



# 设计笔记 室内设计

名人篇

China-Designer.com

中国建筑与室内设计师网

张晓晶

组编



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

# 设计笔记 室内设计

名人篇

China-Designer.com  
中国建筑语室内设计师网 组编  
张晓晶

本书以专题来划分,分为设计随笔、设计思考和精彩案例,从多个角度清晰明了地反映了当代大牌设计师的思想,同时也展现了设计师更为人文气质的一面。本书搭建了一个良好的交流平台,可使设计师尤其是年轻设计师从前辈的思想与作品中得到启发。

### 图书在版编目(CIP)数据

设计笔记 室内设计·名人篇/中国建筑与室内设计  
师网,张晓晶组编.-北京:机械工业出版社,2011.1  
ISBN 978-7-111-32801-8

I.①设… II.①中…②张… III.①室内设计  
IV.①TU238

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第251091号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:张大勇

责任印制:杨曦

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2011年2月第1版第1次印刷

210mm×225mm·6印张·148千字

标准书号:ISBN 978-7-111-32801-8

定价:32.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066 门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294 教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者服务部:(010) 68993821 封面无防伪标均为盗版



# FOREWORD 前序

## 终结自恋，开启“文理兼通”的新纪元 ——议中国室内设计新趋势

逢中国建筑与室内设计师网（www.china-designer.com）成立八周年之际，网站的系列丛书《设计笔记》出版了。

八年间，在一些设计师仍旧热衷于向业主炫耀各种眼花缭乱的风格之际，一批重市场、懂服务、擅策划的新锐设计师，已经敏锐觉察到设计本质上是提升物业价值的手段，风格不是目的，只不过是披在设计手段上的外衣；设计成功与否不靠圈内的自说自话，而是在工程竣工后的市场天平上，才能称出设计智慧的真正斤两。

不少设计圈内的朋友问及中国室内设计今后的趋势走向，我也曾反复思考过这个问题。在2010年6月18日网站成立八周年庆典仪式上，我以《设计创造价值——为百万设计师呐喊，向千万业主传播》为题向来宾致辞，文中提出这样的观点：

——设计创造价值是全脑思维与科学方法的结晶。中国室内设计将终结设计师个人偏好挂帅的自恋时代，开启“文理兼通”的新纪元。“理”是指对客户需求与市场状况的调研和逻辑分析，“文”是指以“理”为基础的独特创意，设计创作进入“全脑思维时代”。

——从挖掘客户需求到调研竞争状况，从策划项目定位到计算投资回报，从创新空间环境到科学恰当选材，从绘制设计详图到监理工程实施，从收集客户反馈到反思项目得失……物业价值的创造和提升并非从天而降，也不是主案设计师一己之力可以完成，而是依靠设计团队“文理兼通”的思维方式和科学周密的工作流程，以及业主、施工和材料各方的协作配合才能得以实现。

——设计师秉承“设计创造价值”的理念，就能够运用经济的投资、恰当的手法、环保的选材、多元的文化，令家含美情、美音、美景、美味、美物，家境如仙境；让酒店、商场、办公、餐饮、娱乐空间活力四射；使交通、文博、教育、医疗等公共空间充满人性关怀。

——空间、材料、光影、文化，在设计师的手中演绎出视觉之美、听觉之韵、嗅觉之雅、触觉之润、味觉之妙，塑造出关照人性、容含乾坤、通达四海的和谐环境，令业主的快乐感受流淌自五感、滋养于心灵……创造生活价值、提升商业价值、贡献城市价值是百万设计师的天职和使命。

2009年中国建筑装饰及家具配饰行业产值总额超过2万亿元，在全国GDP中约占7%，其中室内设计产值达到近千亿元。中国室内设计的未来在于越来越多“新锐设计师”的涌现，而“新锐设计师”不再是漂亮的标签，而是对设计师创造提升物业价值能力的真实写照。

创造者多，所得者亦多——这个朴素的政治学原理，同样适用于蓬勃发展的中国室内设计行业。

参与本书编写工作的有：李小丽、王军、刘杰、王莉岩、蔡志宏、刘彦萍、邓毅丰、华颖、李子奇、于兆山、张志贵、孙银青、黄肖、廖文江、杨淳、孙盼、李四磊、王勇、肖冠军等人。

