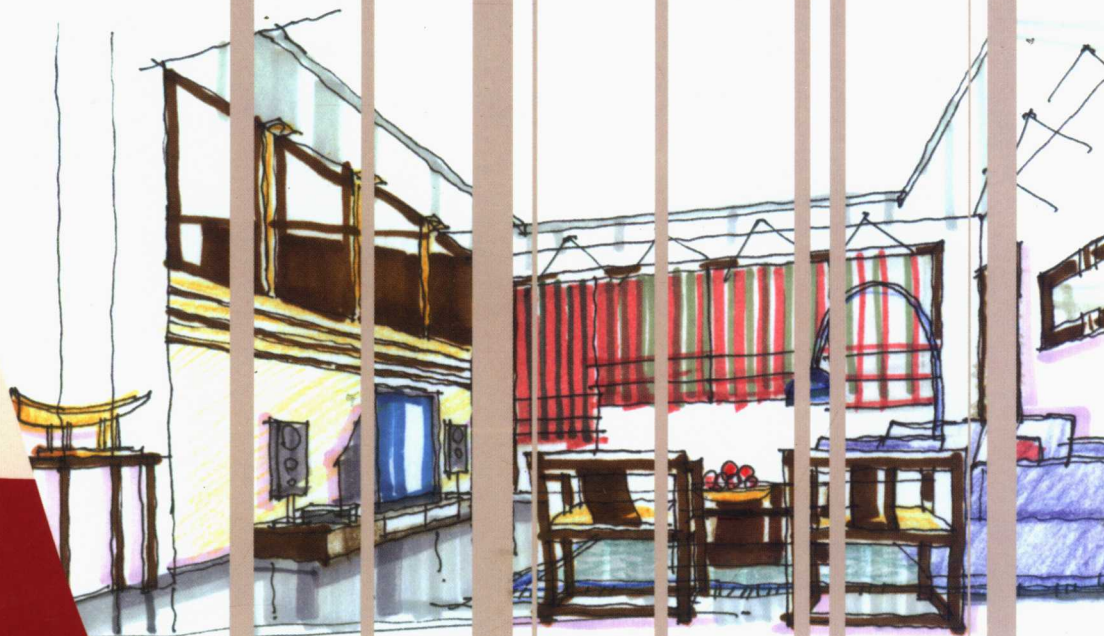


室内设计接单技巧与方案创意手绘表达高级培训教程

SHI NEI SHE JI FANG AN CHUANG YI
YU KUAI SU SHOU HUI BIAO DA TI GAO



室内设计「方案创意」

与快速手绘表达提高

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

室内设计方案创意 与快速手绘表达提高

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

室内设计方案创意与快速手绘表达提高. / 贾森编著. - 北京:
中国建筑工业出版社, 2006
室内设计接单技巧与方案创意手绘表达高级培训教程
ISBN 7-112-08018-5

I. 室... II. 贾... III. ①住宅-室内装修-建筑设计-技术培训-教材 ②住宅-室内装修-建筑制图-技法(美术)-技术培训-教材 IV. TU767

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 006726 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。本书为第四册, 主要内容是家装方案创意在接单时的应用技巧。

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: 王雪竹 王金珠

室内设计接单技巧与方案创意手绘表达高级培训教程
室内设计方案创意与快速手绘表达提高
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: 10 $\frac{3}{4}$ 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 7-112-08018-5

(13971)

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渡过难关。

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，随着房地产业的蓬勃发展，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，就是本书唯一的目标。

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、条文的资料, 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, 以飨读者。

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诀。

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、赵晓霞、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

设计创意与手绘表达	1
——方案创意突破技巧与手绘表达	
· 设计方案的创意与产生	1
· 怎样提高设计师的创意能力	11
· 家装设计创意技巧与手绘表达	18
· 家装设计创意的图解思考法	30

