



当今，经济概念将成为室内设计概念中一个不可缺少的概念，更是一件好的室内设计作品重要组成部分。



室内设计是艺术、技术及各种要素的组合，其实现载体通过经济概念去实现，有经济上的意义。室内设计不同于绘画等艺术作品。纯艺术作品可以有自身独立的艺术成就，可以有一定的时间段不用面对其观众，具有时间上的延时性。室内设计作品则不然，室内设计营造环境带有即时性，其表现形式为服务，并带有实效性。进一步说，其具有商品等价交换的特性，与经济市场联系是紧密的。



现代室内设计置身于经济时代的大环境中，考虑经济概念将会更适应环境。在此环境中，如果设计师能经常跳出室内设计概念本身，从经济概念角度去看待物业和材料、业主和室内设计师之间关系，那么就不会钻入设计概念化的牛角尖，不至于变成好看不适用的视觉设计。一件好的室内设计作品不仅仅要寻求装饰上的美感，还要满足人的各方面的感觉，同时去解决这样那样因人不同而有的问题，而这种设计策化过程中暗含着经济概念。并且，室内设计者有没有看明连接它们的真正关系是经济概念，决定着室内设计作品的作为实用艺术的层次水平。设计师在筹划业主需求时，要避免因设计组合考虑不周全而使业主及有关的人或组织浪费资源。



经济因素变化影响人们对装饰概念的不断变化，是对人们需求内涵的理解更深。在改革开放初期，绝大部份人对装饰理解同现在相比真是天壤之别。而这 20 多年正是我们的物质生活也有了相当的提高的阶段，装饰成了一个家庭最关心的问题之一，从被动认识到主动理解（要求设计），从对材料的表面认识到深一层次的认识（环保要求），从边装修边修改到设计先行（策划需求），这都与经济进步分不开的。



有经济概念，是对设计师的更高要求也是现实所需。狭义上是如何为客户省钱，广义上是如何针对市场相关事项变化如经济不同时期使设计流派、流行趋势、材料变化、业主的收支水平、业主自身环境变化等因素变化时如何组织室内设计。这些都从经济概念上给设计师的设计理念上增加一定的思维载荷，在某种意义上讲，室内设计的概念本身有时是不能解决室内设计的自身问题，因为设计概念只是整个设计活动的一个部分，就现时市场经济而言整个室内设计是个大的要素整体，只完成局部是很难代表整体。

一个好的室内设计更应该是设计师的“理财”水平高低的经济素质体现。处理资金流向，资金投入掌握在设计师手中，在某种意义就象财务公司为客户理财，如何使客户资金增值。而室内设计师是这种角色的另一类，这种使资金使增值方式已转换形式。同样要设计师合理的运用业主的每份钱去营造室内空间环境，再用室内设计语言表现业主的身份地位，文化素质，满足业主需求及理想环境愿望。避免纯物质材料的组合或材料概念超过设计要素组合概念，从而体现出更高的精神需求，提高业主本身的有形和无形资产，使业主有超值的回报。设计为设计，设计为工程，都将不适应现市场经济社会环境下的室内设计的发展要求。离开经济概念的室内设计，生命力不但不强而且很难服务好业主，经济概念是当今室内设计作品生命力的重要元素。



知识经济时代的来临也将为室内设计师提供更高要求，更大的挑战，在这种情况下更要求设计师要常有一种“旁观者清”的状态去理解设计师自己，才能更好地理解业主。服务于广大业主时，提高室内设计作品品味。所以说一个好的室内设计师掌握好经济概念在室内设计中的度，必将能设计出更好的室内设计作品。