业主自己进行的旧式室内布置效果(图1)。本来, 不用雇请设计公司设计、不准备做入墙装修、只用摆放家具(Loose furniture)等等, 并非不妥。问题在于: 业主在布置前没有一个全盘计划, 心中没数。其实应多做几个方案比较, 参看多几间家具店, 然后定案, 到最后购买。

(二) 心中没点, 点点中心。

家具或生活用品制造商推出自己的产品, 大多数会把产品本身作为一个中心来设计。尽量让它更醒目、更吸引人, 以求增加销量。于是往往会令一道门或一个柜配上许多彩色花纹或几何图案。一张床单也是这样: 中间印上大朵七彩玫瑰花, 四周又印上花边。甚至小至一个面盆、一条毛巾也一样, 印上花纹或“祝君早安”等字样。

如果我们没有点的概念, 用上这类家具设备做室内布置, 就容易变成到处是点, 样样是中心。特别是业主随意购买时是每一件分别买回来, 当单独看每一件物品时, 都容易觉得“很好看”。但当许多中心放在一起时, 就难免产生“争秋夺暑”、互相冲突的情况, 令场面混乱。



(图2) 这是一个住宅客厅的一角。初看似觉得很乱, 细看原来有大、中、小中心。大点是餐台, 中点是正中的桌案和镜架, 小点是两旁靠窗的谈话区。前景还可见到别的点的布置。现在我们可以清楚见到不同层次的点, 而点与点之间经过悉心安排, 不论造型、颜色、纹理、花款, 照明都呼应配合。这是“统筹中心”的较复杂例子。美国 John Edward Hughes 设计。

另外一些情形是, 这许多中心不是散买回来的, 而是装修出来的。假如我们喜欢在地面做一个大大的黑白云石射线拼花, 又在墙壁上做许多明显的几何图案, 又在房顶做弧形跌级天花板, 又做一些用铁枝扭成复杂线条的房门, 又铺鲜艳花纹的块毯, 又在走廊门口做厚重的灯光门框……如果每道门、每条柱、每个柜都同时分别加以重量级装饰, 而互相之间又缺乏统筹安排, 就造成每一样都独自发出最大的吸引力度, 各看各精彩, 争妍斗丽。这样就会发生互相拉扯的情况, 令人精神

紧张。尤如我们走进一个嘉年华会, 五光十色、目为之眩。热闹是热闹了, 也够气派了, 但天天开嘉年华会, 会不会太累呢?

(三) 心中有点, 统筹各点。

有的设计, 它的视觉中心并不那么明显, 不是一下子被觉察得到, 但若仔细察看, 就发现不但有中心, 还有层次之分。例如在整个空间内, 设计者将布置分成大、中、小各点, 而一些散点就各自围绕它们的中心, 这样细心加以安排, 形成一个统一的格局。(图2、3)

这类设计中,家具、设备、摆设一般较浓密丰富,虽然散点较多,看似复杂,但其实它们相互之间是有呼应联系的。每件物品都有目的、有内涵,可堪细味。不论造型、颜色、材料和照明方面都细加考虑,互相搭配,恰到好处。使人有似在艺术馆或古董店的感觉:虽然目不暇接,但可恣意欣赏。好象享受厨艺高手泡制的北方菜肴:虽然色深味浓,但是调配适度,令人愉快。

美国近年的室内设计,不少属于这类款式。(图4)不知是否承袭了欧洲古老大宅的传统。这种布置的特点是:多层次布置,多色相(可能是鲜艳彩色),多种物料、造型配合,多

采用局部照明,和很好的“空间调整”(Space adjustment)。当然,要做出好的效果,就要设计师和屋主两者都有相当修养、品位和沟通不可。香港本地设计也有许多这样的例子。

