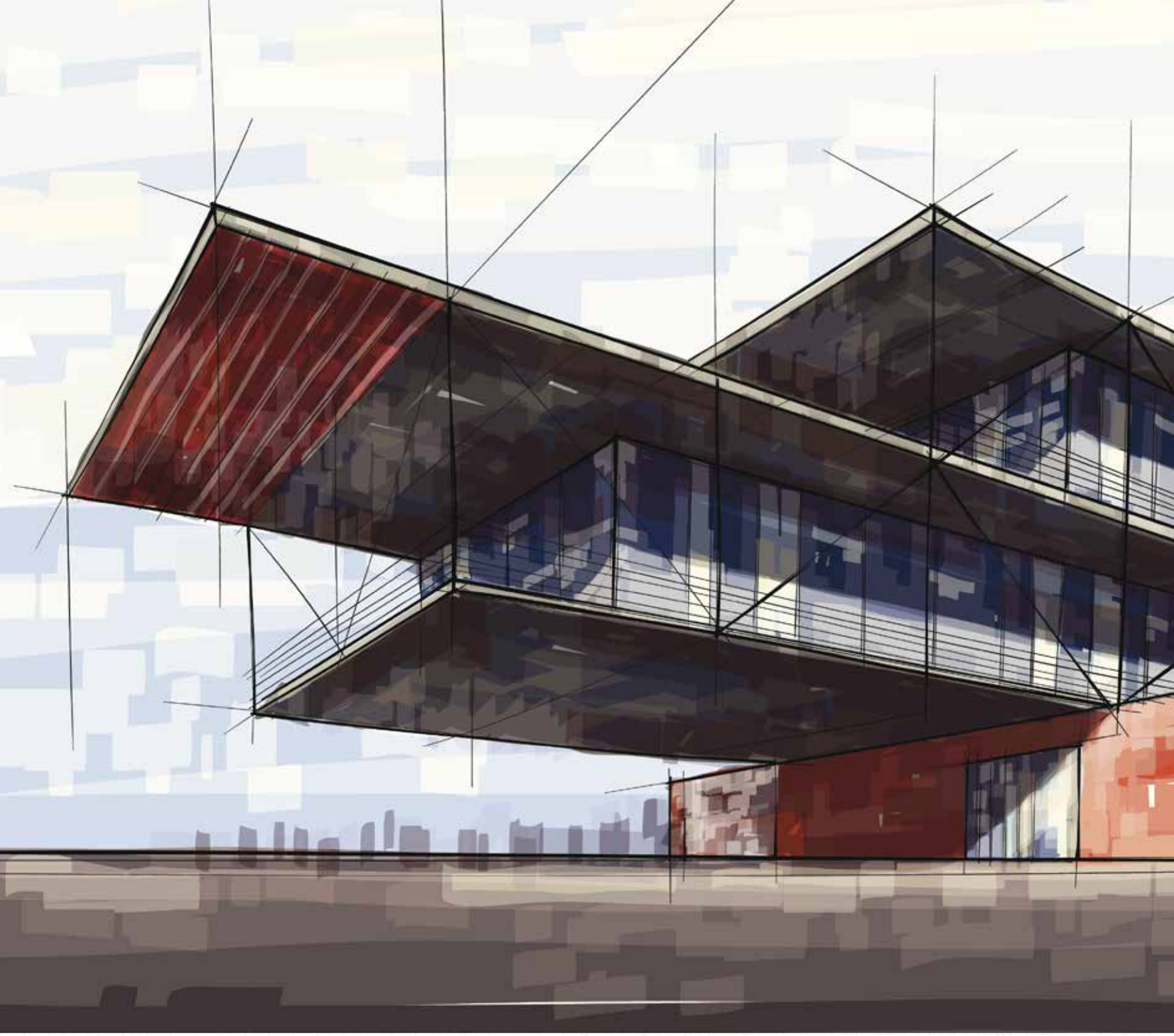


SECRETS
Kept within Mansions
顶级豪宅的秘密

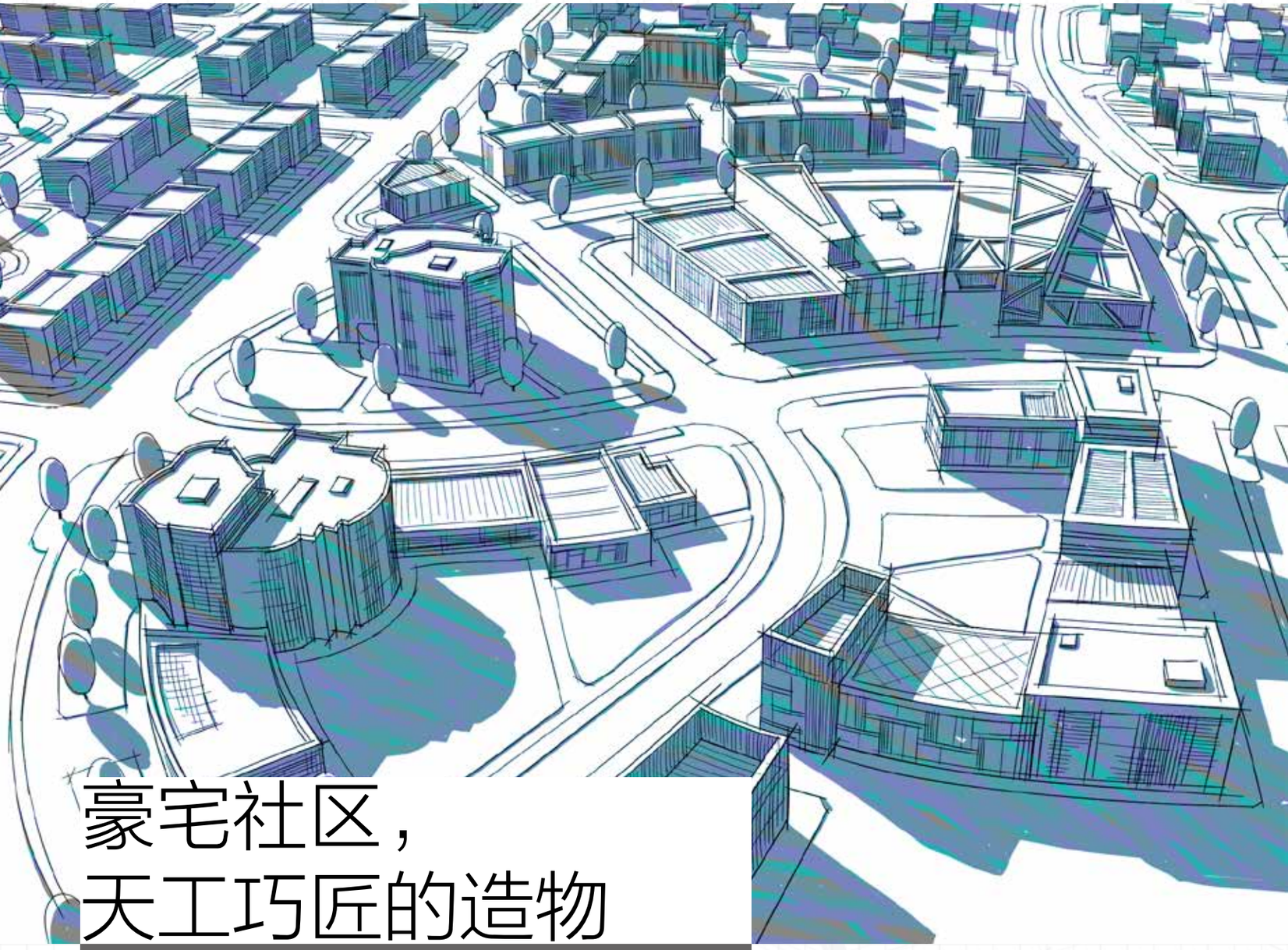
文 / 编辑 专题组

图片 SireAnko / Getty Images 提供

中国富人最乐此不疲的奢侈品是什么？当然是豪宅！根据胡润百富“2014 富豪消费价格指数”显示，2014 年拉动富豪消费价格上涨的第一名品类为豪宅，价格涨幅最大，达到 12.6%。比如上海一栋高尔夫别墅涨幅高达 34.2%，达到 2,500 万。而豪宅也是过去 8 年平均涨幅最高的品类。

豪宅是身份的标签，资产配置的选择，上流圈层的“入场券”……这些因财富增加、阅历提升而带来的品位需求，无疑将成为中国富豪们选择豪宅、豪宅市场因此风生水起的关键成因。对现代的财富群体而言，住宅早已不是基本的物质需求，也不是冰冷的钢筋水泥的堆砌，而是奢适生活的承载物：极致的建筑艺术之美，最个性的空间创意。

建筑外观、室内空间设计等都是豪宅的必备质素。而透过豪宅，可以看到富豪们对多样人生的态度，对审美品位的爆发……可以说，每一套奢华的建筑，都展示出了富豪们独一无二的精神世界。那么，追求生活美学的中国富豪们，会如何实现这种美轮美奂的现代家宅传奇？



豪宅社区，天工巧匠的造物

Luxury Communities Draw on Artistic Excellence

文 木杉 编辑 钱彬、杜欣一

无论是地处城市中心，还是远离喧嚣的郊外，从高耸入云的空中豪庭，到隐匿一隅的世外桃源……豪宅的秘密，将从社区规划开始，层层揭开。

图片 SireAnko / Getty Images 提供

地标中心，独揽全景的尊享

豪宅，顾名思义要突出一个“豪”字，豪气需要冲天，而那一幢幢矗立于城市中心的高层豪宅便最符合“冲天”的气质。试想，每晚你都能站在中心城区的制高点，俯瞰下方璀璨的万家灯火，那份自信与自豪感是油然心生的。

因此，许多重量级的地产商都不惜斥巨资买下城市的中心地段，打造出奢华的豪宅项目，且周边配套设施一应俱全，为的就是迎合富豪们向往驻立于城市顶端的这份澎湃之心。

位于上海的陆家嘴黄浦江畔的万科·翡翠滨江就是一个典型的例子。

翡翠滨江正对黄浦江一线江景，共分三期开发，由三位当代最具影响力的建筑大师——严迅奇、西萨·佩里、罗伯特·斯特恩通力打造。9 栋玻璃天幕建筑点式排布，在黄浦江上显得格外出众，而这种玻璃幕墙豪宅，也使得居住者无论身处房间的哪个角落，都能将黄浦江、陆家嘴的迷人景致尽收眼底。

