

第一章

系统认识室内软装设计

- 第一节 室内软装设计概述
- 第二节 软装设计师的作用和能力
- 第三节 室内设计与软装设计的区别

学习目标

了解软装的基本概念，明确软装与硬装的区别，掌握室内软装设计的基本原则，储备软装设计师应具备的能力。

学习难点

软装与硬装之间的补充协调。

第一节 室内软装设计概述

一、软装的构成元素

软装由以下元素构成。

1. 家具

家具包括支撑类家具、储藏类家具、装饰类家具，如沙发、茶几、床、餐桌、餐椅、书柜、衣柜、电视柜等。

2. 布艺织物

布艺织物包括窗帘、床上用品、地毯、桌布、桌旗、靠垫等。好的布艺设计不仅能提高室内装潢的档次，使室内更趋于温暖，更能体现一个人的生活品位。

3. 灯饰

灯饰包括吊灯、立灯、台灯、壁灯、射灯。灯饰不仅仅起着照明的作用，同时还兼具有渲染环境气氛和提升室内情调的作用。

4. 饰品

饰品一般为摆件和挂件，包括工艺品摆件、陶瓷摆件、铜制摆件、挂画、照片墙、相框、油画等。

5. 花艺及绿化造景

花艺及绿化造景包括装饰花艺、鲜花、干花、花盆、艺术插花、绿化植物、盆景园艺、水景等。

6. 日用品

日用品包括五金交电、家用电器、计算机、灶具、厨具、餐具、卫生洁具、日用杂货、化妆品及卫生用品等。

7. 收藏品

收藏品包括历史文物、古代建筑物实物资料、雕塑、铭刻、器具、民间艺术品、文具、文娱用品、戏曲道具品、工艺美术品、革命文物等。其中器具包括金银器、锡铅器、漆器、法器、钟表、烟壶、扇子等；工艺美术品包括料器、珐琅器、紫砂器、木雕、藤竹器等。

软装可以根据居室空间的大小、形状，以及主人的生活习惯、兴趣爱好和经济情况，从整体上综合策划设计方案，体现出主人的个性品位，而不会千家一面。相对于硬装修一次性、无法回溯的特性，软装可以随时更换，更新不同的元素。不同季节可以更换不同色系、风格的窗帘、沙发套、床罩、挂毯、挂画、绿植等元素。做一个形象的比喻：把装修好的房子倒转过来，能掉下来的东西，都属于软装。（图 1-1）



现今的家居装修中软装设计不容忽视，一幅画、一个摆件无不体现着居住者的品位及个性，如何在家居空间里合理利用软装来增光添彩就成了重要的环节。

二、软装设计在室内设计中的作用

软装设计在室内设计中有以下几个方面的作用。

1. 营造气氛与意境

气氛是内部空间环境的整体印象，深沉庄重、清新高雅的文化艺术气质等都是内部环境集中体现的主题思想，而意境不仅给人美的感受，也具有联想和启迪特征，是一种精神上的享受。

2. 丰富空间层次感

墙面、地面、顶棚所形成的封闭空间如果通过硬装规划分隔，费力且成本较高，而利用软装的方法对空间进行改造，如利用家具、屏风、植被等将整体分隔为多个小空间，既可避免空间的空旷感，也可提升空间的层次感，使功能空间更合理，内部空间更具层次感。

3. 提升室内环境格调，体现文化内涵、历史文脉

室内设计展现的是人类文化的进步，软装艺术反映了文化艺术多姿多彩的特征。人们越来越注重“以人为本”的理念，不同文化背景、不同身份的人们在追求物质环境的同时，也更注重精神层面的追求。

4. 柔化空间环境色彩

随着科技的发展，现代建筑早已经抛弃了传统的木质材料，取而代之的是钢筋混凝土、大面积玻璃幕墙、坚硬的金属材质等。这些构成了生硬、冰冷的空间环境，给人沉闷、孤独、渺小等感觉。在城市化不断提速的今天，人们越来越希望追求轻松自然、个性舒展，因此通过软装将室内环境设计成温馨、自然、舒适的休闲空间是城市职业者的意愿所在。



