

为每一个对室内装修感到灰心的人带来希望！
——卡拉·克伦格尔 (Karla Krengel), Kitchens.com

BOB
系列

Home Decorating FOR DUMMIES

家庭装修

原书第2版

凯瑟琳·凯伊·麦克米兰
(Katharine Kaye McMillan)
(美) 帕特里夏·哈特·麦克米兰
(Patricia Hart McMillan) 著

刘焱 吕留根 译

机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



Boo 系列

Home
Decorating

FOR

DUMMIES[®]

家庭装修

原书第2版

凯瑟琳·凯伊·麦克米兰

(美) [redacted] (Kathleen Kay McMillan) 著

[redacted]·麦克米兰
(Kathleen Kay McMillan)

刘焱 吕留根 译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



你是否一直渴望设计出像图画里一样完美的房间，却总是不能实现？你是否想改善你的工作、娱乐和生活空间？你是否很在意“个人风格”？如果你对这些问题答案都是“Yes”，请阅读本书。

本书的读者包括以下几类人。

- ◆ 首次买房或租房者。你有一个全新的空间有待装修，却不知道从何处着手。
- ◆ 二次或三次置业者。无论家的面积是变大还是变小，是住在原地还是另迁新居，你都需要知道如何在新的环境里安置你的旧家具，如何添置家具，如何使家的风格看起来有新鲜感。
- ◆ 组合的家庭。有些家具是他的，有些是她的，还有些是他们共有的，这些家具能和谐共处吗？当然！
- ◆ 其他任何热爱装修和没有丧失想象力的人。

Wiley Publishing, Inc. 是“*For Dummies*”商标的独家持有人，本书使用经过 Wiley Publishing, Inc. 授权。

Original English language edition Copyright © 2004 by Wiley Publishing, Inc. All rights reserved. Including the right of reproduction in whole or in part in any form. This translation published by arrangement with Wiley Publishing, Inc.

The simplified Chinese character edition Copyright © 2008 by China Machine Press. All rights reserved. This translation published by China Machine Press with arrangement by Wiley Publishing, Inc.

原版英文版 © 2004 by Wiley Publishing, Inc. 版权所有。该翻译版经过 Wiley Publishing, Inc. 的许可。

中文简体字版 © 2008 机械工业出版社。版权所有。机械工业出版社出版的翻译版经过 Wiley Publishing, Inc. 的许可。

Wiley, the Wiley Publishing Logo, For Dummies, the Dummies Man and related trade dress are trademarks or registered trademarks of John Wiley and Sons, Inc. and/or its affiliates in the United States and/or other countries. Used under license.

Wiley, the Wiley Publishing Logo, For Dummies, the Dummies Man 以及相关商标标识由 John Wiley and Sons, Inc. 持有。未经许可，不得使用。

本书版权登记号：图字：01-2006-6500

图书在版编目 (CIP) 数据

家庭装修 / (美) 麦克米兰 (McMillan, K. K.), (美) 麦克米兰 (McMillan, P. H.) 著; 刘焱, 吕留根译. —北京: 机械工业出版社, 2009. 6

(阿呆系列)

书名原文: *Home Decorating for DUMMIES*

ISBN 978-7-111-27130-7

I. 家... II. ①麦... ②麦... ③刘... ④吕... III. 住宅—室内装修—基本知识 IV. TU767

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 075604 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 李新姐 责任编辑: 丁沛岚

责任校对: 侯 灵 责任印制: 杨 曦

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2009 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×233mm • 19.25 印张 • 2 插页 • 353 千字

标准书号: ISBN 978-7-111-27130-7

定价: 42.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

销售服务热线电话: (010) 68326294

购书热线: (010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线: (010) 88379001

封面无防伪标均为盗版

作者简介

凯瑟琳·凯伊·麦克米兰曾是总部位于纽约的一家全国性杂志社的资深编辑，其作品经常见诸杂志和报纸的版面。她是全球发行的《佛罗里达设计杂志》(Florida Design Magazine)的特约编辑。她与别人合作共同出版了若干有关装饰和设计的书籍，包括《阳光之城的风格》(Sun Country Style)，该书是美国三大家具和配件生产商兼进口商的设计灵感来源。她毕业于得克萨斯州立大学奥斯汀分校，获得心理学硕士学位，目前在佛罗里达州大西洋大学攻读心理学博士学位。

