

高等职业院校房地产类规划教材

GAODENG ZHIYE JISHU  
YUANXIAO FANGDICHAN LEI GUIHUA JIAOCAI

# 家装工程顶岗 实训手册

JIAZHUANG GONGCHENG  
DINGGANG SHIXUN SHOUCI

主编 杜异卉 叶颖娟 张驰



西南交通大学出版社

图书在版编目 ( C I P ) 数据

家装工程顶岗实训手册 / 杜异卉, 叶颖娟, 张驰主编.  
—成都: 西南交通大学出版社, 2015.8  
高等职业技术学院房地产类规划教材  
ISBN 978-7-5643-4042-1

I. ①家… II. ①杜… ②叶… ③张… III. ①住宅 - 室内装修 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①TU767

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 162018 号

---

高等职业技术学院房地产类规划教材

家装工程顶岗实训手册

主编 杜异卉 叶颖娟 张驰

责任编辑 胡晗欣  
封面设计 何东琳设计工作室

---

出版发行 西南交通大学出版社  
(四川省成都市金牛区交大路 146 号)

发行部电话 02 8-87600564 028-87600533

邮政编码 6 10031

网 址 <http://www.xnjdcbs.com>

---

印 刷 四川省印刷制版中心有限公司

成品尺寸 18 5 mm × 260 mm

印 张 12

字 数 29 8 千

版 次 20 15 年 8 月第 1 版

印 次 20 15 年 8 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5643-4042-1

定 价 35. 00 元

---

课件咨询电话: 028-87600533

图书如有印装质量问题 本社负责退换

版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

# 前 言

在装饰装修行业迅猛发展的今天，社会对专业设计人员和专业技术人员的需求量也在逐年增加，装饰工程从业人员已经成为备受关注的职业，被媒体誉为“金色灰领职业”。

为了满足社会的需求，一批各具特色的装饰装修相关教材也如雨后春笋般涌现了出来。但这些教材多是从原理和概念的角度去阐释装饰工程中的某个内容，形式较为单一，离实际工作也存在一定距离。这对于高职学生职业能力的培养来说无疑是一个重大的缺憾。

鉴于此，我们编写了这套类似于顶岗实训指导的教程，本书以一个实际的家装工程案例作为切入点，详细剖析家装行业中单个项目的运作流程。使装饰工程中的谈单、设计、预算、施工、验收、软装配饰等各工作环节环环相扣，循序渐进，从而打通初学者的任督二脉，解决高职高专学生在生产性顶岗实习中的疑难困惑。

本书在编写中紧扣高等职业教育特点，根据高职高专装饰类专业培养目标和实训要求，力求做到内容精炼、重点突出、通俗易懂、图文并茂、学以致用。本书适用于高等职业院校项目式课程改革使用，也可作为装饰装修行业从业人员的岗位培训教材、参考书和阅读用书。

全书共五个工作环节，主要内容包括开启美好的职业生涯、设计环节、预算环节、施工环节和软装配饰环节。其中，项目一由重庆房地产职业学院杜异卉编写；项目二由重庆房地产职业学院叶颖娟编写；项目三由重庆房地产职业学院张勇一编写；项目四 4.1 节由苏州金螳螂装饰有限公司杨志编写，4.2 节由重庆西南大学何峰编写，4.3 节由重庆房地产职业学院杜异卉编写；项目五由重庆房地产职业学院叶颖娟、重庆航天职业技术学院张驰联合编写。全书由杜异卉担任主编和统稿，并由重庆房地产职业学院范幸义教授主审。