图 1-1

三、软装设计的原则

软装设计必须遵循以下几个原则。

(1) 室内软装要与室内的墙壁、门窗，以及家具的大小、形状、颜色、质感相配合，以增强整体美感，不可过于掩盖甚至损害四壁及家具的美观。

(2) 室内软装要体现客户的职业、身份、文化素养和个人爱好，不可刻意模仿他人。要使客户感到生活在自己的小天地中，使来访者感到“室如主人”。

(3) 室内软装要少而精。家庭住所不能装扮得琳琅满目，像一个展览室或杂货店。不论地面、墙面，还

是桌面、台面，都要留下一定的“空白”，给人的身体和目光留有活动的空间。“室雅何须大，花香不在多”，清爽雅致才生美感，而堆砌拥挤则只会破坏美感。另外，软装品一定要“精”，在质地、造型、施色上都要有其精彩之处。

(4) 室内软装用品不在价高，而在精美适用，一般不必置买昂贵的饰品，因为金饰与镀金饰在外观上毫无区别，有时竹木工艺品可形成很不错的室内“景点”。

四、软装设计收费标准^①

一般软装设计师根据专业服务能力的不同分为普通设计师、主任设计师两个级别，收取的设计费根据所选择的上述设计师级别的不同而有所差别。(表 1-1)

表 1-1 不同设计师收费标准参考

空间种类	普通设计师	主任设计师
办公空间	40 元 / 平方米	80 元 / 平方米
售楼处	40 元 / 平方米	80 元 / 平方米
酒店及商业展示空间	60 元 / 平方米	100 元 / 平方米
别墅空间	80 元 / 平方米	140 元 / 平方米
样板间	80 元 / 平方米	140 元 / 平方米
公寓空间	40 元 / 平方米	80 元 / 平方米
家居空间	40 元 / 平方米	80 元 / 平方米

1. 设计方案及整体服务

最终收取的设计费金额以量房实测面积计算金额为准，若低于 120 平方米，普通设计师设计费 100 元 / 平方米，主任设计师设计费 180 元 / 平方米；若超过 200 平方米，普通设计师设计费 80 元 / 平方米，主任设计师设计费 140 元 / 平方米，少付部分甲方在乙方量房后补足，多收部分在最终确定方案后直接由乙方抵扣为合同款。

2. 设计师做陪购服务

一个项目只负责陪同客户采买的费用为每 4 天 6 000 元或每天 1 000 元，并且设计师只负责陪购，不负责安装和出专业的设计方案，只是给出设计参考意见。

第二节 软装设计师的作用和能力

一、软装设计师的作用

作为一名软装设计师要知道，格调高雅的家居装饰，不在于花钱多少，也不在于使用多少高级材料，而在

^① 此内容是针对一般情况而言的，仅供参考，具体地区具体分析。



于软硬装一体化设计，空间、光线、色彩等元素合理搭配。

室内布置要少而精，宁缺毋滥，不要挂得太乱、太满，不留余地，给人一种不适之感。不必一味追求珠光宝气而使人眼花缭乱，要遵守豪华适度的原则。对于室内设计来说，展示效果的好坏与后期配饰有着密切的关系。(图 1-2)



图 1-2

二、软装设计师要具备的能力

- (1) 对色彩的性格、气氛、流行趋势等具有敏锐的直觉及操控能力。
- (2) 对各类旁系艺术，如园林花木、雕塑、灯光、陶瓷、古董、绘画、布艺、玻璃工艺、平面设计等，均具有很好的鉴赏力，同时对它们的历史、流派、价格、工艺应有一定的认识。
- (3) 应有较好的文学、历史、音乐修养。
- (4) 具备各类工艺制造的常识，以便对风格进行定位，对价格做出评估，从而进行合理的搭配。

三、软装设计师与室内设计师之别

1. 市场需求不同

在国际装饰领域，有家居设计师、配饰设计师、灯光师等多种细分行业。而在我国，室内设计师居多，但是，目前随着我国个性化装饰需求的增加，装饰市场急需专业的配饰设计师。

2. 知识构成不同

室内设计所需的软件为 3ds Max、AutoCAD、Photoshop 等软件，出效果图，要有好的手绘功底。此外，还需要掌握建筑里的硬件设施，因为与工地打交道较多。软装设计对于生活细节方面把握度较高，善于营造家居生活细节，整个工作流程以实际产品为主，所需的软件为 AutoCAD、Photoshop、PowerPoint。(图 1-3)



