

室内设计接单技巧与方案创意手绘表达高级培训教程

SHI NEI SHE JI JIE DAN JI QIAO

YU KUAI SU SHOU HUI BIAO DA TU PO



室内设计「接单技巧」

与快速手绘表达突破

深圳市天宇文化传媒发展有限公司 策划
贾 森 编著

中国建筑工业出版社

室内设计接单技巧与方案创意手绘表达高级培训教程

室内设计接单技巧 与快速手绘表达突破

深圳市天宇文化传媒发展有限公司 策划

贾 森 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

室内设计接单技巧与快速手绘表达突破 / 贾森编著. — 北京: 中国建筑工业出版社, 2005

(室内设计接单技巧与方案创意手绘表达高级培训教程)

ISBN 7-112-07308-1

I. 室... II. 贾... III. ①住宅—室内装修—建筑设计—基本知识
②住宅—室内装修—建筑制图—技法(美术) IV. TU767

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 025026 号

成为家装设计和接单高手是每个室内设计师的愿望, 而要想成为设计和接单高手, 手绘表达和方案创意又是必须掌握的技巧。本套丛书从室内设计师接单时最迫切需要的手绘表达和方案创意入手, 从基础开始, 全方位提高室内设计师接单水平。全书图文并茂, 深入浅出, 辅以大量成功经验和实例。本书为第一册, 主要内容是家装设计接单基础和手绘平面图表达。

本书可作为大专院校建筑装饰与室内设计专业辅助教材, 也可作为室内设计师或家装从业人员入门、提高和资质考核应试的必备自学参考教材。

责任编辑: 费海玲 王雁宾

责任校对: 关 健

室内设计接单技巧与方案创意手绘表达高级培训教程

室内设计接单技巧与快速手绘表达突破

深圳市天宇文化传媒发展有限公司 策划

贾 森 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

新华书店经销

北京图文天地中青彩印制版有限公司制版

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

*

开本: 880 × 1230 毫米 1/16 印张: 10³/₄ 字数: 268 千字

2006 年 2 月第一版 2006 年 2 月第一次印刷

印数: 1—2500 册 定价: 90.00 元

ISBN 7-112-07308-1

(13262)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.cabp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

编写说明

先前，我们曾编辑出版过《金牌设计师接单高手基础教程》一书。近来，不断有读者想详细请教在接单时如何提高手绘表达以及方案创意能力的知识与技巧——很高兴这些年轻的设计师们已经认识到手绘和创意的重要性。其实，要想成为室内设计接单高手，手绘表达和方案创意是设计师最迫切需要、也是最应该掌握的技巧之一。

这套丛书就是关于室内设计师在接单时如何提高手绘表达能力和方案创意技巧的。我们想把它做成一套可实际运用的培训教程，在一个月，也就是30天之内完成。当然，这种培训在大多数情况下，是一种自我培训。

全书的整体安排就是要达到这样的目标：既能体现出职业训练的实际感，又具备培训教程的整体感。

在家装公司的客户接待流程中，家装设计师常常把从第一次接触客户并开始为客户做设计方案，到最后签订家装设计或施工合同这个阶段的工作叫

做“接单”。接单是一个过程，包括“客户咨询”、“方案设计”、“签订合同”等工作，其中“方案设计”是接单的过程和手段，“签订合同”是接单的目标和结果。

家装设计师最显著的特点就是每天必须亲自面对客户“接单”，每一笔设计合同都必须通过设计师不懈地“征服”客户才能得到。因此家装设计的接单，是家装设计师最重要的工作，也是最关键的工作。

家装公司的工作是从设计师接单开始的。设计师不能成功地顺利签单，其他一切工作都无从谈起。

有的人说，家装设计的接单，和客户“打交道”最难，似乎客户的心理永远也摸不透，不知道为什么总是遭到客户的拒绝；有的人说，家装设计的接单，方案创意最难，“学不会的”，要有“天才”才行；有的立志要出好方案，却无从着手，看人家做的方案很好，“不