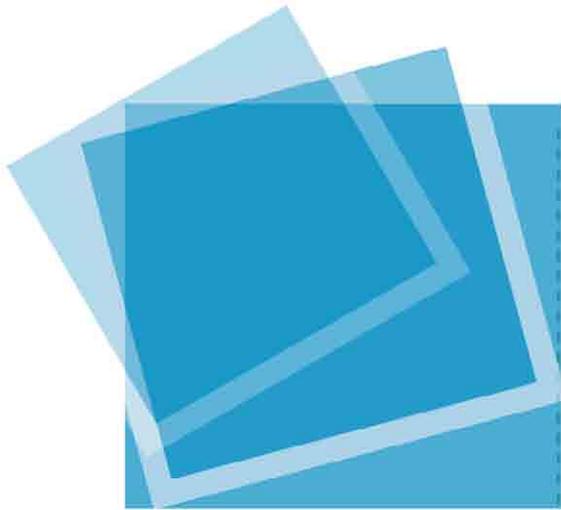
最后，特别感谢金螳螂建筑装饰股份有限公司家装 E 站、重庆昊色堂建筑设计咨询公司、重庆木问家俚有限公司、重庆玄武装饰公司、成都王强工作室对本书的大力支持。在他们的配合协助下，我们获得了大量的真实案例、照片素材及宝贵的建议，让本手册的可读性和实用性大大增强。

本书大量地列举了家装工程设计案例的照片，目的是让读者对家装空间目前的状况有广泛的了解，通过成功案例理解设计的直观效果，从而提高学生的设计水平和工作能力。本书所列举的图文，部分来自网络，由于作者不详，因此无法征得同意，一一标明出处，在此向提供图片的单位及个人表示由衷的感谢。如有不妥之处，请与编者联系。

编 者

2015 年 4 月

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 项目一 开启美好的职业生涯 .....       | 001 |
| 1.1 规划你的设计人生 .....        | 002 |
| 1.2 让我们从最基本的开始 .....      | 003 |
| 1.3 设计前的任务——签单 .....      | 006 |
| 项目二 设计环节实务 .....          | 008 |
| 2.1 进行设计前期准备 .....        | 010 |
| 2.2 设计方案的形成 .....         | 015 |
| 2.3 设计方案的深化 .....         | 020 |
| 2.4 个性化案例赏析 .....         | 053 |
| 项目三 装饰工程预算环节实务 .....      | 058 |
| 3.1 装饰工程预算实务知识 .....      | 059 |
| 3.2 装饰工程施工图预算编制常用表格 ..... | 062 |
| 项目四 装饰工程施工环节 .....        | 069 |
| 4.1 装饰工程施工实务 .....        | 070 |
| 4.2 装饰施工法律法规实务 .....      | 117 |
| 4.3 装饰工程竣工验收实务 .....      | 129 |
| 项目五 软装配饰环节 .....          | 132 |
| 5.1 配饰设计概述 .....          | 134 |
| 5.2 软装设计项目分析与策划 .....     | 135 |
| 5.3 软装元素 .....            | 137 |
| 5.4 软装布置技巧 .....          | 149 |
| 5.5 软装文本的制作 .....         | 160 |
| 附录 常用表格及参数 .....          | 173 |
| 附表1 客户咨询表 .....           | 174 |
| 附表2 家装工程验收单样表 .....       | 176 |
| 参考文献 .....                | 185 |



## 项目一 开启美好的 职业生涯

### 职业能力目标

- 了解家装业务的基本概念
- 掌握家装项目的基本流程
- 知道一般家装公司的组织构架
- 熟悉家装从业人员的岗位职责及素质要求

## 1.1 规划你的设计人生

年轻的朋友，欢迎开启室内设计师职业生涯！

首先让我们重新来定义一下这个行业，什么是室内设计？

室内空间通常指因建筑物而产生，由顶面、地面和墙面围合而成的空间。室内设计是根据建筑物的使用性质、所处环境和相应标准，运用物质技术手段和设计美学原理，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空间环境。

可见，室内设计师既要同室内空间打交道，又不缺少与人的交流。作为一门实操性很强的专业，室内设计对从业者的综合素质要求颇高。业界普遍认为优秀的室内设计师应该具备如表 1-1 所示的以下几点。