作为城市豪宅的深圳中心·天元，同样拥有得天独厚的资源优势。天元高层南望香港连绵山脉和海湾，北赏“深圳公园之魂”莲花山公园和连绵百公里的塘朗山脉，东向极目远眺大城美景，西向就近俯瞰市民中心广场。其外立面利用幕墙与石材组合，三个五星级大堂规划及双梯入户设计；园林由国际景观大师 SWA 设计，引入国内外五星级酒店的园林手法，专属的空中私园等，都是至高点的致享。

当然，与深圳并称南粤双雄的广州怎能缺少空中豪宅。侨鑫汇悦台根据地块形状，从东往西布置了六栋 38~40 层的超高层塔楼，构成“皇冠型”布局。同时，通过设计引导视线，也减少了户与户之间的对望，提升私密性。社区也打造出一座叠景式园林，呈现“珠水云山”的别样意境：从东往西蜿蜒水带，宛若珠江支流，连通各塔楼；还有下沉式花园与首创的人工洞穴。

深圳中心·天元

值得一提的是，汇悦台也是华南区唯一采用全玻璃幕墙的纯住宅建筑，不仅节能、环保，还拥有 270° 以上无遮挡视角，实现景观最大化，空间开敞流动，是一个透明而私密的闪耀天地。

万科携手胡润国际名校推出艺术专刊

推出翡翠系豪宅只是万科推崇建筑艺术的一个方面，最近，万科更是携手胡润国际名校，联合推出《胡润国际名校·艺术、设计与表演》专刊，向中国高净值人群推荐与艺术、设计、表演相关的留学院校与专业。

上海，万科翡翠滨江

苏州，世茂·石湖湾

同样的，在成都，两幢 65 层、高达 222 米的大厦正在悄然诞生。这个名为 Art Residence（艺术公寓）的项目坐落于成都市中心黄金地段，毗邻时尚的锦江及市区主要商业和娱乐中心，并与望江楼公园隔江相望。这项豪宅项目也是阿玛尼集团在中国推出的首个房地产项目，Giorgio Armani 本人亲自领导设计工作室负责装潢公寓内部，室外公共空间以及公用服务设施，直接参与家居装修装饰中对所有材料、色彩以及表面处理的选择，并提供定制家具的设计服务。同时每一栋楼还将配备有供住户专属享用的顶层温泉游泳池。

闹中取静，大隐于市的智慧

既然有高调的空中豪宅，当然少不了隐秘在城市中的低调别院，这些藏匿于闹市区中的私家别墅，虽然得不到像空中豪宅那样的视觉冲击，但其凭借强大的私密性以及充满格调的外设风格，同样能够得到不少为人低调的富豪青睐。

上海的思南公馆就是这样一个大隐于市的豪宅社区。在很多人看来，思南公馆或许只是一片商业区，但其实，它还有一片不太为人所知的豪宅社区——思南公馆·东苑，是 1999 年上海历史建筑与街区保护性改造试点“思南路项目”的组成部分。