帕特里夏·哈特·麦克米兰是美国著名的室内设计师，她为私人客户、设计师样板间及公司设计的室内设计作品出现在世界各地的出版物上，甚至包括《纽约时报》(New York Times)和《今日美国》(USA Today)这样的国家级刊物。作为业界发展趋势的领航者，她以鲜明的设计观点著称于世，其见解经常刊登在业界及大众消费类刊物上。她还经常出现在电视及广播节目中。作为一个高产的作家，有7本关于室内设计和装饰的书是她亲自编写或参与的。她曾在多所大学教授装饰课程，并在全美举行过多次研讨会。她是《基督妇女杂志》(Christian Women Magazine)的美编，同时为总部设在佛罗里达州的《太阳一哨兵报》撰写有关设计趋势的报告。她曾担任两份刊物的主编，还担任过一家总部设在纽约的公共关系公司的负责人(该公司曾为多家最负盛名的家用饰品及建筑产品公司代言)。她毕业于纽约州立大学新帕尔兹分校，拥有英语专业的学士学位，辅修专业是艺术史(尤其侧重建筑类)，同时获得了纽约州室内设计学院(New York School of Interior Design)颁发的证书。

献辞

谨以此书献给我的表妹玛格丽特·沃尔斯·艾芙琳 (Margaret Walls Ephlin)，她是我已故母亲的挚友的女儿，也是我亲密的姐妹。

帕特里夏·哈特·麦克米兰
(patricia Hart McMillan)

谨以此书献给吉尔 (Jill)、乔恩 (Jon)、奈娜 (Naina) 和理查德 (Richard) ——他们是装点了我人生的朋友。

凯瑟琳·凯伊·麦克米兰
(Katharine Kaye McMillan)

致谢

我们的名字印在《家庭装修》这本书的封面上，我们因此获得了几乎所有的赞誉。但是，对于我们和亲爱的读者来说，应该感到庆幸，正是因为有了那些热情、高效工作的人们，才有了您面前的这本书。对于这些辛勤工作的人们，我们也应给予他们应有的赞誉。

首先，我们要对策划编辑霍利·马克圭尔（Holly McGuire）表示谢意，他将永远在我们的心中占有特殊的一席之地。我们还要感谢负责第一版的出类拔萃的高级项目编辑詹妮弗·埃尔利希（Jennifer Ehrlich）。对于第二版的编辑们特雷西·鲍吉尔（Tracy Boggier）、吉尔·伯克（Jill Burke）和琼·弗里德曼（John Friedman），我们也要表示深深的谢意。同样，还要感谢严谨的审稿编辑查德·西弗斯（Chad Sievers）。技术编辑罗斯·贝奈特·吉尔伯特（Rose Bennett Gilbert）本身就是一个作者，同时身兼特约编辑及组合专栏作家的身份，很值得人们的赞誉。还有莉兹·库兹曼（Liz Kurtzman），她的插图一直起着活跃、启发、娱乐的作用，她应该知道我们有多喜欢她的作品，应该知道我们非常感谢她能和我们及读者分享她的作品。

我们尤其感谢那些为本书写下溢美之词的业界精英，他们善意的评价对我们有非常重要的意义。

我们还要特别感谢利斯·金（Lis King）——一位无与伦比的作者和公共关系代表，我们永远确信他是我们可以信赖的人。

给予我们巨大帮助、值得我们感谢的还有多家公司的主管，包括：Aristokraft 公司的史蒂芬·曼金（Stephen Mangin）和凯西·帕克（Kathy Parker），Bernhardt 公司的希瑟·布鲁姆（Heather Bloom），DJC 设计工作室的 D·J·科勒（D·J·Cole）和凯伦·卡彭特（Karen Carpenter），Garcia Imports 公司的芭芭拉·加西亚（Barbara Garcia）和琳达·苏沙（Linda Souza），Hooker 家具公司的基姆·谢弗（Kim Shaver），Kraftmaid 公司的基姆·克莱格·博斯（Kim Craig Boos），Lane Venture 公司代理 Raymond Waites 业务的加里·麦克雷（Gary Mccray），Maine Cottage 公司的大卫·皮特森（David Peterson），Sphinx by Oriental Weavers 公司的迈克·莱利（Michael Riley），Rosan Imports 和 Rosan Custom Kitchens&Baths 卫浴公司的鲁迪·桑托斯（Rudy Santos），仓库总管卡罗琳·赫博（Caroline Hibble），以及 Vanguard Furniture 家具公司的蒂凡尼·穆利斯（Tiffany Mullis）。

