

006	中国银行海南省分行
010	俄罗斯克拉斯诺雅尔斯克东西伯利亚市政储备银行
012	浙江省金融大楼（浙江省人民银行）
014	江苏银行总部大楼
016	工商银行营业厅
018	工商银行发展大厦支行营业厅
020	重庆人民大厦
022	中国民航总局
024	中国人民财产保险公司办公楼
026	金殿大厦
028	皇安大厦
030	北京数字出版信息中心
032	新疆克拉玛依市政府办公大楼
036	重庆投资大厦门厅
038	湖北长江出版集团行政楼
042	大连市中级人民法院
044	重庆市第一中级人民法院
046	人民大会堂陕西厅
048	重庆市电信有限公司综合大楼
050	江苏议事大厦酒店式公寓
054	观湖国际
056	吴江人民政府驻北京办事处
060	武汉市残联大厦
062	沈阳汇宝国际大厦B座
064	宁波市保税区创业大厦软件园
070	大连市希望大厦
072	中国人寿大厦中国人寿保险股份有限公司总部
074	某大厦
076	上海世博建设大厦改造
078	深圳留学生创业大厦
080	哈尔滨海外学人创业园
082	学院国际大厦
084	广州市综合办证中心
086	苏州大学炳麟图书馆
088	沈阳建筑工程学院浑南新校区图书馆
092	大学城华工图书馆
096	南京图书馆新馆公共区域
100	南京图书馆新馆
104	金陵图书馆
106	常州工程学院图书馆
110	奥运北京射击馆

112	佛山世纪莲体育中心体育馆
114	深圳第三空间
116	成都财富广场
120	无锡卡摩尔国际汽车生活广场
122	盐城高力国际家具港A楼
124	友谊新天地
128	上海万达地下商业广场
130	某商场
132	杭州华星集团·华星时代广场
136	三水商务广场
138	成都高新商务广场
142	上海东方艺术中心
152	大连开发区文化中心
156	北京电视台电视中心
158	武汉琴台大剧院
162	湖州大剧院
164	广州科学馆
166	江苏省历史文化科学中心
168	航天三院展示中心
170	某飞机研究所展示厅
174	派拉素营销中心
176	派克斯
178	空港汽车交易中心
180	东祥金店
182	南京卡斯迪莱服装展厅
184	“天衣无缝”服饰店
188	重庆江北国际机场新航站楼
192	周水子机场
196	北京轨道交通路网管理服务中心
200	北京地铁五号线三标段
208	北京地铁5号线北新桥站、张自忠路站
212	广州新南沙港客运港
214	无锡疾控中心医疗中心A—J区
216	哈尔滨医科大学第一临床医学院门诊保健大楼
218	福建省立医院医技综合楼
220	浙江省某医院
222	鞍山铁东医院
226	新疆医科大学附属医院
230	某医院
234	南京同仁医院
236	深圳市西乡人民医院
238	同福医院牙科诊室

深圳第三空间

工程地点:广东·深圳·福田区
设计时间:2006年
设计:深装集团姜峰室内设计公司

- A1/深圳第三空间.一层大堂入口
2/深圳第三空间.二层自动扶梯
3/深圳第三空间.中庭
4/深圳第三空间.二层公共走廊
5/深圳第三空间.一层消防通道
B1/深圳第三空间.二层平面图
- | | |
|----|----|
| A2 | A4 |
| A1 | A3 |
| B1 | A5 |



设计说明

星河世纪广场位于深圳市中心岗厦商业区,是以经营世界顶尖厨卫家具用品为主的高级休闲购物广场。她不仅仅是一个家居休闲购物中心,她还将带给人们全新的“第三空间”生活创意理念。

作为深圳第一个3万平米的创意主题家居购物中心,第三空间不是一般意义上的厨卫卖场。其特殊的定位决定了她高端的市场形象。无论是卖场的包装还是广告推广,都应该形成自己鲜明的个性,以便在第一时间拉开与市场的差异。因此,整个商场的设计也着重在以简约、时尚、现代、高科技为中心。





颜色上黑、白、灰是整个设计构成的基础，黑与白的强烈对比，高级灰的大面积使用，VI设计中的标准绿穿行其间，这就是第三空间给人们的视觉传递。而在造型上以特殊的“回”字造型构成了一个时尚前卫的购物空间。每层的广告墙及时光隧道采用不同灯光效果，营造出整个商场的文化氛围。大中庭上空的多媒体演示令人们对体验式空间产生更多的遐想。简约但又不失个性的设计使商场成为商家展示的亮丽舞台。

