



巧妙的住宅室内设计 与应用研究

——以日本住宅为例

武秀娥 著



北京工业大学出版社

巧妙的住宅室内设计 与应用研究

——以日本住宅为例

武秀娥 

北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

巧妙的住宅室内设计与应用研究：以日本住宅为例 /
武秀娥著. — 北京：北京工业大学出版社，2018.5
ISBN 978-7-5639-6267-9

I. ①巧… II. ①武… III. ①住宅—室内装饰设计—
研究 IV. ①TU241

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第148759号

巧妙的住宅室内设计与应用研究——以日本住宅为例

著 者：武秀娥

责任编辑：张 贤

封面设计：优盛文化

出版发行：北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园100号 邮编：100124)

010-67391722(传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人：郝 勇

经销单位：全国各地新华书店

承印单位：定州启航印刷有限公司

开 本：710mm×1000mm · 1/16

印 张：14.75

字 数：285千字

版 次：2019年3月第1版

印 次：2019年3月第1次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5639-6267-9

定 价：52.00元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题，请寄本社发行部调换 010-67391106)

20 世纪六七十年代之后，随着现代主义建筑运动的兴起，室内设计从依附于建筑的简单室内装饰走向了真正意义上的现代室内空间设计，从传统的二维空间模式设计转变成了具有创新意义和个人化特色的思维空间模式创作，开始成为一门独立的专业。随着时代的进步和生活水平的不断提高，家的概念被物化为房子或住宅，当下人们对美好生活的希望也全部填充其中，所以对室内住宅设计的需求越来越全面和个性化，由此促进了室内住宅设计行业的不断发展和更新。但通常情况下，室内住宅设计会受到建筑场地、家庭成员构成及生活方式的影响，或是设计师不能完全了解户主的生活习惯和需求，不尽如人意的设计成品时有出现。室内住宅设计发展到今天，已然成为一门综合性的艺术设计门类，成为一种时间和空间两者综合的时空艺术整体表现形式，其精髓在于室内空间总体氛围的营造。伴随着室内设计与住宅设计专业迅猛的发展势头，我国相关的学术探讨和书籍出版也十分活跃。纵观这些学术项目和书籍，有关于基础入门宏观知识系统概述的，有专门研究室内设计思维方法和实践操作的，要么偏教材适用于课堂，要么为纯工具书只能拿给设计师现场用，都没能与时代需求和广大室内住宅设计爱好者的需求相联结。为此，本专著将理论知识与实践法则相结合，从纵深思考的角度出发，从生活的细节入手，介绍日本住宅设计中细致入微的功能设计和巧妙构思，在合理利用周边环境 and 空间的基础上，配以细腻简洁的文字和简单易懂的插图，为最了解自己住宅需求的居住者，提供实用性的室内住宅设计法则，使房间变得舒适，使优雅生活成为现实。同时，也为室内住宅设计从业者提供提升专业技能的良好途径。

进行设计调整，虽不能像变魔术一样，将小房子变成大房子，但仍

能解决诸多问题，如增大有效居住空间，容纳你的身体、心灵和家人朋友，给你提供一个可以凛然面对一切的角落。希望本书可以引起有识之士对室内设计专业的探讨，书中存在一些疏漏之处，恳请广大专家、学者批评和指正。

