

室內設計業務規範

每冊售價新台幣400元

發行人：葉修輝

校訂者：梁敏川

翻譯者：鄭光立

發行所：北屋出版事業股份有限公司

郵政劃撥103326號北屋出版帳戶

總代理：北屋圖書事業股份有限公司

台北市松江路50號6樓

電話：(02)5616232

印刷所：大鵬彩色印刷股份有限公司

本書如有裝訂錯誤破損缺頁保證退換

行政院新聞局出版事業登記證台業字第0177號

經濟部公司執照北市建商新字第69405號

《版權所有、翻印必究》

室內設計業務規範

A guide to Business Principles
and Practices for Interior Designers

西格尔著



目 錄

序	職業設計師的再接觸	4
序	談從事高度藝術的室內設計事業不可或缺的要件	7
第一 部	室內設計事業經營實例及如何第立經營法則	11
第 一 章	專業化的室內設計	13
第 二 章	室內設計業的劃分	16
第 三 章	營業型態	20
第 四 章	營業地點和性質	26
第 五 章	尋求必要的顧問和協助	28
第二 部	業務之執行	30
第 六 章	與客戶初次洽談	32
第 七 章	同意書	36
第 八 章	採購案之確認	44
第 九 章	收費標準	55
第 十 章	其他成本因素	62
第十一章	客戶之預算	64
第十二章	預算之估計和管理	67
第十三章	訂貨單	75
第十四章	客戶的存貨和收帳管理	80
第十五章	收帳	86
第三 部	非住宅工作的特別要求	91
第十六章	室內設計師在非住宅方面的市場	92
第十七章	非住宅工作的初步洽談	94
第十八章	非住宅工作的收費標準	100
第十九章	非住宅工作的同意書	105
第二十章	非住宅工作的估價和作業程序	131
第四 部	形式、技術及其他	143
第廿一章	合約細目表	145
第廿二章	與供應商的關係	149
第廿三章	記錄時間的理論、目的和方法	152
第廿四章	保險	160
第廿五章	客戶工作本	162
第廿六章	其他工作表格	171
第廿七章	記帳的要點	196

序

職業設計師的再接觸

“RULE”這個字的意義就是規則、規定、法則、標準……。

外國人的頭腦比較單純，為了避免日後的衝突，會事先制訂許多規則、規定來讓人遵行，由於大多數的人都有守法的習慣，大家都遵守不違，結果大家都很快樂的相處，也很快的達到了目的地。例如每個公園的規定，不許帶狗入內，或是不可踐踏草地等等，在公路的規定，不可超速，不可任意轉換車道……，大家都遵守不逾，交通流量自然暢通，大家都很順利、很輕鬆的到達自己所須要去的地方。就連最簡單的遊樂場，除了有它自身的規則以外，它的飲食攤位也例行一個不成文法，那就是「排隊」，絕不能因為你趕急而得到特別的優惠，因為每個人都花費了同樣的時間在排隊，大家都是公平的。他們的建築師有建築的規則規定，室內設計師亦不例外。由於大家心存默契，互相遵守、互相維護，因而這個準則就能在人的彼此之間恆久維持下去。

反觀我們國人，永遠拋不下「人情」、「面子」這個問題，總認為講「人情」才是中國人固有的風範，有了「人情」固然可以縮短距離走捷徑，但是一旦沒有人情的時候可就什麼都行不通了。而且總認為守規矩都是些沒有「辦法」的人，因而在高速公路上市任意轉換車道、任意超車、使用無線電剷如警車的位置，甚至互打燈號警告來車，前有警察……就算運氣不好，萬一被捉到還可以找個民意代表或什麼長來「關說」，至少可以減到最低的罰金。如果大家都遵守規則，順利的往前駛，不就連最低的罰金也免了嗎？

再談到我們室內設計界，亦復如此。簽訂合約是對雙方都有保障的，然而就有些大老闆認為要他簽字，實在太瞧不起人了，也太不相信人了。而設計師也深深的認為，一簽約就會把客戶給嚇跑了，為了生意，也不敢強迫客戶簽約，結果事情發生了，由於沒有明文的規定可依據。碰到存心賴帳的客人，設計師只有自認倒霉，而如果遇到不負責任的設計師，把錢花光了却没有完工，客戶到那裡去找人，再打官司也沒有依據。為什麼我們不能藉別人的經驗使自己避免再重蹈覆轍呢？現在開始，為時尚不算晚，因為我們都知道，美國之所以有今天，也是一步一步來的，1912年代的美國不也一樣的混亂嗎？