中国建筑与室内设计师网董事长

谢海涛

# CONTENTS 目录

前序	
<b>设计随笔</b>	1
开心农场反映了什么	2
最有意义的生活方式	4
让设计点亮我们的生活	7
设计管理“五招走天下”	9
设计思想是设计的灵魂	11
设计营销：前瞻、后延、中间设门槛	13
心灵的行者	16
庖丁解牛——我的居室设计观	18
由电影霸王别姬创作想到的	21
	23
<b>设计思考</b>	
静观两岸室内设计的潮起潮落	24
建立现代中国的空间美学	28
设计要走出自己的圈子	30
现代酒店空间室内设计	32
新旧的对称与平衡“Symmetry & Balance”	36
理解“经济型酒店”的意义	40
看清酒店的风格与潮流	43
未参禅，却悟道——河南少林寺之行	46
阳光灿烂的地方——漫步棕榈园	47
装置艺术的魅力——谈韩国首尔华客山庄W酒店的室内装置	51
当艺术进驻牛棚	55
Art Deco艺术装饰风格与应用	59
	73
<b>精彩案例</b>	
蒙元文化的低调奢华再现——内蒙古锦江国际大酒店	74
三湘海尚——售楼处及样板间设计	78
豆汁+牛奶——地域文化在空港建筑室内设计中的表现	88
厦门海悦山庄酒店设计	109



设计随笔

# 设计随笔

DESIGN ZONE

作者：[模糊]

# 开心农场反映了什么



撰文/黄小石 (202628.china-designer.com)：中国台湾，《当代设计》杂志出版人兼名誉总编辑，中国文化大学文学硕士，曾任中国文化大学、陆军官校讲师、清华工美、上海理工大学、上海交通大学研究生班客座教授

2010年4月19日出版的美国《新闻周刊》，刊登了记者艾萨克·斯通·菲什一篇题为“回归土地”的报道，说目前中国最热门的网络游戏是——到“开心农场”去种菜或偷菜。有人估计，自2008年“开心农场”游戏诞生以来，中国可能已有8000万人玩起了这个游戏或它的某个翻版。每一天，都有数以百万计的人上网，在他们的虚拟菜园里浇水、施肥、除草和收割。有些人还会造访其他的虚拟农场去帮忙种菜，有些人则伺机偷菜。

该报道说，“开心农场”游戏的流行，反映出中国人对传统的田园生活抱有深切的怀旧之情。过去30年来，中国有两亿多农民涌入城市，寻找工作，改善生活。同时，也造就了迅猛的经济增长，和以惊人速度建设起来的基础设施和摩天大楼群。但随着一座座城市在中国崛起，许多人似乎失去了他们的社群归属感，而类似“开心农场”这样的社交网络游戏，却能让人重温那种往日的情怀。

报道中还说，在中国南方的许多城市里，已经有人开始租种农田，建立自己“现实版”的开心农场。在南京，有人开办了“开心农场”餐厅，里面配有电脑，客人可以一边用餐一边偷菜；菜单上还提供“今日可偷菜肴”作为免费赠送的开胃菜。在海南，还有一家商店开始出售“迷你农场”——一个装有泥土和豆类种子的小箱子，让买它可以拥有自己的一小方“开心农场”。此外，一种名为“农家乐”的旅游潮流，也早已在各地蔓延开来。一群群城里人开着车来到农舍吃农家菜。据说，那些食物是没有打过农药的，而从池塘里打捞起来的鱼则是预先放养进去的。如果你想过瘾，当然也可以自己去钓。

该游戏让人们开心之余，在某种程度上也折射出许多城市中产阶级的忧虑，那就是城市的环境素质远远落后于经济成长的速度。城市化是中国目前必走的一条路，但其结果却造成城市生活品质的下降，并导致房价大涨、水源紧张、环境恶化、交通堵塞、各种疾病丛生、人们的健康素质每况愈下；尤其糟糕的是空气和食品品质，更是令人忧心忡忡。而“开心农场”的出奇火爆，正反映出人们回归田园的渴望。至少，在城里人的浪漫臆想中，田园应该是不会受到这一连串问题的困扰的。