(四) 心中有点,主次分明。

有的设计,令人一眼就见到视觉中心,区分清楚,主次分明。如文章有主题,音乐有主旋律,戏剧有主角、配角……等,层次清晰。而且很好地地理顺型、色、料、光等之间的关系,以致协调(图5、6)。这类设计,较超简洁,设计师深明“少即是多”(Less is more)

之道。注重构图与艺术性,令人感到心旷神怡。由简约中见真章,较难藏拙,很考验设计师的造诣。好象南方人蒸海鲜,清雅真味,讲究功力。(图5)

中国的古老建筑,入大门有前庭,中间有“挡中”。跟着进入天井,有左、右偏厅。进到大厅,视觉中心是“中堂”,上有“横匾”,下有桌案。而中堂后还有“二进”、“三进”的布局,其实都是层次。现代人当然不再拘泥于中轴对称形式,但层次感仍被重视。近代管理学上也有主次轻重的处事方式。欧洲及日本的现代室内设计,不乏层次感的做法。美国建筑大师菲利浦·约翰逊(Philip Johnson)

(图3)这设计乍看似有很多乱点,但细看可见到火炉是第一重点,前景是餐桌,烧烤炉架还和火炉连成一气,方便使用。第二重点是巨型壁画和前面的沙发床。工作台是第三重点。各项设计元素的冷、暖、刚、柔和高、低、轻、重都经刻意安排,于是产生层次和韵律。这是“统筹中心”的较简单例子。与图2对照,可见不论大宅或开放式小屋,只要心中有点,都能做出美观效果。







(图4)美国 Pardee Homes 公司设计在洛杉矶一个最新的示范单位, 家具摆设较浓密, 散点不少, 但每件物体的形状、大小、位置都调配恰当, 做到疏密有致, 轻重平衡, 令人看得很舒服。“多而不乱”, 此之谓也。近景是开放式厨房和餐桌, 远景是客厅。请注意这房子把所有的墙角均做成小圆角, 十分别致讨好。



左(图5)在这个厨房里,中途岛式(Island)的炉灶、抽油烟机 and 早餐台椅组成了第一重点。而第二重点是门上面的圆形口,有画龙点睛之效。如果在众多的横直斜线中少了这个圆圈,这厨房就大为失色。Allmilmo 设计。

解释他设计闻名世界的玻璃屋时说:“我把一道矮墙及挂画分隔客厅和睡房,就是要营造层次感。”由香港设计师设计的示范单位也常见这款布置。

有一个地毯的电视广告使人印象深刻(图7)。卖地毯广告时,地毯算不算是重点?设计人于是用了一张鲜艳彩色图案的块毯,放在客厅的中心,也就是电视画面的中

心。除此以外,厅里的沙发、茶几、地灯、挂画,甚至人物的衣服,不论造型、色彩等,都是为配合突出这块毯而设计的。它们的造型不呆板,但不抢镜;色彩不单调,但不争锋。这广告设计人可谓深得室内设计和广告设计的精髓,可作我们的很好范例。本地著名设计师陈建中的设计中也多次出现这样的处理手法。

在四个类别之中,“碎点乱点”摆得好能显出民俗个性、真情流露及浓厚的生活感觉。“点点中心”也有既非常醒目,又富有格调的例子,只要户主喜欢也就行了。“统筹各点”要做到多而不乱,杂而不散,看来也不是易事。至于“主次分明”如做得不好,会变成矫饰造作,缺乏生活气息。日本单身青年和一些艺术

图7



(图6) 在这个客饭厅里, 厅柜是第一个主角, 饭厅柜是第二个主角(图外), 小桥流水是第一配角, 而桌案(console table)是第二配角, 界线清楚, 主次分明。摆设干净利落, 适可而止。





(图9)最近美国通用电器(GE)推出一种有画面的冰箱。显然他们想把冰箱作为厨房的视觉中心。如果采用这种冰箱,按照“心中有点、主次分明”的概念:冰箱是主角,其他的配角,把厨房的布置和颜色作相应的配合,就会有好的效果。如果把它作为一般箱柜,用平时的方法来处理,就容易出现碎点乱点或点点中心的情况。如想把任何家具设备作为重点,原理也一样。