作者

2018年4月

第一章 室内住宅设计概述 / 001

第一节 国内外室内住宅设计的基本发展 / 001

第二节 室内设计的内涵、内容与空间概念 / 011

第三节 室内住宅设计的目的与任务 / 036

第四节 室内住宅设计的要求与原则 / 038

第二章 室内住宅设计的相关学科 / 049

第一节 人体工程学在室内住宅设计中的运用 / 049

第二节 环境心理学对住宅室内设计的影响 / 057

第三节 室内物理环境设计 / 063

第四节 色彩心理学的运用 / 071

第三章 室内住宅设计的流程 / 074

第一节 室内住宅设计的基本类型 / 074

第二节 室内住宅设计流程的优化设计 / 076

第三节 明确户主需求 / 080

第四节 制作设计方案 / 082

第五节 施工图纸阶段 / 088

第六节 现场调整与验收 / 095

第四章 日本住宅空间设计 / 097

第一节 日本和室的主要风格特征 / 097

第二节 融合日式住宅特色的功能区间设计 / 106

第三节 日式住宅空间设计的巧妙之处——收纳空间 / 116

第四节 日式小户型住宅空间设计实例 / 124

第五章 住宅设计与施工过程中的心态要求 / 131

第一节 享受设计的过程 / 131

第二节	取消要求与推后需求	/	133
第三节	了解基地特点以确保采光	/	136
第四节	在质与量间均衡成本	/	139
第六章	增加室内空间的功能性与可变化性	/	141
第一节	巧妙利用间接光	/	141
第二节	狭窄空间的有效利用方法	/	142
第三节	儿童房的流动性要求	/	149
第四节	非日常空间的设计	/	152
第五节	日常参与到非日常	/	155
第六节	综合考虑事物外表与内涵	/	156
第七章	不追求太过便利的住宅设计	/	159
第一节	享受不便	/	159
第二节	适度追求住宅功能	/	161
第三节	入住“名宅”	/	163
第四节	对于维修和工业废弃物的态度	/	169
第八章	高效利用空间	/	173
第一节	空间是室内生活的财富	/	173
第二节	住宅中的陈设物摆放	/	196
第三节	收纳与收纳空间管理	/	203
第四节	舍与得	/	205
第九章	营造优质生活氛围	/	208
第一节	室内照明设计	/	208
第二节	爱护住宅	/	219
第三节	创造半户外空间	/	220
第四节	住宅设计中的文化传承	/	225
参考文献		/	229

第一章 室内住宅设计概述

艺术设计专业是横跨艺术与科学的综合性、边缘性学科。直到 20 世纪 80 年代,我国才尝试培养全面的室内设计人才。艺术设计产生于工业文明高速发展的 20 世纪,具有独立知识产权的各类设计产品成为艺术设计成果的象征。艺术设计的每个专业方向在国民经济中都对应着一个庞大的产业,如建筑室内装饰设计行业、服务行业、广告与包装行业等。

室内住宅设计是艺术设计的细分领域之一。室内住宅设计是为了满足人们生活的要求而有意识地营造舒适化、理想化的内部生活空间。同时,室内住宅设计是建筑设计的有机组成部分,是建筑设计的升华和再创造。在发展之初,室内设计是从建筑专业中分离出来的,从初始阶段侧重于界面的建筑装饰,继而发展到装修与陈设设计。

第一节 国内外室内住宅设计的基本发展

一、中国室内住宅设计基本情况、历史沿革及发展趋势

(一) 基本情况

我国的室内住宅设计是在 20 世纪 90 年代繁荣起来的,根据我国 1994 年颁布的国民经济行业分类标准 GB/T4754-99,归属于建筑业中的建筑装饰装修业,其定义是:人类为了居室内部空间与相关环境达到一定的物质和精神需求,使用装饰装修材料,对居室进行装饰装修处理的建筑活动。虽然发展至今已拥有广阔的市场空间,但是目前室内住宅设计仍然处于发展的初级阶段,一些问题严重制约着行业的健康发展。

1. 行业现状

随着人们生活水平的提高和房地产行业的发展,室内住宅设计逐步成为我国的

朝阳行业。据统计,2016年全国建筑装饰行业完成工程总产值3.66万亿元,比2015年增加了2550亿元,增长幅度为7.5%。增长速度比2015年提升了0.5个百分点,比宏观经济增长速度提高了0.8个百分点。

