

设计师的 材料清单

DESIGNERS' MATERIAL LIST

室内篇

INTERIOR

朱小斌 林之昊 编著



同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS



材料在线

只为呈现更好作品

出品

国内首个设计师材料互联网新媒体

设计师的 材料清单

DESIGNERS' MATERIAL LIST

室内篇

INTERIOR

朱小斌 林之昊 编著



 同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS

 材料在线 出品
国内首个设计师材料互联网新媒体

国内首个设计师材料互联网新媒体

图书在版编目 (CIP) 数据

设计师的材料清单. 室内篇 / 朱小斌, 林之昊编著.

——上海: 同济大学出版社, 2017.10

ISBN 978-7-5608-7450-0

I. ①设… II. ①朱… ②林… III. ①建筑材料—介绍 IV. ① TU5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 252283 号

设计师的材料清单：室内篇

朱小斌 林之昊 编著

出品人：华春荣

责任编辑：吕 炜 胡 毅

责任校对：徐春莲

装帧设计：完 颖

出版发行：同济大学出版社 www.tongjipress.com.cn

(上海市四平路 1239 号 邮编：200092 电话：021-65985622)

经 销：全国各地新华书店、建筑书店、网络书店

印 刷：上海丽佳制版印刷有限公司

开 本：889mm×1 194 mm 1/16

印 张：17.75

字 数：568 000

版 次：2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5608-7450-0

定 价：158.00 元

版权所有 侵权必究 印装问题 负责调换

12 **A** 涂料

- 13 应用前沿
- 14 乳胶漆/油漆
- 18 艺术涂料
- 22 书写涂料
- 26 马来漆
- 30 硅藻泥
- 34 金银箔

38 **B** 石材

- 39 应用前沿
- 40 大理石
- 44 玉石
- 48 人造石

52 **C** 陶瓷

- 53 应用前沿
- 54 抛光砖/玻化砖
- 58 釉面砖
- 62 通体砖
- 66 微晶石
- 70 仿古砖
- 74 水泥砖
- 78 马赛克

82 **D** 玻璃

- 83 应用前沿
- 84 印刷玻璃
- 88 夹层玻璃
- 92 喷砂/烤漆玻璃
- 96 调光/电子玻璃

100 **E** 木材

- 101 应用前沿
- 102 木皮
- 106 软木
- 110 古木

114 **F** 石膏

- 115 应用前沿
- 116 玻璃纤维增强石膏板
- 120 玻璃纤维增强复合材料
- 124 PU线条

128 **G** 地材

- 129 应用前沿
- 130 方块/满铺/手工地毯
- 134 实木地板/竹地板
- 138 复合地板/强化地板
- 142 PVC地板
- 146 橡胶地板
- 150 亚麻地板
- 154 聚氨酯地面

158 **H** 吊顶

- 159 应用前沿
- 160 矿棉板
- 164 金属吊顶
- 168 软膜天花

172 **I** 板材

- 173 应用前沿
- 174 吸音板
- 178 耐火板
- 182 生态树脂板
- 186 刨花板
- 190 UV板
- 194 竹饰面板

198 **J** 墙纸窗帘

- 199 应用前沿
- 200 纸质墙纸
- 204 手绘墙纸
- 208 墙布
- 212 百叶帘/垂直帘
- 216 卷轴帘/风琴帘

220 **K** 布艺皮革

- 221 应用前沿
- 222 布艺
- 226 天然皮革
- 230 PVC人造皮革
- 234 PU合成革

238 **L** 隔断

- 239 应用前沿
- 240 装饰门
- 244 功能门
- 248 活动隔断
- 252 办公隔断
- 256 卫生间隔断

260 **M** 五金

- 261 应用前沿
- 262 功能性/装饰性/收纳性五金
- 266 卫浴五金

270 **N** 稀有材料

- 274 推荐品牌

设计师的 材料清单

DESIGNERS' MATERIAL LIST

室内篇

INTERIOR

朱小斌 林之昊 编著

 同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS

 材料在线 出品
科技呈现更好作品

国内首个设计师材料互联网新媒体

图书在版编目 (CIP) 数据

设计师的材料清单. 室内篇 / 朱小斌, 林之昊编著.