家的家居,也有“碎点”“乱点”和“点点中心”的情况,所不同的,它们不是“无”点,而是有“点”。因此不宜简单认为碎点乱点和点点中心就是不好,关键只在布置当时心中是否有“点”的概念。

再谈谈上文提到的床单和毛巾。有人在外国的百货公司见到所卖的毛巾,全是净色,没有一点花纹图案。(图10)他就奇怪:“这样的毛巾怎么会有人买?”(毛巾做成多种颜色的粉色 Tint color 和浊色 Tonal color,用渐层色排列,选择很多。这类毛巾在香港高级百货公司有售。)原来毛巾制造商正是要把这些毛巾定位做“配角”,配合各种室内设计场合使用。(不止毛巾,许多日用品也一样。有的床单多色有花,但属于同色、类色系,也易于配色。)如果我们的制造

(图8)设计师在这个舞台上,利用同一花纹的布艺的横与直来处理来布置天幕,靠椅枕和窗帘头作主体,再加上拱形窗顶和风琴帘配合,营造一个轻柔浪漫的环境。而台上放了一个雕刻精致的原木色狮子,显然成了室内的视觉中心。美国 Delmar 公司设计。



(图10)

商和用户们仍然不明白这个道理,这个恶性循环还会继续下去。

还有,我们所说的“点”,并不就局限于上述所谓“眼见的”那么简单。点可以是实的,也可以是虚的,如一片草地,独中间空了,虚点给人歇息的机会。点可以是近的,也可以是远的,如室外的声音或香味。点可静可动,如动的吊饰。静点如正星形,动点如透视的星形。点可正可反,如一大堆人向前走,而你却向后望。点可以采用任何媒介,包括形、色、料、声、光、热等,都可单独成为点的主题。点的概念,其实与其他设计是共通的,如平面、广告、服装、摄影等等。现在看来,不论设计也好,装修也好,摆家具也好,请不要忽略这一“点”。

多视角



无处不在：起点、观点、试点、露点、转折点；钟点女佣、污点证人、佳肴美点、无点透视、人生交叉点；小不点，13点；点菜、点灯、点红点绿、想点就点、点滴在心头；有点那个。你可以凑合凑合点儿，点可以是名词、动词、形容词及副词。点的妙用无穷，你看点呢？

多视角漫画由吴启中绘



2

无形的线

看看名牌 GUCCI 的商标字，假使在字的上下均画两条平行的细线，就可发现：U 和 I 的平头都在线内，但 G、U、C 的圆位都超出线外。名牌的确是名牌，一丝不苟，完全遵循设计原理。

做任何设计，我们都要用“线”。如横直线、斜线、弧线等。室内设计常这样用线：

一. 横直线

1. 用垂直线做拉长的感觉：如由天花板到地面的布窗帘、垂直帘、垂直线条墙纸。如人穿直纹长裤会显得较高。

2. 用横线做拉宽的感觉：如小房间用横线条墙纸（或直纹纸横贴），窄房用横地板。如人穿横纹衣服会显得较肥。

3. 横直线做成方格子，有稳定沉实感：如日本障子窗（Shoji）、人穿格子T恤衫等。格子的大小要配合面积，如小厨房不宜用太大格的地砖。

二. 斜线

令人有生动、立体的感觉：如一个传统衣柜加上斜线拉手，就生动了（图1）。此外一个抽屉柜改为斜侧柜，抽屉高度并作等级律动，便更觉有趣。（Blossom Interiors 设计，图2）