表 1-1

| 序号 | 知 识         | 能 力          | 素 养     |
|----|-------------|--------------|---------|
| 1  | 室内设计理论知识 CA | D 制图和效果图表现能力 | 一定的文化素养 |
| 2  | 装饰材料及施工工艺知识 | 创新思维能力       | 良好的艺术素养 |
| 3  | 相应行业规范和法律常识 | 良好的人际交往能力    | 优秀的职业素养 |

当然，除了以上这些基本要素，要成为一名优秀的室内设计师，还需长期的生活阅历和经验积累，而以上这些正是初出茅庐的年轻人较为欠缺的。本书以室内设计中的家装工程为主要内容，通过观察一位年轻设计师的成长经历，来解构居住空间室内设计项目从设计到竣工验收的全部过程，以帮助大家成功迈出踏入职场的第一步。

### 【情景描述】

作为一个聪明能干的小伙子，TIM 从来都不走寻常路。从室内设计专业毕业的他打算自主创业——和几个志同道合的同学开一家属于自己的家装公司。在校期间，TIM 他们也曾做过一些仿真快题设计，但对于整个家装项目的运作流程还并不十分了解。于是 TIM 决定利用暑假先到家装公司进行顶岗实习，以便开阔眼界、积累经验。

#### 特别提示

##### 传统家装项目所包含的内容

1. 房屋结构改造
2. 水路、电路、供热通风系统的完善改造
3. 门窗工程
4. 地面墙面天花工程
5. 空间隔断和储物柜、展示柜

## 1.2 让我们从最基本的开始

在我国，房屋基本上不是量身定做，而是由开发商事先设计好室内空间的格局，由消费者根据自己的需要来选择房屋的大小和户型结构。但是，由于开发商建筑的房屋，在结构上与每个家庭的居住要求不完全吻合，因此，很多人在新房领到手后，都对房屋结构进行第二次改造，家庭装修由此成为了市场的必然，家装公司也应运而生。

2000年前后，是中国家装行业火爆发展时期，家装公司的数量以每年200%、300%的速度凶猛递增。快速的生长在满足市场需求的背后也加剧了行业内的竞争，有影响力的大公司开始主攻一体化家装的高端市场，而其他更多知名度不高的小公司则仍在薄利多销的价格战中继续搏杀。

我们应该认识到的是，随着物质生活水平的逐步提高，消费者对家庭装修提出了新的要求。在实现功能合理、造型美观、价格合理的基础上，更强调了家装的个性化、绿色化、低碳化。另外，随着建设高潮的减退，旧房的重新装修必然成为设计师接触最多的项目，设计师的工作角色也会由单纯的设计转向综合性的工作，如购买配套软装、资金控制、动手制作个性家具等转变。

### 【情景描述】

经授业恩师的推荐，TIM在罗总的公司得到了一个面试的机会。罗总在装饰行业闯荡多年，在业界颇有声望，10年前由他创办的建筑装饰公司，如今已是枝繁叶茂，花开遍地了。罗总亲切地接待了这名虽未毕业却踌躇满志的年轻人，跟他聊起了很多关于装饰行业的事。这次谈话让TIM感到受益匪浅，事实上，他已经兴奋起来，他期待着能快点投入到岗位实践中去，更期待自己某天也可以成为罗总那样的行业精英。

### 1.2.1 家装公司承包范围

#### 1. 全 包

全包又分为广义全包和狭义全包。

(1) 广义全包就是将客户家装所有的项目一包在内，包括家具、家电、主材、辅材和施工，客户只需要将日常用品和行李拎进新居就行。

(2) 狭义全包是指包括家装主材、辅材和施工，一般不包括家具、家电等项目。

#### 2. 半 包

半包是指只包辅材和施工，不包括主材，像地板、地砖、窗帘、锁具、灯具开关等主材都由客户自己提供。

### 3. 包清工

包清工指不管是主材还是辅材，都由客户自己购买，装修公司或施工队只承包施工项目。一般来说，包清工形式家装公司采用的比较少，除极少数公司或工程施工外，大多数公司都采用半包形式。

