

<<家>>

图书基本信息

书名：<<家>>

13位ISBN编号：9787563397983

10位ISBN编号：7563397981

出版时间：2010-5

出版时间：广西师范大学出版社

作者：[日] 无印良品

页数：181

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>

内容概要

本书是日本著名生活家居品牌无印良品推出的“无印良品的生活方式”系列概念书之一。

这本书的主题可以概括为如何重新认识和打造“二手房”。

以麻省理工大学教授哈布•林肯所提出的支撑体住宅（support infill）衍生而来的“skeleton（骨架）+infill（内部填充）”的家装概念贯穿全书，是本书的结构主线。

本书内容丰富多样，讲述亲和活泼，贴近生活，通过文字、照片、插画相结合的形式图文并茂地展现了本书的观点。

全书整合了五个典型的二手房成功改造案例；十八位各行各业住着二手房的日本人对重装二手房的看法、装修时的体认与经验；两篇日本设计师对二手房设计装修的意见交流；四个关于“skeleton+infill”的拓展练习。

这些丰富的层次编排都很好地围绕并体现着无印良品一贯的品牌理念与设计态度：以最节约、最适当的方式实现从心的舒适与快乐，并为地球与人类的可持续发展提供最切实的生活建议。

在如今虚妄化、泡沫化发展的大陆房地产市场，购房与装修成为了都市人最大的生活压力和最普遍的生活话题，而如何跳脱出心中固有的对房子与家的观念，从而真正体会到拥有并亲手打造一个“家”的快乐？

也许无印良品会引导我们自己去发现答案。

作者简介

“无印良品(MUJI)”创始于日本，其本意是“没有商标与优质”。虽然极力淡化品牌意识，但它遵循统一设计理念所生产出来的产品无不诠释着“无印良品”的品牌形象，它所倡导的自然、简约、质朴的生活方式也大受品位人士推崇。有人认为，与其说无印良品是一个品牌，不如说它是一种生活的哲学。它不强调所谓的流行，而是以平实的价格还原了商品价值的真实意义，并在似有若无的设计中，将产品升华至文化层面。

书籍目录

看图表，识日本住宅状况5个案例 从骨架开始打造家 K府 壶坂府 马场府 杉本府 U府 说说家的事——【1】杉本贵志x北山 恒x原 研哉18种居住方式 我的私宅论 拓真伊佐夫 平松洋子 茂木健一郎 纳谷学·纳谷新 津村耕佑 SKELETON+INFILL 01 明白 骨架+内部装潢 SKELETON+INFILL 02 便当 SKELETON+INFILL 03 旅行包 SKELETON+INFILL 04 自己的家，自己设计 说说家的事——【2】五十岚太郎x深泽直人x原 研哉厨房地板 建筑用语集

章节摘录

5个案例从骨架开始打造家 K府 私人空间+涉外空间 = 家 “关于家，我只希望那是一个面积适中，能让我生活得舒心，并且没有任何不愉快因素的空间。

至于其他功能，我想那取决于我的资金，所以不抱有过多的想法和幻想。

” K先生自己也从事建筑设计这一行，之前，他一直住在六本木的一套公寓内。

那套公寓已有40多年的历史，对着国际文化会馆，会馆的绿色尽收眼底，而且房子面积在150平方以上。

但是，它毕竟是高级公寓时代的产物，用于室内装饰的都是枝形吊灯以及带有花纹的塑料墙纸等。

K先生觉得这些日常生活中经常接触的东西和房子的整体气氛非常不配，所以决定搬家。

刚开始的时候，他想买套房，但是由于没有买到土地，所以只好放弃。

之后，机缘巧合，他在一张嵌入式广告中发现了一套特价房，便对此产生了浓厚的兴趣。

“我去看房的时候才知道，这套房之所以卖不出去，是因为首都高速公路就在它前面。

但是，建房当时，它好像还是一幢高级公寓楼，每一层只有两户人家，而且还带有一部电梯。

经过查看设计图和检查管道设置，我觉得这套房没有问题，不仅没有问题，而且还设计得非常精细。

所以，我决定买下它。

”

编辑推荐

《家:我的私宅论》：五个二手房成功改造案例；十八位各界人士对重装二手房的看法与经验；两篇日本设计师对二手房设计装修的意见交流；四个关于“ skeleton+infill ”的拓展练习。
放下必买一手房的执念，体验重装二手房的乐趣。
让生活方式主导空间格局，用全新理念打造舒适生活。

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>