——上海: 同济大学出版社, 2017.10

ISBN 978-7-5608-7450-0

I. ①设… II. ①朱… ②林… III. ①建筑材料—介绍 IV. ① TU5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 252283 号

设计师的材料清单：室内篇

朱小斌 林之昊 编著

出品人：华春荣

责任编辑：吕 炜 胡 毅

责任校对：徐春莲

装帧设计：完 颖

出版发行：同济大学出版社 www.tongjipress.com.cn

(上海市四平路 1239 号 邮编：200092 电话：021-65985622)

经 销：全国各地新华书店、建筑书店、网络书店

印 刷：上海丽佳制版印刷有限公司

开 本：889mm×1 194 mm 1/16

印 张：17.75

字 数：568 000

版 次：2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5608-7450-0

定 价：158.00 元

版权所有 侵权必究 印装问题 负责调换

读者寄语 | Readers' Message

- 我是一名建筑工程师，却一直对设计情有独钟，“材料在线”给了我践行理想的动力。材料是联系设计与施工的纽带，也是联通我理想与现实的桥梁。
- NEXT
- 只有把握好材料的性格才能更好地赋予作品独特的个性，一本设计师必备的材料工具书。
- 周炫焯
- 我的语录：“我是一名设计师，做设计我们是认真的。”
- 汗
- 看到材料在线出书，毫不犹豫就定了两套！
- Char
- 作为初入建筑行业的新手，在参与过一系列 DDF 之后，深深感受到学习材料对于实际方案的重要性，希望此书能助各位新老设计师们更进一步。
- 糖糖喵
- 如果书是路，那一本好书就是一条捷径。希望这本书能让学生走得更远。
- Exptord
- 20 年后有人翻起这本书看到我这句话，感叹原来当年大师也买了啊！
- 骆梦杰
- 首先感谢本书给予我参加内评团的机会，通过在团内的积极讨论和学习，使我深深感到自己在材料知识上的不足，体会到材料在设计工作中的重要性，希望自己在今后的设计之路上坚持学习，不忘初心！
- 湖南省岳阳市 室内设计师 琪威
- 方案就是为了让材质的灵性在空间不断地释放和碰撞！材料在线能让设计师的灵感迸发火光。
- 陆辉
- 如果占有它们，请不要冷落它们。让它们触动你的设计灵魂，而非只是记忆中的初见。
- 我想干嘛
- 我是一名建筑方案设计师，对于材料一直缺乏足够的认知，也缺少一个优质的了解材料的途经，直到我遇到了材料在线。感谢材料在线的辛勤努力和付出，希望材料在线越做越好。
- 李松
- 欲把材料比化妆，淡抹浓妆总相宜！
- 吴翔子
- 虽然在室内装饰领域工作有一段时间了，但对材料缺乏系统性的认知，一直想有什么好的途径去熟悉五花八门的材料。幸而关注了材料在线这个平台，希望这本材料工具书不负期待，越来越专业。
- 朱金
- 买了建筑篇和室内篇两本材料书，希望这两本材料书可以帮助更多的人。买书我是认真的。
- 谢炜宁
- 这是一本参考书，就像软件之于设计师一样必要。重要的是将这些质感去满足你对空间的所有想象。
- S- 泽基
- 材料在线是所有业内专业公众号中最独特的一个。材料知识是国内建筑师需补充专业知识中最重要的一环！
- 玉树临风
- 材料知识的掌握对每一位建筑行业的从业人员都非常重要，掌握相关的材料知识才能更好地支撑你的工作。
- 陌枫陌语
- 室内设计有别于其他纯艺术作品的之处在于：可实现性和可操作性。本书将引领你实现你的设计梦想。
- 应剑明
- 材料工艺是第一设计力！
- 子桥
- 设计师通过材料与工艺实现其设计思维与理念。随着社会与科技的进步，新的材料、新的工艺和新的技术推动着艺术设计走向新的高潮。一直关注着材料在线，等同于一直关注着材料领域新趋势，相信在不断学习与掌握的过程中，设计也因此开创出更多的可能性。
- 程倩虹

