

# Interior Decorating *Etiquette* 软装设计礼仪

简名敏 (Jasmine Jean) 编著

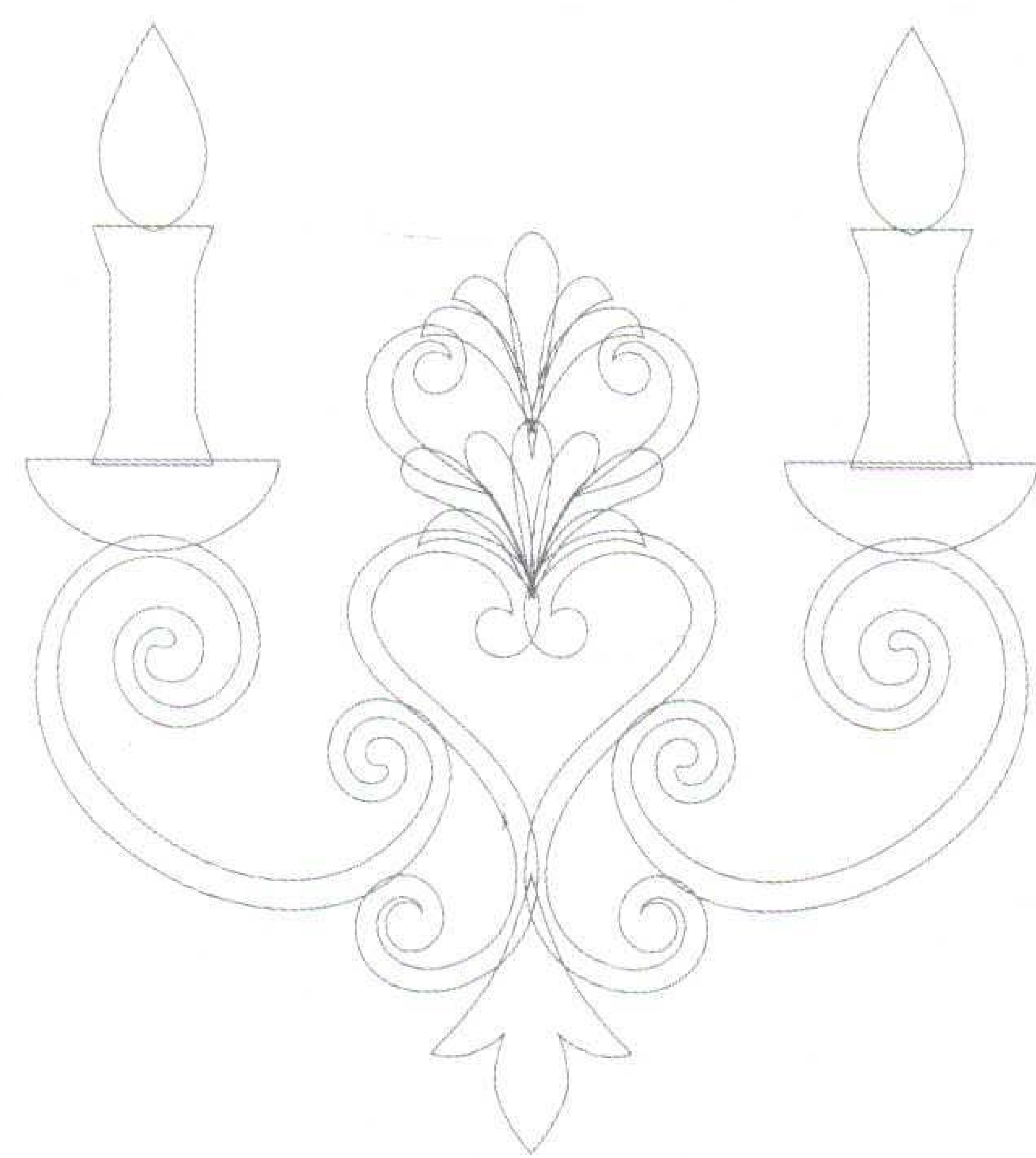




# Interior Decorating Etiquette

## 软装设计礼仪

简名敏 (Jasmine Jean) 编著





## 图书在版编目 (CIP) 数据

软装设计礼仪 / 简名敏编著. —南京 : 江苏科学技术出版社, 2013.8

ISBN 978-7-5537-1644-2

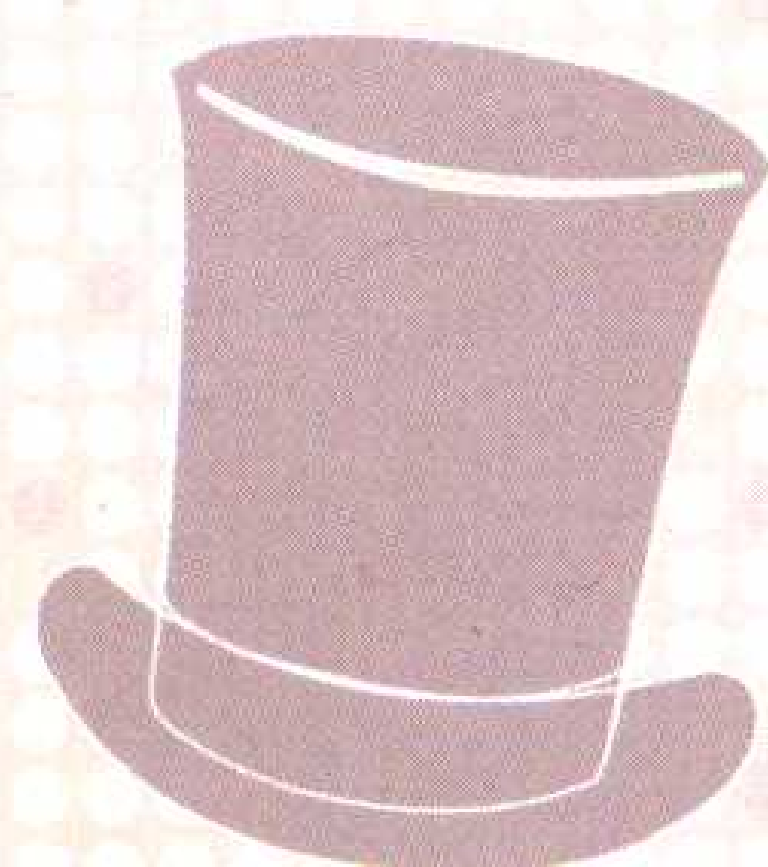
I. ①软… II. ①简… III. ①室内装饰设计—作品集—世界—现代 IV. ①TU238

