

ADVANCED MANUAL
FOR INTERIOR DESIGNERS

陈设设计

×

方案设计

×

空间破局

×

创意概念

好设计 是这样炼成的

——室内设计师进阶手册

赵策明 著

破除思维局限，探知用户需求，空间逐步破局，掌握设计方案



江苏凤凰科学技术出版社

ADVANCED MANUAL
FOR INTERIOR DESIGNERS

陈设设计

×

方案设计

×

空间破局

×

创意概念

好设计

是这样炼成的

——室内设计师进阶手册

赵策明 著

图书在版编目(CIP)数据

好设计是这样炼成的：室内设计师进阶手册 / 赵策明著. — 南京：江苏凤凰科学技术出版社，2019.5
ISBN 978-7-5713-0267-2

I. ①好… II. ①赵… III. ①室内装饰设计—手册
IV. ①TU238.2-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第065113号

好设计是这样炼成的——室内设计师进阶手册

著 者 赵策明
项目策划 凤凰空间/徐磊
责任编辑 刘屹立 赵研
特约编辑 徐磊

出版发行 江苏凤凰科学技术出版社
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>
印 刷 天津图文方嘉印刷有限公司

开 本 710 mm×1 000 mm 1/16
印 张 13
版 次 2019年5月第1版
印 次 2019年5月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5713-0267-2
定 价 69.80元

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



目 录

- 004 **第一章 室内设计行业介绍**
 - 004 第一节 如何正确理解室内设计师
 - 005 第二节 室内设计师的职能和成长
 - 008 第三节 室内设计工作的常规流程

- 010 **第二章 设计师的工作习惯和思维方式**
 - 010 第一节 建立良好的工作习惯
 - 012 第二节 树立正确的思维模式

- 016 **第三章 室内设计项目的完整过程**
 - 016 第一节 需求分析阶段
 - 025 第二节 方案设计阶段
 - 080 第三节 深化方案阶段
 - 093 第四节 后期服务阶段



- 100 **第四章 陈设设计的一些宏观规律和逻辑**
 - 101 **第一节 室内陈设设计的逻辑与框架**
 - 129 **第二节 基础家具的选择与搭配**
 - 187 **第三节 色彩的把控**

- 200 **第五章 室内设计师的成长之路**
 - 200 **第一节 室内设计师择业中的问题**
 - 204 **第二节 家居行业未来需要怎样的室内设计师**
 - 205 **第三节 设计公司需要做哪些改变以适应未来的竞争**

ADVANCED MANUAL
FOR INTERIOR DESIGNERS

陈设设计

×

方案设计

×

空间破局

×

创意概念

好设计

是这样炼成的

——室内设计师进阶手册

赵策明 著



目 录

- 004 **第一章 室内设计行业介绍**
 - 004 第一节 如何正确理解室内设计师
 - 005 第二节 室内设计师的职能和成长
 - 008 第三节 室内设计工作的常规流程

- 010 **第二章 设计师的工作习惯和思维方式**
 - 010 第一节 建立良好的工作习惯
 - 012 第二节 树立正确的思维模式

- 016 **第三章 室内设计项目的完整过程**
 - 016 第一节 需求分析阶段
 - 025 第二节 方案设计阶段
 - 080 第三节 深化方案阶段
 - 093 第四节 后期服务阶段



- 100 **第四章 陈设设计的一些宏观规律和逻辑**
- 101 **第一节 室内陈设设计的逻辑与框架**
- 129 **第二节 基础家具的选择与搭配**
- 187 **第三节 色彩的把控**

- 200 **第五章 室内设计师的成长之路**
- 200 **第一节 室内设计师择业中的问题**
- 204 **第二节 家居行业未来需要怎样的室内设计师**
- 205 **第三节 设计公司需要做哪些改变以适应未来的竞争**

第一章 室内设计行业介绍

室内设计是什么？

室内设计是一种有目的的创作行为，通常分为两个层面：行为活动和造物活动。前者是对环境进行预先计划，经过周密的设想和计算来满足人们的需求。后者是为改善生存环境而进行有目的的造物活动，即室内设计。

日本中生代国际级平面设计大师、日本设计中心的代表、武藏野美术大学教授原研哉说过：“设计的原点不是产品，而是人——创造出用着顺手的东西，创造出良好的生活环境，并由此感受到生活中的喜悦。”