只谈情怀，不谈造价；只谈形式，不谈实现；只谈效果，不谈材料，这是国内建筑设计行业普遍的现状。我相信这本书能改变一些行业的陋习，也能让这个行业走得更远更健康。

——朱博

建筑由若干个材料单元组成、许多时候却在考验一个设计师对于材料的了解以及运用。本书凝聚了多位奋斗在一线的设计师同仁的建议，最终必将回到实际工作运用的起点！

——李牧

材料在线是设计师的淘宝和京东，效果直观，选择方便，使用有底！

——沈阳都市设计 顾全衡

吃透材料应用之事就是设计力出神入化自由发挥之时！

——张新路

建筑不只是二次元内的天马星空，还有三次元内的步步为营。希望《设计师的材料清单》能够带领设计人进入更广阔的天地！

——曾波

期待这样一本书，它能启蒙入行者对材料的系统认识，也能让经验丰富的设计师们方便快捷地进行材料检索。

——优隅空间 潘泽光

晚来没关系，值得等待，从此有你一路相伴！

——夏可艺术设计 毛郡晨

材料是设计的基础，材料也是功能的承载体，形式是各种材料间相互组合的表达。感谢这本书能让广大设计同仁对当前材料有一个系统的了解和学习。

——云设建筑 刘遐杰

"工艺至上，材料为王"，对建筑材料的认知是深化设计、实施落地、物联智联的基础。学习的路途很远很长，一路走来又是一片天空。

——立羽

通过一篇文章结识了材料在线，通过材料在线学习了很多建筑材料方面的知识，已经越来越离不开它了。现在材料在线出书了，这对广大建筑同行来说无疑又增添了一把利器。希望它能成为建筑同行们的案头书，常翻常新，在缺乏灵感的时候提供助力；同时也预祝此书取得好的销量。

——尼塔景观 刘杨

《设计师的材料清单》之于设计师，就像《新华字典》之于中小学生，是我们设计师在材料方面查漏补缺最好的工具。

——Gao

一个优秀的设计师一手拿笔，一手拿材料，本书的出现完全解决了设计师对材料应用的困惑，是一本值得放在桌边常常拿出来研究的读物。

——裴刚

优秀的设计依托于高明的设计手法和巧妙的材料运用，希望《设计师的材料清单》能成为设计师手里的神兵利器，所向披靡。

——路北平

材料通过其自身特质，汇成空间独特的语言形式，从而唤醒人们内心深处最美好的感官意识。

——苏州宏观致造设计工作室 周磊

原先我只做木结构设计，选用的材料也就局限的几种，感谢材料在线的分享学习，让我认识到不被材料局限的自由，勇于在自己的设计中尝试小创新。

——王艳

建筑师抑或设计师都承担着一份责任：改变生活常态，创造更好的生活品质和质感。对于材料，当有自己敏锐的洞察力后，对于材料之间的运用和搭配，得了如指掌。新书发行，如是行业的一盏指明灯，悄然引领着同行人们昂然向前，但愿这条路没有终点，能促使人越走越远，去迎来每个人心中的灿烂前程！

——室内深海

材料之于建筑，正如食材之于佳肴，是所有美味的前提与基础。希望自己能熟识更多的材料，创作出更多的建筑佳肴。

——彭麒麟

只有了解材料的个性，设计才能赋予其生命。只有作品有了灵魂，我们才能不辱使命。

——回凌凯

作为一名设计师，学习从没停止过，材料及工艺的合理性、可靠性一直都是最值得关注的问题，很高兴终于等到了这套书籍，等了好久不负所望！

——吴昌书

（以上内容来自材料在线《设计师的材料清单》内评团成员寄语，对于大家的支持和期待在此表示衷心感谢！）

编者寄语 | Editor's Words

材料是什么？材料是人类赖以生存和发展的物质基础。没有材料一切都是在空谈。没有材料知识的支撑，一切设计都是空想，无法落地。本次参与此书收获颇多，也希望各位设计师在今后的路上可以更多地了解材料，运用好材料，体现材料之美。

