



DESIGN COMMUNITY

住区

01/2005

中国建筑工业出版社
清华大学建筑设计研究院

联合主办

室内设计

住区 DESIGN COMMUNITY

中国建筑工业出版社 联合主办
清华大学建筑设计研究院



《住区》宗旨：

- 全方位关注住宅建设以及与之相关的方方面面
- 为政府职能部门、规划建筑设计人员和发展商提供一个交流、沟通的平台
- 引导住区设计理念 注重住区合作交流
- 丰富住区生活艺术 指导住区消费观念
- 启发住区创新思维 反映住区今日文化





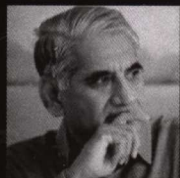
V·格里高蒂
意大利著名建筑大师



THE ARCHITECT FORUM

首届【建筑师】国际论坛

高层权威建筑学术沟通平台



查尔斯·柯里亚
印度著名建筑大师



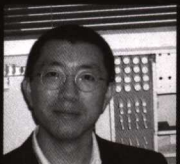
段义孚
美国威州大学，著名人文地理学教授
城市文化研究专家



那仲良
美国纽约州立大学
著名人文地理学教授、民居研究专家



约瑟夫·里克沃特
宾夕法尼亚大学建筑学教授
著名建筑史家、评论家、著名建筑史家、评论家



阮昕
新南威尔士大学建筑学教授
知名青年建筑史家、评论家



彼得·科哈尼
新南威尔士大学建筑学高级讲师
著名路易·康研究专家

王建国
东南大学建筑学院院长、教授
(后续补充中)



肯尼斯·弗兰姆普敦
美国哥伦比亚大学建筑学教授、著名建筑史家



大卫·齐普菲尔德
英国著名建筑大师



郑时龄
中国科学院院士、法国建筑科学院院士



内森·格拉兹
美国哈佛大学，著名社会学教授
建筑文化研究专家



让-路易·柯芬
纽约大学建筑学教授、著名建筑史学



彼得·莫非
新南威尔士大学建筑学院院长
及城市规划学教授



James Weirick
Professor of Landscape Architecture
University of New South Wales

世界上各领域极具权威的思想家和实践家齐聚 中国北京

2005年6月1日-3日

召集人

约瑟夫·里克沃特 阮昕 黄居正

主题内容

A. 20世纪人居环境回顾全球学术论坛

B. 当代人居环境&建筑设计作品展

A. Topophilia and Topophobia Reflections
on Human Habitat in the 20th Century

B. The Contemporary Human Habitat
Design & Architecture Art Show

关注2005建筑盛事
加盟国际建筑学术沟通平台
阐述建筑思想与理念
展现建筑领域独特地位

国际国内各领域具有独特见解的思想家和实践家
将共同站在同一平台上，回顾20世纪，畅讨21世纪人居环境发展的独特见解

(国内嘉宾陆续邀请中，邀请范围：全国各省市市委、建委，全国各省市各领域专家学者，全国各大规划、建筑、园林设计研究院、所，全国知名地产项目投资机构)

对此主题具有独特见解人士
想参与主题发言者与组委会联系

活动详情登录网站：WWW.ATFCN.COM

参展申请、参会报名：(010) 87714740 87717440 87714340
(010) 58765961 58765962 58765963

听会参展名额有限，请尽快与组委会联系报名及申请

卷首语

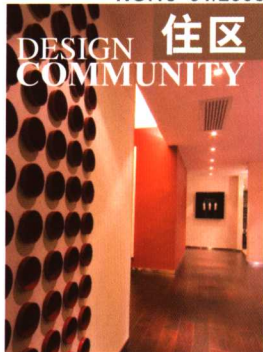
长期以来，人们对房屋户型的关注和了解仅仅是“给什么，住什么”，而随着住宅商品化时代的到来，房屋的功能设计、房屋质量的优劣以及房屋面积的科学测量等以前不大被人关注的问题，正在引起越来越多人的重视。这是一种时代的进步，它标志着老百姓的住宅从温饱型向功能型、实用型、舒适型转化。

购买者的实际需求如何在项目开发早期就反馈到发展商，发展商根据市场如何准确定位，达到社会效益和经济效益双赢局面？从开发到后期实际使用中，室内设计师充当的角色和关注的重点有何变化？本期《住区》侧重于此，从理论和实例等多方面与广大读者交流。

“住区时间”是《住区》近期开办的新栏目，意为设计人员、开发商、相关专业人士提供一个开放、自由的言论平台，形成一个新锐的话语圈。论题提前一期公布，将在各个城市不定期举办，每期都将对之进行如实报道，欢迎大家积极参与和反馈。