第二章

家装格局策划与创意	39
——从格局策划看创意与手绘表达	
· 带着装修的眼光帮客户买房	39
· 三房装修格局破解与手绘表达	45
· 大户型装修格局破解与手绘表达	63
· 超小面积户型装修格局破解与手绘表达	72
· 复式房装修设计格局破解与手绘表达	82

第三章

方案创意与表达要点	89
——方案设计创意与快速表达要点	
· 门厅装修设计现在都流行什么	89
——亮出家庭主人的一张名片	

· 客厅装修设计现在都流行什么	94
——体现了主人身份地位和生活品位	
· 餐厅装修设计现在都流行什么	100
——创造一个浪漫和轻松的就餐空间	
· 卧室装修设计现在都流行什么	106
——营造一个舒适和清爽的个性化休闲空间	
· 儿童房装修设计现在都流行什么	114
——给孩子一个单独的学习和游戏空间	
· 书房装修设计现在都流行什么	120
——一个体现家庭文化品味的地方	
· 厨房装修设计现在都流行什么	124
——一个能制造美味和快乐的地方	
· 卫生间装修设计现在都流行什么	130
——一个交流感情和放松身心的休闲之所	

第四章

方案评估与快速表达	136
——从格局策划看创意与手绘表达	
· 怎样评估与检验设计方案	136
——学会鉴别家装设计方案的好坏	
· 评估一：设计的前期准备工作	137
· 评估二：设计方案的创意评估	140
· 评估三：设计方案的美感评估	144
· 评估四：设计方案的空间与储物评估	150
· 评估五：设计方案的风格评估	152
· 评估六：设计方案的家具设备评估	156
· 评估七：设计方案的色彩效果评估	159
· 评估八：设计方案的预算分配评估	163
参考书目	164