同样值得我们深深感谢的是那些公共关系专家，他们为代理美国的顶级室

内设计师、产品设计师、生产商和进口商做出了卓有成效的贡献。这些专业人员总是灵活地应对我们对于信息和图片提出的种种要求。我们必须告诉读者们那些通常不为人知的名字——即使有所缺漏（如果真的那样，我们请求那些人的谅解）。在此，我们感谢：Lou Hammond & Assoc. 公司负责 Brewster Wallcoverings 的代理人安妮·斯克兰顿（Annie Scranton），Wm. B. Johns 公司负责 Bassett 的 Chris Madden 系列的珍妮特·施勒辛格尔（Janet Schlesinger），Freebairn & Co. 公司代理 Glen Eden 羊毛地毯的布鲁克·威尔逊（Brooke Wilson），他同时代理 MTI Whirlpool 公司，Lou Hammond & Assoc. 公司负责 Hunter—Douglas 集团的代理人苏珊·泽方（Susan Zevon）；the LC Williams 公司负责宾夕法尼亚州 Pennsylvania House 的安德烈娅·瓦萨克（Andrea Wasiak）和凯·德根哈特（Kay Degenhardt），McNeill Communications 公司代理 Stanley Furniture 和 Storehouse Inc. 业务的凯伦·麦克尼尔·哈利斯（Karen McNeill Harris）和 PR21 公司代理 Whirlpool 业务的詹姆斯·克劳斯（James Cross）。

上帝保佑你们所有人！

引言	1
关于本书	1
本书的适用对象	2
如何使用本书	2
本书的组织结构	3
本书所使用的图标	4
我们共同奋斗	5
第一部分 基本规划	7
第1章 将你的梦想变为现实	9
新手上路第一步	9
全面装修	10
锦上添花的神来之笔	11
第2章 制定装修预算	12
着手进行装修预算	12
制作装修计划表	14
核查装修成本	16
寻找价廉物美的物品	17
咨询专业人士	18
第3章 测量房屋空间	19
绘制房间平面图	19
布置家具的位置	25

第4章 了解设计原则	29
解读设计“密码”	29
熟悉各种基本的设计要素	31
了解设计成分	34
感受设计的韵律	37
打造平衡	38
 第二部分 打造表面特征	 39
第5章 了解色彩的基本原理	41
色彩运用 101 条	41
了解色彩——色轮	43
运用基本的色彩方案	44
第6章 使用图案的基本原则	50
研究图案	50
规划图案方案	53
熟能生巧	59
第7章 通过质地增强感官享受	61
开始了解质地	61
用质地变魔术	63
第8章 故障诊断与排除的基本原则	69
自我设问“房间的问题是什么?”	69
探讨合理的解决办法	70
研究案例	71
 第三部分 风格和材料	 73
第9章 古典主义的装修风格	75
研究持久流行的风格	75
在你的家中采用具有历史感的风格	76
了解过去的风格	77

打造属于自己的古典风格	84
第10章 现代主义的装修风格	86
从古典主义风格到现代主义风格的演进	86
强调现代风格	88
与当今的现代风格保持一致	89
第11章 确定自己的个人装修风格	93
发现自己的个人风格	93
颇具个人风格的名家	94
找到自己的个人风格	95
探索你的个人风格	101
个性装点你的世界	102
第12章 了解家具	104
品评不同家具的类型	104
寻找质量可靠的家具	108
施展家具魅力	109
第四部分 打造装饰的背景	113
第13章 设计精美的墙面	115
构造统一的外观	115
牢记建筑风格	116
选择好用的材料	119
第14章 铺设平整的地面	125
铺设硬质地板	125
行走在柔软的地面上	129
用地板解决问题	132
第15章 打造理想的天花板	135
考虑形式和功能	135
粉刷你的天花板	136
装饰你的天花板	138

打造你梦想中的天花板	140
第16章 美化窗户	143
设计窗户	143
区分不同种类的百叶窗	145
了解窗帘(和落地窗帘)的重要性	148
打造特殊的效果	152
第17章 装点动人的灯光.....	154
了解基本的灯具知识	154
照亮你的生活	156
照明小贴士 101 条	157
设计普通照明	158
购买合适的灯泡	159
挑选完美的灯具	161
照亮你家中的每一个房间	163
第五部分 攻克三大难点房间：厨房、浴室和家庭 办公室	169
第18章 打造你梦想中的厨房	171
考虑自己的承受能力	171
检查设计原则	172
确定装修中的各种尺寸	173
找到合适的装饰品	173
装饰必做要点	181
第19章 美化你的浴室	186
做好预算	186
为转售做好计划	187
规划你的浴室	188
装点你的浴室	192
符合浴室的要求	193
让简陋的浴室焕然一新	196

