

ARCHI100

百年建筑丛书
室内设计

百年建筑

北京百年建筑文化交流中心主编
黑龙江科学技术出版社
2004年9月出版 www.archi100.com

NO.24



专题评论

郑家和
程木林

设计是一种体验
波托菲诺室内设计

精英论坛

刘晓光

新形势下的房地产投融资战略

建筑设计

邢同和

邓小平故居陈列馆

市场研究

杨慎

我国房地产业现状分析及发展趋势

建筑沙龙

从东山墅看景观环境设计

旭格 (SCHÜCO)——建筑外立面系统专家

幕墙 门窗 遮阳 采光顶 阳光房 光电及控制系统



旭格(SCHÜCO)建筑外墙系统:

- 引领着门窗幕墙、采光顶、阳光房、遮阳及光电系统的发展
- 水密性、气密性、隔热以及隔声等性能远远超越国内及欧洲标准规范
- 灵活多样的系统解决方案和个性化设计, 实现建筑师的创意
- 卓越的性能 / 价格比

旭格(SCHÜCO)带给您:

- 标志性的建筑物
- 用户对办公及居住舒适性、节能、环保的最大满意度
- 最佳的投资回报

旭格幕墙门窗系统(北京)有限公司

地址: 北京朝阳区东三环北路8号亮马河大厦2座701室 邮编: 100004

电话: 0086-10-65906131/32 传真: 0086-10-65906141

网址: www.schueco.com.cn E-mail: info@schueco.com.cn

SCHÜCO
德国旭格国际集团



清华大学
Tsinghua University



清华大学实战型房地产 (EMBA) 研究生课程班 (总第六届)

主办单位
清华大学继续教育学院
清华大学房地产研究所
北京百年建筑文化交流中心

在102名第五届班学员中有50%来自老学员的推荐
本课程被推荐参加清华大学优秀教学成果奖的评选

随着中国房地产市场日趋成熟和与世界经济越来越密切的融合,中国房地产开发投资企业正面临着越来越激烈的市场竞争。您和您的企业准备好迎接这样的挑战了吗?您将如何建设企业的核心竞争力,以确保您和您的企业跻身于成功者的行列?

一、培养目标

通过本课程的教学,使学员系统了解十门主要课程所涉及的基本理论和最新研究与实践成果,掌握房地产市场研究、选址研究、产品策划与设计、市场营销、项目管理、投融资决策等关键环节的管理技术和手段,具备作为一个房地产企业的领导者,独立领导一个房地产专业团队,进行房地产开发、房地产投资和房地产顾问服务等的能力。

二、实战派师资来源

著名高校:清华大学、北京大学、同济大学、东南大学、美国麻省理工大学等;

著名房地产开发企业:万科、华润、华远、香港新鸿基等;

著名房地产营销策划机构:厚土顾问、广州本日TUT、深圳世联、上海荒岛、上海富阳、香港华高莱斯、香港置业国际等;

著名设计单位:清华大学建筑设计研究院、中国建筑建筑设计研究院、英国阿特金斯国际有限公司、澳洲五合国际建筑设计集团、德国WSP设计公司、加拿大宝佳国际建筑师有限公司等;

相关政府部门及行业协会:建设部、中国房地产业协会等。

三、课程特点

1. 本课程由清华大学继续教育学院、清华大学房地产研究所、北京百年建筑文化交流中心联合设计,在前五届实战型EMBA班教学实践的基础上,以房地产开发投资的业务流程为主线,适当融合工商管理相关知识,整合了房地产实战操作中所需的知识和能力,实现了系统性和实用性的有效结合,度身订做、注重实战、学以致用。
2. 本课程采用互动式案例教学,由具备丰富理论知识和实践经验的专家、教授和企业家,结合成功或失败的真实案例,采用讲座、研讨、案例学习的方式,提升学员的理论水平和实战能力。
3. 本届课程班将根据课程设置计划,安排师资分别在5个极具代表性的城市授课,以当地的市场发展和典型项目为案例,结合实地观摩考察,更加贴近实战地提高学员们的操盘水平和能力。

在前五届班的近500名学员中,许多学员希望本课程的教学活动能走出清华、走出北京,到房地产市场发达的城市授课,以便使学员更为深入地了解其他代表城市的房地产发展轨迹,同时可以对当地的优秀房地产开发项目进行实地考察,实现与当地优秀同行的面对面交流。第六届班采纳了这一建议,并在上海和深圳等地进行了相应的前期准备。本届班于9月24日在清华大学举行隆重的开学典礼之后,将分别在北京、上海、深圳、杭州、宁波5个极具代表性的城市实施教学过程,以更好地实现本课程贴近实战的目标。前五届的老学员们,也将获邀参加第六届班在5个城市的楼盘考察,并与新学员和老师们共同联谊、与更广阔的资源握手、同盟!

四、教学工具:

在前五届实战型EMBA班教学实践的基础上,根据课程精华编辑出版全新的参考教材;推荐的自学参考书、现场演示PPT教学文件等多媒体资料;现场听课用的《学员笔记》,包括详细的授课提纲及丰富的案例,课后复习用现场授课速记稿及图片光盘;8期学术与市场结合的房地产知识更新读本——香港《百年建筑》杂志;中国及海外房地产市场发达地区楼盘考察。

五、学制学时

学制8个月,每月集中一次,每次周五、六、日上课。2004年9月开课,2005年6月完成学业。

六、招生对象

具有3年以上房地产实践经验,在房地产投资、房地产开发、房地产金融、房地产顾问服务、房地产管理、土地管理、城市与区域规划、建设管理、建筑设计等领域,担任中高级管理职务的在职管理人员。

七、学籍管理与证书

学员将在清华大学继续教育学院正式注册,由清华大学继续教育学院进行学籍管理。学员完成学业后,由清华大学继续教育学院、清华大学房地产研究所联合颁发《清华大学实战型房地产EMBA研究生课程班结业证书》。

八、课程时间安排

- ① 2004年9月24-26日;
- ② 10月22-24日;
- ③ 11月12-14日;
- ④ 12月10-12日;
- ⑤ 2005年3月25-27日;
- ⑥ 4月22-24日;
- ⑦ 5月20-22日;
- ⑧ 6月17-19日

