

金版

装潢世界

GOLDEN VERSION DECORATION WORLD

2007.9
天秤座号
总第53册



中国最大型实景拍摄豪华家装画册

China's largest field photographed luxury home decoration album

定价48.00元 (\$16.00) 发往香港、台湾地区、东南亚和世界各地

深圳市金版文化发展有限公司
香港金版文化出版社

本期精品推荐

深圳大山地叠加复式样板房

深圳金地名津样板房

福州世纪金辉样板房

福州线空间的生命

上海恒基水域天际

特别报道

2007年武汉极具影响力的十大设计师

透过“两栖”设计师满登的慧眼看

“简约之父”——梁志天

艺术型设计大师

陈耀光 作品专题

南海出版公司



益友鸣艺术玻璃
YIYOUMING ART GLASS



玻璃友
GLASS FRIEND



“夜店”玻璃专家，酒店玻璃深化设计助手，

家装玻璃贴心顾问，钢结构点式玻璃幕墙设计、加工、安装一条龙服务。

传真：020-89230853

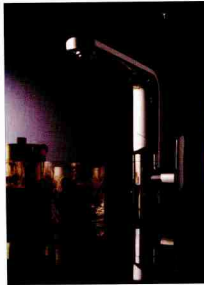
Http://:www.yiyouming.com

E-mail: DS2003@VIP.163.com

地址：广州市南洲路117号新鱼工业区B17

电话：020-89230610、89882697、89882752

JOOP!



亨利戴（香港）有限公司

——演绎中国新贵对家居生活的艺术追求

“亨利戴（香港）有限公司”专业销售欧美东方艺术家居，致力于为国人提供国内外最具生活价值和艺术品位的家居典范。

“亨利戴”艺术家居品牌，产品款式均由世界著名室内用品设计师 Méhery Dai 设计，专业的产品定位和强大的产品研发，保证“亨利戴”产品畅销美国、法国、英国、德国、西班牙等欧美主流高端市场，并被广泛应用于高级酒店、精品店、高档会所、高尚住宅别墅的装饰装修，在国际市场上享有盛誉。

“亨利戴”产品从开发设计、原料采购、生产加工、市场营销、形象塑造及售后服务等方面，都严格按照国际质量认证体系的要求，进行科学的规划和管理，产品全部通过 ISO9001:2000 认证。



亨利·戴
Henry Dai



“亨利戴”始终坚持大美观的整体创作概念，将欧美家具和环境艺术完美结合在一起，包括室内外环境氛围的营造、灯光、色彩、软装、装饰、台上饰品、生活用品等诸多生活元素的有机融合，最终表现出舒适与自然的生活感受，高贵而轻松的生活状态。“亨利戴”认为，产品设计可以不拘泥于具体某个流派或风格，但要表现出最具价值的文化原生态；在表现手法上演绎不拘束，重感受和体验多于对家具本身的苛求。

“亨利戴”品牌产品集欧美艺术与东方艺术之大成，是市场上惟一的高档艺术家具类别，它充分结合了欧美风格和东方神韵并以精美的造型、丰富的色彩达到雍容华贵的艺术境界。此外，“亨利戴”开创了欧美东方艺术家具的崭新品类——即有欧

式家具的形，美式家具的色，又有东方审美情趣。

“亨利戴”的艺术世界，追求绝对艺术，融合智慧与尊贵。它是可以培养的灵动的家具语言。在选材、用色等艺术表现手法上不拘一格。它用无边际的形、无边际的色使产品的艺术空间达到无限大。它丰富的造型和色彩绝无与伦有。

2004年“亨利戴”进军国内市场，旗下HENRY·DAI品牌家居产品开始在中国大陆销售。其中，北京亨利戴艺术家具有有限公司拥有钱江集团在中国北方最大的品牌旗舰店，营业面积达5000平米，专业销售近万件欧美东方艺术家居。内设北京市最大的欧美艺术家家居饰品展示区，各类饰品逾万件。面市以来，就以其整体家居品位概念的完美阐释和鲜明的风格赢得了消费者的高度关注和喜爱。

“亨利戴”在杭州市也开设了独立旗舰店，位于西湖之滨的西湖大道，面积近5000平方米；在上海和深圳设有设计中心和展示中心，各有展示面积近2000平米，服务涵盖于全国不同区域的客户；在香港设立有展示中心，展示面积达4000平方米，陈列有30000多种产品，是长期以来最重要的外销出口基地。“亨利戴”在中国的发展目标是：成为中国顶级家居第一品牌。