本方案精心设计了一个引领人们迈向憧憬的第三空间的桥梁，并将以人为本的设计宗旨贯穿始终。生活的创意由商家展示，第三空间的理念由顾客体验。室内外空间的融合、购物和娱乐、天然与人工之间的均衡创造了亲切感、新鲜感、舒适感。



成都财富广场

工程地点:四川·成都
设计时间:2006年4月
设计:李荣 王芸
绘图:深圳市正瑞建筑装饰设计有限公司

A1/成都财富广场. 首层主扶梯过厅01			
2/成都财富广场. 流动通道		A2	
3/成都财富广场. 商业街			
4/成都财富广场. 首层主扶梯过厅02		A3	B2
5/成都财富广场. 动漫区		A1	
6/成都财富广场. 三层店面及电梯区		A4	
B1/成都财富广场. 一层平面图			B3
2/成都财富广场. 二层平面图			
3/成都财富广场. 三层平面图		B1	A5 A6



设计说明

财富广场位于成都市繁华中心商业区，客户群体多为中青年成功人士。设计师希望以鲜明时尚的建筑形象、良好的商业景观环境、出众的流行文化品位及适宜的空间尺度，将商业中心的多元化娱乐性表达出来，成为成都新兴商业娱乐地——“LIFE HUB”，以此牢牢地吸引消费人群。

商场定位

本商场主要针对年青时尚族客户，整体商业经营较为年轻态，消费类型为中档。经营业态注入餐饮娱乐项目，以休闲购物、食为特色，形成成都市传统商圈内独具魅力的新铺点。

形象定位

青春、亮丽、动感。 故此设计上采用构成、拼贴、曲线等手法，将本案的年轻态形象固化为一建筑装饰语言：以满足商场使用功能为基础，同时着力烘托出热烈的商业氛围。

色彩分析

本案商业定位为中档，因此色彩以中等明度较高饱和度的颜色为主，色彩对比为强烈。主色系为自然泥土色系，亲和力极强，辅以红色、黑色、金色为点缀，突出财富广场的统一视觉形象。

材质分析

裙楼外墙：暖灰色石材、铝板、清玻璃幕墙。
室内公共区：人造石地面，墙面大理石、铝板、钢化玻璃、不锈钢等。
天花：石膏板、钢化玻璃等。
商业外街内广场：广场砖、荔枝面花岗石、彩色石板等。
选择材料以耐用、易施工、易保养、性价比高为原则。







灯光分析

外墙：以内发光为主，点缀少量泛光照明及LED点光源照明，既达到整体商业气氛，又能重点突出。

商业街：亮度适中，灯光以塑造情调为主，局部泛光照明。

室内：确保整体商场照度，局部单独设计塑造商业形象，商铺内预留电源供商家使用。

设计概念

流行通道商铺等：BOX的连续概念，不同经营类型的色彩区分。

商铺装修控制形体感及装饰材料，从而既保证合理装修成本，又给商户二次装修留有自主空间。

材料选择原则：采购容易、价格适中。

造型尽量归纳统一，确保施工的便捷性。

- A** 1/成都财富广场. 首层扶梯过厅01
 2/成都财富广场. 次入口门厅
 3/成都财富广场. 首层扶梯过厅02
 4/成都财富广场. 四层走廊
 5/成都财富广场. 三层店前区
 6/成都财富广场. 二层家乐福入口门厅
- B** 1/成都财富广场. 四层平面图
 2/成都财富广场. 五层平面图

A1	A2	B1	A4
		B2	A5
A3			A6





无锡卡摩尔国际汽车生活广场

工程地点:江苏·无锡

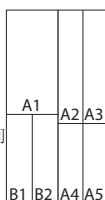
设计时间:2005年12月

设计:苏州国贸建筑装饰工程有限公司 郭威

绘图:苏州国贸建筑装饰工程有限公司效果图所



- A1/无锡卡摩尔国际汽车生活广场. 外圆一层门厅
2/无锡卡摩尔国际汽车生活广场. 内圆电梯厅走廊
3/无锡卡摩尔国际汽车生活广场. 内圆电梯厅
4/无锡卡摩尔国际汽车生活广场. 外圆二层门厅
5/无锡卡摩尔国际汽车生活广场. 外圆三、四层共享空间