九、学习投资

学杂费共计38 000元人民币(三人以上9.5折优惠),包括主讲老师授课费、教材费、教室租用费、学籍管理费、学习餐费等,不包括学习的交通费、住宿费、国内外考察费用等。

十、报名

本届班的招生工作分别在北京、上海、深圳三地同时展开。三地接受报名的省市和报名电话,联系人分别为:

【北京】联系人:梁波、高郁青
报名电话:010-65539035/010-65539032/13366971077
传真:010-65539031

接受报名:北京、天津、黑龙江、吉林、辽宁、山东、山西、陕西、河北、河南、内蒙、甘肃、宁夏、新疆

【上海】联系人:聂超斌、蔡晓晨
报名电话:021-54566555/54653438/13122812071
传真:021-54561555

接受报名:上海、江苏、浙江、安徽、江西、福建、湖北

【深圳】联系人:刘玮
报名电话:0755-26036360 传真:0755-26036359
接受报名:广东、广西、四川、重庆、湖南、云南、贵州、海南



更新的课程设置、更多的优秀师资
更快的学员互动、全新的辅导教材

第一部分 宏观形势与战略决策

回顾中国房地产市场的发展历程，分析当前的宏观形势，借鉴国际房地产市场及国内房地产发达城市的经验，预测行业的未来走势，并为房地产企业的发展战略提供对策。

1. 中国房地产市场的发展历程
2. 当前宏观形势及政策分析
3. 未来行业走势及企业发展对策
4. 发达城市的房地产市场发展
5. 中小城市的房地产市场发展
6. 国际房地产市场发展与周期循环

第二部分 市场研究与投资分析

运用科学的市场研究和投资分析的方法，准确选择开发区域，开发城市及开发区位和地段，精确选址，采用多种途径获得开发用地，及时、准确地把握中观的市场机会。

1. 市场研究的内容与方法
2. 开发模式与用地评价
3. 土地竞购实务操作
4. 获得开发用地的途径与要点
5. 项目投资分析与决策
6. 法律风险防范与规避

第三部分 产品策划与建筑设计

在市场研究和获得开发用地的基础上，通过前期产品策划及规划与单体方案设计，研究产品的均好性与差异化，为特定的目标市场提供具有竞争力的产品。

1. 产品类型与策划要点
2. 客户分类及需求特征
3. 独栋别墅与联排别墅的设计要点与案例分析
4. 多层住宅的设计要点与案例分析
5. 高层住宅及酒店式公寓的设计要点与案例分析
6. 写字楼的设计要点与案例分析
7. 商业建筑与都市综合体的设计要点与案例分析
8. 旅游房地产的设计要点与案例分析
9. 老年公寓等产品类型的设计要点与案例分析

第四部分 景观设计

建筑与景观互为因借，高品位的景观将提升产品竞争力。

1. 西方园林景观的特征及设计手法
2. 东方园林景观的特征及设计手法
3. 景观植物的选配与空间组织
4. 水景的设计与技术要点
5. 景观设计案例分析

第五部分 新技术新工艺

新技术与新工艺的引进，将促进产品更新换代，创造产品的差异化并引导市场获得新的认知和体验。

1. 绿色生态建筑发展趋势
2. 建筑节能体系
3. 采暖、制冷与通风技术
4. 中水回用技术
5. 智能化技术
6. 钢结构建筑技术
7. 木结构建筑技术

第六部分 营销策划与销售管理

营销策划是通过特定市场与产品进行 5W (WHO, WHAT, HOW, WHERE, WHEN) 的分析和语言组织，行为组织及氛围营造，销售管理是在营销策划基础上的价值体现。

1. 市场营销的策略与要点
2. 广告策略制订与执行
3. 内部认购与定价策略
4. 售楼中心与样板间
5. 销售团队的组织与管理
6. 客户服务与品牌塑造
7. 经典营销策划案例分析

第七部分 项目管理和工程组织

项目管理与工程组织是决定产品品质、进度及成本的关键环节，必须事先对流程和节点进行组织和监控设计，对结果处理进行事前规定，并在执行中及时应变。

10. 国家康居示范工程的技术要点及案例分析

1. 项目的流程设计与管理
2. 工程成本估算与合约管理
3. 工程招投标组织的过程与要点
4. 菜单式装修及精装修的组织与管理

第八部分 物业管理

对物业管理进行预先策划、组织及执行，将保证项目的利润空间并有利于提升开发商的品牌。

1. 物业管理策划
2. 物业费的核算与收缴
3. 会所的设计、经营与管理
4. 物业管理公司与开发商的合作
5. 业主委员会的组建与运作

第九部分 财务管理与金融运作

有效的财务管理及金融运作将降低项目的运作风险，提高项目的资金效率，提升财务杠杆作用，使项目的利润空间最大化。

1. 资金规划与资本结构
2. 融资渠道、融资方式与融资决策
3. 房地产投资基金的现状与未来
4. 财务报表的阅读与分析
5. 房地产税费政策与合理避税
6. 动态财务管理

第十部分 领导力与团队建设

真正优秀的企业，是设法使各级员工全心投入并与企业不断进步的组织。高层领导及中层干部的领导力与管理水平的提升，将促进企业逐渐形成特有的企业文化，并不断推进企业进行质的变革和飞跃。

1. 员工激励与绩效考核
2. 领导力提升与中层干部管理
3. 企业文化建设
4. 学习型组织建设与创新力培植
5. 跨地区发展中的管理能力提升

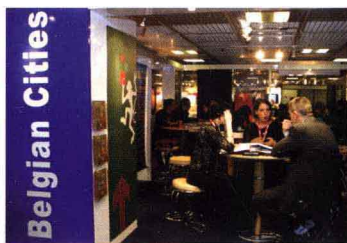
MAPIC 2004

第十届中国国际商业房地产展览会

The 10th Anniversary of the International Market for Retail Real Estate

法国·戛纳 2004年11月17~19日

被誉为国际商业房地产嘉年华的MAPIC（国际商业房地产展览会）是目前全世界规模最大的商业房地产专业性展览交易活动。MAPIC 2004（第十届中国国际商业房地产展览会）将于2004年11月17日-19日在法国南部海滨城市戛纳举行。世界各地最具竞争力的商业房地产和零售业精英聚集一堂：300多家国际投资商（如德国AREAL BANK AG银行）、400多家地产开发商（如法国欧尚集团商业地产IMMOCHAN SAS、英国RODAMCO EUROPE 欧洲商业地产集团等）、1400多家国际商业零售商（如法国家乐福集团CARREFOUR EUROPE、德国欧倍德家居装饰 OBI-HISAG INTERNATIONAL等）、以及众多专业服务提供商（如英国BENOY建筑设计公司、法国ARTE CHARPENTIER建筑设计公司等）形成了完整的商业地产资源服务合作平台，同时还有各大城市代表、各国行业协会、连锁经营协会、商会等参与其中。MAPIC展会引领着国际商业房地产行业发展趋势，参与者将获得最优秀、最广泛的国际合作机会。