从建筑装饰行业发展状况分析,2016年是行业落实“十三五”发展任务,克服困难、迎接挑战,取得较好发展业绩的一年。受经济结构性改革和房地产市场交易活跃影响,二手房交易带来的改造性装饰装修工程量稳步增长;新建筑装饰量有所回升;我国建筑装饰企业参与国际产能合作的能力不断增强,“走出去”的业绩大幅增长。受上述诸多因素的影响,建筑装饰行业全年总产值实现7.5%的增长,略高于整个宏观经济的发展速度,也略高于2015年行业的发展速度。从发展态势上分析,我国建筑装饰业已经触底,进入稳定的小幅回升阶段。

调查显示,二级城市中,有将近四成的消费者表示在未来10年至20年之内搬一次家或者准备换房子,准备近期购买房子的消费者约12%。另外,谈到对家庭装修的看法,将近79%的消费者表示不想投入太多的装修费用;被调查的消费者中,将近80%的人都认为家庭装修会随着时间贬值,将近43%的消费者认为,自己花很多钱投资装修,等到房子再转卖时,他人未必会全部接受,投入与回报不成正比;只有约21%的消费者觉得需要好好装修一下自己的家,并且打算长久住下去。

换个角度来看,随着人们收入的提高,很多人都有意去购买宽敞的房子,将近七八成的人愿意出钱投入在居住空间方面。在被调查的人中,将近74%都购买过家庭装饰用品、字画藏书,愿意在家中展现个人品位和风格;并且超过半数的消费者喜欢在家中点缀和摆放小物件以营造温馨的家居情趣。

2. 行业存在的问题

(1) 市场不规范

广大的消费市场吸引了大批投资者,但是家装行业进入壁垒较低,行业处于低水平竞争状况。再加上整个市场不规范,造成行业内的自律水平差,相互贬损,相互拆台,恶性竞争现象十分普遍。这给市场造成了很大破坏,一部分人利用行业市场的混乱及行业内部的不规范竞争,搞垫资、代资工程,拖欠工程款,造成施工企业资金循环困难和拖欠工人工资,形成了很深的社会隐患。

(2) 诚信体系缺失

高投诉率反映出行业当前的诚信体系建设现状。全国对家装投诉的记录始于1996年,当年中国消费者协会公布全国18个投诉热点,家装位居第十三位;12个对消费者权益损害最多的行业,家装名列第九位;13个发生欺诈行为最多的行业,家装位居第七位。家装遂成为我国全社会的投诉热点。由于家装业民营化程度几乎是

100%，因此又位列民营行业投诉率首位。

（3）没有资格认证

我国现有 100 多所高等院校、200 多所中等职业学校中设有装饰设计专业（室内设计、环境艺术设计），年均毕业生约 1 万人。另外，已经从业的有大专以上学历而没有专业技术职称的室内设计人员有 25 万。学校中有此专业，社会中有此职业，而行业中却无此职称，造成从业人员水平参差不齐、设计水平与执业能力不符等问题。

（4）家装企业管理水平有限

目前，虽然很多装饰公司已经告别了纸笔时代，但公司装备的现代化设备更多用在了施工方面，在管理方面的应用可以说是微乎其微。装饰工程运作过程依然是按照传统管理模式进行，缺少对人员、材料、工程款项的系统安排；施工监理的水平直接关系到施工质量的好坏，而家装企业内部监管机制的不健全也导致了一系列问题，如现场管理不到位、施工组织计划实施不顺利等；业务部、施工部、设计部之间往往未进行必要的监管。

装饰人才特别是设计人才水平的高低，决定了装饰公司竞争能力的强弱。而装饰公司员工的流动性过大，已经成为制约家装企业发展的主要瓶颈之一。尤其是核心设计师的流失，往往伴随着大量客户和人脉资源的流失，这对装饰公司的效益乃至生存发展都造成巨大影响。

