

# 软装设计行业的前景及发展趋势

## 第2章



# 学习目标

了解软装市场当下行情，明确软装硬装未来发展趋势，掌握室内软装设计师的职业方向。

# 学习难点

了解软装设计师的身份定位。



# 目录

CO

室内软装设计概  
述

NT

01

软装设计师的作用和能力

02

室内设计与软装设计的区别



## 第一节 现状

# 软装设计行业市场

# 前言：



软装从概念出现到形成行业不过十几年，中间却跟随市场经济的发展经历了三次变革：1.0 时代的自主软装（意识）、2.0 时代的软装搭配（产品）、3.0 时代的个性软装（体验）。人们开始有意识进行软装设计的 1.0 时代，让很多人看到了这一市场的前景，开始筹划进入软装设计行业。这类人中有经验丰富的软装专业从业人士，有以硬装为主的装修公司。而到以产品为主的 2.0 时代，很多家居经销商开始踏足软装设计行业，把软装服务作为产品营销的一种手段。进入以体验为主的个性化软装 3.0 时代，整个软装设计行业已经发展成熟，但各行各业也都想涉足，造成鱼龙混杂的场面，急需一批真正的纯软装设计公司引领市场秩序。然而，经过三次变革的洗礼，国内真正存活下来并始终坚持自身服务理念 of 纯软装设计公司少之又少，能够承接大坪豪宅别墅整案设计的软装设计公司更是凤毛麟角。



目前，国内软装设计行业大致可分为4种：

### 第一种

第一种为专门的软装设计公司或工作室，在经济较为发达的沿海或一二线城市较为常见；

### 第三种

第三种为一些相关行业中的软装设计师，目的是为前来购买的顾客挑选和搭配出合适的陈设品；



### 第二种

第二种为综合设计公司中设立的专门软装设计部门，他们根据不同空间类型，针对客户的需求量身打造，进行软装搭配和设计；

### 第四种

第四种为个人设计师、搭配师，更具有自由性与灵活性。

# 课外拓展



## 市场分析

软装配饰是一个新兴行业，颠覆了家居卖场和装修行业的局限性，形成一套固有的被认可的经营模式包含室内效果设计、家具饰品选择、定制、摆放安装施工和配饰售后服务等环节，已经是突破传统装饰企业的一种新型经营模式。



# 一、软装设计离普通消费群体还有一定的距离

普通住宅消费者很少能接触到软装设计，只有少数工装或高端家装公司设有软装部门。对于多数的家装公司而言，他们并没有自己的软装设计团队，通常都是由室内设计师带领业主选购软装配饰。软装设计主要还以设计师、经销商和家居厂商为主。



## 二、市场缺乏专业的软装设计师

由于软装市场消费火热起来的时间比较短，通常都是由室内设计师带领客户选购软装配饰，因此专业的软装设计人才非常缺乏，市场上出现了很多“半途出家”的现象。



## 三、软装市场缺乏专业的从业机构

软装行业从业者从业水平提升缓慢，很多纺织服装企业向外延，把发展家纺作为一个新的增长点，但是专业的软装市场还没有形成。评定一个机构是不是纯软装设计公司可从以下几方面着手。

### 1. 公司实力

具备在高端家居文化领域内卓越的设计研发能力，具备持续领先业界的企业潜质

### 2. 公司服务人群

身为国内专注于做私人豪宅的软装设计公司，考查其服务对象是否涵盖社会财智精英人士及高端业主群体。

### 3. 私宅设计经验

是否专注于私人豪宅整体软装设计，：拥有深厚的原创设计能力和私人豪宅个性化原创设计经验。



### 三、软装市场缺乏专业的从业机构

#### 4. 产品实力

是否与国内外品牌家居建立良好的合作关系，是否是各大名牌家居供应商理想的合作伙伴，提供品牌原厂 家定制服务及家居直购，抑或拥有自己的定制家具加工生产线。

#### 5. 完工私宅案例

了解公司多项已完工的私宅案例，了解设计风格及设计理念，是否配备经验丰富且专业性强的软装设计师





## 第二节

# 软装设计的行业前景

# 课外拓展

## 行业发展

随着家居软装行业发展势头的强劲，家居配饰产品设计师逐渐在递增学习家居陈设的配饰设计师更是不断飙升。然而对市场认识的不清晰；缺少陈设软装设计空间整体设计概念；把握家居配饰单品设计的能力要强于对套系设计；就业压力也同时考验着配饰设计师新手们，家居陈设软装设计培训，就成为了他们快速进入家居设计行业的敲门砖，对家居陈设设计的把握和配饰设计经验，让他们在软装设计职场占尽优势