室内设计包含很多方面。从空间来说，很多人对室内设计的认识比较狭隘，实际上它不仅包含家庭装修，还包含各种公共空间的设计，比如学校、图书馆、医院、商业场所、办公空间、餐饮娱乐空间和酒店民宿等。从专业角度来说，室内设计也涉及建筑结构、机电、暖通、灯光、哲学、美学、艺术学、心理学、管理学、经济学和方法学等。

因此对于室内设计师来说，他们需要有足够的底蕴才能设计出优秀的作品。

第一节 如何正确理解室内设计师

作为一名室内设计从业者，到底该如何理解“设计”？不同类型的设计公司对设计师的定义是不同的。比如机电设计师、智能控制设计师、暖通设计师、给水排水设计师、绿植设计师、木作设计师和厨房设计师等，在行业内，这些职位都称为“设计师”，但每一个类别所做的设计又有所不同。这种情况的出现，让一些本来方向就不明确的室内设计从业者更加迷茫。另外，在市场大环境下，由于身边有太多带有销售性质的“设计师”，会给刚入门的从业者造成一种错觉，认为设计和销售挂钩，设计是销售的进化版。

事实上，室内设计师是从事室内设计工作的专业人员，工作重点是把用户的需求转化成事实，着重与用户进行沟通，了解用户的期望，在有限的空间、时间、技术、工艺、物料、成本等条件下，创造出实用与美观并重的全新空间。设计师（为便于叙述，后文中的“设计师”若无特别指出，均指室内设计师）的作用贯穿整个项目全程，通过一系列步骤让项目按照预期设想一步步落地，所以设计师并不是只负责某个阶段，后面便撒手不管了。同时，从职责经验来讲，设计师更需要重视怎样维持从构思到落地的平稳持续，而非设计上的奇思妙想及娴熟的软件操作能力。

“设计”两字，承载的意义繁多，一到落地又异常琐碎，个人建议设计师要以宏观的视角去理解设计，同时也要带着微观和落地的心态去做好设计。

这里说一句，设计师虽然主攻设计，但仍要与销售加强合作。在项目进程中互相理解对方的难处，只有尊重对方的工作和时间，才会获得别人的尊重。要心怀感恩，回馈他人的帮助。做成一个项目，功劳并不只属于个人，要承认其他人的功劳。如果有问题，可以在适当的场合进行沟通。

第二节 室内设计师的职能和成长

本节讲一讲室内设计师的职能与成长阶段。

一、室内设计师的职能

目前而言，室内设计行业在住宅部分有较为一致的职能划分：方案设计师、效果图设计师、深化设计师和陈设设计师等。

1. 方案设计师

方案设计师的核心工作是在现有的建筑基础和用户需求上分析优先级，给出一套行之有效的方案。一个真正意义上的方案设计师，其实是一个综合能力比较均衡，既熟悉各种材料和施工工艺，又了解机电、灯光和陈设布置等的设计师，相对来说要求较高。

因此方案设计师的主要职能是：确定影响规划内部环境的因素，如预算、美观偏好、目的和功能等，通过协商确定需求，并以粘贴或绘画的形式呈现设计理念，使用计算机设计软件（AutoCAD）和其他相关软件（如SketchUp）生成施工文件并画出详细或技术性的插图等；向用户说明设计缘由，审查核实相关施工图和技术图纸，并确认详细的规格信息；估算材料需求和成本，并与用户进行确认；

与供应商和相关辅助人员等协调工作，确保项目顺利实施，协调施工进度和工种配合；负责地毯、配件、布料、涂料、墙面、艺术作品、家具和相关物品的分包制作、安装和布置，协调施工和安装活动，制订切实可行的环保计划，选择购买或设计家具、艺术品和配件等。

2. 效果图设计师

核心工作是将方案设计师在初扩阶段产出的概念方案用明确的材质基础表现得更为真实具体。所以，效果图设计师的主要职能是：确定概念方案里各个空间的参考图是否齐备，参考图中的重点是哪些，材质上有哪些要求，各材质之间的衔接是否有明确的说明，空间中哪些部分要作为视觉焦点，哪些模型需要重点搭建和构筑，材质方面有哪些要创建和制作，灯光要表现几种模式，出图视角如何更好地突显设计张力等。