第一章

设计创意与手绘表达

——方案创意突破技巧与手绘表达

创意是设计的灵魂，是设计发动的原始动力。家装设计的创意是可以培养的，其中，图解思考是设计师进行设计创意时常用的方法。

学习要点

- 1、设计方案的创意与产生
- 2、怎样提高设计师的创意能力
- 3、家装设计创意技巧与手绘表达
- 4、家装设计创意的图解思考法

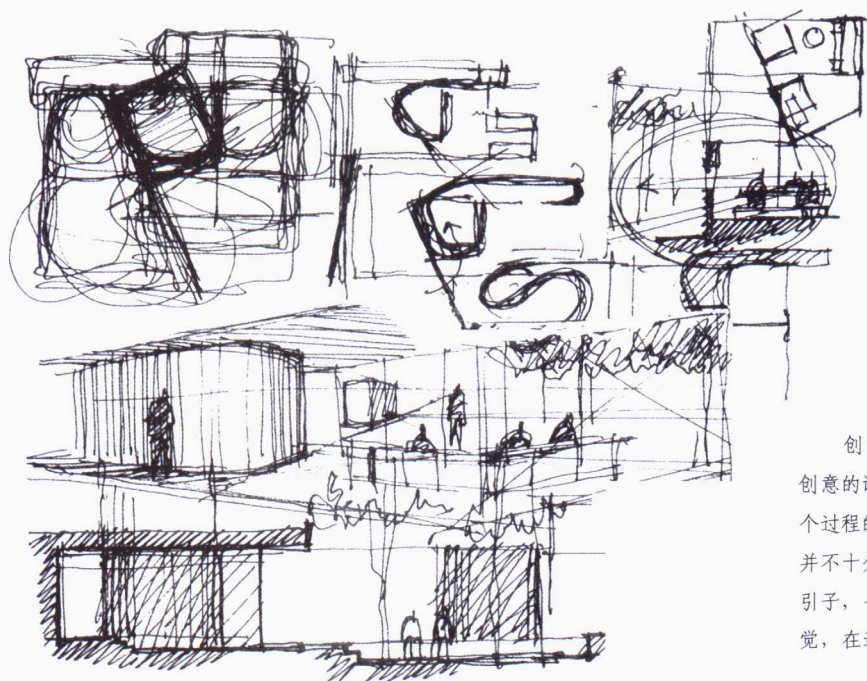
设计方案的创意与产生

1、关于家装设计创意

在家装设计接单过程中，每个设计师都希望自己是一个创意大师。我们已经知道，创意对于家装设计师来说是非常重要的，家装客户之所以花钱到家装公司请设计师来做设计，很大程度上是因为需要设计师能够提供一个有创意的家装设计方案。在家装设计接单时，无论设计师介绍方案的口才多么好，最终决定家装客户是否签单的主要原因，还是家装方案的创意。关于家装设计的创意，我们在前面已经介绍过，这里再简单总结一下。

什么是设计创意？我们知道设计创意是个现代复合词，它起码是由“设计”、“创造”、“意念”的含义所构成的。我们试图把设计创意一词作一个解释：设计创意就是在事物筹划的过程中那些最具创造性的意念。设计创意的开始仅是稍纵即逝的灵感，它的最终是设计图或文稿。在家装设计中创意是贯穿始终的，然而又不是纯理性的设计思想。在家装设计中，它是一

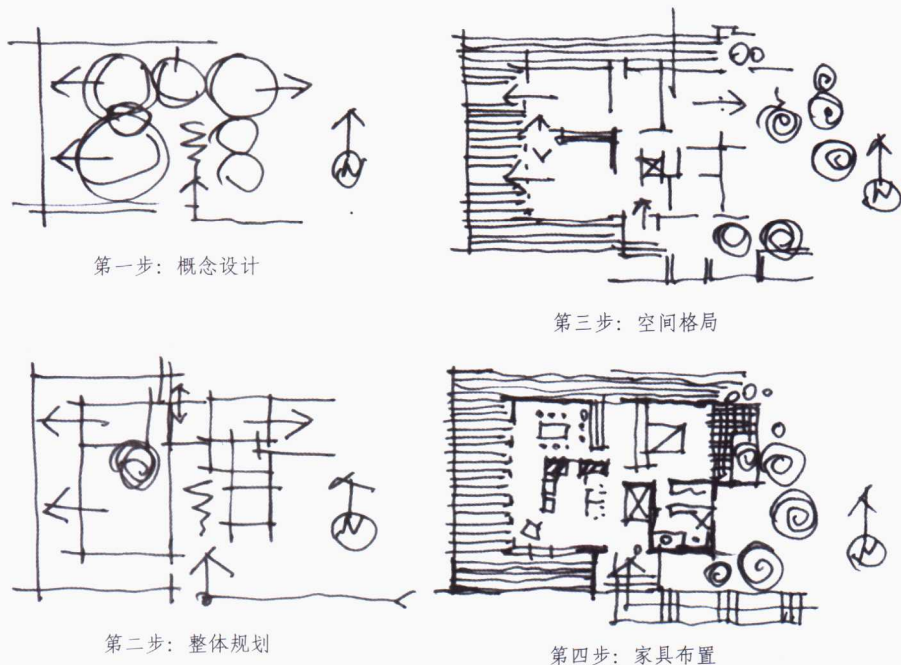
尽管我们天天在讲“创意”，但什么是创意？像汉语中大多数的词汇一样，创意有很大的不确定性，但是关于创意的一些认识，设计师还是应该有所了解的。



某设计师的平面布置设计创意草图

道感性的背景，我们可能有强大的理性能力来实现自己的想法，而我们未必能以理性强制出创意，创意是长期感悟的结果。也许仅是在一瞬间诞生，却不是一瞬间所孕育的。

创意是感觉的自觉，因而有水到渠成之感。创意的诞生从现象上看是理性挤压的结果，但这个过程的不确定性，以及似乎是瞬间即至的感觉，并不十分依赖于一个实际的目的。现实只是一个引子，一个释放的理由，是我们内部的感觉的自觉，在迫使我们行动起来。