### 4. 家装配套

有些家装公司在半包之外，又增设了一些配套项目，主要指对主材、家具、家电、饰品类的配套销售。为降低公司风险，家装公司一般都不会将配套与施工混在一起签订。

#### 特别提示

主材包括地板、地砖、窗帘、橱柜、石材、台面、五金、锁具、灯具、开关等。辅材常指木方、细木工板、饰面板、胶黏剂、油漆涂料、腻子粉、施工五金（铁钉、镙丝、汽钉、射钉）、水泥砂子、红砖、保温材料、吊顶材料等。

## 1.2.2 家装工程项目流程

在传统的家装市场中，普通家装工程项目一般会经过这几个阶段：客户咨询期、专一服务期、工程施工期、工程验收期以及售后服务期（图 1-1）。



图 1-1 普通家装项目流程图

每个阶段都有主要的负责人，比如在客户咨询期，主要负责人就是业务员；专一服务期的主要负责人就是设计师；工程施工期主要由项目经理来负责；而验收期则由质检员完成。当然，为了确保设计效果，以上所有阶段均需要设计师的用心参与，设计师是唯一从头到尾都要在项目流程中出现的人。

### 1.2.3 项目分工及职责

#### 1. 一般家装公司组织结构（图 1-2）

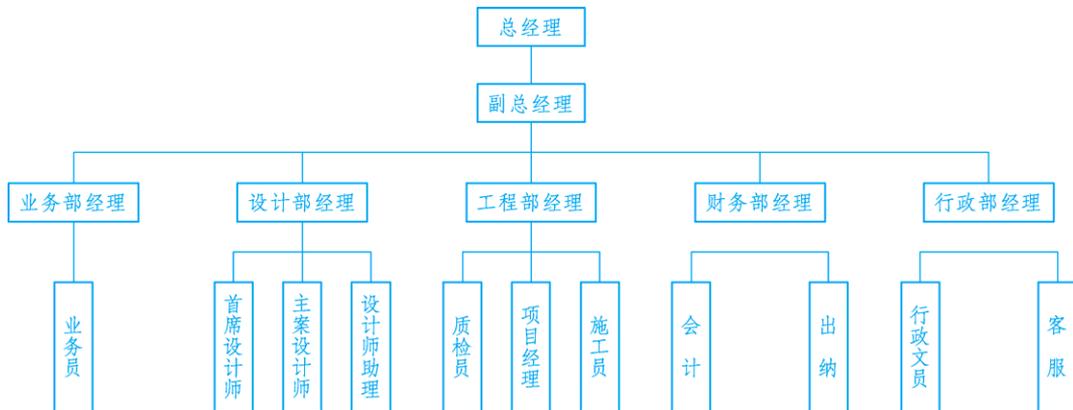


图 1-2 家装公司组织结构图

#### 2. 重要基层岗位及相关职责

**业务员：**负责了解所辖区域楼盘信息，挖掘客户资源，建立客户关系，开拓业务市场。

**设计师：**主要负责谈单、签单，以及在签订装修合同后负责进行量房、装修设计及方案效果图设计、工程施工图设计、工程设计交底等工作。

**设计师助理：**协助设计师量房、绘制房屋结构图和施工图。

**项目经理：**在装修公司中对客户家居装修施工负责的人，通常需要购买部分材料，组织工人施工确保工程质量。

**工程监理：**又称巡检，主要负责对工地现场进行材料、质量、卫生的监督和协调。

#### 特别提示

#### 建筑与地产专业术语

1. **楼盘：**由具备开发资质的开发商承担设计、建设并聚集在某一处进入市场上销售的房子。楼盘一般指商品房。一般指正在建的或正在出售的楼房。
2. **开发商：**对楼盘进行统一规划、设计、建筑、销售的公司。
3. **物业公司：**对小区内进行保安、维护、服务、管理的公司。
4. **户型：**单位商品房的内部空间区分，如二室一厅一卫、三室两厅双卫等。
5. **玄关：**进户门内的附近区域，通常用作进门换鞋、临时挂衣、阻隔客厅视线，玄关有独立式和敞开式两种。