# 一、软装定制设计趋势

软装定制是根据客户需求量身定制，同时家具造型和施工手法更细致，并且可以配合现场条件，在材质、颜色、造型、尺寸上完全定制化，这让室内设计的完整度大幅提升。软装应当更具生活化和功用化，这样从单品到所有产品的软装搭配，才能体现设计的价值。

## 1. 根据现场状况量身定制

家具软装定制是指完全根据需求量身定制，如遇到不方正的空间或墙壁过窄，常常无法找到适合的沙发。现在则都可通过家居软装定制解决。

## 2. 家具造型和手法更细致

现代人追求软装产品的细腻度，如当下热门的钢琴烤漆搭配细致铁艺工艺的家具有在杂乱的工地现场较难施工。而家居软装定制除根据喜好定制软装产品外，还能突破各种软装产品材质和工艺难度方面的限制，让家居软装定制产品显得更为细致精美。

# 一、软装定制设计趋势

## 3. 极简与古典风格完整度大幅提升

无论是现代极简还是奢华古典风格，通过家居软装定制产品材质和造型调整，如现代利落的金属与镜面、华丽的绒布与水晶拉扣等，都可以进行私属定制。

## 4. 与室内施工同步以缩短工期

软装定制往往于现场丈量尺寸后进行设计。当设计完成后，便开始在工厂制作，在室内施工完成后就能同步运送到客户家中，可节省工期。



## 二、软装设计师与销售顾问角色融合

好的设计师对于家的设计是整体的，它关系到整个后期配饰和情景布置，因此，在进行室内软装设计时最好还是听取专业软装设计师的意见，因为如果业主单独购买，很难做到搭配的完整性。软装对设计有很高的要求，如何根据不同的风格搭配光线、色彩，这些都需要设计师根据业主的生活习惯挑选产品，确定摆设位置，还需要核实尺寸。整套设计程序里面或许要涉及十几个产品商家，还需要订单调整等很多细微的工作。软装设计师多以销售顾问的形式为主，在基本的家具主调确定之后，提供包括灯具、饰品、配画等的搭配方案。



### 三、中国家装市场的发展方向

在房地产业发展趋缓之时，家居装饰行业实际上也迎来了变革的时代。有人认为今天家装行业的低迷是房地产市场的低迷导致的，这种认识显然是不全面的。同任何事物一样，家装行业的发展也要经过从幼稚到成熟的过程。家装行业经历了十几年的发展，许多家装业主在面对家装的时候，显示出了比以往更加成熟的心态。当年动吊顶、包墙的装修模式，早已被简约与实用的理性心态所代替，这无疑大大减少了装饰工程现场施工的规模。

**(1) 大力推行家装整体生产工厂化，减少现场施工的比例。**这无疑会大大降低工程成本，同时对提高家居空间的环保及工程质量都有重要意义。

**(2) 加强和家装各环节材料商的通力合作。**这里说的不是以往那些简单供货模式的合作形式，而是注重共同经营与开发，各材料商提供满足客户个性风格需求的定制产品，以设计定制化引导装修的集成化。



### 三、中国家装市场的发展方向

(3) **重视家装设计环节。**都说设计是装饰的龙头，各环节设计的水平将决定公司的市场占有率。

(4) 家装公司要向生产型企业转型

(5) 家装公司要进入材料流通领域：

(6) 开阔经营思路，重视软装配饰设计的深入。

(7) **“软装饰”和“硬装饰”是相互渗透的。**在现代的装饰设计中，木石、水泥瓷砖、玻璃等建筑材料和丝麻等纺织品都是相互交叉、彼此渗透的，有时也是可以相互替代的。例如，对于房顶的装饰，人们往往拘泥于木材、石膏这些硬装饰材料。实际上，用丝织品在室内的上部空间做一个拉膜，拉出一个优美的弧线，不仅会起到异化空间的效果还会有些许的神秘感渗出，成为整个房间的亮点。这种概念化空间的“软装饰”源于我国古代宫闱中层层叠叠的纱幔，它充分表现出了东方文化的缥缈与神秘。目前“软装饰”在家装中的比例并不高，平均只占到 5%，但在未来它将占到 20% 甚至更多。

## 软装市场未来很大

### 第一、精装修房的普及。

目前，国家相关部门开始鼓励房地产公司大力开发精装修房，这主要是为了降低装修成本，避免浪费。同时，很多房地产公司为了增强自己的市场竞争力，也大力发展精装修房项目。大量精装修房的出现，必将扩大软装饰市场，因为精装修房的缺点就是，装修风格单一，业主没办法从装修上体现自己的个性和品位只有在后期的软装饰上下大力气，才能弥补精装修房的这一缺点。第