第一步：概念设计

第三步：空间格局

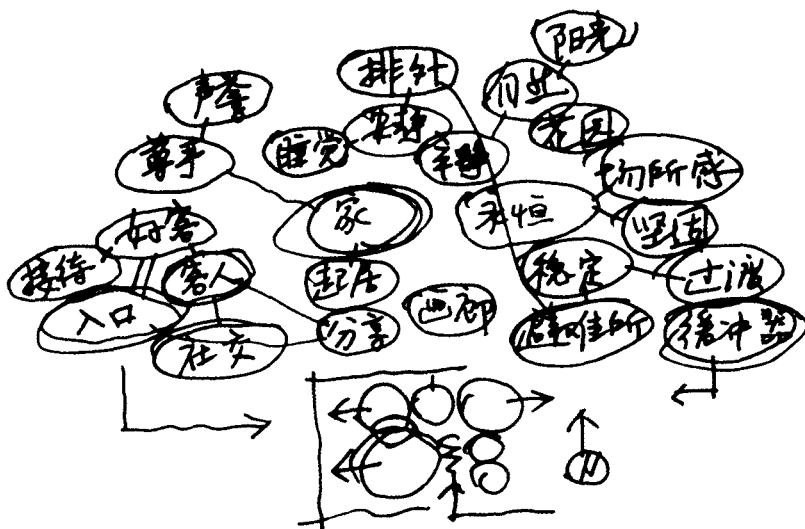
第二步：整体规划

第四步：家具布置

某设计师的平面布置设计创意草图

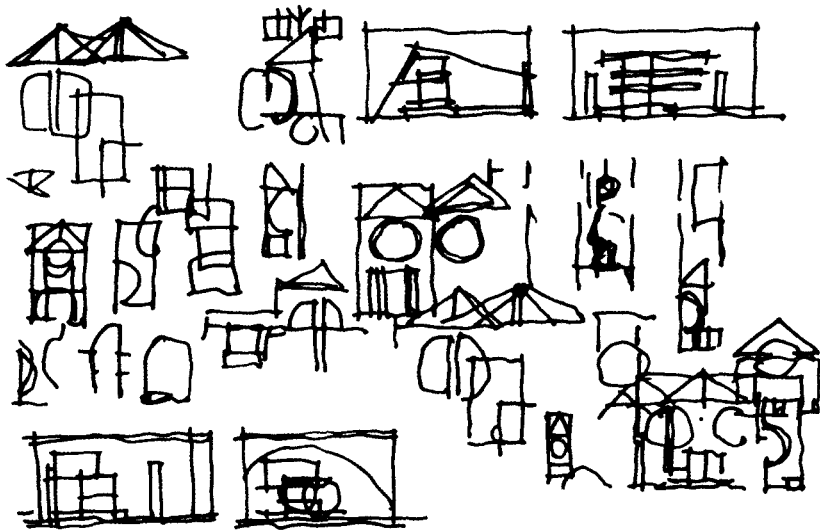
创意是一定的思维程序的产物。如果我们把这些思维上的习惯路线归纳为两类（一类是散乱型，而另一类是递进型），我们便可清晰地意识到灵感闪现后的最终结果，虽然这两种类型无法绝对地区别，它们甚至能够彼此纠缠着出现，但注意对其程序记录、归纳、收敛是使得创意能够成型的保证。

创意作为设计的一个原始动机，可能在开始的时候仅能反射出一个局部，这就需要我们用更深的设计思想来对其区别。虽然绝大多数情况下，我们面对的仅是一些千奇百怪的“点子”，我们也不必非常夸张地作理念的强调，但必须注意的是，你所承认的一系列的“点子”，便贯穿成了一条思路，你就不得不承认有许多东西在背后作祟了。设计创意的实现过程是由许多手段相支撑的，你就有了再认识与再修正的机会，我们绝不能强调用理性来扼杀感性，但必须有能力用理性来作选择。准确的判断与选择才是获得自由的最有力的方式。



