

第一阶段

初步了解软装



第一章 走近软装界

教学目的：了解室内软装的行业定位、软装陈设的主要作用、软装陈设与室内的关系、软装设计师必备的条件、软装市场的发展现状及发展前景。

教学要求：掌握软装设计的工作领域及要求。

第一节 室内软装设计的基本概念

一、行业的定位

软装陈设艺术设计可以理解为：在高度发达的工业时代，弱化或消除钢筋混凝土建筑物带给人的冷硬感和疏离感，通过艺术的表现手法，促使人们开始关注周边环境，放松心情，享受生活，积极创造美好空间环境。具体来说，软装是相对硬装而言的二度陈设与布置设计，一般是除了地板、顶棚、墙面、门窗、建筑造型等室内界面的硬装外，应用放置的家具陈设，如沙发、座椅、桌子、茶几、床、柜子、灯饰、窗帘、壁纸、沙发套、靠垫、抱枕、桌布、地毯、挂画、装饰工艺品及绿化盆栽等，来进行功能性及装饰性的室内陈设。它需要根据空间的格局与功能的需求，从材料的运用、色彩的搭配、家具的摆放、灯光的配置、饰品的陈列、摆件的点缀到总体风格的定位，以整体综合策划装饰装修设计方案，体现出空间的个性与品位。如果把硬装比作居室的躯壳，软装则是其精髓与灵魂，软装孕育着更多的变化，也更能体现出时代的进步。

“软装设计”和“硬装设计”是相互渗透的。在现代的装饰设计中，木、石、水泥、瓷砖、玻璃等建筑材料和家居用品、纺织品都是相互交叉、彼此渗透的，有时也是可以相互替代。软装中面积占用较多的是家具与布艺，其作为软装中的基本点，体现出居室总体色彩、风格的协调性，布置与搭配需要设计师有着极高的审美眼光与艺术情趣，不能简单地进行陈列，需要全方位的总体协调。目前，有些设计公司重点关注硬装的装修与施工，没能很好地为业主提供软装的后续配套业务，一般由业主根据自身喜好自行采购，并自己搭配摆放，这种情况下往往会出现如下情形：单独看家具、灯具或窗帘都很好看，可是放到同一个空间中却是格格不入，使整个空间没有整体性，自然就没有好的视觉效果，因此从软装的角度去协调硬装是非常关键的。这并不意味着硬装全部完工后再考虑软装的设计布局方案，而是必须在硬装施工之前便将软装方案考虑到位。可以根据居室空间的大小，参照主人的生活习惯、兴趣爱好和各自的经济情况，从整体上综合策划家居软装设计方案，打造最适合新房主人的家居环境。

提示：本书中将“软装饰”简称为“软装”，将“硬装饰”简称为“硬装”。

二、软装陈设的主要作用

1. 创造二次空间层次

硬装设计中的墙面、地面、顶面围合成为一次空间,由于硬装的特性,后期很难改变其形状及造型,可利用室内陈设的方式将空间进行再次划分,这种利用软装方式重新规划出的可变空间称为二次空间。室内利用家具、布艺、绿化、灯光等创造出的二次空间不仅使空间的使用功能更趋合理,而且能让室内空间分割得更富有层次感。

2. 强调室内环境风格

与建筑设计和硬装设计一样,室内空间陈设也有不同的风格,如古典风格、现代风格、中式传统风格、乡村风格等,合理的整体软装配饰设计对室内环境风格起着强调的作用。因为软装配饰素材本身的造型、色彩、图案、质感均具有一定的风格特征,所以它将进一步加强并协调室内环境的风格。

3. 柔化空间,调节环境色彩

软装设计以人为本,可以通过软装的方式和手段来柔化空间,如植物、织物、家具等丰富配饰语言的介入,无疑会使空间变得柔和、充满生机,增添空间的情趣,创造一个富有情感色彩的美妙空间,见图 1-1。



图 1-1

4. 艺术化设计,投资化陈设

室内家具陈设、材质、色彩、光照艺术这几部分组成的完整的室内空间中,只有家具陈设艺术是有升值潜力的,其他都可能随着时间的流逝而丧失其应有的价值。陈设艺术如果选择得好,有投资增值的效果,比如古董、艺术品和具有收藏价值的家具等。