开幕鸡尾酒会

在开幕鸡尾酒会上，商业地产界的巨头及专家们汇聚一堂，怡人的气氛消除了国别、专业的界限，使人们充分交流、增进了解。许多主要的决定和项目合作都是从这里走出第一步。

五大交易板块

- **项目开发商：**来自50多个国家的数百个商业地产项目在展会上展示，吸引着国际各知名商业品牌、投资商、专业服务公司等前来洽谈合作业务，完成交易。

- **国际商业零售商：**部分知名国际商业零售商设置了展台，更多的零售商则通过与展示项目的交流、参与展会中各项专业活动以寻求合作机会。

- **投资公司及机构：**大量的国际投资公司及机构、银行设置了展台以寻求投资合作机会，同时大量的专业投资公司及机构参与展会，寻找投资项目。

- **服务公司及机构：**作为整个商业地产链条上的关键环节，商业地产领域相关的服务公司及机构，如：商业地产综合服务商、建筑师行、商业物业管理公司等都在MAPIC展会里设有展台，进行有效便捷的、多方位的合作与交流，构成了一个丰富多彩的国际商业房地产大舞台。

地点：法国·夏纳

时间：2004年11月17~19日

主办单位：Reed Midem 励展博览集团

协办单位：国际商业房地产联合会 (FIABCI)
欧洲城市中心联合会 (EFTC)
零售发展城市化专家联盟 (PROCOS)
城市中心经营联合会 (AMCV)
城市土地协会 (ULI)
国际特许经营联合会 (IFA)
法国特许经营联合会 (FFF)

中国区协办单位：旺德行商业投资咨询公司 (VENDOME GROUP)
《新地产》杂志社 (NEW REAL ESTATE)
中国商业联合会 (CHINA RETAILERS ASSOCIATION)
北京五合 商业建筑规划设计 (WERKHART)

报名及联系方式：中国地区参展，参观MAPIC 2004（第十届国际商业房地产展览会）的公司及单位可以通过以下两种方式了解详情并报名：

- 致电MAPIC中国地区总代理·旺德行商业投资咨询公司(VENDOME GROUP)
TEL: 010-64957969.64981873 FAX: 010-64938083
- 登陆旺德行 (VENDOME GROUP) 网站: www.vendome.com.cn



两个专家团

专家顾问委员会和城市发展咨询团，洞察、分析行业发展趋势和走向，并举办专题讨论会；专家团设有专门的展台，为参展及参观企业提供各方面的专家意见和服务。

首届中国馆

首届中国馆将以独特、醒目的方式向世界展示中国商业地产及零售行业的发展现状及前景，以吸引优秀的国际投资机构、专业开发商及国际零售商的加盟合作。

首届中国论坛

首届中国论坛邀请国际资深专家及中国参展商共同分析中国商业房地产发展过程中出现的问题、展望其发展前景；并以此向国际商业地产界推广中国及中国项目。

国际零售商奥斯卡大奖及中国商业项目特色奖

在MAPIC展会结束之前，节日宫内将举行盛大的奥斯卡奖颁奖典礼，并以精彩的颁奖晚会（在Martinez酒店）掀起整个展会的高潮。该奖由商业地产领域最具代表性的集团公司首脑及专家组成的评审团评出，包括：

- 1、七名年度最优秀零售商，以鼓励他们在行业中的突出贡献；
- 2、四项中国商业项目特色奖，以表彰为中国商业地产做出特殊贡献的中国商业项目及企业。

● 城市：每年还有来自世界各地的城市代表团来到MAPIC设置专门的展台。他们不但展示自己城市发展建设的成果，还通过MAPIC寻求与投资机构、零售商的合作，并挑选全球优秀的专业公司为其城市进行建筑及商业规划。

北京京粮广场商业娱乐中心

JINGLIANG PLAZA SHOPPING MALL, BEIJING

占地面积: 8.41 ha

建筑面积: 249,560 m²

设计日期: 2003年5月

“京粮广场”是规划中北京北部地区大型综合商业娱乐中心，位于北京市昌平区，地理位置优越，交通便利。项目由四部分主要建筑体量组成：沿安立路城市主干道由北向南为2个6层高商业购物中心，设计有内部中庭式商业步行街，引入自然阳光，布置景观绿化、水面等休闲设施。两栋建筑之间设计现代化曲线斜拉玻璃天桥，构成商业中心区入口标志。

用地东侧为弧形建筑，布置餐饮、电影城、休闲娱乐中心等设施，与西侧商业中心通过玻璃天桥相连，围合成半圆形露天广场。广场布置水池喷泉绿化，夏季可以举行音乐会等表演活动。用地南端高层建筑为酒店及商务公寓，形成商业中心区制高点；多层裙房部分则为大型建材商场。整个商业中心采用相对紧凑简洁的建筑体量，有利于节约建设投资和日常运营费用。

建筑外墙构造采用先进的双层智能玻璃幕墙。外层采用单层彩釉玻璃，内层墙面可根据室内使用功能需要采用轻质保温隔墙材料及双层保温玻璃幕墙/窗户，中间设置30-60厘米的空气缓冲层，有效组织自然通风。特别是外层彩釉玻璃可结合商业广告内容烧制，形成独特的现代化建筑形象。配以商业效果照明，形成丰富多彩的商业建筑气氛和空间效果，以多元化的立面设计创造体验消费的新模式。

Web | <http://www.werkhart.com> Add | 北京海淀区西直门外大街168号 腾达大厦25层(100044)
Tel | 010-8265 6938 / 8857 6956 Fax | 010-8265 6918 Email | mail@woodhead-china.com