某设计师在进行平面布置设计时的创意草图

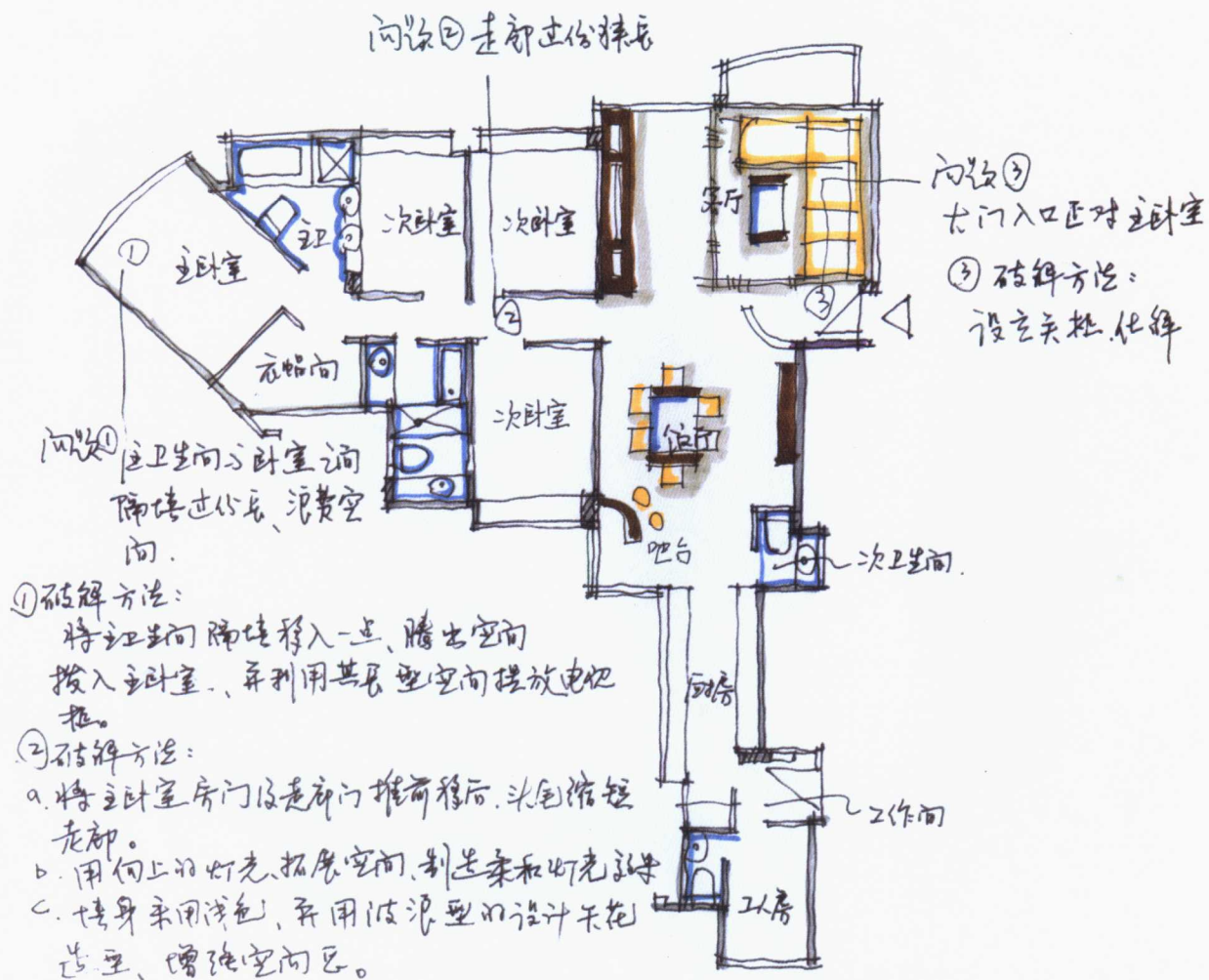
创意是设计的灵魂，是家装设计师接单过程中征服业主从而致胜的法宝。因此，每个家装设计师都希望自己是个创意大师。有人说创意要靠天分，是与生俱来的，没有天分就创作不出来。与其强调天生的条件，不如寻求后天的因素。我相信有许多创作条件是可以自己制造出来的。例如，与人多接触，多聆听，多发问，多观察，多思考，多看书，多笔记。久而久之，就培养起自己对生活的乐观和对事物的观察兴趣，使自己处于“创作”状态中。爱因斯坦说过：“人们把我的成功归功于我的天才，其实我的天才只是勤奋而已”。