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第185497号

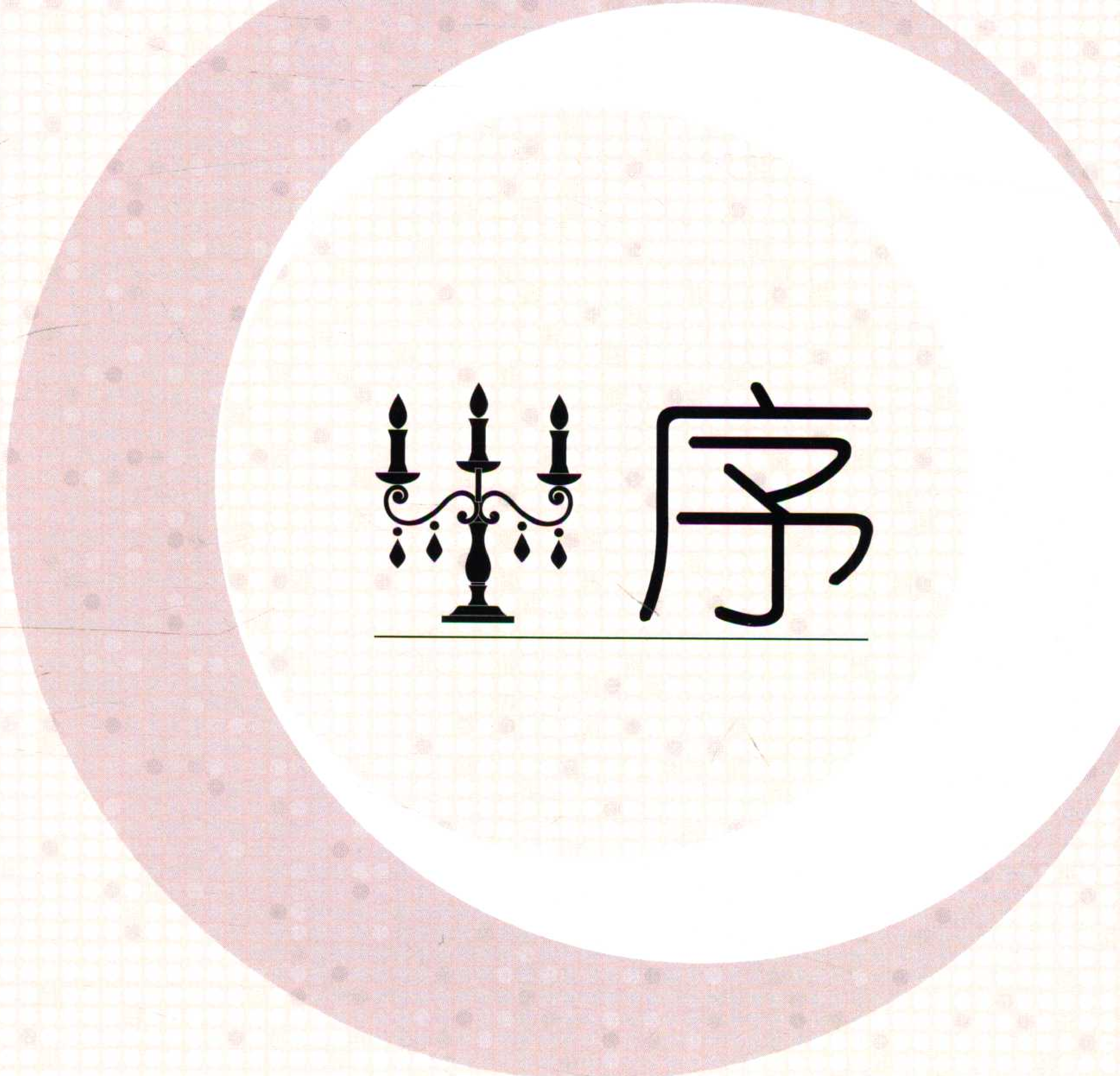
## 软装设计礼仪

- 
- |         |                    |
|---------|--------------------|
| 编 著     | 简名敏 (Jasmine Jean) |
| 项 目 策 划 | 凤凰空间/段建姣           |
| 责 任 编 辑 | 刘屹立                |
| 特 约 编 辑 | 段建姣 徐 娜            |
| 责 任 监 制 | 刘 钧                |
- 
- |         |   |
|---------|---|
| 出 版 发 行 | 凤凰出版传媒股份有限公司<br>江苏科学技术出版社                                       |
| 出版社地址   | 南京市湖南路1号A楼, 邮编: 210009  |
| 出版社网址   | <a href="http://www.pspress.cn">http://www.pspress.cn</a>       |
| 总 经 销   | 天津凤凰空间文化传媒有限公司  |
| 总经销网址   | <a href="http://www.ifengspace.cn">http://www.ifengspace.cn</a> |
| 经 销     | 全国新华书店  |
| 印 刷     | 利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司  |
- 
- |     |                          |
|-----|--------------------------|
| 开 本 | 889 mm × 1 194 mm 1 / 16 |
| 印 张 | 15.5                     |
| 字 数 | 250 000                  |
| 版 次 | 2013年8月第1版               |
| 印 次 | 2013年8月第1次印刷             |
- 
- |         |                        |
|---------|------------------------|
| 标 准 书 号 | ISBN 978-7-5537-1644-2 |
| 定 价     | 228.00元 (精)            |
- 

图书如有印装质量问题, 可随时向销售部调换 (电话: 022-87893668)。







# 序

日本建筑大师隈研吾曾经说过：“对住宅、空间的倾心、热情，并不是对于功能、美、真实的欲望滋生出来的，而是基于对阶层的欲望而生的。”此话放在喧嚣、浮华、躁动的当下中国社会，真是再贴切不过了。伴随城市化的脚步，一幢幢高楼拔地而起，裹挟着全盘西化的建筑风格和居住文化将我们包围。每一个开发后的城市里都充斥着类似于“威尼斯”“左岸”“白金汉宫”和“维也纳”之类的楼盘名称，但究其本质，不过是在贩卖一个个虚伪的意象。

不过话说回来，这种对于异国情调的期许，无非是人们想要过上美好、理想生活的体现。在地球成为一个地球村之后，大家急于把各种光鲜的外国文化拿来使用的心情，并不难理解。

但是，将抽象的设计理念转换成具像产品实体的过程，却并非易事。借用此书编撰者简名敏老师在书中的话来说，“软装设计其实就是文化与产品的沟通”。

故此，在两年多前推出《软装设计师手册》之后，简老师很快意识到“手册”提供了实践操作入门的指南，虽然受到了读者的欢迎、市场的追捧，但随着软装市场的进一步发展，民众生活水准的提升以及品味的提高，越来越多的家庭和个人对居住装饰环境日益关注，广大的设计师更加需要的是提高修养，开拓视野，吸收多元文化。于是就有了这本《软装设计礼仪》的诞生。