第 20 章 建立你的家庭办公室	198
确定工作、学习空间的位置	199
测量空间面积	200
安装灯具	200
装点你的家庭办公室	201
安装各类电线	204
用合适的色彩方案激发效率	204
用装饰品激发效率和乐趣	205
 第六部分 装点四大简单易装的房间	 207
第 21 章 让静谧的卧室别具一格	209
考虑功能	209
选择合适的睡床类型	211
打造存储空间	215
放置床头柜和桌子	216
美化你的睡床	217
合理安排卧室的家具	218
根据卧室的不同需求进行装修	219
第 22 章 打造你的客厅	221
了解功能	221
打造完美的背景	227
恰当使用装饰品	231
第 23 章 设计餐厅	233
准备一张舒适的餐桌	233
让你的装修菜单充满个性	234
打造正式的餐厅	236
食在各处	240
创建临时餐厅	242
第 24 章 巧用额外的空间	245
合理利用阁楼	245
装点地下室	247

装点门廊和院子	249
让洗衣房充满活力	251

第七部分 配饰：用艺术品和其他物品来装点房间 255

第 25 章 收藏和摆放艺术品 257

有关艺术的问题	257
购物注意事项	260
发现艺术之美	260
合理处理艺术与装修的关系	261
富有艺术气息的背景	263
艺术布局的技巧	263
工艺品的组合	264
用特别的方式进行布置	268

第 26 章 突出你的风格 270

寻找合适的装饰品	270
不断更新家具的排列	271
精力充沛地完成装饰	271
一件件添加装饰品	272

第八部分 十大秘诀 285

第 27 章 十种简便快捷的插花技巧 287

孩子的游戏	287
增加艺术的气息	287
为节日的餐桌锦上添花	288
打造绚丽多彩的收藏品	288
挥舞你的旗子	288
儿时玩过的溜溜球	289
采用新鲜的想法	289
分享美食	289
扮靓餐桌	289
化繁为简	289

第 28 章 巧用剩余壁纸的十个窍门	290
装点你的灯罩	290
为纸灯罩增加魔力	290
让废纸篓焕然一新	291
给书本穿上崭新的“外衣”	291
用壁纸装点你的挡泥板	291
加衬货架	291
把壁纸做成剪纸装点灯具的底座	292
用壁纸做纸盒	292
用壁纸包装笔记本或日记本	292
装饰厨房里的瓶瓶罐罐	292

引言



你 是否曾经想过打造像装修杂志图片显示的那样精美的房间，但却始终无法实现？你是否想让你的工作空间、娱乐空间和生活空间发挥更好的作用？你是否一直强烈地想要表达自己的风格？如果你对于这些问题的答案都是肯定的，那么你需要本书为你提供的来自专业人士的答案，《家庭装修》可以使你迅速了解如何在预算之内进行个性化装修。本书涵盖了所有的基本原理，包括如何确定装修成本、如何支出，同时介绍了装修风格、趋势和技术方面的最新、最棒的信息。

关于本书

本书揭开了装修的神秘面纱——就像是有个专业人士在一步步地指引着你。《家庭装修》可以指导你在装修时作出恰当的决策。在本书中，你会发现大量的装修窍门、历经检验的工艺和许多有用的提示，所有这些都可以使你像行家里手一样进行装修。最棒的一点是，你不需“倾家荡产”就可以换取需耗费百万美元才能达到的效果。

是什么原因使得本书成为装修新手的必备宝典呢？本书的写作团队是由一支有多年装修经验和报道装修时尚的专业人士组成的。我们做过各种预算类型的各类装修项目——从精打细算的室内装修到为传奇设计师奥列格·卡西尼（Oleg Cassini）在纽约的联排别墅增添特别定制的墙面装修材料和织品。我们的足迹遍及世界各地以参加与装修有关的重大展出。我们采访并介绍其他的顶级设计师和装修师，把他们视作我们的朋友和同事。多家电视台邀请我们在电视上露面——不管是现场直播（可怕的！）还是录播（不是很可怕）——同时还有电台邀请我们在电台进行现场直播（与人唇枪舌剑）。此外，我们还多次参加店内研讨会及各类签名售书活动，在这些活动中我们都有机会讨论设计的话题。同时，我们还给业内知名的生产商和出口商设计家具和装饰品。在谈到家装时尚的话题时，我们已经并且仍将在该领域有所作为。

