

中国

CHINA
FURNITURE

中国家具（卷）2015 年第 1 辑

家具

关注设计 稳中求变

科隆家具展刷新多项数据

智能化家具及其设计原则与方法

极简主义风格在座类家具中的应用

由一则案例探讨家具企业的渠道管理



中国财经出版社



Contents

2015年第1辑



30

评论与综述

COMMENTARY & OVERVIEW

- 10 家具出口出现低增长
大中型企业发展良好
——中国家具协会第五届五次理事会 2014 年度
工作报告 (节选) 朱长岭
Abstracted work report delivered at the 5th
council meeting of the 5th conference 2014
of China National Furniture Association
(CNFA)

经营与管理

OPERATION & MANAGEMENT

- 14 家具企业中材料消耗定额管理初探 刘占国
Quota Management for material
consumption in furniture businesses
18 由一则案例探讨家具企业的渠道管理 赵艳丰
Explore channel management for furniture
businesses through one case study
22 卖场设计在品牌竞争中的重要作用 司永博
Design of shopping mall places an important
role in brand competition

家具与装饰

FURNITURE & FURNISHINGS

- 26 日式家具风格及其发展趋势研究 乔洋
Japanese furniture style and its
development trend study
30 极简主义风格在座类家具中的应用 刘源 谷岩 李莹
Application of simplicity style in sitting
furniture
35 软装陈设之家具作用与风格 王晓利
Function and style of upholstered set out
furniture
40 浅谈地毯在室内装饰中的应用 姜雨欣 闫宇
Application of carpet in interior decoration





Contents

设计与工艺

DESIGN & TECHNOLOGY

- 44 人体工程学的厨房空间设计初探 康晓宇
Ergonomic kitchen space design
- 48 整体橱柜的无障碍设计 张继娟 胡青梅
Obstacle-free design for integrated kitchen cabinet
- 52 便携式家具的形态与结构设计 曹花瑞
Format and structure design for portable furniture
- 56 智能化家具及其设计原则与方法 耿晓娜 黄金鑫
Intelligent furniture and its design principle & method
- 60 浅析废旧木质家具的可持续设计 孙娜蒙 石川
Sustainable design for furniture made by waste and used wood
- 62 定制家具设计的关键方法——模块化设计 王晓利
Modular design---key method for contract furniture design
- 66 居家办公家具情感化设计的研究 李莹 万辉
Research on the sentimental design for home office furniture
- 70 女性群体椅类家具造型设计研究 闫宇 姜雨欣
Modelling design study for chairs used by women
- 74 居家养老模式下的家具设计及案例分析 李正文 张砾丹
Furniture design and case study for the home- staying aged
- 78 宠物家具的设计初探 王梦蝶 陈改静
Pet furniture design
- 82 橡木——法国常见出口木材种类介绍 (I) 方忆箫
Introduction of categories of French common wood for export (I)

展览与市场

EXHIBITION & MARKET

- 86 传统技艺为手工制品重新树立价值——诠释 2015 巴黎家居春季展三大“制造”主题空间 《中国家具》
Annotate three “manufacture”- related subjects at Maison & Objet (spring show) 2015
- 90 关注设计 稳中求变 科隆家具展刷新多项数据 《中国家具》
imm 2015 breaks various records





Contents

- 96 移步换景 曲径通幽
中国设计理念感动西方世界——回眸科隆国际家具展“记忆弄巷” 《中国家具》
Impressions of Das Haus-Interiors on Stage at imm 2015
- 102 欧洲厨柜界正在经历一场变革 《中国家具》
Kitchen cabinet industry in Europe under transformation

企业与产品

ENTERPRISE & PRODUCT

- 106 开启世界家具之窗 领略产品文化风采
——2015 年科隆国际家具展展品一览 《中国家具》
Introduction of exhibits showcased at imm 2015
- 110 他们在这块热土上崛起
——庞村镇钢制家具产业转型升级纪实 关俊声
Transformation and upgrading of Pang Chun Township steel furniture industry
- 114 你的床还只能睡觉吗？——介绍嘉兴礼海智能化电动床系列 《中国家具》
Introduction of intelligent electric bed series launched by OKIN Refined Electric Technology Co.,Ltd.

- 116 动态与信息
MARKET & TRENDS



广告目录 LIST OF ADVERTIS

发布单位	页码	发布单位	页码
《中国家具》	封面反手拉页	美国阔叶木外销委员会 (AHEC)	7
Jiagle.com 家店装休	封二	浙江温州联通家具配件有限公司	9
法国力克 Lectra 公司	1	2015 年科隆家具生产与室内装饰展览会 (interzum)	117
2015 年第二十一届中国国际家具展览会	3	2015 年第二十一届中国国际家具生产设备及原辅材料展	封三
2015 年第十六届成都国际家具展	5	览会 (FMC)	
		鸿昌涂料实业有限公司	封底



中国家具

CHINA
FURNITURE

《中国市场经济信息库》系列丛书

主编：彭森 贾杰

编委办主任：戴鹰

《中国家具（卷）》编辑委员会

主编单位 中国家具协会
上海博华国际展览有限公司

主任委员：朱长岭

副主任委员：王明亮

委员：刘金良 张冰冰 陈宝光 蒋鸿源 王克 牛广霞 侯克鹏
于秀苏 徐关荣 李玉林 李凤婕 池秋燕 白红 赵国奇
张萍 冯建华 王苏敏 沈洁梅 吴财锋 邓双环 田建华
谢文桥 黄伏良 龚莉 陈豫黔 席辉

主编：陈宝光

执行主编：陈琪

责任编辑：金语

校对：王威

英文编辑：王肇藩

美术编辑：王骏 黄佳丽 周悦 周扬

特邀编辑：钟蓓红 袁林 池敏华 董晓瑜

投稿信箱：chen.qi@ubmsinoexpo.com

广告与发行

营销总监：高海燕

广告、发行部：杨鸿明

广告投放热线：86-21-64371178*2068



封面介绍：为期7天的科隆国际家具展（imm）和科隆国际厨房展（livingkitchen）于2015年1月25日落下帷幕，展后报告显示：今年的展会吸引了来自138个国家和地区的14.6万名观众到访，其中包括来自境内外外的10.2万名专业观众，这一数据打破了科隆国际家具展2013年曾创下的9.9万名专业观众人数的记录。

编辑：《中国家具》编辑部

地址：上海市襄阳南路218号 现代大厦7楼

电话：86-21-64371178

传真：86-21-64370982

北京办事处：86-10-87766833

广州办事处：86-20-86679383

海外代理：

美国 cecilia.wu@ubm.com

意大利 seint@seint.com

英国 davidl@lansdowne-media.co.uk

西班牙 eduardo.teixeira@prored.es

土耳其 genc@messe-muenchen.com.tr

韩国 hogun.cha@ubm.com

新加坡 davew.sg@gmail.com

印度尼西亚 promexco@centrin.net.id

马来西亚 davew.my@gmail.com

菲律宾 paloma@eccp.com

泰国 ramol.u@ubm.com

越南 ubmsinoexpovietnam@itec.com.vn

南美 comercial@conceitobrazil.com.br

中东 m.e.marketingservices@gmail.com

澳洲 gfcock@tpg.com.au

出版：中国财政经济出版社

<http://www.cfeph.com>

地址：北京海淀区阜成路甲28号

邮编：100142

印刷：上海美雅延中印刷有限公司

210 x 266毫米 16开 2.75印张 150千字

2013年10月第1版 2013年第1次印刷

广告经营许可证：3102292040892

书号：45095-0270

定价：25.00元



国际家具出版物联盟成员

- 保留所有版权，未经出版人书面认可，一概不得转载部分或全部内容。
- 法律顾问：上海申达律师事务所 蔡志龙律师 贾来律师
咨询电话：86-021-58369977



2014 年 12 月 4 日，中国家具行业年会暨中国家具协会第五届五次理事会在北京人民大会堂隆重召开，中国轻工业联合会会长步正发、民政部民间组织管理局副巡视员赵泳、国资委行业协会联系办公室副主任张涛、中国家具协会理事长朱长岭、副理事长刘金良、副理事长兼秘书长张冰冰、副理事长陈宝光等领导，以及来自全国各地的地方家具协会、会员企业、媒体记者 600 余人出席了大会。

家具出口出现低增长 大中型企业发展良好

——中国家具协会第五届五次理事会
2014年度工作报告（节选）

Abstracted work report delivered at the 5th council
meeting of the 5th conference 2014 of China
National Furniture Association (CNFA)

■ 文 朱长岭



2014 年，党中央国务院坚持稳中求进的工作总基调，坚持统筹稳增长、调结构、促改革，坚持宏观政策要稳、微观政策要活、社会政策要托底的有机统一，创新调控思路和调控方式，保持经济社会发展稳中有进、稳中向好，实现了良好开局。

中国家具行业认真贯彻中央精神，扎实开展工作，取得了较好的成绩。当前家具行业进入结构优化调整的变革时期，一批骨干企业依靠先进生产技术，引领行业加快升级发展，多元化拓展国内外市场，使行业保持了平稳较快发展态势，为国民经济发展做出了重要贡献。

一、2014 年我国家具行业的基本情况

我家具行业经过改革开放 30 多年发展，已经成为消费品领域的大行业，全口径统计，产值达到 1.2 万亿元，已成为家具生产大国，家具出口大国，家具消费大国，得到了世界家具行业广泛关注。

1、家具行业转型升级调整结构

2014 年，我国正处在经济增长换挡期、结构调整阵痛期以及前期政策消化期，家具业的发展步伐与全国经济形势一致，也将从高速发展向中低速发展转变。

家具行业的产业结构调整继续进行，2014 年，整个行业经历了重大考验，出口由上半年下降到基本持平，国内销售增长缓慢，产业结构调整加快，环保要求提高，税制改革继续，经济下行压力加大，房地产市场不景气等压力，经过全行业努力，克服困难取得了较好的效果。

2、全行业技术水平快速提升

目前，中国家具行业整体技术水平已经得到快速提升，业内知名企业已掌握了全球最先进的生产技术和工艺，产品基本满足了市场的需求，并在国际上具有一定的影响力。通过家具出口要求提高以及国内市场消费需求不断的提升，促进了家具企业设备技术的大幅度提高。

3、大中型家具企业发展情况较好

我国大型家具企业发展趋势较好，规模以上家具企业的数量也在不断增多。全国规模以上家具企业 4933 家，2014 年实现主营业务收入 7187.35 亿元，同比增长 10.86%（以上数据根据官方发布的最新资料更新），规模以上企业平均收入继续增长。大企业在行业中的领军作用增强；中型企业的呈现增长趋势，在优化企业结构、提高产业集中度中发挥了重要的作用。

年份	产值（亿人民币）	年增长率（%）
2010 年	4487.65	32.43
2011 年	5195.64	25.28
2012 年	5599.82	17.02
2013 年	6462.75	15.4
2014 年	7187.35	10.86

注：规模以上家具企业是指年主营业务收入在2000万元及以上的企业。

4、企业盈利水平在提高

从盈利能力上看，2014 年规模以上企业累计利润 369.25 亿元，同比增长 16.28%，而累计产量 77785.85 万件，增幅仅为 3.1%（以上数据根据官方发布的最新资料更新），利润增幅高于产量增幅，说明在产量稳定的情况下，产品附加值在提高，企业效益有所提升，盈利能力得到提高。2013 年，家具行业规模以上企业平均劳动生产率同比增幅超过 5%，而就业人数出现负增长，这种情况对反映家具行业经济增长方式发生了质的转变，全行业整体进入了依靠提高劳动生产率实现增长的时代。

5、定制家具快速发展

目前，定制化家具可以满足消费者个性化要求，近年来大型定制家具生产企业发展迅速。全屋家具定制，发展到厨房、衣柜、木门等多品类家具定制，家居配套服务等定制企业发展迅速。这些企业引入了大规模定制化生产设备，将信息技术应用于生产制造，缩短了产品生产周期，将现代科技与传统制造业充分结合，成为家具企业转型升级的样板。更多企业在尝试定制家具服务。

6、家具出口出现低增长

2014 年上半年家具出口呈现负增长，比上年同期下降 5.8%。全年家具行业累计出口 534.16 亿美元，同比增长 0.61%（以上数据根据官方发布的最新资料更新），出现了降低和基本持平。2015 年我国家具出口形势十分严峻，在当前国内经济下降压力较大，国际形势复杂多变、贸易壁垒频出的情况下，一部分出口企业对出口利润的增长前景并不看好，转内销的现象不断增多，我国家具出口形势不容乐观，需要引起大家的重视。

年份	出口（亿美元）	出口额增幅（%）
2010 年	337.23	29.95
2011 年	388.82	15.31
2012 年	499.6	28.52
2013 年	531	6.3
2014 年	534.16	0.61

7、家具卖场建设快速发展

家居卖场发展速度加快，现有的连锁卖场持续开店，各地招商引资建设卖场也很多，造成家具卖场数量和营业面积快速增长。家居卖场的提升和扩张，为品牌企业走向全国市场提供了条件，一定程度上规范了家居卖场，但是，企业反映家具卖场单位面积销售额在下降，卖场顾客流量下降，市场竞争更加激烈。

8、家具电子商务发展迅速

我家具行业电子商务逐渐兴起，近年来销售出现快速增长。根据中国行业咨询网研究数据，2015 年中国家居行业的电子商务规模预计将达 2050 亿元。一些大型企业及大型卖场开始采用电商销售模式，力求在消费观念逐渐变化的消费市场上占取先机。部分卖场及企业与天猫、京东商城等平台合作，开始了线上与线



下相结合的销售模式探索电子商务。一些专业从事家具电子商务销售的公司发展快速，受到了消费者的认可，将线上销售与线下体验充分结合，为家具销售提供了新的渠道。

9、家具展会升级服务行业

我国家具展会的展出质量和国际影响力都有很大提升。其中以每年3月的广州家具展和9月的上海家具展为龙头，全国各地的家具展览会也在各单位努力下积极组织，为家具企业交流、订货、展示提供服务。

家具展会的配套服务和相关活动逐步提升，展会举办高峰论坛活动，探讨行业发展方向，分享企业成功的经验；展会的各项设计评比赛事，促进了家具行业原创设计水平的提升；展会业务拓展促进了全球家具行业的交流，家具展会成为国际技术交流和行业协会对接的重要平台；家具展览会极大地促进了行业的发展。

10、新的环保法规促进家具企业技术改进

当前，国家日益重视环境保护工作，新的环境保护法即将实施，家具企业为了适应新的环保要求，对生产设备进行改造升级，改进生产工艺和技术，研究开发使用新材料。家具企业家具制造过程中，不断使用新设备，改进生产工艺，通过使用低污染、低能耗的材料，减少对大气的污染。如今已有多样解决方案，通过机械喷涂代替人工生产，降低工人在制造过程中对健康带来的影响；使用水性涂料、粉末涂料替代高污染涂料，降低有害物质的排放，保护环境和人类健康。同时促进行业的技术进步。

总之，2014年我国家具行业在国家深化改革的进程中，不断地壮大成长，成为服务民生重要行业。行业发展任重道远，仍然需要全行业努力，在新的一年里争取更大成绩。





欧洲厨柜界正在经历一场变革

Kitchen cabinet industry in Europe
under transformation

■ 文 《中国家具》



德国是世界最大的厨房家具生产国，也是世界主要的厨房家具消耗国。有关资料显示，意大利是欧洲厨房家具生产和消耗的第二大国，但产量和消耗量都只有德国 55%。德国厨房家具的产量占欧洲总产量的 36%，消耗量占欧洲总消耗量的 34%，应该说德国是最擅长生产厨房家具的国家。另据德国现代厨房设备协会（AMK）的一项研究报告表明，德国一般厨房的年龄为 12.7 岁，而且厨房面积变得越来越大，一般厨房平均为 13.3 平方米，可住人的开放式厨房为此做出了很大的贡献。



展览与市场 EXHIBITION & MARKET

传统的厨柜生产将产生更多变化，将来的厨柜将成为一个起居室、一个卧室，厨柜设计方向将以此为基础，这种变革是为了适应欧洲社会变化（如人口的负增长，家庭人员规模减少等）所做出的。

在欧洲越来越多男士“走进”厨房，从事更多的厨房活动（这种现象的实质是两人或三人的小家庭通常在外就餐，偶尔在家做饭只是一种兴趣）。如此一来，注重技术及高科技的男士们就自然而然地把这类知识结合到厨柜领域里面，如厨房可以作为一个工作室，把书桌、电脑等搬进厨房。

传统的厨柜设计是模块式设计，但新的发展趋势是一种平面式的战略。目前，在欧洲较新的厨柜的面板是平面式的。平面式的厨柜设计战略发展思想，使得厨柜一方面具备厨房的功能，另一方面具备一个起居室的功能（甚至具备一个卧室功能）。这种平面式的发展思路来自汽车工业，在汽车工业领域很早就运用了这种模式。目前推广到家具行业，该设计思路不但可以用于厨房，还可以用于起居室。如今，家用电器如冰箱、微波炉等，已经不再流行内嵌于厨柜柜体里面，而是作为单独部件在外面，这也是发展的趋势。

传统厨柜设计以统一型号、统一尺寸为主，但未来的发展趋势则是更加关注客户的个性化，只有这样才能使企业获得竞争优势。因此，必须开发出多种多样不同型号的柜体，根据客户个性化需求拼装出最终效果。而只要设计合理，材料的标准化是可以使柜体更加多元化。在德国，一套完整的柜体设计方案，最少需要5年的开发时间。

电脑作为设计工具，在欧洲已经被广泛使用。同时，客户可以通过电脑的模拟看到将来厨柜的最终效果。店面的厨柜设计信息，可以直接提交给工厂的各个相关部门进行操作及加工。

在欧洲，人们收入的15%用于医疗费用的支出。这些疾病很大程度由平常工作、生活中的不正确姿势引起。这要求欧洲厨柜设计必须替客户在该方面（人体生理学）考虑周全。

设计不合理的家具对人体损害非常大，经常使用电脑的人有30%患上了职业病。因此，厨柜的认同生理学设计就成为了重点。人的身高从1.5米到1.9米，



厨柜的工作区，就必须根据使用者身高合理确定高度。欧洲的厨柜店面，在销售过程中询问客户的身高已经成为了习惯。然后向客户推荐一个经科学计算的合适的工作台高度。如客户高度为1.7米，科学的工作台高度应该是95cm。每个客户都是不同的，都要为他们进行个性化设计。

德国厨柜的未来发展趋势是生产能力必须适应个性化定制，加工、库存、发货的传统厨柜生产方式将被逐渐淘汰。一些大公司其生产体系已发生巨大的变化，将来的厨柜生产将针对每个不同的客户进行实施。每个厨柜的每块板都经过流水线独立完成，每个车间将加工某一部分，然后组合成为极具个性化的厨柜，而非批量化生产的厨柜。

据了解，2013年德国厨房设备工业总销售额为100.4亿欧元（2012年为99.9亿欧元），因此近年来首次突破了100亿欧元大关。其中厨房家具行业销售额为42亿欧元，出口15亿欧元，增幅达35%，主要市场是欧盟邻国的法国、荷兰、比利时、瑞士和英国，有大约9000万欧元销往俄罗斯和中国，目前正在成长的活跃市场有瑞典（增长64.5%）、美国（增长22.2%）、丹麦（增长24.7%）和中国台湾（增长27.7%）。每天，德国厨房家具制造商及时、有效地将平均2500份订单的货物运往世界各地，与全球销售终端市场保持着长期而紧密的合作关系。

（本文引用科隆市郊外的德国橱柜家具企业Küchen-Loft和Küchen Schallenberg卖场，实景拍摄。）





开启世界家具之窗 领略产品文化风采

——2015年科隆国际家具展展品一览
Introduction of exhibits showcased at imm 2015

■ 文 《中国家具》 ■ 摄影 imm





E 展览与市场 EXHIBITION & MARKET





他们在这块热土上崛起

——庞村镇钢制家具产业转型升级纪实

Transformation and upgrading of Pang Chun
Township steel furniture industry

■ 文 关俊声



12月4日，在北京人民大会堂举行的“2014年中国家具产业工作集群会议”上河南洛阳市伊滨区庞村镇荣获“中国钢制家具产业基地”称号，中国家协与庞村镇签署了共建“中国钢制家具产业基地”协议。据了解，庞村镇是“中国百佳产业集群名镇”、“河南省百强乡镇”和“河南省发展民营经济先进乡镇”，现有生产企业和原材料供应、锁具、包装等配套企业共318家，从业人员达4万余人。拥有1个中国名牌（花都）、3个中国驰名商标（花都、莱特、星高）、3个河南省名牌和18个河南省著名商标，拥有100余项国家发明、外观设计和实用新型专利。产品包括办公家具、民用家具、文件柜、保险柜、金融设备、图书设备、校用设备、防盗防火门及军用床柜等九大类1000多个品种，遍布全国的销售网点6800余个，销售份额占全国专业市场的50%以上，办公家具占全国同类产品市场的80%以上，产品出口中东、欧美、非洲、澳大利亚等50多个国家和地区。

高峰论坛掀起钢制家具旋风

庞村钢制家具产业起步于上世纪80年代，历经30余年发展。同时，业内人士也清醒的看到，庞村的钢制家具产业发展到今日，也存在诸多亟待解决的问题。如产品质量底、创新意识不强、设备落后、管理滞后、恶性竞争、经营场地狭小等问题，已迫切需要重新认识和探讨新的发展思路，以适应国际国内市场的需要。庞村镇党委政府对此深感忧虑，高起点、高效率、高质量发展该产业成为班子成员的共识。党委书记熊红万亲自走访中国家协、河南省家协的领导与专家，萌发了召开一个钢制产业发展高峰论坛，探讨产业发展新思路，请专家学者和有实践经验的业内人士来庞村把脉问诊。高峰论坛那一天，中国家协、河南省家协、国内钢制家具产业的龙头企业，以及中国台湾地区、日本、新加坡、深圳家具研究院、国内开设家具设计制造专业的高等院校等专家齐聚一堂，各抒高见，表现出对庞村钢制家具产业的极大关注和热情，庞村钢制家具生产企业的300多名企业家坐在家门口聆听了专家们透彻的分析。广东顺德职业学院刘晓红教授的演讲深入浅出，家具定制的观念让大家找到了产品发展的方向；



日本专家带来的生产工艺演示专题片，让大家看到了精细化操作的样板；来自中国台湾的专家分析了国际钢制家具市场的前景，让与会者看到了钢制家具巨大的发展空间；深圳家具研究院的许柏鸣院长畅谈了产业规划的设想；中国家协的领导与专家对全国钢制家具市场状况作了简明透彻的分析。

庞村钢制家具高峰论坛的召开，在全国钢制家具产业基地掀起了“钢铁旋风”，江西樟树、河北霸州等一些钢制家具的主产区紧跟其后，以多种形式探讨钢制家具的发展思路，大家互相邀请，互相观摩，使生产企业受益不浅。中国家具协会通过考察，命名庞村为“中国钢制家具产业基地”，还破格将庞村镇政





E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT



府吸收为中国国家协常务理事单位，并表示要在 2015 年在上海举办的“中国国际家具展”上开辟钢制家具特别展馆，真正掀起钢制家具旋风，让无污染、可二次回收利用的钢制家具占领更大的市场，让更多的消费者了解和使用钢制家具。

成立家具协会搭建企业互动大舞台

庞大的钢制家具产业迫切需要有自己的协会，这是庞村广大企业的心声。镇党委书记熊红万在广泛听取企业意见的基础上，很快筹备成立了“洛阳钢制家具协会”，原河南省人大代表、钢制家具产业发源地和主要聚集区西庞村支部书记张聚芳不负众望出任协会理事长。熊红万书记对协会的发展倾注了大量心血，经常听取协会工作安排，帮助协会解决成立初期所遇到的种种困难，促进协会健康发展。不到一年时间，协会在银企合作、企业交流、对外联络、上通下达等方面发挥了重要作用，帮助企业贷款融资，组织参加观摩活动，企业对协会经常组织的观摩活动评价最高。江西樟树也是全国钢制家具生产基地，虽然起步晚于庞村，但其规模企业已超过了庞村。协会组织企业到樟树参观，使大家看到了差距，产生了赶超的动力。现如今，企业在新产品开发上潜心钻研，你追我赶，出现了前所未有的好局面，有效地带动了产业升级。例如，环宇柜业随着生产规模不断扩大，厂房还是 20 年前所建，已经没有发展的空间。他们把目光投向购买新设备上，率先在庞村引进了第一台机器人，大大节约了空间和人力，过去 8 个工人完成的作业，现在只需要两个人就可以了。花都集团的周克俭把自己 20 年前亲手制作的旧机器摆放在新装修的展厅里，他抚摸着目前最先进的数控装备，动情的说：“这就是我们花都不断创新的见证”。先导公司在钢制家具进家庭的产品开发中始终处于领先地位，过去担心别人跟着复制，现在通过观摩学习，先导公司进一步把注意力放在不断推出新产品上，公司老总朱建栓说：“观摩对我们也是促进，让我们每天都在创新”。他的“观念新，铁变金；观念旧，金生锈”已成为不少企业老板的口头禅，创新成为了庞村 2014 年的热词，协会设立的新产品创新奖发挥了巨大的引导作用。在 2014 年协会召开的年会上，以生产保险柜为主打产品的

豪鹏公司，领到了公司成立以来的第一块奖牌——新产品创新奖，公司老总抱着奖牌和中层领导一起流下了激动的眼泪。科菲亚公司的老板是个 30 多岁的年轻人，具有很强的创新意识，他第一个改变产品仓储式陈列，运用声光电的美感手段把产品当作工艺品来陈列，还在展厅里搞了庞村第一个钢制家具体验馆。协会务实的工作作风不仅为当地企业带来了实惠，还吸引了庞村周边的企业申请加入协会。

家具研究院提升产业核心竞争力

如何促进庞村的钢制家具产业升级，也是镇党委政府考虑最多的问题。产业如何升级？靠什么升级？升级最缺的是什么？在与企业界的广泛交流中，熊红万了解到，当前困扰产业升级的核心问题是产品质量的提升和创新。多数企业，包括龙头企业，对于产品研发投入不够，基本上没有像样的研发队伍，小企业主要以模仿龙头企业产品为主。在专家的建议下，镇党委政府决定在庞村成立一个钢制家具研发机构，不仅能研发设计新产品，还要有研究庞村整个钢制家具产业如何发展的能力，能为企业做高端营销设计，应该能体现钢制家具产业的核心竞争力。在中国家协的帮助下，熊红万多次到广州洽谈，终于感动了全国家具领域的知名教授刘晓红女士挂帅成立家具研究院。刘教授将自己最优秀的学生派到庞村，年轻的设计师们不负众望，克服种种困难，一边筹备，一边到企业调研，不到两个月，十几件新产品设计稿脱颖而出。新的设计在外观和实用性上均有较大突破，接单的企业老总十分满意，信心百倍，决心在 2015 年的广交会上隆重亮相。熊红万和研究院的专家亲自探讨、制定了研究院的工作思路，依靠设计提升产品核心竞争力；依靠策划改变企业命运；依靠规划明晰产业发展方向；依靠整合不断壮大产业整体实力。如今，研究院的各项工作正在顺利进行，将目标定位于引领庞村钢制家具走向国际名牌展会。

树立产业发展的企业新标杆

庞村的钢制家具产业在上世纪 90 年代后迅猛发展，其中一条重要的经验就是骨干企业发挥了不可替代的领头作用。莱特、花都、花城、龙立、九都、安顺

等一批企业始终走在产业发展的前列，成为中小企业发展的标杆，不少企业就是靠“人家咋干，咱咋干！”求生存的。洛偃快速通道通车后，庞村的交通更加便利，为钢制家具产业的发展奠定了更好的发展基础。镇党委镇政府顺应产业发展需求，沿洛偃快速通道新建了产业聚集区。这是庞村钢制家具产业发展史上的第二个产业园区，也是又一次新的飞跃。镇党委镇政府对入住聚集区的企业严格把关，入住后精心规划，对生产能力、新设备引进、工序合理化、厂容厂貌都做了合理布局，甚至对迎接外宾来洽谈业务的场所、展厅都提出了明确具体的要求。莱特集团是庞村最早的铁箱厂，30 多年来一直是产业的领头羊，入住产业聚集区后，厂容厂貌发生了巨变，他们不断更新设备、生产工艺水平大大提高，新增加的数控激光设备，省去了制作磨具的时间，新的产品研制生产时间缩短了 3 个多月，外贸出口订单大幅度增长。中国家协和前来参观考察的企业反映，每隔一段时间到莱特，总会有面貌一新的感觉。如今，占地面积 600 亩的产业聚集区已基本建成，聚集区面貌一新，生机勃勃，入住的企业再一次成为中小企业发展的新标杆。

谋求产业长远发展

制定一个科学的长远发展规划，确保钢制家具产业阶梯式健康发展，不论从整体规模还是产业园区、产品质量、产品创新、出口规模，都要是全国一流的。经过深思熟虑，庞村钢制家具产业就今后的发展明确了几件大事：首先是集中人力、物力、财力，建设好产业聚集区，争取上级更多的政策支持，在近几年内将现有的产业园区扩大到 5000 亩，入住骨干企业达到 30 家；其次要在科技、装备、管理、产品上创新，真正发挥核心竞争力的作用，将产业园区建成集生产、研发、物流、销售、产品展示于一体的多功能工业园区；其三在扶持龙头企业上创新，通过扶持壮大龙头企业，提高龙头企业新产品研发、开发能力，使其更大限度的发挥引领众多小企业的示范作用；其四发挥钢制家具研究院的作用，加快新产品开发步伐，在钢制家具功能创新上与国际先进的设计机构合作与比肩；其五在物流及电商经营上创新，真正做到与先进的物流模式和电商模式接轨。





你的床还只能睡觉吗？

——介绍嘉兴礼海智能化电动床系列

Introduction of intelligent electric bed series launched by
OKIN Refined Electric Technology Co.,Ltd.

文 《中国家具》



“Ergomotion”是美国最早一批设计并制造电动床的品牌，将个性化的流行元素融入到纯熟的技艺中，使每一张智能电动床都严格遵循人体工程学原理设计，最大限度的关照到人体的每一个部位的需求。

据了解，2007年，大多数美国的电动床还只是使用高压交流电机，操作系统也只是简单的床头板和脚步的调节，Ergomotion智能电动床也不例外。一次偶然的机会，嘉兴礼海的创始人唐国海先生认识了美国Ergomotion智能电动床品牌的创始人，言谈之下一拍即合，两人决定共同打造节能、环保、安全、智能的电动床，从此开启了新的里程碑。

JLDQ.12 驱动器成为礼海的明星产品

目前嘉兴礼海的产品主要应用在家居和医疗领域，旗下拥有OKIN REFINED 和 DEWERT 品牌。与同类产品相比，礼海产品的优势体现在诸多方面：第一，OKIN 源于

德国，在全球家居行业中已具备很高的知名度，在业界也有很高的口碑；第二，礼海拥有国际一流的生产设备和全球统一的质量标准，出厂前，产品均经专业人员按国际认证的标准进行严格的测试和检验；第三，作为一家跨国公司，礼海在全球主要的地区都有售后服务点，给客户强大的售后保障；第四，礼海拥有一支高素质，经验丰富的科研团队，并且公司每年都投入大量经费用于产品的研发。

创新是一个企业的生存之本。礼海电气目前的主要业务为线性驱动器，于2013成功开发了JLDQ.12驱动器和医疗板块的JLDQ.15 (Etadrive) 驱动器，丰富了产品类别，满足了高中低端市场的不同需求。这两款驱动器在原有驱动器的基础上进行了结构的优化，工艺的改进和安装方式的更改，提高了产品的质量，同时也降低了成本，为客户创造了更多的价值。2014年，JLDQ.12驱动器成为礼海的明星产品。面对市场的多样需求，礼海电气积极开发，引进了超声波焊接器等先进设备，完成了蓝牙智能手机控制系统等新项目。同时，立足家具智能电气化的发展战略，公司积极加大了智能办公和家具智能化项目的开发投入。

新一代蓝牙 4.0 控制系统

如今，线性驱动器系统已广泛应用于电动沙发、电动床等家具上，另外在医院的护理床、牙科椅等电动坐、卧装置，因其方便操作，功能多样化而广受欢迎。蓝牙无线技术是当今市场上支持范围最广泛、功能最丰富且安全的无线标准。目前大多数用户都在使用具有蓝牙通信功能的移动终端，比如手机、pad等设备。在嘉兴礼海为Ergomotion智能电动床上安装的新一代蓝牙4.0无线控制系统，正是利用安装有定制APP的移动终端通过蓝牙通信来实现对线性驱动器的控制，并可自由切换目标线性控制器系统，由于大多数使用智能床的用户已经熟悉了操作方式，使用这套蓝牙4.0无线控制系统替代传统的带线手控板，可以为用户提供更好的操控体验，同时带来非常大的方便性。



礼海新研发的蓝牙4.0无线控制系统适用于电动沙发和电动床，首次推出就应用在了Ergomotion智能电动床上，其采用了蓝牙4.0技术，使电动床功耗更低，辐射更小，速度更快；并且采用手机控制，支持安卓、苹果系统双版本，界面美观大方，全面支持设计定制和存储多个记忆位置，其最大的亮点在于支持灯光控制，按摩控制，床控系统控制等多种功能。

智能床控制系统的亮点

衡量一款好床的标准不是你能够去适应它，而是它能够来适应你，智能床就是一位能够随你的睡眠习惯而调节改变的好伙伴。嘉兴礼海电气为Ergomotion智能电动床上安装的智能床控制系统，拥有流线型的外观，时尚新颖，蓝色LED背光，具有夜间轻松的使用体验。世界ISM频段2.4GHz，全球通用。其中金属USB充电开关拥有华丽的外观，实用的USB充电功能，体现出礼海电气产品设计的人性化，多功能充电面板的笔记本充电功能又是礼海新产品的一大亮点，以及触摸式可调阅读灯更能方便客户读书看报。



运用于Ergomotion品牌电动按摩床的控制器待机电流小于5uA，使得待机时间更长，可控制两台驱动器，4台振动马达，预设的阅读、斜躺、零压力三种位置非常人性化，还可将单人床合成双人床同步控制。同时采用无线换频技术，也能实现一个控制器单独或同步控制左右床的功能。



智能家居目前在中国的普及率不是很高，随着国人收入水平和生活质量的提高，毫无疑问，在未来5-10年的时间里，智能家居将在中国出现大幅增长。目前，整个家居行业在进行产业的转型升级，礼海电气依托自己驱动器市场领导者的优势，将在发展传统优势的基础上，敢于尝试，勇于创新，走多元化发展道路，继续向智能家居领域发展。



M 动态与信息 ARKET & TRENDS



第四届中国家具产业集群工作会议在京召开

12月4日,第四届中国家具产业集群工作会议在北京饭店多功能厅召开,中国家具协会理事长朱长岭、副理事长刘金良、副理事长兼秘书长张冰冰、副理事长陈宝光出席了会议。朱长岭理事长主持会议。

会上,陈宝光副理事长做了2014中国家具产业集群发展报告。报告指出,当前中国经济结构正发生重大变化,加快推进家具行业的调整刻不容缓。“新常态”将对我国家具行业的发展产生重要影响,也对产业集群的走势产生影响。自2002年中国轻工业联合会颁布《关于授予中国轻工业行业特色区域荣誉称号的行业规范》之后,中国家具协会根据中国轻工业联合会《规范》的要求,在2003年1月制定了《授予中国家具行业特色区域荣誉称号的办法》,开始培育和推进特色区域的工作,并在2011年对《授予中国家具行业特色区域荣誉称号的行业办法》进行了修订,还针对全国家具工业园出台了《中国家具新兴产业园区的管理办法》。截至目前,我国家具产业集群共计37个,其中,特色区域32个,新兴产业园区5个。这37个产业集群分别分布在我国12个省份中。其中,广东省占7个,浙江省6个,江苏省4个,是产业集群分布较多的地区。山东、河北也很突出。江西、云南、湖北、河南是后起之秀。改革开放以来,各地家具产业集群完成了中国老百姓美化生活建设小康社会百分之七十以上的任务,成为中国家具行业的主要区域承载地,同时也支撑了中国家具出口的重头份额。报告同时指出,为了将中国家具产业集群建设的更好,必须站得高望得远,未雨绸缪,立足未来。从产品质量上着手,从产品创新上抓起,做好行业、产业和企业的调整工作。会议期间,中国家具协会还宣读了一些有关决定,并为一些新当选的特色产业集群地授牌,与之签订共建协议。

中国家具协会理事长朱长岭总结发言,他表示,此次产业集群工作会总结了一年来自家具产业集群工作的经验,其中3个产业集群介绍了当地产业发展经验,可以看到当地政府对家具产业发展的重视程度,这些经验值得大家学习。下一步,希望各地协会和产业集群配合做好数据统计工作,把全国产业集群的企业数量,产品类别与数量、服务机构数量、产值、利税、人均生产率等情况摸清,互相交流并向国家有关部门汇报情况。同时,协会还要了解各地发展诉求,以便做好政府与企业 and 行业间的桥梁和纽带作用。

“大岭山杯”金斧奖中国家具设计大赛复赛入围

2月3日,2014—2015“大岭山杯”金斧奖中国家具设计大赛参赛作品初评会在广东省东莞市大岭山镇圆满落幕。本届大赛由中国家具协会和大岭山镇人民政府联合主办,组委会办公室同时设在中国家具协会和大岭山镇人民政府。中国家具协会副理事长陈宝光、大岭山镇人民政府副镇长蔡容稳、金斧奖专家评委以及各大专院校家具设计机构、家具企业和国内知名媒体共30多人出席了本次评选活动。

据了解,两年一届的“金斧奖”是中国家具设计界的最高规格赛事,旨在为中国家具设计师及在校学生提供一个展示家具设计创新理念的专业平台。本届大赛是金斧奖大赛创立以来的第六届赛事,大赛主题为“结构与细节”,意在将设计的注意力由外观设计引向为对产品内在品质的改进,注重家具设计中结构的创新及细节的表现。

本届大赛作品共收到来自广东、北京、云南、福建、浙江等全国各地的千余幅参赛作品。为了使大赛具有专业性、权威性、影响力,评审委员会由9名知名专家组成,将严格执行大赛章程和评选标准,以“公平、公开、公正”的原则评选出195幅作品进入复赛。大岭山镇副镇长蔡容稳认为,通过与中国家具协会共同主办三届中国家具设计最高规格的赛事,不断激发创意思路、吸收设计理念、发掘优秀人才。一方面可以了解家具研发的潮流趋势,凝聚家具制造的新工艺、新材料;另一方面可以发掘家具设计的新星人才,开启产品设计的新思路、新理念。

中国家具协会副理事长陈宝光认为,本届大赛参赛作品在设计质量上有了很大的提升,同时强调本届大赛的宗旨:一是外观,引领潮流,重在创新与创造;二是结构和细节,结构决定功能,细节决定品质。要努力将大赛打造成为培养、挖掘中国家具设计人才与引领产品潮流趋势的风向标。要继续深化并持续打造“中国家具设计金斧大奖赛”品牌影响力,更好地凝聚国际国内设计力量,提高中国家具设计发展水平,营造国内优秀家具设计文化氛围,提高家具产品的国际竞争力。



特 约 刊 登

中国国际家具展览会开辟时尚家具馆

将在2015年9月举办的“第二十一届中国国际家具展览会”是展会第二个20年的又一个新开端。目前,在浦东新国际博览中心室内馆的招展已结束,招展进度比往年快了至少3个月。80%的老展商确认了在原展位继续展出,部分企业还扩大了展位,也有部分持观望态度的老展商被新的家具品牌企业所取代。主办方表示,中国国际家具展览会将继续以出口导向、高端内销、原创设计、引领时尚为宗旨,展会将预留一小部分展台,精心挑选一部分新的高端品牌入驻,从而进一步提升中国国际家具展览会的含金量。

求变是中国国际家具展览会的法宝。变化之一是国际化程度进一步提升。2015年土耳其国家展团首度参展,在N1号馆已签约1075平方米,这是土耳其展团在广州参展数年后,第一次移师中国国际家具展览会。变化之二,是将N1号馆改变为时尚家具馆,将成为2015年耀眼的明星馆,是提升中国家具整体水平的又一重大举措。变化之三,是进一步做大“中国国际家居设计周”和展店联动,使展会的总体参展企业超过3000家。

求变也是全中国家具业的发展趋势。中国劳动力,原材料价格的快速上涨,中国政府的环保战略,使得中国家具正逐步在国际市场失去以往的竞争优势。中国家具协会已明确要重点抓家具业的上下游产业联动和家具产业集群的工作,提高效



率,降低成本,保持中国家具在国际市场上的竞争优势。为此,中国国际家具展览会将做出重大调整,将浦东新国际博览中心60000平方米的室外馆和浦东上海世博展览馆的40000平方米展览场地,专门用于展出中档水平且价廉物美的民用家具,使国内外买家观展、订货有更多的选择空间。

众所周知,2015年9月,上海将在历史上首次有两个家具展览会同期举办,这不但促使中国国际家具展览会的老观众再度前来,也将迎来一大批新客户前来浦东一睹展会风采。



www.interzum.com

家具生产
室内装饰
科隆

未来始于.



interzum

5 – 8 May 2015

新日期: 星期二至星期五!

