

空间策划



江西科学技术出版社

空间策划



空间策划	4
关注本土 创造时尚	8
项目管理的全新视觉	14

设计实验室

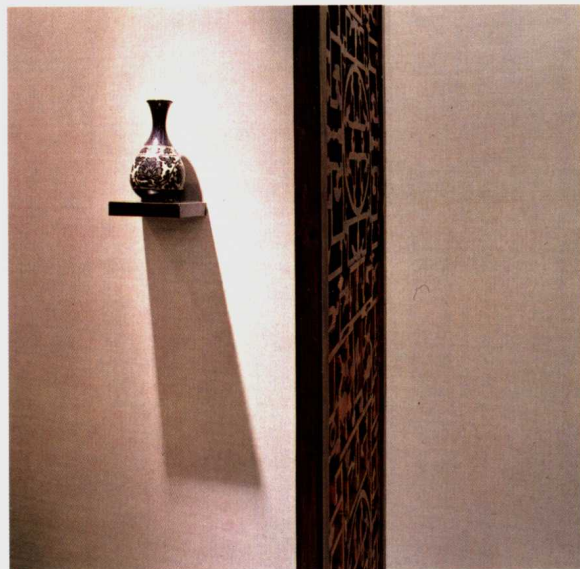
纯粹SOHO派	18
E生活的纯白主张	26
住在生态里	34
现代古典派	42
简约风格派	50
现代享乐主义	58
海洋之心	64
超现实主义	72
岭南园林人家	78

设计精品廊

让波普艺术大行其道	87
追忆似水年华	94
徘徊在奢华国度	104
材质表现新意念	120

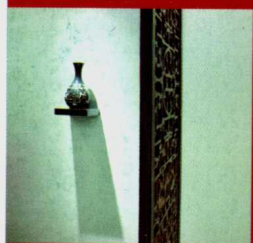
设计展览馆

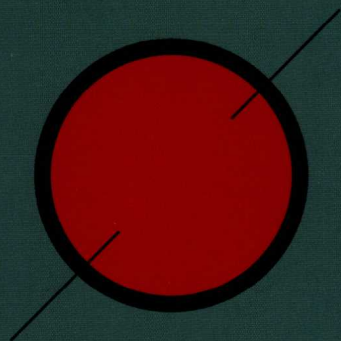
浪漫主义的平和	130
成熟、稳重的表情	134
奔放、活泼的个性	138
大家风范	140
挑染泰式风情	144
现代风韵	148
沟通室内与室外	152
公共区域	158



HAN 74 / 01

空 间 策 划





所谓“空间策划”是一项理性、感性兼具的创造性活动，它的核心是人，调和人与空间方方面面的关系，它涵盖生理、心理、物质、精神等多方面因素；它以空间意识为前提，关注空间结构的功能，它运用艺术语言，进行有目的的视觉创造；它要求室内设计工作者具备营销意识，把室内设计作为一种应用性艺术，以设计项目获得市场的认同作为成功的标准。