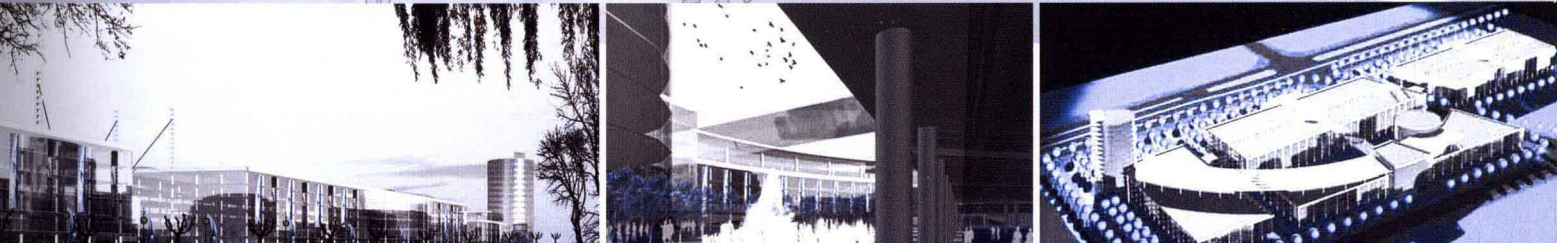
五家跨越全球东西南北的专业公司，联手开拓中国市场

北京五合是以海归派设计师为代表，与世界著名设计公司长期合作的建筑设计机构。拥有一批掌握欧洲先进建筑科技的专家，以及相当数量的外籍设计师，为客户提供专业水准的建筑设计服务。同德国著名的SOBEK结构设计、德国TRANSOLAR智能生态设计、德国WERKHART建筑设计以及澳洲W1优势互补，构建五强联合，共同开拓中国市场。2000年进入中国以来，在城市规划、建筑设计、景观设计等方面设计完成百余项大型工程项目，在设计理念和技术手段上引领市场方向，树立了“五合”品牌。

北京五合吸收国际先进技术与理念，高度重视员工的在职培训：

- * 每周一次“五合论坛”，邀请国内外一流专家讲学，开阔员工的眼界。2003年以来，北京五合已成功举办近百场高水准专业讲座。
- * 2004年起，企业内部开设三门专业课程，包括“建筑设计原理”、“城市规划原理”及“住宅设计原理”。特别邀请清华大学教授与建设部专家等九位国内顶级学者讲学。
- * 每年公派两批设计师出国考察，赴德、法、英、意、奥及瑞士、埃及等多个国家考察建筑文化并收集设计资料。
- * 定期组织素质好、具有发展潜力的设计师出国培训和工作。与境外公司互派员工，全面合作。
- * 定期组织建筑师参观各地项目，充分了解设计市场，理论研究结合实地考察，加强设计师的项目整体操作能力，并建立起强大完备的住宅项目设计数据库。
- * 每天一个半小时的英语口语培训，由外籍教师执教。为员工打好国际合作的基础。
- * 每个项目设计过程中，分阶段组织评图。为员工提供一个学院化的学术研究氛围。

因公司发展迅速，北京五合现有人员已无法满足日益增长的业务需求。如果您具备建筑师、规划师或景观设计师资格，并拥有一定英文或德文基础，愿意短期出国工作或培训，请与我们联系。

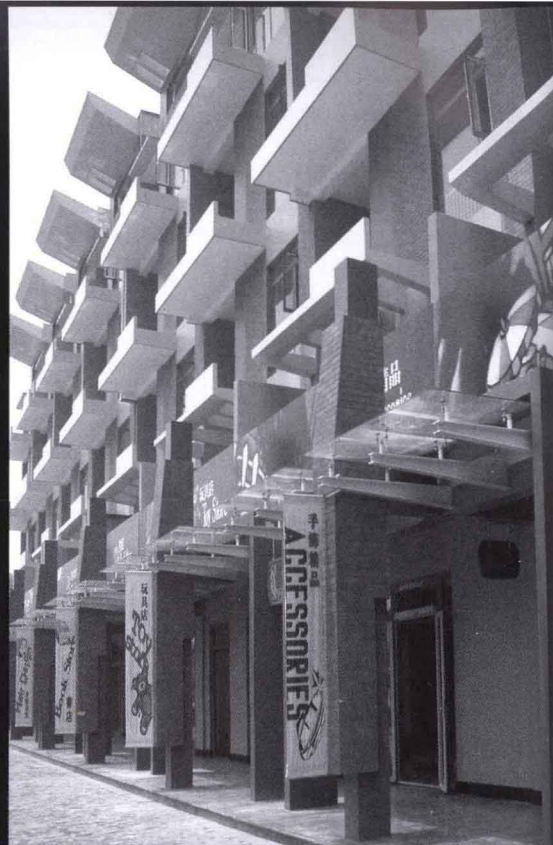


民俗商业建筑

现代建筑运动倡导建筑是功能的直接简洁表达，体现商业文化，商业化建筑则承载着更多的商业信息与符号。商业建筑强调人性化，尺度亲切化，民俗化，商业空间已不是单一的商业性功能空间，而是社交，娱乐性空间的塑造与刻画，是创造社区多元化的重要手段，挖掘传统的地域文化符号，不管是历史文化的，还是现代工业化的，均可提取运用，并使之成为商业街区文化的重要成分与因素。

