

“互联网+”背景下空间设计工作室的建设与发展探究

于倩

(辽东学院城市建设学院 辽宁 丹东 118003)

[摘要]随着生活水平的日益提高,人们对其居住环境的要求不再只满足于实用性,更要在实用性的基础上添加美观性和功能性。本文以现代新型室内装潢为切入点,针对3D立体空间设计的受众及其市场需求,介绍当前开设的DC室内3D空间设计工作室的运营实践成果。

[关键词]室内设计;专业实践;自主创业

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.05.078

1 DC室内3D空间设计工作室

“DC室内3D空间设计工作室”以室内Decoration (DC) 设计为核心,从居住、办公和活动等不同要求的室内环境入手,展开空间要素,色彩要素,光影要素,装饰要素,陈设要素,绿化要素等的设计,以工程预算为条件,调整约束工程施工方案,以施工管理为重心,保证施工质量与进度。所以项目的性质是一个提供包括装饰咨询、设计、预算与施工方案、施工过程管控的服务性机构。

2 工程管理与DC室内3D空间设计工作室

工程管理的专业构形是具有由工程技术知识及与国内、国际工程管理相关的管理、经济和法律等基础知识和专业知识组成的系统的、开放性的知识结构,接受工程师基本训练,同时具备较强的专业综合素质与能力、实践能力、创新能力,能够在国内外土木工程及其他工程领域进行工程决策和从事全过程工程管理与相关专业管理的高素质、复合型人才。

DC室内3D空间设计工作室给了工程管理这种复合型人才很好的实践机会。其工作内容与工程管理专业构形相近,而且体量与实际大型建设项目比较小,适合作为初入工程领域的大学生很好的体验工程项目全过程管理。

3 DC室内3D空间设计工作室的工作流程

3.1 沟通协调

沟通协调是设计参与人员与业主或使用人的想法、观念、态度的交流过程,是需求与供给的过程。沟通可以保持装修目标、方案、设计和具体实施状态的透明度。此过程是设计成功的重要因素。首先要了解到甲方的装潢目标;其次是业主的期望、习惯和价值观,既要了解甲方的所面临的压力,也要知晓甲方对项目关注的焦点。为下一步的实际操作打下坚实的基础,并标记重点。

3.2 实际操作

实际操作主要工作是:室内空间量尺、定位;供需信息交换;初步设计方案制定;设计方案调整;设计方案确定;施工图绘制(水路、电路、土建施工图);3D施工建模;设计方案3D效果图,室内装饰预算参考报价,现场施工管理与进度控制,装饰工程竣工验收。

一是记录客户信息,记录数据和计算机分析项目完成情况;然后对项目现场测量;绘制、客户信息记录,将产品设计,后期模型渲染、项目工程预算、计量计价分析等前期文件与业主进行沟通;最终确定施工方案设计和施工进度计划,并结合实际情况实施。

4 DC室内3D空间设计工作室的营销与收益

4.1 DC室内3D空间设计工作室的营销

工作室营销以宣传单、微信公众号、快手等网络信息平台的形式进行。由于工作室是为期一年的学生创业导师指导项目,资金和客户资源有限,没有成立公司的条件。但为吸纳资源和积攒经验,运营期间项目产品依托于合作企业或单位名下,保证项目内容的合法性和使用性。过程中没有融资,与“爱家家居设计”合作,其提供的软件技术和销售资源支持。

4.2 DC室内3D空间设计工作室的收益

项目本身没有融资和借款,也没有相应的经济风险。从工作室的内部收益率(税后)比较,工作室计算期内的收益率高于行业平均水平;项目投资财务净现值分析,项目计算期内税

前、税后的净现值都大于零,项目是盈利且可行的。

5 DC室内3D空间设计工作室的影响因素与发展远景

5.1 DC室内3D空间设计工作室的影响因素

(1)作为房地产的下游行业,装修行业的繁荣与房地产市场的发展息息相关。房地产开发投资的变化,直接影响到装修装饰行业订单数量。

(2)装修装饰全行业的主营业务收入水平保持着逐年增长的趋势,但毛利率却从2013年开始显著下滑,究其原因,主要是由于装修行业技术含量低、进入门槛较低,近年来行业内有许多新的进入者,加剧了市场竞争,同时下游房地产市场景气度下降,二者叠加导致建筑装饰行业毛利率下滑。虽然装修装饰行业市场体量庞大,但市场份额比较分散,集中度低,没有任何一家市场占有率很高的企业,呈现出“大行业,小企业”的特点。以A股装修装饰上市公司中业绩排名前20的企业总收入占行业市场规模的百分比来近似估计行业的市场集中度CR20,可以看出近几年市场集中度仅有4%左右,而且上升趋势缓慢,未来提升的空间还很大。

5.2 DC室内3D空间设计工作室的发展远景

(1)据全联房地产商会全装修行业分会估算,目前国内住宅交付仍以毛坯房为主,成品房占比不超过20%。与欧美、日本等大部分已实现土建与装饰一体化、标准化的发达国家相比,我国还有很大差距。

但是,如果考虑到房地产行业市场集中度的现状,将范围缩小到市场份额相对较大的前20名房企,我们可以发现,这些龙头房企的成品住宅交付比例非常高,其中万科甚至达到90%项目全部以全装修后的住宅成品形式交付给业主。在当前房地产行业的发展格局下,随着龙头房企的规模优势越发明显,未来成品住宅占有率将会进一步提升,这对以全装修为主业的建筑装饰企业来说是一个重大的发展机遇。

(2)未来,随着装修行业管理越来越精细化、规范化,并购整合力度的加大,市场上的企业数量将进一步减少,集中度将明显提高。

6 结语

总之,DC室内3D空间设计工作室是在“互联网+”大背景下,以我们学生的自身能力完成从项目规划、设计到施工管理的全过程,提高我们自身的能力和素质。同时,该工作室规模体量适中,工程管理过程齐全,技术经济指标分析、风险分析与财务分析的各项数据较好,抗风险能力强,市场前景广阔,经济效益和社会效益十分显著,值得推广。

参考文献

[1]胡红忠,朱琦.论现代住宅室内空间的经济化设计[J].2008,32-34.

[2]余渝娟,黄志玉,杨柳.工程管理专业工程能力培养体系探讨--以重庆科技学院为例[J].2013,(4)(05):169-171.

作者简介:

于倩,(2001.11),女,汉族,籍贯:辽宁大连,学历:本科在读,专业:工程管理。

基金项目:2021年大学生创新创业计划训练项目(D202103151230300081)