——林之昊

搜集、整理、编辑材料知识的过程让我看到了材料之美，同种材料通过设计、搭配可以呈现出丰富多彩的变化，了解材料能更好地运用材料，创造建筑之美，细节之美。

——猫比

很欣慰能参与这次材料整理活动，收获颇丰，深深体会到材料是建筑工程实体的物质基础，很多设计师都不缺乏创意天分，真正缺乏的是对材料的理解和应用，运用好材料，做想不到的设计。用材不在多，也不在新，重在适当，尤其在建筑方面，用普通的材料设计出经典的作品，才叫真功夫。

——无痕

如果说材料是建筑的外衣，那么《设计师的材料清单》便是材料的外衣。希望设计师们能看穿层层外衣，选择适合自己建筑的材料并细心为它穿上。一个设计师这么做，两个设计师这么做，三个……慢慢地，建筑便不再只是钢筋混凝土森林了。

——孙晓艳

在这次建筑材料的整理过程中，材料中的图片素材也是很重要的一部分，一张好的图片胜过一大堆文字，所以在挑选的时候用哪一张图都斟酌了许久。其实材质本身并无高低，需要的是设计师们用巧妙的构思进行区别选择，而我们做的就是将材料在设计中最真实的一面呈现给小伙伴们。

——郭歌

有幸参与此次材料的编辑工作，感恩材料在线让我检验了三年的工作积累与成效，过程中屡次删减修改校订，望能形成简洁精准的材料定位供大家迅速获取材料的知识，不足之处也请反馈，共同追求设计巅峰！

——王晓茹

刚刚进入装饰行业的我第一次编辑整理材料知识，初衷当然是为了稿费，别说我俗气，第一次不断地出现错误有粗心也有自己的松懈，后面渐渐地觉得这是一件很有意义的事，自己能学习还能分享给他人，所以后面我是真的用心地修改整理一遍又一遍，只求读者阅读的时候能默默地点个赞，而不是留言小编傻X，嘿嘿……最后希望小编的努力让小伙伴们更加地了解材料。

——王鑫

都说建筑是“凝固的艺术”，在编写不同材料、寻找案例的过程中，我更感觉到建筑是“材料运用的美学”。世界上材料丰富多彩，不同的材料以不同的方式赋予了建筑不同的美感和强大的生命力。

——杨夏

初入职场，因不懂材料被嘲讽不如包工头？装点新家，因不懂材料被装修公司坑？尝遍人生百味不如踏实前行，在这里，我们不再是外行。

——小涌

机缘巧合有幸遇到了材料在线和优秀的小编们，能接触编辑、接触各种材料、接触更多的品牌厂家以及优秀的案例，让我能更认真地学习，努力地找资料，一步步充实自己。感谢这份独特经历给了我工作、设计、交流更多的底气，期待今后材料在线和我们各位共同成长，比心。

——约莫姑娘

有幸参与了这次材料整理活动，通过此次活动受益良多，也很感谢材料在线平台。在这里学到了两件事：一是扩充了对材料的眼界，二是从他人身上学到了认真的态度。书中每一篇材料从收集到成文凝聚了不少的心思，反复的删减修改都是为了更贴近使用。文章中也有不完善的地方，希望小伙伴们能踊跃提出，一起去完善它，让它变成最适合我们的材料宝典。

——温宇辰

近一年时间，与材料在线的相识，亲历了从一个想法到成书落地的过程。打第一眼我就觉得这事差不多能成，而第一次与其合伙人深夜寒暄时的躁动依旧历历在目。是网络上开阔的思维让我们敢于尝试，也是这样好的环境让我们值得更深入地去探索特色而多元的价值。希望材料在线作为一个范本，激发起更多有创意的设计师们新的思维，新的开始。