BDCL

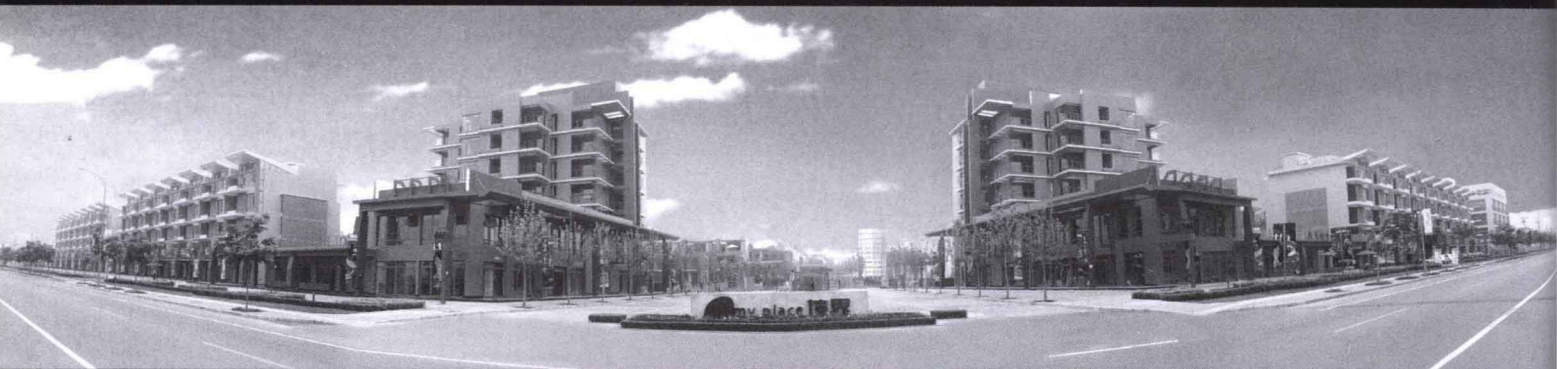
DESIGN GROUP LTD.



www.bdcl.net



北京朝阳区北四环中路华亭嘉园 D 座 18D
邮编: 100029 TEL: 82842911 FAX: 82842506



VANCOUVER BEIJING

温哥华 北京



百年建筑
ARCHI100

百年建筑丛书

室内设计

北京百年建筑文化交流中心 主编
黑龙江科学技术出版社 出版

中国·哈尔滨·2004年9月

加拿大宝佳国际建筑师有限公司

ARCHITECTS CRANG & BOAKE INC.

电话: 010 - 65671866、65681006、
65685177、67117107、67117153

传真: 010 - 65660660、67117136

Email: Crang@263.net

地址: 中国北京市朝阳区南郎家园18号
恋日国际三层

邮编: 100022



芜湖凯宾斯基酒店及别墅



天津开发区泰丰工业园居住区规划方案



青岛鹤山别墅区



北戴河海洋花园



空间与环境

■ 本刊编辑部

英国著名室内设计杂志曾这样评价: 20 世纪 90 年代以来, 住宅室内设计的最大特点是增加空间感。空间是居室的最大财富, 室内设计就是要尽量增加空间容量, 设法让居室变得更加休闲、宽敞与舒适”。与之相适应的是现代住宅室内装饰也崇尚返璞归真, 体现人与物的本来面貌, 并显示人们居住环境的特点, 这就使得现代的室内设计愈加重视以人为本的理念, 而彰显人性的设计细节也越来越受到设计师的推崇。

其实这一点可以从室内设计的定义中体会到, 现代室内设计是根据建筑空间的使用性质和所处环境, 运用物质技术手段和艺术处理手法, 从内部把握空间, 设计其形状和大小。为了满足人们在室内环境中能舒适地生活和活动, 而整体考虑环境和用具的布置设施。那么, 室内设计的根本目的, 在于创造满足物质与精神两方面需要的空间环境。

室内环境的创造, 应该把保障安全和有利于人们的身心健康作为室内设计的首要前提。人们对于室内环境除了有使用安排、冷暖光照等物质功能方面的要求之外, 还常有与建筑物的类型、性格相适应的室内外环境氛围、风格文脉等精神功能方面的要求。

2004 年 5 月 26~27 日在北京百年建筑文化交流中心举办的“室内设计与精装修创新论坛”上, 与会的专家学者和设计师也一致认为, 室内设计是建筑创作不可割裂的组成部分。确切地说, 它是建筑构思中的深化、延伸和升华。因为室内空间的创意, 是相对于室外环境和总体设计架构而存在的, 只能是相互依存、相互制约、相互渗透和相互协调的有机关系。忽视或有意割断这种内在的联系, 将使创作落入空中楼阁的境地, 犹如无源之水, 无本之木一样, 失掉了构思的依据, 必然导致创作思路的枯竭, 使其作品苍白、落套而缺乏新意, 根本谈不上创新。

与会的专家学者和设计师也一再地强调, 现代室内设计从创造出满足现代功能、符合时代精神的要求出发, 需要确立下述的一些基本观点:

一、以满足人和人际活动的需要为核心

室内设计的目的是通过创造室内空间环境为人服务, 设计者始终需要把人对室内环境的要求, 包括物质使用和精神两方面, 放在设计的首位。设计者需要清醒地认识到以人为本, 为人服务, 为确保人们的安全和身心健康, 为满足人和人际活动的需要作为设计的核心。

二、加强环境整体观

室内设计的“里”, 和室外环境的“外”, 可以说是一对相辅相成辩证统一的矛盾, 正是为了更深入地做好室内设计, 就愈加需要对环境整体有足够的了解和分析, 着手于室内, 着眼于室外。当前室内设计的弊病之一就是相互类同, 很少有创新和个性。正是对环境整体缺乏必要的了解和研究, 从而使设计的依据流于一般, 设计构思局限封闭。

三、科学性与艺术性的结合

社会生活和科学技术的进步, 人们价值观和审美观的改变, 促使室内设计必须充分重视并积极运用当代科学技术的成果, 包括新型的材料、结构构成和施工工艺, 以及为创造良好声、光、热环境的设施设备。在重视物质技术手段的同时, 高度重视建筑美学原理, 重视创造具有表现力和感染力的室内空间和形象, 创造具有视觉愉悦感和文化内涵的室内环境, 使生活在现代社会高科技、高节奏中的人们, 在心理上, 精神上得到平衡。

令人欣慰的是我们越来越多地看到令人耳目一新的住宅室内空间环境, 同时更多的青年设计师纷纷展示了他们逐渐走向成熟的设计文化观念。相信我们的设计师在传承和汲取优秀文化成果的基础上, 必定会走出一条有中国特色的建筑室内环境设计创新之路。

图书在版编目(CIP)数据

北京百年建筑文化交流中心主编
哈尔滨:黑龙江科学技术出版社 2004.9
(百年建筑丛书)
ISBN 7-5388-4745-6

I.室…
II.北…
III.室内设计—作品集—世界—现代
IV.TU238
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 090870 号