其实，中国向来以农立国，大多数人身上流着的是农民的血液，包括历代文人在仕途上不得意时，往往会和晋朝大诗人陶渊明一样回归田园，过起晴耕雨读的生活，让自己悠游于宁静平和的田园与山水之乐中，以求超脱，获取心理上的安定。他们也常常在自己喜爱的地方搭建起富有情调的居室，以求得与自然的和谐一致，在大地山林的怀抱中获得精神上的满足。同时，他们也都留下了大量关于田园、农村与山水的诗词，充满了盎然的生活情趣。

现代中国虽然已由农业社会逐渐进入工业社会，再转入日益国际化的工商服务导向型社会之中，但各行各业的精英阶层在工作生活富足安定，或感受到压力不胜负荷之际，内心恐怕仍然与古人一样，渴望有一处可以让他们回归到安宁平和的田园，可与大自然相融合的安身立命环境，这一点古今是一样的。

由于欠缺可靠的数字，我们无法确定“开心农场”这个网络游戏的溢出效应到底有多大。但有一件事是可以确定的：那就是中国仍有大量的农民正涌入城市来寻找更好的收入，而日益壮大的城市中产阶层却想出城去寻找自己的田园之梦。



# 最有意义的生活方式



撰文/黄小石 (202628.china-designer.com)：中国台湾，《当代设计》杂志出版人兼名誉总编辑，中国文化大学文学硕士，曾任中国文化大学、陆军官校讲师、清华工美、上海理工大学、上海交通大学研究生班客座教授

居家设计就是生活设计。你要过什么样的生活，你的居家就要相应地做出什么样的设计。所以，居家设计一定要跟生活结合。离开了生活，空间只是一个形式、一个没有灵魂的躯壳而已，它称不上是个家。而一个好的设计师的职责之一，就是透过专业的技能，让人们可以在居家环境中体验到最有意义的生活方式。

什么是最有意义的生活方式呢？这一点，人言言殊，不足为奇。因为每一个人的个性不同，对生活环境的需求也都不一样，但其中仍然会有一些共同的需求。这些需求是心理性的，发自每个人的心灵深处，它就像人类普遍追求真善美的良知意识一样地奠基在内心与外界秩序的和谐之上。比如：人们对居家空间无不希望能按自己所喜爱的秩序来加以规划，而这种秩序必然要兼顾到动线秩序与伦理秩序的平衡，才是最理想的。前者是文明秩序，后者则是文化秩序。

先谈动线秩序的规划。现代公寓住宅一般都是进到屋内，先经过玄关，到客厅、餐厅，然后再到走道、卧室，这是从需要性、隐秘性、使用的频繁性以及互动性等角度来考虑的。比如玄关之所以存在，是为了起到一个遮挡、缓冲的作用，不希望让人从门口一眼就把家里看光光；而客厅是家里最常走动之处，也是接待亲友的地方，所以要把它安排在玄关进来的第一个位置，而不会是先经过孩童房或书房；其次是餐厅，它是一天中可能使用二三次，也可以是留客用餐的地方，所以通常会与客厅安排在同一平面上，并与厨房相连。至于卧室则会摆在后面，因为它是家里比较隐秘的地方。古人说“登堂入室”，其中的先后，就是考虑到私密层次的秩序感。在一个规划良好的居家空间里，流畅的动线能够合理的连接各个单元空间，并避免各单元空间在

使用上的冲突与不适用。所以动线秩序的规划是我们第一步要去解决的。

再谈伦理秩序的建立。在特别重视伦理的中国文化中，家庭不仅是实践伦理的主要场所，事实上整个居家环境也都是按照伦理的秩序来加以布局和规划的。比如从前的四合院，东厢房应该住什么人，西厢房应该住什么人，其他配套空间各有何用途和怎样布置，都有一定的说法。在客厅里，主人坐哪里，客人坐哪里，也都有一定的规范。其目的无非是要通过“孝亲敬长、兄友弟恭、长幼有序、上下和睦”的礼教制度，来承传家族的一体感与向心力。

如今的社会虽然都已走向小家庭化，但如何通过每个单元空间大小的配比，如主卧室与其他房间的面积比例及其应有的设备、孩童房与父母房之间的关系位置，以及餐厅座位的安排，让每个家庭成员都能享受到伦理秩序所带来的和谐温馨感，进而消除其中足以影响家人沟通的阻碍，做到像古人所说的“家人间相互亲爱，时作愉快叙谈；务使满室生春，力除沉闷无生气之象。”（摘录自《禹县朱氏家谱》），仍然是值得吾辈后人去深刻体察的。

