

业内时评：建筑效果图步入“冬季” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/615/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_9A\\_E5\\_86\\_85\\_E6\\_97\\_B6\\_E8\\_c57\\_615501.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/615/2021_2022__E4_B8_9A_E5_86_85_E6_97_B6_E8_c57_615501.htm) 最近一段时间以来，沪上一些效果图公司似乎随着季节步入冬季，其业务也步入了“冬季”，不少企业的业务量明显减少，竞争的压力在不断增大。在年初，沪上近百家大大小小的效果图公司，还纷纷看好这个行业，希冀由奥运、世博所带动的巨大的开发建设能使得这些企业的业务“水涨船高”，各公司的老总也感到比较乐观，觉得前途一片大好。短短一年不到，形势有了转变，虽然还说不上是多么大的变化，但似乎这个行业终于让人隐隐感到一丝危机了。是什么原因使得红红火火的行业突然降温？笔者走访了部分效果图公司的老总，得出的结论是：冰冻三尺，实非一日之寒。众所周知的原因，也是一直难以解决的问题是，效果图公司无节制增长的速度和数量。由于这个行业的低投入、高回报以及入行的极其少量的投资，今年一年，仅笔者所在的大楼附近就一连出现了多家效果图公司，且多为五、六人的小型公司。保守估计，今年上海增加的效果图公司至少超过30家，这些小公司的价格优势必然要分流掉许多业务量。设计院会在其价格的吸引下，将不是最重要的项目的效果图由这些公司来完成，以降低投标成本。其次，这个行业的竞争性还体现在手段的变化上。近年来，越来越多的效果图公司使用了业务员。由业务员到各个设计院与建筑师本人直接沟通，使得部分具有一定规模，先前依靠品牌做市场，但尚未使用业务员的效果图公司的业务受到一定程度的冲击。业务员的优势还在于，他不仅可以直

接找到业务，还可以了解设计院更多的信息，以便效果图公司在最早时间内进行下一个项目的业务公关。此外，一个不容忽视的事实是，设计院在一些重要的项目上不再象以前那样画许多张不同角度、不同时间或不同季节的效果图，而是倾向于使用更直观、更具有立体感的模型或者多媒体动画等方式，效果图有在这些重要项目中从“主角”退位而成“配角”的趋势，其优势在不断受到其它建筑表现形式的蚕食鲸吞。事实上，几个月前本报就会同设计院及建筑表现公司召开关于效果图需要创新的研讨会，可惜似乎并没有引起足够的注意，建筑效果图缺乏创新，千篇一律，大同小异也是设计院使其由“主角”变为“配角”的原因之一。然而，建筑效果图，就这样步入“冬季”了吗？也未必。其实，市场总是变化无穷的，能否不断调整策略，去适应市场变化的挑战，这才是最重要的。1 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)