——袁溜溜

（以上内容来自材料在线《设计师的材料清单》编辑组成员寄语，对大家在本书中承担的大量初稿内容资料收集整理工作表示衷心感谢！）



 微信扫一扫，使用小程序

材料在线“小材宝”是材料在线考虑设计师实际需求而开发的随书小程序，书电子版及最新内容更新均会在此同步收录。小程序同时收录众多国内外优秀材料品牌及案例，方便设计师查阅咨询。小程序目前处于起步阶段，欢迎设计师朋友提出宝贵意见，帮助我们持续改进！

首先要感谢那些对我们如此寄予厚望的读者和粉丝朋友们，没有他们，就没有我们出书的起因和动力。还要感谢为这本书辛苦付出的团队小伙伴们，虽然大家分隔在世界各地网络的一端，但通过我们的共同努力，却完成了一件看似不可能却意义非凡的事情。最后，还要感谢我们身后最坚实的支撑力量，我们最专业的材料供应商、施工方、设计院的朋友们，没有你们的技术支持，就没有这本书的专业性。

此书的编撰集合了材料在线数十名编辑的心血，近百家国内外优秀品牌的鼎力相助，同时得到数位业内资深专家人士的倾情斧正，可谓动用材料在线所能企及的所有资源，也基本涵盖建筑行业所有国内外材料顶级品牌。同时它也是少有地依托网络组织“众编”，同时高度结合市场，具有行业自下而上意义的一本行业书。在过去短短的一年多时间，通过“材料在线”的平台汇聚到数以几万计的设计师朋友，以及国内外数以百计的顶尖材料品牌。在出书想法发布的第一时间，我们就得到了众多设计师和材料品牌的高度支持和热心参与，我们表示衷心的感谢！这么多人能够聚到一起，一方面反映出当下行业中大家对于材料认知的不足和渴求，另一方面也反映出大家对追求更好质量建筑装饰设计作品的追求。

材料在线是一个年轻的网络新媒体，启始于2016年1月。我们和众多的新媒体一样，以当下最流行的公众号形式发声。在这个遍地公众号的年代，我们的不同之处在于，我们专注于关注设计领域的建筑装饰材料问题。这是一个极其细分但同时具有一定专业门槛的领域。因为建筑领域内大多的媒体均致力于报道优秀的设计师、优秀的设计作品以及各种优秀的设计理念。而我们认为，在这个信息过载的年代，资讯已经不再是设计师的必需品，过多甚至会成为一种负担。我们忙于应接各种新奇的形式，忙于追逐各种设计背后的花边，却无暇理解作品背后的意义和探寻如何实现的各种秘密。所以，我们决定——我们不传播信息，我们传播知识！这是我们作为媒体属性的当时第一想法。

其次，材料是一个具有一定专业门槛的问题。材料本身就是一门内容极其庞杂的科学，建筑装饰材料作为设计师的重要复杂工具，归根结底都落实为物质搭建的基本问题。而遗憾的是，我们大部分设计师对此知之甚少。这一方面与我们的教育本身有关。大学教育或多或少会有对材料的介绍，但是大多偏于基础工程材料和理论的教授，而对于工程实践中面对的大量装饰性材料，我们的教育大多没有触及，这导致了理论和实践的脱节，工程与市场的脱节。我们众多走上工作岗位的年轻设计师不得不依靠自我寻找和逐渐积累的方式慢慢加深对各种材料的了解。而这又是一个极其漫长而不可复制的过程，只有少数执着又幸运的设计师可以完成。纵观我们的媒体、学术团体，都对材料的关注少之又少。媒体的项目介绍对材料部分大多一语带过或者不痛不痒，国内众多的建筑网站也没有一个以介绍材料为主。设计师不管是学习了解材料还是在工作中寻找材料，都没有一个相对充分的渠道。究其背后的深层原因，一方面是因为缺乏关注，另一方面是因为材料核心知识不掌握在设计师手里，而是真正掌握在材料企业的手里。这正是我们想说的第三个问题，我们应该向谁学习？