“住区时间”深圳市第11届优秀勘察工程和优秀规划设计住宅项目一等奖讨论在深圳大学建筑设计研究院召开，获奖项目设计人员和公司领导、教学人员、品牌地产商及策划界人士等分别就目前住宅发展现状和未来趋势，以及多方之间如何加强合作，进行了客观、坦诚、热烈的讨论。本期对此及时报道，以饕读者。

“住区时间”节能住宅设计和节能技术运用推广将在4月初举行，诚挚邀请读者就此发表观点，积极投稿。



图书在版编目 (CIP) 数据

住区. Ⅰ. 清华大学建筑设计研究院等编. —北京: 中国建筑工业出版社, 2005 (中国住区设计研究丛书)

ISBN 7-112-07288-3

I. 住... II. 清... III. 住宅—建筑设计—研究—中国 IV. TU241

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 021384 号

开本: 889X1194 毫米 1/16 印张: 7

2005 年 3 月第一版 2005 年 3 月第一次印刷

定价: 25.00 元

ISBN 7-112-07288-3

(13242)

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

新华书店经销

利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司制版

利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司印刷

本社网址: <http://www.china-abp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

目录

主题报道 室内设计

06p. 样板房设计概论

李益中

12p. 从内到外, 室内先行

——住宅建筑深化设计的方法

杨 冰

18p. 考虑视力衰退因素的老年人居室设计要点

周燕珉 陈树坤

建筑实例

24p. 深圳万科17英里样板间室内设计

深圳市万科房地产有限公司

34p. 深圳金地香蜜山样板间室内设计

罗灵杰 龙慧祺

44p. 单身公寓中的工作室

杨 冰

50p. 澳大利亚沃特森湾别墅

澳大利亚迪生·罗斯蔡尔建筑规划设计公司

照明设计

60p. 德国内卡河畔的爱森琳根内城照明设计

陈神周

70p. 德国爱尔旺根市步行街与广场改造和照明设计

张亚津

74p. 深圳香蜜湖·水榭花都灯光环境设计

吴蒙友 李忠文

78p. 深圳天骄华庭灯光环境设计

吴蒙友 李忠文



住区

COMMUNITY DESIGN

CONTENTS

住宅研究

80p. 20世纪50~60年代中期中国城市住宅套型的发展轨迹

高山 吉国华

建筑技术

88p. 住宅小区分质供水系统的实践和认识

庞胜华 邱凌峰

住区时间

90p. 住区时间

——关于深圳第11届优秀工程勘察设计一等奖住宅项目的讨论

《住区》编辑部

96p. 深圳横岗城市中央花园

覃力

96p. 深圳中海阳光棕榈园一、二期

孙立平

100p. 深圳阳光带海滨城·锦缎之滨

叶林青

102p. 深圳天健世纪花园

梁鸿文 潘厚礼 李念中

104p. 深圳百仕达8号

沈立众 单增亮 庄葵

106p. 深圳半山海景

金逸群

108p. 深圳星河·国际

李明 钱欣

110p. 深圳水榭花都一期

李军

封面: 金地香蜜山二期样板房户型C厨房

联合主办: 中国建筑工业出版社
清华大学建筑设计研究院

编委会顾问: 宋春华 谢家瑾 聂梅生

编委会主任: 赵晨

编委会副主任: 庄惟敏 张惠珍

编委: (按姓氏笔画为序)

万钧 马卫东 王朝晖

白林 白德懋 伍江

刘东卫 刘洪玉 刘晓钟

刘燕辉 朱昌廉 张杰

张守仪 张颀 张翼

林怀文 季元振 陈一峰

陈民 金笠铭 赵冬日

赵冠谦 胡绍学 曹涵芬

黄居正 董卫 董少宇

薛峰 戴静

主编: 胡绍学

副主编: 薛峰 张翼 董少宇

执行主编: 戴静

责任编辑: 姜莉 戴静

美术编辑: 付俊玲

海外编辑: 柳敏 (美国)

张亚津 (德国)

何威 (德国)

王韬 (挪威)

叶晓健 (日本)