某设计师在进行立面设计时的创意草图

那么，什么是家装设计的创意？在家装设计中，我们可以这样理解：创意就是设计师对于家庭装修中出现的家装问题解决的能力——这些问题，有时是功能上的，有时是技术上的，有时是经济上的，如对原建筑空间格局的调整和改造，新工艺和新材料的应用等；但更多的是设计上的，如装修的风格，立面的造型，空间的调节，气氛的营造，色彩的运用，等等。

设计师接单实例



某设计师接单时当场手绘的空间格局平面布置分析草图

2、家装设计师创意的源泉

在家装设计中，设计师创意的产生，常常会从“功能、技术、情感、地点”等几个方面来入手。

首先是从功能方面来考虑。说到功能，不要仅仅理解为会客、吃饭、睡觉等这些物质上的功能，其实，我们已经知道家装设计的功能有两个方面：一是物质，二是精神。随着物质功能的丰富，人们对精神功能的需求愈加迫切，也越来越重要。

开敞式的餐厅设计，通过局部吊顶，餐桌、地面局部地毯以及墙面装饰等空间元素，限定出一个轻松愉快的就餐空间环境。



某设计师接单时当场手绘的客厅效果图

在家装设计中，“适用”是第一位的。因此，怎样使家装室内空间内部舒适化与科学化，充分满足家庭生活方式和使用功能的需求，是产生家装设计方案创意很重要的方法。一定的功能要求只能采用与之相适应的室内空间形式才能满足，如客厅和卧室空间形式的要求是不同的；相反，同一功能要求也可以用多种形式的空间来适应，如餐厅设计时也可以采用不同的设计方案来解决，“开敞式”或者是“封闭式”。

此外，家装设计的精神功能也是非常重要的因素。设计师在进行室内设计时，应当怎样确定自己的设计意图，采取什么样的家装设计风格、形式、色彩？给人一种什么样的感觉？是希望一种亲切、典雅的氛围，还是给人以豪华、富丽的感觉？这是设计师充分发挥设计能力和体现艺术修养的地方，也往往成为赢得家装客户信任的关键所在。但是，精神功能也要跟物质功能相适应，如会客的客厅，必须要有开敞、明亮的空间来对应，而卧室则相反。