其次，是整洁习惯的养成。在我看来，这也是一种秩序。而这一点，只要通过良好的收纳空间的规划，其实是不难做到的。比如：你有足够的鞋柜可以存放全家人各式各样的鞋子，这样便不会再让人看到门里门外都摆满了鞋子的丑陋画面了；你有个人的衣橱和全家共享的储藏柜，这样便可以个人化或分类化地收藏不同季节的衣物和棉被了；你的客厅有很好的视听综合柜，这样便可以将所有视听设备以及相关的东西分门别类的摆放整齐了；你的厨房有灵巧漂亮的分类垃圾箱，这样便不用担心你的小孩会乱丢垃圾了。



古人教养子弟，必自孩童开始，因为大家都赞同孔子说过的这句话：“少成若天性，习惯如自然。”这也就是古代蒙书为何都强调孩童从小就要早晚学习洒扫进退的礼节的原因。一个家庭如果能够做到像上述的“物物有归位、件件有处理”，家人就会养成整洁的好习惯，家里更不会杂乱无章；而且整洁的习惯一旦养成，不但能使环境卫生，也能使人节省找东西的时间；同时做事更有效率，也更能维护生活质量，可说一生受用无穷。

接下来，就要看设计师如何将前面所说的三种秩序，以最完美的形式表现出来了。这是一种统合的秩序，也是一种形式与象征美的秩序。人会塑造环境，环境也会塑造人，而居家环境对人的潜移默化更是深远。因此，设计师应该尽可能地为业主营造一个具有美感的生活环境，让人们可以在优雅的环境中生活成长，培养出优雅的气质来，不管是为了自己或下一代。所以，我认为最有意义的生活方式，应该是一种蕴含着真善美秩序的生活。希望大家都可以生活在这种有秩序感的居家环境中，让我们的一代比一代过得更美好。

# 让设计点亮我们的生活



撰文/黄小石 (202628.china-designer.com)：中国台湾，《当代设计》杂志出版人兼名誉总编辑，中国文化大学文学硕士，曾任中国文化大学、陆军官校讲师、清华工美、上海理工大学、上海交通大学研究生班客座教授

作为一份设计专业杂志的发行人和一位设计工作者，我一直认为，设计是一项值得举国上下都加以重视的专业，而事实上它也一直是近几年来各国政府都积极在倡导的创意产业当中，最具有核心竞争力的一部分。

我们还可以说，一个国家或地区的先进与否，与其设计能力的强弱成正比。目前全球的经济强国诸如欧美、日本，莫不拥有自主创新的设计能力，而且涵盖到工业设计、建筑设计、室内设计、视觉设计、流行设计等各方面。同时他们这些设计能力还能直接以作品或间接以工业产品的方式出口创汇，进而带动整个世界的消费风潮。

换个角度，我们也可以说，一个国家或地区的进步与否，跟设计师在当地社会地位的高低恰成正比。因为设计师的社会地位如果高，就表示他们的设计能力能够得到当地社会的欣赏与重视，因而他们的收费标准也可以高；相反的，设计师的社会地位如果低，那就表示他们的设计能力得不到当地社会的重视与欣赏，他们的设计费自然也高不了。时下国民人均年收入高于两万美元的国家无不是“设计大国”，也没有一个不是创意产业发达的富裕社会，设计师更是他们社会收入最高的一个阶层。当然，要迈进这样的社会还得有一个前提，那就是这个社会的消费大众普遍都具有欣赏和品味的能力，也就是他们分辨得出什么是好设计，什么是坏设计。

大家都知道，设计指的是解决问题的一种方法，一种活动，或一种结果。当中最重要的是方法，因为整个设计过程是由方法在推动的；而所谓的结果，也是根据方法而得来的。如果要为设计下个最简单的定义，我们可以说：“设”就是设定问题的目标，“计”就是有计划、有步骤地来加以解决完成。