本书的适用对象

本书适用于那些希望拥有专业知识但又不想花费大量时间和精力的人。如果你希望自己打造梦想中的房子，本书将是你的最佳选择。

我们为处于不同装修处境中的各类人士专门撰写了本书。

- ✔ **第一次买房或租房的人。**如果你属于这一类人，那么你的整个全新空间都是需要装修的。你应该从哪儿开始呢？你如何作预算呢？你应该买些什么，在下次搬家时仍可带入新居？本书将为你提供所有这些问题的答案，使你始终保持清醒、明智的头脑。
- ✔ **第二次或第三次买房的人。**如果你是从结婚时买的第一套房子搬到面积更大的房子，或者反之，从大房子搬到了空间更紧凑的房子，不管你的新居面积是增加了还是减少了，也不管你仍住在原社区还是搬入一个全新的社区，你都需要知道如何让你的旧家具在新居中焕发光彩，如何增加新的家具，如何让你的装修风格看起来清新宜人。
- ✔ **新组建的混合家庭。**他有家具，她也有家具，两人都有家具，他们的家具可以和谐地搭配在一起吗？把两种或多种个人风格糅合在一起需要神奇的装修魔力。装修得当可以免除房间风格上的不一致。不管你是初婚、再婚，组合家具有时比组合家庭还要难得多，但是我们可以为你提供帮助。
- ✔ **其他热爱装修的人。**本书适用于任何想让平淡无奇的空间焕发异彩的人，任何希望让小房间看起来变大的人，任何想让奇奇怪怪的房间看起来合乎常规的人，任何期待把丑陋的房间变得漂亮的人——这一切都可以通过装修来实现。好的装修不仅可以打造外观精美的住宅，还可以为你组建一个功能实用的家。本书还适用于那些想开发想象力的人。设计师和专业装修人员是如何获得那些奇妙的灵感？凭空而来的？好像不是。答案是，那些奇妙的点子源自他们的想象力，是通过接受教育和汲取经验得来的。一间处处充满惊喜的房间才是独一无二属于你的房间。不要忘记：最重要的是想象力！

如何使用本书

我们撰写了《家庭装修》供您参考，它可以作为您的装修资料，几乎就像百科全书一样。你可以翻开全书找到最吸引你的话题（或最让你头疼的问题），

也可以查找目录或附录，直接找到与某个特殊装修问题相关的章节。

如果你想尽你所能收集有关家庭装修的所有信息，你可以尽情翻看每一页内容。我们按照逻辑顺序排列了本书，而且加入了有趣的装修小贴士以便你获得一些基本的装修知识。请尽情花时间阅读、思考、学习一门实际上非常重要的课程——如何提升你的个人品位。

本书可以成为你家中的个人参考书，书中记录的都是非常有价值的装修知识。读过本书后，你也许会有很多的灵感，以至于需要开始使用文件袋和笔记本记录那些灵感。当你去商店购买家庭装修的物品时，请随身携带本书（当然，还有你的笔记）。你会发现你会经常翻阅本书查找有关装修测量的信息、装修概念及好的装修建议。

本书的组织结构

我们把本书分为八个部分，每一部分都包含若干章节。每一个部分从一个大的方面探讨有关装修的问题，每一个章节包含具体而详细的信息。

第一部分：基本规划

准备装修时应该先做什么？准备装修时应该从哪儿开始？这一部分内容从整体方面介绍了家庭装修的事项，所含章节包括从如何作预算到如何画平面图的所有细节。此外，你还可以找到有关装修的基本概念，这些信息可以帮助你了解为什么某个特定的房间在整体装修或增加墙裙和壁纸后看起来效果要好得多。

第二部分：打造平面特征

每一个房间、每一件家具和房间中的每一件物品都有平面——平面对无处不在！怎么来处理庞大的空间，或者狭窄的空间？本章将介绍有关色彩效果、图案和材料等内容，以及因为三者用量过多或过少而引起的问题。

第三部分：风格和材料

风格是设计中不可或缺的一部分。它表达的是外观和情绪——而不仅仅是表面的、肤浅的东西。在这一部分，我们将为你介绍古典风格、现代风格和具有个人特色的风格。

第四部分：打造装饰的背景

每一个房间都由屋顶、地面、墙面、窗户和照明来构成背景。这一部分将