- B1/无锡卡摩尔国际汽车生活广场. 一层平面图
2/无锡卡摩尔国际汽车生活广场. 二层平面图

设计说明

卡摩尔国际汽车生活广场的整体建筑由美国的Arquitectonica建筑设计事务所 (ARQ) 的创始人之一本纳道·霍先生主创设计, 呈现了带有奇妙幻想的设计组成元素, 时尚、现代, 是具有标志性的建筑和地域特点的创造性设计。

本室内设计方案首先要尊重原建筑的整体设计风格, 在此基础上努力探寻并延续发展, 希望室内外能达到相辅相成、和谐共处的目的。室内公共部分的设计寻求一种现代艺术感觉, 例如: 舞蹈、文学和美术, 设计给人一种犹如现代舞蹈艺术一样的强而有力的震撼, 并执著地探寻新的设计风格的精神和坚强的意志。

外圆一层门厅

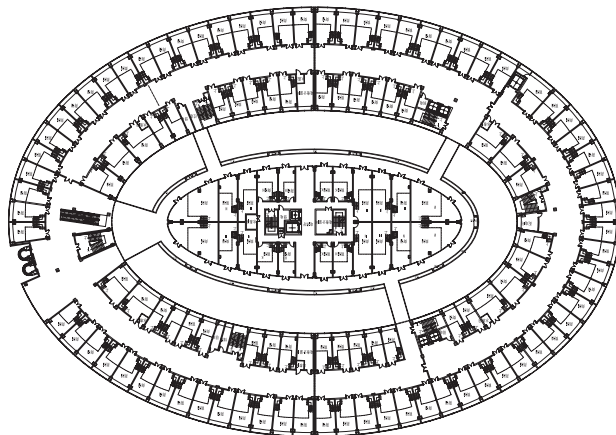
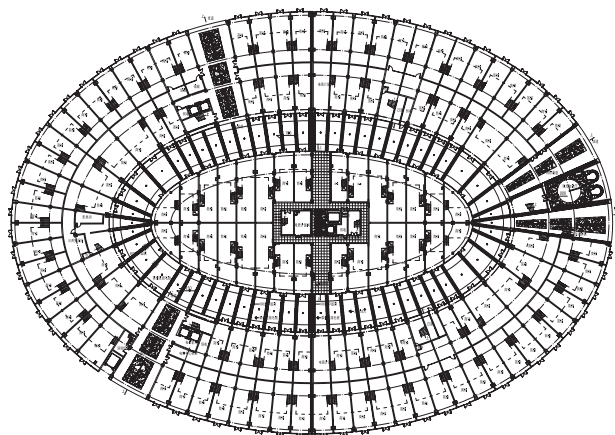
时尚感及现代感; 空间造型变化及色彩对比; 灯光的独特运用; 空间的张扬; 速度与力量的完美结合; 创造经典、时尚的空间。