我個人從1966年由日本回來，改行「室內設計」，當然這十二年來，吃了不少虧，也學了不少乖，為了保障自己的權益製造客戶的信心，先後參考外國書籍設計了多種合約書、設計委託書，當初在別家公司上班的時候，就被老闆否決掉了，最主要就是客戶沒有這方面的概念，會被嚇跑的。直到我自己開設事務所，才大力推行簽約再設計，並且毫不吝嗇的將合約書藍本送給同業參考，目的是不要讓同業再被戲弄欺騙。及至中華民國室內設計協會成立，我再把藍本交給協會，集思廣益，再經顧問律師修改補充，才有今天設計委託書和工程

合約書的雛形，這只是千百種設計合約中的一種，並不完善。我一直寄望美國室內設計界應有一套更完美的「設計規範」。

三年前，在一個偶然的機會，在紐約的一家專售設計用書的書店發現了這一本書，我真是欣喜若狂，帶回來交給協會，由於沒有經費，就此擱下。外行人也沒有辦法翻譯這許多的專有名詞。目前室內設計界也沒有一套明白的技術用語書。北屋有心將這本書翻譯出來，是室內設計之幸，所以校正一事來找我，我是義不容辭，只是其中許多用語，我是依照我們目前設計界用的「習慣語」，例如“LAYOUT”一辭在字典中是「紋樣」，而我們多稱之為「構圖」、「佈局」、「配置」……而本書中常提到家具的“LAYOUT”所以我將之翻譯為「家具配置圖」。其他許多地方亦同，希望有朝一日，設計界的術語也能統一，那時這本書中的「習慣語」就要重新編寫了。

這本書是由一位專門為室內設計師工作的會計師所寫的，所以他對於室內設計界常發生的事都有很正常明確的防範，例如書中有一段，提醒設計師不要和客戶成為「朋友」，由於是「朋友」，什麼都沒有錢，一旦發生立場不對的時候，「朋友」失去了，你也失去了立場，除了「自認倒霉、交「友」不慎」，你還能怪誰？由於室內設計業，工作範圍甚廣，有許多事不是馬上會接觸到的，但是我們不能不預防它的發生，憑着他人的經驗，我們可以減少到最低的錯誤，為什麼我們不仔細的看看這本書呢？

這本書內容一共分四大部，共二十七章。這四大部是①談如何籌組一個完善的設計公司。未成立而想成立公司的人須看，尚未從事設計工作者要看，就是已成立公司的也要對照一下是否有遺漏的地方。②如何執行業務、保護你的設計工作。這是一個設計從業者更應知道的。③談商業空間（非住宅設計）的不同。這是店舖裝潢、旅館、餐廳等營業場所設計者更應一讀的。④最後談表格、技巧和特別狀況的應付。這就是本篇開始所談的“RULE”——規則、法則、方法，遵照去做，可以省時、省力、省錯誤並且節省你的開支，也就是幫你賺錢了！「別人能，為什麼我們不能？」這是我們大家都了解的，願以此書和設計同業共勉之。

梁敏川

民國七十一年七月二十八日颱風夜

序

談從事高度藝術的 室內設計事業 不可或缺的要件

本書的目的，在使職業室內設計師瞭解一些基本的商業準則，使他從事這行業時，能得到合理的利潤、取得大眾的信心，並且不致因為商業問題而浪費精力或資源。此外，本書也提供了一些必要的程序與表格。雖然在分析商業準則時，本書多少也提到了室內設計師的資格，如藝術技巧、創意或知識，但這些項目不包括在本書的範圍之內。本書是為各種身份和程度的室內設計師而寫，適用對象包括：

①實習室內設計師——讓他們知道如何分析、和解決經營上的問題，並介紹各種必要的表格，如同意書、客戶存貨表 (clients' inventory forms)、營業量控制表 (billing controls)、供應來源表 (trade source forms) 和預算表 (budget estimate forms)。就是靠這些表格，室內設計公司才能規劃、控制營運、金錢、物料，和承包工程 (commitments) 的流量。