World's
Leading
Event

全新的理念和先进的解决方案。全部汇聚于此。

在科隆国际家具生产、木工机械及室内装饰展览会(interzum)上您将找到推动您未来生意发展的全部创新力:富有想象力的技术、最新的材料以及富有创新的设计。家具工业和室内装饰各种最佳设计理念和业界创新均将在这里首次亮相。作为国际主流展览会科隆国际家具生产、木工机械及室内装饰展览会(interzum)将为您打开通向未来的窗口。这是行业内最杰出的企业,潮流引领者、及最鼓舞人心的行业推动力汇聚一堂的地方。您将在此领略他们的领先创新成果并受到启迪。

在网上登记省时省钱, 购买门票请登录:
www.interzum.com/tickets

科隆展览(中国)有限公司 北京市朝阳区东三环北路8号亮马河大厦2座0906室 王爽 小姐 (Ms.Mandy Wang)
电话: +86-10-65907766分机788 传真: +86-10-65906139 邮件: m.wang@koelnmesse.cn



中国设计师合作项目启动会成功举办

1月29日,由中国家具协会和瑞典木业协会共同举办的中国设计师合作项目启动会在上海召开,会议由瑞典贸易投资委员会海伦女士主持。瑞典木业协会与中国家具协会近两年来多次共同举办瑞典木材和设计活动,为中国家具企业更多的了解瑞典软木和北欧设计提供了良好的平台。在今天的合作中,双方继续深化合作内容,旨在为中瑞两国木材及家具产业建立更好的合作机遇。因此,双方启动了高端设计师合作项目及家具制造商合作项目,引导中国的家具设计师及家具制造企业深入了解瑞典的生产技术以及北欧的设计,应用瑞典木材创造全新的家具产品,从而带动两国家具及木业生产、设计、技术和工艺的全面发展。

本次会议邀请到朱小杰、杨明洁、徐明、陈大瑞、陈燕飞、武巍、章俊杰等中国多位高端设计师的参与。瑞典木业协会国际事务总监 Jan Soderlind 先生在致辞说,此次项目是为了实现几个目标:首先是用创新的方式实现可持续发展,创新以可持续发展为基础;其次是将优秀的设计师与木材商和家具制造商

联系在一起;第三是通过灵感的启发来实现教育的目的。瑞典驻上海领事馆总领事 Viktoria Li 女士在讲话中说,瑞典是森林之国,超过一半以上的国土被森林覆盖,木材种类繁多,可持续发展贯穿瑞典的所有政策及生活中。木材不仅成就了一个产业,也是音乐和美术的灵感来源。

中国家具协会信息部主任屠祺女士代表中国家具协会理事长朱长岭在致辞中表示,近年来在瑞典木业协会的带动下,以瑞典赤松和云杉为代表的木材在中国市场上销量增长很快,瑞典木材受到了越来越多的中国企业及消费者的关注。中国家具协会与瑞典木业协会的此次项目合作,计划于2015年内带领中国优秀的家具制造商及设计师团队共赴瑞典考察学习,通过该项目设计并生产的产品将在中瑞两国优质的展会及设计平台上展出。这是中国家具协会与瑞典木业协会强化合作的全新开端,将为双方的会员企业提供更好的合作平台,更多的市场化效益,为企业持续发展起到积极推动作用。



IAFP 新一届委员会选举产生

在今年2月墨西哥瓜达拉哈拉冬季国际家具展期间举办的国际家具出版物联盟(IAFP)年度大会上,各成员国代表们聚集一堂商讨联盟的未来和发展,并在同期举行的“世界家具峰会”上发表了具有各自国家特点的演讲。本年度国际家具出版物联盟新执委会包括:主席 Zeki Yucel (土耳其)、副主席 Imre Zilahi (罗马尼亚)、秘书长 Carlos Bessa (巴西)、市场总监 Paul Farley (英国)以及网络经理 Milena Kirilova (保加利亚)。Takayoshi Nagashima (日本)将继续担任联盟财务主管。

委员会决定在联盟前主席卢国财博士(Dr Casey Loo,新加坡/马来西亚)原有工作的基础上继续扩大联盟的活动内容和范围。联盟新主席 Zeki Yucel 表示:“IAFP是由世界主流家具贸易类杂志组成的紧密大家庭,成立于18年前,现在联盟成员已增至19位,覆盖了全球主要的家具市场。作为联盟主席,能受到高度敬业的执委会及许多积极成员的支持令我感到自豪。我相信,作为一个团体,我们将能进一步加强联盟成员和市场之间的信息交换,这对于帮助家具企业、机构和组织做出更有效的决策至关重要。”

据了解,IAFP联盟是由全球家具行业主流的专业刊物组成,旨在促进和传播家具行业的各项商业活动。由中国家具协会和上海博华国际展览有限公司联合编辑出版的《中国家具》杂志是该联盟的唯一中国成员。

米兰国际家具展新闻发布会在上海召开

2月4日,意大利米兰国际家具展新闻发布会在上海和平饭店召开。此次新闻发布会是为了第54届意大利米兰国际家具展造势,新任米兰国际家具展主席 Roberto Snaiedero 先生等高层出席了发布会。作为全球家具风向标的米兰国际家具展将于2015年4月14-19日在新米兰国际展览中心盛大开幕,同期举行的还有米兰国际家具配饰展、卫星沙龙展、米兰国际灯具展及 Workplace3.0时代/办公家具展。预计将吸引来自170个不同国家,超过35万的观众。

发布会上,主办方介绍了本届米兰国际家具展的相关情况及精彩看点。据悉,此次米兰国际家具展、米兰展览中心及米兰交通运输局强强联手,推出联票服务,可凭票观展且适用于所有米兰市内公共交通。同时,意大利铁路公司也会在此期间增停靠近展会场馆的 Rho Fiera 站。值得一提的是,主办方与天合联盟合作,所有参展商、业内经营者和记者可根据机票等级享受85折到95折的机票折扣。

与以往的米兰国际家具展不同的是,今年将重磅推出全新展览项目——Workplace3.0时代/国际办公家具展。该展是法国建筑师 Jean Nouvel 在2013年开展的项目“Office for Living”的延续,围绕新颖的概念及建筑师 Michele De Lucchi 构想的独特项目展开,致力于职场规划的设计与技术。将是一个充满了各种办公设计理念和灵感的展览,值得期待。

Michele De Lucchi 还发起了一个以工作空间为主题的活动“The Walk”——卓越的办公空间设施,将在国际办公家具展展馆内部展示。活动将通过四个主题展览区域:俱乐部、办公空间、聚会场所、实验室的设施反映设计师对办公室的理解。相信此次的“The Walk”活动在即将到来的米兰国际家具展中一定会大放异彩。还有 Four in the morning 建筑所举办的项目“IN ITALY”,一款极富创造力的应用程序。利用一段足够吸引力的视频,为大众揭开各家具公司背后的历史、人物和商业故事,带领观众进入对意大利家具专业知识、特色及对每个产品生产过程的探索。“IN ITALY”将在展览结束后,通过国际媒体平台发布。



家具企业中材料消耗定额管理初探

Quota Management for material consumption in
furniture businesses

文 刘占国

定额管理是科学管理的基础，是企业提高经济效益，提高管理水平的一项重要内容。对于我国传统的家具企业而言，因起步较晚又为劳动密集型企业，员工整体文化水平相对较低，管理方面比较薄弱，因而生存的关键很大程度上就是管理机制的优劣，管理的好坏直接关系到企业的生存和发展。材料消耗定额管理，在我国大部分家具企业中还处于起步阶段，有的企业建立了物控部，但人员配置不足，没有建立正规的材料消耗的定额管理，缺乏科学性和正规性，而这一点也正是我国家具企业比国外企业成本偏高的原因之一。制造业中材料的成本占据了整个流动资金的绝大部分，因此加强物料的合理利用和综合治理是降低企业成本，增强企业竞争力的有效途径。



一、材料消耗定额的制定原则和方法

材料消耗定额的制定必须充分发动群众，采取上下结合的办法。定额的标准既要具有先进性，又要留有余地。先进性和留有余地是可以统一的。这里说的先进性并不是高不可攀的标准，而是相对的先进，是使大多数劳动者能够经过努力而达到的标准。如果标准过高，多数人经过努力还是达不到，这就会挫伤群众的积极性。反过来，如果标准定得比较低，很多人不需经过努力就能达到的，这也不利于促进生产、降低消耗的要求。因此，这个标准应该是先进的，而又留有适当的余地，这是制定消耗定额的基本原则。做好材料消耗定额的制定工作，还要根据同条件和小同情况采取不同的方法。通常采用的有技术分析法、统计分析法和经验估计法三种。

1、技术分析法

技术分析法是根据设计图纸、工艺规格、材料利用等有关技术资料来分析计算材料消耗定额的一种办法。这种方法的特点是，在研究分析产品设计图纸和生产工艺的改革，以及企业经营管理水平提高的可能性的基础基础上，根据有关技术资料，经过严密、细致地计算来确定的消耗定额。例如，在家具加工行业中，通常是根据产品图纸和工艺文件，对产品的形状、尺寸、材料进行分析，先计算其净料部分，然后，对各道工序进行技术分析确定其工艺损耗部分，最后，将这两部分相加，得出产品的材料消耗定额。



运用这种方法计算出来的定额，一般比较准确，但工作量较大，技术性较强，并不是每一个企业每一种材料都能做得到的。因为用技术分析法计算消耗定额的先决条件，要具有比较齐全的各种技术资料，而且计算过程比较复杂，所以，在使用上受到一定的限制，不能要求企业的所有材料都用这种方法计算消耗定额，凡是产量较大、技术资料比较齐全的产品，制订消耗定额应以技术分析法为主。随着企业技术管理水平的不断提高，这一方法的使用范围也将不断扩大。

2、统计分析法

统计分析法是根据某一产品原材料消耗的历史资料与相应的产量统计数据，计算出单位产品的材料平均消耗量。统计分析法是指根据原有的统计资料，在对其进行必要的加工处理与分析后考虑有关影响因素的基础上，制订材料消耗定额的一种方法。采用统计分析法制定材料消耗定额时，应对过去和现在的测试资料、产品的图纸资料、料单、生产工艺流程、物料的品质和标准等进行了解，以便分析制定后的定额符合实际生产的需要。在这个基础上考虑到计划期的有关因素，确定材料的

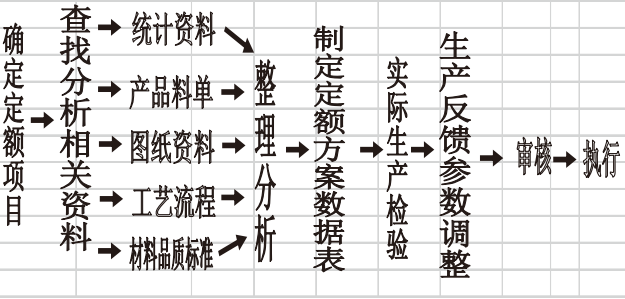
消耗定额。计算公式如下：

单位产品的材料平均消耗量度 = 一定时期某种产品的材料消耗总量 / 相应时期的某种产品产量。用这个公式计算出来的材料平均消耗量，必须注意材料消耗总量与产品产量计算期的一致性。如果材料消耗总量的计算期为一年，那么产品产量的计算期必须也是一年。根据以上公式计算的平均消耗量，还应进行必要的调整，才能作为消耗定额。计划期的调整因素，主要是指通过一定的技术措施可以节约材料消耗的某些因素，这些因素应在上述计算公式的基础上作适当调整。例如，生产某种产品所耗用的甲材料，按上述公式计算的平均消耗量为 10 公斤，考虑到计划期内某项科研成果将推广应用，该项科研成果应用后，可以节约材料 10%，则计划期的消耗定额应为 9 公斤。

用统计分析法来制订消耗定额的情况下，为了求得定额的先进性，通常可按以往实际消耗的平均先进数（或称先进平均数）作为计划定额。平均先进数就是将一定量时期内比总平均数先进的各个消耗数再求一个平均数，这个新的平均数即为平均先进数。统计分析法见以下工作流程：



经营与管理
PERATION & MANAGEMENT

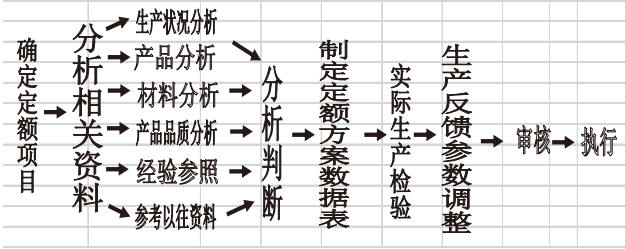


统计分析法的优点是容易掌握，使用范围广，但由于这种方法是以统计资料和产品图纸作为制定定额的主要依据，使得定额的合理性与准确性在很大程度上受到制定人员本身知识水平和统计资料准确程度的影响。

3、经验估计法

经验估计法主要是根据生产工人的生产实践经验，同时参考同类产品的材料消耗定额，通过与干部、技术人员和工人相结合的方式，来估算各种材料的消耗定额。经验估算法是以有关人员的经验或相关资料为依据，通过估算推理，制定材料消耗定额的一种方法。

采用经验估算法的前提是对产品的设计图纸、工艺技术、作业流程均有比较熟悉的了解。如果没有长期的实践经验，此方法难以实现。经验估计法见以下工作流程：



经验估算法简单方便，通俗易懂，操作性和实用性较强，但准确性相对较差，不适合对贵重材料进行定额管理。

以上3种方法各有其优点与不足，我们在具体制定材料消耗定额的实际工作中应使其相辅相成、取长补短，必要时可以综合交叉运用，尽量做到定额方案的合理化和科学化。另外，我们在最后确定定额时，还必须把影响消耗定额的各种因素结合起来。在分析工作中，要充分的考虑到人的主观能动性，也就是说拟订的定额应该是经过人的努力可以达到的定额水平。

贯彻执行材料消耗定额是定额管理的实施阶段，实施阶段必须严格把关，认真执行，才能使已经制定好的定额起到应有的作用，其实施的好坏直接关系到前面所有工作的绩效。它是一项技术性很强的经济工作，涉及到企业内部的各个部门，其复杂性必须要有一个严格的材料消耗定额管理制度来执行，其内容主要包括以下几个方面。

二、材料消耗定额的实施阶段

1、建立和健全管理责任制

为了使材料消耗定额在生产活动中发挥应有的作用，各企业都必须建立严格的材料消耗定额管理责任制度，使每一项定额都有专门的部门和专人负责管理，既管定额的制定又管相应定额的贯彻执行。

家具企业中，定额管理部门人员与其职责如下：物控主管，负责对物控员所制定的材料计划进行复核和审批，对整个物控计划负责并对上级汇报；物料计划员，主要是针对定单的物料进行逐项分解，再进行累计，最后得出总量，制成订单物料需求计划；材料定额组长，根据公司的生产情况，组织材料定额员制定各用料部门的物料定额标准。以上只是我们的一个举例，各公司因规模和条件不同，对人员的设置和相应位置都有所不同，但在功能上都应服务于定额管理，减少材料的浪费，节约成本。

2、实行下料核算的余料管理制度

所谓下料核算，就是通过下料记录，认真核算产品材料的实际消耗量，它是使定额供料制度落实到按定额用料的重要环节。家具企业中，板材作为原材料占据了总成本的绝大部分，

在下料切割过程中，都会不可避免的产生不同程度的余料，因此，加强余料的管理对准确计算材料利用率有很大的关系。如果把余料归入消耗的行列，产品的成本就会增加，如果将消耗的废料归为余料，库存和材料利用率就会虚增，这两种情况都不能如实的反应企业材料消耗的真实水平。所以加强余料的管理，首先要确定余料和废料的界限，一般是根据本产品最小的零件尺寸来定。大于最小零部件的即为余料，小于的即为废料。

3、加强材料的跟踪管理

跟踪管理是一种破除传统的审批方式，变计划、审批、发料这一简单供应程序为计划、调整、审批、发料、跟踪管理、信息反馈、制定措施、完善管理的新方法。它通过现场跟踪，现场调查，落实材料的使用和定额的实施情况，以达到提高经济效益的目的。跟踪管理员主要负责填写跟踪管理卡片和调查审批后材料的去向，了解现在的用材情况并及时反馈材料使用过程的有关信息。在跟踪过程中，建立跟踪管理卡片，跟踪卡片填写内容包括：材料名称、编号、规格、单价、数量、金额、类别、审批者、使用程度、损耗程度等，每次跟踪卡片反馈给领导小组和用料单位，以供参考。

4、加强材料消耗的统计分析

材料消耗统计分析的基本任务，就是通过对各项主要材料消耗指标的核算，考核指标的执行情况，分析材料节约或浪费的主要原因，提出改进措施，进一步加强材料消耗定额管理。在日常的管理实施中，要做好定额执行情况的记载工作和材料消耗定额的定期报表，以方便统计分析和在家具企业中，每个定额人员都必须熟悉了解本企业的工艺流程、劳动条件和劳动工具，深入生产的第一线进行调查研究，了解生产和材料消耗的基本情况，深入统计材料消耗定额的数据，并进行归纳和总结，找出造成材料消耗过分节约和过渡浪费的原因，以便采取措施，进一步加强材料消耗定额管理。

综上所述，面对国际金融危机的冲击，拓展国内市场，转变生产方式，走一条低消耗、高效能的发展道路已成为我国家具业寻求新发展的当务之急。而材料消耗定额管理的实施又是其整个环节中的重要一环，它将为行业的良性发展打下了坚实的基础。





由一则案例探讨家具企业的渠道管理

Explore channel management for furniture businesses through one case study

文 赵艳丰

近两年，受全国各地大规模兴建保障性住房的影响，家具行业的刚性需求依然旺盛，这样的市场需求所直接导致的结果便是行业内的激烈竞争。在当下空前激烈的市场竞争中，家具企业也在不断地演绎着优胜劣态的市场规则。就现阶段来说，渠道商在整个家具产业链中占有相当重要的地位，正所谓“得渠道者得天下”，如何搞好渠道管理？可以说是广大家具企业营销工作中最为关键的环节。本文以K公司为例，来探讨家具企业如何改善渠道管理，希望能带来借鉴。



K公司是我国广东地区的一家集木材加工、销售、家具生产、销售为一体的大型建材企业，其品牌也是国内家具行业里比较具有影响力的品牌。但近两年，K公司出现了市场占有率减少、销量下滑的情况。究其原因，是由于K公司在管理渠道中存在诸多不足：

1、渠道开发与扶植在地域上严重失衡

K公司在广东地区设置了密集的经销商，而在其他地区只有一个总经销，比如东北地区的黑龙江、吉林、辽宁各设了一个总经销，但管理渠道的办事处又只有一个设在沈阳，从经销商和办事处的数量多寡不难看出该公司对各个市场的重视程度的高低。对于广东地区的经销商在铺货、宣传、装修、年终返点上的扶植力度也远远大于东北等地区的经销商。出于对风险的考虑，扶植力度大的经销商在经营规模上得到了扩张，销售量也处于一个稳定或上升的状态，经销商的业绩越好，公司越是扶植，这些经销商和K公司形成了良性循环；而扶植力度小的经销商的经营规模要么不变，要么缩小，销售量自然也就难以提高了，经销的业绩越差，公司越是不扶植。这种失衡的局面如今还在继续，其结果就是K公司的总体市场占有率和销售总量得不到提高，因为在广东地区经过多年的扶植已是一个相

当成熟的市场，众多的经销商已建立了密集的分销网点，几乎渗透了所有的市场，增长潜力十分有限，加上经济环境变差、竞争加剧等因素的影响，维持以往的业绩已不是易事，并不会因为扶植力度大而出现大的增长；而在东北等地区的市场上，该公司家具产品的市场占有率很低，空白市场都还大大存在，但因为扶植力度小，市场占有率和销售量不升反降。

K公司在广东地区的渠道过宽，各个经销商为了争夺市场与顾客，常常不顾公司的市场价格体系，直接采取降价的恶性竞争手段；窜货问题也层出不穷，对渠道的稳定极其不利。因此应减少总经销商的数量。在深圳、广州各设置二至三家总经销；市场规模较大的二线城市设置一家总经销；其他城市则由这些总经销向下发展二级经销商。这样每家总经销的市场规模大体相当，既不影响市场覆盖面，又能减少恶性冲突，便于公司管理，从而促使市场稳定。

K公司在广东地区以外的其他地区的渠道设置过窄，各个省市都只有一个总经销。这些经销商因为没有本品牌竞争的压力，往往追求更高的利润额，有些还存在“三年不开张，开张吃三年”的经营思想，这种经营观念对其本身的利润额可能并无多大的影响，但是对公司却是造成了相当大的损失，因为对经销商的价格是确定了的，并不会因为销量的多少而进行相应



的降低或提高，只有量提高了，公司的利润才能得到提高。由于总经销实力的限制或经营观念的保守，大部分市场上的分销网点不多，市场覆盖面很低，很多二三线城市根本就没有经营K家具的零售店，比如内蒙，只有呼和浩特有总经销自己开设的零售店；这种情况还导致了该地办事处资源只提供了独家服务，单位成本过高。所以应该适当增加总经销的数量。在省省会城市设置两家总经销；在经济情况好，发展潜力力大的二线城市可设置一家总经销；这些总经销再向下发展二级经销商。这样每个地区的总经销就不是独此一家了，即能产生一种竞争机制，又能扩大市场覆盖面，从而促使销量得到提升。

另外K公司原来对经销商的选择具有很大的随意性，要么关系至上，要么先到先得，没有一个客观评价这些经销商的标准，在其经营的过程中，也没有真正实行优胜劣汰，所以现存经销商中一部分需要进行调整。因此其公司需要新的经销商加盟，K品牌在中国已是一个具有一定影响力的品牌，愿意经销其产品的经销商通常不只一家，有些地方还会为取得经销权而展开竞争。K公司为了日后取得良好的销售业绩，很有必要对愿意加盟的经销商进行选择，与更具优势者进行合作。

选择经销商时要从以下一些方面进行考察：(1) 财务能力：要考察他们的注册资金、实际投入资金是多少；仓库、运输车辆、营业店铺等必备的经营设施能承受多大的业务量；银行贷款能力如何；能否按照公司所希望的结算方式进行结算；对外有无应付账款等。(2) 市场能力：要考察他们的经商时间有多长；现存网络能渗透多大的市场；批发、零售手段如何；能否控制市场价格；促销手段是否科学、有效等。(3) 管理能力：要考察他们组织内部各部门之间是否协调一致；有无长期发展战略；聘用的业务人员是否干练；库存是否科学合理等。(4) 家庭情况：要考察他们的家庭由哪些成员组成，成员的关系如何。这一点往往是企业在进行经销商选择时容易忽略的一点，但是家庭情况会对任何事情都产生深远的影响，包括经销K公司的产品。现在的经销商大多是夫妻店，只是规模不尽相同而已，很难相信一个不

和睦的家庭会做出骄人的业绩。因此家庭情况应作为一个对经销商考察的重要因素。

2、市场规范力度不够

K公司没有采取有效的措施对市场进行规范，常常引发渠道冲突。这主要表现在产品的摆放、假货、窜货、价格等方面。

对于产品的摆放，尽管在K公司与经销商签订的合同中规定只能摆放该公司产品，但是走进任何一家K专卖店，总会发现或多或少地有其他品牌的家具产品。有的是因为店铺面积过大，K公司的产品需要不了这么大的面积；有的是因为顾客指定要别的品牌而临时摆放一下；有的干脆没原因。当然真正的原因就是为了获得出售别的品牌的利润，只要摆着一个样品，就有出售的可能，更有些专卖店挂着K公司的牌子只是为了把顾客引进店而已，顾客一进店就着力推荐让他能获得更大利润的其他产品。对于摆放其他品牌的产品，K公司大多进行劝告，有时做出断货的威胁，但没有什么实际效果。

当一个品牌成名时，假货也就随之而来。假货具有传播功能，好事不出门，坏事传千里，所以K公司会失去很多潜在顾客。有些谨慎的消费者因为怕买到假货，即使零售店给了更高的折扣也要到K公司的直营店去购买，这又加剧了经销商和公司之间的冲突。K公司对假货的制造者，出售者也采取了一些措施，但收效甚微。

窜货问题也时常困扰着K公司。窜货就是越区销售，经销商为了获取非正常利润，常常开辟秘密渠道以低于公司规定的售价向辖区之外的市场倾销家具产品，这无疑会加剧价格的混乱。由于在运输费用、市场情况、促销力度、年终返点等方面各个市场存在着差异，因而实际结算价格在各个市场上是不一样的，于是为窜货提供了依据。近两年这种行为发生的比较频繁，比如广东深圳的总经销用其结算价格把货物批给广州的一个零售商，这个零售商又以低于广州地区其它正规渠道零售商的价格出售产品，从而斩获非正常的利润，而且他还以低于总经销的批发价向下发展其它零售商。更可气的是，广州地区的总经

销也以同样的方式向苏州、武汉等市场渗透。K公司为了对付这种行为，在货物出厂时，在每件产品的包装上都盖上发往地区的鲜章，然而这些经销商会雇人涂掉，或者在鲜章上贴上印有自己店名的标签。有时候被发现了，K公司也会因其业绩表现而无济于事地威胁几句了事。

价格问题从来都是一个难题，K公司为每个经销商制定了一份价目表，对其结算价、零售折扣的下限都作了明确的规定，但是为了争夺市场和顾客，处于同一级层的经销商、零售商们常常不按规定的价格出售，有的甚至低于其进价销售，一方面可能因为卖了其它品牌的产品获得高额利润，这样可以拿出一部分利润来进行补贴；另一方面可能因为考虑到年终有返点，以低于进价的价格出售从长远看仍是有利润的，这种情况在经销商众多的深圳、广州两地尤为突出。这样的恶性竞争其害无穷，因为利润的薄弱最终会使经销商丧失经营其产品的积极性，进而威胁到渠道体系的稳定和K公司的发展。K公司对低价销售也采取了一些措施，比如叫经销商互买，如果买价低于规定的折扣，处以重罚，一开始大家积极参与，可一段时间以后就进行不下去了，因为大家都在违规，既使发现了也没有进行罚款。

3、改善建议

产品的摆放：产品的摆放涉及到K公司的形象和经销商推广公司品牌的心态，必须实行专卖。一方面要加强沟通，向经销商说明兼营其他品牌的坏处，使其放弃经营其他品牌。另一方面必须加强市场的监管力度，劝说不听的可予以处罚。这是一件持续性的工作，必须长时间地坚持方能有效。对于面积的确很大的店面，可以和其它品牌用墙体隔开经营。K公司可以提高装修费用的报销比例，这样在要求只摆放K公司产品时有更多的话语权。

(1) 窜货：如果K公司制定了全国统一的出厂价，可以避免一些不同地区总经销之间的窜货，但不能全部避免，更不能避免某个地区的总经销和另一个地区的零售商之间的窜货，所以要想新的点子。K公司可以对不同地区实行有差异的包装，而不是在包装上简单地盖个图章，这样就增加了窜货的不易性和



成本；对大户给予重点关注，窜货基本上都是他们操作的，要对其库存进行探查，对其大宗货物的去向进行跟踪；同样，一经发现，要进行处罚。

(2) 假货：这是最应严厉打击的行为，对于造假者，坚决诉诸法律；对于售假者，也要视其情节的轻重追究其相应的责任。

(3) 价格：价格问题是最难控制也是最需要控制的问题。价格不统一往往是乱价的根源，也难以管理，所以K公司应该在全国范围内制定统一的出厂价（到岸价，运费由公司支付）、统一的批发价、统一的零售价下限、统一的促销折扣、统一的返点数；零售店太近常常产生降价行为，所以K公司应对零售店的位置做出合理规划，不同经销商的店面应保持一定的距离；价格控制的力度要大，所以K公司应安排专门的人员进行市场兼管，一发现不按规定的价格运作，给予严厉的处罚，始终不改者取消其经销资格，总之对违规者要根据其违规事件影响的大小施以相应的违规成本，违规成本越高越能制止违规。

总的来说，在激烈的市场竞争和产品严重同质化的大环境下，渠道管理就成为一种家具企业市场突围的发力点，甚至可以说渠道管理是当下业内很多企业能否生存的命脉。因此，我们广大家具企业必须要搞好渠道管理，抢占市场先机。





卖场设计在品牌竞争 中的重要作用

Design of shopping mall places an
important role in brand competition

文 司永博

十多年的装饰业发展为家具卖场设计提出了新的要求，一个统一而又极具特色的专卖体系是为其产品量身定做的。在家具卖场的设计过程中应考虑各方面的因素，包括卖场空间的分割、专卖店 POP 广告设计、家具饰品搭配以及装修成本控制等。此外，家具卖场设计还应考虑整个企业的文化内涵、企业形象，并与之相关的广告策划结为一体。

一、卖场设计的重要性

近年来，家具品牌的竞争已升级到终端卖场的竞争，越来越多的品牌已意识到，卖场能在给消费者带来体验的同时，有效地扩大商家的利润。换言之，家具品牌对终端卖场争夺的竞争将会日趋激烈，谁控制了终端，谁就控制了市场。

卖场设计与地域消费者的需求有着直接而密切的关系。只有对商圈内消费者的生活方式、购买习惯、价值观念有充分的了解，才能根据商圈顾客的需求设计出带有生活提案的卖场方案。我国地域广阔，消费者在生活方式、价值观念、收入水平、购买习惯、饮食习惯等方面存在着很大的差距，其卖场的表现和向顾客所诉求的内容自然不同。针对特定的消费群体设计出风格各异的终端形象已成为家具销售中不可或缺的组成部分。

所有的专卖店都有两个共同的功能，即满足具体目的和从事短暂行为。目的就是产生购买，短暂行为就是消费过程。但这仅仅只是卖场提供的基本功能，随着消费者的成熟，使人们的购买行为渐趋理性，这种理性更多的表现在对文化的追求和心理上的认知，表现在对物质之外的附加值的趋同，而卖场形象正是品牌附加值的一种表现。

二、对卖场设计的几点要求

卖场设计是一项全面而复杂的工作，一个成功的卖场设计主要取决于以下各个因素以及它们之间密切的联系：消费者生活方式和价值观念、目标顾客、企业概念、商品分类、商品构成、卖场构成、商品布局、商品陈列、商品表现。前六个部分是卖场设计中的上游工作，是需要理性分析，并且有很强的企划性成分。这些工作水平的高低，很大程度上决定了卖场设计的成功与否。同时，我们还应注意以下内容：