5. 营造意境,创造美好空间

软装设计师通过对室内空间进行情感营造,赋予现实场景一个完整的精神寄托。可以根据个人喜好、特殊感情等因素进行不同的软装风格设计,从而营造出欢快热烈的喜庆气氛、亲切随和的轻松气氛、高雅清新的文化艺术气氛等,给人留下不同的印象,见图 1-2 ~ 图 1-5。

三、室内软装陈设与室内设计的关系

室内软装陈设是室内设计的一个分支,但又自成体系。从历史上来说,室内设计起源于室内装饰,是室内装饰在今天的发展结果。西方有人把室内软装陈设设计称为室内设计。其实室内设计是一个很大的范畴,室内软装陈设是室内设计的一部分,也是最后“制造室内灵魂”的一部分。室内环境是包含室内软

装陈设品在内的。区分开来讲,如果室内空间是整体,而软装陈设是局部,但这个“局部”是可移动的,可随主人意志而更换。软装陈设的作用在于装饰性、点缀性以及一定的功能性,是相对于建筑本身的硬结构空间提出来的,是建筑视觉空间的延伸和发展。它们的共同点为:解决室内空间形象设计、装修中的装饰问题;不同点为:关注的重点和研究的深度有所不同。软装陈设是要在室内设计的整体构思下,对艺术品、生活用品、收藏品、绿化等做进一步深入细致的设计,体现出文化层次,以获得增光添彩的艺术效果。



图 1-2



图 1-3



图 1-4



图 1-5

总之,室内软装陈设艺术设计与室内环境设计是一种相辅相成的枝叶与大树的关系,不可强制分开。只要存在室内设计的环境,就会有室内软装陈设艺术的内容;只要是属于室内软装陈设艺术设计的门类,必然是处在室内设计的环境中,只是要多关注与环境是否协调的问题。

四、目前软装陈设设计师主要的工作领域

- (1) 与硬装设计公司和建筑公司合作,为整体项目提供软装陈设设计和后期采购配套服务。
- (2) 与陈设用品生产企业合作,进行陈设艺术品的研发、生产、服务。
- (3) 与房地产开发企业、酒店管理企业等室内环境直接使用方合作,进行定期的陈设艺术服务和顾问工作。
- (4) 担任陈设卖场的特约顾问,为卖场提供整体空间的陈设展示服务。
- (5) 担任艺术行业、媒体行业的场景布置和环境设计的顾问工作。
- (6) 创造自己的软装品牌,为有需要的业主提供必要的服务。

五、软装设计师必须具备的条件

软装设计师需要学习和掌握的知识是全方位的,软装设计师应该具备的条件有以下几方面。

- (1) 全面的专业知识。必须掌握国际化的完整的建筑与室内设计的发展、室内陈设设计、施工技术与材料装饰、手绘快速表现技法、人体工程学、色彩与风格、采光与照明等。
- (2) 熟知软装搭配的多维应用技法。通过风格强化的设计特点,通过色彩表达空间情绪,通过灯光抒发艺术情感,通过花艺营造建筑空间内的生命气息。将这些各类元素进行多维的应用,构造出属于业主自己的心灵空间。
- (3) 强烈的责任感。软装可以让空间达到美好的效果,它需要一位专业的、有经验的、负责的配饰师对空间进行整体把握。首先,这需要对业主的喜好做到充分了解,从而提炼出符合业主要求与审美的空间布局搭配。
- (4) 要有深厚的美学基础及艺术修养。设计师必须懂得发现美、创造美,增进生活体验与时尚感,并提高自身的沟通能力。在实践中形成自己对客户的理解与分析。软装设计师要保持谦虚谨慎的特质,多听、多看、多感受,注重个人修养与专业的深造。
- (5) 了解市场的动态与发展趋势。软装设计师需要非常了解市场上家居类产品的材质、尺寸、形态、风格以及文化背景等,并且要对施工原理有一定认知,这样才有可能在丰富的产品素材中找到最适合自己的作品的配饰元素。
- (6) 具备一定的市场营销能力。软装设计不是纯粹的艺术,它要达到艺术与商业之间的平衡。软装设计师在当前的市场环境下必须具备一定的营销能力,还应多增进生活体验与时尚感,这样才能保证在设计作品质量的基础上实现收入的最大化,设计师及公司才有可能良性并健康地生存与发展。