东苑区总建筑面积约 21,000 平方米，由四幢 4~7 层的现代风格建筑组成，共 118 席私属宅邸。每幢建筑以绿化庭院分隔，环境幽雅，营造宁静桃源的氛围，呈现出城市中心的私家绿洲。更有恒温泳池、健身房、思南公馆俱乐部、人文宴会厅等业主私家配套。而豪宅周边的社区环境更毋须多言，51 幢老洋房，由岁月积淀出厚重和寂静幽雅氛围，红瓦屋顶、卵石镶壁、郁葱古树……铭刻出一段百年海派时光。

无独有偶，位于苏州市中心的世茂·石湖湾，更称得上是有山有水的世外桃源。石湖是苏州著名的风景名胜区，石湖湾项目则位于石湖景区的东侧，由石湖景观环路、东石湖、南石湖三面环抱，独享 7 公里石湖湖岸线。而周边的上方山森林公园更是一片天然氧吧，造就世茂·石湖湾直接拥揽苏州城内唯一山景。

除了湖光山色的景致，社区内的整体建筑风格也是一大亮点。项目运用西方手法与东方文化相结合的方式，保留了苏州传统外立面白墙黑瓦的特色、同时又兼顾到当代建筑对功能的需求。整个小区也采用全石材立面设计，实行全地下行车系统，独立别墅每户 4 个车位，最大限度提供了充足的私人空间和绿色空间。坡屋顶设计，使建筑与整个石湖景区融为一体，全然不失苏州园林韵味的古朴色彩。

国粹气质，低调内敛的优雅

在如今西方风格的豪宅社区遍地开花之时，那些具备传统中式风格的豪宅同样毫不逊色。它们是由内而外，无论从内饰家装还是到外墙社区都充满了中国元素，这无疑是给那些对传统文化有着炙热情感的富豪们最大的吸引。

泰禾集团“院子系”，便缔造出了一个新中式院落别墅系列产品。在千年历史的院落建筑基础上，结合现代元素，运用先进的技术及观念，将经典的院落得以呈现。青石阶、柚木门、抱鼓石、影壁浮雕……每座大院的庭院面积都大于建筑面积，最小 1 亩，最大达到 6 亩。庭院分前院、侧院、后院三大部分，使居住者能享受更加宽绰的私家社交空间。

而泰禾在全国各地的“院子系”产品，也皆以福州的历史建筑“三坊七巷”为源头，并结合当地人居中的街巷规制，进行项目规划。如“北京院子”的街巷布局，则结合北京胡同、四合院所蕴藏的文化内涵，涵盖皇家、贵族以及平民等各阶层的生活方式。将福州“三坊七巷”的俊秀灵巧与北京皇城的富贵大气相结合，最终形成现在的三街五巷八坊。

静街深巷、古树高墙、门庭赫奕，人们可以在中式的庭院里对话自然，对话历史，并享受中式院落千年沉淀出的园林之美和建筑之美，深刻体会到中国人所推崇和传承的建筑文化及人文情怀。

而另一方位于苏州古城区中的拙政别墅，更是直接在拙政园原址上还原出了一片文物级的私人宅邸。拙政别墅继承了拙政园的灵气与内涵，以文徵明的《拙政园三十一景图》为母本，复刻十二景，将文学、书法、绘画、雕刻、建筑、盆景等艺术门类融入其中，蕴含了拙政园的历史文化底蕴，达到移步换景，处处有景，观之不尽的效果。

苏州，拙政别墅

在拙政别墅中，一木一石皆有文章，做外立面的金山石自民间采购而来；制造四方亭的杉木都在八十年以上；景窗雕花采用的是 10 年自然风干的百年树龄银杏木；瓦片是经过一年的反复烧制实验才制作出的独一无二的金属瓦。值得一提的是，打造拙政别墅工程的匠人还是非物质文化遗产的香山帮，这使得拙政别墅又成为一件不可复制的手工大宅。

泰禾院子系豪宅

华屋高楼，美自艺术

Luxury Houses, Beautiful Creations

文 陈希龄　编辑 陈飞林、杜欣一

一幢宅邸，远看是一朵芙蓉，巨大的花瓣结构自河面静静临水而出；
或推开一扇厚重朱门，可见白墙黑瓦，曲径通幽处的雕梁画栋……
不论是何种建筑风格的豪宅，财富阶层对于住宅美学的品位追求，将一一在建筑师的笔下实现。

图片 SireAnko / Getty Images 提供

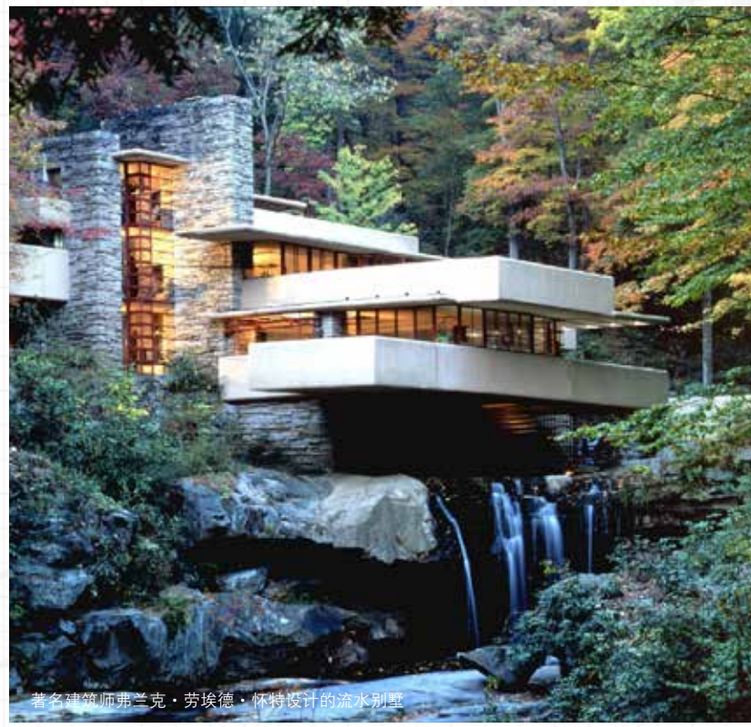
豪宅设计，赋予个性化因子

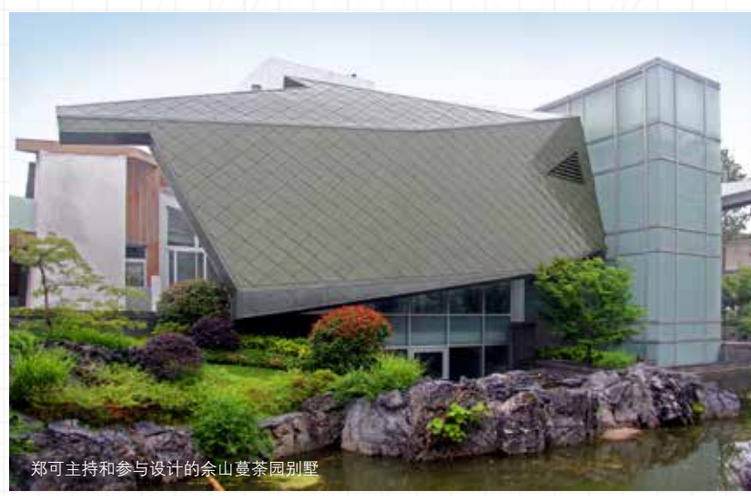
据 AECOM 中国区建筑设计高级执行董事、上海公司总经理郑可介绍，国外豪宅的概念范围相当广，一般是富豪自己买地、盖房的居多。豪宅有各种各样的形式，如城堡、庄园、市区黄金地段公寓等等。国内则是开发商负责楼盘开发，对于新建豪宅的设计，建筑师主要与开发商打交道，直接面对业主的情况非常少，当然豪宅的室内装修或改造除外。