②任職於室內設計公司或其他公司室內設計部門的職業室內設計師——使他們對工作上那些難以一目了然的業務，具有必要的見識。

③自設有室內設計部門或想精通室內設計的建築師——讓他們對室內設計業務的補給供應有清楚的概念。

④雇有職業室內設計師以提供設計服務的公司行號經理——使他們也瞭解室內設計的補給供應。

⑤雇有室內設計師為自己的建築物進行室內設計，或有機會雇用獨立室內設計公司從事這項工作的公司或機關官員——教他們如何正確處理這方面的事

宣。

⑥初次從事此一行業者——讓他們知道開設公司或與室內設計公司往來所必須遵行的步驟，並說明公司依設計師的需要和愛好，所能採用的不同表格。

⑦學室內設計的學生——使他們瞭解，在專業訓練期間，必須確認室內設計除了是一項事業之外，也是一種高度的美藝。

室內設計是一種藝術，並且，和所有的專業一樣，可同時認定為專業及商業。關於室內設計這種專業的定義和分支，我們在第一章會有簡要的說明。但在此處，為了說明本書的目的，我們覺得有必要強調健全的商業管理對這種專業的重要性。所有的專業都涉及商業交易，但其複雜性却有顯著的不同：醫生、牙醫和律師，只要支付租金、雇用助理人員、做帳、寄帳單即可；而室內設計師、建築師和工程師，却必須處理相當複雜的財務交易。從商業觀點上看，在各種複雜的專業中，室內設計是最受誤解的。

誤解的原因，部份是由於室內設計被認定為一種專業，較其他專業為晚；部份是由於這領域的財務交易，本來就有明顯的矛盾。常常，人們支付給室內設計師的，不是為其專業服務，而是設計師為設計而購買的高額物料。事實上，室內設計師所收取的，應是他選擇、組織、處理這些物料所運用的技巧；但這却難於向人們說明。這混淆不清的現象，是由於室內設計師同時收到財貨和勞務的付款的交易行為所構成的；並且，也基於那種外人看來覺得神秘與前後不一的會計制度。

但是室內設計極其複雜——不論從藝術、專業或商業的角度觀之。這並沒錯。人羣本身就是複雜的，人類生命也是如此，甚至我們的經濟、空間都是複雜的。問題是，許多具有卓越的藝術及專業知識的室內設計師——甚至足智多謀者——因為不知如何應付商業問題，而無法推動自己的事業。沒有健全的商业方式，室內設計便隨時會爆發周轉不靈、聲名狼藉、賓主失和和周轉無法成眠等等危機。

不幸的是，準備幹這行的人，很少有人知道這些危險的存在。然而，任何具有健全心智的人，都可以領悟以穩健方式經營室內設計時，必須牢記於心的商業準則。有了專業知識、顧問和知覺，設計師就應該能夠應付這行業涉及的商業問題，而不致被其拖累。第一項準則，就是不要在無人指導的情況下投入陌生的商業環境中。設計師在其事業之初，應該找一位合格的商業顧問才行。

許多室內設計師之所以不擅於經營，主要原因並不是在於無法瞭解商業準則，而是根本不願認真考慮商業上的問題。他們認為自己是藝術家，當初所以學這行業，是基於線條、圖形與色彩的魅力。他們對空間與比例、情調與光線都有敏銳的知覺，同時喜歡物質的觸覺——豐富的、粗糙的、脆弱的或光滑的。他們見到圖案就興奮，把室內做其客戶人格的表現，並為心理需要和官能需求的解決途徑。他們要使人們舒適，使各種難於處理的空間各有效用。

他們期望創造生活環境，並把風味與趣味注入其中，像劇場的舞臺裝飾。他們喜歡探訪美術品，利用藝術品吸引大眾的注意、刺激其想像力。

他們那會關心事務程序、各式表格、合約、百分比這些事呢？

那些提供這種室內設計專門訓練的設計學校、大學和其他教育機構，本來就把課程排得密密麻麻，所以修完三年、四年或五年的學業後，如果能學到「這行業」的一些基本觀念，並且介紹自己給某些陳列室的人，就屬萬幸了。每百個學生中，只有幾個人有機會在畢業前到設計公司實習一番。這不只是因為暑假工讀的名額有限，也因為這期間學生喜歡到外國觀光，上博物館研究藝術品。所以，拿到學位、結交朋友、找到未來的客戶後，這些新手還不知道該如何執行室內設計業務、更不知道自己的客戶和一般商業人士對他有何期望，也不知道他的業務跟其他行業有何關聯。事實上，他也不知道該如何為自己的服務收取適當的費用。這本書就是要使室內設計師——無論是新手或已經開業的——注意這領域的商業程序，使他們在從事這行業時，懂得如何經營健全適當的商業。

