

<<绝妙小户型>>

图书基本信息

书名：<<绝妙小户型>>

13位ISBN编号：9787561156155

10位ISBN编号：7561156154

出版时间：2010-7

出版时间：大连理工大学出版社

作者：克而瑞(中国)信息技术有限公司

页数：565

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>

## &lt;&lt;绝妙小户型&gt;&gt;

## 前言

20世纪最重要的建筑师之一勒·柯布西耶在暮年之时和自己的爱人住进了一个16平方米的小屋。这不仅是他最为浪漫和动情的作品，也倾注了他对人类生活空间的反思——住所究竟要多大，才能满足人们对居住空间的要求？

一个人需要住在多大的空间里，他才能感到“幸福”？

也许很多人都有类似的童年：挤身在外婆家吱吱呀呀的小阁楼里，阳光透过缝隙在屋内牵出缕缕金线，狭小的空间却留下了单纯美好的回忆。

不同的居住空间承载着不同的记忆，而无论怎样的空间体验都只为了满足人们对“家”的渴求。

法国的H20 Architects做了一个实验，在12平方米的居住空间里放下了工作间/用餐室、卫生间、卧室，利用层高将空间切割，把12平方米的小单间变成了24平方米的豪华复式套房。

在这个居住空间里，1层是工作间/用餐室，1.5层是卫生间，2层是休息空间，2.5层是卧室，1层的夹层里还可以摆放杂物。

H20 Architects设计的这个空间安排得非常紧凑，但是一点都不拥挤，错落有序。

对单身一族和ISOHO人士来说，这个简单时尚的空间设计不仅可以满足他们对居住的要求，而且这个空间的总价对白领来说也是一个相对轻松的负担；就小空间利用来说，它为人们提供了一个可行的方案，也给如何解决大城市居住问题提供了一个方向。

被称为“设计怪杰”的大师Luigi Colani也曾经以最小的现实空间构造最大的人居空间为命题，设计出Rotor House。

在6×6自336平方米的正方形空间里，以旋转或弧形的生活路线扩大人们的生活空间，在这个小房子里，有卧室、厨房、卫生间、盥洗室、客厅、工作间，甚至还有浴缸。

主体（盥洗室、厨房、卧室）的可旋转性使这个居住空间比传统意义中的36平方米1房1厅的分布更具趣味性。

这个空间适合双人小家庭以及城市游民，超现实主义的设计也吸引了相当一批时尚人士，Luigi Colani在小空间里发挥的创意使之丝毫不逊色于上百平方米的大房子。

小空间里拥有无限可能性，可以切割空间，利用层高将空间分割成上下两块，使用面积也会随之翻倍，或者利用可折叠/拆卸的家具，使物品具有伸缩的属性，需要用的时候才拿出来，平时不会占地方，又或者一个物品同时兼具几个物品的功能，选择这样的家具或者室内用品也可以减少空间的占有率。

在国外，以房车和飞机舱为灵感来源的家居设计已经应用到生活的各个层面。

## <<绝妙小户型>>

### 内容概要

《绝妙小户型：620例中国最精致人居空间设计》从全国房地产户型发展状况出发，深度剖析中国房地产户型的发展潮流和设计方向，准确定位产品的目标消费群，挖掘小户型的巨大市场潜力，并精挑细选全国范围620张户型图，档案式解读高品位的精致生活空间。

1.一流小户型项目的创意化设计； 2.名牌小户型项目的全程营销推广方案； 3.重新解构升级版小户型目标人群的生活方式； 4.收录国内最热销10大城市及地区、109个楼盘、620张户型图。

房地产开发公司、房地产策划代理机构、建筑设计公司、广告公司、物业公司等与房地产相关的企业与人士。

## <<绝妙小户型>>

### 作者简介

克而瑞（中国）信息技术有限公司，克而瑞（中国）信息技术有限公司隶属于中国房产信息集团，是一家专门从事房地产信息技术系统研发的高科技公司。公司以中国房地产海量信息数据库为基础，面向开发商、投资商、基金公司、金融机构、评估机构、营销机构等各类房地产上下游企业及机构，提供全面、精准的信息服务。