亨利戴欧美东方艺术家居的造型与功能源自纯正的欧美风格，并依照东方不同客户的审美需求进行更为细致的调整和设计，使其更适应中国大陆市场不同区域客户的需求。“亨利戴”公司的员工“勤力、求变、务实”的工作精神和“生活艺术化、艺术市场化”的企业经营理念，完美地体现在“亨利戴”产品及服务上，精彩演绎出中国文化新贵对家居生活的品位和艺术追求。同时，“亨利戴”对新工艺和新材料的综合应用，更是被业内专业人士推崇为“工艺复兴和新装饰艺术”的先行者，这必将引领新一轮家居业的创新变革。

在“亨利戴”里，产品丰富，张力无限，绝对可以找到您的中意之选！



前言

preface

文/戴勇

未完成……

GOLDEN VERSION DECORATION WORLD

自由。今天想的和昨天想的不同，这是一种不连贯的状态。自由，意味着不得不随时拥护与保卫自己的新观点，这是一种挑战。

成熟，对事物根本性的理性认识和表态，是一种深度。成熟，从豁达并准确地表达设计的思维模式，归真返璞，最大限度地达到以人为本。

随着中国经济的发展，国内的室内设计行业达到了一个新的发展阶段。各种关于室内设计的资料在书店及报刊亭随手可拈，资源信息共享程度进入了“爆炸时代”。在一个思想和行为都高度自由的年代，有着自由灵魂的设计师们正以自由的方式在创作着自由的设计作品。他们正逐渐远离简单的符号化以及恶意的抄袭。这是因时间的推进而逐步走向成熟的过程。

室内设计师，不仅仅担任着引领居住文化的“领头羊”的角色，也应当担任起引领国人建立彬彬有礼、和谐共存的居住空间文化意识的责任。

就如今居住文化空间的发展趋势来看，室内空间之“未完成”概念值得引起大家的高度关注。“未完成”与装饰的“一步到位”是对立的。时间作为空间的第五维因素将在人们的意识里逐渐加强，空间则须预留更多的可变化之渠道让居住者来参与设计。这样才能达到人类居住文化的真正个性化以及进入更高层次的成熟阶段，空间也才会具有更持久的生命力。这时，设计师也应该重新寻找一个更成熟的设计思维方式，寻求一个新的突破。

为了创造人与自然的和谐，室内空间的“室外化”概念，深切关注屋内人的居住行为，例如行走、嬉游、思考、阅读、拥抱、发呆，等等。营造触手可及的方便，是居住者和设计师都要思考的一个室内设计课题。

让我们的步伐慢些，再慢些……

最终，留给大家的是互惠及互利。



戴勇

1992年

◎南京艺术学院工艺系毕业后，在南京市人防装饰配套工程有限公司做室内设计师

2000年

◎参与深圳世界之窗室内滑雪场工程施工
◎设计德国汉斯格雅深圳专卖店、深圳世纪村样板房等项目
◎设计中国燃气集团写字楼、中国深圳道路工程公司等项目

2004年

◎成立深圳市逸思环境艺术设计有限公司
◎成立逸思国际—戴勇设计事务所(香港)有限公司，为中国香港、中国台湾及亚洲和世界各地的客户做设计。其间作品屡获设计奖项，论文及作品发表无数

2005年

◎荣获“深圳十大室内设计师”称号
◎荣获“年度最佳室内设计师”称号
◎成为深圳室内设计师协会(SZAID)理事，《设计之都》杂志编委会主任
◎被《设计之都》杂志誉为“中国样板房设计专家”
◎设计作品获首届中国室内设计观展展优秀奖

2008年

◎获邀出任中国国家家具评委，开始进行原创家具的设计
◎荣获第二届深圳室内设计文化节城市荣誉“当代杰出室内设计师”奖等

迪诺雅®家具

D.N.Y FURNITURE

中国深圳·制造

迪诺雅重磅推枫采

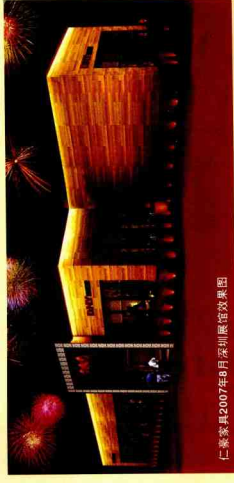
效果显著成绩喜人

枫采一、二代的成功推广让经销商和消费者对“迪诺雅”寄予了更高的期望。事实上，迪诺雅家具不
仅众多，最新力作“枫采三代”横空出世，以高姿态登陆第11届深圳国际家具展。相信，“迪诺雅”必将再
次登顶高峰。