沉稳的床头主墙面造型，温馨的布艺床饰，舒适的贵妇椅，开阔的视野，以及温暖的木地板和地毯，无不营造一个静谧温馨的卧室环境。

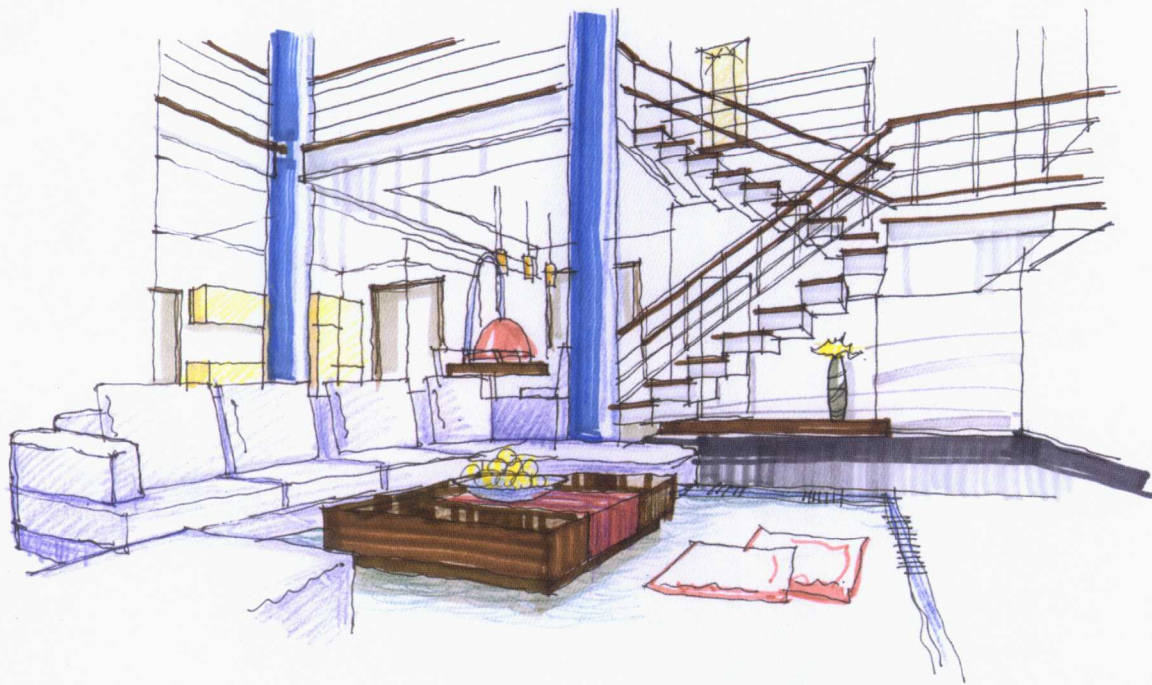


设计师接单时当场手绘的卧室效果图彩色完成稿

家装设计是人们生活方式的一面镜子。人们的生活方式在发展，家装设计的功能也在不断地发展，从而推动了家装设计的发展和变化，因而人们的生活方式也成为家装设计创意的源泉。

其次是营造。家装设计的目的是为了创造一个舒适的室内空间，而这个空间是通过完美的营造来实现的，这通常包括家装施工的技术、工艺与材料等内容。成功的营造能直接影响与提升使用功能。例如，在家装设计中，新的施工工艺、新的材料与新的结构常常会对家装设计产生较大的影响。