全新的空间策划让人、建筑在现实空间里相生共存；

全新的空间策划用视像语言来承载人们的体验，让人们在家能享受唯美的居住空间，享受幸福的生存。

全新的空间策划用营销注入设计，输出全新的生活方式，获取目标消费者的认同。

全新的空间策划用观念的进步带动居住文化的演进。

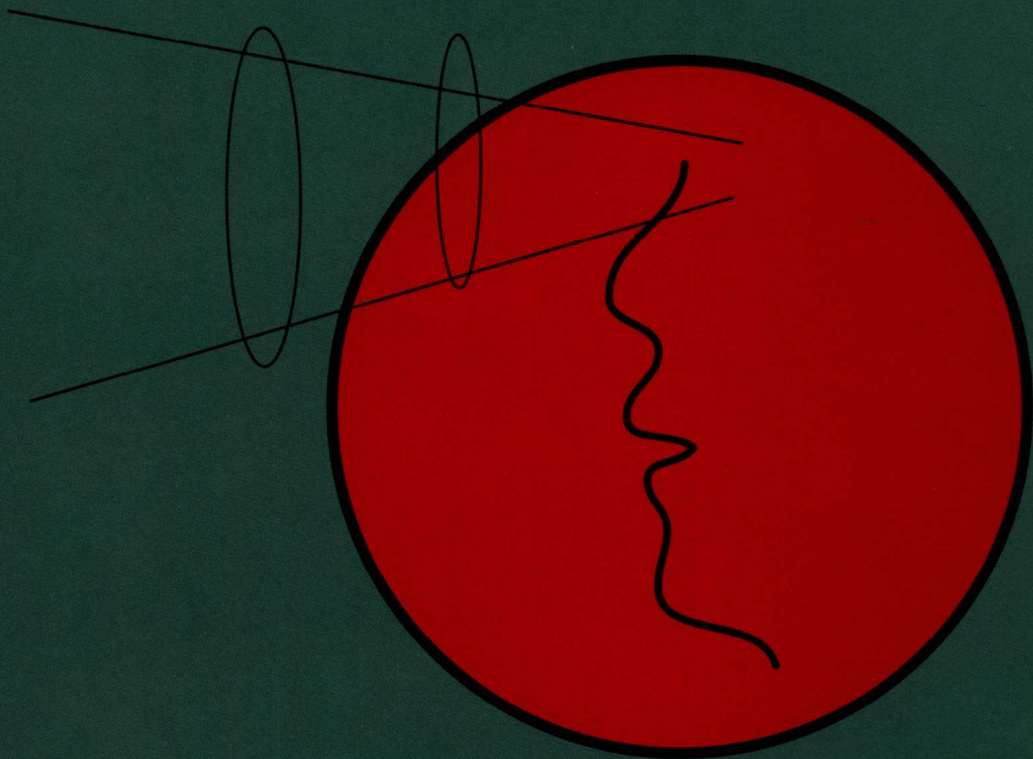
全新的空间策划将另类当代，主流未来！

The background is a solid, vibrant red. Several thin, black diagonal lines intersect the space. One line runs from the top-left towards the center. Another runs from the top-right towards the center. A third line runs from the bottom-left towards the center. A fourth line runs from the bottom-right towards the center. In the center-right area, there is a solid black vertical rectangle. The text is positioned in the upper-left quadrant of the page.

我们必须创造一种能满足人的怀感和物质需要、并能激发人的精神增长的物理环境。

——芬兰建筑师阿瓦·阿尔托

空间因人而活化



在室内设计中，人是空间的精灵，既是设计作品的欣赏者，又是设计作品的使用者。作为复杂变化着的有机体，人对居住空间的要求，从满足生理、安全、休息到交往、自我实现步步递进。室内设计师必须注重生活、注重人们的切实需要，能从社会中认识人的价值、人的文化、历史、传统及人性的重要意义，关注人类的情感，塑造完整而鲜活的空间生命，让这种生命的张力与人完全融合，息息相关。

关注本土 创造时尚

室内设计工作者

是空间灵性的激发者

是视觉力量的启动者

是生活视野的开拓者

是生活品质的规划者

室内设计作品一经创造出来，就从创作系统进入了欣赏系统，成为社会的产品。设计师的观念与构思在此过程中实现了由观念到符号的转化，完成了一个质变的过程。在创作过程中设计师要为大众选择信息、检测信息创造适合于欣赏者的视觉形象，既要满足大众的欣赏需要，又担负着提高其欣赏趣味的责任。

一名成功的设计工作者既要满足社会的需要，又要发展社会的需要。他们应该有一双发现的眼睛，能够穿越社会中弥漫的流行风尘，在静默和细微中发掘，于朦胧、无形中创造，成就具有审美价值的设计，促成生活观念的进步、带动生活方式的演进，影响社会未来的生活主流。

广州市番禺集美视觉设计有限公司，1997年崛起于广州美术学院，第一个服务的客户是深蕴文化内涵的丽江花园，当年设计的星海洲首期示范单位高远而淡薄，一派学院派的风范。使其声名雀起的是1999年“E生活”概念展示空间，中西合璧的雍容大度，以及银色系列的CYBER主张至今仍为行内人津津乐道。之后，集美视觉服务的房地产名盘不胜枚举，洛溪新城、白云高尔夫、金领世界、骏景花园、美好居、南国花园、兰亭颖园、丽水庭园……并提出“空间策划”的理念，引起广泛关注。

有人说示范单位是理想家居的梦工场，在这里传统、时尚、未来的家居生活琳琅满目，有过如此多造梦经验的集美视觉是如何实现从室内设计向“空间策划”的实践过渡？

一 人本意识

在你的全部设计活动中,你最看重的是什么?