3. 深化设计师

深化设计师的核心工作是围绕方案设计师的初扩方案以及效果图设计师产出的效果图，进行材质、尺寸、数量、规格的进一步确认、评估和衍生，并最终产出图纸用于指导施工。因此深化设计师要关注的问题有：整体的范围和规则以及检查初步的扩初图；根据扩初图进行绘图检查，根据设计说明和施工说明选择配合的相关专业人员；确定尺寸容差范围，该范围应符合通用容差规则；确认立面、剖面、大样等出图细节；对电子图纸进行审查，最终提交图纸等。

4. 陈设设计师

陈设设计师的工作是进一步优化效果图，在配合方案设计师的概念方案的情况下，使软装落地，进而达成方案实现的最后一步。因此陈设设计师要关注的问题有：确认初步的空间计划和设计概念的安全性、功能性、美观性及可实现性；选择颜色、材料和饰面，适当传达设计理念；确定家具、固定装置、设备和木制品的式样和规格，并提供合同文件以方便定价、采购和安装家具；提供项目管理服务，包括编制项目预算和时间表，敲定灯光和配色方案；确定采购物品品牌、规格、数量、颜色、安装方法、安全所需辅材、安装位置和高度等信息。

事实上，在设计行业，还有一些典型或特殊的岗位，如建筑设计师、机电设计师、智能控制设计师、暖通设计师、给水排水设计师、绿植设计师、木作设计师、厨房设计师、照明设计师、消防设计师和指示系统设计师等，限于篇幅，这里就不详细介绍了。

二、室内设计师的成长阶段

在较为理想的情况下，一个设计从业者的成长路径可能会经过以下几个阶段：

①新人入门阶段。新人需要了解规范模板，对公司和行业基本规则有清楚的认知，所以可以给自己定期做一个相关测验。此外，新人要多发问多思考，养成一个良好的习惯，将自己遇到的问题统一记录，然后分门别类，分析是否有表述不清的情况，归纳同类问题。如果可以，将问题整理为递进关系的列表，以便请教别人时对遇到的问题有更深刻的理解。

②成长型阶段。通常具有1~3年的经验，对专业技能比较熟悉，但对行业、用户、业务等尚缺乏深入的认知。这类设计师还要加深对用户的了解，多接触用户，了解其生活与需求，探寻这些需求从何而来，通过观察、访谈等进行梳理、归纳和总结。除此之外，还要提升专业能力，给自己设立不同的需求场景，进而磨炼和提升技能。

③成熟型阶段。通常有3~5年的经验，在某一方面专业技能突出，对行业、用户、业务有初步的了解和探索，开始从单一的执行者向管理者转化。这类设计师要尽力提升对用户的控制力和影响力，多接触不同类型的用户，尤其是所谓“奇葩”用户，这样会对用户有更深入的理解。此外，还要拓展自身的硬技能，且不局限于自己的专长，多体验分析不同类型的空间，对于新类型的项目可以适当尝试新的思路，形成新的拓展点。此外，这一阶段的设计师可以对行业发展进行深入思考，这样有利于培养自己的策略意识。

④专家型阶段。通常有5~8年的经验，对行业、用户、业务有较深的探索，并且主攻策划和推动执行。如果认识不错的行业前辈，可以多去拜访，学习前辈的经验，从而完成由“业务精英”到“领导者”的转变。此外，要多分析成熟的业务流程和体系，学习更多的行业相关知识。梳理自己的理念和认知，明白市场、运营、设计、研发和实施等各职能的关系和差异，以及如何更好地与其他职能人员协作。

⑤综合型阶段。通常有8年以上的工作经历，综合能力出众，极为擅长梳理框架和体系。综合型设计师仍需培养大局观，多参与高手间的互动与交流，学会从资本、技术革新和市场新态等来判断和理解事物。此外，还要培养制定策略的习惯，尽可能多地参与或者负责不同类型的项目和规划。