(1) 家具卖场的设计应有利于家具的展示和陈列、有利于



商品的促销，为营业员的销售服务带来方便，最终是为顾客创造一个舒适、愉悦的购物环境。

(2) 家具卖场的设计要素大概包括：形体造型、色彩、材质、陈设、灯具等，它们之间的有机融合，构成了丰富多彩的卖场空间。

1、家具卖场的设计要素

设计要素大概包括：形体造型、色彩、材质、陈设、灯具等，它们之间的有机融合，构成了丰富多彩的卖场空间。在设计家具卖场某一类型的专卖空间时，则要充分考虑家具风格特征，灵活运用各种造型要素。比如办公家具专卖空间，通常较多采用规则的直线或由直线排成的面来做造型，以彰显办公事务的硬朗、规范化、流程的次序和通畅性。又比如，软体家具的专卖空间，不妨多用些曲线和虚体，营造灵动、浪漫、舒适的购物空间。

2、家具卖场设计的色彩

明度高的色彩，轻快、活泼开朗，明度低的色彩，沉重、忧郁。中等明度和彩度，显得柔软；明度低或彩度高的色彩显得坚硬。暖色和明度高的色彩具有膨胀感、前移；冷色和明度低的色彩具有收缩感、后退。同样的颜色，彩度高，给人以紧张感，有刺激兴奋作用；彩度低，给人以安静舒适感，有镇静作用。

针对家具卖场而言，室内四周的界面色彩往往成为家具的背景色，在设计时，有调和与对比两种方法。若以调和的手法，则家具与各界面之间的色彩和谐统一，显得幽雅、宁静；若以对比的手法，则家具色彩明快，突出于环境的背景色，使室内环境显得活跃而有生气。如选用调和为主调时，在色相上可运用相近的色彩，在明度上则级差不能太大，彩度上也以较低的不饱和色为主，以得到柔和和沉稳的感觉；在设计对比主调时，可以用色相的对比，也可用明度和彩度的对比。另外，色彩设



经营与管理 PERATION & MANAGEMENT

计还要注意色彩的面积效应。面积大时，色彩的明度和彩度都有提高的现象。小面积的色彩可以彩度高，而大面积时应避免高彩度的设计。比如用黑、白、红或黑、白、湖蓝，可以搭配一个很经典的空间调子，这时，红色或湖蓝的面积要小。粉紫和白色，可搭配出淑女型魅力空间，则粉紫要与白色互为透气。中灰、浅灰、白色和小比例的赭色，会搭配出一个简洁、稳重而又有品位的办公专卖空间。

3、家具卖场设计中的装饰材料

材料除了规格、性能，其质感在家具卖场设计中显得很重要。质感是指材料

表面质地的感觉，人们通过触觉和视觉所能感觉到材质的粗细、软硬、冷暖、轻重等。家具卖场设计中的装潢材料，通常是根据各个专卖空间的商品特征来确定它的材质。一般近距离的材料，要注意考虑触摸的感觉。

据笔者观察，家具卖场墙面或间隔墙装饰材料通常有：乳胶漆、墙纸、真石漆、清玻或烤漆玻璃、金属马赛克、玻璃砖、生态木、塑胶板以及仿洞石等；间隔墙还常常使用网格布喷绘画、灯箱布、有色KT板、珠帘、线帘、茶玻、银镜、透光石以及一些自然材料。天花常采用乳胶漆、木线条、轻质金属条、软膜等材料。地面常采用地砖、木地板、水泥自流平、地毯等材料。

4、家具卖场设计中的陈设

陈设类型约分两大类，即功能性陈设和装饰性陈设。而织物陈设则是家具卖场设计中的重要组成部分之一，它包括地毯、墙布、织物顶棚、窗帘帷幔、各种家具蒙面材料、坐垫靠垫、装饰壁挂等。既有实用性，又有很强的装饰性。织物陈设一般讲究三个原则：

(1) 基调：使室内环境形成一个统一整体。通常是由地毯、墙布和顶棚构成。

(2) 主调：主调多是家具装饰织物，使室内色彩有一个主要的色向。

(3) 强调：较小面积有意义的物品，采用较鲜明的色彩、图案或质地，使室内有变化，增添活跃的气氛，如挂毯、靠垫等。

家具专卖空间其陈设品投资的比例，一般占整个装修投资额的20%—25%。

5、家具卖场设计中的灯具

灯具已不再是单一的照明用具，而是美化室内空间的重要组成部分。这种美化功能更体现在家具卖场的各个专卖区域之中。灯具大致可分为吊灯、吸顶灯、台灯、落地灯和壁灯。在选择灯具时，需要考虑的是实用性，光色，灯具的风格、造型、色彩、质感及与环境的协调一致性。

根据笔者个人经验，家具卖场的灯光处理：越远的地方、越偏暗的地方、生意越不好做的地方，越是要使它明亮起来。比如视线的尽头、通道的拐弯处、实木或办公家具的墙壁等地方，反而越是要亮起来、暖起来；以拉近视野兴奋神经，让人情不自禁地想去看看个究竟。一般来说，可采取墙面受光、壁灯、灯箱喷绘画等手法。

所以总体上应突出家具，激发购买欲望。即家具是主角，室内设计和建筑装饰手法应是衬托商品，从某种意义上讲，营业厅的室内环境应是商品的背景。

(1) 卖场的照明在展示家具、烘托环境氛围中作用显著。



室内的选材用色也应以突出家具，激发购物欲望这一主题来考虑。良好的通风换气。对改善营业厅的环境也极为重要。

(2) 场内应使顾客动线流畅，营业员服务方便，防火区明确，通道入口通畅，并均符合安全疏散的规范要求。

(3) 店面必须具有强烈的标识性，让人见到店面便联想到其品牌。另外在门店规划时还应当注意门店的店头布置，这就好比门店的招牌，一般门店的店头会有门店专门设计的一些烘托卖场氛围的热烈的商品展示，来渲染顾客的购物情绪，给顾客形成一个良好的购物印象。

(4) 在设计与装潢上，不仅要体现品牌经营的特色，还应表达品牌的风格、理念和人文概念。

(5) 合理地选择装饰材料，运用施工工艺，不仅为设计构思的实现提供可行性，而且也将成为整个品牌形象的一个重要组成部分。装饰材料与工艺决定了空间形成的成败。

三、卖场设计注意事项

在卖场设计构思过程中把设计者的思想转化为图纸是次要的，关键在于设计者是否有超前的理念、对美的把握是否恰到好处。以下几点值得家具企业管理者和设计人员的参考和借鉴：

(1) 专卖店的装修是为销售家具服务的，不能过分强调终端形象而忽视产品本身。产品的开发设计是首要的、第一位的；卖场设计终端氛围的营造是第二位的。

(2) 过分重视装修造型，而忽视终端所传达的内容精神不足取。

(3) 不能只重视单个的专卖店设计方案，而要注重多种设计方案的组合，长期的广告战略的实施。

(4) 只注重专卖店的装修，而忽视与家具配套饰品的陈设的观点不足取。好的产品只有在合适的饰品衬托下才能别具一格、独领风骚。

总的说来，卖场的目的是把家具卖给消费者。做的一切的目的都是想抓住消费者的心，所以重要的是掌握消费者心理，与消费者进行沟通。让消费者能通过家具和设计师进行沟通，能够体会设计师展现出的产品和设计师所理想创造的生活方式，从而更好的接受和选择。





日式家具风格及其发展趋势研究

Japanese furniture style and its development trend study

■ 文 乔洋

现在一些人受到日剧的影响，采用日式家具为家庭营造生活氛围，因而日式家具品牌在市场上也不断露面，但消费者不能盲目地照搬日式家具的形式，要合理、科学地了解日式家具的风格和用途，以此来选购适合自己的产品营造居住空间。

1、日式家具的风格

日式家具，主要以清新自然为主基调，给人一种怡人的感觉。传统的日式家具多直接取材于自然材质，摒弃豪华奢侈，以淡雅节制、深邃禅意为境界，重视实用功能。日式家具的特点：

(1) 简洁：日式家居中强调的是自然色彩的沉静和造型线条的简洁。另外受佛教影响，居室布置也讲究一种“禅意”，强调空间中自然与人的和谐，人置身其中，天人合一。

(2) 工整：日本人对家居用品的陈设极为讲究，一切都清清爽爽摆在那里。这似乎带有那么一种刻意的味道，但你不得



不承认，这种刻意的创造将文化中美的一面发挥到极致。

(3) 自然：在日式风格中，庭院有着极高的地位，室内与室外互相映衬已成定理。还有插花，更是要不失时机地摆放在家中每一个角落。色彩、造型的呼应功不可没。日式家具以其清新自然、简洁淡雅的独特品味，形成了独特的家具风格，日式家居环境所营造的闲适写意、悠然自得的生活境界，是大多数人所追求的。日式家具充满了自然之趣，常采用木、竹、藤、草等作为家具材质，而且能够充分展示其天然的材质之美，木造部分只单纯地创出木料的轮回，再以镀金或青铜的用具加以装饰，体现人和自然的融合。

传统的日式家具以其清新自然、简洁淡雅的独特品味，形成了独特的家具风格，对于生活在都市中的我们来说，日式家居环境所营造的闲适写意、悠然自得的生活境界，也许就是人们所追求的。日式家具显现现代理性风格，简单的盛碗匡、厨房的味料箱、杂物架甚至是垃圾桶，或是木制的，或是全钢的，很多下面带着小轮子，功能多多。有一个放洗衣机可自由拆合的架子，上面可放洗涤用品，侧面可以挂毛巾，甚至是晾衣服，而且可以拖动到任意的地方。而且晾衣架可以自由拆合，可拿到户外，也可固定在墙上，完全自由随便的使用，最大限度地满足需要。还有一个放书籍和工艺品的小器具，根据其厚度深浅可分为三层，越往外宽度越小，由此可以最大限度的利用空间。传统与现代、科技与设计相结合，具有优质、安全、多样的风格。

无论是现在还是过去，日式家具都强调的是一种自然，将身心融入到大自然中，享受自然与人的和谐，这是日式家具的精髓。最大限度地强调其功能性，装饰和点缀极少，直线造型，线条简洁，即使偶有装饰，也在理性规则的范围之内。这应该说与日本民族的性格有关，日本人讲究禅意，淡泊静心，清新脱俗，所以家具风格极少过于豪华、奢侈。我们生活在繁忙的都市中，对人们来说，生活的舒适非常重要。

2、日式家具的款式与用途

日式家具和日本家具是两个不同的概念和范畴，日式家具是指日本传统家具（即和式家具），而日本家具还包括重

要的日本现代家具。日本森林覆盖率很高，传统家具几乎都是用天然木材制作。除本土出产的山毛榉、榉木、柏木、杉木、松木等外，还大量进口胡桃木、紫檀、桃花芯木、香枝木等贵重木材。日式家具低矮且不多，但有特色。

(1) 榻榻米：榻榻米多为蔺草编织而成，是一年四季都铺在地上供人坐或卧的一种家具。榻榻米平坦光滑、草质柔韧、透气性好、色泽淡绿，散发自然清香。用其铺设的房间，隔音、隔热、持久耐用、搬运方便，尽显异国情调。榻榻米可在最小的范围内展示最大的空间。榻榻米是天然环保产品，具有良好的透气性和防潮性，冬暖夏凉，具有调节空气湿度的作用，对人类的健康长寿有益。装修榻榻米要选择适当位置，只需要4—5平方米的空间，但最好不要把整个房间都铺设榻榻米。中国人与日本人的气候条件和生活习惯有所不同，一年当中梅雨季节，空气潮湿，如果整个房间都是由榻榻米铺设的，那么清洁、防潮的工作就会十分繁琐（见图1）。



图1 满铺的榻榻米



图2 暖炉台是一种日本特色家具

(2) 暖炉台：是另一种日本特色家具，也叫火钵。台底下的地面设有火坑，里面有炭火，台面中间贯通，上面有一块活动盖板。暖炉台架设在桌面的下方，人眼不及之处，保证了视觉的美观。为了保暖和节电，在桌子的外面罩一层厚布或者毯子，也有用专门售卖的暖被的，当桌子下





F 家具与装饰 URNITURE & FURNISHINGS

面的空间达到一定的温度时，暖炉进入休眠状态，直到温度降低后才再次启动。在现代的日式装修中，把暖炉安装在高足餐桌或书桌的下方，也成为一种潮流，给生活带来更大的便利。这种台底下有炭火，台上面盖上毯子，大家可以一起把脚伸进台下取暖，平时作餐桌或茶几用，冬天作暖炉用（见图2）。

（3）古董架：古董架与中国的博古架有较大的区别，由于地域和室内空间的因素，和式古董架一般体量较小，尤其是宽度比中式的博古架要窄的多，其木材纹理清晰，采用透明涂饰，表面一般采用山水浮雕或彩绘，搁板一般采用阶梯波浪形，顶板长度方向略有翘头。和式古董架讲究实用，都配有能够储藏的柜与抽屉，造型不如中式博古架那样空灵、剔透，略显质朴厚重（见图3）。



图3 和式古董架一般体量较小

（4）茶桌：是由日本茶道文化衍生出来的一种家具，其体形小巧玲珑，造型精致典雅，纹理清晰，配有抽屉，且线条优美（见图4）。



图4 由日本茶道文化衍生出来的一种家具

（5）日式沙发：日式沙发最大的特点是其成栅栏状的小扶手和矮小的设计。这样的沙发最适合崇尚自然而淳朴的居家风格的人士。小巧的日式沙发，透着严谨的生活态度。因此，日式沙发经常被一些办公场所选用。这种沙发对老人也是适用的，因为对于一些腿脚不便、

起坐困难的人来说，殷实的日式沙发使他们感到更舒适，起坐也更方便（见图5）。



图5 日式沙发最大的特点是其成栅栏状的小扶手和矮小的设计

（6）和桌：和式桌很有特色，它与普通桌最大的差别在于高度方面。由于日本人习惯席地而坐或用和椅支撑，而和椅高度很矮，所以和桌是与日本人生活方式相适应的，和桌低矮宽大，根据造型可分为两类：简洁型和传统型。传统型和桌的望板和侧板一般采用透雕工艺，桌腿一般采用曲线造型，造型较复杂；简洁型和桌采用直线造型，不施雕刻，造型简洁流畅（见图6）。



图6 和桌与普通桌最大的差别在于高度方面

（7）纸窗户：在隔扇或拉门两面糊上纸，用在面向外部的部位，使室内的亮度增加。

（8）和椅：日本特有的家具之一，它与普通椅子有天壤之别，最主要差别在于没有椅腿，坐面几乎与地面相平。它有扶手支撑双臂，靠背支撑身体，大大减轻了人体负担，使人们在合理、舒适的方式下延续着传统生活习俗（见图7）。



图7 和椅没有椅腿，座面几乎与地面相平。

（9）佛龕柜：双开门是储藏器，比起实用更注重装饰性的储藏器具，是从我国传过去的佛龕。很多和室都设有壁龕，作为室内的视觉主体，用来挂装饰轴画和摆放装饰品等（见图8）。



图8 佛龕柜是从中国传过去的佛龕演变

（10）灯具：灯具分为室内灯具室外灯具，日本传统灯具和中式宫灯一样，极具民族特色主要有两种类型，行灯和塔灯。行灯采用直线格子分割造型，透明部分采用和纸或白布，一般是落地式灯具；塔灯其形状为塔形或官殿形，体量较小，中间一段镂空，造型优美，一般为台式灯具。塔灯集艺术性和实用性为一体，是一件相当精致的工艺品（见图9）。



图9 行灯采用直线格子分割造型

（11）花台：和式花台样式较少，但很有特色，它与造型轻巧的中式花几有一定的区别，首先和式花台高度较矮，底板厚实，腿形虽是曲线，但比中式花架粗壮，故显稳重、深厚；其次，虽两者都采用雕刻工艺，但雕刻的方式手法及图案有着本质的区别，此外，和式花台的面板下凹，面板圆周一般有高出花台面的装饰件（见图10）。



图10 和式花台高度较矮，底板厚实。

3、日式家具发展所带来的启发

如今，日本家具主要有和式与西式两大类，而且西式家具生产逐渐增多具有仿欧美风格加上本民族传统特点，主要以人造板、实木、层积木、集成材为基材制成。消费者最看重的是家具的用料和组件的质量，所以日本家具的发展趋势是在日本传统风格的基础上继承和创新，在吸收前人设计经验和精华的同时，抛弃其不符合时代特征的因素，并加以改进，完善和创新。

我们要继承传统但不能复古，也不能盲目照搬西式风格，要根据现代生活方式对传统家具的功能和类型进行取舍，在形式上通过复制或仿造，再现传统家具的艺术形式与人文精神。在保留传统家具基本风貌的前提下对其局部进行改变，变异和改进，包括用材的取代，结构的简化、局部形式的变异和装饰的简略等手法，以实现传统家具文化的延续。以打破分解为前提，将传统形式的整体与局部做适当的改造和重构，以获得新的表现形式；从民族的整体文化中寻找家具构思的创新亮点，构想一种完全不同于传统，而具有民族识别性的新文化形态；绿色设计与传统造型相结合，根据人体工程学原理，以人为本，设计开发满足人体生理和心理状况的家具形式；家具的零部件向标准化方向发展，因为零部件的标准化不仅能提高劳动生产率，节约各种资源，同时导致家具产品价格下降满足不同层次人的需要；还要满足再生性原则，使用速生材、人造板等材料来减少原木资源的消耗。



极简主义风格在座 类家具中的应用

Application of simplicity style in sitting furniture

■ 文 刘源 谷岩 李莹

现代工业文明的告诉我们，在极大满足人们物质需要的同时，也使生活的环境变的浮华而喧嚣。当人们不得不去面对资源枯竭、生态恶化等现实时，“朴实安详、平静惬意”成为现代人共同追求的生活方式。家具作为与人的关系最为密切的生活用品，在满足使用功能的前提下，也必须满足来源于精神层面的需求，因此极简主义便成为当代家具设计的主流风格。

“极简主义”(Minimalist)一词最早出现在艺术领域，美学理论家理查德·乌海姆(RichardWollheim)于1965年1月在《ArtsMagazine》发表的文章《MinimalArt》中,首次使用了“极简主义”这一词汇。关于“极简主义”的解释，一直存在着很多的争议。(MinimalInteriors)的作者PacoAsensi。定义它为：当一些非常有节制的作品，额外的符号被最大限度精简后的简单形式为极简主义；而JamesSeele则认为：极简主义是探求如何抛弃不必要的细节，而着重定义事物内在“质”的一种方式；另一本《MinimalInteriors》的作者AnnMcArdle认为：极简主义是将设计减少到仅为它的本质时，而强调物体自身固有的美，它的实质是去掉装饰，而在结构和空间上做文章，并且注重表面材料和色彩的运用；评论家约翰·贝罗耶也在一本杂志中提到：“极少”一词好像暗示极简主义中缺少艺术，其实不然，极简主义所强调的是创作手段的最少化，而不是作品中艺术的缺失。”

不论具体的称谓如何，这种趋势的主题是以尽可能少的手段与方式感知和创造，即要求去除一切多余和无用的元素，以简洁的形式客观理性地反映事物的本质，极简主义是一种持久而强有力的趋势和整个社会政治文化与信仰的节奏合拍，在不同时期以不同技术手段和不同形式反复出现。极简主义可以理解为装饰或表现主义的反命题。正如新古典主义的出现是针对洛可可风格的回应，今天的极简主义思潮可以看作是“矛盾性与复杂性”的对立面，也是对今日注定要过时的后现代与各种解构思潮的激进的反击(图1)。



图1 极简主义座椅家具

一、极简风格主张及对家具设计的影响

1、极简主义的主张

极简主义艺术追求形式的极简化、明晰和单纯，主张用最少的表现手法创造出最严谨的美学概念，并行程典雅自然的艺术效果。

第一，极简主义主张多采用几何造型和形式的简约性。极简主义作品多以圆形、方形、锥形等简单的几何形体构成，表面不作装饰，色彩也被简化到极致，多采用单色或仅以黑、白、灰组成。材料以工业材料为主。并利用工业可以手段制造，强调以精密的品质来体现高品位的特征。极简主义艺术家通过纯净的形式充分体现和强调了事物“质”的存在。

第二，极简主义强调物体的客观实在性。美国艺术家古森曾说：“艺术需要真诚、直接和纯粹的体验，去除象征性、去除寓意、去除个人的表现。就极简主义而言，观众得到的不是象征，而是事实。”由此可以看出，极简主义在纯艺术领域中所强调的是事物的客观存在，而非主观表现。极简主义艺术家在创作的过程中摒弃一切人为的主观意识，抛弃历史与社会的影响。以无内容、无主题的形式来体现物体的实际存在；用最独特的方式创立了与众不同的作品空间艺术。极简主义作品以最直接的方式与公众进行沟通，观赏者的情感也便成为作品的一个重要组成部分。

2、极简主义风格对家具设计的影响

从文化角度来讲，作为现代艺术的重要分支的极简主义，本着一种鲜明的姿态引导人们如何去理解现代社会和现代生活。而当这种艺术走入现实，许多设计师从中借鉴到关注社会的态度，用现实的眼光审视现实所出现的问题，将艺术的理念结合实际进行创作。这种属于意识和文化上的影响，将以一种潜移默化的功效对设计起作用。而从创作语言方面解析，极简主义提倡极度简约，为现在艺术设计的创作营造了一种新时尚。极少是删繁就简，并非单纯的简单，它是提炼出来的精粹。极简主义设计提倡工业化结构，选用工业材料，将物体形态的通俗表现提升为一种高度的概括的抽象形式。极简主义设计强调设计作品的整体性、功能性和秩序性。追求作品形式的极端简化，将设计元素几何化，色彩单纯化，以纯净、流畅、清晰的线

条来表达更深层次的内涵。设计师在创作中采用客观的态度、尽量使用最少的设计成分和要素，排除自身的感情表现，将更多的感受空间留给观众，与朴素中体现高雅的情趣。

3、极简主义风格的审美特质

繁复杂乱的工作生活环境使人的视觉和神经都长时间的处于一种紧张状态，而极简主义正是一种最本质的需求，包括生理需求和精神需求。宁静、安详的生活环境，成为大多数人的需要和目标，在这种状态下，极简主义风格应运而生。各类设计师们开始反思极简主义的设计风格，挖掘其独特的、不可比拟的审美特质。

(1) 极简主义的设计魅力，最重要的在于其创新的特质。极简主义的设计风格，没有固定的模式，包豪斯“从零开始”的口号就是在强调创新性，密斯·凡·德·罗提出的“简洁就是丰富”，其实讲的也是以简洁求创新。

(2) 极简主义设计的魅力还在于其注重功能主义的理念。极少设计不仅仅是一种设计风格，在现代的设计意念中，“极少”是相对于繁琐和复杂而言的，在设计中它特别强调设计作品的便捷性和实用性，并在这种“极少”的外表造型中实现使用者高雅、明快、和谐的精神感受。

(3) 极简主义的设计风格，符合当代大众的审美，极具时代的形象和气质。在极简主义的设计作品中，往往可以折射出历史文化的过去、现在以及未来的发展趋势。同时极简主义也体现了工业社会的高科技形象，从另一个角度证明了艺术与社会生活之间的密切关系。极简主义风格其实是现代品质家具的重要特征。极简主义风格是人本主义的，我们相信，家具是依附于人的。既然说家具是第二功能器官，那它就只能是第二位的。极简主义风格简洁而不简单，它是精致的，它的简洁背后凝聚着耗料费时的过程。所以极简主义风格与80年代的简朴自然迥然不同，与90年代追求豪奢的时尚在本质中并不相悖，可以说是趋于一致的。由于极简主义风格家具对外形、结构、材料及工艺的把握均有极高要求，简约的家具样式，更好的适应了使用者都市情结中的简单以及其回归本源的心理需要。





F 家具与装饰 URNITURE & FURNISHINGS

二、极简主义风格家具设计要素

设计风格的变迁总是遵循着“辩证法”否定之否定的规律，呈螺旋上升的趋势发展。从 20 世纪初至今的一百多年间,虽然出现过许多的“主义”和“风格”,然而“少就是多”的设计哲学却一直影响着家具设计,并在不同时期融入不同新的内涵,使其以健康而强劲的趋势发展。在以后的发展中,也许极简主义的形式会走向多元化,但其精神内涵一对本质的探寻会一直保持下去。极简主义不仅作为一种独具个性的家具艺术具有存在的价值,从一定意义上说,它对本质的追寻也会为我国当代的家具设计起到启示和借鉴的作用。

1、极简主义家具的功能要素

极简主义艺术以一种革新与反叛的姿态出现,由于其极端化的创作语言,有许多不能被大众接受的地方。家具作为一种实用艺术为大众服务,因此它与纯粹的艺术品不同,在设计中必须首先考虑家具的功能因素,而不可能创作出纯概念的极少家具。家具的功能因素包含三层内容:一是基本的使用功能;二是功能的外延,包括物质功能和精神功能两方面;三是以人体工程学为基础进行的舒适性设计。成功的家具功能设计要对人类的行为和家具使用的特殊性做科学分析,并以人的整个生理与心理需求为目标进行动态的研究创造。总之,家具的功能设计,要以舒适和方便为基本出发点,以灵活多变和节省空间为基本手法,以节省材料能源与使用耐久为原则,来满足人们的使用要求。

2、极简主义家具的形式特征

极简主义设计的表现形式是由人的感知知觉和视觉审美所决定的对设计对象“量”和“形”的简约化设计。家具设计的目标是人,且作为一种技术与艺术的结合体。它不仅是一种创造性的活动,同时也对人类的生活方式起着一定的设计作用。在功能主义和理性主义理论的指导下,极简主义家具设计讲究设计的科学性和使用中的舒适耐用,并要求设计师运用最少的表现形式和最低的能源消耗来使设计作品最大限度的体现其整体性和视觉上的完美感受。

(1) 纯粹的几何外表。采用自然界中的母体——几何形作为家具的造型基础,是极简主义设计的重要特征。自然界中的任何物体,在经过抽象的简化后,都能得到长方体、柱体、球体和锥体等几何形体,以及根据某种数理和功能关系所构

成的组合。几何学的运用是极简主义家具设计师所具备的最基本的技能和设计手段。基于对几何学的深刻理解,这些设计师将那些中间的、过度的、几何特性不是十分肯定的组成部分尽可能的省略,把保留下的具有鲜明属性的纯粹几何体作为家具的基本外表。几何造型的运用,使家具设计在一定意义上更加接近了家具的“本质”。

(2) 视觉审美及心理上的简约。极简主义风格家具的设计,充分体现了功能主义和理性主义的特征。提倡实用、耐久。要求家具设计遵从“功能第一、形式第二、功能决定形式”的设计法则;主张以严格的思维方式取代感性冲动,强调用科学和客观的方法分析问题,而不是唯美主义。

3、极简主义家具材料特征

材料对家具设计的重要性是毋庸置疑的,任何家具的造型都必须通过材料来创造形态。材料是构成家具的物质基础,也是家具艺术表达和与人交流的承载方式之一,以其自身的科学性、外观性和经济性,能动地为家具的造型和结构服务。赖特曾以散文诗的语言赋予了自己材料新的生命,他指出:“每一种材料有自己的语言……每一种材料有自己的故事”,“对于创造性地艺术家来说,每一种材料都有它自己的信息,有它自己的歌”。

当家具的造型趋于简化的时候,家具材料的选用就显得尤为重要。如果设计师对材料的本质没有深刻地了解,就很难选择合适的材料,从而无法实现设计师赋予家具的独特造型和思想内涵。在极简主义的家具设计中,几乎去掉了一切的装饰,仅以材料的原始质感和色彩作为装饰,使乍看上去形体简单的家具外表有了微妙而丰富的变化,并以此来体现极简主义作品的高品位特征。

不同的材料会对人的生理和心理产生不同的影响。例如工业化材料,如金属和玻璃等会给人一种严肃、干练、力度大和很强的秩序感;而木材、竹藤、棉麻等材料所具有的自然而朴素的质感则给人一种温暖柔和、真诚的亲近感。设计师在创作的过程中,根据不同的思想内容和功能要求选择具体的材料,并通过材料的本质特性来塑造和提炼所需要的物质形态。在极简主义的家具设计中,各种材料的运用十分广泛,任何材料都会在设计中表现出其内在的价值,

其中最常见的材料为金属、木质人造板、塑料、玻璃、天然木材等。

(1) 纯天然木材。天然的木材以其质地精良、感觉优美等众多特点,一直备受设计师青睐。同时它也是一种沿用时间最久、最优质、使用最广泛的家具材料。家具设计中对木材材质的要求表现在木材的质量适中、变形小、有足够的硬度、色彩优美、纹理美观、有利于油漆装饰等方面。利用天然木材制作的家具给人一种天然的亲切感,其温和朴素的质感,蕴藏着人造材料无法替代的心理价值。而把木材运用到当代的极简主义风格家具设计中,可以打破春工业材料带给家具的冷漠感,以体现出高科技与传统文化的人文关怀机制。

(2) 木质人造板。木质人造板是将原木或加工剩余物经过各种加工方式制成的木质材料,具有幅面大、质的均匀、表面平整、易于加工、利用率高、变形小和强度大等诸多的优点。利用人造板进行家具生产,有利于实现结构简洁、造型新颖、生产方便、产量高和质量好。便于实现现代化、系列化、通用化、机械化、连续化、自动化批量化生产的极简主义家具生产要求。并且在当今大力提倡降低能耗、保护自然资源,强调绿色化家具制造的背景下,人造板已经逐步代替天然木材而成为木制家具生产中的重要原料。木质人造板主要包括胶合板、刨花板、纤维板、细木工板、纸质蜂窝状空心板、多层板及单板层积材和集成材等。

芬兰现代建筑与家具的奠基人阿尔瓦阿尔托(AlvarAalto 1899—1976)是当代最具影响的设计大师之一,开创了现代斯堪的纳维亚设计风格,他采用蒸汽弯木的新技术设计和制造家具,在现代家具设计上具有非常重要的突破和贡献,他设计了一系列既有品味,又非常人性化、大众化的现代主义家具杰作,达到了功能与形式的完美统一,又内涵着温馨的人文主义。



图2 41号椅



图3 NO.98 茶几

“帕米奥椅”Paimiochair,又称 41 号椅(图 2),这是北欧风格最具魅力的弯曲木椅,它以人体曲线为造型依据,以胶合板模压成型,就坐时两面三刀端弯圈产生弹性,被称之为“无弹簧”软木椅。



图4 NO.31号悬臂椅



图5 扇形腿凳

No 98tea 茶几,阿尔托从 20 世纪 30 年代进行家具设计,开始于帕米欧肺结核疗养院设计完成之后,配套进行家具设计,他设计的家具从来不采用简单的直角方式,而是利用木材弯曲的特点,保持弯曲的有机形式(图 3)。

No.31 号悬臂椅,这是阿尔托经过多次试验后制造成功的第一把悬臂木椅(图 4)。

扇形凳 fan-leg stools,扇形凳是阿尔托在家具腿型上的一个创造(图 5)。利用 90 度的弯曲木腿,按图锯成等腰 18 度,然后将 5 个同样的弯曲木腿用圆棒棒连接起来,成为一个扇形腿。在两个 90 度弯腿之间各切去一个 45 度角,然后拼装起来,就成“Y”型腿。这是阿尔托在现代家具设计上的又一大贡献,至今仍在应用。

4、极简主义家具色彩特征

成功的色彩处理可以给人舒适和愉悦的感受,在一定程度上还可以协调或弥补造型中的某些不足。反之,不仅会影响家具功能的发挥,还会破坏家具造型的整体美,从而使人出现一些枯燥、沉闷、冷漠甚至沮丧的心情。

每一种色彩都具有其自身的性格,最直接的影响人的情绪,也最能体现设计师的设计思想和情感表达。如高彩度、高明度的色彩给人一种华丽感。而低彩度,低明度的色彩则给人一种朴实感;暖色系、高明度的色彩给人一种面积大的前进感,而冷色系、低明度的色彩则给人一种面积小的后退感。红、橙、黄让人兴奋,蓝、绿让人沉静,白色纯净、黑色庄重(图 6)。

在同一个画面或同一件作品当中,



图6 不同色彩明度的极简座椅

过多种色彩的组合会造成人们视觉的疲劳。因此在极简主义的家具设计中,要求色彩以单色和大面积的纯色为主。其中黑与白是极简主义的代表色,而如灰色等原色和无印花、无图腾的整片色彩所渲染出的宁静而内敛的气氛,则能够在纯净的色度空间中显现简约的艺术特征,也更为符合简约的制造和精湛的工艺。总之,在进行家具色彩设计时,应从家具色彩的形成、家具的使用功能和室内环境及人的主观因素等几方面综合考虑,以获得满意的色彩效果,提高家具产品的审美价值。

三、极简主义在家具设计中的应用其及表现

意大利从 2000 年米兰国际家具展开始,每年极简家具作品层出不穷,引起世界广泛的关注,引领了整个时尚界,从服装到建筑乃至汽车纷纷打起极简主义旗号。在法国,设计大师菲利浦斯塔克(Philippt Starck),他无疑是极简主义家具设计的领军人物。他的作品务求简洁,但绝非单调乏味,无论是整体布局还是细节处理,均仔细推敲精心策划,在看似极简的手法中寓含丰富的效果,于貌似随意的创意中见深刻的设计功底。



图7 明式椅 (Mi ming armchair)



图8 “路易斯魂灵” (Louis Ghost) 扶手椅

菲利浦·斯塔克认为中西合璧的家具将是来来家具设计主流,他设计的明式椅体现了更深层次的设计哲学:深刻的内容远胜于表面的矫饰。他抓住了明式家具的精炼特点,又将聚碳酸酯材料



F 家具与装饰 URNITURE & FURNISHINGS

的透明特性与轻盈的充气形态联系起来,使得整体感觉更为剔透晶莹(见图7)。

“路易斯魂灵”(Louis Ghost)扶手椅(图8),这件作品是斯塔克在2002年为Kartell公司设计的一款塑料椅子,现已成为公认的塑料椅子经典之作,出现许许多多的电视、电影、广告、海报等场合。“将塑料引入家庭”是Kartell创立之初确立的企业发展目标。Kartell公司以实用、趣味、创新为设计理念,令塑料的轻便、坚固、可塑和色彩鲜艳等特点在家具作品上发展到了极致,而斯塔克的这把椅子完美的展示了一把普普通通的塑料椅子所能够呈现出的最大魅力。



图9 凯尔·克林特所设计的座椅

最杰出的极简主义家具代表要数北欧家具,以其完全不使用雕花、纹饰的家具风格征服了世界,左右了大家的思想。北欧家具被普遍认为是最有人情味

的现代家具,这正是体现了极简主义“以人为本”的精髓。它们考虑的是人坐怎样的椅子觉得不累。被称为丹麦家具设计之父的克林特,为研究座椅的实用功能,他会在设计之前画出各种各样的人体素描,在比例与尺寸上精益求精,并运用技巧将材料的特性发挥(见图9)。

北欧设计师非常注重木材的加工处理,讲究形式简洁,木纹光亮而无过分修饰。我们所说的北欧设计学派,主要是指欧洲北部四国挪威、丹麦、瑞典、芬兰的室内与家具设计风格。纯粹、洗练、朴实的北欧现代设计的基本设计精神就是:人本主义的设计思想、功能至上的设计方法,传统工艺与现代技术的结合加工工艺、宁静自然的生活方式、“风格即生活”的设计理念。在此期间涌现出不少家具设计大师,如瑞典的马姆斯登(Carl Malmsten)、丹麦的韦格纳、芬兰的阿尔瓦·阿尔托(Alvar Aalto)等。作为北欧家具企业代表的宜家家居更是把极简主义风格带到了世界每个角落,并由此对家具设计也起到一定的影响作用。

日本的设计产品,他们不曾强调自己的创意或突破有多伟大,却坚持着对品质的要求。开辟了极简主义家具设计的另一条思路。其中最具有影响力的家具设计师之一,深泽直人(IDEO公司前设计师,“MUJI”无印良品顾问委员会成员,深泽直人设计公司负责人,东京多摩艺术大学产品设计系教师),深泽直人的设计在欧洲和美国赢得了40余个设计大奖,他曾为知名公司进行设计诸如苹果、爱普生、日立、无印良品、NEC、耐克、日本精工株式会社、夏普、steelcase、东芝等。2010年第49届意大利米兰国际家具展中又以极简主义风格书架作品再获好评。深泽的设计简单利落,把设计还原到人们基本需求上。深泽直人的极简