### 第二、人均居住面积的改善

随着人均居住面积的增加，使得家庭装饰品的需求量变大，以前人均居住面积较小，家里没有多余的来摆放工艺品。现在随着居住面积的增加，各类工艺品已经成为家庭装饰的必需品。



# 课外拓展

## 软装市场未来很大

### 第三、装修理念的改变和文化品位的提高。

“轻装修，重装饰”的理念已经被人们普遍接受，这种理念其实在国外很早就已经普及，按目前我国的经济发 展态势来看，国人的生活水平也将逐渐和国际接轨，这并不是要大家一味的模仿外国人的生活方式，只是“轻装修，重装饰”的理念是在国外已有了多年的历史，并被大家证实是科学的，合理的家庭装修理念。从市场现状来看，软装设计，将成为装饰行业的主流。



## 软装市设计未来发展趋势

- 1) **在设计方面，3D 立体效果设计将广泛运用**，装修设计充分考虑居住着的人性化个性化特点，美学效果与人的生活空间结合。同时，软装设计逐步统一化和标准化，方便设计施工，充分考虑居民对节能、低碳、环保、美观的居住环境需求；
- 2) **全装修材料和设备将会逐步大规模集团化制造**，材料加工上逐渐推行统一化标准化和经济性；
- 3) **进行模块化施工，全装修**。推行全装修住宅，能够贯彻建筑节能和可持续发展的要求，全装修住宅成为推动住宅产业技术进步、提升住宅品质和节能环保的有效载体，更加节料省时、节能环保。对装修的绿色设计要求不断提高，追求高性价比的装修装修工程要求所使用的产品具有稳定性、环保性和通用性的特点。对住宅节能十分重视，推行节能环保计划和绿色设计，“生态型装修住宅”将获得大力推广。

**03**

章节 PART

## 第三节

# 后家装时代的特点

# 一、全托式装修

家庭装修进入重服务和软装饰设计的后家装时代。目前，这种全托式装修模式为消费者带来了材料、设计、施工、软装配饰在内的饰后服务等一体的全托式体验。这种全托式装修是指消费者将整个家居全部装修与装饰托付给装饰公司。全包与全托的根本区别就是全包装修业主全程参与，每次材料进场都需要客户验收签字；而全托式装修是集中前期沟通时间，将材料与价格都在进场前约定好，无须材料进场前验收，无论是工程质量还是软装配饰设计都由家装公司一手操办。



# 一、全托式装修

“一站式”家装帮助消费者解决了在装修过程中最主要的几类问题：一是决策阶段获取全面的信息，二是采购阶段选购产品更方便省时，三是装修阶段能获取全包施工服务，四是方便解决装修费用的金融贷款。

同时，“一站式”服务的 F2C 模式还可以为建材厂商节省不少的营销费用改变了传统模式下厂商要为获取客流而四处奔走的困局，使得厂商能够专注于产品的研发制造。



## 二、以服务为先、狠抓质量，提供标准化服务

一个完整的家居环境包括空间的布局、建材的选用、装饰的陈设、家居用品的布置等各种元素的合理搭配。过去十几年受市场因素的限制，家装一直以装修为主，抹水泥贴瓷砖，即通常所指的前家装时代。而后家装时代则以配饰设计为主，强调家居的整体性、功能性、艺术性、绿色环保等基础装修以外的东西。面对家装行业服务链端混乱的局面，行业标准的制定更是呼之欲出。目前关于施工方面的各种负面信息太多。问题主要出在两个方面：一是施工工人，二是工地监管

设法提升施工工人的专业素质，积极培养自有员工，在招聘和培训阶段做更为严格的筛选。对于一些没有足够经济能力的企业可考虑和职业技术学校或培训机构合作，从根源上做一个提升。如果选择外包施工队负责，就要建立起规范的薪资制度，保证施工过程中由指定的工程队全程负责



# 课外拓展

## 多样化的服务形式

从设计和执行，逐渐会增加以下的两种方式，将来除了设计和执行全套做完之外，还可以单独的做设计咨询。也就是为客户，去进行前期的方设计，这个方设计呢，就包括软装前期的方案，以及清单的梳理，提供这样的设计的咨询服务。



### 三、创新产业、创造智能化家居

传统家装行业是一个信息化程度极低的行业，行业极端分散、产业链冗长导致传统家装行业信息化进程低效且缓慢。随着大数据、云计算、虚拟现实等技术的发展，众多互联网家装企业开始真正通过技术手段推动家装行业的创新升级（如筑家软件的VR设计系统），同时预算报价、施工管控、材料下单、设计系统等后端系统线上化，利用SaaS、云设计等技术全面提高经营效率：