编辑部地址: 深圳市福虹路世贸广场A座1608室

编辑部电话: 0755-83440553

编辑部传真: 0755-83440553

邮编: 518033

电子信箱: zhuqu412@yahoo.com.cn

发行电话: 010-68393745 010-62335133

发行传真: 010-68359205



主题报道

室内设计

06p. 样板房设计概论
设计要点

李益中
周燕珉 陈树坤

12p. 从内到外、室内先行——住宅建筑深化设计的方法

杨冰 18p. 考虑视力衰退因素的老年人居室

样板房设计概论

一、样板房是楼盘销售的旗舰

影响楼盘销售的因素有许多，例如地段、环境、景观、户型结构、朝向、价格等不一而足。一般说来人们非常在意居住的切身感受，这种感受的好坏可能直接导致交易的成功与否。因此样板房成为发展商宣传和销售的重要棋子。通过样板房来综合展现楼盘的特色，让人们在特定的环境里去感受去体会，比售楼员干巴巴的介绍更能让客户接受。发展商有时甚至“兵马未动，粮草先行”，这边还在挖地基，那边临时搭建的样板房已快马加鞭，搞得热火朝天。样板房煽情的演出，极大地提高了交易的成功率，是实现销售计划的重要保证。因此，样板房可谓楼盘销售的先行旗舰。

二、样板房设计的特点

由于房地产的发展，楼盘如雨后春笋般地拔地而起，样板房设计的需求也越来越大，样板房设计几乎成为一个专门的领域。香港有许多专做样板房的专业设计师，深圳也有专做样板房的设计公司。确实，样板房有别于普通的住宅设计，它承载着推进销售的功能，满载着发展商的希望。一般说来，样板房有如下几个特点：

1. 关联性——样板房的设计跟楼盘的定位及销售唇齿相依。每一个楼盘都有自己的定位，每一个销售计划都有

自己的卖点。样板房的设计必须跟这些定位、卖点有关联、相呼应。豪宅和普通住宅的样板房的做法肯定有所区别。前段时间，引起轰动的北京贡院六号号称中国第一豪宅，那么它从国外搬来一些惟恐不贵的东西就不足为怪了。

2. 针对性——普通的住宅装饰设计，一般只为某一个体服务，满足个体家庭的居住需求。而样板房则针对某一特定的目标客户群体，设计师必须分析这一群体的共性的生活方式，分析这类人对于房子有什么相近的需求，然后加以总结、提炼，通过设计语言表达出来。当然，我们也会假想住户为某一特定的家庭，包括有几口人，什么职业等等，但这个家庭便已是这一群体的典型代表。

3. 展示性——样板房的展示性强于实用性。样板房的首要功能是配合销售，强调感观效果，客户并不一定能使用它；而普通住宅的主要功能用于居住，要实实在在地使用。所以，往往看到有些样板房只能看不能用。不过现在很大一部分发展商希望样板房将来能卖给客户，要求将样板房做到既好看又实用。做得好的样板房一般很快都会被客户定购，不但起到了推广宣传作用，而且能很快地将样板房卖掉，连装修费用和设计费一并都计入了价格之内。发展商投入成本极少，一举两得。



4.煽动性——样板房为了推动销售，一般做得夸张一些，甚至达到一种舞台布景效果，具有极强的煽动性。通过光、形、色创造某种非常吸引人的氛围效果，去赢得客户的心，激起客户的购买欲望。

5.特色性——一个样板房必须有特色，让人们记住。发展商总是希望样板房与众不同，让人耳目一新，甚至引起轰动效应，成为人们的谈资。

三、样板房设计的原则

样板房设计其实是户型结构的美化和再创造，强化自己的优点，掩饰其中的缺点，以便完美地展现在客户面前。因此，样板房设计的关键就是：

1.扬长——充分展示自己的优点。灵活的房间结构、完美的布局、大的面宽、好的采光、较高的层高、良好的视野、景观等等都可以充分展示出来，并且以设计的手法加以引导强化。比如有些房子无梁无柱，那我们可以自由组合上下功夫，展示房间间隔灵活的一面；如果层高比较高，高到一定程度，可以引导客户去加盖夹层，使人们觉得房子的灵活性，于是便有了所谓“使用面积大于建筑面积”的宣传效应，让人们觉得物超所值。

2.避短——通过设计的手法来弥补户型的缺憾。房子或多或少都存在着某些缺憾，需要通过设计师给予弥补或

掩饰。比如说房间狭小，最常用的处理手法是错觉法，利用人的视觉错觉，借用明镜的反射让人有空间扩大的感觉，也可用色彩的微差来调整改善空间感觉。一般说来，暖色调会往前冲，冷色调会往后退，通过色彩的对比关系可以调整空间感觉。另外常用的还有放开法，通过空间的局部放开，扩大空间界面，使房间显得大一点。