责任编辑:曲家东
百年建筑丛书·室内设计
BAINIAN JIANZHU CONGSHU
SHINEISHEJI
出版单位:黑龙江科学技术出版社
地址:哈尔滨市南岗区建设街 41 号(150001)
电话:(0451) 53642106
电传:(0451) 53642143 (发行部)

编辑单位:北京百年建筑文化交流中心
地址:北京市朝阳区新中街 68 号聚龙花园 7 号楼 8J
邮编:100027
http://www.archi100.com
E-mail:xy@archi100.com

主 编:朱文俊

副主编:朱一原 徐 岩
电话:(86)-10-65539038 (86)-10-65514088

编辑部主任:祁 然
电话:(86)-10-65514085

编辑:刘 勇 蒋彦姬 金 岩 潘 俊
孙 婧 车连城 王巍巍
电话:65527836 65514074 65539039

特约摄影:费晓景

客户总监:姚茜
电话:(86)-10-65539030

发行部经理:徐 皓
北京发行部:(86)-10-65539033
上海发行部:(86)-21-54654876 13386079993

设计制作:梁开东 朱 昱
印刷:北京雅昌彩色印刷有限公司
发行:全国新华书店
开本:889 × 1194 1/16
印张:6
字数:150 000
版次:2004 年 9 月第一版·2004 年 9 月第一次印刷
书号:ISBN 7-5388-4745-6/TU·406
定价:30.00 元
版权所有,不得翻印
印量:50 000 册

封面:新世界豪园别墅室内设计
封二:10 号名邸
封三:Buildbook
封底:一木

目录 Contents

专题评论

- | | |
|------------|--------------|
| 14 郑家和 | 设计是一种体验 |
| 18 程木林 | 波托菲诺室内设计 |
| 26 高 志 廖 焉 | 别墅式酒店室内设计的实践 |
| 32 梁景华 | 会所与样板间的设计新趋势 |
| 36 史 以 | 建筑设计与室内设计一体化 |
| 40 许延平 许 楹 | 样板间设计与精装修流程 |
| 44 阚曙彬 | 室内设计对空间功能的完善 |
| 50 李 沙 | 人与时空的对话 |

精英论坛

- | | |
|--------|---------------|
| 53 刘晓光 | 新形势下的房地产投融资战略 |
|--------|---------------|

建筑设计

- | | |
|--------|----------|
| 58 邢同和 | 邓小平故居陈列馆 |
| 62 何显毅 | 成都金林半岛 |
| 70 朱 镔 | 数字北京 |

市场研究

- | | |
|--------|-----------------|
| 74 杨 慎 | 我国房地产业现状分析及发展趋势 |
| 78 张静颐 | 从个案看北京精装修住宅市场 |

城市经营

- | | |
|--------|----------|
| 84 周 勇 | 扬州城市经营之道 |
|--------|----------|

建筑沙龙

- | |
|----------------|
| 88 从东山墅看景观环境设计 |
|----------------|

业内动态

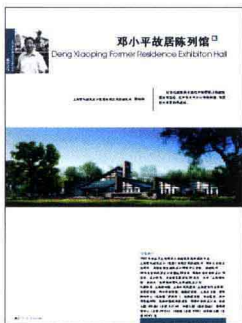
- | |
|----------|
| 95 资讯与声音 |
|----------|



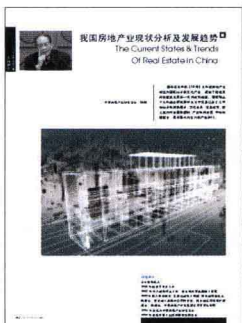
P18



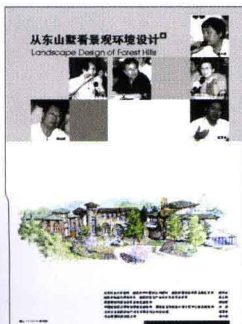
P53



P58



P74



P88

Comments on Special Topics

- | | |
|--|----------------------|
| 14 To Design is to Experience | Zheng Jiahe |
| 18 Interior Design of Portofino | Cheng Mulin |
| 26 Interior Aesthetics of Villa Hotels | Gao Zhi & Liao Yan |
| 32 New Designs for Multi-use Complexes & Demonstration Homes | Liang Jinghua |
| 36 Unification of Architectural & Interior Design | Shi Yi |
| 40 Design & Delicate Decoration of Demonstration Homes | Xu Yanping & Xu Ying |
| 44 Improving Functional Space via Interior Design | Kan Shubin |
| 50 A Dialogue Between Humanity & Space | Li Sha |

Elite Forum

- | | |
|--|---------------|
| 53 New Strategies for Investing in Real Estate | Liu Xiaoguang |
|--|---------------|

Architectural Design

- | | |
|---|-------------|
| 58 Deng Xiaoping Former Residence Exhibition Hall | Xing Tonghe |
| 62 Jinlin Peninsula, Chengdu | He Xianyi |
| 70 Digital Beijing | Zhu Pei |

Market Research

- | | |
|--|--------------|
| 74 The Current States & Trends of Real Estate in China | Yang Shen |
| 78 The Market of Renovated Houses in Beijing | Zhang Jingyi |