室内设计的具体流程，如图 1-1 所示。

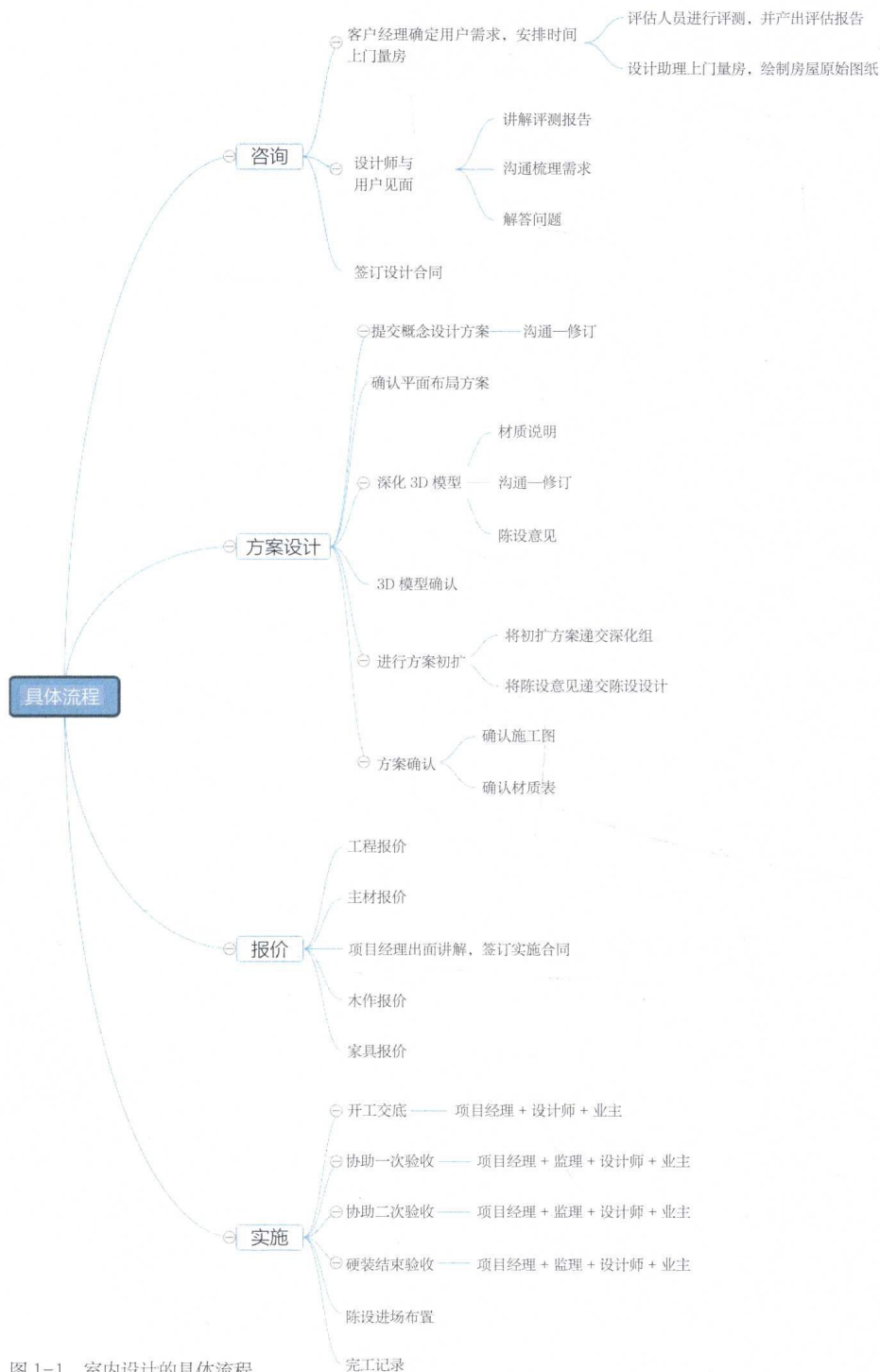


图 1-1 室内设计的具体流程

一个正规公司进行设计的主要流程，大概分为四个阶段：

①咨询：先要根据用户的喜好需求、住宅的当前情况和用户的预算计划等来制定初步的设计意向。

②方案设计：根据上一阶段的设计意向，将任务分解为几部分，根据用户的需求、评估报告和喜好样式、风格和品牌等一步步将方案具体化。用 AutoCAD 设计平面布局，用 SketchUp 确定格局样式，再用 3ds Max 确定灯光材质，最后选择家具及饰品，进行逐一确认后，最终完成整体方案图纸。

③报价：报价可以说是从图纸到落地的第一步，它包括工程报价、主材报价、木作报价和家具报价，在与用户沟通报价时，尽量与图纸进行一一对应，一则要对方案图纸做到心中有数，二则在校验图纸和现场时，可以考虑是否有不实的地方。