图10 深泽直人所设计广岛系列家具

主义设计,是对设计关系高度抽象、概括的产物,它不同于那些过分地表达设计、强调姿态的极简主义设计,也不同于纯粹功能主义严肃几何形态的冷漠生硬,他的“Super normal”风格,包含着“平常心”的意思,是对现代设计反思后提出的一种平常设计,更是一种境界。形式上的极至简单,渗透着禅的思想,在不加重人精神负担的前提下满足需求,现代人在经历了审美疲劳之后,逐渐发现内心深处被忽视的需求,于是用简单化解繁杂,就像一个自然调整的过程。他认为,有意识和无意识两种行为都可能成为设计的源头。设计要在无意识中发现灵感,作为设计者,比不是设计的人知道更多创意点子。向来看重产品实用性的深泽把注意力集中在品质改进上。他的每一个产品都是简单而不简陋。他的作品总是在无意识中发现灵感,普通至极却个性凸显。就像深泽一身素黑的打扮,却透出了鲜明的风格个性(见图10)。

四、结语

极简风格家具的设计起到了不容忽视的作用,越来越多的极简风格家具受到中国都市消费者的喜爱,特别是白领阶层,非常轻松愉快地接受了极简主义。极简主义的家具样式,极大地满足了都市居民追求简单以及其回归本源的心理需要。因为,极简主义风格的家具提倡采用现代的新材料,强调合理的结构与单纯的形式,用最经济的花销,借助最优秀的工艺手段,最简洁的造型来获得最大的舒适度,并注重以人为本和考虑设计中社会时尚心理、艺术形式语言以及设计师个性风格,因而,它适应了当前社会发展的需要,它戒除了现代物质化社会的浮躁,它倡导了一种轻松、舒适且美观大方的生活方式,是现代人类追求高品质生活方式的一种新的尝试。

(参考文献略)





软装陈设之家具 作用与风格

Function and style of
upholstered set out furniture

文 王晓利

室内装饰一词始于欧洲 17 世纪的巴洛克式和 18 世纪的洛可可式建筑艺术。当时，艺术家们在建筑室内空间的围护表面（如天花板、墙壁）设计较多的附加装饰，一般多采用卷草、花卉等彩绘纹样和浮雕装饰，以美化室内环境。室内装饰在中国有着悠久的历史，远在石器时代，先人们就已经开始在自己的穴居、巢居空间进行有目的地营造。在原始社会的装饰中，虽然出现了一些装饰图案和意象画，但很少是纯粹作为装饰的，大多表明一种宗教、迷信或巫术的含义。经历数千年发展，明清时代的室内装饰已相当精细和华丽，到达了封建社会室内装饰的顶峰。到了近现代，随着科学技术的发展，室内装饰的形式和内容更加丰富多彩。特别是西方设计风格的传入，人们对于空间的形态，有了更多的选择余地。

室内装饰的内容大体可分两类：一类是依附于建筑实体的，如空间造型、绿化、装饰、壁画、灯光照明以及各种建筑设施的艺术处理等，统称为室内装修；另一类是依托于建筑实体的，如家具、灯具、装饰织物、家用电器、日用器皿、卫生洁具、炊具、文具和各种陈设品，统称为室内陈设。后一类具有相对独立性，可以移动或更换（图 1）。



室内装修

室内陈设

图1 室内装饰





家具与装饰

URNITURE & FURNISHINGS

软装饰作为室内装饰的一个重要组成部分，以其独特的优势获得越来越多

人的重视。我国从 20 世纪 90 年代以后由于室内设计发展的需要开始有研究室内软装设计的记载，其中最初只是以相对于室内物质表面的“硬”而说的软装饰，

只包括织物饰品类，只是单纯表面意义的“软”。但随着室内设计理论的不

断发展，从而赋予了软装饰更丰富的内容，不只是局限于物理上的特征。目前，被

大多数学者认可的软装饰包括两个方面的涵义：其一，指室内空间各界面装修完

成后，其余那些方便更换、移动的装饰品或陈设，如家具、陈设品、工艺品、灯

具、植物、窗帘等称为软装饰。其二，软装饰还是一种行为，强调人们对于室内

“软环境”的追求，利用软装饰品营造一个亲切、自然、柔和、个性的空间，使其更具有欣赏性，更有艺术价值，以此满足自己的精神追求。因此，软装饰不仅是指室内设计过程中的各种装饰品，同时也是一种设计方法和设计理念。软装饰设计注重以人为本的人性化设计原则，达到功能和艺术的统一（图 2）。



图2 软装饰

家具是室内的主要陈设，既具有使用功能，又具有装饰功能，它与室内环境构成了一个统一的整体。因此，在设计和选用家具时，除了从人体工效学考虑在外观尺寸上符合人体各部分的生理尺度、在款式造型上符合人的心理需求之外，还应与室内尺度和室内环境相协调。

1、软装陈设之家具作用

（1）构成要素

家具是由材料、结构、外观形式和功能四种因素组成。结构是指家具所使用的材料和构件之间的一定组合与连接方式，是根据一定的使用功能而组成的一种结构系统；家具外观形式直接展现在使用者面前，是功能和结构的直观表现。家具产品的功能分为四个方面，即技术功能、经济功能、使用功能与审美功能。

（2）空间作用

1) 供人使用。这是家具的首要任务，也是家具的主要功能，人们在使用家具的过程中，除了获得直接的功效外，还会得到一种心理上的满足（图 3）。



2) 合理划分空间。用家具来组织并划分空间，能减少墙体的面，减轻自重，提高空间利用率，还可在一定的条件下，通过家具布置的灵活变化达到适应不同的功能要求目的（图 4）。



图4 划分空间

4) 创造空间气氛。气氛即内部空间环境给人的总体印象，如欢快热烈的喜庆气氛、亲切随和的轻松气氛、深沉凝重的庄严气氛、高雅清新的文化气氛等。



图5 环境气氛

5) 体现居室环境风格。家具是一种文化内涵的产品，实际上体现了一个时代、一个民族的生活习俗，它的演变实际上也表现了社会文化及人的心理行为和认知。每一个民族文化的发展及演变，都对居室设计及家具风格产生极大的影响。既然家具的形态风格具有强烈的时代性、地域性和民族性，因此在居室设计中始终要求家具的风格与居室装饰的风格相协调。从家具自身的角度而言，它的风格不仅展现了自己，同时又展现其空间的整体风格（图 6）



美式风格

图6家具风格

现代风格

2、软装陈设之家具风格

纵观整个家具发展史，家具的发展与建筑、雕塑、绘画等艺术形式同步发展，同时，在这个历史过程中融技术、材料和工艺于一体，不断达到新的高峰。家具的发展是世界不同国家不同历史时期文化艺术、建筑风格、审美情趣、科学技术和生活方式的综合体现。

（1）新中式风格家具

新中式家具常表达出对清雅含蓄、端庄丰华的东方式精神境界的追求。新中式（现代）家具，是指一种蕴涵中国文化，却用现代的手法和技术来表达的一种家具风格。新中式家具充分吸收传统中式家具简洁秀丽、典雅大方造型特点。融入现代美学观念，把传统家具造型中不符合现代审美观，多余造型结构简化或弃用。根据现代人的审美需求对经典造型元素重构、打散、提炼加工，进而创造出既符合现代人功能需要，极具时代审美特点，蕴含传统美学文化的新中式家具。赋予新中式家具造型崭新的美学精神，让传统艺术在当今社会得到合适的体现（图 7）。



图7 新中式家具

新中式家具在装饰纹样上多采用传统纹样将其进行简化处理，例如可将青花瓷图案运用到家具表面，展现出新中式家具的视觉效果（图 8）。为了从意象上体现出新中式家具的韵味，还可以直接吸取传统文化符号直接运用到现代家具造型上。图 9 所示，一把“牡丹亭”座椅其优雅的曲线和半圆形的造型与中国传统明式家具具有异曲同工之处，椅子使用白蜡木拉丝工艺，沙发的靠背及扶手勾勒出了明式圈椅的轮廓，色彩上运用了中国水墨画“留白”之美，充分体现了中国传统艺术的寓意，可謂是“无墨之韵”，天人合一。扶手椅正面右下方被巧妙地钉上了一颗红色丝纽扣，恰似中国画中的一枚朱印，起到画龙点睛的作用。椅子上的故事有一份闲散，也有一份诗意，仿佛看到古代中国与现代西方的柔美在此交汇，似是信手拈来，却是神来之笔。



图8 新中式沙发

图9 “牡丹亭”椅

新中式风格家具在结构上也可采用传统的榫卯结构，其与现代材料的结合，更能体现出中式家具的精髓所在，材料链接之处不仅能具有牢固家具的作用还具有装饰家具的作用（图 10）。最后，新中式家具在色彩表现体系上通常会采用官方五色观“黑、白、红、黄、青”（图 11）。



图10 “睡美人”座椅

图11 红色立柜

（2）现代简约风格家具

现代简约家具强调功能性设计，家具线条简约流畅，色彩对比强烈，结构合理，家具装饰基本不采用任何装饰，这是现代简约风格家具的主要特点。在家具用材上大量使用钢化玻璃、不锈钢灯新型材料作为辅料，造型上能给人带来前卫、不受拘束的感觉（图 12）。

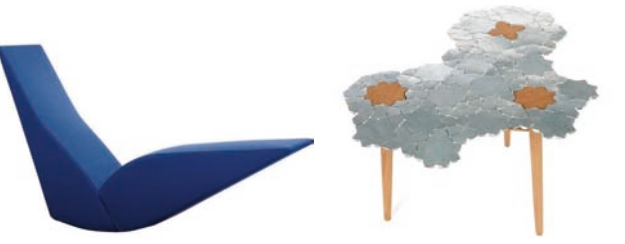


图12 现代简约风格家具

随着社会经济的迅速发展，人们为了在高度发达的后工业社会中寻求心理平衡。现代简约风格家具也常表现出个性化与独立性。如设计师 Ana Jimenez 日前带来一系列家具设计。以墨西哥传统的面具文化为灵感，Ana Jimenez 巧妙地将其中一些经典的面具人物元素融入设计中，让家具变得更加拟人化：或是多出了“手”和“脚”，或是颜色鲜亮大胆，从而带给家居空间一些不一样的体验（图 13）。



图13 Ana Jimenez家具系列



F 家具与装饰 URNITURE & FURNISHINGS

(3) 现代北欧风格家具

现代北欧家具充分融合斯堪的纳维亚人对周围事物的一种暖人心脾的“亲切感”，考虑产品的构造、材料的选择、功能的表现性，此类家具产品不刻意追求革新，而是平稳协调地发展，不走极端，北欧风格总是给人简洁、无暇的感觉，透出现代简约的时尚感（图 14）。北欧的斯堪的纳维亚设计，是北欧历史长期孕育的产物，深深地根植于北欧自然地理、民族、文化、语言以及社会体制。它的人性化、独创性、生态性、科学性、工业化，符合现代年轻人对简约、时尚的追求。



图14 北欧风格家具

北欧具有代表性的现代家具之一威格纳的孔雀椅，其从传统中产生新的赏心悦目的形式，将优美的外观形式与使用功能糅合为一体。孔雀椅源于早期的温莎椅，沿袭了它的椅背、椅腿以及扶手的结合方式，由一个大环箍和 14 根放射状箭杆组成的椅背犹如一只开屏的孔雀，十分壮观。藤编坐面与富有弹性的箭杆能极好地满足人体对舒适性的要求。这件椅子最早于 1947 年哥本哈根工艺协会的年会上展出，很快引起了国际上的注意，使其成为北欧现代家具著名和受欢迎的作品之一（图 15）。



图15 威格纳孔雀椅

(4) 新古典风格家具

新古典家具是在古典家具的款式中融合了现代的元素，符合现代人的审美视觉享受。欧式新古典家具摒弃了始于洛可可风格时期的繁复装饰，家具更轻、更女性和细柔，考虑人体舒适的尺度，对称设计，带有直线和几何形式，大多为喷漆的家具，追求简洁自然之美的同时仍保留欧式家具的线条轮廓特征。新古典家具具有“形散神聚”的特点，常采用简化的手法，

现代的材料和加工技术还原古典气质，使装饰效果上具备了古典与现代的审美效果。完美的结合也让人们在享受物质文明的同时得到了精神上的慰藉。欧式新古典家具在造型上常采用直线形式；白色、金色、黄色、暗红色是新古典家具中常见的主色调，少量白色糅合，使家具色彩看起来明亮（图 16）。



图16 新古典家具

(5) 地中海风格家具

地中海家具起源于文艺复兴前的西欧，其家具色彩大多以白色为主体或多些白色，也有的采用色彩浓烈的西班牙风格。色彩元素的巧妙组合可以给人带来舒适的视觉感受，同时又给人休闲、浪漫、自由的感觉，符合追求高品质浪漫生活的小资情调。地中海风格的基础是明亮、大胆、色彩丰富，绚丽多姿的色彩融汇在一起。地中海家具以其极具亲和力的田园风情，柔和的全饱和色调和组合搭配上的大气，在全世界掀起一阵地中海旋风。总结一点，地中海的颜色特点就是：无须造作，本色呈现（图 17）。



图17 地中海家具

地中海家居门框、楼梯扶手、窗户、椅子的面、椅腿会做成蓝与白的配色，将蓝与白不同程度的对比与组合发挥到极致（图 18）。厨房地面铺彩色陶砖；家具具有岁月的斑驳感；配饰休闲自然，采用天然材料，比如厚重的原木，家具也是尽量采用低彩度、线条简单且修边浑圆的实木家具或藤类等天然材质。地中海风格的家具，在外观形式上大多采用简单的线条、浑源的周边，具有明显的区域特色。从家具物质技术条件来看，没有太多的技巧，而是继续保持最简单的意念，捕捉地中海沿岸直接的光感影像、大自然味道浓郁的材质、大胆而自由的色彩。



图18 地中海家居

(6) 古典欧式风格家具

古典欧式风格家具追求华丽、高雅的古典，富于装饰性是欧式古典家具的主要特点。古典欧式风格家具坚持每一件家具都精雕细琢，家具表面每一根线条，每一片花纹，都是由雕花师傅一刀一刀雕琢而成，有一种浓郁的人文气息、庄重气派、精雕细刻、雍容优雅，兼以有品位、有文化含量和异国情调，充满了贵族气息，常体现主人的卓越生活品味（图 19）。



图19 古典欧式家具

(7) 美式乡村风格家具

美式乡村风格家具以简约、明快、大气、舒适为导向，强调回归自然。在色彩选择上，谷仓红、绿、芥末黄等色彩是美式乡村风格家具的特征（图 20）。在材料选择上，传统美式家具多以桃花心木、樱桃木、枫木及松木为主制作，家具表面精心涂饰和雕刻，风格精致而大气。涂饰上往往采用做旧处理，即在油漆几遍后，用锐器在家具表面上敲出坑坑点点，再在上面进行涂饰，现代美式家具则更注重功能性和实用性。



图20 美式家具



图21 美式乡村家具

美式家具的迷人之处在于良好的木质造型、雕饰纹路和细腻高贵的色调，传达了单纯、休闲、有组织、多功能的设计思想，让家庭成为释放压力和解放心灵的净土，深受高素质成功人士喜爱（图 21）。



3、结语

家具作为人们生活、工作必不可少的用具，必须满足人们生活的需要，还要满足人们一定的审美要求。设计家具就是设计一种生活方式，设计生活。只有在生理上和心理上都满足人们功能要求的家具才是真正好的家具设计。家具是一种丰富的信息载体与文化形态，其类型、数量、功能、形式、风格和制作水平，以及社会家具的占有情况，反映了一个国家和地域在某一历史时期的社会生活方式、社会物质文明水平以及历史文化特征，因而家具凝聚了丰富而深刻的社会性和文化性，一件或一套精品家具必然会体现出其具有的技术含量、艺术含量和文化含量。一个成熟的家具风格必须具有容易辨认的明确特点；从整个家具系列乃至整类的产品到个体家具的造型、立面、局部、细节装饰等都贯彻一贯性；在一个相当长的时期内，基本特点不变，并且产生一批代表作品。



浅谈地毯在室内装饰中的应用

Application of carpet in interior decoration

■ 文 姜雨欣 闫宇

当今的室内装饰环境设计，人们为营造安心、健康、舒适的居住环境，讲求更多的便是“轻装修，重装饰”。因此，软装设计作为一门新兴的行业在室内整体设计中的作用更突显出来，而地毯作为室内软装设计中的一个要素，同样起到了不可忽视的作用。

地毯作为中国著名的传统手工艺品，追溯历史已有两千多年。早在唐代，大诗人白居易在《红线毯》诗“地不知寒人要暖，少夺人衣作地衣”的名句中便有所体现。尤其以新疆和田地区所生产的地毯更为名贵，有“东方地毯”的美誉。一般以毛、棉、麻、草、丝等天然纤维或化学合成纤维作为原料，经机械工艺或手工进行编结、栽绒或纺织而成的地面覆盖物，叫做地毯。

一、地毯的分类

地毯种类多种多样，设计师在定位家居设计整体风格时，应将其体现不同特性考虑其中。

1、按材质分类

(1) 纯羊毛地毯：采用天然纤维手工织造而成。其优点为不易吸尘土，不带静电，毛质细密，脚感好，受压后能很快恢复原状，另外，纯羊毛地毯图案精美，色泽典雅。但它的防虫性、耐菌性和耐潮湿性较差且价格较昂贵多用于高级别墅住宅的客厅、卧室或大型宴会厅。

(2) 藤麻地毯：体现乡村风格最好的元素便是藤麻，它是一种独具自然感和清凉感的材质，与曲线优美的家具、布艺沙发或藤制家具搭配，相得益彰。

藤麻地毯适用于东南亚、乡村、地中海等亲近自然的风格。

(3) 真皮地毯：泛指皮毛一体的地毯，皮毛多取自牛、马、羊等，多用于比较奢华的家居环境中，能为客厅增添一抹



浪漫的气息。同时，真皮地毯由于价格昂贵，可作为收藏品，具有一定收藏价值。

(4) 化纤地毯：种类有丙纶、腈纶、涤纶和尼龙四种，花色类似纯毛地毯。其优点为耐磨性强，不易霉变、腐蚀，因此受到市场的一致欢迎。

(5) 塑料橡胶地毯：由于其具有色彩鲜艳、柔软舒适、弹性好、耐水、防滑、易清洗等特点，因此特别适用于卫生间、浴室等特殊环境中。

2、按表面纤维状分类

(1) 圈绒地毯：圈绒地毯即指把纱线植于底布上，表面显得不规则。这种地毯，耐磨性极好，即使频繁踩踏，也不易变形（图1）。

(2) 割绒地毯：割绒地毯即指把圈绒地毯的纱线割开制成，这种地毯，表面平整，脚感相对较好。但其耐磨性则不如圈绒地毯（图2）。

(3) 圈割绒地毯：圈割绒地毯是前两者的结合体，其优点为脚感好，回弹性和弹性较好。



图1



图2

3、按编织工艺

(1) 机织地毯：机织地毯由于采用机器织造，结构更为牢固，花色更加丰富。

(2) 手工地毯：手工地毯由于采用人工编织且采用上等羊毛，地毯更加精致结实。

二、地毯的功能

首先，地毯多用于室内空间的铺设，

其色彩强烈、质感柔和，给人带来静谧、惬意的优质生活体验。其次，地毯较之其他材料是最有效的声学建筑材料，具有吸音、防尘的功能。再者，从功能角度来说，地毯的存在已远远超过单纯作为地面材质铺贴的作用，不同图案、纹理的地毯可以有效规划界面空间，有些地毯甚至成为桌子、墙头下的装饰物。

三、地毯的装饰性

地毯的铺贴多用于客厅、卧室等空间。地毯的选择，决定了室内空间的风格走向。

1、客厅地毯的选择

客厅作为室内住宅的重要空间，其地毯的选择，很大程度决定了整个居室的风格走向。

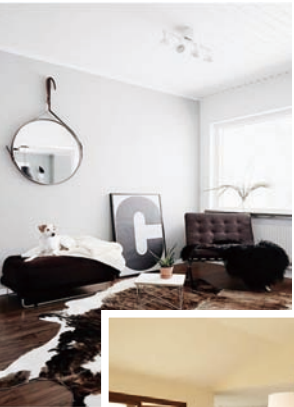


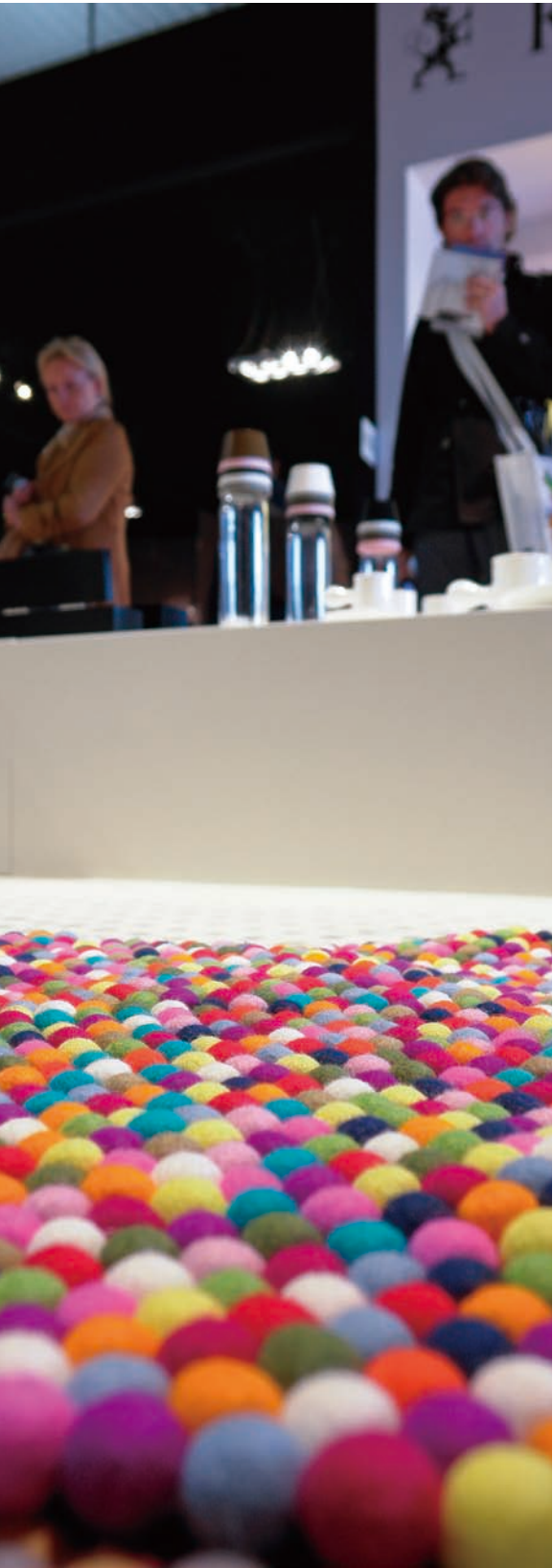
图3



图4



图5





F 家具与装饰 URNITURE & FURNISHINGS



(1) 对于现代元素充斥较多的客厅空间，创新是其突出特点。在地毯的选择上应该标新立异，一款个性独特的兽皮地毯，会让客厅增加潮流、时尚的品味，成为现代客厅空间的优中之选（图3）。

(2) 大面积鲜艳的色块在空间中产生碰撞，形成独特亮眼的客厅场景。地毯上的拼贴图案为客厅增添了一些浪漫气氛，冬天的居室有了它的映衬也平添了淡淡的清新暖意（图4）。

(3) 对于北欧极简主义风格，藤麻地毯的选择会使空间多份惬意。搭配灰色调为主的北欧风格，更显别致、淡雅。而且其质感以及纹理的简朴味道，与布艺沙发的格调非常融洽，能让自然氛围更加浓郁（图5）。

2、卧室地毯的选择

(1) 卧室是休息放松的私密场所，在地毯的选择上，首先考虑的便是地毯的舒适性。在尼龙、涤纶、羊毛、混纺等材质中，首选的便是羊毛地毯，除了羊毛具有最舒适的触感外，从颜色上来说，一块纯色的羊毛地毯搭配多种风格卧室空间都恰到好处，无论是现代简约的清新，或是地中海的浪漫甚至东南亚的浓郁，一块质感纯厚的羊毛地毯，都会给人带来饱满充盈的视觉美感，提升整个卧室的温暖指数（图6）。



图6

(2) 搭配花朵图案的地毯，使整个空间增添温馨，空间感觉更加活泼灵动。同时，也为卧室营造出艺术美感。

(3) 对于营造一个舒适、随意的卧室空间，涤纶材质便于清洗，成为更好的选择。

3、小范围的点缀也会起到理想的效果

块毯成为家具或墙头下的装饰物，无论搭配欧式风格的软包沙发还是现代风格的金属家具，相映成趣，相得益彰（图7）。



图7

随着社会的发展，人们审美水平的不断提高，地毯这种材料的实用功能在逐渐淡化，开始朝着多元化的方向发展。除了具有本身的实际功能以外，更多了些装饰性。地毯的应用已不仅仅作为铺贴物运用于床下、沙发下。我们甚至看到了它作为一种装饰元素出现在墙面、台面上。未来，地毯的应用会更加广泛，真正成为令人们眼前一亮的惊喜之物。

（本文部分配图引用米兰家具展 Furnishing Accessories）





人体工程学的厨房空间设计初探

Ergonomic kitchen space design

■ 文 康晓宇

厨房空间是家居环境中的重要组成部分，厨房空间设计风格应该与整体家居环境相协调。因此，在对厨房空间设计时除了要考虑橱柜设计的实用性、安全性、艺术性之外，厨房空间的设计更不能缺少人体工程学设计。现代集成厨房空间设计更强调提高人体操作的便捷性、向省时省力的人性化设计发展。

本文将人体工程学的理论与厨房设计相融合，从厨房的操作环境，厨房的空间设计，以及厨柜设计等各方面，详细阐述了如何将人体工程学应用到厨房的相关设计中。设计要以人为本的观点已在设计界取得广泛的共识，在新的厨房概念中，厨房不仅仅是烧菜的地方，还应该是娱乐、休闲、朋友聚会、沟通情感的家庭场所。因此在进行厨房、厨柜设计时，更应该考虑合理的作业流程和人体工程学设计，合理的工作流程可以在厨房作业时，保持一份悠然自得的心态，舒适的人体工程学尺度能充分让您感受到人性化的温暖，操作起来也得心应手。

1、人体工程学对厨房空间的设计要求

厨房空间强调功能与布局，根据厨房各部分功能区要充分考虑到橱柜与空间的关系，通过组织电器、橱柜可以设计出实

用便捷的厨房空间。厨房空间设计应考虑的因素很多，如门、地砖、色彩、照明、通风、吊顶易清理等。根据家居装修风格的不同所选用的墙地砖材质也有要求，简欧风格宜采用哑光材质的橱柜。简约厨房空间注重简洁直接的体块、对比的色调、别出心裁的细节设计以及对橱柜的合理布置，如使用滑动隔板则可将空间划分开来，这种无限制的内部空间会使室内显得空敞而简洁或通过水平垂直的设计要素、简单的几何形及其组合形成的美感可以营造出不同的厨房空间。

橱柜对充实厨房空间起到不可缺少的作用。人们在厨房操作时应合理设计橱柜尺寸，如台面距地高度，吊柜的吊挂高度以及柜体进深等尺寸均要符合人体可操作范围。知名品牌橱柜都是工厂批量化、模块化加工生产，为了便于加工生产都有不同高度的模块化柜体可供选择。以华帝集成厨房为例，地脚线高度通常有 60mm、80mm、100mm、150mm，地柜的高度有 655mm 和 720mm，吊柜的高度有 720mm、900mm、1080mm 厨房作为家居空间的一部分，应符合整体空间设计构思，橱柜应以具备环保的材料、严谨的结构、多功能等特点。

2、人与厨房空间设计互动的关键

人体工程学将室内空间分为行为空间、生理空间和心理空间。好的厨房空间应考虑完成炊事活动所需要的行为空间、窗户采光条件及通风口大小、以及无压迫感的棚地间距。通过改变室内构造要素(开窗位置、大小、室内配色等)来调节心理空间。此外现代家居环境提倡用健康环保的材料营造温馨的家居生活。设计过程中应以节约能源、保护环境为基础，基于人体工程学的厨房产品设计应具备节能性、耐用性、环境亲和性、多功能性以及可回收性。

(1) 选材

材料是厨房空间的物质基础，选用节能环保、可再生材料。目前橱柜箱体材质以刨花板为主，品牌产品有更好的多层板、实木板可供选择。门板以中密度纤维板为主要基材通过不同的工艺处理可分为双饰面、烤漆、紫外光固化漆、吸塑模压、实木门板及防火板等。台面以人造大理石和石英石为主，石英





D 设计与工艺

DESIGN & TECHNOLOGY



石具有硬度高、坚固耐用等优点，不足之处在于拼接处有缝隙、倒棱不光滑，设计应根据材料自身特性选取材料。

(2) 橱柜形态与结构的设计

厨房空间应合理分隔和组合长度、面积、体积以及整体与部分的关系。通过点、线、面、体等造型元素的灵活组合形成具有一定美感的视觉效果。室内户型由建筑结构决定而成，首



先根据天然气管道、天然气表及下水管的位置确定好吸油烟机及星盆的位置，北方采用地热取暖的户型常将地热泵开关设置在厨房空间中，因此在对厨房空间进行布局设计时应根据厨房所涉及的各种电器尺寸进行合理布局。橱柜门板上的明装拉手、柜体小射灯即可被看作是点，采用规则或是不规则的点进行排列可以产生运动感和稳定感。橱柜门板上的隐形拉手有镶嵌在门板上和柜体上两种，它是线元素的造型，通过外轮廓显得粗细、直曲起到视觉传达作用。面、体具有围合空间，划分功能空间的作用，对面进行虚实关系的处理，可以对空间进行灵活创造。

(3) 面向功能尺寸的设计

橱柜设计离不开产品的使用环境，厨房空间设计应强调形状和空间，加强产品空间功能性，从而减少形式上的拘泥。因此对橱柜功能设计应遵循以下方法：①人体工程学原则。以人体尺度参数为设计依据，以“人、物、环境”系统为设计理论，为橱柜的“环境因素”提供设计准则。②标准化原则。标准化设计有利于保证产品零部件的规格化和加工过程中的生产专业化，提高生产效率；有利于节省材料，充分合理利用自然资源；有利于简化生产和设计工作；便于产品的协调与配套。③审美比例原则。科学的比例关系可以优化橱柜的使用功能并给人以和谐的视觉感受。④力学强度原则。不能为了节省材料、降低成本或追求美的比例关系而破坏橱柜的强度要求，无法保证产品的安全性。

(4) 颜色、灯光

浅色的墙地砖、集成吊顶或石膏板平棚即可构成一个厨房空间，人们对厨房空间的要求不是一个固定的尺度，特别是心理上所需空间的尺度受环境因素的影响。应根据人体动态尺度和行为活动的范围来考虑厨房空间设计，确定好备餐区、洗涤区、操作区等。浅色调可以增强空间感，也便于室内的各个角落都有反射的自然光，并与集成厨房要素形成对比。光是厨房空间的基本元素，通过使用人工照明、窗户、半透明材质使空间通透自然，现代集成厨房已有各种吊柜底板灯、层板灯、柜体内LED灯等可供选择。橱柜采用不同材质、颜色进行对比能丰富厨房空间。橱柜基础色与厨房主色调（墙地砖色调）统一或者产生对比。空间大、采光足的厨房，橱柜基础色可用低明度的色彩，营造出沉静之感；空间小、采光不足的厨房，则适用明度和纯度较高、反光性较强的色彩做橱柜基础色，因为这类色彩具有空间扩张感，在视觉上可弥补空间小和采光不足的缺陷。

3、结论

建筑室内设计实际上可以说是空间尺度、布局的设计与空间渲染的问题，了解人与空间的相互关系对于合理设计室内空间是非常必要的，否则设计出的空间会给用户带来不便和心理压抑，影响工作和休息的质量及效率。

了解了这些数据之后，我们在做设计时就能够充分的考虑这些因素，做出合适的适当的选择，并考虑在不同空间与围护的状态下，人们动作和活动的安全，以及对大多数人的适宜尺寸，并强调其中以安全为前提。在艺术设计中人机关系的研究是设计作品成功的前提。家具设计中的尺度、造型、色彩及其布置方式都必须符合人体生理、心理尺度及人体各部分的活动规律，以便达到安全、实用、方便、舒适、美观之目的。



整体厨柜的无障碍设计

Obstacle –free design for integrated kitchen cabinet

■ 文 张继娟 胡青梅

厨房作为人类居住的“第三空间”正逐渐成为人们日益重要的生活中心。一日三餐的洗切、备餐、烹饪、食物和餐具贮存、用餐后的清洗与整理等，使操持者一天中常常要消耗 2—3 个小时的时间在厨房里。厨房作为家庭生活中的“热加工车间”，厨房空间及设施的优劣逐渐成为衡量家居生活水平的重要标准之一。整体厨柜正是以厨房家具为核心，将家具及设备融为一体，经过精心设计的、并与家庭装饰风格配套的厨房设施，其独特的造型、多样的色彩、齐全的功能及优良的性能实现了厨房生活的便捷与舒适。



整体厨柜的使用人群除了正常人以外还包括了众多行动不便的残疾人、老年人等身体机能存在一定障碍的特殊群体。因此，在设计过程中还要充分考虑这些人群的行为能力、身体状况等方面的因素，进行无障碍设计，以便整体厨柜产品能够无障碍的适用于各类人群，为残障人士和老年人更好地生活提供便利，使他们无论在心理上还是生理上都能更好地融入日常生活中。

1、整体厨柜使用过程中存在的障碍

(1) 残障者使用整体厨柜存在的障碍

在整体厨柜的无障碍设计中，针对的残障者主要包括肢体残障者和视觉残障者。肢体残障者是指人体运动系统的结构、功能损伤造成四肢残缺或四肢、躯干麻痹（瘫痪）、畸形等而导致人运动功能不同程度的丧失以及活动受限或参与的局限的人群。肢体残障者通常需要借助于工具来辅助行动，比如轮椅乘坐者对厨房的移动空间和活动空间就有着特殊的要求，整体厨柜的布局形式、尺度、开合方式的不当设计也会给轮椅使用者的坐姿操作带来极大的不便。

视觉残障是指视力与视野的功能障碍，包括全盲、弱视、色盲、色弱等人眼部的生理残疾缺陷所造成的感觉器官障碍。在充满水火电的厨房内有许多安全隐患，如尖锐的厨柜棱角会对视觉残障者造成碰撞伤害，锋利的器械及其他危险物品都有可能产生意外伤害。

(2) 老年人使用整体厨柜存在的障碍

随着年龄的增长，老年人在生理机能上也会出现许多障碍和病变，主要表现为姿势控制能力降低，肢体协调功能减弱，听力视力的减弱，记忆力和理解力的减退，适应能力差等。这些生理变化使得他们在心理上表现为惶恐遗弃感、孤独寂寞感、焦虑抑郁感和自卑感等；在行动上表现为手臂的最佳操作空间和最大操作空间相比正常人都有所降低，因而操作受限、容易疲劳，对于一些琐碎物品的存放位置会遗忘而导致难以找寻，对于水电气等设施的操作也存在一定程度的障碍。