枫采系列是一种全新的行业品类，是板木家具中的优秀典范。枫采三代则延续了迪诺雅“枫采”家族的
风格和特点，实木采用的均是水龄至少在45年以上的泰国、马来西亚进口橡胶木，采用米板选用的是由德国
夏特公司专为“迪诺雅”开版设计生产的高品质板材。

“枫采”三代的诞生，标志着“枫采”家族竞争力日益强大。迪诺雅面对的“金字塔型”产品结构得到全
面的充实和攀升。作为公司主推的“枫采”系列产品，一、二代的推广已经取得了惊人的成果，在全国各地
如上海、南京、成都等许多城市都获得了轰动性的单店产品出售。枫采专卖店数量以两位数高速增长。从3月
的展会至今，枫采系列现已实现了新上市150个，枫采专卖店数已超过400个，单店产出率平均达到6万元。成为
公司快速增长的一个全新板木系列产品，领跑整个板木家具消费市场。

为全面推广“枫采”一、二代产品，迪诺雅将集中主要资源，采用全新推广策略，向终端发起全面的攻
势。为此，公司将以枫采进行全方位市场推广，并给予经销商多方面的政策支持和本地的服
务提升，包括在单店支持、专卖店运营管理、导购员培训、广告投入等方面都会比以往有所加大。为经销商
商解决后顾之忧。根据“枫采”目前良好的发展趋势以及公司新一轮市场推广工作的全面启动，到年底枫采
组合专卖店预计突破800家，将成为公司新的经济增长点和另一个主要的支撑产品系列。继续引领迪诺雅推向
新的目标冲刺。



仁豪家具2007年9月深圳展馆效果图

快速复制 品牌升级 招商加盟 **Intery**

颠覆

一切因我们而起

● 创业

1999年9月，深圳市仁豪家具发展有限公司正式注册成立。迪诺雅品牌横空出世。

● 提升

2002年3月，迪诺雅“铁树白蜡”面世，开创了“对比剂”类家具的系列。

● 辉煌

2005年，枫采一代面世，标志着迪诺雅开创了板木家具历史的新一轮纪元。

2006年3月，“潮流天下”为主题的数字系列正式产品推广，为迪诺雅品牌奠定坚实的基础。

2006年8月，“都在田园”的奥运效应，标志着迪诺雅品牌有超越身与高深家具品牌行列。

● 腾飞

2007年1月，枫采一、二代组合面世，标志着迪诺雅“金字塔”型产品战果受肯定。

2007年3月，4、2、1与美莎盈利模式，首次将体验式营销模式全面引入迪诺雅全系列产品市场，彻底颠覆了传统式企业以产品陈列方式为主导的营销模式。

2007年8月，枫采枫木三人系列的全面面世上市，正式宣告迪诺雅启动国际市场的“蓝海战略”。

● 期待

2008年，我们将共同期待……

深圳市仁豪家具发展有限公司

WWW.DNY.COM.CN

金版装潢世界

GOLDEN VERSION DECORATION WORLD

图书在版编目(CIP)数据

金版装潢世界 53 / 深圳市金版文化发展有限公司编
海口, 南海出版公司, 2007.9
ISBN 978-7-5442-3710-9

I. 金… II. 深… III. 住宅—室内装饰—建筑设计—画册 IV. TU238-64

中国版本图书馆CIP数据核字〔2007〕第049545号

书号 ISBN 978-7-5442-3710-9
广告注册号 4600001003411
出版发行 南海出版公司
电话 0898-6656511 [出版] 65350227 [发行]
社址 海南省海口市海秀中路51号星华大厦五楼 邮编 570206
电子邮箱 nanhai@cbsg@yahoo.com.cn
经销 新华书店
印刷 深圳市彩程印刷有限公司 [0755-82262979]
开本 635mm×965mm 1/8
印张 30
版次 2007年9月第1版 2007年9月第1次印刷
定价 48.00元 (\$ 16.00)