3.主题风格——样板房设计一般来说有明显的主题思路或风格，让人们有记忆点。

四、样板房的风格

样板房的风格形形色色，主要有如下几类：

1.理性的现代主义

何谓现代风格？但凡用现代构成手法打造，并用现代家饰装饰的风格都可以称之为现代风格，不管用的是现代材料，还是传统材料，不管是深色的，还是浅色的。这种风格强调的是设计的理性内涵，注重点线面的构成关系，强调时代感，适合打造时尚家居。现代主义是一个大的范畴，是众多现代风貌居家的统称(图1~3)。

最近两年，一种叫极简主义的风格深入人心，深受业界及大众的喜爱。极简主义又叫简约风格，是一种升华了的简约，强调一种有节制的精简，强调内在理性的秩序，在这种风格里，每一根线条，每一个色块，均经过精心考







虑并设置，强调各部分之间的比例关系。所以，简约风格并不简单，是理性与艺术的结合，是一种自律的艺术。香港设计师梁志天这几年坚持走简约的设计路线，并自成一格，难能可贵(图4)。

现代主义，清爽、干净，也不乏丰富的色彩，但总是让人觉得冷酷。当人们需要更多的情感的诉求，则将眼光投向传统文脉、地域文化等，从中吸取养料，丰富家居面貌。因此，更多的风格涌现出来，这也是东西方文化相互渗透相互交融的结果。

2. 新中式风格

明清式家饰的简洁一直为人们津津乐道，同时也和现代风格找到契合点。这两种简洁的精神相融相生，和谐共处。在冲突之中凸现时空的交错，亦古亦今。这种风格很受知识分子阶层的喜欢。如大连青云林海样板房便采用了新中式风格(图5)。在大连世纪经典样板间里，在门厅我们用了深红色和门饰相结合，流露出极浓的中国情怀(图6、7)。

3. 新古典风格

新古典之风和建筑流派所说的后现代主义一脉相承。将欧式线条加以提炼，延续古典风格的内在比例关系，延续其文脉，亦体现时代感。这种风格典雅、高贵，是新贵们极力追捧的风格。深圳熙园样板房就是典型的新古典风格(图8)。

4. 新乡村风格

社会的高度城市化进程，使得人们离自然越来越远，人们回归自然的愿望也日益强烈。因此家居表现自然的乡村风情，亦成为人们情感的

归依。在这种风格里，自然的质感材料如砖、陶、毛石板、木、藤等依其朴素的材料语言，登堂入室，与布艺及其他工艺品相互搭配，营造浓郁的乡村风情。在金地香密山9栋21C的样板房里，我们采用了现代版的英式乡村风格。整个硬装饰是比较理性的现代作风，而在家具配饰上则大量采用布艺沙发，床幔等。乡村味浓郁的花布，温馨感性的布艺，令到居室内充满自然的感人气息(图9)。

5. 东南亚风格

东南亚风格是近几年倍受关注的风格。这种风格以其浓郁的东方风情，独特的艺术品摆设吸引了全世界业界的目光，即所谓的泰式风格。巴厘岛风情也包括在内，有很强的地域特色(图10)。

6. 禅风

如果说东南亚风格更多的注重东方形式的模仿与表达的话，而禅风风格则是提炼过后的东方精神的集中体现，形式上更加概括而简炼，讲求平和、内敛的情境，是东方精神的自我表现、挖掘及追溯，在极现代的背景之下，通过对形式比例的控制，加上极具禅味的器皿摆设，创造出简洁朴实，澄澈淡定的境界，耐人寻味(图11)。

随着时间的推移，将会有越来越多的风格呈现出来。设计师需依据不同的楼盘情况，选择最为合适的风格。

五、样板房设计的关键因素

人们接触样板房的时间最多只有几分钟的时间，如何才能在较短时间里去赢得买家的心，使理性的思维在这个特定的环境里变得亢奋、变



得感性呢？为达到这个效果，必须增加样板房的戏剧效果，参考以下几个因素：

1. 光、灯具——光是营造气氛的高手，有一个恰当的光环境非常重要。要做到柔和，舒适，有层次。照明分三种方式：背景照明，辅助照明，重点照明。

背景照明——为空间提供基本的照度，如吸顶灯，暗藏灯等。

辅助照明——调和室内光差，使感觉更舒适，如落地灯，画灯等。

重点照明——人在室内活动时提供的“工作照明”，人靠它看清物体，比如餐桌上的吊灯，射灯，写字台上的台灯等。

在设计中，这三种灯光照明要注意组合，组合得当可产生迷人的效果。三种照明的光亮度比例是背景照明1：辅助照明3：重点照明1。一般说来，在样板间的设计中，都希望将房间灯光环境设计得比平常要稍亮一些。