2、整体厨柜无障碍设计的方法

针对整体厨柜产品的功能特点，其无障碍设计可以从坐姿操作位设计、尺度的无障碍设计、优化的功能结构与储存空间设计、防伤害设计等几方面来尽量减少弱势群体的使用不便。

(1) 整体厨柜坐姿操作位的无障碍设计

厨房中的动作分为连续动作与即时动作。连续动作即需要较长的时间以相同或相近似的姿势来完成的感觉费力的动作，即时动作即用很短暂的时间即可完成的觉得费力的动作。切菜、洗碗等是连续动作，取物、开关水龙头等是即时动作。连续动作要确保有尽可能舒适的姿势，而即时动作的要求会低一些。对于需要连续站立完成的动作，应考虑坐姿，以使老年人节省体力；坐姿还可解放使用助行器的老年人的上肢。在厨房中，连续动作集中在清洗区、切配区、烹饪区这三点。因此，在这三点应设计坐姿操作位，并尽量将其他操作集中在其附近，以减少频繁的起坐。为方便坐姿操作，清洗区和烹饪区的台面下部可取消地柜，给使用者的腿部留出足够的容膝空间，也可使用与水槽相配合的菜板，使洗好后的菜直接进入切、配的环节，再放在水槽旁的盘子或碗里，既可保持坐姿不变，又可节省操作空间，图 1 所示。



图1 整体厨柜坐姿操作位设计

对于使用轮椅的老年人或残疾人来说，则更需要坐姿位及操作动作的相对集中，以保证在尽可能接近操作台面的位置进行操作。台面的设计将清洗区和烹饪区结合在一起，可以有效地减少使用者的移动。图 2 所示。



图2 轮椅乘坐者使用整体厨柜

(2) 整体厨柜尺度的无障碍设计

整体厨柜要以人体工程学为依据确定舒适的尺度，以最大限度地减轻操作者的劳动强度、提高工作效率。因老人的身高变矮及人体关节能活动的方向和范围变小，应根据其身高、臂长确定操作台和吊柜的高度和深度，实现取物和操作的方便。对于乘轮椅的老人或残疾人，由于是坐姿操作方式，应注意其手的触及范围，并考虑他们较低的视线位置。当然还要考虑与相关的设备、国家标准相吻合，并要求有足够的固定空间供操作和储物使用。一般厨柜台面高度与在台面上工作时的手腕距离为 150mm 时，是最适合人们从事较为轻松的烹调工作的尺度。《老年人居住建筑设计标准 GB/T50340—2003》中规定：供轮椅使用者使用的台面高度不宜高于 750mm，台下容膝空间净高不宜小于 600mm。操作台面高于 800mm 会使轮椅使用者的触及范围受到更大的限制。

考虑到老人以及坐轮椅者高处取物问题，其上下活动尺度范围应该是上部空间伸手就可以够到物品，下部空间以小幅度弯腰为宜。因此控制吊柜底部离地面的高度应为 1400mm ~ 1500mm，轮椅使用者吊柜底板离地高度宜为 1200mm，吊柜深度比案台应退进 250mm，特别是吊柜拉手的高度要触手可及，也可采用自动升降的活动吊柜形式，图 3 所示。在存取厨柜底部的物品时，也要避免身体弯曲的幅度太大，因而厨柜的上搁板高度在 1200 mm 左右为宜，下搁板的高度则不低于 300mm。为确保轮椅使用者的脚和脚踏板的活动空间，使其能充分接近操作台，在地柜下部采用高 300 mm、凹口深度为 200mm 的踢脚板，可避免与地柜下沿边角的接触碰撞。图 4 所示。拉手、开关、按钮、报警器等的高度及位置也应限定在老年人站立和坐姿时上肢的可触及的高度范围内。冰箱、微波炉、烟机等专用电气插座及燃气表和热水器要方便乘轮椅者靠近，阀门及观察孔的高度为 1000mm ~ 1100mm。



D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY



图3. 自动升降的活动吊柜 图4. 轮椅使用者整体厨柜功能尺寸

(3) 整体厨柜功能结构的无障碍设计

在设计整体橱柜的地柜结构时，可用全拉式抽屉来代替柜门式设计，这样拿取物品时无需弯腰下蹲，抽屉使物品一目了然，伸手可及。先进的抽屉五金可以轻轻碰触即可实现开合，图5所示。



图5. 整体厨柜地柜抽屉与柜门设计效果对比

做一顿饭，抽屉和柜门需要拉动至少几十次，根据经验，条状的五金拉手要比点状的拉手更安全，来回走动的时候，点状的拉手容易磕碰到身体，并且在拉动抽屉或柜门的时候，条状拉手更容易触碰到，比点状拉手便利，并减轻体力消耗。同时还应注意门板拉手的安装位置应顺手。

为满足美观性要求，预留了容膝空间的洗涤柜下面的水管要进行遮挡，还应有隔热装置，防止热水管烫伤老人腿部，或在水槽前面设计假抽。在一些厨房电器如微波炉、电磁炉、电烤箱的下端应设计可以临时存放食物或托盘等餐具的隔板，避免轮椅乘坐者在拿取东西时被高温食物烫伤。必要时地柜或台面上可设计开放式旋转搁架方便取放物品，图6所示。



图6.整体厨柜细部功能结构设计

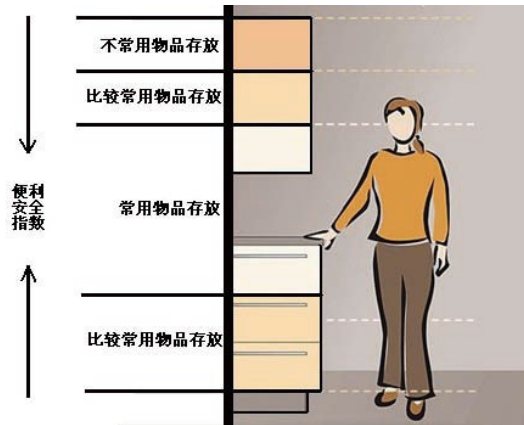


图7.物品使用频率与存放位置

(4) 整体厨柜储存空间的无障碍设计

整体橱柜涉及众多的柴米油盐等食品和锅碗瓢盆等用具的存放，为满足无障碍设计要求，应遵循就近取放、合理定位的原则。橱柜储藏空间的合理化设计主要体现在以下几方面：

首先，要在充分利用空间的前提下按照物品使用频率来选择存放区域：经常使用的存储物放在操作区下方易于快速拿取的抽屉内，不经常使用的物品放在次方便的位置待用，极少使用的放在吊柜最上层和地柜最下层，图7所示。

其次，要按使用功能进行存放区域的划分：为了弥补老年人因为年长而引起记忆力的衰退，物品存放区域的划分要相对固定，减少需要老年人用大脑思维分析的信号，常用的物品应放在人容易取拿的范围内，力求做到收藏有序、取用方便。橱柜的储存空间设计要与操作流程相适应，以满足厨房操作的需求。一般情况下，储物分类原则如下：食品区——冰箱；洗涤区——洗涤工具、洗涤用品、垃圾桶；切配区——菜板、菜刀、剪刀等切食工具，碗碟等餐具；烹饪区——锅、铲、勺等炊具，调味品。此外，米桶、油桶、面桶等也可根据实际体积考虑放在切配区域，还可将备餐用的盘子和碗等放在切配区上面的吊柜中。

第三，橱柜内部空间结构的合理化设计：橱柜的抽屉因为开口面积大，平时抽拉的时候会有震动，如果放置的物品不够固定或者分区不明显，使用起来就会很凌乱。可使用抽屉分隔组件来实现抽屉储存空间的优化安排，方便快速地查找所需物品，图8所示。



图8.抽屉分割件使储物井然有序

(5) 整体橱柜的防伤害设计

老人与残疾人的身体协调能力有所下降，因此整体橱柜的设计应避免出现几何感较强的造型，多运用一些无棱角、圆滑的形体，或在柜角等位置贴上胶质的透明防撞圆角，以避免磕碰。同时，整体橱柜尽量采用一些对称且具有平衡感的形态，确保其稳定性，在视觉上增加安全感；多采用一些曲线增加橱柜形态的柔和感，在心理上给人以安全感，图9所示。尽量减少垂直线条的使用，避免形成僵硬的形态。也可使橱柜带有娱乐功能，减少子女不在身边的老人的孤独感。另外，厨房家具要便于清洁，大的体量，复杂的花式，过多的线脚，不适合用于整体橱柜的无障碍设计。柜内搁板可使用新型搁板托，避免搁板滑动或被掀翻的危险。

根据无障碍设计的要求，整体橱柜还应该友好的对待使用者，尽可能的保护使用者的隐私权，避免身心障碍者在操作的

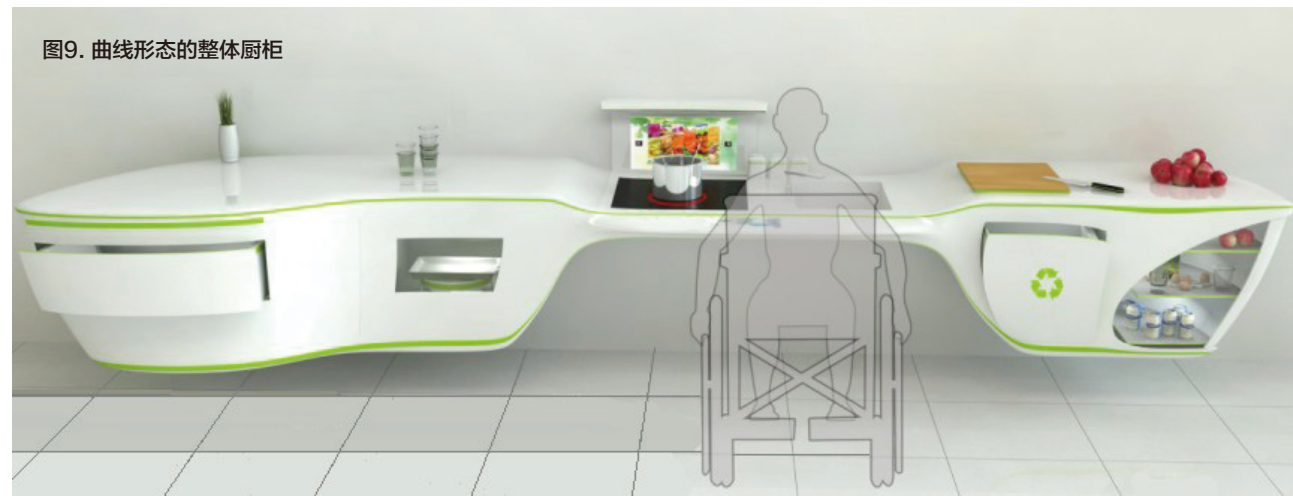


图9. 曲线形态的整体橱柜

过程中受到伤害和引起心理窘迫。例如，图10为一套可调节台面高度的橱柜，虽然满足了使用要求，但医疗器械式的外观给人一种冰冷的印象，这样会暗示着使用者的残疾及缺陷，势必带来负面的心理影响。



图10. 医疗器械式可升降橱柜

由于部分老人与视残障人士视力欠佳，昏暗的环境会对某些物体无法辨认，甚至会在切菜时由于看不清而碰到刀具，为避免这些安全隐患，厨房除了要充分利用自然光外，还需要布置合理的人工照明。首先，照明方式要合理，通常采用普通照明辅以局部照明，在吊柜底部装上局部光源，外加横挡板或磨砂玻璃以防眩光，并使操作台面无阴影，加上柔和的顶部照明，能提供足够的照度，造成宽松得当和明快环境。其他厨内设备本身带有的照明，如电冰箱、微波炉、抽油烟机等也要充分利用。其次，还要考虑视觉作业区光环境的均一性，不用强对比的彩色灯光。避免当人体由一作业区向另一作业区过渡时，在视觉上产生较大的明暗视觉差，以减少视觉疲劳，同时保证作业安全。

(6) 整体橱柜的智能化设计

无障碍设计还应该降低由于偶然动作和失误而产生的危害及负面后果，因此要充分考虑橱柜使用人群的生理心理特点，运用高科技手段设计智能型产品，如感应式水龙头避免在操作过程中手忙脚乱来不及关水龙头；在橱柜内加上感应报警装置，提醒健忘老人避免因忘记关燃气而导致中毒。电器开关及插座要有安全措施，且易识别。对于低视力者，加大标志图形，加强光照，有效利用色彩反差，强化视觉信息。

(本文为“中南林业科技大学大学生研究性学习和创新性实验计划项目”的研究成果，参考文献略。)



便携式家具的形态与结构设计

Format and structure design for portable furniture

文 曹花瑞

随着新技术新材料的出现，加上现在生活状态的变化，便携式家具的应用越来越广泛。便携式产品都是根据人们对新型生活方式及工作方式的需求所应运而生的，目前在日常生活中的家具所需的便携特质也越来越受到人们的关注，并且随着消费者认知程度的提高、技术水平、市场价格等因素的改善，便携式家具市场已经出现了巨大的活力。

1、便携式家具的概述

便携式产品由于具有便于携带的特征，在产品的设计时有着特殊的要求。人们对产品个性化追求的加大，审美情趣的提高及对产品使用时的不受限制性都对便携式产品的设计提出了更高的要求。由于现代工业设计理论在实际产品开发运用中的逐步渗透，便携式产品以其新颖美观的造型、小巧轻便的体积以及方便携带的特点，在很大程度上丰富了现代产品的功能和实用范围。能够移动是这类产品的主要特征，移动和交流是它的设计诉求点。

(1) 便携式家具的起源

便携式家具实际在很早就已经有了雏形，是以折叠形式出现的，胡床就是其中的一个代表。胡床又称为“交床”、“绳床”，源于西

北习惯迁徙的游牧民族，是一种可以折叠的轻便坐具，马扎功能类似小板凳，但人所坐的座面并非木板，而是可卷折的布或类似的柔软物，两边的椅腿可以合起来，最早是用于将军出征时的坐具，为方便携带而设计的。到后来，胡床的设计就被沿用下来，到了明代出现了一种与胡床类似的“交椅”，这种设计也是利用了折叠的方式，缩小了椅子的占用空间，增强了实用性，是折叠式便携家具的典型代表。明代的交椅还有扶手和靠背，并且一般都配制雕刻牙子，在扶手、退足交接之处也多用铜装饰件包裹镶嵌。可以起到坚固作用，还具有点缀美化功能。另外，除了交椅之外还有“交机”和六足折叠式矮面盆架。“交机”也就是马扎子，它比交椅更为简洁一点，最简单的只用八根直材作为支撑，机面穿绳索或皮革条带。六足折叠式矮面盆架也算是便携式家具的一种，它的六个足中，有两足上下以横枙连接。其余四足则上下各安一段短材，一端开口打眼，用轴钉与嵌夹在上下两根横枙中间的本片穿铆在一起，以其为轴，四足就可以折叠便于收存。(如图1)



图1便携式家具在中国古代就已有雏形

(2) 便携式家具与普通家具比较分析

便携式家具就是方便移动、携带、运输的家具，它属于家具的一个范畴，但却是家具的一个特殊类别，即必须满足便携这一特性，因此它不能像普通家具一样采用固定结构，必需是可变的的形式。一般家具例如：沙发、床等都采用固定形式，可以放在一个地方长久的使用，即使体量大一点也无所谓，现在还有定制的家具，即在装修房子的时候根据房屋的大小设计制作，一般是永久性固定在一个地方，不能移动的。这种形式的家具在设计时我们只要考虑其外观造型，结构形式、使用功能等方面是否合理，但便携式家具在满足这些要求的同时还必需要求便于携带。(如图2)



图2 普通沙发与便携式沙发的区别

2、便携式家具形态设计

便携式家具的形态设计原则应注意以下几点：

(1) 只有采用合适的比例尺度，符合 人机工程学，才能产生出具有美感的产品。在便携式家具的设计尺寸上，为了达到便携的功能，可能会比一般的同种类家具体量更小小巧轻便、更具灵活性，能达到人的基本尺寸就可以，因此便携式家具设计中的尺寸设计应遵循的原则是：适合“人”尺寸；适应“物”尺度；适合“环境”尺度。所以，设计师应根据便携式家具的不同用途及人体结构的比例尺寸，采取不同的结构形式和比例关系来设计出具有美感的便携式家具形态。

(2) 选用合适的材料，因为家具的形态可以通过材料的色彩、质感、肌理等的不同而产生不同的美感，并且不同的材料所选用的制作工艺也不同。例如使用木材与金属结合，就会产生古朴与现代、纤细与粗壮的对比效果，而木材与布艺则会产生柔软、温馨、亲切高雅的感觉。因此在便携式家具设计上，我们应该选用适合的材料，进行不同的搭配，以丰富便携式家具的形态。

(3) 采用简化主义设计理念。在便携式家具形态设计上，我们要尽量简化，减少其体量，在满足功能的基础上，更好的

完成便携。

(4) 注重便携式家具的稳定感。稳定感是家具形态美的一个重要特征，便携式家具由于其折叠、充气、拆装等形式变化，如果缺乏稳定感，就会让人没有安全感产生心理紧张，从而影响到便携式家具的形态美。但是如果过分强调稳定的话，就会产生呆板、笨重的形态。所以，我们要更好的把握好形态的稳定与轻巧之间的关系，灵活运用“对称与平衡、安定与轻巧”的美学关系。

(5) 大部分便携式家具都需要用手来提拿，那么家具提手的设计也是值得重视的，对于便携式家具的提手，其重心离身体越近越好，这样就可以增加物体的平衡性，便于更好的施力，可以将它设计成多种携带形式。

3、便携式家具结构设计

一般家具设计的结构形式有：整装式、拆装式、折叠式、组合式、连壁式、悬吊式等，根据与普通家具对比结果可以看出适合便携式家具的主要结构形式有折叠式、充气式、拆装组合式和折叠、组合、滑轮相结合等四种。

(1) 折叠结构便携式家具的设计要求

折叠结构的家具可以分为：折动式家具，其折动结构是利用平面连杆机构原理，应用两条或者多条折动连接线，在每条折动线上设置不同距离、不同数量的折动点，同时，必须使各个折动点之间的距离总和与这条线的长度相等，这样才能折得动，合得拢。另外一种就是叠积式家具，叠积式家具不仅节省占地面积，还方便搬运。

便携式家具的折叠方式有很多种：第一种是轴心式折叠结构：它是以一个或者多个轴心为基础的折叠结构，也称为“折扇形”折叠结构，因为这种结构各部分之间规律性强，容易折叠，所以是应用比较广泛又比较经济的方法之一。第二种是平行式折叠结构：它是运用几何学上的平行原理进行平行移动的折叠结构，这种形式活动灵活，易产生动感，但是容易摇晃磨损，所以要添加固定装置。第三种是套式折叠结构：这种通常是形态基本相同，但大小不同的产品组合在一起的，体积大的物体可以容纳体积小的物体。第四种是重叠式折叠结构：这种像是相同大小的碗碟一样，可以相互叠加在一起，搬运时就比较容易并且节省空间。

在折叠式便携式家具中，我们可以采用质轻的各种软硬材料相结合，如轴心式折叠椅，一般多为凳面折合或布面对折，对折面也可以采用其他材料设计：如：藤、皮革、线绳等。(如图3、图4)

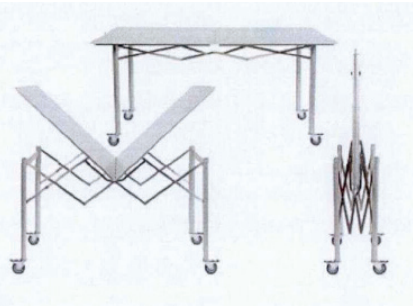


图3 平行式折叠桌



D 设计与工艺

DESIGN & TECHNOLOGY

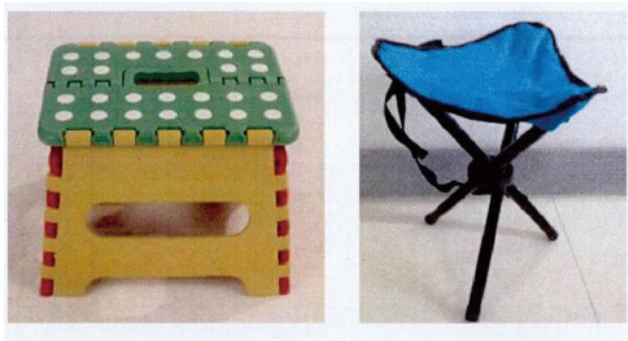


图4 凳面折合或布面对折的便携式小椅子

另外，在设计便携式折叠家具时，我们尽量使其折叠后具有最小的面积。如 funk Keskin 设计的折叠薄靠背椅（如图 5）。整个设计是由一个胶合板面进行的，展开是一张靠背椅，折叠起来后又是一个胶合板，还可以挂在墙壁上，节省室内空间，这样的设计即便与携带又经济实用。要是经常招待客人的家庭，平时购置一些颜色各异的这类折叠椅，不用时可放在门后或不起眼的角落。还可以把它们整齐的挂在墙角处，如果觉得不凌乱的话，在上面放上一块搁板，搁板上既可以放精致的装饰品，也可以放一些小餐具，还可以起到隐藏折叠的作用。

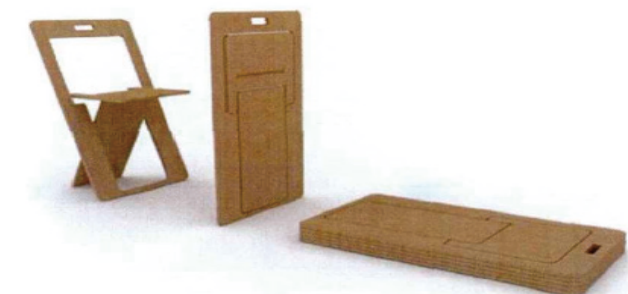


图5 折叠薄靠背椅

(2) 充气式便携家具的设计要点

充气结构的便携家具，除了色彩靓丽、造型时尚有趣外，收纳也很方便。在移动或者搬家时，只要放气打包就可以带走。现在不少年轻人的家里、以及一些比较个性的公共空间已经普遍使用这类家具，如：色彩缤纷的充气沙发、晶莹剔透的充气圆桌、造型别致的充气椅子等，不论在视觉上还是触觉上都给人不一样的感觉，这类家具摆脱了传统家具笨重的缺陷，比较轻巧舒适，室内室外都可以随意放置，而且价格较为低廉，正常使用寿命可以达到 5—10 年，维修也比较简单，因而使充气家具具有越来越广阔的市场。

充气家具作为便携式产品，在材料的选择上，我们不仅可以选用橡胶薄膜和塑料薄膜，还可以使它们与其它材料相结合，如木材、塑料、金属、竹材等。把这些材料作为支撑部件，充气材料放在这些部件之上，可以增加家具的舒适度，提高充气家具的稳定性和安全性。在造型设计上，要求简洁大方，它主要是以表面来承受重量，与其他家具不同，并且充气家具的单

体高度是有限制的。为满足高度的要求，可把若干单体连接起来，构成充气家具的几何排列组合、渐变的形式。生产时，几何形体易于加工，具有气密性好，不易漏气的特点。此外，还便于合理下料，降低产品成本。所以应以大面积的几何形为主，或附加以少量的其他形态，使其具有很好的安全性和稳定性。也可进行仿生设计，例如俄罗斯设计师 Igor Iobanov 设计的这款可充气膨胀的家具用品，曾获国际设计大奖，他设计灵感来源于植物的细胞组织，使用时可以根据自己的喜好随时调整为床、沙发、茶几（如图 6）。

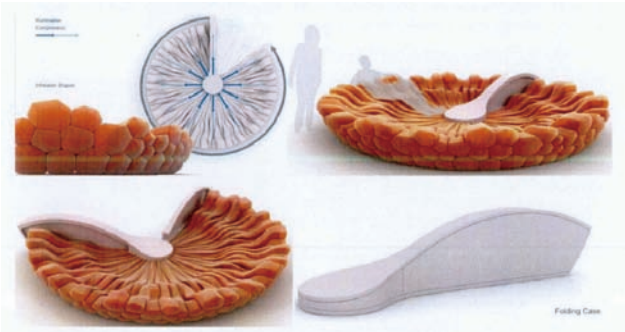


图6 多功能可充气膨胀家具

(3) 拆装组合便携式家具的设计要点

拆装组合式家具具有设计精致巧妙、款式丰富多样、规格类别齐全、储藏运输方便、拆装简易等优点，可以说是作为便携式家具的最佳选择。拆装式便携式家具不仅在设计、生产、储运、销售、组装等方面具有传统家具难以相比的优点，并且从生态设计的角度讲，它对环境保护也具有重要的意义：大部分产品结构统一化、模块化，使产品有较大的可预测性；拆装分离简单快捷，节约空间，便于仓储和运输；降低产品成本，许多零部件可以进行回收和再次使用；一般来说拆下的零部件相对简洁，易于手工或自动化处理；可根据需要随时调整加剧内部空间。

在家具制造业方面，1990 年就出现了拆装设计的雏形。随着技术的发展，拆卸设计已不仅仅限于板式家具中的应用，实木、金属等材料的家具也开始采用这种设计方法。在拆装组合式便携家具的设计上，我们可以采用多种材料，如：木材、金属、纸材、板材、塑料等。拆装组合式家具大部分都是运用连接件连接、插接、单体自由组合的方式。我们在设计时要合理的规划每块板材的尺寸，使其安装组合后的状态能达到最佳的使用。另外，组合式便携家具除了板块的组合外，还有块体的组合。这种组合形式属于多功能家具的一种，具有占地面积少、灵活性大、功能转换简便、实用性强等特点，许多现代化的组合柜，不仅具有立柜、五斗柜、书柜的功能还具有写字台的功能，能合能分，既能满足各种使用要求，又能产生不同的陈设效果，在搬运的时候，可以每个体块分别移动，也算是便携的一种。

(4) 折叠、组合、滑轮结合的可移动便携式家具

带滑轮的家具除了小型家具以外，还有诸如沙发、组合柜、床、多用架等稍大型的家具也可以安装滚轮。既移动方便，又可以消除家具的笨重感，看上去轻巧、灵动。但是要注意的是带轮子的家具，还应附有固定器，这样平时可以将家具固定住，

确保安全。折叠、组合、滑轮结合的可移动式便携式家具是这几种形式的集合，它归纳了折叠家具可大可小的结构、组合家具多造型、多功能、多体量的优点、滑轮式的方便移动等。就算是一张大床我们也可以轻松的拿到我们想到的地方，这种形式的便携式家具在设计时我们要注意材料的选择，每种类型的家具可以采用不同的材料。例如折叠式的便携床，我们不要为了减轻重量而在床面上只采用钢丝弹簧，因为这种材料时间久了就会有不同程度的变形，在刚开始睡的时候会很舒服，但是长时间就会腰酸背痛，特别是颈椎病及其他脊椎疾病患者不应使用这样的床，因此我们应该采用软硬适中的材料作为床面。

(5) 其他形式的便携家具

除了以上分析的几种形式外，适合便携式的家具设计形式还有很多种，例如：软体家具及一些小体量的提拎形式的家具，因为这些便携式家具结构简单，因此在设计时体量尽量小巧，采用轻质材料，可以设计成丰富多变的造型，增加趣味性。我们可以把许多事物作为设计灵感，再搭配不同的材质，就可以设计出新颖独特的便携式小家具（如图 7）。它的设计灵感来自于传统木桶的形式，在桶的表面上包裹一层毛绒布软垫，并搭配一个实木把手就可以使它具有多种功能，可用于小凳，脚凳或者摆放物品的台座。

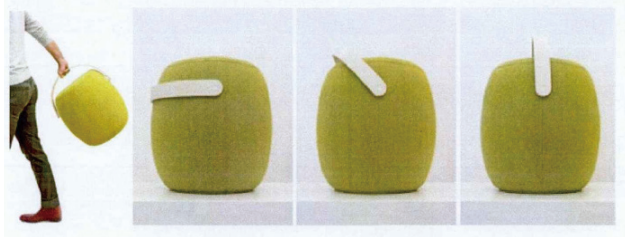
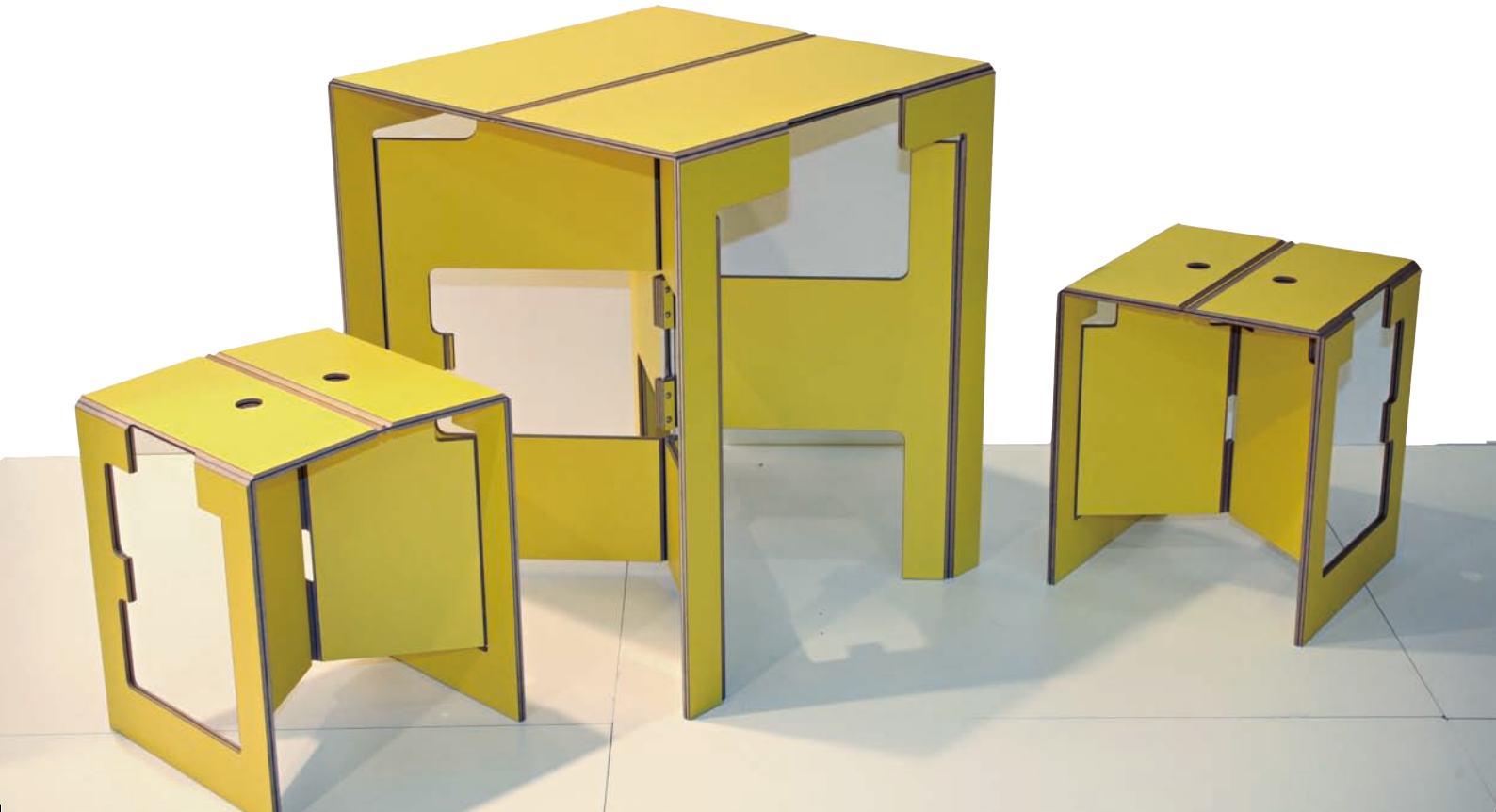


图7 提拎式座椅



总的来说，在进行便携式家具设计时，我们要采用不同的形式来进行便携式设计，那么在设计时就必须要符合人们的思维习惯，可以通过家具的结构、形状、颜色、材料、部件位置来确定它的使用方法、使用场所。而随着消费者认知程度的提高、技术水平等因素的改善，这个市场已经出现了巨大的活力，便携式家具的应用将会越来越广泛。因此，此类家具应受到设计师们的密切关注，从而为需求者提供良好的便携式家具。





智能化家具及其设计原则与方法

Intelligent furniture and its design principle & method

■ 文 耿晓娜 黄金鑫

我们的生活正朝着数字化的方向发展，主要表现为家庭中越来越多信息产品的出现，它们比普通产品更智能，功能更全，这标志着人类居住史正向第五个阶段——智能住宅迈进。智能化家具作为体现科技性、人性化的创新产品，是适应现代社会发展和生活质量的不断提高而出现的，将成为世界家具企业产品开发的一个新趋势。本文在对智能化家具研究的基础上，分析论述了智能化家具的概念和特点，概括了智能化家具发展现状，提出了智能化家具设计原则和方法，为智能化家具设计提供设计依据。

1、智能家具的概念

目前，国内外尚未有智能化家具的定义，市场上叫法也比较混乱，但智能化相关技术在其他领域如建筑或家用电器等方面已广泛应用。通过分析这些智能化产品的定义，结合家具自身特点，界定智能化家具概念，就是利用微电子、通讯技术、通讯与网络、自动控制、IC 卡技术、计算机技术等，通过适宜的结构和接口，可模拟人的智能活动过程以及自动实现特定功能，并与家居生活有关的各子系统有机地结合在一起的家具产品，通过统筹管理，让家居生活更加舒适、安全、有效的家具产品。

智能家具技术涉及的学科和技术领域十分广泛，是多学科的交叉综合形成的技术成果在家具设计领域的应用。但家具智能化技术并未形成独立的学科，概念也相对模糊。智能家具技术的目标是将各种高新技术与家具的艺术和技术实现完美结合，形成一种高效、节能、安全、舒适、绿色、环保的工作与生活的家具产品。

2、智能化家具的特点

信息时代的家具设计主张理性、强调功能、注重技术、追求简洁。智能化家具即是工业产品，又属于嵌入式系统，其特点如下：

(1) 新功能：科技以人为本，任何一个工业产品设计都将功能放在首位，智能家具也不例外，它比普通家具产品更加强调功能，突出更为舒适、方便、高效的新功能。高新技术在家具领域的应用，使得智能化家具可以实现以往家具不能实现的新功能。例如，智能化家具的智能照明功能，智能高度调节功能等，这都是传统家具所不具有的。

(2) 新材料：智能材料的使用是智能化家具的一个崭新特

点，并且也是实现家具智能化的一个有效途径。智能材料是一种新型材料，由传感器或敏感元件等与传统材料结合而成。智能材料的两个指导思想是材料的多功能复合和材料的仿生设计。因此这种材料可以自我发现故障，自我修复，并根据实际情况做出优化反应，发挥控制功能。智能材料在其他高科技领域如航空航天、国防军事、生物医药、建筑工程、航空航天、国防军事、生物医药已经有广阔的应用，把智能材料应用到家具中也必将是信息时代家具发展的一个亮点。目前，家具产品中也使用到一些智能材料，如市面上销售的使用智能材料制成的床垫、太空记忆枕，具有促进人伴血液循环以及新陈代谢、化解压力、抑制细菌生长等功能。

(3) 新形式：智能家具应用新材料，并且与现有智能控制、信息技术等高科技相结合，注重使用功能和整体结构，必将创造出崭新的家具形式，来满足人们对家具的功能及情感需求。

(4) 易用性：智能化家具的根本目的是为人服务，方便人们的生活。因此，设计时要充分考虑使用对象和使用场合，使家具容易被人使用。有很多人就是因为高科技的产品使用太复杂、难以操作而不愿使用，这些都必须被设计师充分考虑。可运用人机工程学、界面设计等技术美学知识，实现人与家具的“和谐对话”。同时要注意产品的针对性，例如公共空间的智能家具应简单、易于使用，为儿童设计的学习类家具可以实现高度调节，并符合儿童的心理和使用习惯。

(5) 安全性：智能家具大量应用精密器件、电路电器和机械运动机构等，在开发设计时要充分考虑使用的安全性。线路布置以及控制电路应在额定电压范围内，具备良好的绝缘功能，必须有散热以及漏电保护等装置。此外，还要考虑到家具的活动功能不影响智能系统的正常运行，以及二者之间的互融性和协调性。

(6) 信息交互：当家庭综合服务器(Integrated Home Server)将家庭中各种各样的智能信息设备连接在一起时，就构成功能强大、高度智能的现代智能家居系统。智能化家具通过各种传输介质就可实现与其他设备之间的信息传输，进而实现远程信息传输和远程控制。随着家庭网络自动化的发展，网络化家具将是智能家具发展的方向。