从这一点来说，见证、参与了我国软装行业在过去 20 多年从无到有发展过程的简老师，无疑是有发言权的。她本人在设计、花艺、厨艺、时尚上的修养，在各国生活、游历的背景，以及和各国设计师的交往，为这本书的编撰提供了最好的保障和注脚。

建筑从来都不仅仅是建筑，软装也从来都不仅仅是软装，我们对待居住空间的态度无不显露出我们对自身生存的思考向度。《软装设计礼仪》的可贵之处在于：这不单单是一本谈论软装设计的书，在提供实用性、教学性软装设计步骤的同时，编者更是将目光投射在了每一种装饰风格背后涵盖的国家或民族的风土人情、生活方式、文学艺术、行为规范和价值观念之上。我相信，一个设计师只有静下心来研究这些大概念意义上的文化，经过岁月的积累和沉淀，才能慢慢融会贯通，创造出引领社会民众的、好的生活方式出来。

吴正

2013年7月





# 白序

文艺复兴时期英国伟大的剧作家、诗人莎士比亚曾说过，“没有德性的美貌，是转瞬即逝的，可是因为在你的美貌之中，有一颗美好的灵魂，所以你的美貌是永存的。”正如莎士比亚论述的那样，软装外在的美丽是重要的，然而与外在的美丽相比，拥有美好的设计灵魂就显得更为关键。

自2011年我的第一册图书《软装设计师手册》面世以来，一直得到广大读者和设计师朋友们的厚爱，他们通过多种方式向我和出版社的编辑表达了意见和建议。因为有了“手册”作为了解软装的基础，他们迫切希望能有更具学习价值和升级版的图书面世。

于是《软装设计礼仪》的出版想法在我和编辑的酝酿之下得以产生。因为担负着广大读者的期望，出版此书便变成了一种社会责任，感觉任重而道远。如果说第一册的《软装设计师手册》充分展现了软装独有的外化美，介绍了包括材质、色彩、内容、种类在内所有元素的基础知识，那么本册《软装设计礼仪》便是《软装设计师手册》的进阶与升华，它是软装文化的全方位分享，除了给软装工作者提供更大的收藏价值与更多实践意义，本册书籍更凸显出软装灵魂的光芒。

需要特别指出的是，本书的完成凝聚了世界各国设计大师们的心血。正因为有了他们的鼎力支持和协助，才使本书最终能够顺利体现软装生活的真实意义与功能。在此向这些来自不同国度的大师们表示由衷的感谢。

必须致谢的还有长期陪伴我一同工作的凤凰出版传媒集团段建姣编辑，少了她的帮助，本书出版、发行的所有环节不会如此顺利；感谢我的助理徐娜，在我写作过程中她的辛勤与细心给了我莫大的支持；感谢传播学博士林毅老师，他运用现代格局传播理论对各国设计作品的分类点评，促使本书在软装文化层面又增添了一份完整性。需要感谢的人还有很多，不能遗漏的是本书作品的摄影师和设计师们，还有不断给予我支持的先生、家人、朋友及同行。


最后，感谢认真阅读《软装设计礼仪》的所有读者，无论你们是软装设计的爱好者，还是软装设计的从业者，有了你们的陪伴，美好的灵魂将不会孤独。

简名敏

2013年7月







# 目录



第一章 概述篇 >		(一) 软装设计的市场现状	010
		(二) 软装设计存在的误区	012
		(三) 文化在软装设计中的重要性	013
		(四) 软装设计师应该具备的基本素质	014
第二章 进阶篇 >	<b>Part 1: 时尚风情 &gt;</b>	(一) 中式设计	019
		(二) 新古典设计	034
	<b>Part 2: 异域风情 &gt;</b>	(一) 西班牙设计	067
		(二) 法式设计	084
		(三) 美式设计	106
		(四) 比利时设计	134
		(五) 意大利设计	148
		(六) 英式设计	166
第三章 实战交流篇 >		(一) 客户需求分析	180
		(二) 设计灵感来源	184
		(三) 实际操作手法及流程	187
		(四) 竣工	196
第四章 附录 >			217