6. 入户花园：在入户门与客厅门之间设计了一个类似玄关概念的花园，起到入户门与客厅的连接过渡作用。

7. 建筑面积：包含房屋墙体、公摊面积在内的房屋面积。8. 套内面积：又称使用面积，是指房间内的净面积（不含墙体和公摊）。

9. 开盘：楼盘对外正式公开发售（通常在楼盘封顶之际）。

10. 入住：楼盘内外建筑结束，业主领钥匙开始进住。

### 1.3 设计前的任务——签单

达成项目设计委托的前提是谈单。由于家装设计往往受到资金、家庭审美观点等多方面的限制，所以确保签单有效进行的重要原则就是——在客户的预算限制内，顺应其审美观，把公司服务和设计理念推销出去。

签单是一门艺术，是一门需要与人沟通、了解客户需求并能满足客户需求的营销艺术。优秀的家装设计师应该在追求设计能力提升的同时，重视营销能力的提升。

#### 【情景描述】

鉴于TIM是一个毫无经验的年轻人，公司人事部给他安排了一份业务员的工作。虽然TIM希望成为一名室内设计师，但他还是欣然地接受了。没有业务，何来设计？业务员同样能学到许多东西。

上班第一天，TIM就被派到一个楼盘去蹲点。他的任务就是尽可能地多接触潜在客户，向他们推荐公司业务，并协助设计师促成签单。TIM意识到，业务员代表了公司的形象，业务员的工作是否专业会在很大程度上影响客户是否签单。为此，TIM把自己从头到脚地包装了一番，努力让自己显得更成熟稳重，令人信服。他主动寻找客户，并给予他们专业的装修建议。TIM不计得失的周到服务打动了不少挑剔的业主，半个月下来，TIM量了10套房，签了3个单，签单总额达到30万元。业务部经理脸上笑开了花，他拍着TIM的肩膀道：“小伙子，真不简单！”

签单之前，必须首先建立良好的第一印象。当我们第一次接触一个客户，无论我们和他谈什么，我们的目的应该是如何利用第一次短暂的接触尽快地和客户成为朋友，在公司强大的声誉和制度的背景下，动用个人的人格魅力去影响客户，以最终建立起互惠信任的关系。

通常家装客户的类型主要分为以下三种：

#### 1. 完全明确型

这类客户往往主观意愿强烈，且有一定的装修经验，对自己想要什么非常清楚，面对这

样的客户，我们重点是要把握他的需求标准，主要向他推销产品质量和售后期服务。

## 2. 半明确型

这类客户一般处于徘徊选择期，他们对市场已经做过基本的了解和咨询。与众不同的设计理念比较容易打动这类客户，另外项目过程管理的标准化也是他们感兴趣的内容。

## 3. 不明确型

这类客户往往都是第一次装修，对装饰市场缺乏了解，对自己的需求也不是很明确。当问及其有什么要求时，这类客户常常会只给一些比较模糊的概念，比如：“好看就行了、实用就可以了”。面对这种客户，应该拿对方可能存在的问题，向他去求证，帮助他找到问题，创造需求。