第二节 软装市场发展现状及前景

一、国内市场发展动态

在日益提倡个性化与人性化设计的今天,人们自身价值的回归成为关注的焦点。要营造理想的环境,就必须处理好软装。从满足使用者的需求心理出发,不同的政治、文化背景,不同社会地位的人,都有着不同的消费需求,只有对不同的消费群做深入研究,才能创造出个性化的室内软装;只有把人放在首位、以人为本,才能使设计人性化。作为一名设计师,要结合室内环境的总体风格,充分利用不同装饰物所呈现出的不同性格特点和文化内涵,使单纯、枯燥、静态的室内空间变成丰富的、充满情趣的、动态的空间。

近几年,随着房地产交易的日益热化,软装设计消费的频率和消费量越来越大。而且随着时间的递增,

软装设计的花费会不断提升。设计不只是美化,还包括合理性、经济性、审美性、独创性、适应性,“轻装修、重装饰”是一种更为理性的家装消费观念,用软装设计打造个性生活成为一种健康的家装新时尚,这无疑给软装设计市场创造了许多商机。中国社会调查事务所在北京、天津、武汉、上海、广州五地所做的家居装修、装饰的专项问卷调查显示,中国公众家庭家居装修、装饰投资将逐步加大。现代人装修房屋越来越简单,更多的人准备将装修费省下来,用以购买能够让家充满个性和情趣的装饰品。

一方面,目前中国软装设计市场还处于发展状态,在家装中的比例并不高,一般用于酒店、KTV、高档会所、样板房的较多,有待开发的市场还比较大。另一方面,现在软装设计行业市场不成熟,市场还处于品种少、质量差、流通慢、价格高、无品牌、市场乱的发展阶段,特别是软装设计行业厂商的东西无法直接传达给消费者,我国大多数的软装设计行业目前还处于和产品销售“捆绑”在一起的阶段;国内的软装设计行业还处于摸索的状态,专门的软装设计公司也尚未形成规模化效应,原创设计匮乏,没有标准行业规范。据了解,在北京、上海等城市已经初步出现了按照建筑面积收费的专门的“软装设计师”,而在欧美、我国香港等地,“软装设计师”已经发展了很长时间。

软装设计是一个系统工程,包含采购、设计、物流、现场验工等。采购能力决定设计的实现能力,中国80%的软装供应商在广东,在软装采购上具有一定的优势。目前家装市场的情况体现在:软装是对美的追求,消费者的审美并不成熟,更多是被动接受或者跟风意识;其次,国内软装设计师缺乏,不利于行业的发展和成熟,很多设计公司的软装起步较晚。软装行业未来无论从企业重视、产业产值,还是从消费者的关注方面,都将会成为受热捧的行业。有实力的软装设计公司正朝着专业化、细分化、产业化、品牌化、产品一体化、服务深层化、创造价值化的目标努力,不断提升竞争力。因此,在生产、设计、流通、消费者引导等方面都还有很长的路要走。

二、国际市场发展动态

在国外,室内的软装发展较全面,各类装饰物通过有序或无序排列组合而呈现出来。“轻装修、重装饰”的理念在国外已有多年的历史,并被证实是科学、合理的家庭装修理念。国外装饰品支出占家庭支出比达到40%,甚至更多。软装设计的各种风格也有很多,从目前国际市场来看,软装的发展趋势将崇尚平和自然,面料产品的设计更趋于抽象、自然,富有民族性、地域文化性,或者朝着极简的个性化发展;面料质地将以麻纺、丝织等天然性织物为主应用,另外,不易褪色、防水、防火、防尘、防潮、易清洗的面料将在软装设计中得到更多的应用。布艺的图案与花色将原本规范化的图案重新解构,显得更加丰富,这是国际花色设计的趋势,见图1-6~图1-16。室内软装设计的主色调将更加趋于中性化,如米黄、浅灰、浅蓝、杏色、黑色等让人感到稳重、踏实的颜色,见图1-17~图1-22。



图 1-6



图 1-7



图 1-8



图 1-9



图 1-10



图 1-11



图 1-12



图 1-13



图 1-14



图 1-15



图 1-16



图 1-17



图 1-18