图 1-3

3. 与业主沟通的内容不同

无论是室内设计还是软装设计，了解客户的真正需求才是最重要的。想要做出一个让客户满意的舒适空间，软装设计师与室内设计师必须有沟通。软装设计师要根据业主的需求做出一套完整的方案，室内设计师再根据配饰方案的色彩材质、布局等决定硬装的施工。其实以前都是室内设计师先做好硬装，然后做软装设计，但是最好的方法是先做软装设计再做硬装设计，这样才能达到更好的效果。

4. 工作侧重点不同

室内设计使房间的硬件设施、线路走向等符合建筑规划，使业主能够正常生活使用。软装设计师则要了解客户的需求和生活起居习惯，找到符合客户喜好及需求的产品，使房间不仅美观而且实用。（图 1-4）



图 1-4



四、软装设计师的就业方向及工资待遇

1. 软装设计师的就业方向

随着软装设计行业的发展,软装设计师可以有很多从业道路,如到专业的配饰设计公司工作、开办自己的配饰公司、在网上开办一个网络工作室(在网上开办工作室的优点是节约成本、业务量大)。

2. 软装设计师的工资待遇

一般来说,软装设计师的收入来源分为软装设计费、软装产品的销售收入、其他费用,但地区不同,工资标准也会存在差异。

以北京为例,软装配饰设计师分为以下几类:在装饰公司就职,工资组成为底薪+提成;在设计公司专门针对样板间设计,主要以设计费收入为主,其中样板间设计费600~2000元/平方米,薪资为3000~10000元/月;自由配饰设计师,主要和产品厂商合作,主要是产品销售收入。

软装设计师薪资水平:刚毕业的学生,从业经验几乎为零,一般只能从助理设计师做起,底薪2000元,项目提成的比例是1%;参与过方案的设计,对流程较为熟悉,但对市场并不是非常了解,面试时可以拿出几个精彩案例,可以做独立设计师,底薪3000元,项目提成2%~3%;已经在业内经验丰富,甚至做过一些有影响力的案例,熟悉方案流程和市场客户,这样的人才非常抢手,所以公司提供的薪资情况也会相对好一些,底薪4000元,5%的提成奖金。

而每单软装设计项目的流水费用自几万元至几十万元、上百万元不等,因此一名软装设计师的月薪从4000元到几万元甚至几十万元不等,而从助理设计师到独立设计师,成为一名资深优秀的室内软装设计师至少需要4年的磨炼和实际设计经验才可以。

当然,以上工资待遇只是大概的情况,在具体的单位有具体的标准。

第三节 室内设计与软装设计的区别

软装属于室内设计的一部分,但是现在人们总是把室内设计理解为装修设计。室内设计是运用物质技术手段和建筑设计原理,创造功能合理、舒适优美、满足人们物质和精神生活需要的室内环境。软装设计是人们生活方式的艺术体现,更多地涉及家居摆设设计。提起“软装”,人们更多想到的是窗帘、地毯、壁挂,卧室内的被套、床单、毛毯、枕巾、枕套等在“大兴土木”进行装修后,根据装修效果所选择的融应用和装饰于一体的室内装饰产品。而“硬装”则指传统家装中的拆墙、刷涂料、吊顶、铺设管线、电线等。

事实上,现代意义上的“软装”已经不能和“硬装”割裂开来,人们把硬装设计和软装设计硬性分开,很大程度上是因为两者在施工上有前后之分,但在应用上,两者都是为了丰富概念化的空间,使空间异化,以满足家居的需求,展示人的个性。(图1-5)



图 1-5

思考与实训

观察以下室内设计方案（图1-6），回答问题。



图 1-6

1. 这些设计的主要问题出在哪里？如何进行改变？
2. 作为一名室内软装设计师，如何避免出现上述问题？

第二章

软装设计行业的前景及发展趋势

- 第一节 软装设计行业市场现状
- 第二节 软装设计行业的前景
- 第三节 后家装时代的特点

学习目标

了解软装市场当下行情，明确软硬装未来发展趋势，掌握室内软装设计师的职业方向。

学习难点

了解软装设计师的身份定位。

第一节 软装设计行业市场现状

软装从概念出现到形成行业不过十几年，中间却跟随市场经济的发展经历了三次变革：1.0时代的自主软装（意识）、2.0时代的软装搭配（产品）、3.0时代的个性软装（体验）。