知是怎么想出来的”。

家装设计的接单怎样学习？这种全方位的家装人才怎样培养？

一方面可以正规地培养，如大学本科、专科，更高层次的是研究生。这些就是所谓“科班”出身，但他们毕竟是少数，还满足不了当今社会的需要，所以现在正在从事家装设计的人，有很大一部分不是专业正统出身，而是其他专业（甚至非专业的人）通过短期培训或自学，在实际工作中边学习边提高边成才的。不论是“科班”出身的，还是非“科班”出身的，他们都渴望能有各种书籍通过阅读并实践，来提高他们的设计和接单水准。

每个设计师都渴望自己成为家装设计和接单高手，无论是家装公司主管，还是普通设计师，甚至是业务员。他们想提高自己的接单能力，就是不知从何学起。如果有一本“怎样成为家装设计和接单高手”的书，那是求之不得了的事了。这本书就是为满足这些人的需要而写的。

有关家装设计的书籍很多，但真正致用的却不多。一种是资料性的，把各种家装（设计）实录成册；有的介绍一些设计和装修的时间和地点，建筑面积等等；更有甚者，只有一幅幅的照片，连平面图也没有。这些书装潢得很考究，当然书价也相当昂贵。真正做设计的人，多半不喜欢这样的书。另外，有一种书，也谈家装设计，但都是给普通家装业主看的，肤浅而无物，只是些装修常识罢了，对设计师的设计能力提高帮助不大；还有专门介绍室内设计原理的书，但往往都是一些抽象的设计理论，而不是设计实战手

法和技巧，对于家装设计和接单帮助不大。

鉴于这样的情况，作者以自己长期的家装设计和接单经验，再参阅大量的具体实例，做到边举例边分析，理论和实践结合，从读者“想真正学点设计和接单方法”的愿望出发来写此书，相信读者是会感兴趣的。从这个写作意图和切入点来说，作者以为，这至少克服了目前其他家装设计书的种种弊端。

本套丛书不同于一般的设计专业书，针对家装设计综合性强，重实战技能操作等特点，作者全面系统地阐述包括设计咨询、方案设计、预算报价、材料验收和施工监理等家装设计师应掌握的所有知识和技能。按照本书所传授的方法一步步坚持学习和实践，就一定能成为一个全面型的设计师和接单高手。当然，学完本书，你也就学会了如何去看社会上那些令人眼花缭乱的“设计”书了。

这套丛书应当视为家装设计和接单入门的书，但对于设计或接单比较熟悉的人读了也是有益的，这也正是此书的特点。它可以视为一本学习家装设计和接单的主要参考书，也可以视为一本自学家装设计和接单的自学读本。本书的特点也正是在于由浅入深，深入浅出。如果觉得自己有点设计或接单经验，可以看其中比较深的一部分，浅显的部分可以不看。对于初学者，则从头读起，逐章逐节，是很有顺序性的，能做到边学习边提高，但需结合设计和接单实践。

相信读者通过学习，可以轻松掌握家装设计和接单的基本方法和应用技能，一步步成为家装设计接单高手。

前言

家庭装修的火爆，每年吸引了大量的有志之士加入到家装设计师大军中来。无疑，随着房地产业的发展和生活水平的提高，家庭装修行业会更加蓬勃地发展。

每一个家装公司都需要家装接单高手，无论他是大公司还是小公司，也无论他是优秀公司还是业绩比较差的小公司。

因为，优秀公司的业务一直在扩大，优秀公司也需要进一步扩大自己的业务，肯定需要金牌业务员来帮助他们迅速扩展业务。

而那些暂时比较困难的公司，之所以困难，大多是因为接不到设计和装修的单，或者收不回工程款，造成经营困难，这时候，更需要家装接单高手来帮助他们度过难关。

经济繁荣房地产火爆的时期，家装生意比较好做，家装接单高手的价值还不能充分体现出来，在经济衰退或者房地产增长放慢的时候，家装接单高手是对“失业”这种流行病具有免疫力的人。