(7) 知识技术密集型：智能化家具

是传统家具产业与当前智能化机电控制相结合的高技术型家具产品，其设计生产涉及多学科专业知识的结合和交融。这就决定了其高知识技术密集型的特点，科技附加值很高，市场竞争力强。

3、智能化家具的发展现状

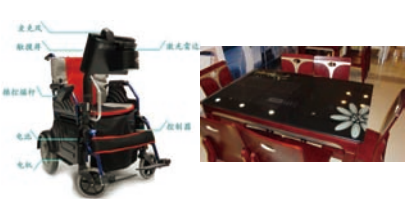
目前，智能技术在家具行业中已得到初步应用，一些智能化家具产品已经出现。国外，如爱尔兰的兰开斯特大学与苏黎世、德国、瑞典及芬兰的学府合作，开发了一系列“智能家具”。用“智能沙发”可以开启电视机、激活电话录音机，还可以认出是谁坐在沙发上，懂得说欢迎辞，甚至根据输入的程序自动唤醒躺在特定位置的病人。“智能书架”会在负荷过重时做出“投诉”，“智能药品柜”会在药物过期时发出警告。

美国纽约现代博物馆展馆中央放着一张智能化桌子，里面装了 400 多个芯片及 20 多个网络接点，它可以感应手的动作，控制有信息装置的特定物体。



图一、智能沙发

德国乌尔姆大学的一个研究小组研制出一种智能轮椅，它是通过一个高度发达的导航系统实现的，这一系统利用其传感器和激光仪连续不断地搜索周围的障碍物，利用一个小型计算机分析出如何选择穿过人群的路线。这种轮椅能自动穿过拥挤的火车站大厅，而不会与人相撞。



图二、“交龙”智能轮椅

图三、智能桌子

我国在智能化家具方面也作出了一些初步探索，智能化家具必然是 21 世纪发展的趋势图。深圳市大富豪实业发展有限

公司正以“富之岛·小狗第一”的旗帜在国内率先推出了智能婴儿床，能在婴儿尿床时立即发出温馨警报，还有能够定时自动弹起的懒汉床、能够接受声音指令的智能按摩床、能教人化妆的梳妆台等众多新款智能家具。这些家具之所以具有智能，除了传感器和控制器电路以外，单片机或嵌入式电子计算机充当了其大脑指挥系统。

总之，我国的家具智能化水平还处在起步阶段，具体表现在基础比较薄弱、观念有待更新，创新能力差等方面。国内家具智能化的研究还仅停留在概要性论述的层面和一些简单的产品开发上，缺乏系统的理论研究，有待进一步的开发设计。



图四、智能婴儿床

4、智能化家具的创新要素

要实现智能化家具的创新设计，首先要从技术、才能和方法等基本要素开始。

(1) 技术要素：创新设计与技术的发展密切相关，是以技术为依托。技术的迅猛发展又影响着人类社会，促使产品更新换代加快和市场竞争加剧。智能化家具设计就是设计人员打破传统家具设计的束缚在微电子等技术基础上开展的一种创新设计活动。

(2) 才能要素：才能是多种知识、智力和能力的结合，是人们进行创新设计的综合心理品质。创新设计的主体是设计者，他们必须具备相应的设计基础知识，如在家具设计领域中，这些基础知识包括家具加工制造工艺、家具材料、家具设计、家具制图、人体工程学以及五金配件等。但设计师在从事创新设计活动时，仅有专业知识是不够的，这样往往难以标新立异。相反，那些敢于异想天开的人常常能设计出不落俗套的新方案。因此，创新设计要求设计师的知识结构既专又博。从事家具设计的人在家具方面学有专长，在电子、化学、生物以及社会科学上也应有



D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

所知晓。智能化家具就是一个很好的例子，它是家具与微电子等技术相结合而的产物。



图五、三星 SUR40 FOR MICROSOFT SURFACE 智能桌

(3) 方法要素：方法是人类探索科学的钥匙。人们认识事物、解决问题都需要由正确的方法。培根说过：“没有一个正确的方法，犹如在黑暗中摸索行走”。巴甫洛夫也曾指出：“好的方法将为人们展开更广阔的图景，使人们认识更深层次的规律，从而更有效地改造世界。”在产品开发和设计过程中，科学的设计方法起着重要的作用。智能化家具的设计具有明显的现代特征，它所采用的设计方法，即以系统论、控制论、信息论等现代科学方法论为理论基础，应用微电子技术，可靠性设计、计算机辅助设计以及创造性设计等现代设计方法，并对设计活动产生深远的影响，为新产品的开发提供新的现代设计手段。



图六、乐尔康智能鞋柜



图七、川野智能鞋柜

5、智能化家具设计原则

现代设计密切地随着时代变化而变化。科学技术的发展、社会的进步及商品经济的成熟，都给设计打上鲜明的时代烙印。同样，现代设计中新的思潮、新的探索也不断地改变着人们对物质世界的认识和领悟的方式，同时也改变着人们的审美理念、造物方式以及生活方式。但家具作为一种工业产品，则必须遵循工业设计的以下原则。

(1) 功能性原则

功能问题是设计工作的核心问题，除了满足人体工程学原理的人与物的生理关系外，应更加重视人与物的本质关系。智

能家具也是如此，因此设计者在设计的全过程中要努力追求产品功能的最佳实现。同时，智能家具的功能设计要打破传统的思维定势，进行观念创新，将关注的焦点集中在当前和未来行业的产品功能上，以及功能转移的方向和速度上。依托“旁观者”的优势，通过发现使用者的潜在需求，进行智能家具的功能性设计。市场上已经有网络电冰箱，它在门上设计有一个可拆卸的无线网络板。使家庭成员可以分享日程安排、上网冲浪、发布数码照片、看电视。这些独特功能为智能家具的开发与设计提供了可借鉴的创新思路，体现了高新技术与设计艺术的完美结合。



图八、简便小型会议家具

(2) 美观性原则

家具的形态往往随着时代的进步、技术的创新、新材料的功能而表现出丰富多彩的个性。技术进步无疑会影响到家具的外在形态，由于智能家具需要大量电子元件以及机械传动等装置，需要占用设计空间。另外，某些智能家具具有三维尺寸随时间而变化的特点，其设计是包含时间参数的四维设计。比如通过传感器调节桌面倾斜度使桌面自动折叠变形等功能，这个变量使家具外形具有了不固定性。所有这些都有可能影响到家具的造型和形态，合理地考虑这些内容是智能家具开发设计中的难点之一，也是创新设计的一个重要考虑因素。

(3) 人性化原则

人类属于动物，但更重要的是人又属于社会，因此家具设计中的人性化原则要包含生理与心理两大因素。智能家具在设计与开发过程中不能偏离人性化原则而一味地追求新技术，要考虑到人的生理要素。如人体测量值，以及在不同环境下的体温、肌肉疲劳程度以及体表压力分布等。同时还要考虑到人的心理要素，从人的心理效应到审美联想，甚至人的欲望、价值观念、生活意识等，从而使智能家具借助高科技达到与人类最佳的协调统一。

(4) 安全性原则

智能家具是应用高新技术的工业产品，充当其“大脑”和“智能”的精密器件、电路电器和机械运动机构在开发

设计，以及使用过程中要充分考虑到安全性。线路布置以及控制电路都要在额定电压的范围内使用，而且应具备良好的绝缘功能，必须有散热保护以及漏电保护等装置。除此之外，还要考虑到家具的活动功能不应该影响“大脑”的正



图九、智能化家具

常运行，以及二者之间的互容性和协调性。

(5) 方便性原则

为了便于使用者对智能家具产品的认知与正确使用，在设计时必须考虑使用的方便性，从而实现人与家具的“和谐对话”这里充分运用了人类工程学，界面设计等技术美学的设计知识。同时要注意产品的针对性，例如公共空间的智能家具产品开发要简单、易于使用；为儿童设计的可以根据自身身高自动调节高度的学习类家具，其使用要符合孩子们的心理和使用习惯。在这些智能家具面前，人们需要感觉到同样的亲切和温馨，这也是设计所追求的本质所在。

(6) 耐用性原则

智能家具的耐用性原则主要指其使用寿命及适应不同对象使用的能力。由于智能家具存在着机械传动的磨损，电路腐蚀以及电路板的老化等一系列影响到家具使用寿命的问题。因此，智能家具的开发与设计应该充分借鉴其它机电工业产品的寿命设计经验，将其结构合理地布局与整合，从而达到增强智能家具耐用性的目的。

(7) 经济性原则

由于智能家具增加了智能化系统，同时在设计与开发过程中需要智能化系统设备制造商参与，在制造过程中更要体现出社会生产的协调性。所以，实验开发费用和加工制造的费用都比较高。如此一系列因素势必会增加智能家具的成本，因此需要设计者针对这些因素进行合理的优化，从而降低智能家具的产品成本。

(8) 先进性原则

智能化家具在设计先进性是指在设计中向主流技术靠近，保证智能化家具系统整体的先进性，而不仅仅看重某个功能或设备是否先进。

(9) 可扩性原则

设计出的智能家具系统或产品是可扩充的，易于系统的扩充和功能模块的连接，以便今后功能的扩展。

6、智能化家具设计方法

(1) 模仿设计

模仿技法，从狭义来说就是对成熟类产品的分析、研究和再设计；而广义而言，则是在生活中对于各种自然存在方式的模仿、模拟、提炼和设计。创造性模仿方法是指人们对自然界中各种事物的产生、发展、过程、现象等进行的物化模拟、科学性分析（相似性、相关性）而得到新的产品造型、结构或理念的一种系统研究方法。在遵循人体工学原则，保证设计在结构、功能等方面的合理性的前提下，运用模拟与仿生的手法，借助于自然界的某种形体或某些原理和特征，并结合家具的具体造型与功能，创造性地进行家具设计。该方法设计的家具有着良好的趣味性、亲和力和自然色，在运用中更多的是公共类家具、儿童性家具和个性化家具。



图十、首款智能健康椅：水獭智能健康椅



图十一、索菲莉尔智能床

(2) 移植设计

移植设计与模仿设计类似，但又不是简单的模仿。移植设计师沿用自己已有的技术成果，进行新的目的要求下的移植、创新，是移花接木之术。移植并非是简单的模仿，最终目的还在于创新。移植设计的方法可以分为以下几个类型：

纵向移植：即在不同层次产品之间进行移植，这与间接模仿有些类似。

横向移植：即在同一层次类别产品内不同形态之间进行移植设计。即同一个技术功能模块在不同产品上移植应用。

综合移植：即把多种层次和类别的产品概念、原理及方法综合引进到同一研究领域或同一设计对象中。智能化家具的设计就是把不同智能产品和家具产品之间概念、原理及方法引到一起的综合体，在

具体实施中往往要将其其他的产品中最独特、最新奇、最具有价值的部分移植到家具设计中。

(3) 替代设计

在产品开发设计中，用某一种事物代替另一事物的设计叫替代设计。智能家具设计中常用的替代设计有以下几种：

材料替代：家具材料有木质、金属、塑料、竹藤、玻璃等。其中任何一种材料被其他材料替代时，都会对设计提出新的要求。随着科技的进步，智能材料已得到广泛的应用，用智能材料替代传统家具材料，也必将极大地推动家具智能化发展。

零部件替代：出于性能改良或工艺优化的目的，用其他产品的零部件或重新设计的零部件对原有产品进行零部件替换，使之在功能上更趋优化。现代智能化的零部件替代原有的家具零部件就可实现家具的智能化。而智能家具中用到的零部件及控制元件将随着电子产品更新换代而升级。

(4) 类比设计

类比是将一类事物的某些相同方面进行比较，以另一事物的正确或谬误证明这一事物的正确或谬误。这是运用类比推理形式进行论证的一种方法。类比设计方法就是通过与其他产品上应用的相同功能的进行比较，把其成功的应用实例拿来加以适当的改造，应用到智能家具设计中。

(5) 组合设计

组合设计（又称模块化设计）是将产品统一功能的单元，设计成具有不同用途或不同性能的可以互换选用的模块式组件，以便更好地满足用户需要的一种设计方法。当前，模块式组件已广泛应用于各种产品设计中，并从制造相同类型的产品发展到制造不同类型的产品。组合设计的核心是要设计一系列的模块式组件。为此，要从功能单元，即研究几个模块式组件应包含多少零件、组件和部件，以及在组合设计时每种模块式组件需要多少等。

当今，在面临竞争日益加剧、市场分割争夺异常激烈的情况下，仅仅生产一种产品的企业是很难生存的。因此，大多数制造厂家都生产很多品种。或者不仅对企业生产系统的适应能力提出新的要求，而且显然要影响产品设计的技能。生产管理的任务之一，就是要寻求新的

途径，使企业的系列产品能以最低的成本设计并生产出来。而组合设计则是解决这个问题的有效方法之一。

(6) 标准化设计

在一定时期内，采用共通性的条件，有统一的模式要求，技术上成熟，经济上合理，适用范围比较广泛的设计。它是工业生产标准化的一个重要措施，是组织现代化工业生产的重要手段。

采用标准设计的优点是：设计质量有保证，有利于提高工程质量；可以减少重复劳动，加快设计速度；有利于采用和推广新技术；便于实行构配件生产工厂化、装配化和施工机械化，提高劳动生产率，加快建设进度；有利于节约建设材料，降低工程造价，提高经济效益。

智能化家具产品不断丰富过程中，各个厂商生产的智能家具可能会出现互不相容，这不利于整个家具行业的发展。因此，标准化设计是智能家具发展的必由之路。

7、总结

随着科学技术的发展，科技改变生活的理念越来越深入人心，智能家具已经开始出现在人们的生活中。智能家具系统具有安全、方便、快捷、智能化和个性化的特点，在创造安全舒适便利的生活环境，改善人们的生活质量上起到极大的作用。本文在借鉴国内外相关研究成果的基础上，界定了智能化家具的定义，并通过对其特点、组成等要素的分析，以及设计原则与方法的论述，构建出智能化家具理论框架；并为各类智能化家具新产品的设计与开发提供理论依据产生经济效益和社会效益。

总之，当今家具制造业在世界范围内所面临的环境，技术进步日新月异、产品需求日趋多变、市场竞争日益激烈。随着智能技术的发展和人文精神的关怀，家具设计将以人性化为前提，智能化为手段向前发展。对家具智能化进行开发研究，对于提高我国家具产品科技含量及其附加值，提高家具企业的创新设计能力，增强其在家具市场的竞争力，具有重要的理论价值和实际意义。中国的家具工业正面临着前所未有的发展机遇与挑战，要想在激烈的市场竞争中胜出，必须大力开发智能化家具产品，走智能化发展道路，提高家具企业的创新能力，创造更大的经济效益，为家具企业开拓更大的发展空间。

（本文参考文献略）



浅析废旧木质家具的可持续设计

Sustainable design for furniture made by waste and used wood

文 孙娜家 石川

不同国家、地区和民族的人们在自然和社会系统中都面临着发展的瓶颈，而问题的关键，是自然与社会环境的设计陷入了贫困。经济的快速发展，家居产品也逐渐成为国民的消耗品，据统计，中国家具业从 2004 年到 2014 年十年间，年均增长率超过了 21%，家具业的迅猛发展也导致了原材料的短缺，我国每年进口木材 1 亿立方米，占据整个国内木材市场的一半左右。

木质材料由于回收，加工方便，完全可以通过设计手段进行循环再生。日本的家具业从产品全寿命周期出发，从设计初期就考虑到家具的回收利用，工厂不仅生产家具而且还负责回收旧家具。这使家具设计、制作、使用、回收成为一个封闭的循环系统，真正做到了可持续利用。相比而言，我国作为家具制造和家具消费大国，由于没有立法支持，全凭企业的自觉进行旧家具回收，几乎所有家具企业只

考虑生产销售环节，至于回收利用可能早已抛到九霄云外。这导致许多废旧家具的产业链几乎是断层的，一方面生产家具消耗了大量原材料；另一方面，废旧家具的回收利用率极低，大多焚烧或填埋，这不仅对环境造成了极大的破坏，也不利于经济的循环发展。因此，我们有必要从生态角度再次重新审视人与自然、设计与产品之间的关系。如果这些废旧木质家具都能够得到

回收利用，所产生的经济效益将是巨大的。

(1) 废旧木质家具现状

尽管很多木质家具的平均寿命都在 20 年左右，实木家具的寿命在 60 年左右。但由于家具新样式的不断涌现以及人们喜新厌旧的消费理念，导致很多家具还未到寿命期便被早早的抛弃。笔者经常见到小区或马路边被人们任意丢弃的废旧家具，这些废旧家具并无完全破损，经过简单修理还可再次使用。据统计，我国每年产生的以废旧家具为主的各类木材制品废弃物大约 6000 万吨，约 8500 万 m³。

欧美和日本等地区和国家对废旧木质材料的回收都有严格的法律法规，这从立法层面保证了废旧木料的二次循环利用。比如意大利的 Mauro Saviola 集团全部采用废旧木

料来生产刨花板，年产量 150 万 m³；日本法律规定废弃木材的回收率达到 98% 以上；德国早在 2003 年就颁布了“废旧木材管理法”，禁止随意填埋废旧木材。

我国对于废旧木质家具的回收再利用并未形成完整的产业链，可以说仍然处于空白阶段。长期以来，我国对以废旧家具为主的废弃木质材料循环利用还比较少，大都随同其他垃圾一起焚烧或填埋。2012 年，居然之家在北京成立了专门回收旧家具处理中心，对回收来的旧家具经专业人员进行拆解，并按材料分类，之后分别作为各种人造板材的原材料。废旧木质家具而产生的废弃木质材料是固体废弃物中极具利用价值的一部分，如果能够循环利用，将产生巨大的经济效益和生态效益。

(2) 旧木制家具的可持续设计

旧木质家具主要是指家具本身并无大的损坏，经过简单修理或表面处理后便可再次使用。这部分旧家具由于仍具有良好的性能和使用价值，所以在市场上回收利用较广。对于这些保存品相较好的家具，除去五金、塑料配件后，再经过除污、去缺、修补等处理即可再次运用于家具制作。这些旧家具采用以大改小，以厚改薄的方式进行改制、整修后完全可以再利用（如图 1、图 2）。



图1



图2

许多旧木质家具表面可能出现掉漆、开裂、小部分缺损等问题，旧实木家具可以对其表面进行打磨抛光，重新上漆或重新做贴面装饰，使家具旧物换新颜。荷兰有一家家居用品老店 Van Thiel&Co，专门搜集各种旧木质家具和其他陈设品。这些搜集来的旧物坚持手工制作，通过艺术加工、布展在当代生活环境中，这样新旧杂陈的风格受到许多人的欢迎。

Uhuru 是由 RISD 学校的 Jason Horvath 和 Bill Hilgendorf 两位毕业生于 2004 年成立，这个座落于美国布鲁克林的工作室，

专注于可持续家具的设计，擅长于材料的循环利用。他们致力于环保及可持续设计领域，主要以家居设计为主，他们的设计理念推动了可持续设计发展，带来的设计都是比较前卫。作品在国际上得到了广泛的认可，并且部分作品被一些著名的博物馆收藏。

(3) 废木质家具的可持续设计

废木质家具主要指家具已到使用年限或由其他原因造成的损坏，这种损坏使家具本身的功能性受到严重影响，只能对其进行拆解或重新加工制作后才能再次使用。这类家具大多被当成废弃物或垃圾直接焚烧或填埋，对周围环境造成了极大的污染。许多残废的木质家具由于没有专门的拆解回收部门或企业，仅仅是回收站人员对于较结实的实木家具或其他比较有经济价值的家具进行拆解变卖。大多数都堆在垃圾场，如何对这部分残破废木质家具进行可持续设计是亟待解决的问题。



图3



图4

残破的废木质家具经过拆解，可以分为人造板才、实木板材两种。这两种板材通过艺术加工的方式是完全可以设计制作成新的家居物品的。比如荷兰家具设计师 Piet Hein Eek 致力于各种废旧家具的再生设计，将许多小废木料拼接成各式各样的家具，每件废木料拼接的家具都不少于 10 次磨光、上亮光漆，每次作品就像是陶瓷作品一样发出迷人的光彩（如图 3、图 4）。

从废木质家具拆解下来的废旧木材也可制成拼板用于桌、椅等家具中主要受力部件，起到支撑作用。对于破损的板式家具经过拆解可得到较大幅面的旧板材，而完整的大幅面的旧板材经过简单处理后可直接应用于家具生产。对于幅面较小的板材可加工成一定规格的板材，可用于家具内部的搁板、挡板以及软体家具的结构件等。

(4) 废旧家具的可持续设计实践

在平时的家具设计课程里，我们经常有意识地带领学生尝试用回收的旧木制家具或废木料进行家具设计制作。通过废旧家具的手工制作，将可持续设计的理念贯穿其中，调动了学生极大的学习热情，这有助于培养学生在设计初期就树立良好的环保意识。

如图 5 所示，这件椅子是一位同学从垃圾场捡回一些旧木料，经过简单加工制作而成的。为了打破靠背的单调感，将发黄的树叶填充在靠背里，为家具本身增添了一抹艺术气息。如图 6 所示，这件家具是学生利用废旧的树枝制作而成，椅面的承重采用具有民族特色的织物层叠交织而成。粗犷的枝干与柔软的织物形成对比，而且功能良好，起做方便。如图 7 所示，这件家具可以说是旧毛线编制的艺术。这位同学将废木料做成椅子的框架，椅面和靠背完全用深浅不一的旧紫毛线编制而成，柔软的椅面与温和的木材相得益彰。

尽管学生的作品略显稚嫩，但从某种意义上讲，这种废旧家具可持续设计的精神令人感动。（本文参考文献略）



图5



图6



图7



定制家具设计的关键方法——模块化设计

Modular design---key method for contract furniture design

文 王晓利

模块化家具设计是由家具产品系列化、组合化、规范化、通用化和标准化的需求而孕育的，是将模块化思想引入家具设计，着重解决家具品种、规格与设计制造周期、成本之间的制约关系的现代设计方法。模块化设计是大规模定制家具设计的重要方法。

1、模块化设计

模块化设计既是一种新的设计方法，又是一种新的思维方式。是设计领域中一个形式简单但意义深远的变革，有助于解决复杂的问题。模块化具有通用性、标准化特点，是组成系统的基本制造独立单元，可以通过各种不同的组合装配，构成不同的系列（图1）。模块具有独立功能可作为一个单独的设计单元；其次模块接口的标准化或通用化，使模块构成系列；模块离开系统就失去其使用价值。家具模块可以单独设计制造，可以预制储备以供急需，还可以规模生产以降低成本，甚至可以由专业厂家制造，成为独立的商品在市场流通。



图1 模块化沙发

(1) 模块化设计的主要特征

模块化设计具有系统性，它将一个产品视为一个有机的整体性大系统，将大系统按功能及结构分解为若干子系统，子系统由若干个独立功能的单元组成，一些基本构成要素又组成单元，这个系统具有清晰的多级的模块层级结构，将上述功能模块或子系统，用其相互连接关系组合起即成统一拥有综合性能的大系统（图2）。



图2 系统模块化皮箱家具

在模块化设计中，不同的系统中包含相同和相似的模块，不同的模块含有相同或相似的要素，通过同类归并、优选和简化，可以形成具有相同要素的、标准化的功能模块（图3）。



图3 相似模块化咖啡桌

标准化是模块化的主要特征，模块化是标准化的实现形式，标准化的设计目的是把分散的、具有共同特征与相似性的事物归并、统一获得产品零部件的标准化、通用化，以其实实现降低成本及快速响应市场。模块化设计的对象则是通用性的，它需全面的理解并运用标准化理论（图4）。模块化设计的目的是为了产品提高设计效率，缩短产品设计周期，降低生产成本，并使设计经验能够传递和继承，以利于进一步提高设计和生产水平，使企业在市场竞争中获得主动权。



图4 标准模块化桌子

2) 家具模块化设计

家具模块化是利用不同的组合方式通过标准化的连接模块或连接原理组合成家具的设计方法，这种设计方法获得的家具形式多样，因此模块化设计能快速实现家具多样化。如箱体模块化、柜体模块化、底座模块化、抽屉模块化等，按标准模数确定其形体尺寸。进行模块化设计最重要的是要冲锋考虑到模块化的通用性、易加工型等，尽量减少模块的种类，对家具进行适当的模块划分，降低制造的间接成本及供应链成本。

(1) 定制家具模块化设计的优点

1) 满足产品快速设计，便于产品更新换代，利于新产品的开发。由于企业的系列产品中已有很多通用模块，所以在客户提出产品定制需求后，采用模块化设计方法可以利用部件及子系统的标准化实现简化子系统及复杂产品的构成模式，从而达到简化设计、缩短新产品开发周期的目的，最终组成符合客户需求的产品。模块化生产是以模块作为生产单元的，具有确定的工艺流程和工

艺装备，生产效率高，制造周期短。

2) 提高生产效率。据统计，在设计过程中利用模块化设计能节约50%的时间，在产品的设计开发阶段，设计人员可以利用大量系统中通用的模块，通过标准模块与非标准模块的结合，创造新产品，从而缩短产品的开发时间；从制造角度看，模块化家具是按模块组织生产和管理的，有利于组织专业化和社会化协作，家具企业也可以将部分模块交给外协工厂加工，不仅降低成本，而且缩短了制造周期。

3) 有利于降低成本，提高产品质量和可靠性，增强产品的竞争能力。大量的模块进行批量生产，可对一批产品从开料到加工实现大批量生产，降低成本，减少浪费率。家具模块是功能和结构相对独立的单元，专门组织设计、生产、检验，能更有效的保证模块的质量。

4) 良好的可拆卸行，实现产品的生态设计。拆装家具不仅在设计、生产、储存、运输、销售、安装等方面有许多适应现代化大工业生产的优点，而且从生态的角度讲，它对环境保护也具有重要的意义，具有传统框式家具难以相比的优点：减少了可回收零部件和材料再次使用所需的工作量；拆卸分离简单快捷；拆下的零部件易于手工或自动化处理；回收材料及残余废弃物分类处理，实现产品的生态设计。

2、家具模块化设计流程

(1) 家具模块化设计流程

模块化设计包括一个范围广、牵涉量大的复杂系统，必须要有全面的规划才可以展开。模块化设计包括家具模块化设计总体设计、家具模块设计和家具模块化产品设计三方面。

1) 家具模块化总体设计。是指模块化的总体策划，确定模块化实施的范围。总体设计是对模块化产品系统的总体策划，通过对家具现状及发展、产品生命周期、需求预测及技术水平、设计制造周期等分析与综合，通过对系统的分解和组合，制定模块总体规划。

2) 模块化总体设计包括：①方案设计主要是运用模块化原理将家具按照功能进行分解，绘制模块化家具系统层次图；②功能设计主要是编制模块化家具的系列型谱，绘出模块可能构成的系列家具的形式，确定模块的接口和接口模



D 设计与工艺

DESIGN & TECHNOLOGY

式，进行可行性分析。
(2) 家具模块设计

家具模块设计是将家具模块化总体设计中得出概论进行具体化，使之能实际操作。家具模块设计主要包括模块划分和模块建立；

1) 模块划分是通过对家具的功能分解，将具有相同或相似的单元分离，用模块化原理对之进行归并、简化，形成通用单元，即模块。模块划分是模块化设计的基础，模块划分的合理性对模块化家具的性能、外观和模块的通用化程度以及成本都将产生巨大的影响。

2) 模块建立是指将划分好的模块进行设计并更新。这其中包括两个内容：对模块进行结构设计和参数设计，并将设计好的模块存入模块库；根据市场需求的变化和技术的更新，不断地改进原有的模块，以保持家具在市场上的竞争力，延长家具的生命周期。

(3) 家具模块化产品设计
家具模块化产品设计时模块化设计系统的最后一阶段，是通过模块尺寸、结构、接口使用功能，选择模块并组合模块，得出能保证家具总功能和外形美观的具有价值的产品，是形成产品的过程。此阶段需要评价模块组合方式的可行性与合理性，组合过程中需要分析它是对模块设计结果的应用，是模块化设计的见效。家具模块化产品设计内容见表 1。

内容	方式
任务分解	根据客户的需求，将设计要求分解成可以用模块实现的设计任务。
模块选择	从模块库中选择合适的通用模块，附加专用模块、接口构成符合总体功能的家具产品。
模块组合	通过合适的方式将模块进行组合，得出各种组合方案。
方案评价	利用各种评价手段对方案进行评价，得出最能满足客户需求的家具。

3、定制家具企业模块化应用案例分析
S 公司是一家专门定制家具的企业，目前已在国内 100 多个城市设立专卖店为消费者提供定制化服务。产品以衣柜、移门、书柜为主要产品及其他配套家具，有标准产品和非标准产品。

S 公司衣柜一共有 8 种标准单元柜体，标准柜的尺寸已确定，如图 5 所示。8 种标准柜高度为 2088mm 或 2042mm 两种规格；深度方向上 1—5 号柜均为 495mm，6 号柜深度宽度同为 819mm，7 号柜深度为 600mm，8 号柜是与标准 2 号柜组成的 90 角度转角柜；八种柜体均配置孔位供层板调节，1、2、3、4、5 与 6 号高度为 2088mm 时，可配置 5 块层板；高度为 2402mm 时，可配置 6 块层板。



图5 S公司标准柜系列

实际上，在销售过程中，客户所需求的衣柜大多数为非标准柜体，需在上门测量尺寸后，根据具体数据设计柜体图，因此将产品按部件功能性分为五类：
(1) 结构模块：除衣柜 8 个标准单元模块外，根据柜体结构，分为移门、侧板、顶底板、层板、背板及脚线等结构模块。根据现场或要求不同，公司将衣柜组合结构又分为入墙式、整体式、支撑式及顶柜式等四种方式。

(2) 装饰模块：在产品中起装饰效果的是不同色彩或材质模块，图 6 中列出公司常用的集中材质，用于移门与柜体材质变化。



图6 常用材质图

(3) 移门即是结构模块，也是单元模块，同时，如运用不同材质、材料的配置也能在柜类产品中起装饰模块作用。如图 7 中，将铝框按不同比例拼装，能构成不同款式移门，故移门的组成部件也能单独作为结构模块，如表 2 中各型铝合金框。

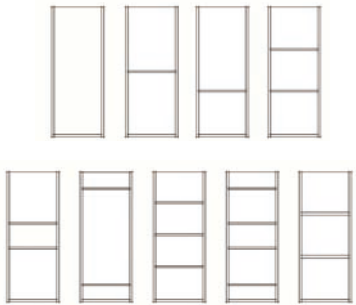
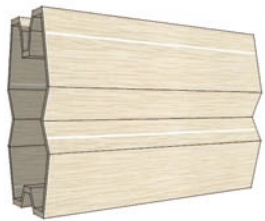


图7 移门铝框组合模式图



H型白橡木竖框
编号：ELH208



H型苹果木竖框
编号：ELH702



U型白橡木竖框
编号：ELU208



U型红枫木竖框
编号：ELU902

由上述得知，将不同款型铝合金框与不同色彩、材质板件拼合，既能得到形式多样的移门款式，如图 8 中所示。



图8 S公司移门产品示意图

S 公司的产品模块化系统还处于基本构建阶段，主要存在以下几方面的缺陷：

(1) 装饰模块种类单一，仅有材质、图案等变化，可增加各种顶板、侧板装饰线条或装饰面板，能丰富产品种类。

(2) 公司对于客户定制的非标准衣柜的生产不能保证交货期，一是因为企业的建设源于投入资金，资金有限造成机械设备生产能力无法跟上需求节奏，二是因为企业对模块、材料尚未进行企业信息化管理，当订单下来时，无法对订单各进程进行有效的跟踪，造成订单的延后。

(3) 编码不规范，只针对材料以及一部分模块进行编码处理，对大部分结构模块、功能模块等尚未编号统一或编码混乱，故应在建立企业模块信息化平台，如利用条形码对模块表明编号，生产日期，规格等。





居家办公家具情感化设计的研究

Research on the sentimental design for home office furniture

■ 文 李莹 万辉

伴随着科学技术的发展,计算机、网络技术的出现及广泛应用,人们突破了传统的工作模式,办公不是都聚集在办公室中才能完成,通过手机、电话等通讯设备,以及网络聊天、网络电话、视频会议等网络媒介即可实现人们沟通所需要的远程交流。这不仅节约了时间和成本,提高了办事效率,而且还缓解了日益严重的交通拥堵现象。居家办公正是在这一新型的工作模式基础上应运而生,它将工作、生活和娱乐三者有机的结合,成为一种全新的、自由自在的工作生活模式,引领了社会的生产模式和人们的生活模式的巨大变化。

1. 居家办公家具情感化设计的必要性

居家办公家具作为一种功能的载体是通过与人的行为之间的互动而实现的。人们在办公家具中处理着各种事物,进行着广泛的社会交往,这就需要办公家具能够满足人们多样性的情感需求。随着人们越来越追求生活的质量和更符合人性的、自由平等的生活方式,居家办公家具日益成为个性化、情感化的家具组合。

情感是人与生俱来的,情感也可以通过某种符号或者形式依附于产品与人的互动之中。如 Ezio Manzini 所指出的那样,家具“需要一个表面或一种皮肤,在这种皮肤上仍然需要充斥情感的和符号的张力。”家具产品通过形式表达着人类情感,同时,家具也通过形象表达着自己的情感。当其单独存在时是一个无情感的物体存在,只具有自身的存在意义;但当它进入一个特定的社会文化圈中的时候,产品的存在不再是单独的、静止的,它在空间上通过其它产品的关联,在时间上通过生产、消费获得了社会生命,成为过着社会生活的生命体。

数字化时代科学技术的进步给人们的生活带来了各种便利但同时也使人与人之间的关系产生了疏离。居家办公族备受工作、生活压力的折磨,变得孤独、寂寞,缺乏精神生活,情感失衡。因此,对于居家办公族家具而言只有弄清人们心理反应

的过程和原因,才能使居家办公家具的设计更符合人们的喜好。希望能够通过居家办公家具设计以减轻他们的心理负担。在居家办公家具设计上,一方面要寻求趣味性。造型简洁、轻松、充满趣味的家具设计,可以让居家办公族在积极的状态下潇洒完成繁重的工作。另一方面,作为针对家庭生活方式的家具产品设计,我们更要把它看作是可以用来联络家庭成员相互之间情感,并且能够激发人心的美妙语言。居家办公家具设计的本身并非只是针对人们在家里的使用需求,它更想表达的是人与人之间在情感上的相互沟通,从而引发情感的共鸣。然而,这种沟通情感的最好媒介就是深藏在每个家庭成员心中的真实情感。在体验经济时代的今天,居家办公族需求的发展和变化迫切要求在办公家具设计中引入情感化设计理念。对于丰富居家办公家具市场、满足人们的消费心理、提高生活乐趣和审美品位就有着非常现实的意义,是一种切的需要。

2. 居家办公家具情感化设计的原则

物质生产的富余使得产品的物质功能提供成为了前提,情感体验等非物质功能的提供成为产品的一个重要方面,情感化设计成为当前设计的一个核心问题。

(1) 安全、舒适原则

产品的安全舒适是人对产品的最根本

的要求,是保障其他条件实现的前提。居家办公族倡导健康的生活模式,追求生活的舒适和享受。办公家具产品的安全性、舒适性是功能设计的基础。主要考虑从以下三个方面考虑:

首先,办公家具设计的设计要以人体工程学为依据,满足居家办公族安全、舒适的生理需求,居家办公群体的生理特点是情感化设计的基础原则;其次,居家办公族的工作和生活都离不开办公家具,办公家具质量可靠性就显得尤为重要,必须保障人们在一定的时间内能安全使用;再次,还要考虑办公家具给使用者带来的心理感受,力图给居家办公族带来积极的、稳定的正面感受,避免不稳定感等负面的感受。如图1这款沙发平时折叠起来,就像普通的沙发一样。当它的靠背被伸展并直立起来形成一个屏风时,内部空间可以实现与外界隔离,给用户带来相对私密的空间。稳定、独立的环境可以给用户带来安全、舒适之感。