中国富豪的普遍做法，是或者购买开发商的楼盘，或者购买一套老住宅，重新整修里外的设计，达到自己的喜好。

曾有两家开发商想复制欧美的豪宅模式，提出“私人定制”的概念，即开发商先去找买主，找到后再为买主进行一对一的建筑设计，但两家都发现难度相当大。从销售角度讲，开发商无法“拿着”图纸卖房，就算政策允许，买主需要跟开发商建立非常特殊的信任关系；在风险方面，如果设计出来后买主反悔，目前也没有任何法律约束这种做法。

最后，开发商只能放弃这个想法。其中的一家开发商则采取了折中的办法：请郑可他们作为建筑设计的总承包，由他们出面寻找一些设计非常个性化的建筑师，每人负责一栋或数栋豪宅的建筑设计，以此实现最初的目标：为每栋房子赋予不同的建筑形式与个性。


著名建筑师弗兰克·劳埃德·怀特设计的流水别墅


郑可主持和参与设计的佘山蔓茶园别墅

为富豪把关，开发商决定一切

在开始整个豪宅项目的建筑设计前期阶段，开发商代表了大量的消费群体，同时也帮助建筑师简化了很多需求与流程。在此前提下，建筑师所得到的关于豪宅设计的要求，则是通过开发商对市场的理解与调研：建筑的总体风格；卧室、客厅的面积与高度的标准；对厨房、卫生间的要求；还有不同空间的观景要求等。

比如，对于建筑师而言，接触到的项目位置几乎涵盖了湖边、海边、坡地等所有类型。对于观景、利用地形等基本要求，开发商相对了解中国富人的想法，他们把项目的要求告诉建筑师，给出“原材料”，建筑师则需要拿出自己的概念与创意，融合建筑知识和艺术创作，最后成为市面上的豪宅“大餐”。

当然，不是所有的“大餐”都能叫好又卖座。一些新颖的建筑艺术设计或技术，有可能会引起轰动，备受追捧，但也有可能富人无法接受。比如有富豪将建筑师特意设计的屋顶游泳池改成了观景平台，更有将豪宅的玻璃全部换成了防弹玻璃的案例。

去符号化，文化意象融入建筑

面对追求建筑美学的开发商与其背后的富豪消费群体，如何为一套宅邸找到独属的文化意象，而不令这个文化意象变得形式化，至关重要。

以上海佘山一套文化创意来自土楼的豪宅为例。郑可介绍说，需要先将地基下挖成半地下式，成为室内外交融的活动空间。建筑整体用钢梁架起来，中间包含了所有的管网、给排水、厨卫空间等。周围中空的一圈，并不像一般住宅项目那样事先限定好区域，而是让主人住进来后自由划分，完全颠覆了对住宅的传统想法。

国外的豪宅建筑设计

比尔·盖茨的“Big House”：位于华盛顿湖畔，用将近7年的时间打造而成，总占地超过5万英亩，别墅外观为18、19世纪庄园风格的4层建筑，宅内安装各种高科技设备，被称为“世界上最智能的住宅”。

拉里·埃里森的日式豪宅：位于加利福尼亚伍德赛德，主体建筑为10座完全由手工打造的日式建筑，周围环绕着樱花、银杏以及枫树。拉里·埃里森称这套豪宅“是日本本土之外最地道的日式房屋”。

穆克什·安巴尼的“Antilia”：位于孟买，是一栋现代主义风格、27层楼、高173米的豪宅，穆克什·安巴尼本人说房子根据莲花和太阳设计，建筑内用稀有木材、大理石、珍珠母贝和水晶装饰。

资料来源：网络收集

此外，受弧线的外形所限，采用了铝板制成的波形瓦，反而为房子添加了一丝中国传统建筑的意味。虽然创意来自土楼，但最后呈现出来的建筑形式，已经不是传统的土楼形状，就像在一块大石头中间雕刻出一个洞。出于对这套房子建筑艺术的喜爱，一位中国富豪买了下来作为私人会所。

另有一套房子的文化创意，则来自于出水芙蓉。这个想法是建筑师根据房子处于水流拐弯处的地理特点而来，房子全部由钢结构搭建而成。远看，这套房子外立面的不规则形状，就像从水里长出来的花瓣，又不至于具象到像莲花。

从艺术角度看，这些独特设计的豪宅，怎么看都不像是住宅，反而像一座座美术馆、博物馆。但在开发商与建筑师看来，豪宅消费群体毕竟是处于金字塔顶尖、数量很小的一群人，愿意购买这些房子的富人，追求的就是体验。这一点，国内外富豪的豪宅消费心理十分接近。

转折交岔，山水景观入帘来

设计一套豪宅，人文、自然景观因素，或两者取其一，或两者缺一不可。对于忙碌的中国富人而言，大部分独栋豪宅是作为度假房产的需求出现，能够让他们放松或者独享私隐的景观设计，显得十分必要。

郑可曾主持设计过的一个桂林豪宅项目，房前是桃花江，屋后是桂林山水。在考虑到自然景观资源的丰富性后，为了不让住户走到每一层楼，通过窗户看到不同高度但一样的风景，建筑师为每栋房子做了不同的景观设计，以房子内不同角度的转折交岔，设计出不同的观景体验。比如某间房可以看到庭院，另一间房则可以看到远处的麦田或远山，屋顶平台也做了一些观赏设计。如果房子朝向偏西，则还可以做一个遮挡夕阳的棚子，棚子下的区域，可以变成室外活动场所。

对于一些相对密集型的豪宅项目，则更需要小中见大的景观设计。或做一些地形高差，或做假山水面，变成“自然”景观，既符合中国人对山水景观的需求，也保证富豪邻居们彼此之间的私密性。

风水美学，豪宅的必备要素

中国的风水之说，同样包含着与自然景观相融合的建筑美学，对于大部分以生意人出身的中国富豪而言，尤为看重。

郑可主持和参与设计的佘山蔓茶园别墅

郑可主持和参与设计的桂林 5 号公馆

比如香港的深水湾、浅水湾、大浪湾，一向被视为聚财、权贵之地，聚集了李嘉诚、郑裕彤、何鸿燊、马化腾等企业家的豪宅。上海崇明岛的一个豪宅项目，开发商就曾请了两位风水师，从整个社区规划与建筑设计上进行指点。