三. 弧线

令人有浪漫、活泼的感觉：如圆型灯罩折成人字形，用斜线吊住。灯罩的弧线、弯曲电线与斜线产生的造型甚有诗意。

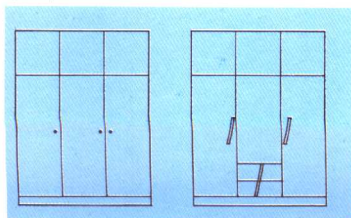
厅柜内藏电视机，分色防火板门造成弧线，打破两个方框的呆板格局。请注意柜门有两个宽度及门铰的位置。（由室内设计师吕建华 Kin Lu 设计，图3）

有一个时期，弧线被滥用。有杂志提到这种情况时说：“巧妙地运用曲线，给人柔和舒适的感觉……应注意弧线的方向及弧度须相应，否则给人混乱感……曲线运用于居室不宜复杂或弧度过大……运用多于一处更需互相配合，否则会弄巧反拙。”这段话说得非常好，很准确贴切。大量的使用不规则弧线容易使环境飘忽不稳定，宜用于夜总会、酒吧等短暂逗留的场合。住宅要在众多横直线之间适当地运用弧线，才能达到“柔和舒适”的作用。（图4）

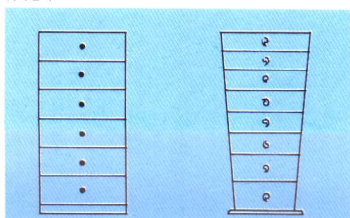
（1）无形的线

上述所说线的使用，相信大家耳熟能详。但住宅还有一些“无形的线”（Invisible lines），容易为人们所忽略。

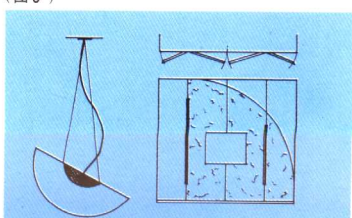
（图1）



（图2）



（图3）





0373454

图5是一个有比例的立面图,底线是地面,顶线是天花。(暂定楼底高 2550mm)图内是室内家具设备常用之尺寸。由此我们可见室内立面有一些无形的线。由上向下数,可用单字名为:过、取、视、立、写、睡、坐。本来这些都属于人体工学的基本常识,但我们看到不少住宅有以下情况:

1. 空调机应在高处,但不少空调机安装在窗台或凸窗以下,变成冷气吹向人的腰部、头部(坐或睡时)或脚部,令人感到不适。

2. 有的浴室毛巾架离地 2130mm,但一般人站立时最高取物高度只是 1830mm,未能达到毛巾架的高度。

3. 门上的圆窗太低,探望时必须弯腰。

4. 电视机的位置过高或过低。它的高度应是当人坐着时,视线约在荧屏的中心点。大电视应放低些,小电视可略高。但若放置的位置要仰视的话,就会令脖子疲劳,略为俯视最适合。

5. 挂画也是一样。画的中心点宜在人站



(图4)

立时的视线附近。有的小画挂到贴近房顶。有人误解“追线”,把四张小画的高度追平门楣。小室也不宜挂大画。

说到这里,想顺便一提:有的设计师连挂画、摆树也不放松,他们关心的是多大的画?什么画面?多高的树?什么树形?因为这些都影响整个室内设计。外国设计师就常常如此,他们带客人去选画买树。这样配合整个设计,使之锦上添花、相得益彰;否则就会弄巧反拙、功亏一篑。(例如中国传统的山水花鸟

画,适合配衬古朴高雅的室内设计;如果是富装饰性的中国字画,则适合采用于现代摩登的居室中。两者互调,效果就不理想。)不过有人习惯装修过后,叫户主自己去换铁闸、买床单,应该建议户主买那一类才比较合适。

6. 图内的厨房工作台的高度应适合一般国内主妇的身高。(外国人所用的台面高度为 890mm 至 915mm)用双头炉的灶台高度为 600mm,目的是炉面放上锅之后仍保持 850mm 的高度。所以双头炉放在