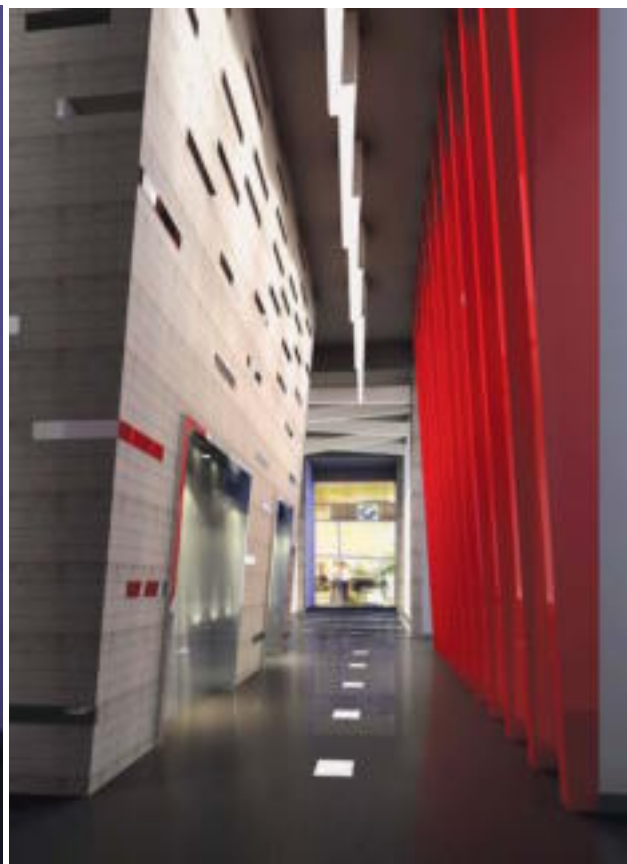
外圆二层门厅

突出“卡摩尔”主题; 简洁天花处理力求变化; 强调连续及视觉的延伸。

外圆三、四层共享空间

创造怡人的生活气息; 温馨、舒适、高雅的空间; 色彩的组合及灵活运用灯光的重组突出节奏。





内圆电梯厅

强调造型的呼应及节奏感；材质的对比突出空间变化；色彩的重点突出。

内圆电梯厅走廊

强调空间的立体造型；天花与地面的呼应；灯光的韵律及神秘。



盐城高力国际家具港A楼

工程地点:江苏·盐城

设计时间:2005年10月

设计:苏州建筑装饰设计研究院有限公司 江丽华

绘图:苏州建筑装饰设计研究院有限公司

沈洪俊 季林 王跃进

A1/盐城高力国际家具港A楼. 一层南入口门厅

2/盐城高力国际家具港A楼. 二层标准走廊

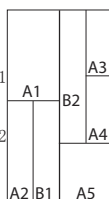
3/盐城高力国际家具港A楼. 一层西入口门厅角度01

4/盐城高力国际家具港A楼. 二层休息广场

5/盐城高力国际家具港A楼. 一层西入口门厅角度02

B1/盐城高力国际家具港A楼. 一层平面图

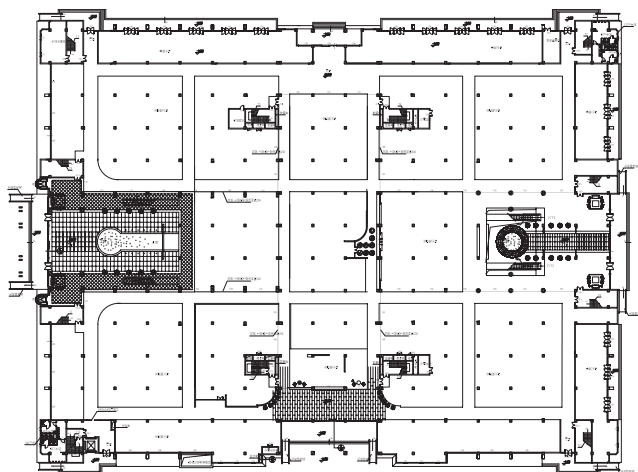
2/盐城高力国际家具港A楼. 二层平面图

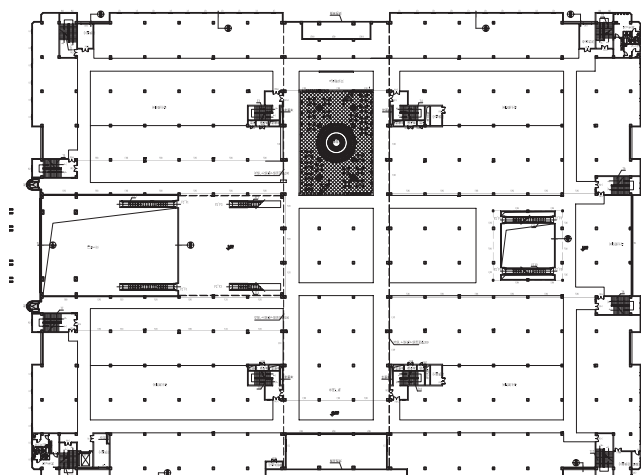


设计说明

着手开始盐城高力家居广场的室内设计时,就在考虑一个问题,虽然盐城经济文化的发展和沿海地区还有一定差异,但是我们不能迎合市场,而需要引导市场。如何把成本降低到最低,且要做出一个充满时尚、艺术氛围的空间,是考验一个设计师能力的机会。

家具港A楼的建筑室内空间,提供给我们装饰设计充分的余地,有两个大型的共享空间,让我们给顾客展现了一个全新的生活舞台。我们的全部目的仅仅是为了让每个光顾高力家具港A楼的人对自己的生活有一些感触,有一些反思,有一些改变。