尽管大部分开发商不会直接提出具体的风水规定，建筑师也不是风水专家，但同样需要了解一些与风水相关的基本规则，比如不能在北面设计一个反斜坡，或者在南面堆一个很高的山体。在项目总平面与每栋房子的建筑设计上，都要做到既保证隐私，又符合风水需求。如果富豪买房后有风水需求，则还可以通过装修、家具和物件摆放等来实现。

对于建筑师而言，设计豪宅时，必须要考虑到客户群的消费能力、喜好、年龄段与经历，才能在体现建筑艺术之美时，更易于被潜在买家所青睐。

对话建筑设计师

《胡润百富》：作为建筑设计师，您怎么去定义豪宅？

郑可：豪宅没有清晰的定义，范围也相当广，但有一定共性：资源（土地、景观、地段等）占有率高；还有房子面积、装修、配套、服务等标准，舒适度是最基本的要求。有的人也不追求舒适度，追求的是体验。比如由著名建筑师弗兰克·劳埃德·怀特设计的，在美国宾夕法尼亚州匹兹堡郊区熊溪畔的流水别墅，整个房子是架在山上，立在瀑布之上。住这种别墅的人，就是追求一种体验。

《胡润百富》：按照这个标准，国内外豪宅在建筑设计上有哪些不同之处？

郑可：豪宅历史跨越的时间相当广，国外的豪宅可以追溯到古罗马时期的庄园、中世纪的城堡；到工业革命后，有一些称得上典范的豪宅，比如著名建筑师勒·柯布西耶设计的在巴黎近郊的 The Villa Savoye，整体像一个方格子，用 20 根柱子架空，上面是空中花园。还有美国康涅狄格州新迦南的“玻璃盒子”，最初由建筑师菲利普·约翰逊设计完成，将玻璃亭与石台结合，周围就是森林。所以在设计上，国外的富豪喜欢自己买地或有祖传的地，让设计师来设计房子；国内也有一些是富豪自己找人设计、建筑房子，但比较少。受到土地所有制限制，国内比较适合集中管理、集中开发，普遍以开发商导向为主。

《胡润百富》：在这种情况下，国内外富豪对豪宅的追求，有什么不同吗？

郑可：实际上豪宅更多的是对精神层面的追求。国外很多富豪比较低调，不想宣示自己的财富，不愿在物质上张扬自己，更追求实际的享受和体验、个性化的释放，比如比尔·盖茨的豪宅就是我们公司设计的，但他就要求不以任何形式公开关于他房子的资料与照片。中国富豪住豪宅，也是精神追求，只不过因为社会发展阶段不一样，他们中的相当大一部分既要实际的享受和体验，还要宣示自己的财富、社会地位。这些差距形成了国内外豪宅产品的不同。

郑可

法国注册建筑师，AECOM 中国区建筑设计高级执行董事、上海公司总经理

空间风潮，品位格调

Interior Designs in Best of Taste

文 陈希龄　编辑 陈飞林、方怡、杜欣一

如同财富从无到有那样，中国豪宅主人对室内装饰的品位，亦是从零起步，逐渐显现出一番新贵格调。甚至有一些人，因此逐渐找到了独具其自我风采的住宅品位。特别是随着他们心境的变化，品位的提升，以及科技的发展，这一切让豪宅内部装修的风潮，不断推陈出新。

图片 SireAnko / Getty Images 提供

豪装，主人们的美学历练

从汤臣一品、仁恒滨江的大平层豪宅到独栋式别墅，原美国 Gensler 设计公司设计总监、现 HLH designs 创始人兼首席设计师谢蕙龄，陪着同一位豪宅主人，经历了超过 5 年的室内设计合作历程。在为开发商设计豪宅室内项目同时，她还为多位富豪设计他们的个性化豪宅装修。

据她介绍，对于室内设计，富豪们往往只有一个大概想法，设计师需要多跟他们沟通，渐挖掘出设计需求与理念。最重要的环节，是豪宅主人们的参与——这也让不少人，因此慢慢找到自己对住宅的品位，仿佛经历了一次美学历练。

一些个人色彩浓厚的物品如喜欢的书籍、相册或者在旅行中购买的物品，以及一些喜欢的艺术品等，这些可以让豪宅主人引起各种美好的回忆，都可以在室内设计、硬装完成后，放到新的空间中。上述那位入住仁恒滨江豪宅的主人，也是自己购买艺术品，慢慢丰富室内装饰。这位富豪曾购买了一尊非常像他本人的雕塑放在家里，结果发现与整体空间非常契合。每次有客人来，他都要介绍一下这尊雕塑。这也侧面反映出，主人的亲自参与，或许可以让他们在居住期间，时刻保持一份独特的成就感。还有一些富豪大多数的时间都在出差中度过，他们住过无数好酒店，这些酒店的设计，也往往会启发他们装修豪宅时的灵感。比如有人曾要求将自己住过的酒店的茶室风格，加入豪宅的室内设计中。

这样的豪宅，既融入主人的本人气质与情感，亦展示了他们的品位与风格，才可能成为真正适合他们身份的豪宅。

谢蕙龄设计的南京世界贸易中心样板房

吴滨设计的皇都花园别墅室内

科技化，融入健康的时尚潮流

比尔·盖茨的豪宅令人瞩目的焦点之一，是其宅内充满的高科技元素。据说，来拜访他的故交，进门时就会领到一个“胸针”，里面包含有这位客人喜欢的温度、湿度、灯光效果、音乐等个性化资料，走到哪里，中央电脑就会根据胸针中的信息，对房间周围的环境进行调节。连厕所里都安装了一套检查身体的电脑系统。豪宅内的这套中央系统还可以远程遥控，在他回家前提前做好迎接的准备。

类似这些与便捷、健康生活相关的科技设计，也逐渐被中国的富豪们所青睐。对这些忍受着比常人更多压力、身体超负荷“运转”的富豪而言，豪宅的室内健康问题，比任何都重要。设计师们也往往会建议他们考虑这些设计。开发商一般会在一些大平层的豪宅中，提前为未来的住户设计如新风系统、水处理系统等与健康相关的科技化系统。甚至有富豪要求设计一套卧室的断电系统，只留夜灯功能，以保证睡

如何让豪宅越住越舒适

设计过程的参与：豪宅主人需要与设计师彼此保持沟通；参与艺术品和软装的选购；赋予室内空间里的主人个人化色彩。

风格的选择：基础设施尽量不要太花哨，为软装预留空间；硬体装饰选择中性化设计，如天花板、地板、墙体尽量不要选用夸张强烈的色彩；对室内风格、喜好的改变，可在后期通过更换家具、装饰品等来焕然一新。