纵观国内外建筑大师和优秀设计师，每一位优秀的设计师首先都是材料应用的大师。不一定是越贵的材料就越好，甚至有一些材料经过设计师的手，会呈现出意想不到的效果。他们对材料都有深刻认知，他们都不

止一次地提到材料的重要性，以及与材料企业配合的重要性，因为很多时候，他们的创意和解决方案均来自材料企业的启发和帮助。但遗憾的是，只有少数设计师能意识到这点。传统的材料商作为建筑产业链里众多的环节之一，长期处于中下游的位置，这并不是由材料企业的实力强弱所决定，而是由行业的生态链顺序所决定。从一定程度上说是材料推动行业的发展并不为过。材料领域也存在着众多的千亿元级的伟大企业，他们创造了各种广泛的物质基础，掌握了最顶尖的研发技术，但他们不得不奔波于各大设计院，无偿服务于众多的设计师朋友，因为他们必须把产品知识推广给设计师，他们才是最天然最专业的材料老师。试想我们有多少人能比材料企业的人员更加熟悉自己的产品，所以我们理应向他们学习，向不同领域学习，向不同环节学习，所以我们的平台立足于各行各业不同的最优秀的材料专业品牌。但遗憾的是，材料商的传授知识缺乏系统性，缺乏生动性，缺乏共鸣。我们的材料朋友大多难以理解设计师的思维，不同思维下的表达导致传授结果并不令人满意，而这是天然的专业背景产生的鸿沟。所以材料在线迎来了另外一个重要的理念，帮助设计师学习，帮助材料朋友表达。我们归纳起来叫做——帮设计师看，帮材料商说！

所以，我们需要澄清，我们不是知识的生产者，我们是知识的传递者，我们都站在前人的积累之上而来。有人问：你们的内容很多转译于网络，这有什么意义？没错，但是我们的转译经历了大量的比对和筛选以及考证，最终提炼出更有价值的内容。也许一篇文章的意义不大，但是当放大囊括到各种材料的时候，它就能够帮助设计师节约大量的时间和精力，这在这个信息年代是尤为宝贵的。所以，结合我们说到的设计师的实际情况，我们有了做这本书的想法：能不能创造一本简洁易懂，同时结合市场，相对系统的设计师材料书，它能帮助设计师或者初学者迅速地建立起一个对当今建筑市场各种常用装饰材料的认识框架，同时能够便捷地解决工作中的实际需求。本书应运而生，我们把它命名为《设计师的材料清单·室内篇》。

一方面因为我们是一个基于网络、信赖网络力量的团体，我们相信网络提升效率和改变传统格局的能力，所以我们引用了当下一个比较流行的“清单”的说法。另一方面，我们这本书内容采用了清单的模式，因为这更具条理和更加清晰。每种材料采用标准的格式成为一个子项，方便设计师最迅速地查阅。这种标准方式可以保证内容的清晰和有条理，避免单本著作写作带来的不确定性，也方便未来新旧材料的更替。最后，我们之所以称之为“清单”，是因为我们希望提供给设计师一个自我学习成长的目录。因为每个子项内容若单独拆离来看，都可以成为一个庞大的材料分支领域，还需要设计师朋友的自我探索、研究学习，此处只是为大家提供一个学习的目录清单。

所以，首要的难题是列出这个相对系统的庞大清单。经过反复研究，结合国内外相关经验，确定出以材料成分为第一依据的分类标准，首先设置了包括：涂料、石材、陶瓷、玻璃、木材、石膏6个基本大类。同时考虑行业习惯和使用情况，增添了非成分命名的地材、吊顶、板材、墙纸窗帘、布艺皮革、隔断、五金7个大类。此外，我们针对室内装饰行业高端订制设计业务的需求，增加稀有材料1类。全书共计14个大类。即使是这样，因为材料的成分和使用情况极其复杂，现代建筑装饰材料多为复合材料，一种材料可能包含多种主要材料成分，同时一种材料的使用也千差万