拿室内设计来说，一个空间需要解决的问题，至少有三个：一是生活机能满足的问题，二是美学风格塑造的问题，三是附加价值提升的问题。而在这个解决问题的过程中，有科学、客观、理性的一面，也有经验、主观、感性的一面，以及这两者之间的互动与平衡。如果一个设计太偏向于某一面，或哪一面有所欠缺，那么这个设计肯定是不那么成功的。

谈到附加价值的提升，一个空间经过了良好的设计之后，必然可以营造出合理、舒适、安全、健康的环境，以及具有美感与品位的形象与氛围来，其价值除了会显现在物质与精神生活的提升之外，也会反映在经济层面的增值之上。在此，且举一两个例子来做说明：八年前，我们曾与“宏国建设”合作，在台北淡水的一个小房型大厦住宅小区举办一项名曰“2000年台湾玩家大赏”的活动，当时邀请了33位名设计师各选一户进行自由设计，完成之后公开展览，结果将这个本来不太好卖的小区房价，由原来的新台币每坪（1坪约为 $3.3\text{m}^2$ ）16万元（约合人民币每平方米13,000元），在很短的时间内便提高到新台币每坪23万元（约合人民币每平方米19,000元）。同时所有的小房型也突然间仿佛魔术般地变大了，而且变得比较有趣。后来，这个设计活动不仅带动了整个项目的顺利销售，也引起了其他地产营销商的纷纷仿效，可说轰动一时。

又如最近几年来，由于迪拜帆船酒店设计建造的亮丽成功，也为当地带来了一片世界性的观光热潮；如今，邻近的阿拉伯国家也都有样学样，无不重金礼聘世界名师，想方设法地要再推出更具有吸引力的设计建造项目来。这些现象都充分说明设计是可以改变环境、创造价值的。

所以，我们相信，设计不仅可以让我们点亮生活、享受生活；它还可以丰富文化的内涵，创造环境的价值。

英国前首相丘吉尔说过一句名言：“建筑塑造人，而人塑造建筑。”的确，美好的建筑环境不仅可以塑造美好的生活，甚至可以让我们的下一代在优雅的环境中，培养出优雅的气质来。而美好的建筑环境有赖于优秀的建筑师和室内设计师共同来规划设计。

# 设计管理 “五招走天下”



撰文/任强 (278587.china-designer.com)：山东，恒艺建筑装饰工程有限公司，董事长，山东尚林家居有限公司董事长，山东工艺美术学院特聘教授，高级室内建筑师，国际注册高级室内设计师，中国杰出中青年室内建筑师，IFDA世界室内设计协会中国分会副会长，中国建筑装饰协会专家委员会委员，中国建筑装饰协会室内设计分会理事，中国饭店设计施工专家委员会委员，中国酒店设计与工业化研究专家，中国室内装饰协会陈设艺术专业委员会山东代表处主任

作为一个设计师，或者作为一个设计师的管理者，现在有很多很多的问题困扰着大家，如何面对现有的市场，或是在现有的市场上如何生存？常有人说，现在的竞争非常的激烈和残酷。可我从来没有感到过竞争的压力，为什么？因为我认为“避免竞争才是最好的竞争”。所以我不和别人争，我只是去做。在做方面，我有四点感受，第一是做别人想不到的；第二是做别人做不到的；第三是做别人做不了的；第四是做别人不愿意做的。

在现实工作中，设计管理是真正困扰大家的一个首要的问题。如何把一个设计公司搞好，如何把我们的设计师管理好，这是摆在我们每一个管理者面前和每一个设计团队面前亟待解决的问题。于是，多年来我总结出了一套“五招走天下”经验，屡试有效，和大家分享一下。

第一招，“一靠干，二靠管，三靠算”。

所谓干，作为一个老板或领导，要看属下想不想干，会不会干，能不能干，是不难看出来的。想不想干是态度，会不会干是方法和技巧，能不能干是看

投入的时间和精力。第二个“管”，就是管理。我总结的管理是，让别人替你完成任务的一种艺术。特别是设计，是不是意会到领导或者是客户的意图，甚至是不是心甘情愿地加班。关于“算”，顾名思义，是一个算账的过程。你的管理流程当中应该要有一个“算”的主线。和甲方或业主算；和材料商算；和施工队算；和我们的管理成本算等。比如说我们公司的工程管理，就是一个以材料作为主线来进行核算的方式。花钱最多的就是挣钱最多的，什么花钱最多，应该是材料吧，所以我们对材料的管理要有一个系统的流程。