人们开始有意识进行软装设计的1.0时代，让很多人看到了这一市场的前景，开始筹划进入软装设计行业。这类人中有经验丰富的软装专业从业人士，有以硬装为主的装修公司。而到以产品为主的2.0时代，很多家居经销商开始踏足软装设计行业，把软装服务作为产品营销的一种手段。进入以体验为主的个性化软装3.0时代，整个软装设计行业已经发展成熟，但各行各业也都想涉足，造成鱼龙混杂的场面，急需一批真正的纯软装设计公司引领市场秩序。

然而，经过三次变革的洗礼，国内真正存活下来并始终坚持自身服务理念 of 纯软装设计公司少之又少，能够承接大坪豪宅别墅整案设计的软装设计公司更是凤毛麟角。

一、软装设计离普通消费群体还有一定的距离

普通住宅消费者很少能接触到软装设计，只有少数工装或高端家装公司设有软装部门。对于多数的家装公司而言，他们并没有自己的软装设计团队，通常都是由室内设计师带领业主选购软装配饰。软装设计主要还以设计师、经销商和家居厂商为主。

二、市场缺乏专业软装设计师

由于软装市场消费火热起来的时间比较短，通常都是由室内设计师带领客户选购软装配饰，因此专业的软装设计人才非常缺乏，市场上出现了很多“半路出家”的现象。

三、软装市场缺乏专业的从业机构

软装行业从业者从业水平提升缓慢，很多纺织服装企业向外延，把发展家纺作为一个新的增长点，但是专业的软装市场还没有形成。评定一个机构是不是纯软装设计公司可从以下几方面着手。

1. 公司实力

具备在高端家居文化领域内卓越的设计研发能力，具备持续领先业界的企业潜质。

2. 公司服务人群

身为国内专注于做私人豪宅的软装设计公司，考查其服务对象是否涵盖社会财智精英人士及高端业主群体。

3. 私宅设计经验

是否专注于私人豪宅整体软装设计，拥有深厚的原创设计能力和私人豪宅个性化原创设计经验。

4. 产品实力

是否与国内外品牌家居建立良好的合作关系，是否是各大名牌家居供应商理想的合作伙伴，提供品牌原厂家定制服务及家居直购，抑或拥有自己的定制家具加工生产线。

5. 完工私宅案例

了解公司多项已完工的私宅案例，了解设计风格及设计理念，是否配备经验丰富且专业性强的软装设计师。

第二节 软装设计行业的前景

一、软装定制设计趋势

软装定制是根据客户需求量身定制，同时家具造型和施工手法更细致，并且可以配合现场条件，在材质、颜色、造型、尺寸上完全定制化，这让室内设计的完整度大幅提升。软装应当更具生活化和功用化，这样从单品到所有产品的软装搭配，才能体现设计的价值。

1. 根据现场状况量身定制

家具软装定制是指完全根据需求量身定制，如遇到不方正的空间或墙壁过窄，常常无法找到适合的沙发。现在则都可通过家居软装定制解决。

2. 家具造型和手法更细致

现代人追求软装产品的细腻度，如当下热门的钢琴烤漆搭配细致铁艺工艺的家具，在杂乱的工地现场较难施工。而家居软装定制除根据喜好定制软装产品外，还能突破各种软装产品材质和工艺难度方面的限制，让家居软装定制产品显得更为细致精美。