江: 人。一次设计活动的过程就是一次充分的信任与坚持的组合,这个空间的所有人放心的将他个人的空间出让给艺术家的心灵。这是一次完全的托付,然后期待一个深化的归属。这已经不是简单关乎契约、道义的问题,而是在考量一个艺术家的人本主义精神所能抵达的深度。

二 空间意识

你是怎样理解空间策划这一概念的。

江: 空间策划是对传统室内设计的一次颠覆。传统的室内设计仅仅局限在室内装饰的范畴,仅仅是物象外形的美化,只考虑室内空中某些平面造型处理,缺乏对室内空间的整体把握与理解。我们希望的室内设计是以空间意识为设计的前提,以空间整体处理为终极的设计工作。

从纯设计层面而言,空间策划要求室内设计与建筑设计、外部环境设计沟通协调,我把它理解为建筑设计的细部延伸,是对建筑的内部空间的一种合理的空间规划与造型设计。它虽然很难突破现存建筑的空间限制,但它的风格以及对整体气氛的把握都应与此空间相和谐。

除此之外,室内设计还应与室外的环境艺术地联系起来,达至和谐一体,人在这样的环境内才会觉得舒适惬意,这是居家生活的最高境界。

举个例子,设计丽江花园星海洲一个80平方米左右的套间,我们就利用了钻石型平面布局的特点,用镜子、喷砂玻璃把设计做得很有流动感和剔透感,同时又与窗户引入的天然江景相互呼应。

三 市场意识

江: 从商业操作的层面而言,空间策划要求室内设计必须是一门应用性艺术,是介于艺术与实用之间的边缘学科,不像纯艺术那样可以脱离实际,任由设计师发挥。因此我要求设计师必须具有一定

的商业头脑，他的室内设计作品，能在功能上满足客户日常生活的需要，艺术只是它的一种表现形式，实用才是最根本的。集美视觉虽然崛起于美院，但学院派的东西很少，市场化东西会多一点，我们的功能定位很清晰，一切的设计以市场、客户的需求为基点，以得到市场认同作为成功的标准。

肆 服务意识

你如何服务你的客户？

江：我们有专门的客户服务人员与客户沟通，如果是地产商通常的方式是开会，找准他们目标消费群的定位，如果是家庭客最好的方式是聊天，室内设计的对象是人，了解用家的个性与喜好、工作性质，起居方式与生活习惯是最基础的工作。

许多设计室会被动地按照客户的要求去做，一味地迎合客户，但我们不想这样，这样做会失去主体性，是对客户不负责任的表现，其实不少客户并不一定明确他们到底要的是什么，或者只有一个朦胧的概念，我们会提出我们的建议想法，为他们提供清晰的思路以及创造的勇气，培养他们的审美趣味，这样会有利于空间策划的整体性。

伍 作品意识

你认为集美视觉的设计风格是什么？

集美视觉没有固定的设计风格，如果真的要找一个词来概括的话那就是善变。因为社会是多元化的，每个人、每个家庭都有自己的观念，所以我们有SOHO一族的家、有丁克一族的家、有三代同堂的家，有简朴自然的家、有奢华瑰丽的家，每一个家都代表着一种人生，一种理想，当然我们接触过不合乎我们经验的案例，但从中我们却了解到不同于自己的生活态度，所以我们的设计观念是兼收并蓄的，反映在我们作品中的设计风格也一样。

你是怎样要求你的设计人员的？

专业、严谨、有审美感觉与创造力是最基本的要求。我希望我们的设计师是大师而不是工匠，生产出来的是作品而不是产品，设计师应该懂得打破时空界限，向传统借鉴、向东西方文化借鉴，向被我们否定的文化中借鉴。设计师不应该只懂得追逐时尚，还应该创造时尚，他们要有发现的眼睛，发现被人忽略或遗忘的美，所谓时尚其实就是一种新发现。

你对设计师的素质有什么要求？

设计师的素质问题是一个长期的、综合的问题，设计师本人一生都应处于一个不断提高修养的过程中，开阔视野、吸收各种人文科学与社会科学的知识，对历史、宗教、哲学、艺术等方面都有一定的了解。

我本人相信读万卷书不如走万里路，所以我喜欢带着我的设计师世界各地跑，培养他们的国际视野，将中西文化融会贯通，但前提是要立足本土。

牌

包容意识

你是怎样理解生活的？

生活是一个非常浅显的概念，但它的内涵很深很广，有什么样的观念就会有什么样的生活。室内设计是一项传递美好生活的工作，室内设计工作者要懂得生活、欣赏别人的生活、并能包容不同的生活态度。