## &lt;&lt;绝妙小户型&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 小户型惹火中国楼市第一节 政策引领“小而精”地产时代一、小户型政策对楼市产生四大影响二、我国城市住宅户型模式经历了六个阶段三、现阶段户型结构存在三大问题四、小户型未来方向：在“节地”与“舒适”之间找平衡第二节 小户型特质符合市场需求一、优质小户型具备六大标准二、小户型五大类别特征分析三、小户型目标客户群定位四、小户型演变六代第三节 揭秘小户型受宠原因一、小户型市场看好的四大因素二、小户型六大卖点第四节 小户型三大发展趋势一、追求舒适：小户型三大挑选标准二、小则思变：小户型功能升级三大趋势第二部分 先进小户型创新设计经验借鉴第一节 探求小户型创新设计四大思考方向一、追求家庭温馨氛围二、注重小户型的健康性三、注重小户型的舒适性四、能够张扬个性第二节 关注小户型住宅设计五项要点一、减少户均公摊面积二、实现既小又舒适，做到节能省地三、分解或复合部分空间功能，提高住宅适用性四、精细设计，扩大使用空间的两种技巧五、依靠推进住宅产业提高设计和建造水平第三节 把握小户型居住小区八大规划原则一、设计原则——安全、优美、多样化二、选址原则——符合社会融合、避免过度集中三、通过规划布局提高小区容积率四、增加住宅套数五、保证良好的居住环境六、以人为本搞好交通组织七、创造良好的室外景观环境八、关于生活设施配套第四节 借鉴日本小户型的设计经验一、日本小户型三大模式二、他山之石——可以学但不能照搬第五节 室内设计提高生活品质一、小户型室内设计应注意三个细节二、小户型室内设计十条禁忌三、精美小户型室内设计作品第六节 小户型设计“偷面积”九大秘诀一、设计低台凸窗和落地凸窗二、设计超大入户花园和大阳台三、赠送大露台和半地下室四、设计共享梯厅五、设计隐藏式衣橱六、设计可拆卸凸窗和可打掉步入式凸窗梁七、把空调机安放处变成生活阳台八、做大层高，变成挑高房源九、设计空中院馆第三部分 秘炼小户型最佳营销、价值提升方案第一节 支持小户型营销六大要素一、地段支持二、经济环境支持三、人口环境支持四、小户型产品功能要素支持五、小户型行销推广要素支持六、小户型的产品要素支持第二节 量身打造小户型产品价格策略一、差异地段实施价格分层二、高附加值营销九大必备要素三、制作装修房价格策略四、居住理念推广价格策略五、竞争因素赢得价格的上扬空间第三节 精准掌握小户型产品营销控制手段一、小户型产品营销两大原则二、控制房源实现销售三、结合产品特点实施价格控制四、依据销售情况实施促销措施控制五、广告控制集中在销售期……第四部分 小户型项目全程推广案例实录第五部分 全国10大城市精品小户型巡展

## <<绝妙小户型>>

### 编辑推荐

理由 1 精选全国10大城区最新620例户型原图。

《绝妙小户型：620例中国最精致人居空间设计》精选全国10大城区近三年内开盘的109个热销项目，集结620例小户型原图，对案式解读了不同城市背景、消费文化、客户诉求、购买能力中各种高品位的精致人居空间，为全国开发商提供了最具情报价值的一手资料。

理由 2 借鉴一流设计理念提升小户型空间价值 《绝妙小户型：620例中国最精致人居空间设计》接轨世界一流小户型的设计理念，总结日本、韩国及中国香港等地优质小户型项目创意化设计经验，教您如何减少公摊面积、“偷取”室内面积、组建空间功能、提高建筑水平，设计出精细化小空间里的大乾坤。

理由 3 精准定位不同目标客户背后的个性需求 《绝妙小户型：620例中国最精致人居空间设计》精准定位了最新升级版小户型面向的目标客户群，重新解构不同目标人群背后的生活方式、文化构成、购买能力、特殊需求等。

结合小空间项目的自身特性，针对目标客户的个性需求，清晰划分了小户型项目营销推广各阶段，有的放矢地帮助开发商打造专属小户型项目的成功通道。

北京·广州·深圳·成都·南京·武汉·长沙·重庆·沈阳·海南。

最宽敞典型小空间设计方案。

<<绝妙小户型>>

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>