友谊新天地

工程地点:天津

设计时间:2005年

设计:巨春 徐滢

绘图:天津润得环境艺术设计有限公司



A1/友谊新天地. 方案一共享空间角度01

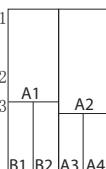
2/ 友谊新天地. 方案一卖场角度01

3/友谊新天地. 方案一共享空间角度02

4/友谊新天地. 方案一共享空间角度03

B1/友谊新天地. 方案一平面图

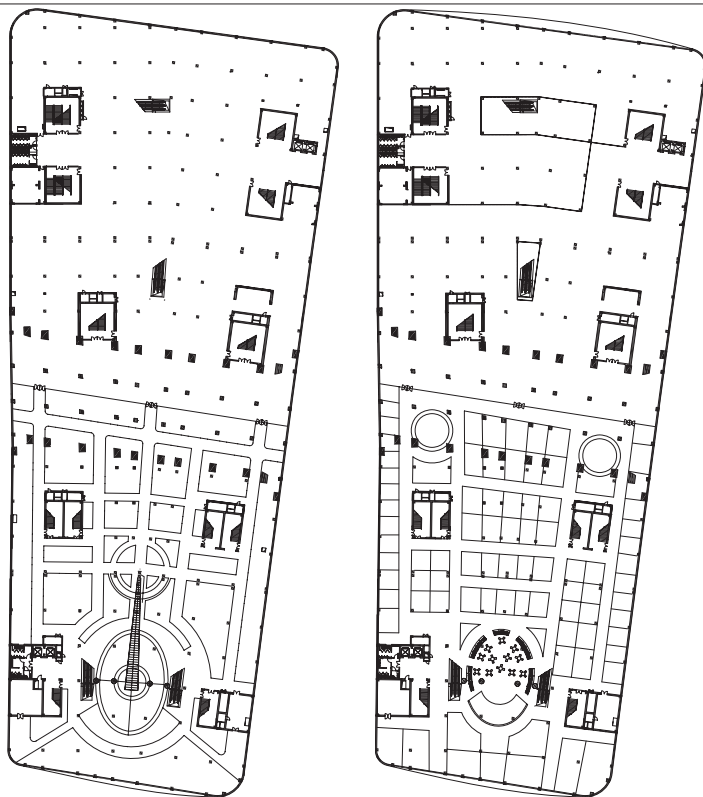
2/ 友谊新天地. 方案二平面图

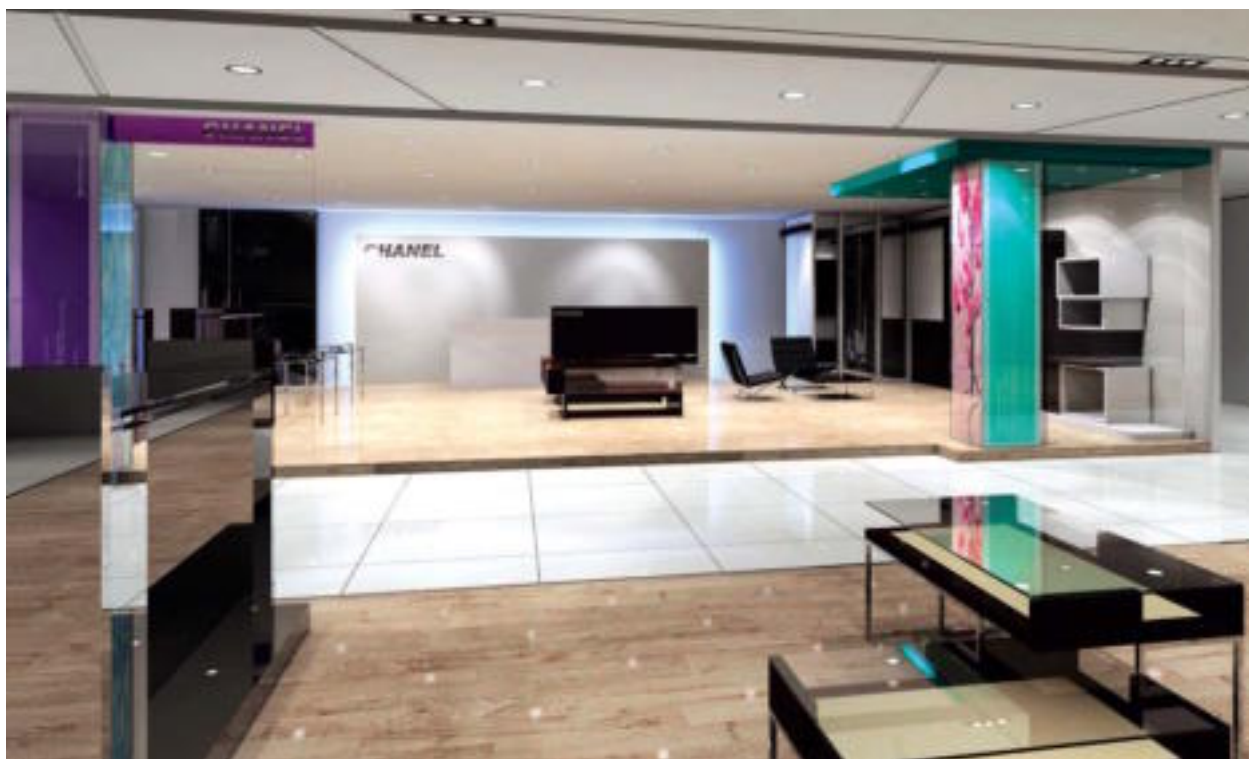


设计说明

由于友谊新天地广场在经营风格上走时尚路线,所以在内部的空间设计上应紧紧围绕这一主线。本案的设计理念是有益于购物中心的不同服务功能的实际需要,并提倡把购物的乐趣无限放大。由于本项目建筑体量庞大,单层卖场展线过长,建筑空间组织形式复杂,顾客漫步其中容易疲劳,失去方向感,导致不愿继续流动,所以解决人们在购物中的视觉与体力的疲劳感是首要任务。每一层空间的平面在满足交通组织的前提下,用有主题、有特色的休闲空间(注:休闲空间在本设计中代指咖啡吧、酒吧、餐饮、娱乐等商业设施)进行结点设计,也就是说不同的休闲空间散布于人们在购物时最容易出现的疲劳点上,这样的布局使顾客真正感觉到自己是在逛“街”,时刻充满“发现”的兴奋与喜悦,即使不购物,来转一转也是享受。

在装饰风格上,应使购物中心的商业空间公共化、庭院化、人性化,借鉴不同文化的优势,打破传统的思维定式,采用大胆前卫的手段给人以强烈的视觉冲击,感觉到购物是一种激情的过程,并使商业空间的设计成为购物中心一道亮丽的风景线。