3. 极简与古典风格完整度大幅提升

无论是现代极简还是奢华古典风格，通过家居软装定制产品材质和造型调整，如现代利落的金属与镜面、华丽的绒布与水晶拉扣等，都可以进行私属定制。

4. 与室内施工同步以缩短工期

软装定制往往于现场丈量尺寸后进行设计。当设计完成后，便开始在工厂制作，在室内施工完成后就能同步运送到客户家中，可节省工期。

二、软装设计师与销售顾问的角色融合

好的设计师对于家的设计是整体的，它关系到整个后期配饰和情景布置，因此，在进行室内软装设计时最

好还是听取专业软装设计师的意见，因为如果业主单独购买，很难做到搭配的完整性。软装对设计有很高的要求，如何根据不同的风格搭配光线、色彩，这些都需要设计师根据业主的生活习惯挑选产品，确定摆设位置，还需要核实尺寸。整套设计程序里面或许要涉及十几个产品商家，还需要订单调整等很多细微的工作。软装设计师多以销售顾问的形式为主，在基本的家具主调确定之后，提供包括灯具、饰品、配画等的搭配方案。

三、中国家装市场的发展方向

在房地产业发展趋缓之时，家居装饰行业实际上也迎来了变革的时代。有人认为今天家装行业的低迷是房地产市场的低迷导致的，这种认识显然是不全面的。同任何事物一样，家装行业的发展也要经过从幼稚到成熟的过程。家装行业经历了十几年的发展，许多家装业主在面对家装的时候，显示出了比以往更加成熟的心态。当年动辄吊顶、包墙的装修模式，早已被简约与实用的理性心态所代替，这无疑大大减少了装饰工程现场施工的规模。

(1) 大力推行家装整体生产工厂化，减少现场施工的比例。这无疑会大大降低工程成本，同时对提高家居空间的环保及工程质量都有重要意义。

(2) 加强和家装各环节材料商的通力合作。这里说的不是以往那些简单供货模式的合作形式，而是注重共同经营与开发，各材料商提供满足客户个性风格需求的定制产品，以设计定制化引导装修的集成化。

(3) 重视家装设计环节。都说设计是装饰的龙头，各环节设计的水平将决定公司的市场占有率。

(4) 家装公司向生产型企业转型。

(5) 家装公司要进入材料流通领域。

(6) 开阔经营思路，重视软装配饰设计的深入。

(7) “软装饰”和“硬装饰”是相互渗透的。在现代的装饰设计中，木石、水泥、瓷砖、玻璃等建筑材料和丝麻等纺织品都是相互交叉、彼此渗透的，有时也是可以相互替代的。例如，对于房顶的装饰，人们往往拘泥于木材、石膏这些硬装饰材料。实际上，用丝织品在室内的上部空间做一个拉膜，拉出一个优美的弧线，不仅会起到异化空间的效果，还会有些许的神秘感渗出，成为整个房间的亮点。这种概念化空间的“软装饰”源于我国古代闺阁中层层叠叠的纱幔，它充分表现出了东方文化的缥缈与神秘。目前“软装饰”在家装中的比例并不高，平均只占到5%，但在未来它将占到20%甚至更多。

第三节 后家装时代的特点

一、全托式装修

家庭装修进入重服务和软装饰设计的后家装时代。目前，这种全托式装修模式为消费者带来了材料、设计、施工、软装配饰在内的饰后服务等一体的全托式体验。



这种全托式装修是指消费者将整个家居全部装修与装饰托付给装饰公司。全包与全托的根本区别就是全包装修业主全程参与，每次材料进场都需要客户验收签字；而全托式装修是集中前期沟通时间，将材料与价格都在进场前约定好，无须材料进场前验收，无论是工程质量还是软装配饰设计都由家装公司一手操办。

全托式装修不仅仅是包材料的全包，还为客户实现真正的“一站式”服务。设计师在装修前会与客户进行充分沟通，对客户的审美有相当的把握，在很大程度上依照客户的抽象描述为客户选择一系列软装配饰设计。进入后家装时代，消费者装修意识增强，设计师更加细分，配饰设计师已经不可缺少，由于在传统家装设计过程中，设计师把太多的精力耗费在房屋原结构墙体的敲打改动、布线、做背景这些制作性的装修设计上，而如何巧妙用光来表现空间整体效果，艺术饰品的点缀、色彩搭配、陈设创造整体效果，设计师的思想都没有得到展现。

“一站式”家装帮助消费者解决了在装修过程中最主要的几类问题：一是决策阶段获取全面的信息，二是采购阶段选购产品更方便省时，三是装修阶段能获得全包施工服务，四是方便解决装修费用的金融贷款。