家装产品和科学技术的结合导致了智能家居的出现，利用综合布线、网络通信、自动控制等技术将家居生活有关的设施集成，为未来消费者创造更加安全、便捷、舒适及艺术的家居环境。



### 三、创新产业、创造智能化家居

同时，越来越多的人追求差异化，拒绝千篇一律甚至渴望独一无二。面对有这些想法并且有消费潜力的用户，应该让他们主动参与设计，家居的所有用品都可以私人定制，在满足消费群体的同时也能增加产品附加值，缓解了供需失衡及产能过剩等问题。有需求就有市场、就有创新的价值，未来行业各个细分市场都会出现“独角兽”，随着资本的不断注入或许能让这个细分领域更具生命力。



## 四、配备更为专业的软装设计师

专业的软装设计师会通过合理搭配软装，让居室的整体装修效果得到统一协调，在有限的家居空间内富有创造性地设计出既有个性又温的家。

真正的设计师不会在两天内就给出几套设计方案，他们一定会先了解业主现在的生活环境和习惯，对人与物逐渐接触了解后再提供一个详细的设计方。在这个过程中，设计师找出了源自业主内心并且没有被表露出来的深层需求，这是好的设计师的职业能力。一个经验丰言的设计师所创造的居室环境，是能够满足业主所有需求的至臻至善的家。



# 课外拓展

## 设计师——任培颖

CCTV2《空间榜样》上榜案例一《时光胶囊》  
》

在设计之初，宅子里发现了两个老箱子，装满了老物件儿，像是这所老房子特意留下的线索。于是设计师任培颖从这两个“时间胶囊”里提取出记忆碎片，完成了一幅幅往昔生活的拼图。时钟、图书、画册、器m都找到了自己的归宿，散落在各处的老式打字机、胶片相机以及黑胶唱机，都带着满满的怀旧感。



## 五、注重体验式营销

随着广大装修业主生活质量的提高和消费日趋理性，其消费观念不再停留在获得理想的装修效果本身。相反，人们更加注重通过消费获得个性的满足。家装企业必须与时俱进，顺应这一消费潮流，必须根据装修业主需求的新特点，引导和创造满足个性需求的市场。于是，体验式营销应运而生。体验式营销是企业以满足装修业主的体验需求为目标，以服务产品为舞台，以有形产品为载体，生产经营高质量的体验产品的一切活动。

体验式营销中包含情感体验、文化体验和情景体验三种体验方式，它与传统的营销模式相比，有着非常显著的特点，在关注点上，传统营销更多关注于产品的特色与利益，体验营销主要注重客户体验，如国内家装巨头东易日盛开出了亚洲第一大家居体验馆一意德法整体家居体验馆，8848平方米的超大展示面积，吸引了40多个欧洲知名家居品牌的加盟，包括武汉嘉禾家居体验馆在内的一系列家居体验馆的崛起给传统建材装卖场带来了巨大冲击。



# 课外拓展

## 企业对从业人员的需求

由于装修行业是以民营经济为主导的行业，行业准入的技术门槛不高，所以行业内人才流动性较大，造成了人才的培养难度增加。基本符合装修设计企业的职位有装修设计施工员、装修设计质检员、装修设计材料员、装修设计安全员、装修设计资料员等。其中装修设计施工员需求量很多，所具备的条件要求也相对较高。归纳起来主要有以下几个方面：

1. 是国家加强了该行业从业人员的持证上岗鉴定管理，要求该职业从业人员要具有施工员资格证，这也是行业竞争所具备的人员素质条件之一；
2. 对学历有一定要求，但并不十分苛求，由此可见，学历在此方面具有竞争优势
3. 强调具有一定的工作经验及工作年限，说明企业用人标准更注重从业人员的实际工作能力；



# 课外拓展

## 企业对从业人员的需求

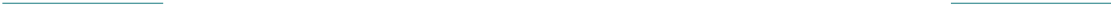
4. 对行业规范和专业知识的熟悉和掌握程度，也从另一方面反映了装修设计行业逐步加强了对装修施工过程中规范化管理的力度；
5. 在以往简单要求施工员能够识读施工图纸的基础上，提出了能够运用电脑软件绘制图纸的技能要求，体现了行业企业对员工的多向化要求；
6. 作为一个合格的施工员，要懂得编制施工预算和组织施工设计，由此可见协助项目负责人编制施工预算和组织施工设计的重要性，同时也为在该专业从业人员的长远发展提供了空间。



# 思考与实训

1. 如何理解“以人为本、服务为先”这句话？
2. 如何准确判断一家软装公司是否具有竞争实力？





Thanks For Watching