编辑部

主编 香港金版文化出版社 深圳市金版文化发展有限公司
责任编辑 陈正云
策划执行 周亮 王建军
设计总监 朱小良
中文编辑 杜娟 宋莹莹
美术编辑 张叶
流程编辑 朱小良
英文编辑 刘秀娟
首席摄影 陈惠 吕保和
特约摄影 徐幸 [南京] 吴晖 [武汉] 陈庆刚 [重庆] 柯达 [宁波] 潘泓 [北京] 邱小雄 [汕头]
编辑部电话 0755-82977543
编辑部传真 0755-83476883
网址 www.ch-jnban.com
电子邮箱 szjnb@163.com

发行公司

发行总经销 武汉市金版图书有限公司
地址 武汉市图书大世界内学苑路26号
邮编 430015
总经理 黄杰
发行总监 杭虹
电话 027-85498342 13507133371
部购电话 0755-83476130
联系人 唐小姐

广告业务

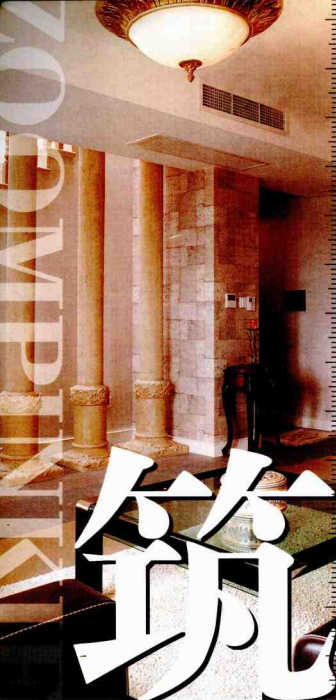
广告总代理 深圳市帝壹广告有限公司
广告一部 邓群
电话 0755-82977546
广告二部 谭文龙
电话 0755-82977860
地址 深圳市福田区天安数码时代大厦B座708室
邮编 518040
传真 0755-83476883
电子邮箱 fadyi@163.com szjnb@163.com

华东区域

区域经理 叶丹 王建军
地址 上海市徐汇区桂林西街400弄40号402室
邮编 200235
电话 13818055867
电子邮箱 Obn@163.com

南海版图书 版权所有 盗版必究

法律顾问: 广东广和律师事务所 万江宁律师



筑品

 **筑** INTERIOR DESIGN
INTERIOR DECORATION
ZOOMPINKIE 品

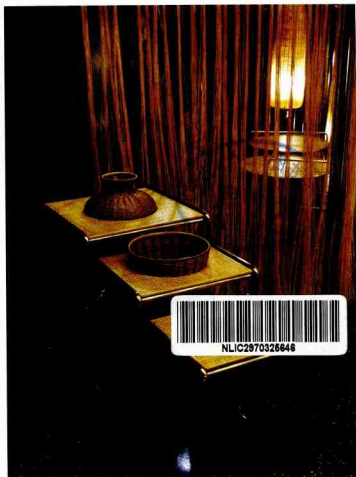
地址: 上海市宜山路520号14层F座
电话: 021-64692845 传真: 021-64410417

分公司地址: 浙江省舟山市东山路82号
邮编: 316000 电话: (0580)2618270

GOLDEN VERSION
DECORATION
WORLD

金版
53
装潢世界

GOLDEN VERSION DECORATION WORLD
中国最大型实景拍摄豪华家装画册
China's largest full photographed luxury home decoration album



南海出版公司

罗马利奥隆重召开 销售精英学习交流会

文/徐新明

8月14—16日，为期三天的罗马利奥销售精英学习交流会在风景秀丽的西樵山隆重召开。冠星企业集团董事总经理何友和、销售总经理潘礼忠、销售副总经理王贵苏，罗马利奥品牌总经理吴里生、副总经理蔡小林，以及来自全国各地的罗马利奥经销商代表、店长、导购员、业务员和媒体共200多人出席了此次交流会。

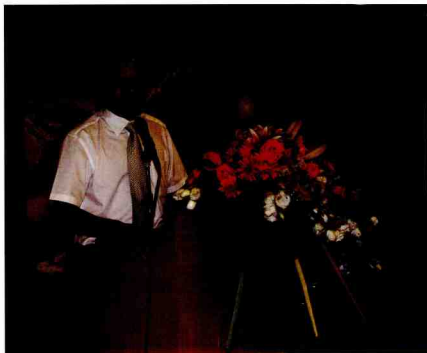
据了解，这三天的学习交流会内容十分丰富。从产品工艺到产品展示，从超级导购到金牌店长，从家装渠道的建设到小区推广，凡与终端卖场相关的专业知识和营销技巧都被纳入学习交流的范围。在学习期间，罗马利奥还为销售精英们安排了近一天的时间，用以参观现代化的生产线，畅游美丽的西樵和西洋。