### 特别提示

#### 装饰业务员谈单技巧

##### 一、业务之前先两问

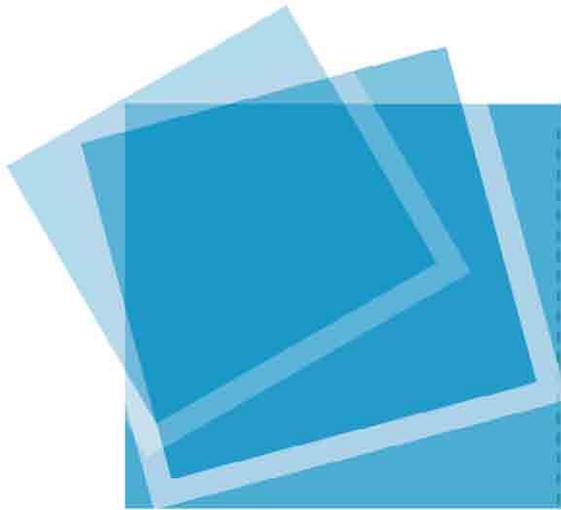
1. 我公司有什么特点？（价格、设计、施工质量、售后服务）
2. 我能为客户提供哪些优质服务？

##### 二、做好谈业务的充分准备

1. 检查公文包。（足够的名片和宣传资料）。
2. 准备1~3个能看的样板间。（最好是施工和装好的都有）
3. 了解小区信息。（户型、面积、房价、园区景观规划、小区家装规定）
4. 检查自己的形象。（衣着、发型、微笑）

##### 三、具体拦截技巧

1. 态度认真、处事稳重。
2. 嘴勤、腿勤、手勤。
3. 保持热情，主动出击。
4. 主动要求量房能有效提高签单率。



## 项目二 设计环节实务

### 职业能力目标

- 学会有技巧性地与客户沟通交流
- 能通过现场实地考察，测量绘制项目土建图
- 掌握方案概念初步形成的过程
- 掌握方案深化的规范及实践技巧

作为服务行业的一员，室内设计师的宗旨就是满足客户。室内设计师必须知道如何规划一个空间，并使方案可视化，以便有效地传达给客户。他们还必须了解相关的材料和产品，清楚选择怎样的质地、颜色、灯光才能营造出预想的效果。此外，他们必须明确这个方案在结构要求、建筑规范、施工技术等方面的可行性。

最后，设计者还必须是耐心的倾听者和沟通调解的高手。因为他们不但要正确掌握客户的真实意愿，还要经常与建筑师、承包商，以及协同工作的其他服务供应商们一起进行有效的谈判和调解。

家装设计师岗位职责：

- (1) 店面接洽客户来访。
- (2) 现场测量待装修房屋。
- (3) 主持装修方案设计、预算，完成设计任务，做出符合客户要求的设计方案。
- (4) 代表公司同客户签订装修合同。
- (5) 主持施工现场技术交底。
- (6) 跟踪施工过程，解决施工中相关设计问题。
- (7) 主持施工中的设计变更。
- (8) 融洽客户关系。
- (9) 立足本岗位工作，提出合理化建议。

### 特别提示

#### 室内设计专业术语

1. 硬装：对房屋室内基础功能的补充完善，例如铺地砖、墙砖，做门套，安门，铺装地热、暖气、新风和上下水改造。
2. 软装：又称配饰设计，是为了美化房间，营造气氛而进行的辅助装饰工作。如灯饰、家具、色彩调和、窗帘、壁画、摆件、背景墙、吊棚等。
3. 预算：对装饰资金的前期规划和施工项目费用的计划。
4. 工程款：装修公司承包业主家庭装修的合同价款，通常又分为首付、二期、尾款。
5. 装修合同：装修公司与业主之间就装修工程施工达成的合作协议，以明确和约束双方的责、权、利行为。
6. 项目提成：在设计师不收取设计费的情况下，装修公司会给设计师一定的工程项目款提成，因为通常是以总工程款的百分点来进行计算，俗称提成。

## 2.1 进行设计前期准备

### 【情景描述】

TIM 除了完成自己的分内事以外，还主动为设计师们绘制所量的户型图。很快，TIM 的专业精神得到了设计部经理的赏识，他被调到了室内设计部，并成为主任设计师 BRAIN 的设计助理。由于这位经验丰富的主任设计师一般只接受客户的直接委托，TIM 工作性质也由原来的业务员变成了货真价实的设计学徒。