别，不同的产品可能被应用到各种不同情况，所以要找到一个放之四海而皆准的标准是极其困难的，你可能会发现一种材料可以被归到不同类别的情况。因此我们确立了一个以“符合常规，便于理解”的辅助原则，作为指导补充。设计本身就鼓励大家创造性地使用材料，所以各位读者朋友不必过于纠结于某种材料属于哪个类别，关注材料本身是我们的第一目的。

确立好大类之后，我们进一步工作就是确立具体材料子项。这个阶段我们主要结合设计师的工作情况，明确以材料产品形式、表现效果和不同工艺为分类标准，因为对于设计师而言，产品形式和表现效果是直接的选择对象。为了设置相对全面的材料子项，我们咨询了众多不同领域的材料厂商和资深人士，多方考察了市场上不同材料的主流产品，在相对全面的前提下，挑选了目前相对常用、装饰效果较强以及设计师较为关注的部分新材料，总共设置近 60 余材料子项。其中对于部分虽然属于某大类，但因为设计师特别关心，我们也单独成立了子项。针对部分虽然形式不同但原理类似或者效果接近的产品，我们做了合并子项设置，以节省篇幅。对于部分新材料，我们有意做了比例控制，因为在该材料不是特别成熟的情况下应避免误导读者求新求异。同时需要补充的是，书中的材料名称均为材料行业名称，并非单个商家的品牌名称。每个子项材料实际包含多个材料细分门类，所以我们的内容实际涵盖的材料远远超过 60 种。全书涵盖了市场上 80% ~ 90% 主流产品，应能满足设计师的日常工作需求。

再次则具体到每个材料子项内容的编写。所有的子项编写均由我们独立完成。我们曾经有过邀请不同材料厂商编写、我们汇总的想法，但出于公正性、客观性及统一性的要求，最终决定必须由我们独立完成。要在有限的四个版面之下表述清楚一种材料是极其困难的，所以我们只能挑选对设计师最为重要和关心的内容来表述。结合设计师的工作习惯，我们将单个子项设置为 9 个标准内容板块，分别是“材料简介”“材料性能及特征”“产品工艺及分类”“常用参数”“施工及安装要点”“价格区间”“设计注意事项”“经典案例”“品牌推荐”。“材料简介”树立简单的材料概念和讨论范畴；“材料性能及特征”以列表形式做到清晰明了；“产品工艺及分类”帮助设计师了解材料的加工过程以及市场上的同类衍生产品；“常用参数”提供给设计师重要数据；“施工及安装要点”以图文配合的方式，方便设计师直观理解；“价格区间”描述主流产品市场价格区间，方便设计师对造价做到心中有数便于比选；“设计注意事项”则提示该材料运用中设计师应该注意的问题；“经典案例”则精心挑选国内外体现该材料运用特色的优秀案例，帮助设计师了解材料的可能性，我们尽力做到两个国外案例以开拓视野，两个国内案例注重该材料在国内运用的落地性，也更具参考价值。但限于篇幅，我们无法罗列更多优秀案例，所以在“品牌索引”部分用案例加图片的方式，目的是给设计师更多优秀案例参考。我们结合设计师关心的核心问题，推荐国内外该材料的优秀品牌 2 ~ 3 家，以方便设计师在实际需要时可以全面咨询。对厂家的选择我们也经过严格甄选，它们大多是国内外最顶级的材料供应商，在业界都有着极高的声誉和极广的口碑，值得设计师信赖，也应作为设计常识加以了解。值得大家注意的是，大型的材料品牌通常拥有多种材料，甚至是不同领域的不同材料，所以我们在“品牌推荐”中，挑选其相对最有特色的材料子项作为对应，请设计师注意区分。希望这一系列的设置能够