方案一共享空间

A区主入口的共享空间是整个商厦最为重要的交通组织空间，突破传统、前卫、华丽是本案的设计主线，此处空间设计的成功与否关系到该项目的整体装饰定位。

星空、玻璃金字塔、光纤纤维、叠水喷泉是本案的关键词，在共享空间中安排一个通体透明的倒水晶金字塔，贯通三层空间，有如一粒璀璨的钻石悬挂于星空之中；塔内部的光纤纤维不时地变化出眩目的奢华色彩；塔尖直指大厅中部的叠水喷泉，水的柔美与塔身的剔透晶莹交相辉映，相得益彰。钻石与水都寓意着财富、玻璃塔延伸着科技与美学的双重力量，散发着时尚与自然的亲和力，带给顾客一种强烈的视觉震撼，刚进入大厅就形成一种时尚的敏锐感觉。

围绕大堂的水景两侧安排有绿植与休息椅，大厅的柱面采用希腊大理石，很好地衬托了玻璃塔的剔透。使商场的个性形象脱颖而出，在周边众多商场纷杂堆砌的装饰中令人过目不忘是本案的目的。





A1/ 友谊新天地. 方案一卖场角度02

2/ 友谊新天地. 方案一电梯厅

3/ 友谊新天地. 方案二电梯厅

4/ 友谊新天地. 方案二共享空间角度01

5/ 友谊新天地. 方案二共享空间角度02

6/ 友谊新天地. 方案二共享空间角度03

7/ 友谊新天地. 方案一卫生间

8/ 友谊新天地. 方案二咖啡厅

		A1			
				A6	A7
	A2	A3			
	A4	A5			A8

方案二共享空间

A区主入口的共享空间是整个商厦最为重要的交通组织空间, 传承经典、时尚、奢华是本案设计主线。

金色穹顶、喷泉、活动舞台是本案的关键词, 共享空间作为购物中心的核心部分, 需要有大空间、大尺度来带给人奢华、现代的感受。“友谊”作为业界成功的代表, 本身就是高档、时尚的代名词。本案力图把这一经典品牌继续传承与升华。