# Interior Decorating *Etiquette* 软装设计礼仪

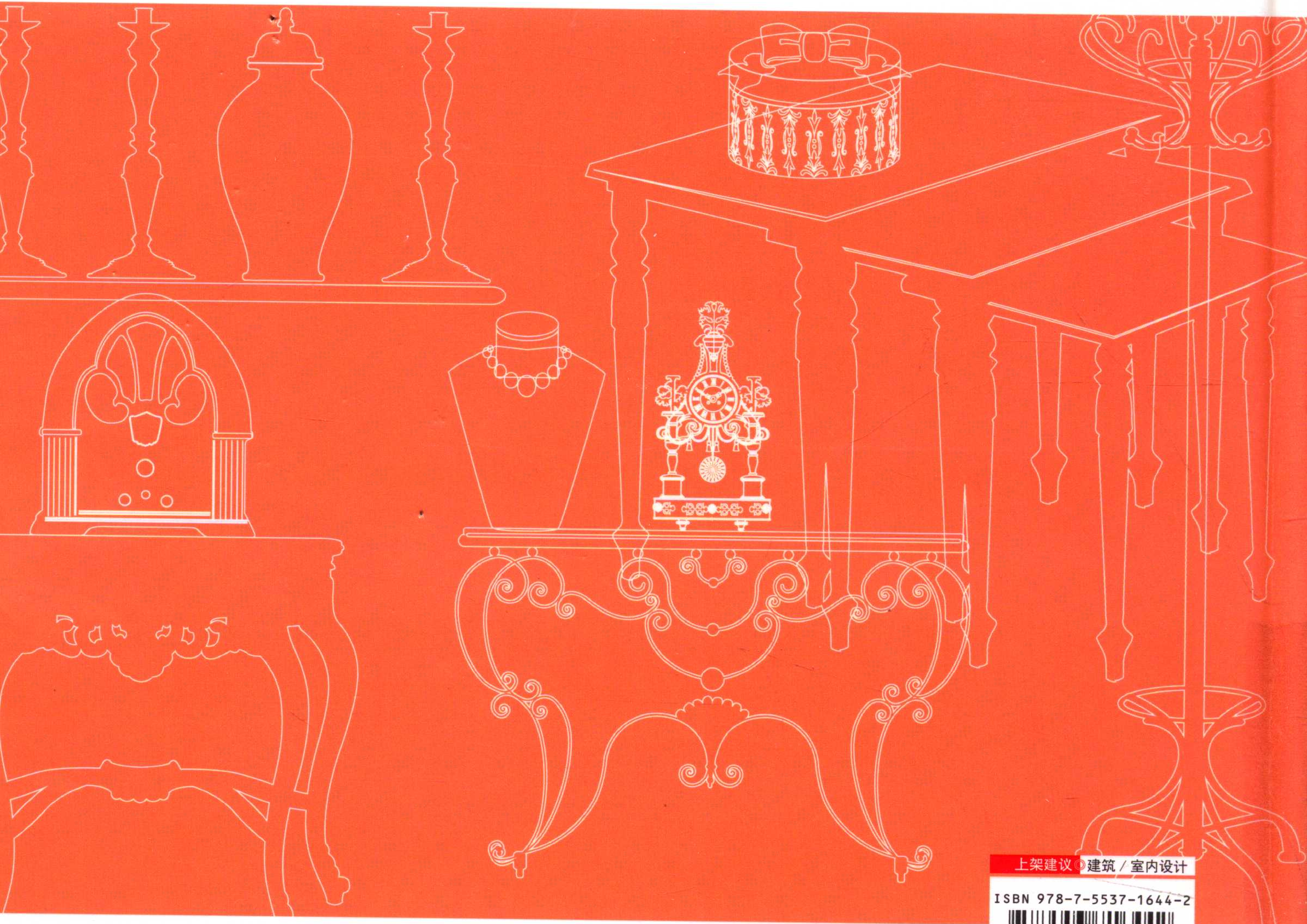
简名敏 (Jasmine Jean) 编著





策划编辑: 段建姣  
装帧设计: 陈凯欣

地址: 天津市南开区白堤路240号科技园科贸大厦  
电话: 86-22-60266190 (直线)  
86-22-60262226 / 60262227 / 60262228 (总机)  
传真: 86-22-60266199  
E-mail: ifengspace@163.com



上架建议 建筑 / 室内设计

ISBN 978-7-5537-1644-2



9 787553 716442 >

定价: 228.00元 (精)

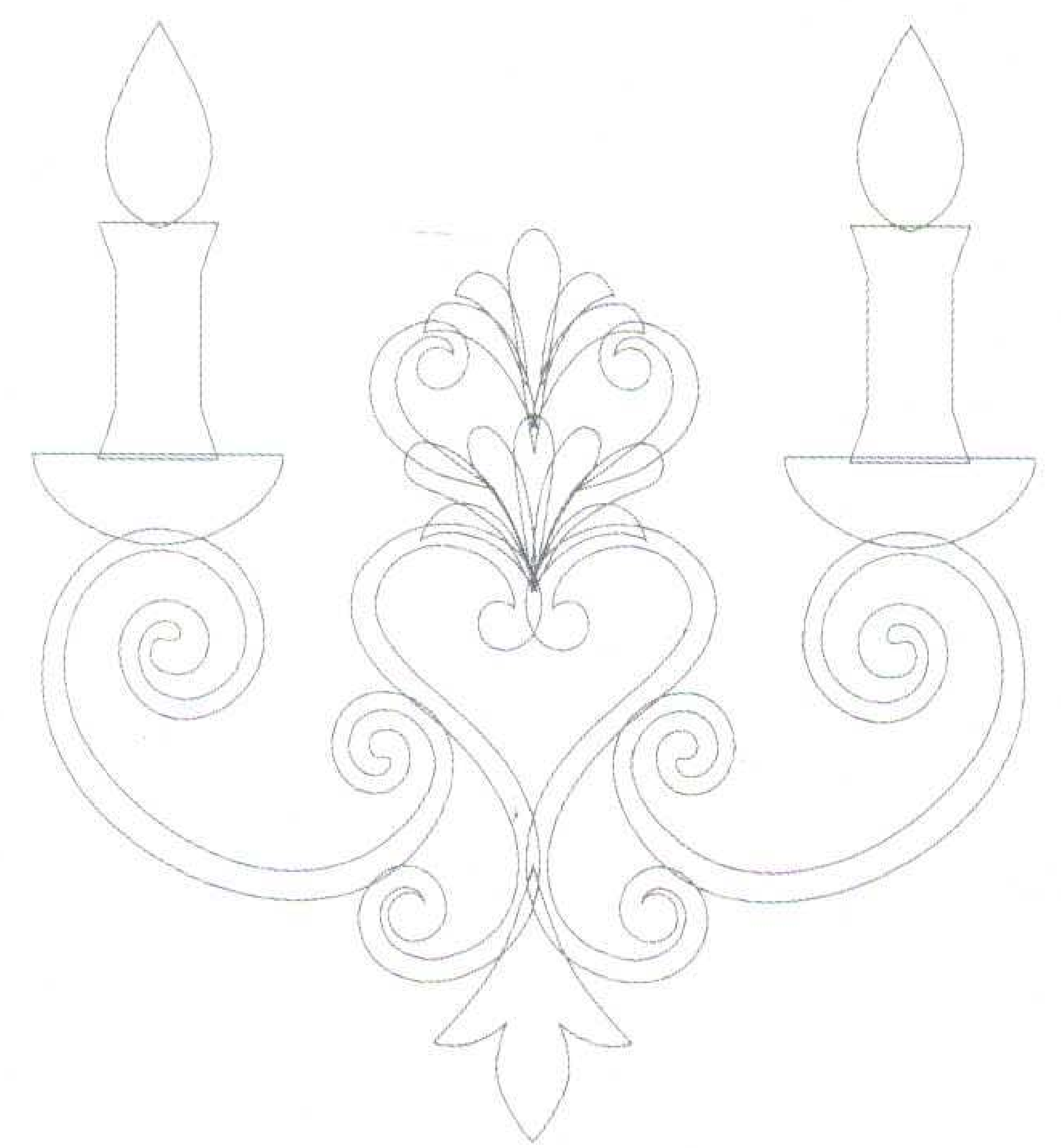
凭密码辨真伪, 免费下载本书完整电子版  
Distinguish authenticity by password  
Download free complete E-book



# Interior Decorating Etiquette

## 软装设计礼仪

简名敏 (Jasmine Jean) 编著





## 图书在版编目 (CIP) 数据

软装设计礼仪 / 简名敏编著. —南京 : 江苏科学技术出版社, 2013.8

ISBN 978-7-5537-1644-2

I. ①软… II. ①简… III. ①室内装饰设计—作品集—世界—现代 IV. ①TU238

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第185497号

## 软装设计礼仪

---

编 著 简名敏 (Jasmine Jean)  
项目策划 凤凰空间/段建姣  
责任编辑 刘屹立  
特约编辑 段建姣 徐 娜  
责任监制 刘 钧

---

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司  
江苏科学技术出版社  
出版社地址 南京市湖南路1号A楼, 邮编: 210009  
出版社网址 <http://www.pspress.cn>  
总 经 销 天津凤凰空间文化传媒有限公司  
总经销网址 <http://www.ifengspace.cn>  
经 销 全国新华书店  
印 刷 利丰雅高印刷(深圳)有限公司