第二招，人性化管理。管理首先要抓人心，人心如水、制度如篮。篮子是装不住水的，再好的制度也管不住人心。作为一个企业，人是第一位的，要以为人本，所以我提出人性化管理，叫“抓人心、聚人气、讲人情”，这是管理的核心部分。前一段时间，我和东易日盛公司李总交流的时候，我们也谈到了管理。一个大师曾给他上过课，说光管是不行的，得用“治”，都说是“治国”，没有说管国的，这很有道



理。是“管理”一个公司，没有说是“治理”一个公司的，所以大和小区分好，也应该要有兼顾。该用柔性的时候它是三点水的“治”，该用“管”的时候它是一个当官的，上面有一个竹棍子。

我们的管理如何应对这个市场的变化，应对这个市场的需求呢？作为适应这个市场的环节，我再打个比方，就像是在攥一个拳头。拳头里面是你能够掌控的，比如你自己的员工和设备，也就是说你自己的模式、你自己的团队，是你能够抓住的。第二是拳头皮肤表面的东西，是你的触觉，是你能感受到的。通过你的行动和努力能感知别人、能影响到别人的。第三个是拳头以外的，这个你只能去适应。例如说政策和市场变化等。所以我们要学会三种方法，第一学会适应，第二学会影响，第三才是学会管理。一个朋友的父亲说过一句话，我感觉挺好的：第一不要把爱好当成事业，第二不要把同事当成朋友。如果你把同事当成朋友了，就会丧失一些原则，过分地讲人情，是搞不好这个公司的，所以“度”的把握很重要。

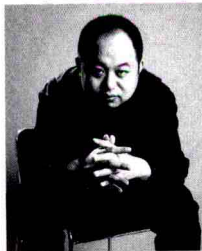
第三招是把握沟通的技巧，管理从沟通开始。有时，人与人之间不好沟通，很难沟通，但可以好好商量。我举个例子：一个项目定下来后，我要是直接说，我干客房设计，你干餐饮设计，你也许马上会翻脸，凭什么这样分配？这就是不能沟通的。第二次我有经验了：干一个商场的设计，有公共部分和卖场部

分。我就会说，你看看你先做哪一部分，我们商量一下？你马上会说：哪一部分都行。我就接着补充道：要不你做公共部分，我做卖场部分？你就会说：可以，没问题。所以有时应该去好好商量一下。所以，把握管理的技巧就是从“沟通”开始。

第四招是管理的目的，有三个：堵住漏洞、提高效率和提高积极性。所以如何堵住漏洞、如何提高效益、如何调动人的积极性，我们应该要有办法。我现在公司的管理方法是“目标化管理”，就是目标责任制。要做好四大目标：第一个是利润目标，我们做这个是为了赚钱的，应该保证一定的利润。第二个是工期目标：多长时间做完，不要超期，影响客户的使用。第三个是质量目标：质量至上，质量高于一切。还有一个是安全目标。安全和质量实行一票否决制，用其他两大目标进行考核。把这种金字塔式的管理变成扁平式的，可以加快我们的节奏，调动人的积极性，这是一个非常切实有效的办法。

第五招是管理的方法。我总结了一个创新式的管理模式，有三部分：第一个是变管理为服务。公司的最高领导是最大的服务员，这是非常明确的。第二个是变制度为流程。把若干个根本记不住的条条框框，变为流程，第一步怎么干、第二步干什么，一步一步地很有条理性和系统性。第三个是变目标为指标，把一个大的目标分解成若干个小指标来完成。

# 设计思想是设计的灵魂



撰文/任强 (278587.china-designer.com)：山东，恒艺建筑装饰工程有限公司，董事长，山东尚林家居有限公司董事长，山东工艺美术学院特聘教授，高级室内建筑师，国际注册高级室内设计师，中国杰出中青年室内建筑师，IFDA世界室内设计协会中国分会副会长，中国建筑装饰协会专家委员会委员，中国建筑装饰协会室内设计分会理事，中国饭店设计施工专家委员会委员，中国酒店设计与工业化研究专家，中国室内装饰协会陈设艺术专业委员会山东代表处主任