幸运的是，随着房地产的蓬勃发展，未来十年，家装行业仍然会继续火爆。家装接单高手，必然会是令人羡慕的职业，稳定的工作、较高的收入、自由的工作时间、别人羡慕的目光，这一切，家装接单高手这个职业都会帮助你实现。

但是，要想成为家装接单高手，你不仅要学会设计，更要学会用设计赚钱；不但需要你勤快的双手，还需要你勤快的头脑——家装设计师接单高手是用脑袋来挣钱的。

帮助你训练自己的头脑，帮助你成为家装接单高手，就是本书惟一的目标。

在家装行业里往往有一个怪现象：能设计的人未必能够接到单，而能够接到单的人未必能做好设计。似乎“设计”和“接单”是截然分开的两码事。其实，要想成为家装设计接单高手，“设计”和“接单”“两手都要硬”。看看那些多年从事家装设计的接单高手（他们大都

早已是家装公司的老板或是设计主管了),我们会发现,他们都是既懂设计,又懂跟客户打交道的全面型的设计精英!要想成功,其实很简单,我们只需把这些人成功的经验复制下来,然后按照这些方法去做就可以了。

读者通过本书的学习能够解决两个问题:第一,帮助读者科学有效地学好家装设计的技巧,从基础开始,快速掌握家装设计的基本要领。第二,帮助读者学好家装设计接单实战技巧,迅速掌握设计师接待客户的方法和成功签单的秘诀。

目前虽有大量家装图书,可是大部分多为资料集之类,也就是说,是供家装设计中具体需要的、数据的、条文资料,至多是实例实录。这就难以满足他们的自学要求,提高他们的设计水准,尤其是家装接单实战技能。鉴于这样一种现象,我们组织编著了这样一套系列丛书,以飧读者。

需要强调说明的是,此书与其他家装室内设计类书最大的不同是:针对家装设计师的特

点,不仅仅是培养单纯的设计能力,而且更注重培养这些能力在家装设计接单中的实战应用。其中很多内容都是作者多年来设计经验的总结和众多设计高手成功接单的秘笈。

此书对那些欲从事家装设计的读者从基础开始学习,或对正在从事家装设计的读者欲突破自我、全面提高都有很大的帮助。读者只要循序渐进地按照书中的步骤坚持下去,设计和接单能力必将会大有长进。更重要的是应用作者独特的快乐家装理论,读者将游刃有余地把握家装设计客户,成为既能做好设计,又能接好单的家装设计接单高手。

感谢以下参与编写人员:贾森、李强、于晓丽、刘军、于晓冰、薛海涛、葛晓林、李壮、薛蓉、骞钢、吴青、薛长清、赵晚霞、周晓阳、傅丽荣、肖力红、李艳琪、王小广、余巧云、李竹善、宇他伟、李建平、贺婷婷、李杨平、方文凤、胡春超、刘航志、赵芯怡、李江林等。

丛书编委会

目 录

第一章

你了解家装设计师这一行吗

- 蓬勃发展的朝阳行业 1
- 家装设计师遇到的挑战 2
- 设计师最重要的工作 3
- 设计师最头疼的事情 4
- 设计是基础，签单是目的 5
- 设计师工作范围越来越广 6
- 家庭装修行业的特点 7
- 会接单，才是金牌设计师 10
- 解决家装客户难题的人 12

第二章

怎样成功突破家装接单高手

- “设计”和“接单”都要“硬” 17
- 让设计不再“神秘”和“难学” 19
- “三步法”打造家装设计接单高手 24
- 先有“法”，后破“法” 26

第三章

怎样为家装接单做好准备

- 准备好交流沟通的工具 29
- 锻炼好介绍方案的口才 30
- 掌握好设计方案的表达 31
- 了解自己公司的状况 38
- 了解潜在客户的需求 39
- 了解你的家装客户地盘 39
- 给客户第一印象的服装 40
- 设计接单高手的化妆 41
- 接待家装客户前的准备 41