④实施：在方案正式进入落地阶段后，设计师要对工程进度进行评估，寻找潜在问题，以避免无法达到设计效果。同时，对这些问题做好相应记录，避免类似情况在下一个项目再次发生。

在室内设计行业中，一个真正意义上的室内设计师，需要能够主导和掌控此流程中的全部环节，而不是跟在销售和施工方后面跑。

在行业内，设计师和施工方的关系更为直接和微妙，设计师总要面对的一个问题是：施工方好像总是“能力不足”，我们该如何设计？

事实上，施工方提供的是长期的用户价值，设计师提供的是短期用户价值以及协助产品形成完善体系的长期价值。设计活动对用户而言是低频行为，但设计项目内的每个构建对用户的生活来说却具有长期影响，单个构建又不成体系，所以需要设计师协助梳理完善，这就是典型的短期价值。就施工的长期价值而言，施工方让产品从图纸落实到现实，成为可使用的物品，这个物品的功能已经极为明确和具体，这就是长期价值。

依照目前大环境来说，施工方“能力不足”是一种必然状态，这需要设计师对施工方进行工作成果的把握和评估，观察具体施工中哪个环节容易出现问题的，在设计时尽量将其弱化或提供更为详细的指引，以便达成更好的效果。

从实际情况来讲，设计师与用户更亲近一些，从用户这边了解情况之后，设计师要考虑产生问题的原因以及如何切实解决问题。如果认为中间的变量太多，个人不能完成，要就实际情况来向管理者提供问题存在的依据及解决方案，以便投入相应的资源来解决此问题。解决方案最好备有图片或视频等，这样更便于理解。

设计师和施工方要达成共同认知：有问题是正常的，难免百密一疏，双方要互相理解；出现问题不要怕，能解决才是关键；这次的问题尽量比上次小一点；若连累了队友，要想办法弥补。

第二章 设计师的工作习惯和思维方式

室内设计潮流变化极为迅速，主流配色、审美的定义和施工形式等都会随着时间的改变发生新的变化。但对于从业者而言，在设计能力进步缓慢时，转而追求潮流元素，其实是钻了“急功近利”的牛角尖。

一个优秀的室内设计师应该熟悉和掌握相关的关键点，以便给用户创造更多的短期价值，以此来保证长期价值的确立。

第一节 建立良好的工作习惯

一个设计师要想做好设计，需要一些必备的基础素质、思维方式和工作习惯等，比如了解投入产出比的概念，具有流程化和精细化的意识、回报后置的意识等。

除此之外，从业者至少要有一项特长，这是可以直接产生效益的设计硬技能，比如熟悉产品、控制预算和优化结构的能力等。

对同一个项目，两种不同状态做出来的效果会是天差地别。

状态一：前不管需求，后不顾体验，把家具模型往户型图里一摆，尺寸大致过得去就算完成任务。这样的作品，质量粗糙到令人心碎。拿着这样一份方案去见用户，很难对用户产生吸引力。

状态二：在接触用户前便抱着给用户制造“超预期体验”的目的，从销售手中交接用户资源后，初步筛查其中的用户需求和缺失的认知，在出概念方案的时候就可以补充各区域的参考图片，便于用户理解，也不会产生思维偏差。

你要尽可能向第二种状态看齐，这样你的工作会有更强的目标性。举个例子，你在做方案之前可以考虑一些问题，比如用户在和公司接触初期关心的是什么，用户的重点需求体现在哪些地方，有哪些需求是潜在的，以及建筑结构类型是什么，哪些墙体是承重的，哪些墙体变更后不好确认，该去找

谁寻求支持，等等。由此逐条归纳分析，你的方案策划能力将得到快速提升。

手头积累了一些项目之后，就可以进一步去研究更高级的问题，比如你的主流用户需求有哪些，形成这些需求的原因是什么，等等。经过总结后，在面对新用户时就很容易让用户对你产生“遇到知己”的感觉，这样在交流当中就可以进入循环加速的状态，提高你和用户的合作速度。

以上可以说是设计师完成一个项目的职业目标。有了目标，我们就可以聊聊效率了。

效率意识，简单来说就是把你在需要做的每件事上投入的时间和精力换算为成本，要想让成本更低，唯有提高效率才是正道。

提高效率最简单的方法就是回顾和总结。比如回顾自己一周当中做了哪些事情，哪些有产出，哪些没有，产出的事情对于后期工作的拓展有多重要等。然后把回顾总结工作培养成长期的习惯，再慢慢缩短周期，从一周变为三天，再变为一天。