---

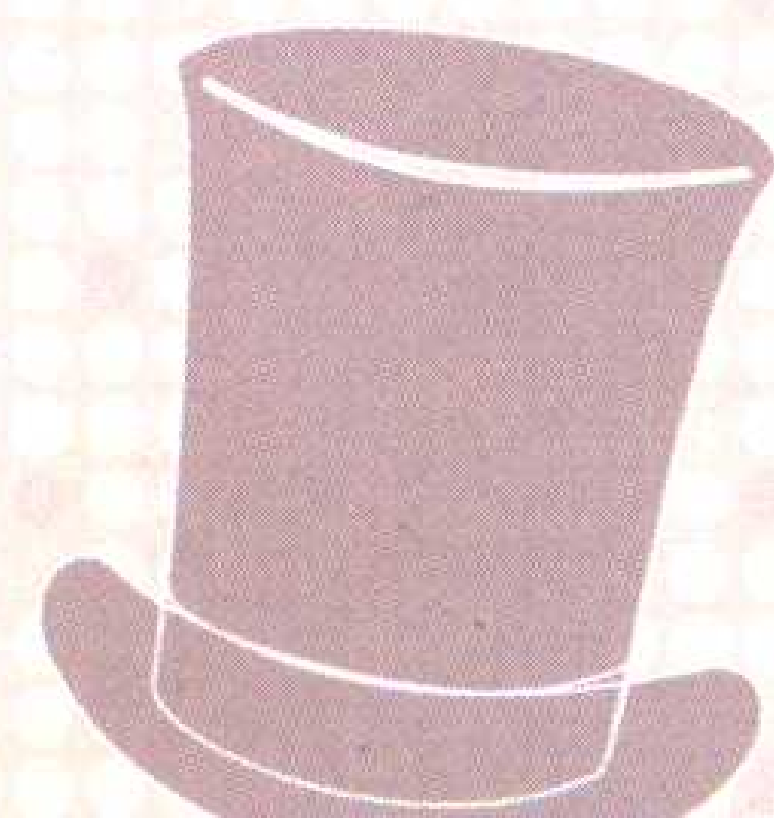
开 本 889 mm × 1 194 mm 1 / 16  
印 张 15.5  
字 数 250 000  
版 次 2013年8月第1版  
印 次 2013年8月第1次印刷

---


标准书号 ISBN 978-7-5537-1644-2  
定 价 228.00元 (精)

---

图书如有印装质量问题, 可随时向销售部调换 (电话: 022-87893668)。







# 序

日本建筑大师隈研吾曾经说过：“对住宅、空间的倾心、热情，并不是对于功能、美、真实的欲望滋生出来的，而是基于对阶层的欲望而生的。”此话放在喧嚣、浮华、躁动的当下中国社会，真是再贴切不过了。伴随城市化的脚步，一幢幢高楼拔地而起，裹挟着全盘西化的建筑风格和居住文化将我们包围。每一个开发后的城市里都充斥着类似于“威尼斯”“左岸”“白金汉宫”和“维也纳”之类的楼盘名称，但究其本质，不过是在贩卖一个个虚伪的意象。

不过话说回来，这种对于异国情调的期许，无非是人们想要过上美好、理想生活的体现。在地球成为一个地球村之后，大家急于把各种光鲜的外国文化拿来使用的心情，并不难理解。

但是，将抽象的设计理念转换成具像产品实体的过程，却并非易事。借用此书编撰者简名敏老师在书中的话来说，“软装设计其实就是文化与产品的沟通”。

故此，在两年多前推出《软装设计师手册》之后，简老师很快意识到“手册”提供了实践操作入门的指南，虽然受到了读者的欢迎、市场的追捧，但随着软装市场的进一步发展，民众生活水准的提升以及品味的提高，越来越多的家庭和个人对居住装饰环境日益关注，广大的设计师更加需要的是提高修养，开拓视野，吸收多元文化。于是就有了这本《软装设计礼仪》的诞生。

从这一点来说，见证、参与了中国软装行业在过去 20 多年从无到有发展过程的简老师，无疑是有发言权的。她本人在设计、花艺、厨艺、时尚上的修养，在各国生活、游历的背景，以及和各国设计师的交往，为这本书的编撰提供了最好的保障和注脚。

建筑从来都不仅仅是建筑，软装也从来都不仅仅是软装，我们对待居住空间的态度无不显露出我们对自身生存的思考向度。《软装设计礼仪》的可贵之处在于：这不单单是一本谈论软装设计的书，在提供实用性、教学性软装设计步骤的同时，编者更是将目光投射在了每一种装饰风格背后涵盖的国家或民族的风土人情、生活方式、文学艺术、行为规范和价值观念之上。我相信，一个设计师只有静下心来研究这些大概念意义上的文化，经过岁月的积累和沉淀，才能慢慢融会贯通，创造出引领社会民众的、好的生活方式出来。

吴正

2013年7月





# 白序

文艺复兴时期英国伟大的剧作家、诗人莎士比亚曾说过，“没有德性的美貌，是转瞬即逝的，可是因为在你的美貌之中，有一颗美好的灵魂，所以你的美貌是永存的。”正如莎士比亚论述的那样，软装外在的美丽是重要的，然而与外在的美丽相比，拥有美好的设计灵魂就显得更为关键。

自2011年我的第一册图书《软装设计师手册》面世以来，一直得到广大读者和设计师朋友们的厚爱，他们通过多种方式向我和出版社的编辑表达了意见和建议。因为有了“手册”作为了解软装的基础，他们迫切希望能有更具学习价值和升级版的图书面世。

于是《软装设计礼仪》的出版想法在我和编辑的酝酿之下得以产生。因为担负着广大读者的期望，出版此书便变成了一种社会责任，感觉任重而道远。如果说第一册的《软装设计师手册》充分展现了软装独有的外化美，介绍了包括材质、色彩、内容、种类在内所有元素的基础知识，那么本册《软装设计礼仪》便是《软装设计师手册》的进阶与升华，它是软装文化的全方位分享，除了给软装工作者提供更大的收藏价值与更多实践意义，本册书籍更凸显出软装灵魂的光芒。

需要特别指出的是，本书的完成凝聚了世界各国设计大师们的心血。正因为有了他们的鼎力支持和协助，才使本书最终能够顺利体现软装生活的真实意义与功能。在此向这些来自不同国度的大师们表示由衷的感谢。