交流会上，集团董事总经理何友和为大家作了重要讲话。何总指出，仿古砖市场发展到今天，两极分化严重，然而罗马利奥作为国内最早生产高档仿古砖的企业在激烈的市场竞争中却一直保持着高速良性的发展。今年上半年，罗马利奥市场又取得了全线飘红的好成绩。在年初，公司总部资源博览中心开业后，各地掀起了建设高品质的专卖店的狂潮，罗马利奥品牌的影响力也在行业内市场上迅速提高。何总进一步指出，伴随着公司的发展，品牌影响力的提升，罗马利奥队伍的综合素质也必须同步提高。只要不断地学习和交流，罗马利奥陶瓷才可以打造真正一流的强势终端，才真正可以成长为国内一线的强势品牌。何总还

告诉大家，公司的清远工业园正在筹备建设之中，工业园建成后将形成强大的产品力，也将彻底解决当前产能不足的问题。最后，何总站在中国文化的高度，以智者的眼光和仁者的思维阐述了“天时、地利、人和”与企业发展、品牌成长的关联，开拓了大家的思维和境界。

在前两天的学习交流会期间，罗马利奥吴总及蔡总等人分别就终端卖场的系列内容作了主题演讲，并就大家所关心的问题与各位展开了热烈的探讨。随后，围绕本次交流会的主题内容，公司举行了一场别开生面的考试测评。活动进行到第三天，轻松愉悦的观光把大家紧张的学习交流氛围一扫而空。美丽的西樵和西洋的风光让销售精英们真正感受了一次“非常夏日·激情共享”。活动结束后，罗马利奥的销售精英们纷纷表示，此次学习交流受益匪浅，希望总部公司多举办类似的活动。

据悉，以此次学习交流会为标志，罗马利奥陶瓷将加大培训的力度，并完善相应的培训体系，以职业化建设为保障，打造非凡卓越的罗马利奥品牌。



本期主题:

优秀华人设计大师系列之十四: 陈耀光作品专题报道

特别报道: 2007年武汉极具影响力的十大设计师

Design

设计

设计·资讯

- 2/ 世界顶级卫浴
——德国科鲁迪
- 10/ 罗马利奥隆重召开
销售精英学习交流会
- 12/ 全国工商联家具装饰业商会
天花板、卫浴专委会在京成立
- 97/ 尊崇“优家”升级体验
- 98/ 顶级技术的交流 家具精品
的盛宴
——第十三届中国国际家具展览会
与您相约
- 202/ 北京“城外诚艺展”家居饰品
(国际) 交易中心即将开幕
- 203/ 第四届家居配饰师(软装)
培训即将开始
——家居、家饰店面软装全案实战
培训让店面留住顾客
- 203/ e家家居网站隆重推出新版
《e家论坛》频道

设计·展厅

- 4/ 亨利戴(香港)有限公司
——演绎中国新贵对家居生活的
艺术追求
- 104/ “横平竖直” 梁志天
——评述梁氏简约的语言魅力
- 108/ 现代东方美学的艺术展现
——葡萄酒餐厅四季酒店分店
- 112/ 秀外慧中的幽静居庭
——九间堂
- 190/ 流光溢彩的晶钻之美
——晶钻艺术玻璃
- 196/ 中国橱柜界最神秘的概念展厅

前言

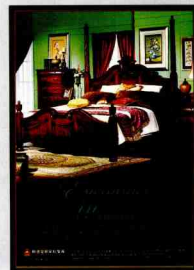
- 6/ 未完成……

设计·论坛

- 200/ 打造营销系统完美的执行力
——访KITO营销中心常务副总张念超
- 204/ 纯设计难在哪?
——投资方和设计方谁听谁的

经典案例

- 14/ 记忆中那个温馨的家
——深圳大山地叠加复式样板房



全国工商联家具装饰业商会 天花板、卫浴专委会在京成立

2007年7月27日，“全国工商联家具装饰业商会卫浴专业委员会与天花板专业委员会”成立大会在人民大会堂隆重举行，全国工商联家具装饰业商会的领导出席了此次大会。同时，来自全国各地的众多卫浴企业、天花板企业成为两个专委会的首批会员单位。