照明设计时，有时不希望看到灯具，但有光，灯具藏在一个很隐蔽的地方；有时则要让灯具成为我们装饰的一部分。确实，好的灯具具有很好的装饰效果，为空间增色不少。

2. 色——颜色最能刺激人的视觉神经。设计师必须关注色彩的象征性和意象性，有意识地利用色彩媒介传达一定的意境、情感和内涵。恰当的用色，可以塑造不同凡响的气氛，达到以少胜多的效果。用色彩来组织设计语言是最有效最经济的手法，往往能收到事半功倍的效果。

色彩具有一种象征性，比如说红色热情奔放、喜庆，同时也非常中国化；绿色象征和平与安全；紫色象征庄重而高贵（在古代的中国，高官才可以穿着紫色袍）。在设计中当我们赋予色彩以含义时，作品更富有生命力。设计师要挖掘色彩的潜在感染力，这就是色彩的意象特性。比如江南民居的黑瓦、白墙、赭色大门传达一种素雅质朴的意象。巴洛克风格则是华丽色彩的组合，渲染豪华而古典的风格，室内环境呈现古铜、酒红等优雅高贵的格调。光与色彼此依存，无光亦无色。光与色要完美地配合使效果更强化。同时应注意有色光对色带来的影响。比如绿色用红光照射则暗淡无光，呈现黑色，黄光照射黄色物体则发灰等等。

3. 新材料、新技术——“新”代表着最新的时尚。科技的发展，新技术的应用可以让人耳目一新，吸引客户的注意力。任何一种新的形式，新的材料的出现都会吸引人们的眼球。因此，设计师必须时刻站在时尚的最前沿，感



受新的潮流，将最新的材料、形式用到设计当中。同时，我们也要不断开放思维，有时可以“旧瓶新装”，将一些很朴实的材料给予创造性地应用，亦可焕发意想不到的新意。比如木地板——一般来说都是铺在地上的，若用在墙面上却有另处一番味道。

4. 配饰——配饰是整个设计工作的重头戏。往往有一些设计师把图纸一交，万事大吉。其实，设计工作才做了一半，窗帘用什么、沙发用什么款、绿化如何陈设……这些都是设计的一部分，而且是非常重要的一部分，是表达设计感情色彩的重要组成部分，设计师需要一些感觉才可以做到很出色。香港设计师高文安，就是借配饰方面的突出能力，赢得客户的青睐(图12)。

现在流行一句话：“少装修多装饰”。多装饰也不是越多越好，不能摆得太滥，要有所选择。我的一位老师曾说过“装修是一门选择的艺术”。形式要选择，材料要选择，配饰亦要选择。配饰的选择看是否符合设计的风格、情调，而且要画龙点睛，点到即止。

六、设计师在样板房设计中的角色

样板房是销售的一个手段，以刺激销售为归依。设计师这个角色变得重要起来。好的设计师可以跟发展商共同探讨。

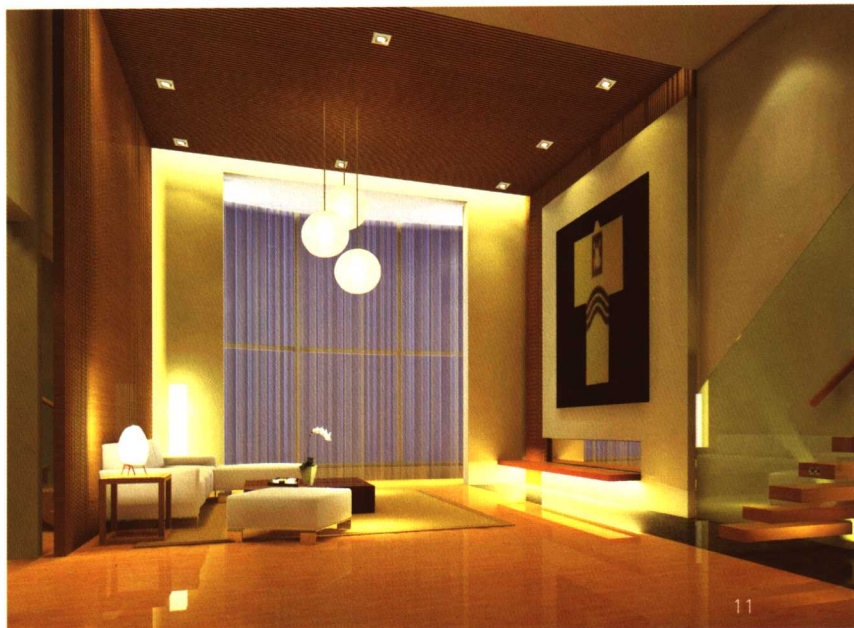
1. 参与策划的过程：样板房的设计很大程度上可以说是一种策划。以营销为起点亦以营销为终点。设计师须积极参与这种策划以便确定档次和风格。