第四章

怎样提高家装接单成功率

- 搞清楚家装客户的真正需求 43
- 掌握“快乐家装”的方法和技巧 46
- 寻找到家装客户签单的热钮 49
- 家装设计师事业成功的秘诀 54

第五章

接单必须掌握的4个技能

- 快速表达家装客户的装修想法 55
- 快速进行户型空间格局策划 60
- 帮助家装客户确定装修风格 74
- 熟练掌握家装材料和施工工艺 81

第六章

怎样寻找家装的签单热钮

- 家装客户是怎样决定签单的 84
- 家装客户为什么迟迟不签单 91
- 用手绘的方法跟家装客户一起“筑梦” .. 93
- 设计师接单与工作性快速徒手画 95
- 设计师接单与表现性快速徒手画 97
- 什么样的快速手绘徒手画才是最好 102
- 掌握钢笔淡彩技法 103

第七章

设计师接单与识图制图

- 家装设计师接单与快速识图制图 105
- 为什么看不懂设计图纸 108

第八章

设计师接单与快速手绘表达

- 家装平面布置图的表达 115
- 楼、地面装饰图的表达 121
- 顶棚装饰图的表达 124
- 墙、柱面装饰图的表达 127
- 电气平面布置图和系统图 134
- 详图和节点详图的表达 136

第九章

家装成功接单的九大步骤

- 第一步：调整好自己的接单心态 141
- 第二步：首先要让家装客户充分信任你... 142
- 第三步：搞清楚客户的真实家装需求 148
- 第四步：做出家装方案的“价值” 153
- 第五步：正确应对竞争对手的家装方案... 158
- 第六步：解除家装客户拒绝签单的理由... 159
- 第七步：适时地签订家庭装修施工合同... 159
- 第八步：要求家装客户转介绍 161
- 第九步：做好家装客户服务 161

附录 162

参考书目 164

第一章

你了解家装设计师这一行吗

学习要点

- 1、什么是设计师最重要的工作
- 2、什么是设计师最头疼的事情
- 3、设计是基础，签单是目的
- 4、设计师的工作范围越来越广了
- 5、中国家庭装修行业的特点
- 6、会接单，才是金牌设计师
- 7、金牌家装设计师的比较
- 8、你是一个解决家装客户难题的人

只有能够帮助你的家装客户解决他面临的家庭装修难题，并且带给他健康快乐的家庭生活，你才会超出一般设计师单纯“做设计”的境界，成为一名家装设计接单高手。

蓬勃发展的朝阳行业

我国房地产业的快速发展，带来了建筑装饰行业、特别是家庭装修行业的繁荣。13 亿人口的大市场，正以每年 30% 的速度增长，预计到 2005 年将会超过 6000 亿元。随之而来，全国家装公司已如雨后春笋般相继成立，目前仅深圳就有正规注册的家装公司数百家，数十家公司已发展成全国规模的大公司，平均每年产值都超过亿元。

无疑，中国的家庭装修行业将是未来 10 年最蓬勃发展的朝阳行业之一，家装设计师也将是收入丰厚，最诱人的职业之一。



家装设计师的悲哀

杭州有一个家装公司，请了一些设计水平比较好的“科班”毕业的家装设计师，但生意却一直不好，老板非常发愁。仔细寻找原因。发现问题在设计师身上：他们都太年轻了，根本不懂跟客户沟通。好不容易上门的客户，结果跟设计师一开口交谈，往往不到5分钟就冷冷走开，根本就接不到单。

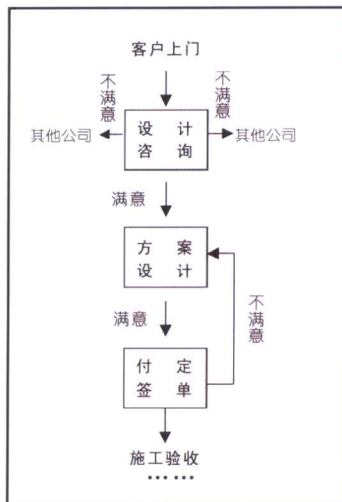
无奈之下，老板就请了一些街道退休的居委会老大妈来接单，结果歪打正着，接单效果却很好。那些家装客户不但自己很快签单，而且还带来了许多新客户。老板的生意也一天天好起来了。