同时，“一站式”服务的 F2C 模式还可以为建材厂商节省不少的营销费用，改变了传统模式下厂商要为获取客流而四处奔走的困局，使得厂商能够专注于产品的研发制造。

二、以服务为先，狠抓质量，提供标准化服务

一个完整的家居环境包括空间的布局、建材的选用、装饰的陈设、家居用品的布置等各种元素的合理搭配。过去十几年受市场因素的限制，家装一直以装修为主，抹水泥贴瓷砖，即通常所指的前家装时代。而后家装时代则以配饰设计为主，强调家居的整体性、功能性、艺术性、绿色环保等基础装修以外的东西。

面对家装行业服务链端混乱的局面，行业标准的制定更是呼之欲出。目前关于施工方面的各种负面信息太多。问题主要出在两个方面：一是施工工人，二是工地监管。

设法提升施工工人的专业素质，积极培养自有员工，在招聘和培训阶段做更为严格的筛选。对于一些没有足够经济能力的企业可考虑和职业技术学校或培训机构合作，从根源上做一个提升。如果选择外包施工队负责，就要建立起规范的薪资制度，保证施工过程中由指定的工程队全程负责。

三、创新产业，创造智能化家居

传统家装行业是一个信息化程度极低的行业，行业极端分散、产业链冗长导致传统家装行业信息化进程低效且缓慢。随着大数据、云计算、虚拟现实等技术的发展，众多互联网家装企业开始真正通过技术手段推动家装行业的创新升级（如筑家软件的 VR 设计系统），同时预算报价、施工管控、材料下单、设计系统等后端系统线上化，利用 SaaS、云设计等技术全面提高经营效率。

家装产品和科学技术的结合导致了智能家居的出现，利用综合布线、网络通信、自动控制等技术将家居生活有关的设施集成，为未来消费者创造更加安全、便捷、舒适及艺术的家居环境。

同时，越来越多的人追求差异化，拒绝千篇一律甚至渴望独一无二。面对有这些想法并且有消费潜力的用户，应该让他们主动参与设计，家居的所有用品都可以私人定制，在满足消费群体的同时也能增加产品附加值，缓解了供需失衡及产能过剩等问题。有需求就有市场、就有创新的价值，未来行业各个细分市场都会出现“独角兽”，随着资本的不断注入或许能让这个细分领域更具生命力。

四、配备更为专业的软装设计师

专业的软装设计师会通过合理搭配软装，让居室的整体装修效果得到统一协调，在有限的家居空间内富有创造性地设计出既有个性又温馨的家。

真正的设计师不会在两天内就给出几套设计方案，他们一定会先了解业主现在的生活环境和习惯，对人与物逐渐接触了解后再提供一个详细的设计方案。在这个过程中，设计师找出了源自业主内心并且没有被表露出来的深层需求，这是好的设计师的职业能力。一个经验丰富的设计师所创造的居室环境，是能够满足业主所有需求的至臻至善的家。

五、注重体验式营销

随着广大装修业主生活质量的提高和消费日趋理性，其消费观念不再停留在获得理想的装修效果本身。相反，人们更加注重通过消费获得个性的满足。家装企业必须与时俱进，顺应这一消费潮流，必须根据装修业主需求的新特点，引导和创造满足个性需求的市场。于是，体验式营销应运而生。体验式营销是企业以满足装修业主的体验需求为目标，以服务产品为舞台，以有形产品为载体，生产经营高质量的体验产品的一切活动。

体验式营销中包含情感体验、文化体验和情景体验三种体验方式，它与传统的营销模式相比，有着非常显著的特点，在关注点上，传统营销更多关注于产品的特色与利益，体验营销主要注重客户体验，如国内家装巨头东易日盛开出了亚洲第一大家居体验馆——意德法整体家居体验馆，8 848 平方米的超大展示面积，吸引了40 多个欧洲知名家居品牌的加盟，包括武汉嘉禾家居体验馆在内的一系列家居体验馆的崛起给传统建材装饰卖场带来了巨大冲击。

思考与实训

- 1.如何理解“以人为本、服务为先”这句话？
- 2.如何准确判断一家软装公司是否具有竞争实力？