2. 主动引导：一旦风格定位之后，设计师就必须以一种专业精神去引导和影响发展商，坚持原则做有个性的设计。但同时，设计师切忌只顾个人风格的表演，炫耀设计手法。我们随时要记住，样板房极强的针对性，量体裁衣，有的放矢。

3. 积极地跟踪：设计师不是交完图纸就了事，本着设计完美的精神，积极做好后期的施工配合，特别是完善家具、配饰方面的服务。

总之样板房的设计，既要考虑居住的行为和设计的艺术性，又要考虑其本身承载的商业成分。从一定程度上来说，样板房设计是一种居住的商业设计，是住宅商品化的集中体现。随着时代的发展，样板房的设计同时也给设计师提出很多挑战。设计师要不断地推陈出新，创新风格，从而引领大众居住的新概念。

作者单位：深圳市派尚环境艺术设计有限公司



从内到外、室内先行 ——住宅建筑深化设计的方法

国内房地产开发如火如荼，尤其是住宅建筑，可谓名盘迭出，目不暇接，给广大建筑设计人员提供了大量的实践机会，产生了许多先进设计方法，流派纷呈。作为室内设计师，在住宅室内设计实践中，常常遇到许多建筑设计遗留下的问题，需要室内设计师和雇主花费许多精力去解决和弥补，而这些，通过“从内到外，室内先行”的设计方法，往往在设计之初就可很好地处理，这应当值得房地产开发商和住宅建筑设计师注意。

如今大多数住宅的消费者，买房后都需要量身订做，大兴土木装修。住宅设计的情形大体是这样的：开发商提出较为笼统的设计要求和开发指标，这些要求的依据是针对经济营销和主要市场主要消费群的分析 and 判断，和实际的使用还不是同样的概念和范畴；建筑师则根据自己较宏观的设计理念和一般意义上的建筑学常识去满足开发商的设计任务，设计工作的深度一般不会深化到个体单元，大多住宅建筑师也一般不屑去给每家每户做室内设计，这样，建筑师的观念实际上不是真正的住宅使用和生活的真实体验，未来使用中的信息也不会反馈到建筑师身上，在解决许多大的问题的同时也产生了许多实际的小问题；个体单元的住宅消费者购房时对房子的问题和不足往往是认识不清的，在装修设计时，随着对房子深入地剖解和对自己生活需求的审思，问题就会逐一呈现在业主和室内设计师的面前，室内设计师的作用是有限的，他是在一个既定的已有毛病的大躯壳内做文章，往往问题的解决是

以不够圆满和付出大量金钱的大拆大补为代价的。总体而言，这基本上是一个从外到内、以内适应外的过程。

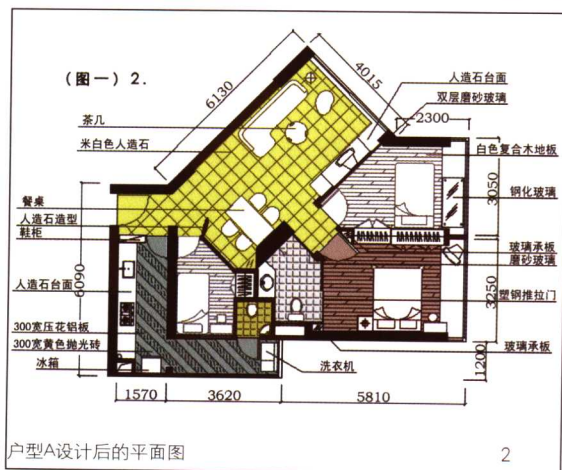
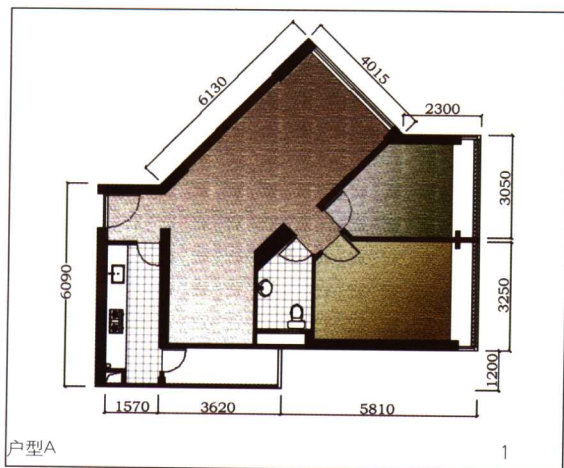
图1~5是深圳某小区住宅的两个较有代表性的户型A和B：原建筑设计在小区整体空间造型，功能组织上还是处理得不错，建筑单体面向小区景观中心环形分布，效果理想，顺利实施了，可以想见，建筑设计是得到开发商的认可；但深入到个体单元，则产生了许多细小的问题，尤其是例子中这两个户型在室内设计中都进行了大修大改才达到了住户的要求。室内设计大修大改越是成功，就越说明建筑设计不够完善不够深入。