这真是家装设计师的悲哀啊！



家装设计师遇到的挑战

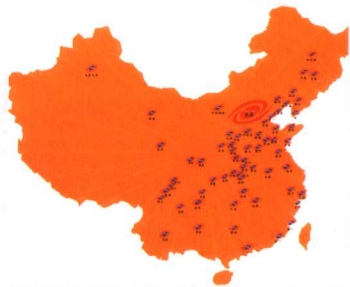
是机遇也是挑战，国内家庭装修市场非常火爆，随之而来，家装市场人才的竞争也日趋激烈。一方面各个家装公司因家装设计专业人才缺乏而求贤若渴，另一方面每年大量高等院校毕业的设计师因不能适应工作而应聘不到岗位；一方面一些连图都看不懂的“游击队”可以源源不断地接到家装客户的装修工程，另一方面那些“科班”出身的年轻设计师们却由于不谙跟家装客户打交道而常常没有工程可做……据统计，目前整个家装市场超过一半的份额都仍然被游街串巷的“装修游击队”占领着——这真是家装设计师的悲哀啊！



家庭装修设计客户接待过程

中国家装公司著名品牌巡礼

中国的家装行业非常年轻，但是却发展迅猛，涌现出许多知名的品牌，它们在家装设计和施工管理等方面都表现出不凡的品质，代表了中国家装业发展的方向，是中国家装业的旗帜。



业之峰装饰在全国的分布图（不包括南海诸岛）

北京 业之峰装饰

公司简介

北京业之峰装饰(集团)公司是中国家装界的国家队，也是业内发展迅猛的龙头企业之一。公司自1997年组建以来，由一家地域性公司迅速成长为有全国性影响的，由北京、石家庄等数十家分公司和数十家特许加盟公司作为战略支撑的集团性企业。

企业文化

员工与企业双赢，企业与客户双赢。

经营理念

通过用户评判、以提高用户满意度为主导来树立企业品牌；通过对外拓展，全国连锁、特许经营等标准化运营模式，大幅度扩展、巩固家装市场份额；通过开放式、多方位的合作形式，建立、丰富公司的人力资源队伍；通过专业化、系统化的培训，提高员工素质；通过引进投资、风险投资，及早步入金融证券市场。

发展目标

通过强有力的市场运作，将业之峰发展成国内家装的主要名牌企业之一，在积极开展专业化和有限多元化的前提下，把企业的营业额在2~4年内拉升至5~10亿元，同时争取在上述时间内成为二板股市的上市公司。

设计师最重要的工作

在家装公司的客户接待流程中，常常把从设计师第一次接触客户并开始为客户作设计方案，到最后签订家装设计或施工合同这个阶段的工作叫做“接单”。

家装设计师最显著的特点就是每天必须亲自面对客户“接单”，每一笔设计合同都必须通过设计师不懈地“征服”客户才能得到。家装设计师不能顺利地成功签单，其他一切工作都无从谈起。这是家装设计师所有工作中最重要的，也是最关键的工作。



家装设计师的日常工作

家装设计师的日常工作很辛苦，除了日常的接单工作外，还要跑工地现场和上门“量房”。白天要与难缠的家装客户“周旋”，晚上大都在熬夜给客户出设计方案和“赶图”。

但是，年轻的设计师们千万不要因此就匆忙退缩，因为，设计师们所有付出的辛苦也会带来丰厚的回报。在家装公司中，除了老板，收入最高的就数设计师了，这也是这个工作如此诱人的地方。