周六的下午，TIM 没有放假，因为 BRAIN 约见了两位客户，这可是 TIM 学习的好机会。下午两点半，他们和这对王姓夫妇在公司楼下的咖啡馆里碰了面，在一番问好及闲聊后，王先生拿出了新居的户型图，开始切入正题。

在这次沟通中，TIM 了解到王先生家里常住五口人，除了他夫妻二人外，还有一个刚出生的婴儿以及两位照顾孩子的老人。王先生最大的希望是家里的空间能够利用得当，特别是储物空间要大，其次才是美观上的需求。根据这一信息，BRAIN 给出了相应的建议，比如：将入户玄关和厨房入口的位置做成鞋柜；卧室衣柜到顶；以及在婴儿活动室的墙上做柜子等，以满足储物的需求。对于这些建议，坐在一旁的王太太频频点头。TIM 发现，在初次交谈时，一些准确而有效的建议，会博得客户对设计师的信任。

他们第一次沟通非常成功，王先生签订了装修合同，并预付了设计定金。

在着手进行设计之前，我们一般得有一个基本的设计概念。设计概念的形成是一个难以直接捕捉的过程，有些同学抱怨自己在设计时没有灵感，其实没有灵感往往是因为设计前期的准备做得不够充分。

在接到一个设计项目后，精明的设计师都会做大量的前期准备（图 2-1）：如了解客户的需求；对房屋进行现场勘测；参考前人的优秀作品，从中汲取创作灵感等。当这些必要的信息、数据、和素材都收集充分，设计的灵感自然便会不邀而至，设计概念也将因此慢慢成形。



图 2-1 前期准备

### 2.1.1 解析客户需求

事实上，大多数业主在进行家装设计咨询之前，就已经私底下设计过自己的房子千百次了。不过这种设计只停留在他们的脑海里，并且支离破碎，表述不清。严格来说，这些都只能算是他们对家的美好梦想罢了。

作为设计师，我们要做的就是帮助他们把这些模糊的梦想从断断续续的思维里抽丝剥茧出来，并完整地将其变为现实。

家是人们的栖息之所，不同性格、职业、年龄、经历的人，对于家会有着完全不同的憧憬。一个好的家装设计应该既符合主人的功能和审美需要，又满足主人的内心向往。设计并非是凭空的，着手设计之前要做的第一件事就是深入了解你的客户，弄清他真正想要的是什么。

根据以上这些特点，我们将家装设计总结成这样一个有效的公式：

$$\text{House} + \text{Family} + \text{Design} = \text{Home}$$

**House:** 收集相关的建筑图样和资料，现场实地考察、拍照、测量未知尺寸，绘制房屋结构图并详细标注。

**Family:** 与客户充分交流，在详细的询问中了解客户的家庭结构、生活习惯以及客户对功能的具体要求。

**Design:** 在与客户融洽的交谈中，完成对客户的人格分析、个人爱好咨询，并在此基础上形成初步的设计概念，确定设计风格，并在接下来的草图构思中进一步深化。

从这个公式我们可以看出来，居住空间设计是一个逻辑的思维过程，而不是设计师自说自画的凭空想象。不同的房子、不同的家庭、不同的梦想憧憬组合在一起，就会形成完全不同的家居设计。所以当我们接到一个设计委托时，我们要做的第一件事就是去认真了解并分析以上这几个基本的要素，将设计顺理成章地推导出来。

### 1. 第一个要素——房子

这是个什么样的房子？是独栋还是集合式公寓？如果是独栋，那么是否可以考虑把室内与户外进行统一的设计？这个房子是古老的建筑还是现代建筑？如果是一个传统的四合院，室内设计走中式风格是否会跟建筑看起来更加协调呢？