Urban Management

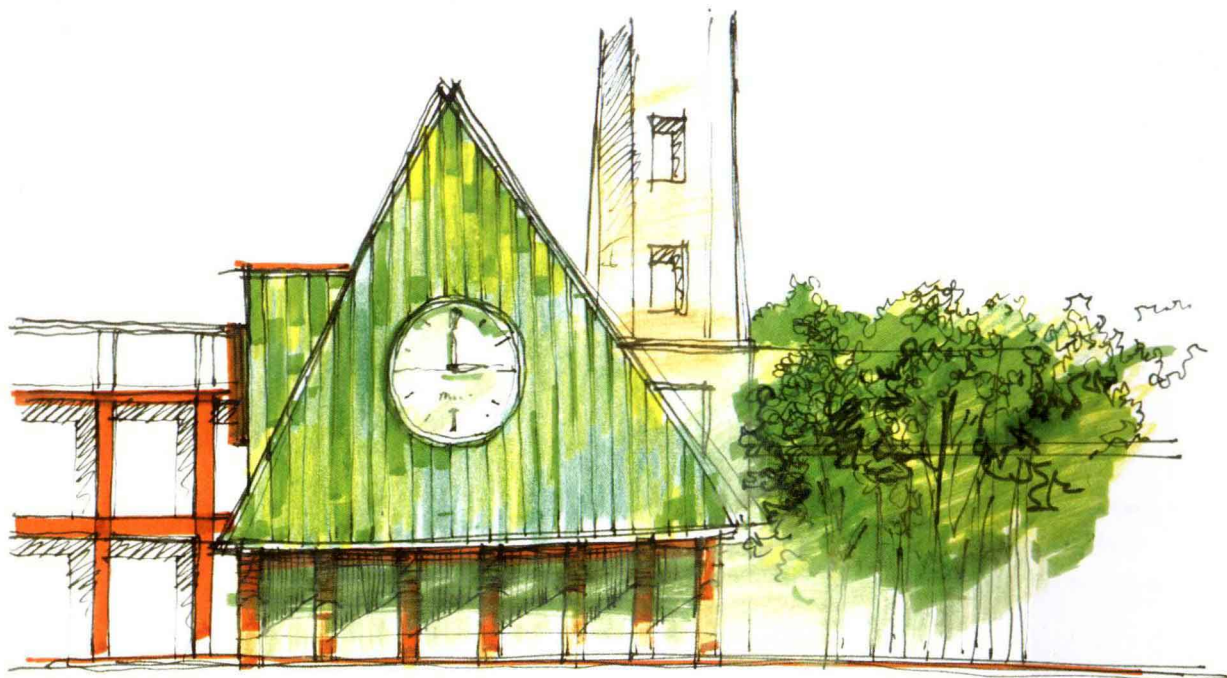
- | | |
|---------------------------------|-----------|
| 84 Urban Management of Yangzhou | Zhou Yong |
|---------------------------------|-----------|

Architectural Salon

- | |
|-------------------------------------|
| 88 Landscape Design of Forest Hills |
|-------------------------------------|

Industrial Dynamics

- | |
|-------------------------|
| 95. Information & Sound |
|-------------------------|



上海郑家和设计工作室总设计师 郑家和

设计是一种体验

To Design is to Experience

设计更是一种体验。体验客户的生活方式，引领客户的生活潮流。这世界最能感动人的往往是最平凡的生活细节，而最动人的设计也许正是那些彰显人性，以人为本的设计细节。

作者简介

曾就读于上海轻工业专科学校美术系，北京工业大学，中央工艺美术学院

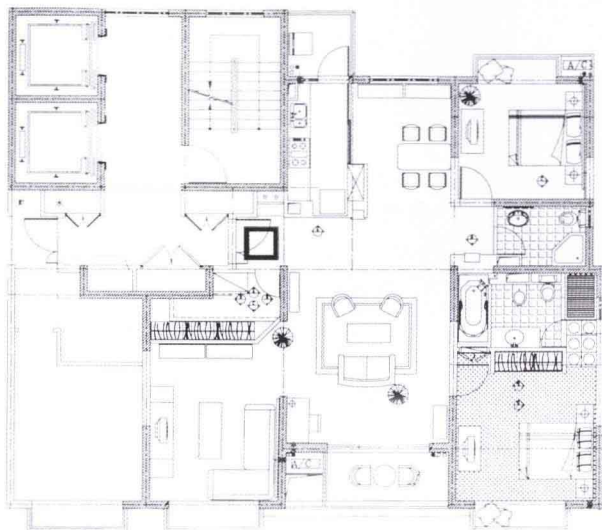
1984年赴国外短期进修环境设计

1998年建立郑家和设计工作室

2000年建立上海郑家和环境艺术咨询公司

2001年建立香港郑家和设计师事务所有限公司

近期主要作品有：云南莲花湖旅游区环境设计；青岛浮山后小区环境设计；上海恒地苑小区环境设计；广东东莞汇景豪亭 80 000m² 小区规划，建筑及环境设计；浙江嘉善步行街设计；世纪明园、太古豪庭、银湖别墅、春天花园、国泰现代城、枫丹白露、雅阁花园等样板间的设计



上海某住宅小区户型平面图



生活需要提炼，而设计则是从生活中提炼出的精品。设计是生活的积累，它需要我们睁大眼睛来观察，也希望我们能有一闪而过的灵感去创造属于自己的美丽，开拓属于自己的思维。生活是一种思维方式，而设计是实现思维的手段，不同的设计手段就必须有不同的思维方式。设计更是一种体验，体验客户的生活方式，引领客户的生活潮流。这世界最能感动人的往往是生活中最平凡细节，而最感动人的设计也许正是那些彰显人性，以人为本的设计细节。

与建筑师达成共识

在项目的建筑设计阶段，室内设计师就应该介入。设计师要熟悉建筑师的规范，建筑师要了解设计师的想法，只有在双方达成共识之后才能做出好的室内设计。

“东方金马”是上海南部一住宅小区，其主力户型在120~130m²左右。小区室内空间很不理想，房型较多地沿袭了传统几房几厅做法，增加了室内设计的难度。开发商邀请了一些境外的室内设计师做过的第一轮的实验性设计没有取得成功。如果室内设计师能够更早地介入建筑设计，结果可能会好一些。最后采取了空间模糊处理的手法。改动了门的方向，把主卧室和客厅，次卧室连在一起，强调了卧室、客厅、餐厅三个空间之间的连接。这个案例得到了房产公司的首肯，在销售中也取得了意想不到的效果。