中国家装公司著名品牌巡礼

设计精英荟萃

孙 蕾

职务：业之峰北分VIP设计室设计师

所属分公司：北京分公司

主要作品：碧水云天-颐园、世纪城、万泉新新家园、天兆家园、流星花园等

设计风格：美式/欧洲风格集结的精华

刘 威

职务：业之峰北分VIP设计中心主任设计师

所属分公司：北京分公司

主要作品：蓝T公寓、世纪新景、卡尔别墅、原生墅、碧水云天-颐园等

设计理念：把空间在功能需要上做到最大化，大胆、巧妙地把艺术概念融入空间中



家装更注重设计和接单能力

一是多为私营企业，自主经营。很多公司的主管大多都是设计师出身或本身还兼着设计师，他们更多的时间是在家装市场的客户第一线。

二是经营管理完完全全是市场经济行为，更多的家装业务是通过纯粹的市场竞争来获得的，在这里拉关系给“回扣”是没有用武之地的。

因此，在家装行业里，家装公司老板更加注重设计师设计和接单能力的培养和提高。



设计师最头疼的事情

每年都有大量的年轻人进入家庭装修设计这个对他们既充满诱惑又充满挑战的行业。这些年轻的设计师大都是公司中最辛苦、最勤奋的。然而，最让他们感到苦恼的常常并不是工作的辛苦，而是另外一个原因：每次接待一个家装客户时，尽管自己已经出了很多方案，画了很多的图，但对于客户最终是否会签合同，他们仍然一点把握都没有。他们所做的这一切，最终的结果，也许仅仅是客户在众多候选方案中又增加了一个数字而已。

每天都重复地做着可能不会有任何回报的事情，这是多么痛苦的事啊！

在家装设计师的所有工作中，“接单”是难度最大的事，也是最“头疼”的事了，尤其是对于那些年轻的设计师们。

设计师如此，对于那些急于装修的家装业主来说，又何尝不是这样呢？长期以来，家装难，家装烦，随便问一个做过家装的老百姓，烦恼的事情每天不知要遇到多少。

无论是家装设计师还是家装业主，他们都太需要帮助了。

中国家装公司著名品牌巡礼

北京 迪克斯装饰

公司简介

北京迪克斯装饰工程（集团）有限公司系国家正二级装饰资质企业，中国建筑装饰协会会员，北京建筑装饰协会理事单位，北京家装委员会副会长单位。

迪克斯公司自1992年成立至今已度过了11个春秋，迪克斯品牌家喻户晓，并已成为颇具知名度的品牌企业。为万余户家庭打造了高质量的家装工程，赢得客户广泛好评。在从事建筑装饰工程及家居装饰服务业务的同时，为中国家装行业发展作出了巨大贡献。这是一个由一群充满朝气的精明、强干的精英们组成的，能把豪华、时尚带给您的集体。

企业文化

一次装修，永久朋友
只有不好的服务，没有不好的客户
每一位客户都是迪克斯的朋友

经营理念

速度+严谨
装修更要讲品牌

迪克斯全国服务分布图



设计是基础，签单是目的

家装设计师接单阶段的工作是一个过程，是通过“接待咨询”、“方案设计”和“完成签约”等工作来完成的。在这些工作中，“设计”是签单的基础，因为签单是通过设计实现的，没有好的设计是很难签单的；“签单”是设计的目的，设计师签单，设计的目的才能算是达到。也可以说，“设计”是接单的过程，“签单”是接单的目标。所以，要想提高设计师的接单能力，首先要提高设计能力，只不过仅仅提高设计能力是不够的，因为这并不是接单工作的全部——设计师还要娴熟地掌握“签单”技巧，而这通常包括怎样和各种难缠的客户“打交道”的种种能力。



设计师接单是一个过程

在家装设计中，“接单”是一个过程，它包括三方面的工作：一是接待咨询，二是方案设计，三是签约成交。在家装公司里，“接单”常常是由家装公司的设计师或主管来完成。

这里所说的“设计”主要是指在家装客户接待过程中，设计师如何以更好的创意和方案来满足客户的要求；这里的“签单”主要是指在这一过程中，设计师如何使自己的设计方案被客户接受，并签订家装合同。