差

回归意识

对于现代、传统、西方、中国等艺术元素体现在设计工作中应该如何调和、取舍？

早期集美视觉主要学习对象是港台，我们会经常到那里取经，香港是把握时尚最到位的地区，受西方文化影响也颇深。所以我们的作品西方的现代、时尚元素很多，但现在我们已开始反思，毕竟我们是中国本土的设计单位，近来我开始关注更多的中国元素，经常带着我的设计师往内地跑，我希望除了现代感很强的设计作品外，集美视觉有更多更完美、更中国化的现代感设计。这决非某种意义上的剑走偏锋和集体媚俗，而是我们在历练和沉积之后，愈发感受到血液中流淌的挥之不去的东西，是寻根，是回归，更是新的生长。

捌

领导意识

你是怎样管理你的企业的？

江：“我希望我是一个领导人而不是一个管理者”，我非常赞同杰克·韦尔奇的这个观点，在集美视觉里，设计师与工程监理、施工人员构成了公司的主体，对于设计人员这些知识型人才，我会更多地采取授权的方式，我只起监督的作用，让他们有更多的空间发挥。而对另一部分的工程监理、施工人员，我的参与度会高一点，手法上会强制、严厉一点。

现在我向我的设计部与工程部的负责人灌输“所有权”的观念，把企业当作自己拥有的资产来经营，我希望他们和我一样不只是被动地获得增长机会，更能创造增长机会。

玖

学习和创新意识

经营以室内设计为主导的企业最重要是什么？

江：要有成为行业领袖的理想。要创造公司的学习文化，求知若渴；并且懂得开拓与创新，追求速度和品质。

项目管理的 全新视觉

制约项目成功的关键因素

集美视觉项目管理程序

识别需求

- 客户推广概念分析
- 目标消费者小型座谈会、家访
- 目标客户生活方式、个人品味定案
- 编写剧本：家居场景、家庭成员年龄背景、个人喜爱、起居方式
- 设计概念定案

解决方案

- 项目建议书，包括：技术部分、管理部分、成本部分、定价理由
- 向客户提交项目建议书
- 客户评估
- 签订合同

执行方案

- 项目实施计划（项目目标、工作分析结构、设计、施工、监理责任矩阵、进度安排）
- 执行项目
- 控制项目（图示图1-2）
- 结束项目

项目评估

- 内部项目实施后评估
- 客户反馈

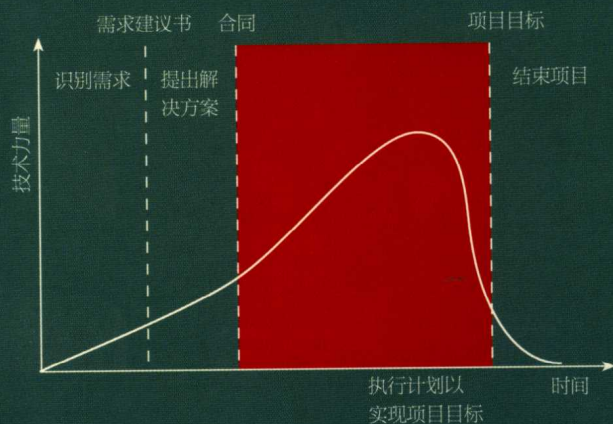


图1-1 项目管理的全新视觉

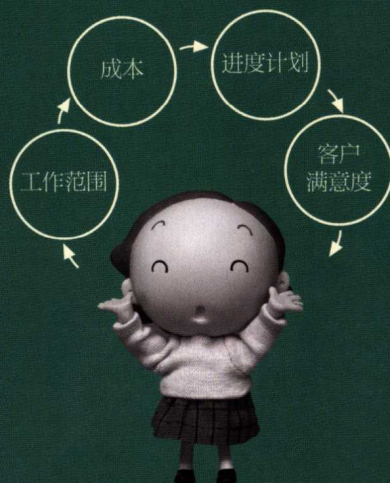


图1-2 制约项目成功的因素

实验程序

① 目标消费群 happy hour

② 建立客户公共信号库

③ 头脑风暴会

④ 样板房生活故事、电影剧本创作

⑤ 概念艺术的诞生