细节的考虑：用科技与智能技术带来便捷生活；设计与个人生活习惯相关的细节，如卧室断电系统等；安防系统的设计等。

资料来源：HLH designs

眠时没有电磁辐射干扰。除了室内健康，比如利用自然光的变化，控制室内灯光光线的强弱度等环保节能的方式，也成为富豪们要求配备的住宅设计趋势之一。

功能设计，精彩纷呈的个人风格

不仅是在豪宅内追求科技化的系统，富豪们也更喜欢SPA、瑜珈房、健身房、游泳池等与健康相关的运动功能区域的设计，再结合雪茄室、酒窖等，走进一套豪宅内，访客往往能第一时间判断出主人的喜好与个性。

现在越来越多富豪开始收藏艺术品，他们同样需要在豪宅内有一个专门的小型博物馆式的收藏室，可以让朋友们欣赏自己的藏品，展示自己的艺术品位。甚至还有一些富豪，每隔一段时间，就在宅内更新一批藏品。设计师就必须设计一个专门的空间，比如在一面墙壁上设计活动的挂画系统，满足主人每三个月就更换一次画作的需求。

也有富豪要求设计小型家庭影院、KTV、酒吧等娱乐功能区域，满足自己放松与朋友相聚的娱乐需求。这些功能区域的设计，不仅需要室内设计师，还要有专业顾问团队与厂商负责相关设计，重点是要帮富豪们寻找到专业的团队和产品。比如，要知道有什么SPA品牌可以使用；藏酒室，要注意温度与湿度；影院，隔音、投影的要求；游泳池的标准等等。

在谢蕙龄合作过的一些别墅、庄园类豪宅项目中，几乎所有的富豪都要求有上述这些功能区域。即便是同样的功能区域，不同个性与喜好的富豪对细节的要求也不尽相同，这些同样透露出了豪宅主人的生活方式与作风。

风格倾向，也是富豪居家的需求

富豪们的生活、阅历、年纪的不同，也反映在了对室内设计风格的选择倾向上。比如父亲喜欢古典风格，儿子喜欢现代简约。也有一些富豪，因为大部分时间都在做“空中飞人”，希望住宅内要安静降噪，装饰的色调平淡，倾向于质朴的乡村风格，让他们偶尔回家时，就可以得到彻底的放松。

一个有趣的案例是，谢蕙龄的一位客户在尚处于“公子哥”身份时，在豪宅内设计一块大屏幕看足球赛，色调黑白，

谢蕙龄设计的上海翠湖天地嘉苑室内

吴滨设计的江山 99 别墅室内

整体是简约风格；结婚生子后，开始选择彩色的色调，也放弃了过去喜好的硬朗风格的家具；现在开始设计可传承的古堡式风格。这些或可说明，随着富豪们个人成长、见识与家庭角色的变化，处于不同的人生阶段的他们，对室内装修风格的选择也发生着变化。

富豪对装修风格的改变，也使得设计师必须做出变化。比如另一位从业 20 余年的设计师吴滨，就以“摩登东方”的设计理念，满足客户对豪宅文化的需求。该风格灵感源自水墨画，通常使用黑白灰三个主色，以融情于景，将六彩粉墨，在明暗之中突显笔墨干湿之韵律变化。另有“计白当黑”，用大面积的留白和深浅对比，令室内空间措置得宜。

从这些风格倾向的变化，或许可以预见：中国富豪经历了向别人展示财富的阶段后，开始越来越倾向于个性、低调的居家风格。

对话室内设计师

《胡润百富》：您主要做过哪些豪宅设计？

谢蕙龄：跟开发商合作的主要是一些大平层豪宅的室内设计，现在开发商都喜欢做精装修房子，所以在开发商、建筑师开始做项目时就参与一些室内设计，按照健康环保理念来设计，再根据大平层或复式平层来设计一些功能区，有时候甚至要考虑到小区网络信号、房内预留小物件摆放位置等非常细节的设计。还有帮个人客户做豪宅室内设计，主要是大户型、独立的别墅，不同富豪喜欢不同的个性化的设计。作为设计师，我的工作是多与他们沟通，了解他们喜欢什么，把他们喜欢的东西变成一个有美感的空间、一个好的居住环境。

《胡润百富》：怎么去了解个人豪宅客户的室内设计需求？

谢蕙龄：比如我会建议他们去看看杂志，找到自己喜欢的风格。也建议他们将看到的、喜欢的装修风格图片给我参考，这样我从他们给的图片中，就大概可以知道他们喜欢什么样的室内风格。设计师就必须像一个心理师、艺术家、社会学家，要了解客户心里想什么。还可以从客户的着装、外表、谈吐，推测他们是什么样的人。设计师还要常常和他们沟通、聊天，以此来知道他们的需求。

《胡润百富》：这些豪宅客户在室内设计的品位与选择上，有呈现出什么趋势吗？

谢蕙龄：富豪们对豪宅、对室内设计的选择在不断改变。室内设计的话，以前很可能喜欢贴金贴银的风格，现在慢慢地在改变，连对家具的选择也在改变，会选择低调风格的家具。他们的品位在改变，又经常在各处买房子，最好设计师也是长期合作的，可以根据他们生活方式与品位的变化，在室内设计上也做出相应的改变。所以我跟很多客户变成了朋友，彼此之间互相信任，有默契，像朋友一样知道他们的设计需求是什么。

谢蕙龄

HLH designs 创始人 / 首席设计师、原美国 Gensler 设计公司设计总监

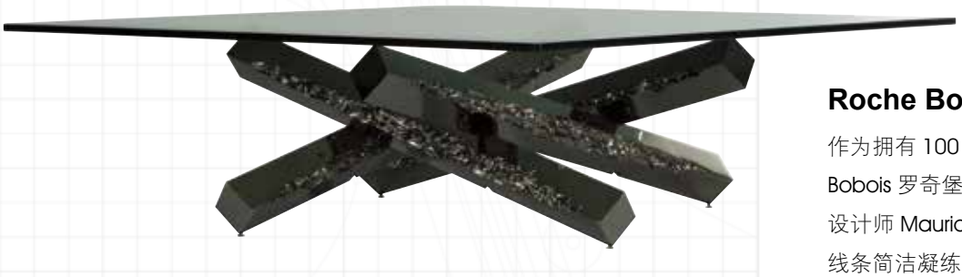
空间主角，点亮居室别致一隅

Lighting up Interiors with Good Design

文 Lique 编辑 杜欣一

一件好的居家设计作品，融合着科技的严谨与创意的巧思，它是审美、文化与鲜明个性的载体。人们已不再简单地追求功能上的满足，豪宅也不仅仅再是“顶级”和“物质”的堆砌，在这些摩登单品的点缀下，它将真正成为一间城市中的心灵居所。

图片 SireAnko / Getty Images 提供



Roche Bobois 罗奇堡 FUEGO 茶几

作为拥有 100 多年历史的法国顶级家居品牌，Roche Bobois 罗奇堡一直以来深受贵族名流的喜爱。由法国设计师 Maurice Barlione 全手工锻造的 FUEGO 茶几，线条简洁凝练，将现代建筑、当代艺术融合，体现出雕塑化作品的精髓。

