

<<室内创意设计>>

图书基本信息

书名：<<室内创意设计>>

13位ISBN编号：9787122085092

10位ISBN编号：7122085090

出版时间：2010-8

出版单位：化学工业出版社

作者：殷正洲，徐颖婷 编著

页数：120

字数：256000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<室内创意设计>>

### 前言

21世纪是设计竞争的时代，是创意的时代。

国内设计领域空前活跃，国外的设计公司纷纷进入。

快速发展的设计大潮，对设计的创意思维的要求也空前高涨，而此类图书出版远远跟不上迅速发展的市场需求。

长期以来，有关建筑实例、精品集及表现技法类型的图书较多，针对建筑方案设计构思方面、过程性的、可操作性强的图书寥寥无几。

为深入研讨艺术设计的创新教学理念，探索适应21世纪应用型、设计型人才需求的教育模式以及适应设计业需求。

我们组织艺术设计教育的著名专家、精品课程主讲教师及设计行业的专家，共同开发了这套《创意设计丛书》。

倡导在实训中掌握设计原则，培养创新设计思维，努力形成一套体系完整、定位清晰、使用方便、实用性强的艺术设计。

本套丛书整体内容编排上重点体现思维与创意，强调过程性、可摹性；富有实用价值，为业内和高等设计类院校均可享用的参考资料。

创意性：采纳大量的原创草图，展示了主要设计的灵感的来源。

思维性：学创艺术大师视觉思维的模式，有利于形成自己的设计风格。

过程性：本书尝试分步骤实施项目，展示设计思维，强调述程性，使设计的步骤、方法、程序易于掌握。

适应性：尝试在本书的阅览中找到解决难题的钥匙，找寻设计经验。

总之，本丛书着重强调基本理论与创意实践相结合，在内容上既有系统性，又有很强的可读性、实用性和示范性。

本丛书的编写得到了伍江、田云庆、来增祥、吴之光、刘滨谊等老师的大力支持，在此表示衷心感谢。

希望本丛书能为高校建筑学、艺术设计相关专业方向，包括环境艺术设计、室内设计专业、景观设计等专业的学子，以及为专业人员、青年教师提供参考读本；本丛书还可作为各类专业培训教程。

## <<室内创意设计>>

### 内容概要

本书主要针对室内设计的方案创意思维与过程，并结合市场的实践性，对经典的室内创意过程进行了具体、全面的分析和研究，以此来加强室内设计思维的展开以及空间形象创造的理解认识 and 把握，加强对原创设计创意点的寻找，从而提升学习者的设计创意能力。

书中列举了大量的实例素材，突出创意性、思维性、过程性、适应性等特点。

本书适合于室内设计从业人员及相关专业大专院校的师生阅读参考。

## &lt;&lt;室内创意设计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 当今的室内设计概述 第一节 室内设计的创意魅力 一、设计创意的成因 二、创意理念的实践转化 第二节 室内设计的行业现状 第三节 室内行业发展趋势与新秩序的建立 一、样式与风格多元化发展趋势 二、持续发展的趋势 三、注重科学技术的趋势 四、注重历史文脉的趋势 五、创新与发展的趋势 第二章 解析室内设计创意 第一节 室内设计的创意过程 一、设计创意的孵化 二、寻找创意的符号载体 三、创意的技能落实 第二节 基于问题驱动的室内设计创意策略 一、创意设计过程中的问题意识 二、设计过程中问题的先导——信息 三、创意设计过程中问题的提出 四、室内创意设计过程中问题与方案的相互驱动 第三节 室内创意过程的图解创作模式 一、视觉思维——理性限制下的感性存在 二、图解思考与创新 三、解析图解思考对室内创意的驱动节点 第三章 家居空间创意设计 第一节 居住者心理与设计师心理的交流与沟通 第二节 功能与空间布局的定位 第三节 设计创意构思和手法 第四节 设计创意分析和形成 第四章 办公空间创意设计 第一节 信息社会赋予现代办公空间的新趋势 第二节 材料与工艺赋予的创意空间 一、材料的感效应 二、现代办公空间的创意设计 第三节 现代办公空间设计案例解析 第五章 酒店空间创意设计 第一节 酒店新概念 一、酒店类型 二、酒店的类型与发展 三、酒店室内空间设计的发展趋势 第二节 功能与环境氛围的融合 一、酒店的功能 二、环境氛围与地域文化 第三节 设计创意思维的路径 一、空间、功能、流线、秩序的统一 二、视觉美感形式的构筑 三、空间的内涵与文化附着 第四节 设计案例解析 一、酒店类型的设计概念思考 二、案例解析 第六章 休闲娱乐空间创意设计 第一节 休闲娱乐新概念 第二节 休闲娱乐创意空间的传达 一、简洁与含蓄的优雅 二、朴实与自然的追求 三、生活与趣味的展示 四、地域与文化的特色 五、神秘与象征的传达 六、夸张与惊奇的塑造 第三节 设计案例解析 第七章 展示空间的创意设计 第一节 展示空间的动态性特征 第二节 展示空间的人流动态导向 一、展示空间流线设计遵循的原则 二、观众流线控制设计 三、参观线路制定 第三节 展示空间的动态效应设计 一、展具动态设计 二、展品动态设计 第四节 现代展示空间的多元化展示 参考文献

## 章节摘录

第一章 当今的室内设计概述      第一节 室内设计的创意魅力      设计起源于生活，也主导着人们的生活，引领着人们的生活。

室内设计的发展已成为人们生活现象中的主流审美的价值取向，它正在不断地改变着人们的生活形态，同时也改变着人们的生活方式。

室内设计不仅促进了居住功能的质感、对生态环境的渴望与改善、环境意识的提升，同时还反映出时代的经济、科技水平与文化。

设计创造了我们生存的环境，改变着我们的生活，而创意是源自于对生活的热爱，创意是创新的开始，创新始于创意。

人类的物质和精神两大文明的发展进程告诉我们：人类有了创意，才有了从无到有的创造。

因为人类有了富于智慧的创意，才创造了人类的一切，创造着人类的未来，展示了人类的未来美好画卷。

中国经济的高速腾飞与发展，尤其是在我国提出建设创新型国家的今天，我们从生态与环境意识的视觉艺术层面来研究其创意的概念设计与设计创意的特征与方法，对其创意设计及其创作实践具有现实意义和价值，并对成就和创造人类未来富有创意与个性的环境空间具有实质性的指导作用。

设计创意就是突破旧的思维模式的定势去创建新的事物的构想，这是创造形成的初始状态。

如果没有创意就不会有创造，没有创造的诞生，就没有人类的一切。

人类有了创意才有创造的未来，成就了人类的未来。

所谓创意就是标新立异，简单地说就是新意，即有新颖性与初始性两种内涵。

因此，创意是新颖性与初始性的统一，形成创意本质的内涵属性。

创意是一种积极的思维活动，是某种欲求改变的思想和观念，它虽然不是实践活动，但却引导并指引着人们的实践活动的发生和成为现实化的可能。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>