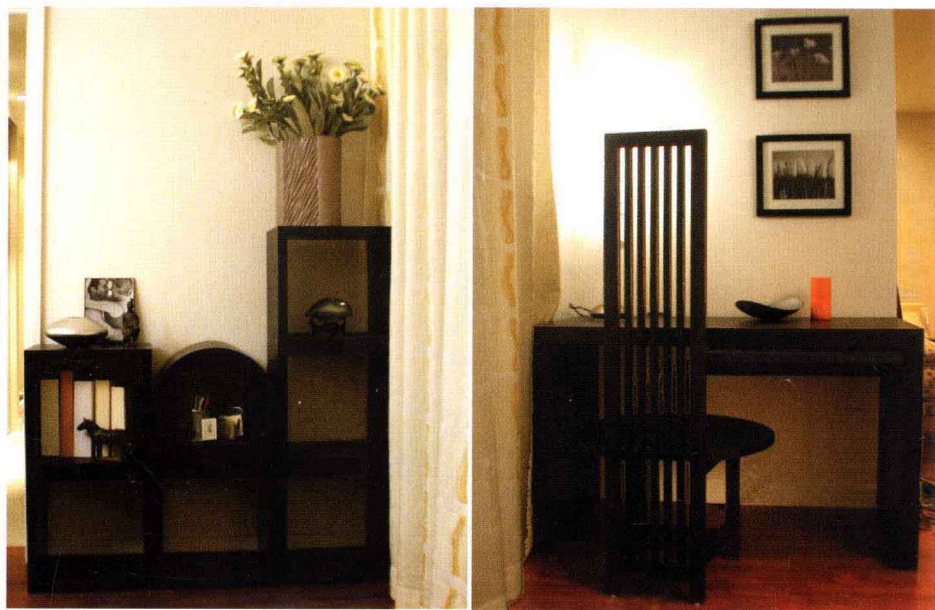
在同济大学完成别墅的建筑设计之后，室内设计师才开始进行室内设计。设计时发现建筑需要进行修改。建筑师对别墅目标客户的认识不够，有能力购买此别墅的人在市中心肯定已经拥有2~3套住宅，他们已经享受过太多虚浮的东西，不太需要那些比较夸张的装饰设计。住在别墅的主人心理状态也与一般人不一样，主人和佣人、客人行走路线和楼梯应当是不同的，高档别墅空间应该更丰富，因此设计师提出了设计两个以上楼梯的意见，并同建筑师一起商量如何加固结构。沟通后，双方达成了共识。

设计生活，而非材料

室内设计师研究的问题不是室内设计的形式，而是住房者的心理。墙面或是地面该如何做，采用何种材料，如何要满足业主的虚荣心，这些问题对于室内设计师来说是次要的，主要问题是研究居住环境中人的心理和生理上的需求是什么。

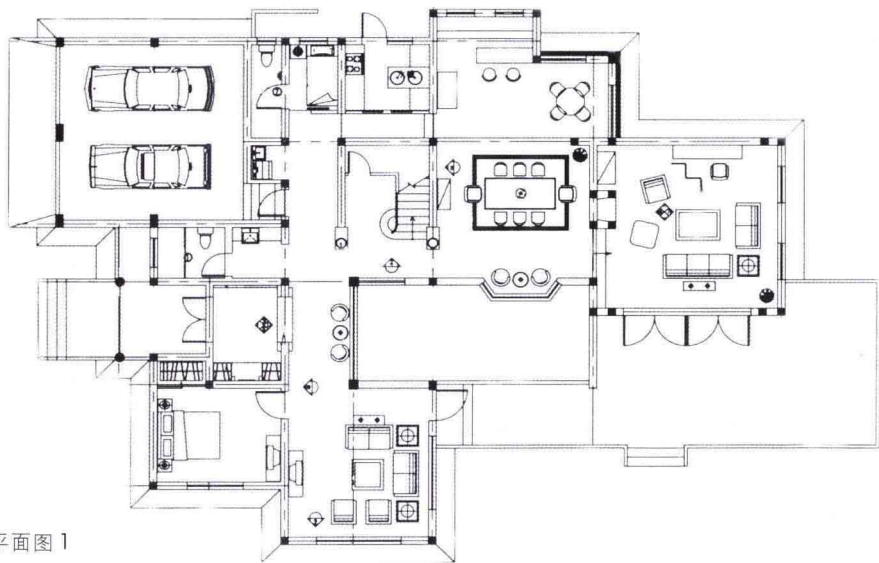
位于上海徐家汇的某住宅小区，其目标

客户主要是白领，大多数都在30岁左右，有20%~30%的客户是小“海归”，他们很了解西方的生活方式，对室内设计也有自己独特的看法。他们的生活很随意，也很浪漫。下班回来之后可能不会在家做饭，所以不用设计厨房，不需要有煤气灶，只需设计一些厨房的摆设，尽量将厨房设计得温馨浪漫，可以成为一个喝咖啡和接待客人的地方；把客厅做成书房可以听音乐、睡觉；卧室很大，其中放一个浴缸，洗澡的时候可以看电视，还可以写东西；大幅度的扩大和打散卫生间再重新组合。所有这些设计都归结他们的生活方式：懒、散。他们的生活习惯、工作方法和普通人都不同，紧张的时候会连续工作，但是一旦休息下来就会出外旅游、睡懒觉、喝啤酒，已经非常西化了。所以在设计他们的居住环境的时候必须把他们的共性拿出来分析，做出适合他们生活方式的设计。



现在很多人请设计师做室内设计的时候往往要求书房里必须有老板台和漂亮的书架，真是白天老板做不够，回家还想做老板。其实现代的人看书的动作很多，有时候会躺在沙发上看书，有时候会席地而坐玩电脑，而很少正经地坐在那里看书，所以，这个空间实际利用价值很低，不如将这里设计成为可以席地而坐玩电脑的休闲区，反而能营造家的气氛。所以室内设计必须从客户的习惯和要求深挖下去，从人性化角度出发，才能做出好的设计作品。

其实室内环境的好坏并不是通过材料来衡量的，甚至高档别墅都可以用红砖。南方天空灰蒙蒙的时间比较多，看到蓝天白云的机会很少，所以，在高档别墅室内设计时采用大量的马赛克和比较明快的建筑材料，甚至连卫生间墙面都是用红砖铺贴，这样不仅为住户提供了与天空相反的暖色调，还成就了一种家庭的温馨感觉。



某别墅平面图 1

“全装修”没有个性，只有喜欢

2000年在上海召开的“住宅产业化精装修、全装修研讨会”上，出现了针锋相对的争论。社会学家坚决反对精装修和全装修，他们提出了很多社会问题，一是精装修和全装修无法体现个性，二是施工队伍的现状无法保证精装修和全装修的质量。而设计界同仁一致认为精装修和全装修确实是发展的趋势，中国住宅室内装修必然要走到产业化，但是当时却没有更多的实践和具有说服力的产品，只能从理论上空谈趋势。经过几年发展，在建设部和上海市政府相关部门的要求下，精装