随着房地产业的蓬勃发展，卫浴、天花板市场得到了快速发展，但也存在着严峻的挑战。如何在未来的国内外市场竞争中取得优势，打造真正的民族强势品牌及顺利平稳的实现行业的整合，成为了目前亟待解决的问题。

两个专委会的适时成立，可以说是我国卫浴行业、天花板业的一场春夜喜雨，它们将站在行业的高度，建立行业的自律性和规范性，净化行业市场，推动竞争回归正轨，引导企业走产业升级之路。同时，也将充分利用其自身的优势，与全国工商联



家具装饰业商会之前成立的橱柜专委会、楼梯专委会、人造石专委会、家居饰品专委会、流通专委会、设计专委会、绿色家居专委会一起，有效整合产业链资源，大力推动家居业的快速、健康发展。

全国工商联家具装饰业商会秘书长张传喜表示，这两个专业委员会的成立，预示着国内卫浴行业、天花板行业正朝着更好的方向发展，进入了一个更新、更高的平台，为在全国范围内对行业进行有效的规范与整治提供了有力的保障。同时，专委会也必将为卫浴业、天花板业向着健康、快速、持续的方向发展提供最积极和最有效的引导和支持。

设计大师

- 35/ 众多视角下的陈耀光
 36/ 陈耀光设计及设计以外的观点
 38/ 打破常规 享受新生活
 ——杭州通和南岸花城样板房一
 44/ 在简约中体验时尚生活
 ——杭州通和南岸花城样板房二
 50/ 住宅LOFT, 让生活走进新空间
 ——杭州顺发·佳境天城LOFT样板房
 60/ 都市乡村的闲适田园生活
 ——杭州万科南郡良渚文化村竹径茶语别墅样板房
 66/ 另类设计创造高品质生活
 ——嘉兴明日·明园样板房
 72/ 尊贵、休闲、自然、健康
 ——苏州金鸡湖高尔夫会所
 74/ 做一回甲方
 ——杭州典尚设计公司办公空间
 82/ 自然与艺术的思想对话
 ——杭州韩美林艺术馆
 86/ 关注建筑艺术本身
 ——苏州中新置地办公楼
 94/ 没有艺术标签的文化空间

设计·展示

- 116/ 如水流年
 ——上海恒基水城天际
 128/ 琴瑟美宅
 ——上海涵合园
 132/ 写意生活
 ——佳园装潢
 138/ 家的本质
 ——上海筑木空间设计作品
 144/ 人性关怀 宾至如归
 ——上海筑品设计作品

- 150/ 简易家居都市风
 ——上海显高设计作品
 155/ 中西方风格的碰撞
 ——虹叶茗园/万科蓝山
 162/ 超越界线的美
 ——福州天元
 170/ 古典与现代浑然一体的空间
 ——福州元品世茂外滩
 176/ 唯美线条 唯美空间
 ——福州钱空间的生命
 182/ 空间里的神来之笔
 ——福州品川设计顾问有限公司
 客户接待区

设计资讯之特别报道

2007年武汉极具影响力的十大设计师

- 214/ 薛吉生
 218/ 金小平
 222/ 杨欣
 226/ 刘伍喜
 230/ 赵国华
 234/ 张纪中
 238/ 韩鸿骏
 242/ 顾泰旗
 246/ 刘威
 250/ 黄伟

设计·样板房

- 254/ 大鹏展翅
 ——深圳金地名津样板房
 260/ 动手DIY之别样风情
 ——福州世纪金辉住宅
 268/ 明韵清风
 ——福州海润滨江住宅



GOLDEN VERSION DECORATION WORLD
CLASSIC CASE STUDY

经典案例



记忆中那个温馨的家

项目名称：深圳大山地叠花墅样板房

项目地址：深圳市龙岗区横岗镇六约村

建筑面积：170m²

总设计师：陈德坚





本案的主题风格简约而大气，没有五彩的霓虹，也没有幽暗的灯光，只有“光芒万丈”的小盏灯将简洁的家具照耀得无比明亮。原木的家具特别适合放在这个需要清新感的季节里。

对于家来说，木制材料内在的实在比外在的更值得人留恋，更能经得起时间的打磨。家具与地板的线条相呼应，将整个视觉空间拉得更加修长。楼梯的玻璃扶手一点也不阻碍空间，反而像镜子一样将空间映照得更宽阔。大理石的花纹美丽多姿，将简洁、高贵的卫浴间衬托得光彩夺目。