（二）历史沿革

自中华人民共和国成立以来，我国进入经济恢复时期，几乎没有涉及室内设计方面的专业。直到 1958 年中国十大建筑工程项目的创立，室内设计的发展才刚刚起步，“十大建筑”分别是人民大会堂、中国革命历史博物馆、中国人民革命军事博物馆、全国农业展览馆、民族文化宫、北京民族饭店、工人体育场、北京火车站、钓鱼台迎宾馆、华侨大厦，这“十大建筑”不仅是中华人民共和国成立后第一批重大建筑设计成就，同时也极大促进了中国室内设计艺术的发展。

室内设计有了初步发展，是在 20 世纪 80 年代中期，深圳等一些经济发展较早的城市有了进一步发展。最早的家装行业环境相对不成熟，一般都是一些早期的装修队，虽然技术水平有限，但是基本能满足市场需求，在行业市场上都是依赖口碑承接业务。到了后期，由于行业相关管理不够严格，施工人员从早期的家传手工艺继承人员开始转变成参与过建筑工程的工人即可，随便拼凑几个人就可组成装修队承接家庭装修工作，因此在施工规范、设计等方面还很欠缺，更谈不上科学的管理和创新。但是这些装修队却占有大量市场份额，家装工程质量带来的问题越来越被人们关注。

任何一种学科的史学研究，都确立在一系列的事件上。就中国的设计艺术而言，

如前所述,在近代发展阶段,中国的室内设计艺术更多是从属于西方;直到现代发展阶段,才有了中国设计艺术的萌生与振兴,并在新时期30年里获得了真正的成熟。因此,检视新时期30年来的设计艺术发展过程,首先我们必须回到一个历史事件当中去,从漫长而艰难的起步来理解这一过程。

我国房地产业发展逐步升温,家装工程市场迅速扩大,顾客的需求和政策的扶持,使一些大大小小的家装公司如雨后春笋般一夜间遍布市井街头。发展至今,家装市场不断扩大、竞争日益激烈,面临新的挑战。

(三) 发展趋势

1. 竞争市场格局多变

首先,精装修房的出现加上各建材或是专业类别部门剥离装修客源和货源的情况,使位于房地产开发下游的家庭装修行业受到冲击。精装楼盘房地产开发商开始挤压传统的家装业务,房地产开发商会选择公装企业或者是土建行业顺势承接精装修的业务,或者是按照土建商的价格对家装企业进行压价,家装企业市场受到挤压,即使承接到业务,利润也极为微薄。精装房的出现,使家装企业的业务成为“鸡肋”。另外,加上材料供应商在提供建筑装饰材料的同时,也提供装配和粉刷涂料的业务,这样,传统的家庭装修企业提供的业务被各个相关行业分流,诸多因素都使家装市场的竞争出现了结构化调整的迹象。

其次,在家装市场内部,正规装修公司同样面临与价格低廉的小施工队的竞争。目前的状况是,正规家装公司在技术创新和设计改良的同时,私人装修队也在不断进步,他们的家装施工设备和施工技术以及施工质量都在不断进步,水平几乎与正规公司相差不多,但是在报价上却大大低于正规公司。再加上行业内部大品牌企业和知名设计师公司的队伍不断壮大,一些规模一般、技术含量不高、程序资质较低的家装企业将被市场和社会淘汰。

2. 家装行业的品牌化消费趋势

经济市场体系越来越成熟,消费者在选择家庭装修的同时,不再单独只考虑价格因素,他们更希望得到优质的服务,价格合适的品牌化装修越来越受到消费者青睐。市场调查显示,选择有品牌的公司的消费者逐渐增加,因此那些管理规范的品牌化家装企业竞争力会越来越强。与此同时,品牌企业会更加注重品牌的宣传,加大营销成本,最终品牌企业会增加市场份额,但是利润却不一定高。

在品牌化营销和知名设计师名誉的背景下,小而精的工作室和公司也会因此受益。这类企业人数少而精干,在品牌成本投入不能与大的品牌公司竞争的情况下,会降低营销的宣传成本,只专注提高设计和装修技术水平,靠口碑赢得客户。同时,因