必须致谢的还有长期陪伴我一同工作的凤凰出版传媒集团段建姣编辑，少了她的帮助，本书出版、发行的所有环节不会如此顺利；感谢我的助理徐娜，在我写作过程中她的辛勤与细心给了我莫大的支持；感谢传播学博士林毅老师，他运用现代格局传播理论对各国设计作品的分类点评，促使本书在软装文化层面又增添了一份完整性。需要感谢的人还有很多，不能遗漏的是本书作品的摄影师和设计师们，还有不断给予我支持的先生、家人、朋友及同行。


最后，感谢认真阅读《软装设计礼仪》的所有读者，无论你们是软装设计的爱好者，还是软装设计的从业者，有了你们的陪伴，美好的灵魂将不会孤独。

简名敏

2013年7月





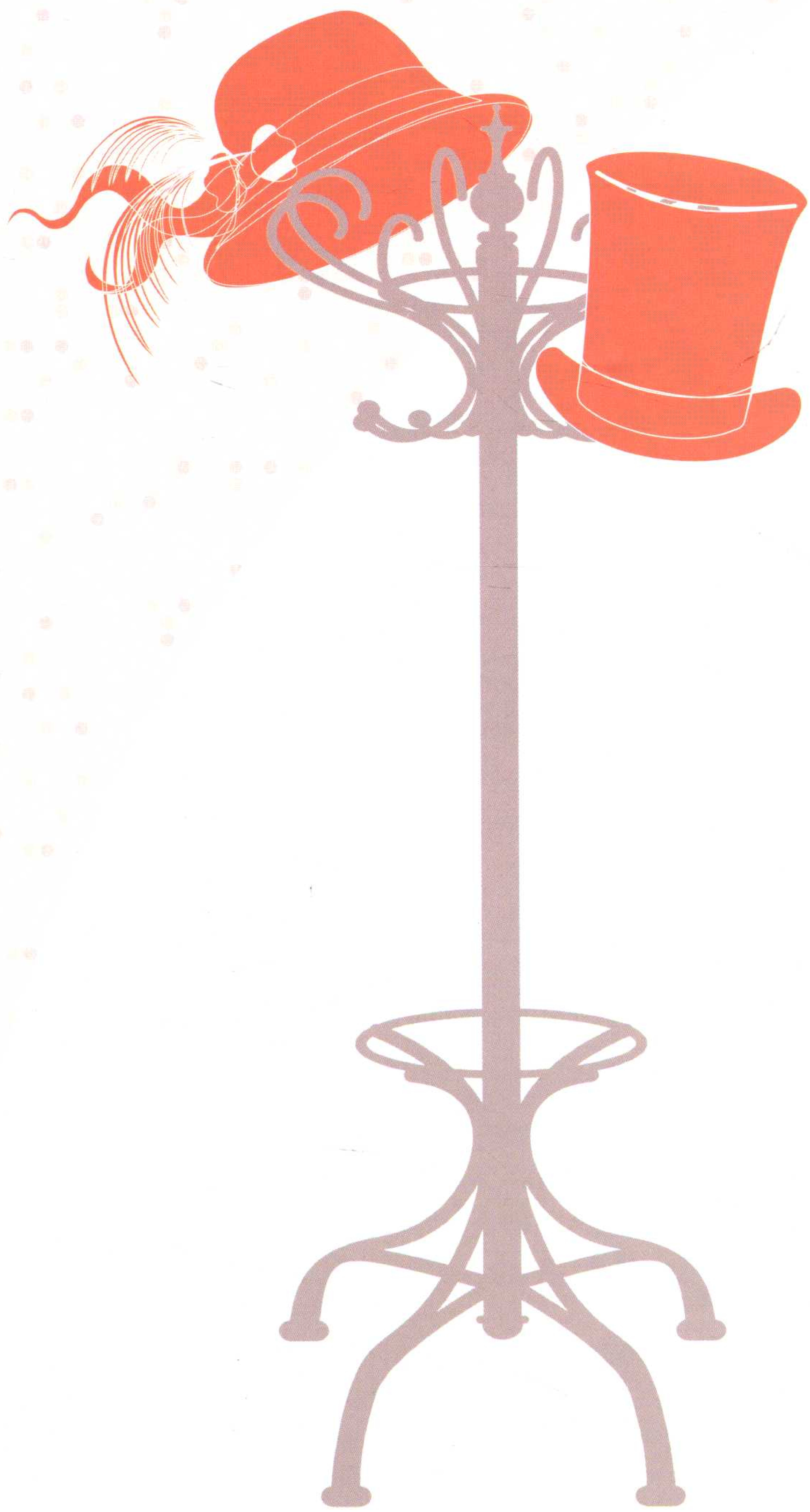


# 目录



第一章 概述篇 >		(一) 软装设计的市场现状	010
		(二) 软装设计存在的误区	012
		(三) 文化在软装设计中的重要性	013
		(四) 软装设计师应该具备的基本素质	014
第二章 进阶篇 >	<b>Part 1: 时尚风情 &gt;</b>	(一) 中式设计	019
		(二) 新古典设计	034
	<b>Part 2: 异域风情 &gt;</b>	(一) 西班牙设计	067
		(二) 法式设计	084
		(三) 美式设计	106
		(四) 比利时设计	134
		(五) 意大利设计	148
		(六) 英式设计	166
第三章 实战交流篇 >		(一) 客户需求分析	180
		(二) 设计灵感来源	184
		(三) 实际操作手法及流程	187
		(四) 竣工	196
第四章 附录 >			217