共享顶部悬挂一金色镂空雕花穹顶, 在蓝色的星空天顶衬托下显得高贵而脱俗, 大厅中部设置一组干式喷泉, 喷泉后部有一组活动舞台。举办时装发布会时, 舞台可自动移出。由于喷泉池整体高度低于地基, 舞台自动移出时, 并不会与水池发生碰撞, 流水不腐, 建筑亦然。

有人气的空间才是有生命的。大厅中的绿植、喷泉、高档的地面石材拼花赋予了该空间高贵、时尚的表情。

卖场

卖场空间设计符合年龄定位, 年青时尚而品味脱俗。地面为浅色系玻化砖, 敞亮明快。顶部布置筒灯照明, 配以折线形丰富空间变化。此空间很好地衬托出商品的高品质定位, 符合该商业购物广场的卖点诉求。

咖啡吧

设计主旨在于符合商业大环境的同时, 前卫, 新颖, 舒适, 富有品味。局部用材以原色纯木配合金属、玻璃等。光源丰富, 给休闲购物的人士提供一个独立、舒缓的放松空间。

方案一电梯厅

此空间总体氛围淡雅、和谐。墙立面色以粉色为主调, 配合白色及浅灰色, 采用不同材料的质感搭配, 背漆玻璃、白色微晶石及灰色哑光砖。地面中央部分则采用玻璃装饰结合白色与黑色的石材。空间时尚感较强, 又较容易为大众所接受。

方案二电梯厅

此空间总体定调高雅有品味, 以黄洞石为主材, 局部配以暖灰调马赛克装饰, 体现细节的精美与时尚。顶部光源设计独特, 交错排列的白色透光板营造出个性的空间品味。地面石材的安排则大气简约, 与整体空间和谐呼应。

卫生间

此空间风格前卫、现代, 但同时又较为人们所接受, 洁具定位另类是本空间一大特色, 同时在墙材及地材方面以黑白灰为主调, 墙面与地面相呼应, 以点、线、面的材料安排贯穿其中。

上海万达地下商业广场

工程地点:上海

设计时间:2005年11月

设计:吕晓勇

绘图:南京市金陵建筑装饰有限公司设计院

- A1/上海万达地下商业广场.走廊01
2/上海万达地下商业广场.走廊02
3/上海万达地下商业广场.走廊03
4/上海万达地下商业广场.走廊04
5/上海万达地下商业广场.阳光走廊
6/上海万达地下商业广场.水景

B1/上海万达地下商业广场.地下一层平面图

	A2	A3
A1		
	A4	A5
B1	A6	



设计说明

为了充分地展示地下商场内部本身的魅力,设计者煞费苦心,使该建筑从外观上体现出其内部的景象。本方案在开放式广场中间设计了下沉式广场并围绕其设计了观景回廊。地下商场建筑面积为44 742.58平方米,其中A商业分区面积为15 395平方米,B商业分区面积为18 431平方米。提供能容纳人行行走及休息的大尺度共享空间,12米宽的地下人行走道更是华东地区绝无仅有。

整个建筑以“透明”作为主题,通过透明的玻璃幕墙和阳光中庭,使地上、地下空间融为一体,并使楼内的商场一览无余。

综合化:按照现代社会的消费需求、生活方式等特点,将购物与饮食、娱乐、文化、休憩等进行多种功能综合配置。

步行化:在购物环境区域按照保证步行的安全、舒适的原则处理,设计出“曲线购物”的路径。

景观化:在保证使用功能的同时组织环境景观,配置绿化、水景、小品、休闲式咖啡座与景观式售货亭为购物空间增加情趣和生机。

设施化:为满足购物活动行为需求,从安全、卫生、交通、休息、交易等行为所需的设施上配置完善。重视无障碍设计在公共空间中的重要性。

信息化:将购物环境视作社会信息交流的源泉,沟通消费与市场促销的渠道,为增强社会公众交往需求提供信息。