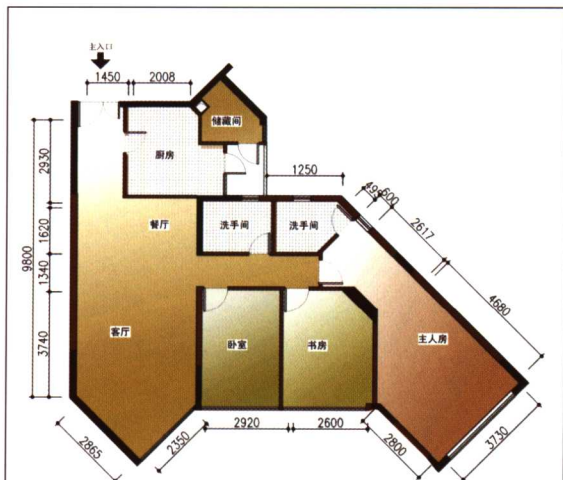
从图1~5中可以看出，外围平面没变，但室内格局前后差别极大。关系清晰，功能合理的室内格局并没有影响到整体建筑和小区空间建筑设计目的的达成，但假如当初建筑设计从室内入手深入推敲，则交到客户手中的房子，会减少不知多少麻烦和浪费。可见从内到外，室内先行的设计方法潜力是很大的，类似的细节还有很多。

1. 楼梯对着两个入户门的情形：由于楼梯间的宽度有限，入户门的宽度不能太小，就造成了这种格局下住户无法悬挂春联的窘境，这一大好传统民俗到了现代住宅反而遇到了问题。

解决之法很简单，加大梯间宽度或是如图6所示将分户墙略为伸出，不但解决挂春联的问题，还可增强空间的隐私感和归属感。

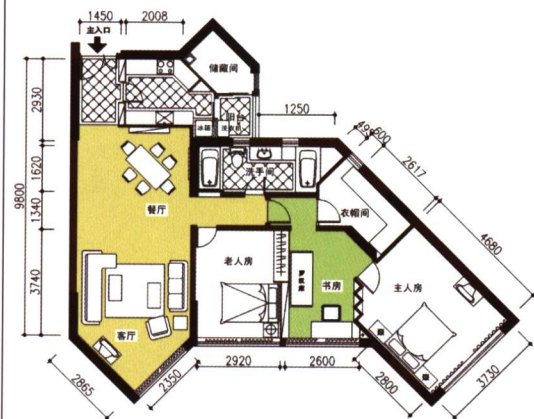
2. 不少住宅均深入考虑了空调的安装，尤其是空调主





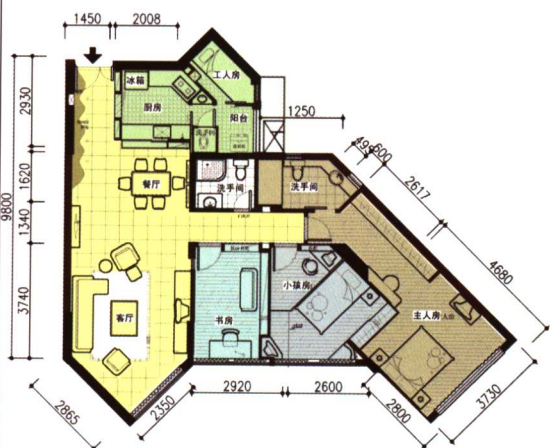
户型B

3



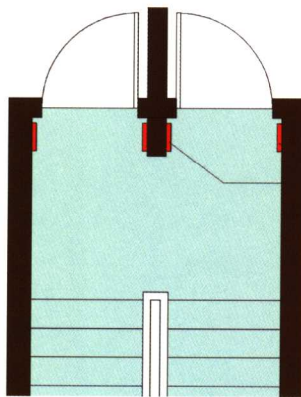
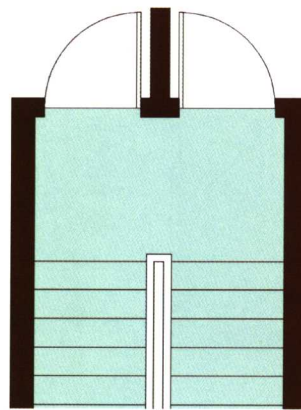
户型B设计后的平面图一