为投入相对较小,在大市场的背景下,可以良好地维持公司正常运营。

最后,那些占有一定市场份额的中小规模的家装公司,在财力雄厚的大公司和人少而精的小公司的双重压力下,业务如果跟不上,成本很难降低,最终会因为负担加大而被淘汰。而那些无装修资质的私人施工队,在将来的家装市场中也将难以生存。

二、日本室内住宅设计基本情况、历史沿革及发展趋势

(一) 基本情况

日本是一个最传统与最现代文化并存的国家,有着世界先进的工业技术,同时在街上随处可见穿着传统和服参加聚会的女士。这样一个多元文化并存的国家,有着它独特的室内住宅设计理念。

日本居住空间的设计水平世界领先,对室内住宅设计行业的监督与管理十分严谨。日本的一些室内设计工程公司,通常集设计、科研、施工于一体,设计对科研提出要求,科研为设计提供技术支撑和难题攻关支持,工程细部问题再通过施工加以解决。技术开发、研究和应用结合得很好,成为一个有机整体。日本有 50 多万个建筑企业,但具有雄厚实力的大企业只是少数。一般公营住宅大多是由大企业或大小企业组成的联合体承包。早在 20 世纪 60 年代初期,日本就提出了“住宅实行部品化、批量化生产”的概念;20 世纪 70 年代,大企业联合组建集团进入住宅产业;20 世纪 80 年代,设立优良部品认证制度;90 年代开始产业化生产住宅通用部件,住宅建造工厂对住宅从结构部件到组装,从室外到室内全部实现了工业流水线工厂制作和现场装配。日本建筑业经过多年的高速发展,已经探索出了一整套行之有效的安全管理模式和方法。

1. 部件质量认证提高了居民住宅质量

日本政府十分重视住宅的建设,他们认为住宅与衣食同样是国民生活的基础,为使国民居住得稳定舒适,就必须发展优质住宅及良好的居住环境,并把它作为住宅政策的基本目标。创建优质住宅工程,一是在规划、设计、施工到维修的各个阶段中,健全质量保证体系,严格控制质量;二是要为住宅工程提供优质的部件(含材料与设备)。日本从 1973 年起,即开始对住宅工程使用的部件质量建立认证制度,以确保住宅工程的质量。负责这项工作的单位是“优良住宅部件品质认证中心”(以下简称 B*L),到 1991 年,经该中心确认的部件共有 32 类、1 500 多种。

2. 政府和民间团体协作

日本政府对民间投资建设的工程,只要求其遵守政府发布的有关建设法令和城市规划的要求,其余均可按投资者的意愿进行建设,政府不做具体干预。但如果建设中出现违反政府法令行为的,政府就立即进行干预,并对责任者进行处罚。另外,日本

政府很重视发挥社团组织的作用，把制定技术法规的工作交给社团组织承担。有关工业产品标准（含建筑材料、部件）的，由“日本规格协会”（即日本标准化协会）组织制定，也就是通称的“JIS”。有关建筑及建造标准的制定工作则由日本建筑学会承担，通常称为“JA33”。在制定标准过程中，政府部门给予指导。此外，产品质量的认证，如住宅部件质量的认证，委托“优良住宅部件品质认证中心”来承担；住宅性能的认证，委托“住宅性能保证机构”承担。这些认证工作接受政府部门的指导，因此有较高的权威性。政府大力扶持新的住宅技术研发机构和民间组织的监督管理，加上企业 and 教育对人才培养的重视，保证了室内住宅设计水平、施工工艺、机械化程度、工程品质的良性发展。

（二）历史沿革

第二次世界大战以后，日本经济逐渐复苏，日本的室内设计专业也逐渐发展起来。明治维新后，日本实行对外开放政策，大量制造船舶并向海外运输货物，才开始有了家具设计师，附属在建筑事务所或者木工厂，当时并没有形成独立的队伍；并且当时所做的设计是为船舶内部服务，并不是家庭装修。为了向世界证明本国的技术水平，在轮船的设计建造行业中，集中了日本最专业和先进的技术力量，因此也带动了室内设计行业的发展。