BoConcept 北欧风情 Carlton 沙发

BoConcept 北欧风情携炙手可热的色调——贵族蓝，与温暖自然的材质形成完美搭配，用闪亮金属色不断冲击感官体验，皮革和面料混搭的概念将不同色调的蓝运用到了极致。经典款 Carlton 沙发采用全新 Firenze 面料，精致的结构纹理与闪烁的丝线带来柔滑但又不拘一格的感受，而扶手顺滑的蓝色皮革恰到好处的撞出此款沙发混搭的完美外观。

Schimmel “飞马 Pegasus”钢琴

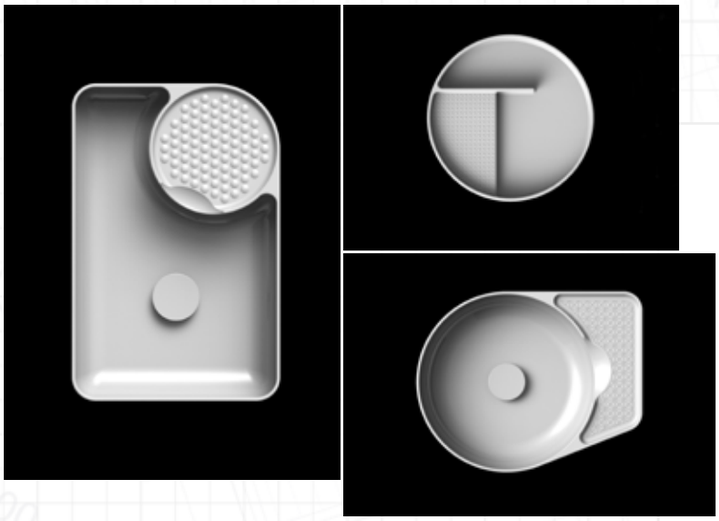
秉承 Schimmel 一贯的高贵品质，精细做工、标准严格、音质纯净，亦可谓是传统名琴与时尚元素完美结合的极品之作。无论从琴身的任何角度看，整架钢琴都像一匹飞马盘旋在空中，初看极具颠覆性，对钢琴演奏者来说，这个设计也得以让他们可以真正与这个乐器融为一体。在弹奏时与钢琴进行深层次的沟通，这也正是设计师所能给予真正一流的乐器和演奏者之间的精神互动。

Savio Firmino 家具

创建于 1941 年意大利佛罗伦萨的 Savio Firmino，坚持传统纯手工制作工艺。在意大利传统风格的基础上，融入现代人对于家具舒适性和功能性的要求。并在制作过程中运用了 18 世纪后曾经丢失的工艺，赋予 Savio Firmino 产品高贵典雅的质感。Savio Firmino 的制作工艺包括纯手工雕刻，贴金工艺，手工磨光，上釉，打石膏以及上保护漆。在细节的装饰上也选取了珍贵的材料：如水晶石，珍珠和石英等。

海丝腾 Vividus

在海丝腾，从床具到床垫完全由技艺纯熟的技师纯手工制作，确保每张床拥有高质量与不朽的价值。天然材料的甄挑细选和科学使用确保了整张床都能带来非凡的舒适感受。海丝腾 Vividus 是海丝腾极为豪华的欧陆床，提供前所未有的舒适感和酣梦体验，并带来极致的失重感。每张海丝腾 Vividus 床具底座都镶嵌着彰显身份的个性铭牌。



Laufen 洗面盆

120 年多来，LAUFEN 将人类最古老的陶瓷材料精细加工，充分融合了来自于南方意大利式的感性情怀和北方经典的精细传承，使其锻造出完美独特的瑞士品质。Laufen 运用其最新蓝钻陶瓷（SaphirKeramik）技术打造出宛如珠宝一样绚烂的洗面盆，完美演绎出曲线函数，装饰图案或者纹理效果完美交融的矩形与圆形元素。

Fisher & Paykel 600mm 系列烤箱

Fisher&Paykel 600mm 系列烤箱拥有行业内最大容量，外观设计独具一格，可完美搭配其他厨房电器；其拥有低温可触摸箱门和三层隔热玻璃门板，同时依靠独立的门体和炉腔冷却系统，确保外门板表面清凉可触，提供最安心的安全保障。Fisher&Paykel ActiveVent ™ 技术和直观控制系统，可精确选择烹饪模式，确保最佳烹饪效果。

Miele MasterCool 制冷系列酒柜

Miele MasterCool 系列酒柜的电子控制系统确保精准温度的恒定控制，为各类型葡萄酒创造最适宜的理想温度。对于长期储酒而言，湿度控制也非常重要。适当的空气湿度帮助软木塞保持良好的密封性。Miele 动态制冷系统确保空气温度和湿气均匀循环，活性炭过滤器持续提供新鲜空气。阿拉伯橡胶木制成的抽拉式搁架稳固可靠，便于取用美酒而不会受到任何震动的干扰。

Gaggenau 升降式台式吸油烟机

可隐藏于灶台之下的吸油烟机为厨房岛台和开放式厨房的设计提供了新的解决方案。此款吸油烟机运行高效，噪音低，在蒸汽和油烟产生的瞬间便可将其排除。产品设计别致，高效便捷，可与所有 Gaggenau 灶具组合安装，灵活地运用在任何厨房设计。不锈钢吸油烟机的吸风口可自动上下升降，当需要使用吸油烟机时，吸风口可升出台面；当不需要使用时，可将其隐藏于灶面的下方。

邂逅衣帽间，方寸里的时尚经

Fashionable Closets for Fashionable Clothes

文 Lique 编辑 杜欣一

一个功能与美学极致结合的衣帽间，连接着与主人之间最亲密的生活方式。
这里是每一件华裳的安身之处，也塑造了每一个转身之间的完美亮相。
豪宅里的这块方寸之地，有着独到的个性和想法，陈列了气质与品位，亦是最顶级时尚的私密圣地。

1. 套装 Gucci
2. 皮带 Gucci
3. 鹿皮开车帽 Gucci
4. 围巾 Canali
5. 皮手套 Dunhill
6. 山羊皮 BRERA 手袋 Bottega Veneta

1

2

3

4

5

6

1. 手提旅行袋 Burberry
2. 皮夹 Dunhill
3. 套装 Ermenegildo Zegna
4. 印花丝绸围巾 Gucci
5. 袖扣 Zilli
6. 牛津鞋 Roberto Botticelli

1. 套装 Gucci
2. 印花小羊皮手套 Dior
3. 水晶袖扣 Dior
4. 手袋 Roger Vivier
5. 黑色高跟凉鞋 DVF
6. 水蛇皮高跟凉鞋 Boss