本書作者已經為室內設計師服務了許多年，不僅解決他們的商業問題，也訂定了一些表格與制度，使果實的雜務變成有效率的例行業務，並使經營得體。在本書中，他雖然避免了會計、財務和法律等專門用語的使用，却仍能以簡單、直接的語言，把室內設計事務所的經營，從創設到與客戶和其他相關行業的接洽，一一加以說明。在各階段中，他都能一針見血地指出該階段所特有的問題，並提出解決的方案。

相信這是一本受益無窮的書。

奧爾加·古夫特
Olga Gueft

**第一部 室內設計事業
經營實例及如何建立
經營法則**

第一章

專業化的室內設計

專業

根據最新韋氏世界辭典的定義，專業乃指「需要在文理或科學方面接受高等訓練，同時工作通常為勞心而非勞力者的職業。」

但是，我們所說的「專業」這個名詞的意思，早在編寫字典的人為它下正式定義之前，就為一般大眾所瞭解了。然而，「室內設計師」這個名詞，在四十多年前幾乎還沒人使用過，並且，它也是一直到五十年代中期才取代「裝潢師」這個字眼的。當時，代表這行業的兩個美國領導機構，都在其名稱上用上了「設計師」這個名詞。歷史較久的那個機構創立於1931年，並於1961年把名稱「美國裝潢師協會」改成「美國室內設計師協會」。當時，它就說「裝潢師」這個名詞是過時的用法。歷史較短的那個機構創立於1957年，一開始它便使用了「設計師」這個名詞，以「國家室內設計師協會」為名。

室內設計這行業的沿革不在本書的範圍之內，但名詞的變更有重大意義的。在歷史記載當中，從事房屋內部的設計和製造的人，有建築師、營造商、藝術家、雕刻家、藝匠、技工、室內裝飾師(upholsterers)、布商、木匠(cabinet-makers)、店老板、古董經銷商等等；第一次世界大戰後，更有社會地位極高、富於想像力的人士加入室內設計的行列。就是由於這批生力軍的來臨，「裝潢師」這個名詞才變得重要和普遍。但「裝潢師」的意義曖昧不明，它可說是一位畫家或裱糊壁紙的人，也可以說是利用空閒時間自己來佈置室內的家庭主婦。而「室內設計師」指的，却是一位從事專業性職業的人。上述兩個機構，對室內設計師所司的職務和應具備的資格都有詳細的規定。下面就

是它們對「室內設計師」的定義：

室內設計師就是在開有學科和術科設計課程的大專院校修完四年學業，並在合格的室內設計和裝潢機構有過三年（國家室內設計師協會規定）或四年（美國室內設計師協會規定）以上的實際經驗，而得有資格從事室內設計這行業者；或中學畢業，在大專院校修過二年以上的學科教育，在合格的设计學校接受三年的術科訓練，並在合格的室內設計和裝潢機構有過三年（國家室內設計師協會規定）或四年（美國室內設計師協會規定）以上的專任實際經驗，而積極從事室內設計這行業者。

除了上述資格外，從業人員還必須具有下列的職業標準和道德：

「室內設計這行業要求其從業人員具有高度的標準、訓練、正直、想像和創造能力。室內設計師的服務項目，應包括任何可以促進其終極目標的服務，就是開創有條不紊、美觀大方的環境。室內設計師應保持其職業道德；他的動機、能力和行為一定得永遠贏得客戶的尊敬和信任。」

——摘自美國室內設計師協會的道德規章

從「裝潢師」獲得普遍認識到職業「室內設計師」經正式認定這一短暫期間，其特色就是美國國內出現了一股明顯的動力。從經濟和美學方面來說，室內設計這一行業正對美國所生活方式產生重要、顯著、可計算的影響。在捕捉大眾的想像力中，它使我們更認識日常生活的環境，使我們在安排居住與工作的地方時，能更有智慧地安排舒適、方便、效率和安逸這些因素。同時，它也使我們更能享受環境中那些藝術的