另外，整个设计行业受到了德国包豪斯主义的影响。日本战后发展的工业设计行业学习包豪斯现代主义简洁的造型，这个时代的作品反映了包豪斯风格的理念，这对当时相对落后的日本设计界造成不小影响。其次，二战后经济复苏，新的技术手段和材料不断更新，也为现代主义风格的设计创造了良好的条件。

并且，战败的日本被美军占领，美国在日本的领土上大量建造兵营和住宅以及服务设施，美国式的生活方式也传播到了日本。这些在日本建造的美国式的住宅和家装设计，都会按照美国标准来进行验收，所以，日本本国的设计和监督水平在短时间内得到提高，迅速达到了世界先进水平。

重要的是，在资源匮乏、国土狭窄的日本，人们更加重视设计理念的实用性，只有提高设计制造质量才能满足本国需求，并且可以打开海外市场。20世纪40年代后期，日本更加重视设计可以提高生存质量的作用，通产省贸易输出局出资聘请国际知名设计师到日本教学，同时又派年轻设计师到海外学习先进的设计和技术。并且细致强调，即使是一件物品也必须造型美观，同样质量的产品就要靠造型美观来赢得市场，质量和造型美观的关系普遍被重视起来。

日本室内设计家协会的成立是日本室内设计史上一个重要的里程碑。1968年，日本举行首届室内设计及展示设计会议，明确了日本现代室内设计发展方向。同时，国

内高等教育机构也开设了室内设计专业和家具设计专业,他们频频邀请欧美著名的设计师传授设计知识,包括请世界上最著名的美国设计师雷蒙德罗维来讲课。他们还举办欧美室内设计作品展览,派遣学生到欧美学习或通过旅行搜集欧美的室内设计经验。在日本政府直接参与和民间组织的共同努力下,日本的室内设计发展极为迅速。

日本政府从1966年开始实行“住宅建设五年计划”,到2005年总共八期,实现了住宅从量到质的转变。并于2006年实施《居住生活基本法》,制订2006—2015年“居住生活基本计划”,为改善居民的居住条件,日本政府不断在法制和规范上做出调整和规划。

(三) 发展趋势

1. 设计与研发一体化

为了发展本国的住宅建筑业,日本相关行业每五年都会对房型平面、能源系统和设备、装修材料等进行一次调整升级试验,目的是研发出对环境和居住者都可持续发展的适应未来一百年的住宅环境与体系。日本政府和大型建筑企业都很重视对科学技术的投入。日本建设省主管的土木研究所与建筑研究所,是技术实力雄厚、设备先进完备的研究所。1991年,土木研究所的科研费高达85亿日元(约合6500万美元);建筑研究所也有25亿日元(约合1900万美元)。政府的研究所主要从事基础理论和具有综合或超前技术的研究,如灾害的预防、资源的综合利用、环境的改善等。这些科研项目耗资多、时间长,有些成果不一定能立即转化为生产力,但它们具有很大的社会效益并起到技术储备的作用,使日本住宅建筑业不断发展,在国际上保持优势。

2. 居住空间模式多样化

从生活理念到空间,从空间到场所,从住宅到都市,从日常到非日常,日本住宅建筑经历了多次蜕变才形成了今天的多样化局面。日本对于生活方式的变革、住宅模式的积极提案是到1949年后才真正开始的。建筑家们以各种课题展开了多样的实验住宅设计,我们比较熟悉的“最小限住宅”便是其中之一。最小限住宅就是从功能主义出发,把生活中最低限度的必需要素抽出来加以整理,来构筑适合人居住的最佳住宅。根据“私室的确立、食宿分离、家务劳动的减轻、椅子座式的导入”等原则,日本的小住宅设计经过20世纪50年代的积极探索,建立了“L+nB”家庭居住的模式(L是起居室,B是卧室,n是卧室的个数),夫妇合用一间卧室。“L+nB”户型的确立,是日本以家庭为核心的生活模式建立的标志之一。