4



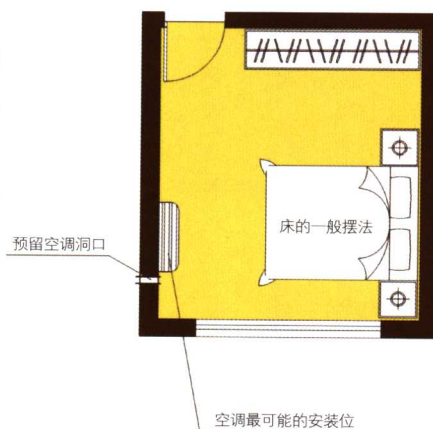
户型B设计后的平面图二

5



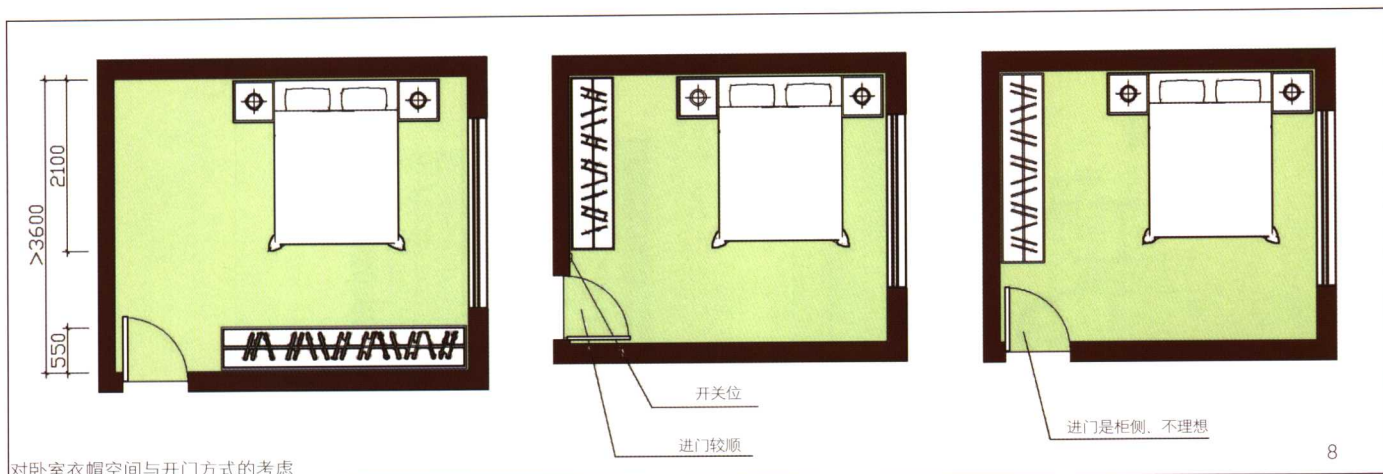
对楼梯间的改进方式

6



预留空调洞口应考虑室内家具布置

7



机在室外的安放, 但其预留空调的位置和未来房间使用布局常会出现矛盾, 如图7所示, 就会出现空调直吹床头的问题。由于空间的限定, 床位往往是恒定的, 但空调孔的位置在设计上是灵活的可选择的, 应在设计之初就考虑到室内使用的具体情形。

3. 主卧的室内设计, 最常遇到的问题是衣柜不够用, 或大的衣柜没有地方摆, 而建筑设计往往又没能考虑有专门的衣帽间, 为了凑出一个足够面积的主卧, 而忽略具体的主卧使用和实际布局, 如图8所示。

4. 目前国内客厅的一般格局是一面摆沙发, 对面摆电视, 电视后形成一个背景, 空间的中心在两面墙间。而不少建筑设计恰恰使背景墙面宽较窄, 感觉厅的空间偏在一隅, 往往装修设计还无法调整和弥补, 如图9所示。

5. 剪力墙的设置有其结构的需要和道理, 但住宅户内剪力墙的设置一定要慎重, 往往从结构上看没啥毛病, 但住宅内房间的调整就十分不灵活, 建议户内剪力墙的设置应尽量选在未来不变化或少变化的房