随着我国经济发展的迅猛，作为装饰设计的专业领域也有了极为快速的变化，涌现出众多非常有自我个性的设计新锐和设计思想，重新界定了多元化专业领域的视觉审美定义和经营范畴，极大地增强了专业理念的多样性、系统性与个性化。主题式的设计理念和设计思想，也就顺应了时代发展的需求，创造了更多的富有艺术性、商业性和生活体验的切实价值。将设计思想和理念的合理运用，是在实际工作中的制胜法宝，能够充分发挥自我认知的文化思想定义及开启设计灵感线索的依据，从而使作品实现多样性创作，避免雷同，强化了作品的创意设计价值，使作品的表现更具唯一、独特的商业价值。这就是我讲的设计思想，总结归纳为：三大定位、四线分析、五项原则和六点切入。

三大定位：主题文化定位、功能布局定位和资金分配定位。

主题文化是什么，就是这个项目的主题思想，它具有鲜明的个性和特色，是不可复制的。主题文化是一个卖点，也是这个项目的灵魂。第二个是功能布局

定位。功能布局其实就是一个流程，是人从事活动的过程，其中最主要的是我们管理的流程。第三个是资金分配定位，就是如何把这个资金实行黄金分割法，钱要用到刀刃上。无论是土建、设备机电能源，是硬装修软装饰，还是用品和家具，都要有一个很好的规划。

四线分析：动线分析、静线分析、轴线分析和视线分析。

第一是动线分析，例如在一个五星级酒店的項目上，分析人的流动、车的流动、物的流动等。在酒店外面，客人和车辆是如何流动的，客人从哪个方向来，车辆的进、出入设计，内部车辆如何停靠等，都得需要一个充分的考虑和布局。在酒店内部，就有了管理人员的动线、顾客的动线和服务人员的动线了。第二是静线分析，其中主要是尺度、比例、材质、工艺、效果等，都在静线分析中得以实现。第三是轴线分析，轴线就是穿插的结构线，它讲究对称、比例、连接关系等。轴线分析是一个项目中的关键，它在美学、规划、建筑、装饰等方面都是很重要的。第四是

视线分析，是让我们在实际项目上，从每一个角度看都是漂亮、美观、舒适的。在一个美的空间，通过视线分析我们会把美进行延伸，而在一个有缺点的空间里，我们会把它的缺点变成特点。

五项原则：求变、时尚、经济、文化、功能。

第一个是求变，“变则通，通则久”，在变中制胜。不抄袭别人，不重复自己，就是在变。第二个是时尚，我认为时尚就是“少而美”的东西。第三个是经济的原则。经济的原则有两方面的含义，第一方面用最少的投资创造完美，第二个是合理支配资金。该花的钱不要省，该省的钱不要花。第四个是文化原则，传统文化与现代文化相融合最是关键，能张能弛，有文化有涵养，使文化和艺术得到完美统一。第五个是功能的原则。功能的原则分为三个：第一个是实用功能，好用。第二个是美学功能，好看。第三个是象征功能，有含义。例如，我花300万买了房子，不可能花几万装修，最起码要几十或者上百万费用。因为里面的设计内容、装修材料都得和房子的最初价值匹配。所以说，人的内在特征也要靠服装、配饰、

车子、房子等外在元素来彰显气质、象征地位与美化个性。

六点切入：家具的摆放形式，色彩的切入，空间的切入，光线，材质，工艺。

第一是布局，家具的摆放形式，可以显示一个人的品位、档次、爱好、文化、涵养等。第二是色彩的切入，就是色彩之间的穿插与搭配，做到美学和实用的完美结合。我有个小建议，在一般项目中，最纯、最亮、最暗的颜色都不要出现在装修中出现，但可以在配饰和家具上出现。第三是空间的切入，要做到一个大的空间如何“大而不空”，一个小的空间如何“满而不挤”，这是合理配饰的原则。第四是光线，充分利用自然光、主光源、辅助光源、点光源等，要做好各种光源的设计、搭配和补充。第五是材质，要讲究质地、质量，并且不同的材料要合理搭配。第六是工艺的切入。精益求精的态度和非常到位的工艺，巧妙地运用在昂贵、考究的材质上和装修工程中，会彰显主人的身份和项目本身的品位，更是能够起到画龙点睛的作用。