图1 高靠背沙发

此外,我们设计办公家具时需要对手具的设计、制造、流通、使用的整个环节进行系统的考虑,将形、色、质、结构等进行合理的组合。

(2) 灵活性原则

居家办公族通常是按劳所得,收入水平的高低由工作效率的高低直接决定。居家办公族高效的工作能否顺利的进行直接影响了他们的心情状态。俗话说“工欲善其事,必先利其器”,意思就是办公家具能够为居家办公族高效率的工作提供保障。与传统家具相比,居家办公家具功能要更齐全,通过紧凑的布置和功能区域的分割,可以将空间进行充分的运用。居家办公家具产品的高效率的实现主要体现在家具的灵活性与使用弹性上。

居家办公需要如电脑、打印机、复印机、扫描仪、传真机、电话等一系列的设备,这些设备都需要有秩序性和规整性的放置。今天的办公室讲究舒适、便捷、高效和健康,既要具有完备的功能,还要具有空间弹性和智能化。我们可以将居家办公家具高效率的实现看作是一个系统的工程,如何巧妙利用有限的空间是居家办公家具急需解决的重要问题。居家办公族的办公方式的办公家具必须具备随意灵活、移动方便、多功能等特点。如图2中的可折叠、移动的多功能家庭办公家具,引起使用方式的灵活、多变深受居家办公族的喜爱。可以根据不同使用要求,呈现不同的状态,满足居家办公族弹性、多变的办公方式及追求自由、随性个性需要。



图2 多功能家具

(3) 亲和性原则

居家办公的地点在家中,与之相对的办公家具也有“家”温馨、亲切的特点。居家办公族的价值观念同以前有了很大的不同:一方面,居家办公族越来越认识和肯定自我价值,认为应为自己活得精彩,积极工作的同时尽情享受生活的乐趣。以往

一味强调严肃的气氛,追求现代化的高效率的办公家具设计已经不能满足居家办公族的要求。他们追求时髦、新颖、独特以及与众不同生活方式,通过丰富精神层次的愉悦为单调的日常生活增添趣味。如果居家办公家具设计中打破传统设计思维,让目标使用者在轻松、随意、自在的环境下完成工作,可能会产生事半功倍的效果。如图3这款沙发由抽象人体叠加组合在一起,给人带来诙谐的幽默感和亲切感,与居家空间中舒适、轻松的氛围吻合。把“好心情”放进产品诉求里,能够缓解居家办公族工作生活的烦恼和压力,符合新时代下居家办公族的情感需求和消费特征。

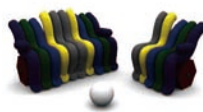


图3 人体沙发



图4 心形椅子

另一方面,居家办公族经常感觉身心疲惫,渴望释放压力。他们对家具造型的亲性和性最为敏感,在追求功能的前提下,更注重用品的造型语言所表达给他们的感受。亲和性的语言就如同女性面对鲜花和掌声所产生的情绪一样,会产生无比的感动和喜爱。如图4可爱的心形椅子的造型设计就深受女性的喜爱,有效的拉近了与用户之间的心里距离。用于家居摆设会使整个家居环境显得可爱又有人情味,帮助居家办公族释放工作压力,消除紧张的精神状态,营造出轻松愉悦的氛围。

(4) 从属社会文化原则

艺术形式都是建立在本国特有文化的思想情感与风格之上的。文化可以说是一个时代和一个民族最内在、最核心、最有生命力和表现力的特征,是国家民族乃至整个人类得以延续发展的内在动因。也就是说文化是设计的基础,设计是文化的表现。文化情感对于情感化的产品设计来说是最深层次的情感。产品设计日益以一种文化的形式影响和改变着人类的生活方式。文化是人类社会中主宰着人们的思想、情感和精神的系统化的意识形态,而不是一种外在的形式语言。它不断被人们所传承变革,并随着时代进步而发展。办公家具必须与一定的优秀文化进去才可能符合当下社会的要求,取得持久的生命力。在家具设计的发展历史中,不同阶段的社会

文化都会产生新的家具形式。20世纪60年代的经济复苏带来了“风景化办公”的家具,70年代的能源危机促成了“单元化办公”家具的大量使用,80年代随着电子技术的发展,电子化的办公家具得到发展,以及后来的高效化的办公家具等等,这些说明了办公家具的形态与整体的社会发展休戚相关。

从微观的角度看,不同的社会文化群体使用着不同形式的办公家具。按照收入层次,可以分为高收入、中等收入、低收入群体。不同的群体对于办公家具的需求有着明显的差异。一般来说,高等收入的群体都会用比较时髦的款式,比较富有象征意义的产品以体现自己的优越感,展示自己的经济实力,表达自己的某种正面的形象,从而实现与中低收入群体的分;中等收入群体则跟随着高等收入的风格,形成流行的款式,一方面诠释了流行风格,一方面证实自己并不落伍;低收入群体,以实现最基本的需求作为目标,常使用价格低廉的由低劣材质做成的产品,为了遮掩材质,通常布满了矫饰的纹样或色彩。在不同的家具之间,其实已经形成了一种区隔,这种区隔又通过使用者得到强化,家具也具有了某种文化意义。因而,居家办公家具的设计其所属的社会文化背景的关系是不可分割的。

(5) 流行时尚原则

时尚是一种广泛地发生在人们的日常生活与精神领域中的社会现象,是现代社会的日常生活及其内心世界的一种表现形态。它反映、表现并构建现代人的日常生活形态及其精神世界,逐渐由一种隐性的力量变为一种明显的力量。我们可以从中感受到大众的某种期待与渴望,更准确地说,是某种隐性的情感。

居家办公族是崇尚自由,紧跟潮流的群体,在他们所使用的办公家具里流行时尚是一种发自内心的需要。按照巴特的流行理念——流行主要体现在一种内在的社会文化、人性的亲昵感的认同,通过无所不能的细节表现出来。在当前的这后情感语境中,流行对于办公家具的影响不仅仅在形态上,更在于对于家具的观念之



图5 “章鱼椅”



设计与工艺

DESIGN & TECHNOLOGY

上，不断更新的潮流使得设计样式迅速的变化，但其中不变是对新颖、时尚的追求。如图 5，这款“章鱼椅”第一眼就能够吸引到人们的眼球，椅子由蛋形椅身和短小的四条椅腿组成，椅身上嵌满了天然珍珠母，仿佛镶嵌了水钻一样，闪闪发光。

居家办公族对产品时尚、流行的心理欲求，是普遍存在的社会消费现象，它反映了居家办公族渴望变化、趋同从众、顺应时代、完善自我等多种心理需求。当一种新产品在市场上出现的时候，总会有一部分好奇心强的消费者能敏锐的觉察到新产品的新特色而率先购买，成为消费的先驱。经过他们的示范与宣传，引起其他消费者的模仿，形成消费时尚。时尚需求是一种心理现象，是一种个性追求、自我实现，又是一种自我保护、自我防卫，试图用出众来避开或弥补自己的不足。消费者通过所追求的事物，获得心理上的满足。

6、情感实现原则

现代社会中人际关系渐行渐远，上班族在公司不得不整天与机器还有和机器一样冷冰冰的人打交道。过于忙碌的生活节奏和较为严重的情感缺失，使得神经紧张、抑郁症等精神类疾病在上班族中迅速蔓延开来。年轻人见了面，说得最多的两个字就是“忙”和“累”，这在无形中给人的生活添加了一种紧迫感，能缓解这种紧迫感最好的办法就是放松。人们都在努力寻找各种渠道来增进彼此情感的交流，从而缓解日常工作的压力。图 6，把逆向思维运用到设计中，将哀伤表情应用到了沙发上，赋予了沙发新的涵义。在实现居家办公家具的功能性要求的同时又充满了独特的性格特征，逗人一笑，使用户的工作压力和心情得到了放松，可使用户的创造力和想象力充分的被调动。

情感化的家具设计，最终的目标是实现人的情感化体验。这就需要我们在设计的过程中，需要考虑产品的情感符号如何影响到人的情感认知的。在家庭办公的环境中，办公家具既是办公用具，也是生活、娱乐、学习、交流的场所，情感的释放与家具有着重要的关联。产品扮演着情感的刺激物、属性的承担者、行为的伴随者、事件的触发者的角色。

家具作为情感属性的承担者承载了它最基本的物质属性，作为行为的伴随者关注居家办公用户动作过程及范围，而作为事件触发者则是为人与人交流的重要媒介处于使用的物理环境和社会文化环境的背景之中。不同的消费者对产品的情感唤起结构的要求不同，有些使用者注重于产品

的属性需求。我们需要对使用者进行比拟致的分类，从而实现个性化的、能够唤起正面情绪体验的设计。居家办公族自己特有的形象和符号与人沟通感情，承载着居家办公族物质生活、精神生活和审美风尚的需求。



图 6 表情



图 7 百变沙发

3. 居家办公家具的情感化设计方法

办公家具的情感化设计是以居家办公族的情感需求为基础的，它决定了设计的定位和走向，所以对居家办公族情感需求的分析显得尤为重要。在上文中我们通过一些细分变量了解到居家办公族的情感需求主要受到性格类型、生活方式、文化潮流等影响的。满足居家办公族情感需求的家具设计可通过运用以下设计方法来实现，主要包括：

(1) 个性化设计

产品个性化设计是以个体需求为导向，但并不是片面的另类、与众不同；而是在融合了大众审美的基础上的个性化，是共性与个性的有机统一。通过对居家办公族的深层次情感的理解，从办公家具上体现出这类人群的身份、品味、兴趣爱好等等。一个好的个性化办公家具设计不仅仅具有与众不同的差异性，居家办公族可以通过购买它来体现自己的价值观、审美观，也会因为对某种个性化生活方式的向往而购买相应的办公家具。正如，人们对于品牌选择一样，每种牌都有自己的个性，或高贵、或休闲、或可爱、或正统。每种人群都有自己乐衷的品牌，因为这些品牌所宣扬的品质和生活理念是与这部分人群相符的，他们可以通过使用这些产品向人们传达自己的形象，满足自我展示的欲望。

居家办公族本身就是具有强烈个性的人群，不同的工作类型人就有不同的个性，当然这里的共同特征也是相对性的。例如设计人员比较倾向于前卫的家具造型，而信息类的居家办公族则可能更喜欢科技感强的家具等。情感化设计是建立在个性时代的基础上的。对情感的追求本质上是对精神世界的追求，而个性是人精神世界的突出表现。个性消费成为人们新的消费热点，设计师要充分调查不同年龄、性别、社会经历的消费者的独特需求，将情感化

设计的着眼点放在情感需求的差异化层面。情感化设计在细致层面上更注重满足人们情感上的需求，给人们带来更多轻松快乐、幽默新奇的心理感受和情感体验。

居家办公不再像传统办公那样中规中矩，人们希望可以在最舒适、最习惯的随意状态下完成一天紧张的工作任务，而新材料的应用和造型的最大自由度给这些想法提供了可能。例如图 7，百变沙发不仅将主人的个性充分体现出来，还重新诠释了坐和卧的概念，对传统的沙发和床的造型也是一种新的挑战。它可以随着身体的变化进行各种不同的变化，营造了一种没有约束、没有压力、轻松休闲的氛围。把趣味性融入到家具设计中，希望能够将工作与娱乐有机的结合，减少工作的枯燥、无味。重视居家办公族的这种心理需求，可以使他们在轻松自在的状态下愉快地完成工作。

(2) 情景设计

产品的情景设计主要指的是在对产品进行设计时，有意识的将产品本身与使用环境结合为一体，以产品为媒介来表现和传达设计师和使用者的情感。情景设计是一些深层次的意识活动所带来的乐趣，通常是通过产品对使用者诉说一个生动的故事，并将使用者也带入这个故事中，成为其中的一个角色。这就要求我们在产品设计中要注入更丰富的文化、情感，激发消费者参与到这一情感体验中，引起使用者的情感共鸣。设计通过讲述了一个或者意味深长，或者诙谐幽默，或者生动刺激的故事将用户带入某一具体情境中使人有身临其境的感受。

产品设计以设计的外观或图像作为载体，设计的叙事性更需要依赖于设计的观看者的联想和想象加以补充，并通过赋予设计故事作为索引“信息”的线索。如果设计的观看者能够获知这一故事的来源和意味，平凡之物就变得异常生动有趣了。如图 8，这款椅子的造型是借鉴经典游戏《无限回廊》，从不同的角度看，椅子的造型也有所变化，仿佛游戏中的某个场景被复制、保存了下来。椅子所具有的特殊符号引起游戏的爱好者的共鸣，看到椅子就能够回忆起玩游戏时快乐的心情。这也就是情景设计是位于反思层面的，通常我们通过产品对使用者诉说一个生动的故事，并将使用者也带入这个故事中，成为其中的一个角色。这就要求我们在产品设计中要注入更丰富的

文化、情感，激发消费者参与到这一情感体验中，体现产品与人之间的互动性。

在情景设计的过程中，我们将较为具体的形象提炼成符号，这个新的符号蕴含着设计的情感、意图、文化背景等。然后要这些具有一定模糊性的符号可视化，以便消费者能够接受到这种情感的传达，对产品产生一定的联想，从而反推出产生这份情感的文化部分，体现其象征意义。



图 8《无限回廊》之椅

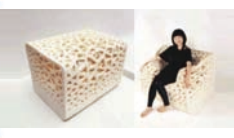


图 9 豆腐沙发

(3) 关爱设计

情感化设计是“以人为本”的设计。在产品设计中加入对人性的理解和关爱，关注人的生理需求和心理感受，以人为基本出发点，探索出潜藏在用户内心的真情实感。通过对形态、色彩、材质等赋予办公家具不同属性，满足居家办公族不同的生理和心理需求，尊重人、爱护人、理解人、关心人。通过塑造良好的空间氛围，对居家办公族获得一种认同感与归属感与理想人格的肯定和塑造及高效率工作的开展具有非常重要的意义。

办公家具的关爱设计可以通过安全性、亲和性和易用性等原则为切入点，以良好的使用方式、可亲的人机界面等引发积极的情感体验和心灵感受，获得亲切、舒适、关怀等有趣味的心理活动。目前新技术、新材料、新形式层出不穷，家具在使用和操作方面也变得越来越复杂一些润物细无声的有情、有趣、有吸引力的细节，通常都可以使居家办公族感觉到贴心般的温暖，我们可以通过与某些产品之间创造一种情感的联系，把他们视为我们长期的伴侣。关心居家办公族，要从关心他们的生活开始，更要从关心他们的日常生活用品开始。了解居家办公族的梦想及渴望，通过建立居家办公族与物品之间的友好的设计，使得二者之间建立起真正的友谊。他们对自己关爱的意识已普遍存在，而且将越来越强烈，越来越成熟。如图 9，这款豆腐沙发设计灵感就来源于我们常吃的豆制品。满是“呼吸”孔洞的它在平时保持正方体的形态，它会随着你的坐姿变化外形，坐上去想必十分舒适。

(4) 用户体验设计

在体验经济时代，人们对生活的体验要求不断提高，关注消费者的感受成为设计

策略的核心要求。用户体验是一种纯主观的在用户使用一个产品（服务）的过程中建立起来的心理感受，因为它是纯主观的，就带有一定的不确定因素；但是对于一个界定明确的用户群体来讲，其用户体验的共性是能够经由良好设计的实验来认识。通过观察、参与感受和体验，获得设计灵感，发现潜藏于居家办公族心中的情感诉求，并很好的让产品理性的技术获得感性的表达。开发出充满个性体验的情感化办公家具。

体验是源于生活的，这就要求设计师具有丰富的生活阅历，对生活具有敏锐的观察力和独到的领悟能力，这样才能为使用者创造悬念和惊喜的意外体验。这时产品的功能不是最重要的，人们要求产品的功能带来一种新的使用方式并从使用的过程中体会探索发现的趣味。居家办公族的生活压力很大，需要一种能够缓解压力的方式，办公家具作为生活中常用的物品，在产品中增加娱乐趣味性是居家办公族工作生活的需要。通过对产品或服务的设计促进了人与人之间的交流。用户体验设计主要包括以下三点：

第一，从满足居家办公族的需求出发，站在他们的角度，联系他们生活实际巧妙的开发互动产品。提供给他们一些让他们感觉到有可能成功、富有挑战性的任务，使各个层面的消费者都能或多或少地体验到成功的喜悦，激发起他们尝试的动机和参与的热情。如图 10，这是一款由日本设计师设计的古怪沙发。它将废纸经过加工变成了这种褶皱的样式，然后将它们捆扎成了这样一个圆柱体，而你只要用刀子将它垂直的切开一条缝，即可根据自己的需要将它撕成自己想要的沙发形状，这个参与的过程使他们获得极大的成就感。

第二，从满足居家办公族的审美需求出发，在产品中充分挖掘美的因素，创设艺术化的互动情景，以美来吸引他们主动参与其中。

第三，从满足居家办公族的娱乐需求出发，在产品中赋予生动、活泼的互动模式，使用户与产品的互动中获得愉悦感，从而更有利于提高其工作效率。如图 11，这款沙发的两端的圆形部分就被设计成了可旋转的，进行交流的双方可以随意调整各自区域的方向，在互动的过程中产生愉悦的、难忘的情感体验。

居家办公家具作为室内的重要陈设，通过与办公家具的互动，营造轻松愉快的氛围而产生愉悦感，成为居家办公族表达自我个性和情感的手段。

(5) “DIY”设计



图 10 手撕沙发



图 11 旋转沙发

“DIY”是英文 Do It Yourself 的缩写，也就是说自己动手做。“DIY”通过提供标准接口、可扩展接口、可塑性材料、“再设计”的工具与材料等途径可以为消费者提供“DIY”空间，极大的满足了消费者追求个性化情感的心理需求。现代产品虽然在使用功能上满足了不同消费群体的需求，但在审美情趣上却缺乏个性，“DIY”正迎合了居家办公族自我审美的个性需求。通过为使用者预留“DIY”的空间，让他们参与到设计中来，使他们感受参与设计的愉悦情感体验，这也是办公家具情感化设计的主要途径。因为人们往往对于自己的创造成果或者参与创造都会有一种成就感，这种成就感带来的喜悦情感体验是被动的接受或者执行所不能比拟的。如图 12，OKONNEX 书架是由德国设计师 Florian Gross 以“构组合玩收纳”的设计理念，设计的一款简洁实用的书架系统，通过这些框架相互之间的组合，可以得到不同的书架收纳系统，非常灵活多变。使用者可以根据自己的需求和想法自己动手进行重新组合，增加其对家具的独特情感。使用者根据自己的需求随意组合，在参与中通过与产品互动从而得到愉悦的情感体验。



图 12 OKONNEX 书架

居家办公族渴望能够主动地参与办公家具的设计与制造，并能按照他们新的生活意识和消费需求开发与他们产生共鸣的“生活共感型”产品。在办公家具的设计、制造和再加工这一过程中，通过创造性思维来体现其独特的个性和自身价值，乃至获得更大的成就感、满足感。在个性化的时代里，个性就是时尚，独一无二永远是时尚一族的追求。DIY 物品充溢着个性与不可复制性，代表着居家办公族的审美与情趣。在办公家具的使用过程中，居家办公族的参与互动促成了人与产品的情感交流，并使其完全沉浸于其中。产品的互动过程触动了他们的情感，可以进一步激发居家办公族的创造力和工作的热情。（本文参考文献略，部分配图引用米兰家具展 SaloneUfficio）



女性群体椅类家具造型设计研究

Modelling design study for chairs used by women

■ 文 闫宇 姜雨欣

工业产品的外观设计总是与其消费对象的喜好与性别特征有着紧密的联系，如香烟产品本是男人消遣的经典，经典品牌万宝路代表着男人的桀骜不驯，而女性消费群体的出现使得香烟的设计者们推出了符合女性气质纤细、精致的香烟外形。在家具造型设计中，同样也体现出对女性消费者的关怀。本文对现代椅类家具从家具的造型、色彩、材质与装饰等方面进行女性化特征分析。总结女性符号语义在现代椅类家具的认知与审美中的体现与表达，为设计现代女性关爱家具提供相应的理论基础。

1、女性关怀

女性群体的意识觉醒与自身综合素质的提高，不仅使得其获得了与男性平等的公民权利、生活质量与品位的争取与提高。在家具设计中设计师更是针对女性的功能需求与审美喜好进行了更加细致市场细分，设计出符合女性品位的家具，体现出家具设计传递出的人性关爱与女性关怀。而所谓女性关怀设计，也正是以女性的生理与心理特征与需求作为设计的出发点，使得女性与家具的关系不仅停留在生理功能的需求而且与家具产生某种情感的上的人性关怀，这种女性关怀带给设计一种更加细腻与人性的人文内涵。

2、女性符号

在家具设计中的女性关怀的体现在各种附加在家具上的各种女性符号因素，这些因素或交织重复，或独当一面，总会给人或清新舒适（图1），或简洁大方（图2）的设计感。女性符号是指能够代表女性生理特征与日常状态的符号或者会引起对女性联想的符号。这些符号或颜色娇嫩动人，或造型曲线优美，或材质柔软细腻。在家具设计中，椅类家具

以其高频的使用和类似女性形态特征的造型得到了较多的女性家具设计师的青睐，而具有女性符号的椅类家具设计则成为一种具有女性关怀精神的家具设计。女性符号在家具设计中可分为造型符号，色彩符号与材质符号三种。



图1



图2

3、形态研究

女人婀娜柔美的体态与风姿使人容易联想到在风中摇曳的花朵与叶子，花卉多彩的颜色与柔美的线条使得设计师们在椅子的造型设计中大量的运用了植物的相关符号来象征椅子的唯美的女性化气息。在形态上，椅类家具的结构形态与花朵绽放盛开时的状态有异曲同工之妙。如图3所示，以百合花绽放时的形态作为座椅的造型形态，以花柄作为椅子的后支撑，以百合的两个花瓣作为座椅，并巧妙的运用剩余的3朵花瓣分别作为座椅的靠背与扶手，整个百合椅看起来犹如浑然天成的座椅形态，如女人般娇羞动人。在造型设计中，叶子状造型也不甘示弱，如图4，荷叶状柔软舒展的造型与女性柔弱的形态相似，传递出一种静谧与安逸的情感。自然界的娇

柔的植物们可以代表女性的体态与特征，而女性天真烂漫的性格特点同样也是设计师需要斟酌的因素。如图5中，设计师提炼了山羊的形体特征运用到了座椅的造型设计中，3只山羊的角形态各异，体型圆润，色彩柔和极易引起女性消费者的喜爱。



图3百合椅



图4 荷叶椅



图5 山羊椅





D 设计与工艺

DESIGN & TECHNOLOGY

4、色彩研究

家具的色彩作为家具设计外观的一个重要因素，明媚鲜亮的色彩往往能第一时间打动别人，抓住消费的眼球。而女性世界的颜色往往是鲜艳的，粉嫩的，一件颜色亮丽的座椅肯定能够让女性消费者驻足。如图6、图7中所示，以鲜艳的大红色与神秘性感的紫色作为主色调的座椅让人第一时间就联想到，一位性格热烈大方曼妙女郎与一位低调浪漫的优雅女性。作为女性代表的色彩范围不只是像红色、紫色等如此浓烈的颜色，淡雅清新的色彩同样也是女性群体的钟爱，如图8所示，黄绿色的椅垫与浅浅的原木色彩搭配显得格外明快，使人联想到邻家少女般的清纯。另外，一些淡淡的灰色系也能代表女性柔和温婉的性格特质。进行座椅颜色的女性符号设计研究将带给情感细腻的女性群体更多人性化的色彩选择。



图6 红色椅



图7 紫色椅



图8 绿色椅

5、材质研究

产品的造型研究除了形态与色彩这两个显而易见的设计因素外，还有一个及其重要的因素那就是家具材质的设计研究。家具的色彩与形态是比较直观的造型因素，而材质选择得当与形态与色彩相得益彰，给人舒适的视觉和触觉感。女性柔弱、曲美、舒适的形态特征，就决定了与其相符合的材质就必须具有柔软、有机可变化的特性，天然的亲近感与舒适感更加符合女性细腻的情感符号。毛毡、海绵、毛线等天然材质触感温和、可塑性强，让人感觉到舒适与安心，犹如女性带给人的舒心的感觉，如图9、图10及图11所示。各种有机与符合女性特征的温暖材质给女性提供了越来越多的选择，让女性群体体会到了越来越多的女性关怀，同样也丰富了椅类家具设计的样式与风格。



图9 毛毡椅



图10 海绵椅



图11 毛线椅



家具设计的继续发展必定导致家具市场的细分更加细致与全面，女性群体的发展与影响力的壮大必定影响整个设计界，对家具造型设计注入更多的女性化关怀与女性文化，全面考虑女性的生理特征，心理特征以及生活、工作状态，综合分析后进行的座椅设计将会吸引更多女性消费者，带来新一轮的设计潮流。





居家养老模式下的家具设计

The Furniture Design Research of Family Pension Mode and Cases Analysis

文 李正文 张砾丹

我国现有的养老模式有居家养老、社会养老、居家养老与社会服务相结合三种模式。居家养老是我国主要的养老模式，指老年人在家居住养老；以自理和亲友照料为主居家养老与社会服务相结合，是指居住区为家庭养老提供老年人服务及设施；而社会养老是由社会养老机构接纳单身老人或老年夫妇，并为其提供生活起居、文化娱乐、医疗保健等综合养老服务的养老模式。这几种模式各有优缺点，但居家养老模式无疑是最符合我国国情的。



家庭是社会的细胞，是人们以婚姻为基础，血缘亲属关系为纽带的社会共同体。由于家庭是在婚姻或是血亲的基础上，共同生活和相互责任联系的人的联合，因而在人类的各种群体中，家庭始终是人们相互交往和终生依赖的基本形式，也是思想感情交流最充分的场所，每一个人都需要一个家，老年人更不想离开家，家庭是他们获得心理慰藉和安全保障的基点。

家庭是老年人安度晚年的最佳场所。因为家庭可以为老年人提供生活上的照料、精神上的慰藉和经济上的支持，同时，也是老年人再社会化的重要途径。在家庭中，除了尽享天伦之乐，还能增为子女照料家庭、看护孙辈，让他们感到自己并非被家庭和社会所遗弃，增进老年人继续生活的勇气。

因此，居家养老是我国现阶段理想的养老模式，基于这一理念，老年家具

设计也应与其相适应。

1、居家养老模式下的老年家具各要素设计

通过对老年人生理和心理特征的分析，为下一步的老年人家具设计提供了必要的理论基础。总的来说，在针对老年人群的家具设计中我们应该主要遵循两大原则，一是能够完美的实现家具的功能性，二是在家具的整体和细节部分都能够体现一种关爱，真正的做到以人为本。

在进行老年人家具设计时，我们首先就应该从老年人群的生理状况出发。老年人随着年龄的增长，其生理方面也出现了很多变化例如身高缩短、听力和视力下降、肌肉力量下降，反应迟钝，行动缓慢等，还有很大一部分老年人伴有各种慢性病或者某种程度的残疾，这使他们的活动能力受到限制，或者需要使用拐杖，手杖，有些老年人还需要乘坐轮椅才能够活动。因此设计时要充分考虑到老年人群生理机能的退化，家具设计应该尽量弥补老年人丧失的生理机能，为其提供一种独立的生活，在保证老年人的个人安全的情况下还应该能够提供娱乐、教育和职业训练等，鼓励其个人兴趣和爱好。

(1) 老年家具色彩选用

色彩是家具造型的一项基本要素，家具的色彩影响了人的情绪变化，常常起到丰富造型，突出功能的作用，并表达家具不同的气氛和性格。人类长期生活在多彩的世界里，根据自己的生活经验，对不同色彩就会产生联想，根据色彩体系和谐原理，家具色彩设计可以分为调和色彩和对比色彩两种基本方法。调和色彩设计包括单色相计划和类似色计划两种基本方法。单色相计划是根据环境综合需要，选择一个适宜的色相，充分利用明度和彩度的变化，可以得到统一中微妙的变化，特点是具有统一的易于创造鲜明的色彩感，充满单纯而特殊的色彩韵味，适用功能要求较高的公共建筑分区布置的家具及小型静态活动空间家具的应用。类似色计划是根据空间环境综合需要，选择一组适宜的类似色，并应用明度与彩度的变化配合，适当加入无彩色，使一组色彩组合在统一中富于区别使用功能不同的分区家具，适用于中型动态活动空间家具。调和色彩具整体感，静中有动，适用于老年家具。

色彩心理学研究者用实验心理学调查方法测试得出人们对色彩喜好程度，由于受被调查对象的地区、年龄、性别、职业等因素的限制，得出的结论仅供参考。年龄在 30—60 岁左右的人喜欢温和的颜色，讨厌紫、橙、黄等纯色；50 岁左右的男性喜欢浅蓝、浅绿、黄绿、灰色；50 岁左右女性喜欢白、浅绿、粉红、浅蓝、灰色。从这些色彩来看，可以得出结论，老年人喜欢的是低明度和低纯度的温和色彩，这和老年人平和的性格有关系。

另外，基于老年家具安全性的考虑，老年家具也应选用安全性较高的色彩，色彩有冷暖之分，在情感上同样也有着愉悦、悲伤、愤怒、奢华、质朴、沉重等，产品颜色的搭配不但起到了美化的作用，同样也赋予了其生命与语义并赋予了产品自身的灵魂。对色彩的运用原理同样适合用于老年家具的安全性设计之中，对色彩的运用在不同的年龄阶段、性别、人生经历与知识修养（如图一）。

(2) 老年家具材料选用

家具设计的造型所以能够给观赏者以美感，也是基于它的形态、色彩、材质三个方面的因素。我们知道，任何家具的造

型都是通过材料去创造形态的，没有合适的材料，那独特的造型则难以实现，就家具的形态、色彩、材质而言，其实是依附于材料和工艺技术，并通过工艺技术去体现出来的。

家具材料主要有两类：一为天然材料，如木、竹、藤等；二为人工材料，如塑料、玻璃、金属、人造板等各种人工合成材料；其它还包括五金件、涂料等辅料。材料的不同，带给人视觉和触觉上的感受不同，因此我们可以说，家具材料的恰当运用，不仅能强化家具的艺术效果，而且也是体现家具品质的重要标志。在对家具用材料的选择上存在价格、性能、安全性、质感、文化特征等方面要考虑的因素，同时，每一种材料对某个人而言也具有时代性，比如说，现在的老年人，他所成长的年代就是家具主要以木、竹、藤这些天然材料为主的时代，现在他身边这种材质的家具就可以把他带回到对了那个年代的追忆中。从远古木材就作为家具的主要用材，这和中国人的哲学理念也有很大的关系。“中国人认为人与天地宇宙为一体，重视万物生命的意象，而树木的生死枯荣就是一种生命的象征，建筑也好，家具也好，以木为营造之材，便也自然而然有了生命。生活在木梁木柱建构的空间之中，终日与木桌、木椅、木床为伴，人们在人工建造的空间里感受到大自然的存在，与自然为伴，得到了心灵的愉悦和安宁。

木材中还有一些本身就有药用功能的树种，如果能用来做老年家具，对老年人的身体健康会有很大的好处。比如银杏木、花椒木等，但是这些木材的材质目前还不适合作家具用材，随着木材改性科学的发展，以后可能会用来做老年家具使用。材料也具有安全性，不同材料有不同的特性（如图二），也有着不同的寓意。在对老年家具进行设计的时候也要结合材料不同的寓意进行设计。

色彩/性别/年龄	青年（男）	青年（女）	老年（男）	老年（女）
白	清纯、神圣	清楚、纯洁	洁白、纯真	洁白、神秘
灰	忧郁、绝望	忧郁、沉闷	宽度、平凡	沉默、死亡
黑	死亡、刚健	悲哀、坚实	生命、严肃	忧郁、冷漠
红	热情、革命	热情、危险	热情、卑俗	热情、幼稚
橙	焦躁、可爱	下流、温情	甜美、明朗	欢喜、华美
黄	明快、活泼	明快、希望	光明、明快	光明、明朗
黄绿	青春、和平	青春、新鲜	跳动、新鲜	希望、新鲜
绿	永恒、新鲜	和平、理想	和平、深远	希望、公平
青	无限、理想	永恒、理想	冷淡、薄情	平静、悠久
紫	高贵、古朴	高贵、优雅	古朴、优美	高贵、消极

图一

材质名称	材质自身特点
木材、竹、藤	木材等植物材料，作为被温饱的人类最早选用的材料之一，有着其特有的属性如坚韧、温暖、亲和、亲近自然、符合人类对温暖、和谐以及对自然回归的心理，是最适宜的生态材料，是家具设计中应用最为广泛的材料。
人造板	当今家具设计中主要材料，有着极佳的环保性与优越的实用性，缺点边缘毛糙、易变形、不易多次组装。
金属材料	金属材料给人坚硬冰冷、阳刚刚毅、科技感十足、优雅风度的感觉。
玻璃材料	晶莹剔透、易于老化、可以吹制、锻造、，经过处理的玻璃材料，在弹性、耐冲击、热稳定性、有较佳的机械强度。在视觉上给人尖锐、脆弱的感觉。
塑料材料	塑料具有隔热、隔音、防腐、耐氧化、可塑性极好的特点，塑料家具具有线条流畅、细腻与整体浑然一体的特点。
纸质材料	纸质材料经过处理，有可防水、防腐、耐蛀、重量轻、环保绿色、价格便宜、抗冲击、色彩多样等特点。
石材	石材分为天然与人造石之分，天然石材具有高雅华丽的装饰特点，缺点是具有放射性，材质脆弱强度低，价格昂贵的特点。人造石具有易清洗、抗污染、耐冲击、耐腐蚀性、道德性好、可反复无釉、可塑性好等优点，缺点是色彩单一，化为缺少真实感。
纤维织物与皮革	纤维织物分为天然植物和化学纤维，天然植物包括棉、麻、毛、丝织物，棉具有透气强度高、抗皱性好、拉伸性强、耐洗性好；麻具有强度高、吸湿性好、透气性好、强度是天然植物之首，毛具有强度高、拉伸性强、抗皱性好、耐洗性好；丝具有光泽、柔软、拉力强、不起毛、不导电、吸水性强等特点。皮革分为天然皮革和人造皮革，天然皮革特点是抗拉力、抗皱度强，缺点是伸展度不均匀，局部有伤疤等特点。人造皮革特点纹路细致，色泽均匀，表面无接缝，缺点是受力型，易撕裂。

图二



设计与工艺

DESIGN & TECHNOLOGY

(3) 老年家具尺度与造型设计

老年人身高伴随着脊柱的收缩，开始驼背，体型逐渐变小，老年人的身高随着年龄的增加而不断降低，研究表明，老年时期 的身高比年轻时矮 5%~6%，而体重和横向尺寸却逐渐增大，身体灵活的降低。因此老年家具尺度应结合实际测量，对其进行个性化设计。例如按我国老年妇女考虑，适宜的座高=下腿长+鞋跟厚(25—35mm)÷(10—20unll)。取老年妇女下腿长+鞋跟厚为 402nnll，考虑到化生产，取座高为 400mm。老年妇女坐姿大腿水平长 469mm，座深=坐姿大腿水平长÷60mm，取 410mm 作为座深的尺寸。老年妇女坐姿大腿水平长 469mm，座深=坐姿大腿水平长÷60mm，取 410mm 作为座深的尺寸。

家具设计中的尺度问题不仅关系到家具的实际使用的环境问题，还涉及到一种心理感觉，依据这种感觉还可以把家具做成比实际需要的尺度宽大的家具以显示家具的宏伟，这类家具适用于宫殿、教堂等公共建筑中，还有一种是做成小巧的家具，这样的家具会让人有一种亲切感，适用于儿童房，那些以大人的尺度来看略小的家具，以小孩的尺度来看却很合适。老年家具总体来讲在尺度上适合采用宏伟的尺寸，大的家具从视觉上具有稳定感，也适合于老年人豁达的性格。此外，家具的尺度还要考虑房间的空间大小，一般房间中家具所占面积以 50%—55% 左右为适宜，这样的面积可以保证人在室内有一定的舒适活动空间。