切实解决设计师在工作中的实际需求。

工作小组成员们参与完成了大量材料子项内容的初期资料收集与整理工作，然后交由编审人员针对每篇逐一审核修正，进行不同子项间的关系梳理与调整。在这个过程中，我们大量参考了来自市场不同厂家的资料，也做了大量的专业咨询工作，最终得以初步完成各个子项内容。在此基础上，我们又将所有完成的稿件逐一邀请业内优秀厂家再次审核，大部分子项均得到过 2 个及以上不同厂家的斧正，其中更是得到很多业内资深人士的大力支持和宝贵意见。所以，这是一个看似简单但实际上循环推敲、不断完善的过程，团队成员尽最大努力去做得更好一些更准确一些。但是由于时间有限和水平所限，书中一定存在着某些纰漏和不足，也请读者包涵，并希望专业人士再次指正。

建筑装饰材料是一个无比庞大的系统，而且每年都在更新和迭代。没有一本材料书可以包罗万象，可以永久正确，这本材料清单是我们的起步之作，接下去会和更多的专业朋友发生链接，持续去挖掘各种材料的专业知识，帮助设计师节约时间，做出更多高质量的设计作品，帮助材料商节约时间，有精力做更多产品研发和迭代，能给设计师更多的专业支持。

朱小斌 刘华江

2017 年 9 月



12 **A** 涂料

- 13 应用前沿
- 14 乳胶漆/油漆
- 18 艺术涂料
- 22 书写涂料
- 26 马来漆
- 30 硅藻泥
- 34 金银箔

38 **B** 石材

- 39 应用前沿
- 40 大理石
- 44 玉石
- 48 人造石

52 **C** 陶瓷

- 53 应用前沿
- 54 抛光砖/玻化砖
- 58 釉面砖
- 62 通体砖
- 66 微晶石
- 70 仿古砖
- 74 水泥砖
- 78 马赛克

82 **D** 玻璃

- 83 应用前沿
- 84 印刷玻璃
- 88 夹层玻璃
- 92 喷砂/烤漆玻璃
- 96 调光/电子玻璃

100 **E** 木材

- 101 应用前沿
- 102 木皮
- 106 软木
- 110 古木

114 **F** 石膏

- 115 应用前沿
- 116 玻璃纤维增强石膏板
- 120 玻璃纤维增强复合材料
- 124 PU线条

128 **G** 地材

- 129 应用前沿
- 130 方块/满铺/手工地毯
- 134 实木地板/竹地板
- 138 复合地板/强化地板
- 142 PVC地板
- 146 橡胶地板
- 150 亚麻地板
- 154 聚氨酯地面

158 **H** 吊顶

- 159 应用前沿
- 160 矿棉板
- 164 金属吊顶
- 168 软膜天花

172 **I** 板材

- 173 应用前沿
- 174 吸音板
- 178 耐火板
- 182 生态树脂板
- 186 刨花板
- 190 UV板
- 194 竹饰面板

198 **J** 墙纸窗帘

- 199 应用前沿
- 200 纸质墙纸
- 204 手绘墙纸
- 208 墙布
- 212 百叶帘/垂直帘
- 216 卷轴帘/风琴帘

220 **K** 布艺皮革

- 221 应用前沿
- 222 布艺
- 226 天然皮革
- 230 PVC人造皮革
- 234 PU合成革

238 **L** 隔断

- 239 应用前沿
- 240 装饰门
- 244 功能门
- 248 活动隔断
- 252 办公隔断
- 256 卫生间隔断

260 **M** 五金

- 261 应用前沿
- 262 功能性/装饰性/收纳性五金
- 266 卫浴五金

270 **N** 稀有材料

- 274 推荐品牌



A

涂料

PAINT

在我国，传统上把涂料称为油漆，涂料行业为石油和化工行业的细分领域。目前，全球涂料前十大企业均在亚太、欧洲和北美三个地区，中国目前是全球最大的涂料生产国。国家标准（GB 5206.1）将涂料定义为：涂于物体表面能形成具有保护、装饰或特殊性能（如绝缘、防腐、标志等）的固态涂膜的一类液体或固体材料之总称。涂料一般由成膜物质、颜料/填料、分散介质和助剂四大类物质经过一定工艺生产加工而成。涂料可分为建筑涂料、工业涂料和辅助材料三大类，其中建筑涂料又包括防水涂料、地坪涂料、墙面涂料和功能性建筑涂料。