这是一个大户型的客厅空间设计快速手绘效果图，新的材料与结构形式带来了轻盈的楼梯，简洁的梁柱，空灵的灯光，宽敞通透的空间。



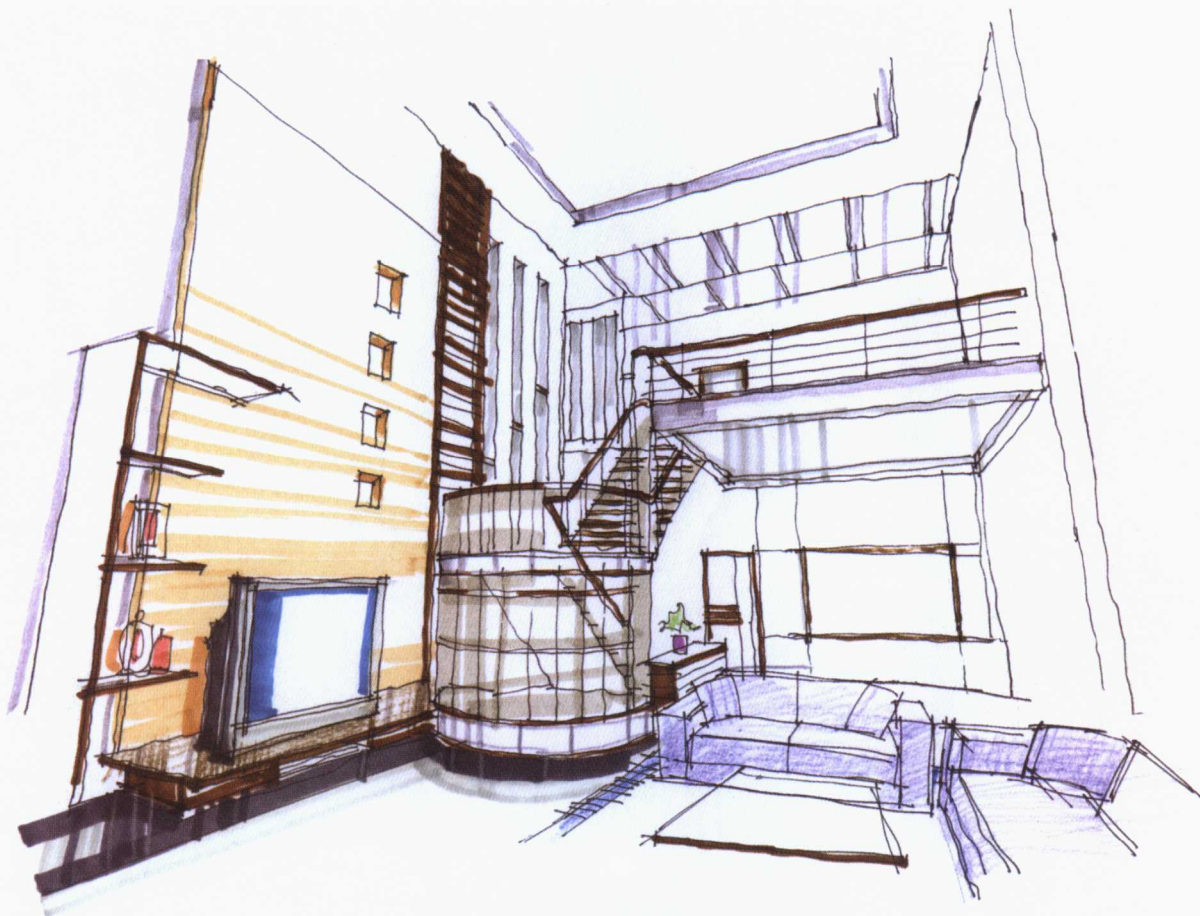
设计师接单时当场手绘完成的客厅效果图彩色完成稿

每一种新的施工工艺和新的材料形式的出现，都为新的家装室内空间形式的发展带来了新的可能性，这不仅满足了功能发展的新要求，使家装室内空间的面貌为之一新，而且又促使家装设计的功能朝更新、更复杂的方向发展。因此，在家装设计中，营造也常常是设计师创意的源泉。

设计师最重要的工作就是要不断追求家装室内空间局部与局部之间，局部与整体之间的理想关系，这往往需要设计师运用各种形式美的法则来达到理想的审美效果。形式美的产生与人的生理反应、心理活动密切相关，不同的形式会产生不同的情感；相反，一定的情感也需要不同的形式来表达。因此，情感往往也就成为设计师进行家装设计创作灵感的来源。

下图是一个复式住宅家装客厅设计效果图快速表达实例。丰富而有层次的空间变化，通透而有节奏感的梯段，以及宛若天成般的电视背景墙处理，无不散发出一种蓬勃向上的现代气息，给人一种轻松愉快的美感。

除此之外，在家装设计中，情感也常常是设计师灵感的源泉。从某种程度上讲，家装设计是设计师运用独特的高级情感活动，是设计师运用设计语言表达情感的一种文化活动，是设计师个性与社会性、自我与非自我的高级情感的交流活动，是人的潜意识与显意识的综合审美创造活动。设计师在家装设计中的情感，主要是通过视觉化的体验和交流来获得，通过家装室内的空间形式让使用者在情感流露的氛围中得到一种视觉上的享受，实现精神上的愉悦感。在家装设计中，设计师对特定情感的追求与表现是十分重要的，达成视觉审美上的享受和情感上的愉悦是一个设计方案成功的最高境界，是设计师要不断为之努力追求的。



设计师接单时当场手绘的客厅效果图彩色完成稿