随着时代的变化,家庭的形态也在发生着变化,这些变化极大地动摇了已经日渐程式化的住宅模式。而由于泡沫经济的破灭、全社会对消费概念的再认识等原因,也使得当今的日本建筑家在住宅设计中面临着前所未有的挑战,他们开始重新探讨新的

家庭生活居住形式，如高龄者住宅、生态型住宅等，最近还出现了通过组合方式而建成的共同住宅。

三、欧美国家室内住宅设计基本情况及发展趋势

在经济发达的欧美商业社会，资本高度垄断，法制健全，没有为个体服务的装修企业，全部为开发商承接整体服务；基本实现产业化，一般不准买卖毛坯房，出售的全部是全装修房；避免手工操作，手工操作不可控因素多、误差大，容易发生质量通病。例如美国著名的几大家装建材连锁超市，像 Builders Square Suther Lands、Wal-Mart、HQ（Home Quarters Warehouse）等全部呈现垄断化。这些超级连锁建材超市几乎将市面上大部分基础建筑材料全部定型化、部件标准化，装修之前不需要用原材料加工，各式材料和设备附加组装说明书，消费者只需按照自己的喜好，将这些材料采购回家，按照说明书的要求，就可以自己动手组合安装。

发达国家的人工和劳动力是极为昂贵的，这促使了建材超市出售的部件都是半成品，需要购买者回去自己按说明组合安装；欧美国家十分重视管理，专业化分工也很细致，中等规模的设计装修公司不如我国这样常见，设计和施工水平也较为均衡。加上所有的建材部件、陈设、家具、装饰工艺水平很高，兼容性强，消费者直接购买回家组合摆放效果已经不错，如果不需要改变空间结构，几乎不需要装饰公司。

德国的住宅节能技术处于世界领先水平，所有房屋的墙体和所有设备等方面节能措施确保到位，大部分住宅均为精装修，只有少量毛坯房出售。为防止装修过程中偷工减料现象的发生，材料供应商与装修企业协会及相关专家就安装质量和事故责任签订合同，如有公司违反则取消会员资格。在法国，居住空间多为高层和多层集合式住宅及完全满足使用要求的成品房；对于节能有欧洲标准要求；室内装修多为简洁型，除厨卫全装修外，墙面为乳胶漆，基本不吊顶，保证基础照明；但后期业主可根据自身喜好自行进行装饰。

四、日本室内住宅设计的基本体系

（一）室内住宅设计的基本类型

在日本，居住空间是被当作产品来出售的。这源于日本人口拥挤，人均住宅面积极为狭窄。为了解决这一严峻的生存问题，日本率先进入了在工厂里面制造房子的时代。房屋建造和室内装修一体完成，极大地提高了工作效率，并保障了房屋质量。

1. 住宅建造与室内装修一体

无论是日本特有的“一户建”，还是公寓大楼，日本的住宅在其设计过程中均采用

了室内设计和建筑设计同步进行的方式,彻底摆脱了先施工后装修的落后局面,采取更加人性化的设计理念,对所有设施进行统一的成套、集成化综合考虑,与住宅产品的生产商进行早期的对接,减少矛盾和交叉,以确保装修质量的精度。最大限度地满足了功能性和舒适度要求,这不但是对居住空间设计的一次创新,更是一次划时代的住宅变革。

2. 定制居住空间装修

为了满足使用者对居住空间的更高要求,在集成住宅的基础上,内部结构和空间装饰风格可因需求进行定制。在定制居住空间装修设计中,会提供几套风格供选择,但无档次差异,避免销售流程过于复杂;另有部分材料可选(如开关式样、灯具式样等)。灵活的空间布置,能根据居住者的要求划分使用功能。客厅无承重墙,尺度合理,可以自由进行功能分割组合,“一生的住宅,成长的住宅”这个理念在日本居住空间设计中得以完美体现。