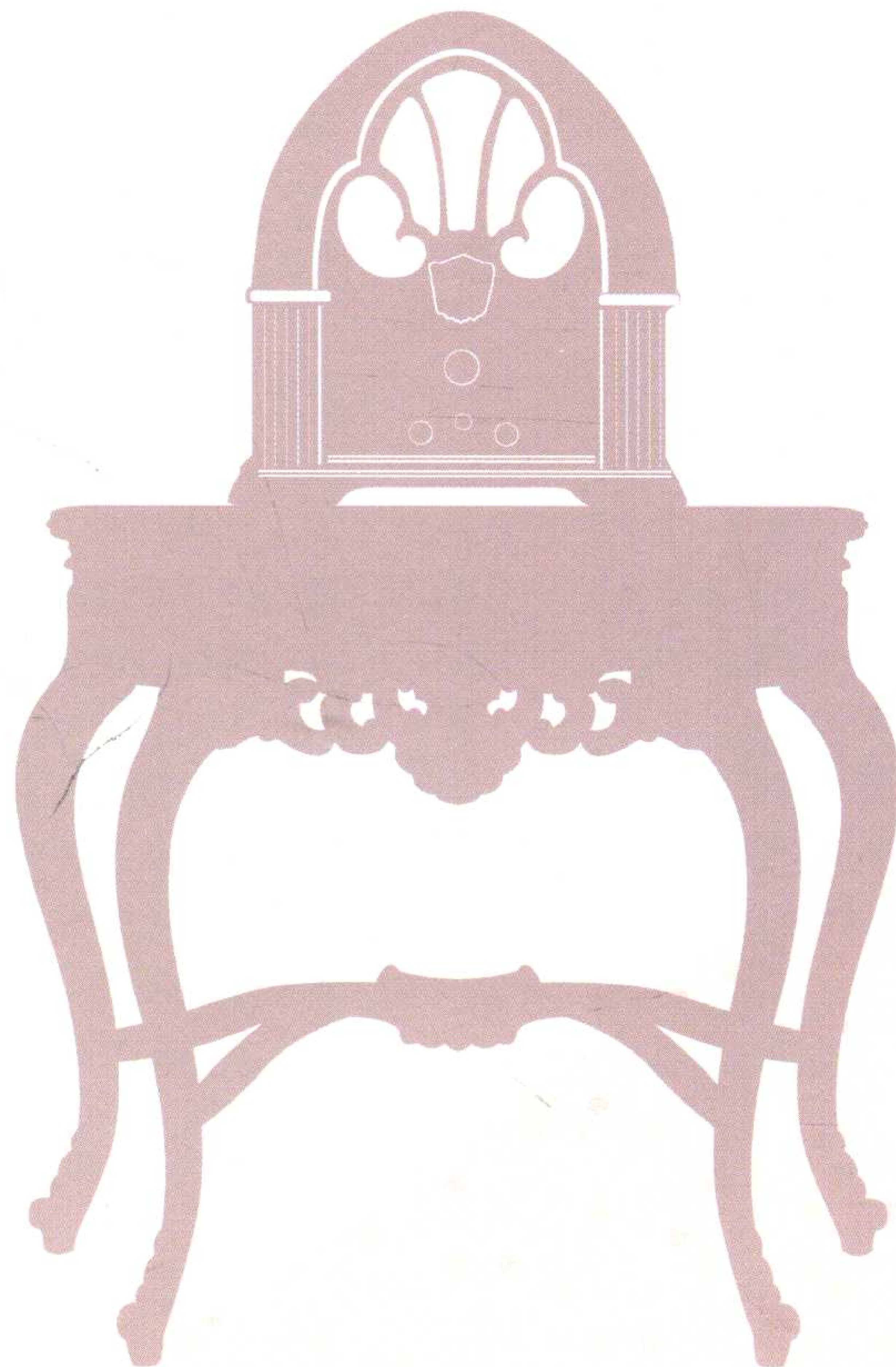




第一章

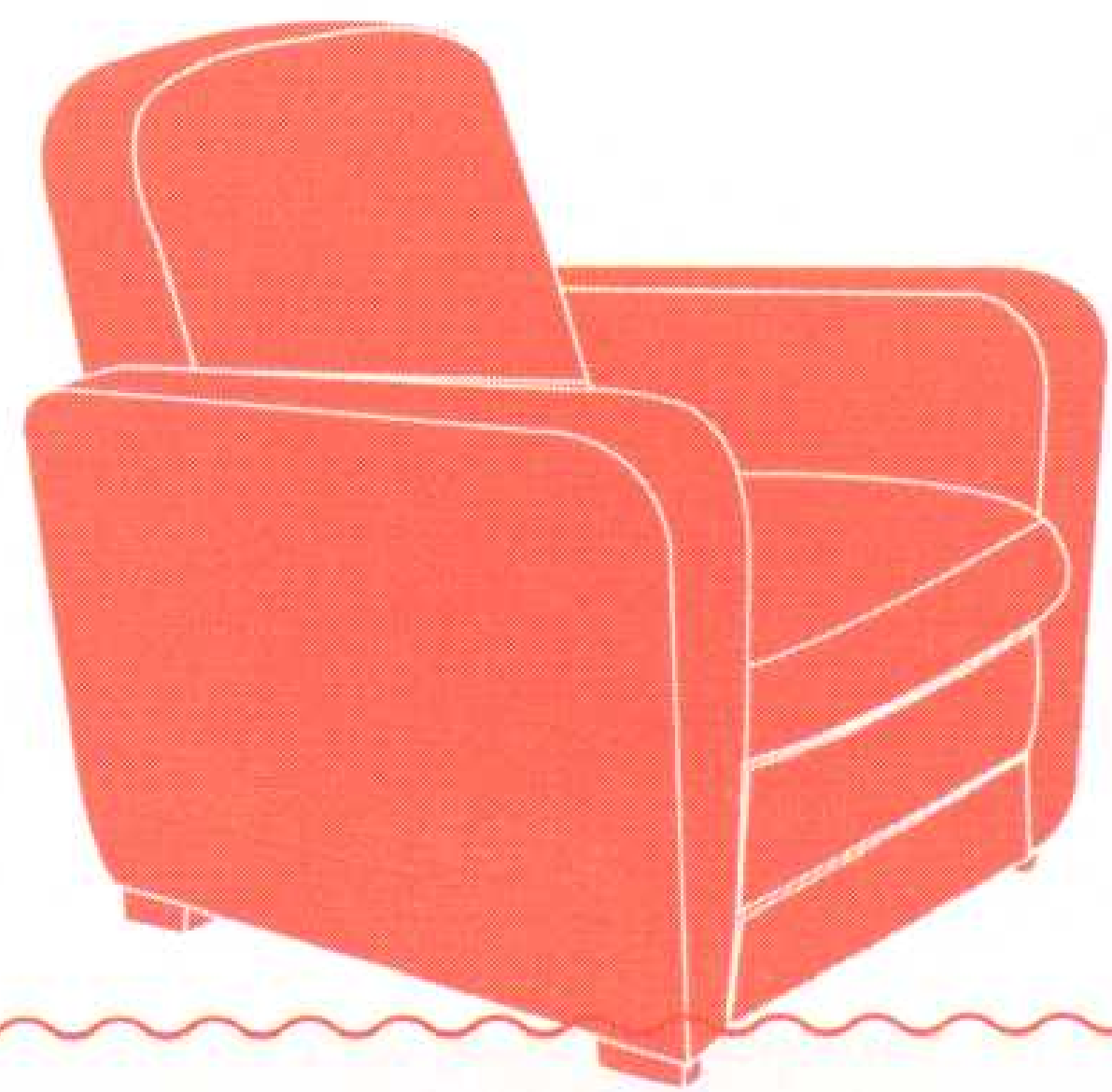


# 概述篇





## (一) 软装设计的市场现状



随着中国经济的快速发展，人民生活水平日益提高，大众对于提高居住环境的需求也越来越明显。特别是近几年，精装修项目不断井喷，国内的室内设计行业逐渐细分出一个全新的领域——“软装设计”。