和引起美感的部份，並且增加我們對新、舊藝術品的鑑賞力。

然而，室內設計這行業的興起，並不光是為了捕捉大眾的想像力而已。我們可以進一步說，商業結構對室內設計業也有影響。這行業跟室內家飾業（interior furnishings industry），乃是相互發展的。室內家飾業的經營，顯示室內設計這行業對高品質的產品有極大的需求。同時，它也使室內設計業得以有效率地大量提供個人服務。在與提供各種產品及勞務的其他業者相互合作的情況下，室內設計業在大眾（包括個人、公司和政府機關）的隨意支出中佔了相當大的比率，而且這比率還在持續不斷的成長當中。

根據定義，室內設計師是從事專業性職業的人；依據他們工作對社會的影響來看，他們是專業人士。大體而言，他們在美學和技術方面的工作，乃是行家的表現；但在商業和財務方面，有許多人仍然只稱得上不入流的業餘人士。這可能造成極大的損失，因為預算、控制達成美感效果所需的經費，就跟他們為這美感效果所做的服務一樣重要。室內設計師的服務性質，使他們必要的財務方面的工作是複雜又困難。設計師通常並不只是提供意見或繪製室內的圖樣而已，他還要負責把這些企畫案和圖樣變成實體，並參與鉅額財貨和勞務的指定、訂購和安裝事項。室內設計之所以要有專業的商業做法，其重要性就在這裏。室內設計師不僅在設計美麗、適當和實用的室內上要達到專業水準，同時也必須在公司的組織與客戶的商業交易、與供應廠商的商業交易、費用之訂定與收取、經營公司等，設法達到專業水準。

這個在經濟上具有如此衝擊力的行業，必須以理

性的方式來經營業務，才能確保合理的收益，並維持其在整個經濟上的地位。

在這裏，我們最好說明一下室內設計這行業在經濟上的地位究竟如何？分析下面十二家設計公司，似乎就可以找到答案：

這些公司都是我自己會計事務所的客戶，規模從最大的到最小的都有，它們每年為財貨、勞務和規費開出總額達美金 4,477,153 元的帳單，並為其客戶購買價值 3,086,942 元的財貨和勞務。如果我們接受美國至少有 12,000 家專業設計公司的事實，我們可以很保守的說，美國室內設計業在室內家飾業中所控制的商品和勞務之流量，超過了四十億美元。

總而言之，室內設計業乃是美國商業重要的一環，必須以健全、實事求是的方法經營才行。

第二章

室內設計業的劃分

室內設計師的主要業務就是計劃、設計和處理各種室內問題，範圍包括各種勞務、各種提供此等勞務的商業機構，以及各種合作企業。這行業並不一定要專門化，有許多設計師或設計公司都是多才多藝，同時做許多種工作的；其他的設計師，則可能以幾年的時間，專門做不同種類的工作。但專門化是一種自然的趨勢，商業經營也和專業活動一樣，都緊跟該行業各部門所劃定的方向而行事。

這行業最重要的劃分，就在住宅和非住宅室內設計上。雖然許多設計師兩者都做，但不可置喙的是，專事其中一項，乃表示氣質、工作習慣和商業經營上有重要的差異。

住宅室內設計適用個體或個別家庭的私人生活住所。我們之所以用黑體字印出個體和私人，原因就是住宅這個名詞容易引起人家的誤解。旅社、學校宿舍，以及許多機構都可以稱為住宅，但它們並不包括在住宅室內設計的範圍內，因為這種客戶並不是長久的居住者，而是準備房間給別人居住的商人或機關主管人員。因此，客戶與設計師之間的關係也就不同，而且較不密切。在住宅設計方面，設計師通常都花了許多時間商討特殊的細節，這對他所做的工作是否合乎經濟原則，是有決定性的意義。

住宅室內設計可包括一個住宅的全部或部份，並且也可承攬有關部位的全部或部份業務。工作種類包括：

甲、對完整的私人房屋、公寓、特定房間或房間之部份進行規劃、設計、處置和佈置。