设计和签单，这是接单的两个重要的工作，缺一不可。有些设计师认为只要设计好，就一定能签单；有些设计师则相反，认为签单只要能说会道就可以了，设计好坏是次要的。这两种想法都是错误的。

中国家装公司著名品牌巡礼

设计精英荟萃

马建萍 毕业院校：浙江大学

设计风格：时尚、简洁、现代主题焦点的呈现，让空间有了凝聚的力量，相同的元素语言，则能营造整体气氛。色泽的纯粹让深浅间的对比有了更沉稳的气息，搭配个性家具，人文的精神自然跃出。这种静谧的氛围对于事业有成的业主而言，正是绝佳的心情写照。

设计理念：如何满足全家人的需求，如何与业主谈论空间的想法，都是设计师面对的问题。因为生活是实际的，所以需要现实；精神是抽象的，所以需要理想。在擅长的空间哲学下，去思考家庭生活的需求面，就是本设计的精神所在。

胡光明 毕业院校：中央工艺美术学院环艺系

设计风格：擅长简约主义及新古典主义的设计风格。设计只有与时俱进，具有前瞻性，才有生命力。

设计理念：通过“装修作减法，配饰作加法”的实践将家居文化演绎的更趋人性化、理想化。对人的呵护关怀是设计的归宿。



你掌握得越好，就越轻松

家装设计师最大的特点就是要求知识全面，综合能力强，既要懂设计、施工，又要懂接单、经营；既要有较高的设计创意能力，又要有较好的和客户“打交道”的水平。

如何提高设计方案竞争能力？如何提高设计接单和签单的技巧？如何提高家装设计接单成功率？这是每一个家装设计师都非常迫切需要掌握的问题，也是每个家装设计师必须倾其一生精力努力培养和学习的。

家装设计接单是家装设计师一切工作中的重中之重，你掌握得越好，接单就越轻松，赚钱就越多，生活也就越快乐。



设计师工作范围越来越广

我们知道，家装设计师与家装业主之间的关系应该是一种服务与被服务的关系。

传统的设计服务包括方案设计、施工图设计和施工监理等内容。现在，家装设计服务又有了新的发展，内容和范围都增加和扩大了许多，从设计咨询、预算报价到材料购买、施工管理、完工验收及保修维护，设计师的工作几乎包括了家庭装修的所有内容。

家庭装修设计具有综合性强，设计周期短，设计取费低等特点，这也要求家装设计师比从事其他公共建筑的装饰设计师更加全面，不仅要成为家装设计专家，同时还要是预算报价专家，以及材料和施工方面的专家；不仅要有空间设计能力，要有结构、材料和施工知识，还要有水电方面的知识，要能出报价表，还能画水电布置和系统图。

中国家装公司著名品牌巡礼

北京 元洲装饰

公司简介

北京元洲装饰有限责任公司，是一家大型综合装饰企业。多年来持续稳定发展，北京元洲装饰公司已成为国内装饰行业的知名企业，是北京市家装行业质量服务诚信的标兵。

企业文化

一贯秉承“客户满意是检验我们工作的惟一标准”的理念，作为家装行业的领跑者，元洲装饰以客户需求与客户满意为核心，不断努力提升客户的消费价值，为其提供个性化的家居产品和服务。

经营理念

在业内率先推出“元洲集成家居”全新的服务模式，更加注重整体家居设计、细节品质保证、专业配套集成与优质服务相结合，依靠科学家装、环保家装的理念，切实提高企业竞争力。

发展目标

元洲人秉承着创新、实干、诚信的发展主题，正努力为打造专业化的大型装饰企业而奋斗。



家庭装修行业的特点

一般说来, 目前我国的家装室内设计师行业有以下几个特点:

一是整个行业增长速度快, 对设计师的需求很大;

二是家装设计师的历史很短, 设计师队伍鱼龙混杂;

三是市场运作机制不健全, 存在着大量不规范和不科学的地方;