所谓软装，是和硬装相对应而言的。如果将空间主体结构设计比之为硬装，那么软装就是设计师对建筑内部所做的进一步细化处理。我们通常所说的软装设计，也被一些人称之为配饰设计或者是陈设设计。其主体工作是配合室内设计师延续统一的设计风格，帮助业主选择并搭配好需要的家具、装饰品等装饰元素；配合房地产开发商完善“业主可以拎包入住”的居住理念，达到令发展商或业主均满意的装饰效果。他们需要根据空间大小、不同功能需求从整体上综合策划出装饰设计方案，从而凸显出空间的个性和品位。

在国外并没有软装这一概念，因为室内设计的后期工作大

多是由室内设计师一并完成的。但在国内，室内设计行业起步较晚，重心仍旧停留在建筑与空间结构上面。对于高端群体室内环境的软装需求，室内设计难以满足，也无暇顾及，于是就专门细分出一个全新的行业，这就是软装设计。

我们可以把软装设计理解为室内设计的一部分，也可以把它看做是一个因市场需求推动而出现的、超越当前国内室内设计领域发展水平，却能够满足一部分市场需求的新兴产物。

目前，国内软装设计存在着明显的行业特征，其服务的群体主要为一部分富有阶层的高端业主。从地域分布来看，国内的软装设计师与设计机构主要出现在北京、上海、广州、深圳等经济相对发达的一线城市。专业的软装设计师人才非常缺乏，因此市场上也出现了很多因顺应潮流而“半途出家”的软装设计师。

### 1. 从业人员的结构组成

#### (1) 专业派

由室内空间设计师转而从事软装设计工作的设计师。他们的优势是具有一定的专业背景，对于建筑景观与室内空间大都有独到的见解。这部分软装设计师更加注重软装设计与空间结构的衬托关系，在风格、色彩搭配以及材质选择上也更加注重空间与软装的协调性。从目前来说，这类设计师是当前软装行业里最为专业的设计师。

#### (2) 艺术派

由其他设计行业（如平面设计、服装设计、工业产品设计等）转而从事软装设计工作的设

计师。这部分设计师大多师从于艺术类院校，或者具有一定的美学功底。他们在进行软装设计工作的时候，更加注重艺术美感，但不足是普遍缺乏建筑空间设计的基础，较难与空间设计师进行沟通合作，所以他们是软装行业里面较不稳定的一个群体。这类“软装设计师”有时候可以跟室内空间设计机构合作，有时候也可以从产品品牌商那里获得项目，还有的时候会承接商业空间的店面陈设，又或者是产品展会布置的项目。他们的目标不是十分明确，客户来源相对复杂，由此也限制了这一群体设计师的发展。这类设计师是客户眼里的专业人士，但却被空间设计机构看做是业余人士。



### (3) 市场派

由家居类品牌的品牌商、经销商及相关人员转而从事软装设计工作的设计师。这部分设计师大多没有建筑空间设计的背景，也缺乏一定的美学基础，但他们的优势在于了解市场，也了解产品。这类设计师的作品，往往堆砌得比较丰富，产品之间搭配也比较细腻。他们特别注重家居产品的选择，并且紧跟市场潮流。他们大多与品牌商有着较深入的合作，这样就在掌握市场信息、获取项目的同时，也造成他们产品选择的渠道较为狭窄，因为他们更看重产品销售带来的商业利益而牺牲本来就不太专

业的设计效果。事实上这类设计师也大多具有双重身份——在做设计的同时，实际上也是商品销售。这类软装设计师较少与专业的空间设计机构合作，承接的项目也以中档的商业空间配饰为主，较少接触商端消费人群的住宅或酒店。他们基本不收取设计费用，而是通过产品销售来赚取利润。这部分“设计师”之所以被称为软装设计师，完全是由于中国室内设计领域发展严重滞后出现的过渡期产物，相信随着行业的发展成熟，他们将逐渐脱掉设计师的专业化外衣，成为纯粹的商人。

## 2. 行业的尴尬处境

### (1) 设计费难以收取

目前，普通消费者软装饰的观念还比较落后，其欣赏水平也就直接造成了软装设计师收取设计费的艰难，从而形成了一个不适合软装设计师正常竞争的市场环境。

### (2) 盛行“产品销售利润”的行业潜规则

软装设计收费的尴尬，催生了行业潜规则——“产品销售利润”，也即通过产品销售环节的一部分利润来弥补自己应得的设计报酬，从而形成了阻碍软装设计行业健康发展的一大毒瘤。带着利益镣铐的软装设计，很难发挥设计师高水平的设计水准，直接造成了大量的软装设计师在作品中缺乏创新，在设计水平上停滞不前。

### (3) 亚健康背景下的软装设计人才漏洞

在整个软装设计行业亚健康的大背景下，软装行业的高利润、高附加值又形成了严重的人才漏洞。但是软装设计人才需求与供给的巨大差异并没有带来设计人才的数量增加，而是进一步加剧了软装设计人才的流动性。

### (4) 亟待完善的软装设计人才培养机制

软装行业在国内出现的时间较短，迄今为止，行业里也没有形成统一的软装设计理念与标准，更找不到一套完整的人才培养机制。软装市场目前还处于起步阶段，行业属性并不成熟。行业无标准流程参考、设计费无凭可依、过于依附室内设计、过于松散等问题都是摆在设计师面前的真正困惑。而这其中，最大的隐患还是专业人才的严重不足。

软装是对美的追求，客户的审美却并不成熟。我们的客户开始追求美，追求软装的品位，这是必然趋势。然而软装与每个人对美的追求、个人的品位修养及文化背景是息息相关的。同样的花瓶在某些人眼里是艺术品，而在某些人眼里就只是个瓶子。从目前国内的消费意识来看，客户对软装的认识，更多的是一种被动接受，又或者是跟风追随。这种现状下软装设计师肩负的担子很重，他们在提高自身历练和素养的同时，还需

要发挥对业主的引导作用，使软装更具生活化和艺术化。

一个好的软装设计师其实就是一个杂家，除了要具备设计的专业能力之外，还需要具备高水准的美学表达能力，以及对生活的感悟和对艺术的理解。优秀的软装设计师对元素的转换能力是很强的，他能够把所有自然当中看到的元素合理地转换为室内的装饰元素，从而营造出不同质感的空间。