3. 旧屋改造装修

老旧的房屋在京都、大阪地区比较常见。这类住宅多穿着朴素的木制外衣,大多是以两间的宽度为一户的住宅,每户仅10平方米左右,连续排列而成,建造年代相对久远。针对这类老旧房屋面积和需求所带来的矛盾,进行改造,体现了住宅建筑在室内居住空间方面的阶段性、持续性的发展观。

(二) 室内住宅设计的工作内容

根据日本室内设计师协会制定的设计和监理等各项业务内容:“设计监理业务、报酬的诸项费用、设计版权及其他的三部分。”明确地列出设计、监理等各项业务:

1. 计划任务的立项

设计计划任务就是对设计任务书的立项,即在了解客户意向的基础上,对拟定的工程项目提出适合的设计方案及可行的设计方法。要对现场情况和客户的要求进行调研和探讨,并且形成书面形式,视情况及时补充和更新,实现设计方案的可行及新颖。

2. 初步设计

初步设计是在设计任务书与业主协商确定之后,对空间进行可视的表现形式阶段。包括设计方案(图纸)、设计说明书等,用技术手段来反映设计构思,并对空间施工所需要的建筑材料、造型、施工工艺以及工程预算等进行书面说明。

3. 施工图设计

在和业主确定好初步设计方案、签完协议之后,开始绘制施工图,达到初步设计的具体化,对初步设计的细节绘制详细图纸,并达到工程预算的要求。具体分为以下6项工作内容:

(1) 绘制图纸。按比例绘制平面图、顶视图、正视图、展开图、剖面图、透视图。

(2) 构造详图、设备图等。

(3) 采购。指选择与设计要求相一致的市场产品，可附产品说明书、材料样品及产品样本。

(4) 色彩设计。制作色彩设计图，并附加色标和材料样品以及彩色透视效果图。

(5) 设计说明。用文字说明设计所需材料及构造。

(6) 预算。根据设计施工图、设计说明以及建材等制作工程造价书。

4. 详细设计

依照施工图详细地标出细节尺寸，主要有大样图、详图等；关键细部节点要重点表示说明。

5. 监理

日本的工程监理水平早已达到世界一流水平，整个监理过程无论是在施工前、施工中，还是在完工验收以及临时现场工程变更中，均有严格的规范和标准。

(1) 协助业主签订工程设计施工合同。根据需要协助业主选择施工单位及编制工程施工合同，调查施工单位的技术力量和施工过的主要工程、信誉情况；提出工程内容明细、工程需要的材料及设备明细清单；对施工单位、材料及设备采购提出具体意见；协助业主与承接施工的单位签订施工合同。

(2) 检查材料及制品、五金配件等，必要的情况下还需取样送检；核准施工单位绘制的节点构造图和施工详图。

(3) 按照施工计划要求，不断对施工质量进行检查，包括施工中的抽查、竣工验收检查；同时按施工计划全面掌握施工进度，确保工程按计划如期完工。遇有质量、进度问题，及时汇报业主，并提出建议。

(4) 工程如发生变动，工程费用亦随之发生变化时，要分析工程变动的原因和工程费用增减情况，上报业主征得认可。

(5) 根据合同规定审核施工单位递交的付款通知单，包括应付款项、金额。在支付工程进度款时，要核实工程完成量，确认后方可办理支付证明。

五、国内室内住宅设计的工作内容

我国对室内住宅设计的工作内容目前还没有明文规定，总结下来可归为以下几点：

第一，回答客户的咨询，达成设计意向，签订设计合同，收取定金。

第二，分析客户的各种需求，比如功能、经济、美学方面等，总结分析客户基本情况和需求，制订行程安排表格。

第三，进行初步设计，提出符合客户需求的设计理念、功能安排、风格构思、主