四是整个行业的科技含量很低, 技术手段和管理方法仍然很落后, 有些甚至还是传统作坊式施工工艺和做法;

五是以私营和小企业居多, 尽管在市场运作方面有很大的灵活性和生命力, 但在经营管理和人才使用上难免出现“短视”和“投机”的做法。



家装普遍实行设计师负责制

目前, 国内的家装行业普遍实行“设计师负责制”。

这种经营模式要求

家装设计师能独立“接

单”, 全程负责每个家装

客户的家装工程, 包括

从家装客户接待洽谈、

方案设计到成本预算、

施工合同签订、材料选

用、具体施工以及最后的工程验收, 均由设计师独立完成。



中国家装公司著名品牌巡礼

设计精英荟萃

彭迎辉

设计师级别: 一级设计师 毕业院校: 湖南师范大学

设计理念: 把握整体, 追求细节, 崇尚高品质, 推崇新理念。

汪群

设计师级别: 设计师 毕业院校: 北京商务学院环艺系 所学专业: 室内设计

设计理念: 充分结合空间结构学、色彩心理学、人体工程学等一系列学科在环境艺术设计内的重要性, 营造出一种更加人性化的居室空间! 还您一个舒适与美感俱在的雅居!

武云霞

设计师级别: 一级设计师 毕业院校: 山西大学环艺系 专业: 室内设计

设计理念: 设计侧重人性化与艺术化的结合, 力求简洁明快, 层次分明; “一定要有设计亮点”是她的设计理念。

自我评价: 我不仅是您的设计师, 更是您的朋友, 还是您在整个家装过程中的得力助手。



中国家装公司著名品牌巡礼

上海 百姓装饰



公司简介

上海百姓装饰是家装行业中独家连续两届荣获“市级文明单位”和唯一荣获上海市“用户满意企业”称号的企业；首家通过了ISO9000国际质量管理体系认证，曾多次荣获“上海市重点工程立功竞赛先进集体”和“上海市家庭装饰信得过企业”荣誉称号；被国家授予全国建筑工程装饰奖和全国家庭装饰行业“优秀标兵”企业。

企业文化

以中共中央政治局委员、上海市市委书记陈良宇的题词“为民办实事，让民得实惠”为企业宗旨，以“追求百姓第一”为企业精神，以“有限空间，无限关怀；百姓装潢，服务到家”为企业理念，聚万家之长，容百川之势，与您共创美好家居生活。

经营理念

公司总部设有设计研发中心，精品设计中心，饰后服务中心，万余平方米的配送中心，三个配套工厂和ERP管理系统，形成了独特、完备、科学的装饰服务系统。



设计精英荟萃

董宛 设计师

品质与精致是生活的主题，适意的家居空间是主人感悟人生、品味岁月之所。在经历了白日的喧嚣繁杂后，更渴望着那份温馨真实的感受。

设计师采用中西结合的方式，在完满表现东方古典文化的优雅、含蓄的艺术美的同时，也融入了现代社会更加注重舒适、个性的设计元素。在矛盾极致的现代生活中，凸显出美的光彩。于是，这里成为一处永不逝去的生活盛宴。



吴晓东 设计师

家是我们感情的寄托，是内心的外在表现，也是让世人恢复平衡的地方，为了满足业主梦想的居家生活能够充满浪漫的想像，隔离都市的喧哗，使整个空间沉浸在简约、质朴但又不缺乏个性的氛围中的要求，无论是块面与线条之间的纵横交错，或是光与影的结合，还是不同材质之间的交相呼应，无不在和谐的整体风格中，不经意地跳跃出令人惊叹的喜悦。

设计与生活是互动的，良好且适当的设计，不仅能够将空间充分利用，而且使居住者的生活品质得到大幅度的提高。设计师对于生活中一点一滴的细节设计无时无刻都流露出了优质的生活品位。

规整平稳的空间布局已不再有新鲜感，空间在室内形成若干层次的视差，多功能空间比例的不均衡以及室内动线设计的游戏感都会成为屋主对居室趣味的期待。