建筑环境是怎样的呢？四周有些什么景观，近邻情况是怎么样的？私密性好么？足够安静么？

天然采光、通风怎么样？需不需要加设人工照明，安装新风系统？湿度、室温适合人居住么？需不需要通过加设防潮层、保暖层、地暖系统来解决问题？

住宅空间本身的条件怎么样？室内外各区域之间空间关系合理么？空间面积如何？门窗、梁柱、天花高度变化是怎样的？需不需要进行吊顶处理？

最后，我们甚至还要分析一下这个房子室内外的材料与结构，看看哪些墙是可以打的，哪些墙是不能改的，以便我们在后面进行空间组合改造，做到心中有数。

### 2. 第二个要素——家庭

(1) 家庭结构形态。家庭形态包括：人数构成、成员间关系、年龄、性别等。另外按照发展阶段的不同，我们把家庭分为新生期、发展期、老年期。家庭的发展成长阶段的不同，对住宅环境的需求也截然不同。比如对于新生期家庭来说，业主大多是事业处于上升阶段的青年人，他们工作繁忙、没有小孩，所以设计时可以更加注重时尚性和灵活性；而对于发展期的家庭来说，小孩的生活学习空间成了设计的重点，家居环境的设计更加注重实用和耐用。

(2) 家庭性格。它也是我们要重点分析的因素——家庭特殊性格是精神品质的综合表现，包括家庭成员的爱好、职业特点、文化水平、个性特征、生活习惯、地域、民族、宗教信仰

等。比如同样是客厅，左边这个时尚、优雅，右边这个充满民族和宗教情绪，只要稍稍揣测，我们就能大致想象房子的主人是个什么样子，有怎样的背景和喜好。所谓青菜萝卜各有所爱，作为设计师我们要懂得投其所好。同样，也只有当我们的室内设计的形式与家庭性格相符时，生活在这里的人才会感觉自在。

(3) 家庭活动。它包括以下三方面内容：群体活动、私人活动、家务活动。

与客观存在的房子不同，家庭因素很多都是隐性的，业主往往不会直接告诉你，或者不便于告诉你。这个时候，我们就要懂得旁敲侧击、察言观色，尝试在不经意的对话中捕捉到你所需要的有效信息，充实分析资料。一般来讲，我们从业主那里获取的信息量越大，越有利于我们进行设计分析。

分析完了房子和家庭两个因素后，我们就基本找到设计方向了，接下来就是整合协调各种关系，提出设计理念，画出方案草图。

### 设计师语录

“我要从你们的头脑中盗窃你潜在的意识，为你编织出一个故事、幻想，就因为我使用的是你们已经认得的东西，所以你们的反应会更强烈！”

——马塞尔·万德斯 (Marcel Wanders)

在沟通中设计师一定要引导客户，因为客户并非专业人士，他们对即将完成的家的定位是散乱而无序的，并且容易受到某些特定环境和身边人群的影响，而使自己的想法摇摆不定。这时候，设计师千万不能急于求成，而应该与客户耐心地交流，循序渐进，不要嘲笑客户的“想入非非”与非专业，而是要从与客户的交流中，把客户的只言片语、思维碎片集合起来，抽象概括出最能解决问题的部分，使他们满意。

为了得到更为准确的信息，有的设计会自备一张客户情况调查表（详见附录中附表1）来帮助顾客理清思路。当装修没有竣工之前，人们对于暂时还是虚构的家总是充满了复杂、多疑、忐忑与飘忽不定的情绪，而设计师的设计应该具有说服力。应该有底气、有信心地将客户未来家的蓝图，准确地展现给客户，让他们带着美好的憧憬邀你共同完成他们的家。

## 2.1.2 现场勘测

### 【情景描述】

王先生的新居位于重庆江北区某知名小区内，楼层高，房屋采光好，户型方正、紧凑。缺点是剪力墙较多，儿童房开间小，没有储藏间。TIM拿着电子尺和图纸，一边丈量一边做着详细记录，BRAIN则在一旁耐心地倾听客户的诉求，并根据实地情况给出相应的改造建议（展示原始户型图，量房时应该注意的部分，分析户型图。）。