当你习惯了每天回顾总结工作后，就可以再深入一点，每天在工作前先做规划，将一天的日程目录化，做成时间安排表，待适应后便可以开始划分优先级。

在执行上述方法时，有四个地方需要注意，分别是：棘手的事情可以尝试先来解决，不求毕其功于一役，抱着尝试的态度有时反而更容易解决；先难后易，越难的事情越往后拖的话，很可能就会越不想做，只有优先完成难度高的事情，才能让后续的工作安排更加流畅；适当安排休息时间，每过一个阶段，就可以去做点其他的事情，让自己换换状态；工作前，将需要的东西准备好，避免中途寻找，否则不仅花费时间，还会影响工作效率和状态。

此外，按时回顾和制订计划的习惯该如何养成呢？

这里需要关注四个关键词，即导火索、习惯动作、奖励和信念。“导火索”就是触发事件的原因，可能是时间、地点、某种感受或对外界的反应，比如午饭、短信、邮件和群聊等日常工作、生活中经常遇到的事情等。要尽可能少地去做能引发导火索的事情，否则容易导致耽误工作时间。“习惯动作”就是你对导火索的反应，在工作时要按照预想计划进行，不能马虎分神，改掉不良的习惯动作并长期坚持，从而形成好的习惯动作。“奖励”是指在养成习惯的过程中，每当有收获的时候，就可以给自己发一个奖品，从而激励自己坚持下去。“信念”就是要坚定想法，相信自己能形成新的习惯，战胜拖延症。为了更好地贯彻信念，你可以找人协同监督，共同努力。

简而言之，要获得高效率的产出，可以像游戏中的做法那样，将一件事拆分成若干任务，每个任务目标明确、过程清晰、动力强劲、结果实惠，坚持下去便可以慢慢提升自己的工作效率。

对设计师而言，有一技之长自然重要，但更大的竞争力不是硬技能，而是你的设计意识和思维模式是否优秀。如果具备优秀的思维模式，设计师就很容易赢得用户的认可和喜爱。相反，如果缺少这一点的话，在工作的过程中会平添很多辛苦，可能每个步骤都没错，但就是难以取得用户的信任。

我倾向于设计师要有“回报后置”的理念，专注地为用户创造价值。当你创造的价值足够多的时候，用户会给予你无条件的认可和回报，有时这种回报还会超出你的预期。

一、找准设计的关键点

室内设计盘根错节，要顾及的地方很多，设计师应当如何思考？要想有效率地做好设计，关键在于两点：

一是寻找主要因素。当一个项目中存在太多不确定因素时，往往存在一个最为紧要的因素，它可能就是推进项目顺利进行的关键点。二是确定造价。各专业解决方案有很多，无论节能还是美观，都有各自的达成方案，造价就成了限制设计的关键因素。明确造价总数，就可以顺利地进行分配。

现实中经常会出现用户反复修改方案的情况，改来改去，既耗费时间又耗费精力，这样的问题怎么解决？其实，改方案的根本原因在于一些需求的确触发了用户潜在的“选择困难症”，用户难于取舍，不好划分优先级。因此，在用户有特别不确定的需求时，设计师要做的事情就是用最低的成本（包括时间、精力）去搭建一个可以真实感受的场景，以使用户通过真实体验来确定是否有更改需求。

比如，若用户对空间尺寸不敏感，设计师可以在软件 SketchUp 中放置人体模型，为模型设置巡行动作，即可让用户得到真实感知，明确设计师的设计理念。SketchUp 可以解决很多沟通上的困难。在概念方案阶段，各种理念图、构思图和平面图很难让用户有等同的认知，而 SketchUp 可以快速、低成本地搭建框架，从二维向三维衍化，这样效果一目了然。若用户对颜色不好确认，可从颜色配比图开始，对样图的颜色进行签字确认，从样图中提取原色附入设计中，对模型和颜色逐一确认。

这样，每次更改都有用户参与，让用户知道提出更改不单单是一句话的事情，当用户想要再次更改的时候，就会知道这其中付出了多少精力。若用户仍然执意修改，那么增加设计预算的投入也在情理之中，在这些因素的牵制下，用户便很容易做出选择。