1. 手提包 Salvatore Ferragamo
2. 单肩包 Roger Vivier
3. 套装 Bottega Veneta
4. 宝石项链 Bvlgari
5. 印花丝巾 Salvatore Ferragamo
6. 及踝靴 Burberry
7. 手绘腰带 Burberry

豪宅主人的内心秘密

Luxury Homeowners' Innermost Secrets

文 王祈骅　编辑 陈飞林

每一座豪宅都是一个谜，它们不仅自身神秘，还透露了主人们的心理秘密。
豪宅与管理风格、豪宅与内心力量之间，有怎样的联系？

王小咪
法学硕士，上海德载中怡律师事务所主任、NLP 执行师

无论是"土豪"还是绅士，装修一栋豪宅，尽管极尽顶级设计师的心思，但最终表达的，还是主人自己的意志。身为律师、NLP 专业执行师的王小咪，常常有机会参观一些高端人士的住宅，在她眼中，每一所豪宅，都是一个丰富的内心世界，这些"土豪"与"绅士"为什么成功？为什么遇阻？以及他们的职业特征，都在豪宅中展露无遗。

《胡润百富》与王小咪进行了一次有趣的对话，以呈现出各种新奇的视角，展示豪宅主人的内心秘密。

豪宅为什么拒绝串门？

《胡润百富》：住宅，表达了主人的内心，那么豪宅满足了主人的哪些心理需求呢？

王小咪：作为一个社会的人，普遍有两种矛盾的需求：暂避现实的需求和寻求认同的需求。豪宅的广告中，为什么总是会用到"私密"这个词？企业家通常压力很大，平时必须面对各种纷繁复杂的局面，作为一个企业的领导者，往往是孤独的，所以需要一种私密和自由。有一个阶段性与世隔绝的空间，是这种需求的一个重要部分。

我有一个苏州的企业家朋友，他有一栋 1000 多平方米的宅子，他请设计师营造出了一种神奇的效果：利用简洁和宽敞，让环境非常宁静，有一种穿越时空的错觉，走进这里，仿佛外面的人再也找不到你。在我看到的豪宅中，有这种强烈隔绝感的不在少数。

我还看到过一个著名开发商的别墅楼盘，小区里有很多栋别墅，虽然院子占地面积不是十分大，但外面的人完全看不到你。

在富豪们拥有的很多套房子中，往往有一套是精神彻底放松的地方，这种房子是不会轻易让人串门的。就像在上海这样的一线城市，人们的心理压力普遍较大，很少像三四线城市那样互相串门。

图片 邱吉云为胡润百富独家提供

不相互串门，是可以相互保持自己的私密和自由空间，也是释放心理压力的一种方式。

作为标签的豪宅

《胡润百富》：通过豪宅寻求认同，是怎么表现出来的？

王小咪：富豪朋友们常常买了房子，非常投入地设计装修，这个地方可能是他们起初准备自住，同时也是开派对、接待朋友的会所，也可能是起初就打算作为接待嘉宾用。如果是前者，往往是他们最初购买的豪宅；如是后者的话，说明这位主人已经很成熟了。从成功人士的正常心理出发，最初购买的豪宅，往往选择知名楼盘、CBD 黄金地段……从一开始，这些选择就体现了身份认同心理需求。在上海，如果说，我住在陆家嘴，实际上是表示了主人的高贵身份。如果是第一套豪宅，在装修时，主人可能会无暇顾及舒适，尽力追求品位和豪华，以期打造梦想中的完美家园。比方说，一张红木的中式沙发，或者国际著名品牌的家具，或者有故事和传说的收藏品，都是必不可少的，面对宾客的赞扬时主人自然会陶醉其中。其实，在大部分企业家的心中，不仅财富需要被认同，品位也需要被认同，所以他们在装修时会很用心，很专心，这类人往往是做事认真、追求完美、很聪明，而且非常容易成功。

装修与管理风格

《胡润百富》：豪宅的装修态度，与主人的行事风格有关吗？

王小咪：我个人觉得是有关系的。依我的观察，选择欧式古典奢华路线，一般是年纪稍微长一点的企业家，也许是他们的生意和社会地位，让他们需要用奢华来展现自己身份；选择中式极简风格的，往往追求内心的宁静；而选择中式家具中比较繁复如清式的，往往可能既有隐退之心，又心有不甘，不想放弃浮华世事；至于敢走混搭路线的豪宅主人，依我来看则可能是内心非常强大的，因为接受不同风格的家具，实际上反映了一个人的包容度。

《胡润百富》：从装修风格也可以看出管理风格吗？

王小咪：没错，我想如果一个企业主能够自发运用混搭的方法，配制自己豪宅的家具，那这个企业是非常有创造力的，因为我发现混搭不是从技术上能解决的，而是一种心理上的选择、一种创造力的体现。

《胡润百富》：还有什么方面可以看出管理风格？

王小咪：和设计师沟通时的风格，也很体现管理风格，如果有老板可以任由设计师发挥，细节也不是很计较，往往企业在初创阶段是销售导向性、老板允许企业先野蛮生长，可能可以做到万马奔腾的状态。

院落与心灵的自由

《胡润百富》：装修的返工往往反映怎样的心理状态？

王小咪：对于豪宅装修来说，可能常遇到的情况就是返工，因为设计和想象不一致时往往需要拆除。面对拆除的态度，如果当时主人处于顺利阶段的人，往往会毫不犹豫就拆掉了；而如果主人犹豫不决，则可能他的生活或者工作遇到了一些困扰，从而影响了整个生活。这时候他就需要梳理一下思绪，不要让那个困扰在工作和生活中继续蔓延。

《胡润百富》：你能从心理上分析一下，为什么外国人比较重视庭院，而中国人比较注重室内吗？

王小咪：从心理学上说，注重室外，代表一种向往自由，思维无拘束，注重自我感受，追求人本的状态。对于中国创一代富豪来说，通常所受的教育都是以报效社会、家乡和家族作为个人成功的愿景的，不会十分注重个人内心成长，加之我国房屋所有权、土地公有制的特点，所以，相比国外而言，中国富豪更注重室内。不过，目前情况正在逐渐转变：越来越多 30 多岁的年轻的富豪和二代，也越来越崇尚和重视庭院的装修和设计了。由此可见，新一代富人的思维将会更加自由。

土豪金，恐惧与力量的象征

室内使用大面积的金色，代表深层未知的恐惧（出于民族传统，喜欢大面积金色除外），而同时，又代表主人内心很有力量，往往会成功。

从心理学上来说，如果长时间处于这样的色调中，往往会让人感觉很不舒服；从病理学上看，长期担忧，会导致脾胃失调等各种健康问题。我们不应该让恐惧担心焦虑成为我们长期的动力，所以我们要将这种恐惧进行转化和协调。

如果已经用了大面积金色，又希望有所改变，则可以用棉麻软装和绿色植物进行调节。还可以用丝绸配合金色，体现档次和价值感。

资料提供：杨波 英国 AURA-SOMA 色彩心灵师