在造型上，进行老年家具安全设计时不但要实现功能需求，而求需要实现多老年人心理情感上的看护，并将其上升到以物质功能等同的高度地位，以求到达多老年人的晚年生活上无微不至的照顾与情感呵护的精神需求。要设计出造型上符合老年美学观点的家具产品，需求通过对基本造型要素的熟练掌握与运用，其中包括色彩搭配、整体质感、点、线、面以及家具的装饰元素的运用等等。老年家具不但是设计的使用产品，同时也是美化老年空间的重要组成部分。在掌握家具的整体设计风格情况下，运用装饰手段，不但能使家具与环境相协调，并彰显主人的独特品味与个性。

在装饰上，家具有着很强的实用功能和审美价值，因此装饰是必不可少的环节。在老年人家具装饰方面，因为老年人一般具有怀旧心理，因此家具的整体装饰应遵循传统复古和自然纯朴的原则。人到老年，特别喜欢回味过去的生活。因此老年人家具的整体装饰应体现典雅复古的韵味，这样比较符合老年人的心理需求，选用传统的图案，纹样不但能够给家具带来复古的效果，还能够营造出一种老年人所喜爱的淳朴、典雅的造型氛围。除了复古情节，老年人更加喜欢亲近自然。因此在老年人家具装饰设计时应力求自然纯朴，避免出现怪异的装饰图案与方法，使家具整体的装饰避免混乱与夸张。木材纹理是天然形成的装饰图案，在视觉上给人以流畅、井然、轻松的感觉，具有很强的亲和力与装饰性，在结构上可以采用明榫的形式使产品具有自然天成的乡村风格竹材、藤材特有的天然肌理与色彩，本身就具有很好的装饰效果。另外，加上人们对其装饰的刻意处理，使其装饰效果更加丰富。例如，把竹材和一些带有中国古文字装饰的织物进行搭配，使整个家具俨然一幅中国的字画作品，充分体现了其民族性和文化性。

2、居家养老模式下的老年家具设计原则

(1) 安全性原则

马洛斯以及其建立的“人的需求次模型”，把人的需求划分为以下六大类：生理需求 (Physiological need)、安全、保障需求 (Safety needs)、相属和相爱的需求 (Belongingness and love need)、受尊重的需求 (Esteem need)、自我实现的需求 (Self actualization needs)、爱美需求 (Aesthetic need)。这六项标志着人类需要被满足的需求呈金字塔形分布，并逐级上升并互为依存相互重叠。在满足人们基础层面的需求后，进而最求更高层次的精神层面需求的满足，是一个社会走向更高层面的表现。对于老年人而言，安全性更为重要。实现安全性原则方法：

1) 利用均衡与稳定方法，建立稳定的安全感。老年家具安全性设计中表现为，老年家具产品其在生产设计过程中，是由不同的材料组成的整体，并能形成对称的视觉上形成平衡的美感，达到整体的动态与静态的相对均衡感，和实际的与视觉上的持续稳定的美感。

2) 通过重复与韵律手法形成秩序美感。重复与韵律是设计中最为常用的设计方法，重复即通过对元素的连续运用，给使用者造成视觉上的韵律感和节奏感。对同一设计元素的连续运用，会给人形成较强的视觉冲击力，可以使居住空间变得生动、赋予个性和活力，对改变老年人晚年的沉闷生活有着非常大的帮助作用，并能满足老年人渴望对个性展示需求。

这些造型元素还能在心理上给老年人以安全感。在点线面的处理上，不但要减少三角形等尖角，还应该从心理上能够带给老年人安全感和稳定，平静，避免生硬感的产生，因此多采用圆形等曲线造型。在老年人家具造型中，应避免采用棱角分明的元素，这样会给老年人使用带来不安全因素，家具应该多运用一些无尖角、圆滑的形体，以防止磕碰等情况的发生。

(2) 舒适性原则

家具的舒适性主要是尺寸的合理性。在设计过程中，应该遵循人体工程学提供的数据加以修整，根据老年人身心的具体变化设置家具各部分及整体的造型尺寸，以便老年人能够正常使用家具。在家具尺寸设计时，家具的高度和宽度数据都应该仔细的研究分析，已达到让大部分老年人都能够正常使用 的效果为最佳，是老年人在使用家具的同时能够感觉到设计带来的关爱。

(3) 无障碍设计原则

无障碍设计这个概念名称始于年，是联合国组织提出的设计新主张。无障碍设计强调在科学技术高度发展的现代社会，一切有关人类衣食住行的公共空间环境以及各类建筑设施、设备的规划设计，都必须充分考虑具有不同程度生理伤残缺陷者和正常活动能力衰退者如残疾人、老年人群众的使用需求，配备能够应答、满足这些需求的服务功能与装置，营造一个充满爱与关怀、切实保障人类安全、方便、舒适的现代生活环境。无障碍设计首先在都市建筑、交通、公共环境设施设备以及指示系统中得以体现，例如步行道上为盲人铺设的走道、触觉指示地图，为乘坐轮椅者专设的卫生间、公用电话、兼有视听双重操作向导的银行自助存取款机等，进而扩展到工作、生活、娱乐中使用的各种器具。二十余年来，这一设计主张从关爱人类弱势群体的视点出发，以更高层次的理想目标推动着设计的发展与进步，使人类创造的产品更趋于合理、亲切、人性化。

(4) 通用设计原则

通用设计是指对于产品的设计和环境的考虑是尽最大可能面向所有的使用者的一种创造设计活动。通用设计不应该为一

些特别的情况而作出迁就和特定的和设计，其具有七大原则：一是让有着不同能力的人都能够公平的使用；二是设计的产品要让大多数人所接受；三是产品要让不同经验、知识等的人能够轻易使用；四是让使用者能够明白产品所传达的信息；五是使误操作和意外动作所造成的后果影响减到最少；六是提高工作效率，减少使用动作；七是要合理安排尺寸空间。

不同的社会和时代背景会促成相应的家具风格的产生。明清时期，社会繁荣，家具大都以黄花梨木、鸡翅木等硬木作为主要材料，慢慢的形成了一种家具风格，即明清家具。现在的老年人大都是出生在中国的大变革时代，对于中华民族充满了自豪感和自信心，所以对民族的精神文化非常有感情，随着时代的发展，老年人现在又处于一个外来文化迅速涌入的时代，老年人也习惯于接受新事物，接受设计优秀、功能优良的产品。因此对于老年人家具风格来说，一边要继承传统，还必须开拓创新。传统的文化势必作为设计的基石，同样技术、材料、造型等的创新也必不可少。因为没有创新家具行业就不会得到发展，没有新材料、新技术、新工艺的应用，设计的家具也不可能适合现代人的生活理念。因此对于老年人家具设计风格来说，民族的传统文化必不可少，创新与现代的生活气息也必须包含。

3、相关案例分析

【案例一】意大利—新加坡设计师为老年人设计的一组“老有所依”辅助家居（如图三）。

这组辅助家居包括带托盘的手杖、iPad 封套和支架、一个可以轻松携带外出的椅子和一盏可以放大屏幕的灯具，其最大的特点是一举两得：一根手杖可变化出三种附带品，一是带托盘，可以放杯子碗筷；二是带支架，上面可以放置 iPad 或笔记本电脑；三是带一个书报杂志桶。手杖是车轮式的，老年人想到哪里就推到那里。这套辅助家居不仅实用，而且在造型设计上具有比较浓郁的装饰和居家气息。



图三

该设计案例运用了舒适性、安全性原则，老年家具的设计离不开对老年人生活习惯的关注，细节设计往往能够真正打动老年人，实现情感设计；另外，选材上，也采用木质材料，这种材料也是安全的符合老年人心理特点的，因此才能为人所津津乐道，为老年人所欢迎。该设计在造型上诙谐生动，改变了老年家具刻板老旧的形式，且加入了科技元素，也体现了对新时代老年人生活方式的关注。

【案例二】日本设计师设计的具有辅助功能的老年家具（如图四）。它能够 360° 旋转，并且靠背可以 180 度随心调节，主要材料为布艺软包和藤制编织，底盘装有滑轮，可以方便腿脚不灵便的老年人坐在椅子上移动。



图四



图五

在选材上，该设计同样考虑了材料的安全属性以及老年人的心理感受，藤制和软包都属于暖性材料；造型上，给人以稳定的视觉感受，运用联想法，将关于竹藤的记忆唤醒，更符合老年人心理特点；功能上，旋转和背部可调节设计以及滚轮设计都体现出人性化设计，尤其是对于腿部活动不便的老年人。该设计还关注了老年人的生活习惯，很多老年人喜欢打盹，有些老年人甚至在椅子上睡着，这其实是非常危险的，这把椅子可以随时改变姿态以适应各种老年活动行为，舒适安全，值得 [设计师学习借鉴。

案例三】这款针对老年人视觉特征的灯具设计（如图五）造型虽然十分简洁，但却十分打动人，正因为它对细节的关注，使人们感受到了浓浓的人情味。同时，它的设计构思也十分巧妙，将老花镜的功能与照明相结合，不能不说这也算得上是“脑洞大开”的设计了。

除此之外，还有很多针对老年人的产品设计，例如 Easy Grab（为老年人设计的概念相机）（如图六）、Shane Crozier 设计的加入白噪声功能帆船灯（如图七）以及现在已经投入市场的可以方便老年人远距离操作的无线电子门铃等，这些设计都很好的运用老年人设计的相关原则和方法，从老年人的身心特点入手，运用新技术实现了人性化安全性设计，都值得我们学习和借鉴。



图六



图七

4、总结

居家养老模式下的老年家具更注重与家庭户型的契合和人性化的设计，家庭养老模式下的家具不仅仅供给老年人使用，也用于其他家庭成员，因此需要具有广泛的适用性即普适性。很多居家养老的老年家庭还有孙辈同住，在设计时也应兼顾儿童的使用，因此系列化，组合家具也应运用到老年家具的设计中。只有真正了解老年人的身心特点，结合具体居住环境，有针对性的进行老年家具设计，才能设计出真正符合居家养老模式的老年家具。（参考文献略）



宠物家具的设计初探

Pet furniture design

■ 文 王梦蝶 陈改静

随着经济水平的迅速发展，现代人对生活质量与生活伴侣也越来越看重了。而宠物慢慢成为了很多家庭的其中一员，并受到主人们的精心照料，可谓是“集万千宠爱在一身”。正因为如此，宠物家具又成了家具行业新的一个空白模块，宠物家具是宠物用品中一项很大的分支，宠物家具的功能主要是为了满足宠物在家居空间中的生活需求，要符合不同宠物的生活习性。目前的宠物家具市场已经形成了一定的规模，越来越多的人愿意为宠物打造一个舒适的属于他们自己的家，从功能上来看，宠物家具主要满足宠物休息和玩耍需求，休息的家具主要有宠物床和宠物卧趴的椅凳等，宠物玩耍的有猫爬架、仓鼠爬架等，根据不同的家具功能定位，在设计时要考虑其是否符合宠物的生活习性。以宠物床为例，宠物床是提供一个可供宠物休息的适合宠物体型大小的空间，要求舒适、安全、安静、卫生、冬暖夏凉，许多主人都会为宠物买个单独的小床安置在家中，或者在厨房放置几个喂食器，在厕所放置宠物的便盘，可是这样不但会为家里增添了许多额外的家具，而且无形中也让爱宠成为家里的住客。



一、中国宠物市场现状

根据不完全统计，中国宠物消费市场正在迅速发展，目前以北京、上海、广州、深圳、重庆、武汉、南京等地区为主要消费城市，目前有 8000 万宠物（狗 / 猫）消费市场，每年还将会以 20% 的数字增长，宠物将成为城市新居民。宠物家具市场的需求庞大及普及，将会带动经济发展和消费增长。中国南北方宠物市场是全国乃至世界的宠物交易基地之一，为全国及世界各地源源不断的输送各类犬种，充盈着整个宠物交易市场。宠物行业的兴盛，一定会为丰富人民精神文化生活，拓宽就业门路，引领人们致富，带动相关产业发展，如宠物家具的市场，促进国民经济腾飞作出更大的贡献。中国南北方宠物交易市场的持续稳定发展，同时也是促进中国宠物业繁盛的重要组成部分，影响着中国未来宠物业的长足发展。

二、国外宠物家具设计现状

韩国设计师 SeungjiMun 为其担任设计总监的新宠物家具品牌“m.pup”设计的沙发 dog house sofa（如图 1），这款双人沙发底座部分为白腊木制成，配有厚实的织物垫衬。在沙发右侧设有一个不对称的小空间，作为宠物屋。设计拉近了人与宠物的距离，营造出和谐温馨氛围。



图1 dog house sofa

韩国设计师 Seungji Mun 的作品 cat tunnel sofa（如图 2），家具设计时在人类活动空间与宠物活动空间之间追求最大的也是最重要的平衡，强调宠物与主人之间的分享与互动，跟猫猫一起玩捉迷藏吧。



图2 cat tunnel sofa

这款叫做 ZenHaus（如图 3）的宠物空间设计，将宠物小屋与矮桌合二为一，节省空间又更具实用性。矮桌腹部有宽广空间和全方位的透气孔，此外 ZenHaus 有不同的高度和颜色，以根据宠物大小和室内色调进行选择。



图3 ZenHaus

图 4 中这个角柜，它和任何一款普通的柜子一样，你可以把它放置在一个干净的墙角，上边放些常用的杂物。可事实上它是一座隐蔽的屋子。打开宽大的柜门，里边是一张专为你的爱宠准备的舒适的床。更惊艳的是那扇小门，当一只猫或狗突然推开门出来，伸个懒腰，那该是多么惬意的场景啊。



图4

这款极具日本简约主义美学特色的宠物狗床（图 5）由 LironTzanhany 设计。你或许觉得它是如此乱作一团，毫无美感而言，但我可以确定的一点是你的宠物狗通常更喜欢这种杂乱。



图5 宠物狗床

HundeHus（图 6）是一个大小相当于床头桌的宠物小窝。它是丹麦设计师 Mads 的杰作。Hunde Hus 完美适用于猫或小狗，既提供了一个隐蔽的空间还配有一个舒适的小平台。

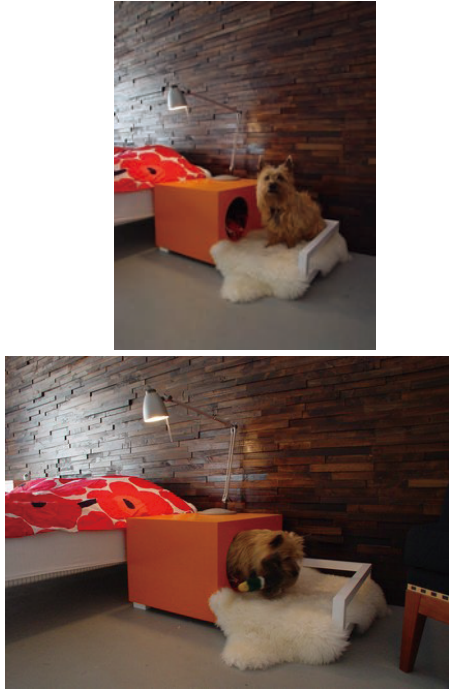


图6 HundeHus



D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

三、宠物家具不再是配角

现在市场慢慢流行宠物家具定制，但要定制宠物家具，要先了解宠物对家具的感知。如宠物猫来说，猫咪天性喜欢跳跃、攀爬，藤椅类沙发最适合不过了，即使它们在藤椅沙发底座如何用锋利的小爪抓挠着，藤椅的耐用性也明显比布或皮类沙发强。有些家庭的家居风格是偏向中式实木装饰，尤其是那些价值不菲的红木沙发，让宠物们最感兴趣的便是它的四只脚了。为了避免遭受宠物们的“攻击”，可以设计一些特制的沙发脚保护套，一来可以避免椅子与地面过多的摩擦，二来主人们又不用为家具破损而烦恼。收纳柜是猫咪们的安乐窝。一般家庭的收纳柜都装满了衣服杂物之类，但一旦被猫咪闯进之后，里面的东西很难安然无恙。所以在定制鞋柜或收纳柜前，在设计图上可以划分一个空间是给猫咪活动的空间（注意安装家具五金件时考虑宠物活动的安全性），这样就可以避免猫咪到衣服或鞋子上捣乱，又给猫咪增添了一个活动区域，除此以外，还有很对宠物家具如宠物爬行架、抓板、睡床沙发等，可以结合我们生活常用到的家具，设计宠物与主人可以共的新家具来填补这个市场空缺。怎样让宠物的日常生活融入到主人的家居生活中，是宠物真正成为家庭的一个成员，我们可以通过隐藏式设计，共用式设计，趣味性设计和共生式设计对宠物家具做一些改变，让新的宠物家具帮助宠物来更好适应人类的生活空间。

四、宠物家具设计

1、情感化设计

为了更好地饲养宠物，除了为其提供足够的活动空间外，还要配备专用的宠物家具。形态一般指形象、形式和形状，可以理解为产品外观的表情因素，笔者更倾向将其理解为产品的内在特质和视觉感官的结合。情感化是宠物家具设计的一个新概念，主张从宠物的实际生活状况出发，为其设计更加科学的家具设施，使宠物与人之间保持良好的情感交流。宠物家具情感化设计的内涵包括形态的情感化、结构的情感化和使用的情感化。漂亮的外形、精美的界面可以提升宠物家具产品的外在魅力并最快传递视觉方面的各种信息，视觉的传达要符合产品的特性、功能与使用环境、使用心理等。宠物家具结构方面的情感化设计有助于搭建宠物与饲养者之间的情感纽带，提高相互的认知度和亲密感，为双方带来更多的生活乐趣。使用的情感化。真正的设计是要打动人的，它要能传递感情。这就要求宠物家具在结构设计方面注入情感（见图7），如宠物猫家具猫窝、猫爬架和磨爪柱的设计巧妙地将鱼骨头及猫掌印等元素融入结构设计，材质采用鲜奶油白色漆的木头支架和糖果色的软包，对于饲养者和宠物猫来说，不管在意境、材质还是色彩上都极具亲和力。



图7 宠物家具要在结构设计方面注入情感



宠物家具的情感化设计，需考虑家具使用阶段的情感融入，目的是既方便饲养人员操作，也为宠物提供高品质的生活条件。构思巧妙的宠物猫家具会给人和宠物猫留下深刻的印象，不但给人们的生活带来愉悦感，排解他们的压力，同时给宠物提供了优质的活动空间。

2、隐藏式设计

为了让宠物家具能更好的融入到室内空间的氛围中去，在不破坏室内空间视觉效果并且满足宠物的使用需求的前提下，我们将家具人为“隐藏”现有家具的改良设计也可以满足这一需求（见图8），同时减少家具产品在设计上的额外投资，比如将家具最下面一层抽屉是用来安置宠物的食盆，这样就不怕食盆会破坏整个家居的氛围了，而其他的抽屉又可以放置一些宠物用品。在宠物家具的造型、色彩和材质上使用和已有人类家具相同的元素，达到一种家具风格的协调作用，使得宠物家具在空间中不会突兀，更好的隐藏于室内空间中。一些体型较小的宠物需要的家具也比较小，我们可以利用家里的一些角落和小空间来进行设计，同时角落空间也能满足宠物某些时候喜欢躲起来的生理习惯，给他们更多的安全感。我们可以借鉴其中的想法，用符合家居风格的家具，将他们内部结构改良为宠物专属的家具用品。



图8 宠物家具巧妙隐藏爱犬食盆



3、趣味性设计

趣味性设计采取了夸张的形态、色彩和材质来设计小巧的宠物家具，可以作为家居空间中强烈的视觉对比。与隐藏式和共用式设计相反的是，趣味设计在满足宠物家具功能的同时，更强调产品造型的夸张和放置在空间的特异性（见图9），它的目的就是要人看见，增加产品的审美情趣。拟人化设计也可以增加产品的趣味性，比如在宠物床上加上小枕头，模仿人们生活场景中的细节，可以无形人和宠物的距离，为主人和宠物之间的沟通搭建一个更好的桥梁。为宠物设计家具可以在产品中沟通情感，这情感是人对宠物的情感、人类自身的情感需要。趣味性产品不能仅停留在解决功能问题上，而把它当成一种促使情感互动的外显形式和设计思维的物化，为宠物设计家具可以在产品中沟通情感，这情感是人对宠物的情感！人类自身的情感需要，好的设计不只停留在完成品上，它也可能是一种思想、一种隐形的思维状态。



橡木 ——法国常见出口木材种类介绍 (I)

Introduction of categories of French common wood for export (I)

文 方忆箫



橡木是在法国各地森林中常见的树种，其边材区域色浅而薄，心材颜色在浅褐到深褐之间变化。橡木纹路挺直并富有规律，截面粗糙部分区域呈现出多孔状。弦切而成的橡木表面呈现出具有极高识别度的光泽纹路，木质的颜色会随时间变化而逐渐加深。

用橡木做成家具，颜色清淡，具有极高的审美价值，尤其在高级细木工领域倍受推崇。

【物理及机械性能】

橡木属高密度材种，硬度和重量中等，具有优秀的稳定性。它的内部木质结构规律性重复，短而密的木纤维组成使其具备良好的抗压性能。

【加工与成型】

干燥：缓慢并且需要非常小心（有开裂和结构塌陷的危险）。

锯切：正常处理。

耐磨性：非常好。

可加工性：正常处理。

粘合性：正常处理（高密度酸性材质），可用碱性胶粘合。

表面处理：酸性材质，可用白色或彩色树脂填补。

在与生铁接触的潮湿环境下有被腐蚀的风险。

【主要用途】

橡木在法国是被广泛使用的材种，可以被用来搭建木质房屋框架，制作室内外的木工制品、楼梯、木质地板，以及用于实木或实木饰面家具制造。橡木在制桶业内具有很高的声誉，内含的单

宁成分使之非常适合被制成酒桶。橡木也是雕塑家非常喜欢使用的材料。

【保存和耐久性】

橡木心材部分属于天然防腐木，可以直接在室外使用。经过防腐浸渍处理的橡木，可以直接在潮湿的环境下使用。

【资源情况】

资源丰富度：高

价格：适中到高（根据不同等级变化）



图片提供者：
Felipe Ribon/
Courtesy of
FrenchTimber





D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

图片提供者：
Samuel
Lehuédé /
Courtesy of
FrenchTimber



图片提供者：
Felipe Ribon/
Courtesy of
FrenchTimber





传统技艺为手工制品 重新树立价值

诠释2015巴黎家居春季展（Maison & Objet）
三大“制造”主题空间

Annotate three “manufacture”- related subjects at
Maison & Objet (spring show) 2015

■ 文 《中国家具》

MAKE

MAISON
&OBJET
P A R I S

N° 26

在过去的20年，巴黎家居展观察室通过判断和分析当下设计趋势，预知未来流行的变化。今年，Maison & Objet 选定“MAKE 制造”为这一季的新趋势，趋势展由 François Bernard (Croisement 风格工作室)、Elizabeth Leriche 工作室和 Vincent Grégoire (Nelly Rodi 代理公司) 共同策划设计，并在7号展厅的三个灵感空间呈现，分为天然制造 (NATURE MADE)、手工制造 (HUMAN MADE) 和技术制造 (TECHNO MADE)，探讨了人与自然、人与人、人与科技之间日益紧密的联系。试图通过这些主题空间，向人们诠释：“最新的奢侈在于手工艺和高贵材料回归美的本质，人们喜欢看到独一无二的产品创造背后的过程，制作者和手工业者将‘后设计’规则进行重新定义。在一个正进行自我重塑的世界中，对自然的沉思、手工艺的巧夺天工和技术进步顺应着时代的发展。”

NATURE MADE

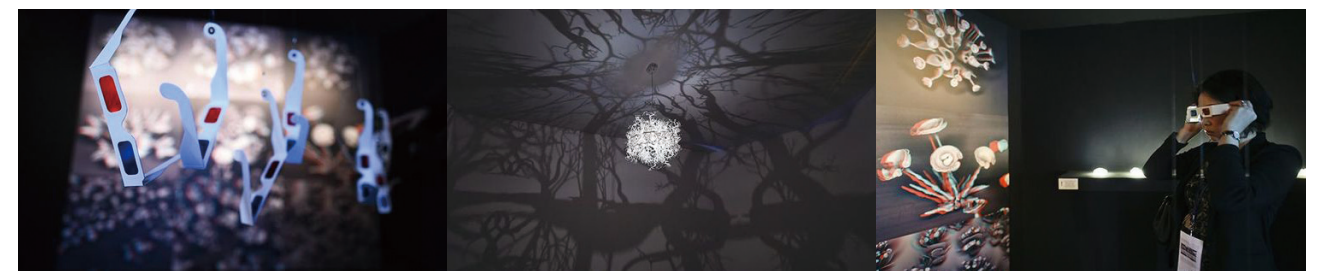
FRANÇOIS BERNARD



【NATURE MADE 天然制造】

通过对自然现象的观察产生对知识和美的追求，并带领科学家和创作者前往共同的实验领地。在观察中预设制造方式，即模拟或使用生命进化的模式来释放它充满魅力的魔法和其瞬间的变化。

生命科学家、艺术家和设计师们通过类似古老宗教的仪式唤起本性，并根据各自的行为准则加以利用。这些生命的魔术师们在反复试验和变化的随机性中迸发奇思妙想，由此产生的奇妙创意也预示着新一代的产品。它们利用系统的特性，以时间为轴进行结合进而满足我们沉思和被吸引的需求。





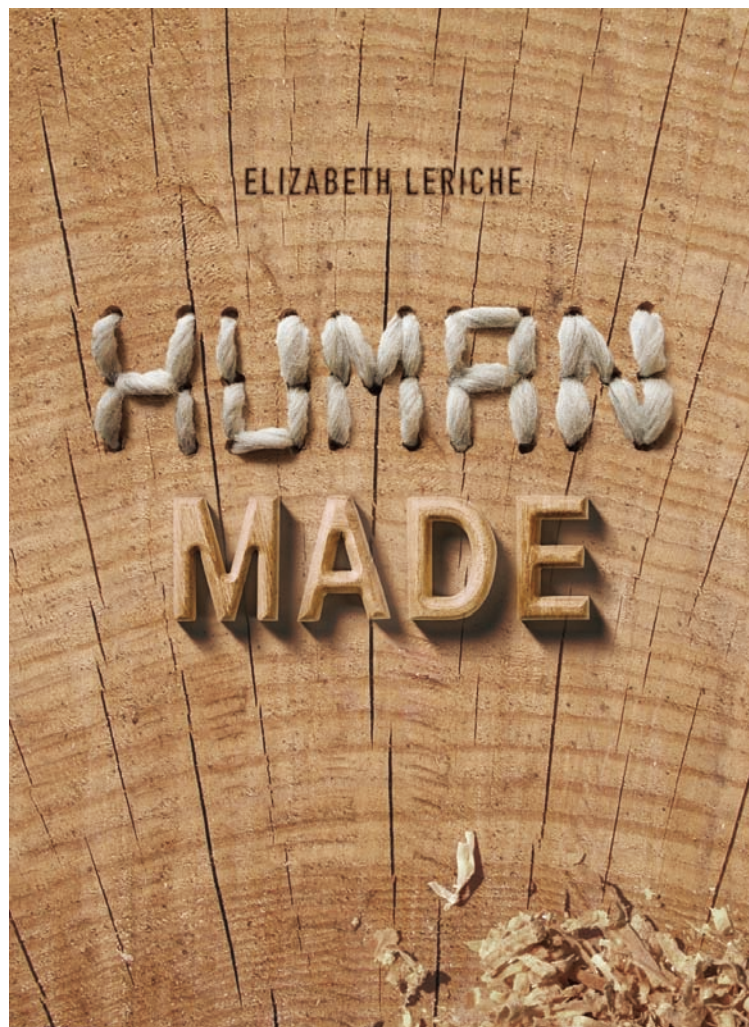
展览与市场 EXHIBITION & MARKET



【HUMAN MADE 手工制造】

手的接触和加工是一种新的奢侈工具。根据教材中的入门知识和技术原理，新手工业者技术性地制造出敏感和罕见的产品。除了功能性以外，这些创意展现一种彻底的独一性。制造的艺术将产品从规格中解放出来，因而可以随着时间的推移继续发展。

时代的变化将成品和其原材料分开，展现出更多样、更具吸引力的技术。这是一个以手为主的舞台。在脑力工具中融入个人智慧，使得知识可以代代相传并不断丰富。奢侈品领域通过见证这些独一无二的产品在制作过程中的每一个必要环节来对它进行重新评估。同样，在保持与全球化的进程相辅相成中，创造者们一致认可它呈现的诱惑力和独一性。

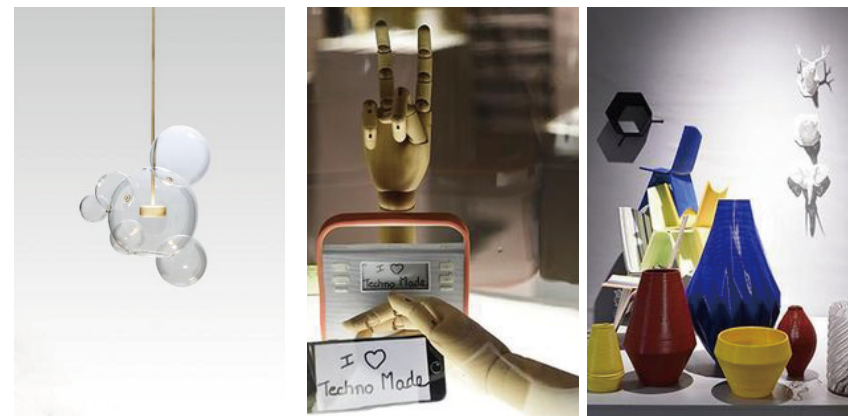


【TECHNO MADE 技术制造】

明天的创造者们都躲在工程师的衣服后面吗？通过为数字环境设计暖心的机器，现代舒适度的新算法让我们与世界的关系更亲近了。对未知生活经历的预知将有助于我们保持好的状态和独立性。

技术的革新丰富了时尚和创意领域的物质材料，更新了实现美、好和生态环保的物料。

感谢数字世界的贡献，让机器成为平易近人的伙伴。数字世界也满足我们的个人需求，普及了生产工具，并跨越地理的距离，让不同环境中的我们形成更好的互动。在彼此连接中打开新的视角，人与世界的关系亲近了，但个体依旧更加娱乐、舒适和独立。



【展讯】

2015 年巴黎家居博览会春季展 (MAISON & OBJE) 于 1 月 23—27 日在巴黎圆满闭幕。本届展会共有 3194 家展商，其中法国展商占 45%，国际展商占 55%，展出面积 13 万平方米，吸引了 129430 位观众到访，其中买家和专业人士有 78200 位，49% 来自法国，51% 来自境外。展后报告显示，展会对亚太市场的影响力进一步加深，5 天的展会，亚洲和太平洋地区的买家较上一届分别增长 28% 和 23%，中东地区增长 5%，北美地区增长 2%。



为期 7 天的科隆国际家具展 (imm) 和科隆国际厨房展 (livingkitchen) 于 2015 年 1 月 25 日落下帷幕, 展后报告显示: 今年的展会吸引了来自 138 个国家和地区的 14.6 万名观众到访, 其中包括来自境内外的 10.2 万名专业观众, 这一数据打破了科隆国际家具展 2013 年曾创下的 9.9 万名专业观众人数的记录。对此, 科隆国际展览有限公司总裁兼首席执行官 Gerald B. Se 表示: “上述数据表明, 两大行业盛会已进一步提升了其在国际上的影响力, 并且展会已成为国内外市场的最佳商业展示平台。”他还补充道: “这标志着科隆已发展成为重要的商贸展会地, 同时也证明科隆国际家具展和国际厨房展无愧为强有力的营销工具。”德国家具工业协会会长 Dirk-Uwe Klaas 也同样总结道: “我们对本届展会抱有很高的期望, 而结果仍远超我们的预想, 国内外专业观众人数的骤增令我们倍感欣喜, 也使我们对 2015 年的家具市场充满信心。”MHK 集团主席 Hans Strothoff 对展会的成果作了如下总结: “本届展会盛况空前, 远远超出了零售商此前的预期。科隆国际家具展及科隆国际厨房展无愧为全球最重要的商贸展会。”



关注设计 稳中求变 科隆家具展刷新多项数据

imm 2015 breaks various records

■ 文 《中国家具》

PURE TALENTS
CONTEST 2015

从观众分析来看, 在 10.2 万专业观众中, 约有 5.6 万观众来自德国本土, 约 4.6 万观众来自境外 (境外观众的人数增加 13%)。境外观众数量占到总数的 45% (根据专业观众开放日数据统计)。来自欧洲, 尤其是来自西班牙 (增加 27%)、英国 (增加 20%)、意大利 (增加 11%) 和荷兰 (增加 13%) 的观众人数大幅上升。来自法国、斯堪的纳维亚和波兰的观众人数再创新高, 抵消了因受政治因素影响的来自俄罗斯观众人数的下滑趋势。来自中国 (增加 32%) 和美国 (增加 47%) 的专业观众数量也显著增加。“大规模国外观众的踊跃参与意味着我们有机会帮助参展商进一步开拓出口市场。例如, 多家意大利公司在本届展会上与德国本土及国外的零售商成功达成了大笔交易。”科隆国际展览有限公司首席运营官 Katharina C. Hamma 如是说。在展会在公众开放日, 共计接待了 4.4 万名消费者, 使大家对下一季的产品流行趋势有所了解。

●科隆国际厨房展

值得一提的是, 国际厨具行业 2015 年也迎来了每两年一届的科隆国际厨房展 (livingkitchen)。继 2011 年和 2013 年之后, 科隆国际厨房展再度显示出不容小觑的关注度。凭借厨具之国巨大的号召力, 德国本土厂商站稳了脚跟, 快步走向世界。历时 7 天的展会中, 在 4.1 厨房家具展厅、4.2 厨房电器展厅 和 5.2 厨房衍生品展厅整整 3 个展馆, 来自 22 个国家和地区的 215 家参展商向观众展示了其产品的创新设计、超高标准及完美品质, 国外观众高达 45% 的比例再次证明本届展会的国际化水平。“我们对 2015 年科隆国际厨房展所取得的成果非常满意, 尤其是德国本土和国外观众数目的大幅增加, 以及多家媒体对展会相关的厨房用品的广泛报道都令人鼓舞。我们希望本届展会能推动整个厨房用品行业的良性发展。”德国现代厨房行业协会 (AMK) 的常务董事 Kirk Mangels 总结道。本届科隆国际厨房展延续了 2013 年的辉煌成果, 同时在多项关键数据上大有突破。各大制造商精彩纷呈的创意展示、厨房家具系列的新品首发、种类繁多的家用电器和配件以及诸多明星加盟的美食节目, 在这里将所有与厨房用品和烹饪用具相关的因素完美混搭, 展会期间参观人流络绎不绝, 为参展商交上了令人满意的答卷。



展览与市场 EXHIBITION & MARKET

●“创新、家居、生活”附加展

从2004年起，德国科隆国际家具展览会 (imm cologne) 推出了4个“1”的主题活动——“理想之屋” (ideal houses)、“室内设计创新奖” (interior innovation award)、“科隆灵感” (inspired by cologne) 和“科隆让你了解更多” (informed by cologne)。其中“理想之屋”是历届展会一大亮点，每年邀请世界的一些知名设计师和创意大师进行对未来居住空间的遐想和生活方式的演绎。今年，科隆家具展突破原有欧洲界限，希望寻找一个合作伙伴能够完全以另类视角来阐述当代设计。东方设计的觉醒，人们将眼光关注到中国，于是花落两位定居于上海的如恩设计研究室 (Neri&Hu Design and Research Office) 创始人郭锡恩先生与胡如珊女士。两位创始人作为建筑师，对空间关系与室内设计都非常感兴趣，此次担当了在2.2号厅Das Haus（房屋）240平方米的空间设计和室内展示。

另外，科隆家具展流行趋势发布会不是单个产品的展示，而是反映家居行业的方方面面，“舞台”主题论坛就是一个很好的例子。此次在乡村展厅（2.2展厅）的论坛环节，哪个颜色是流行色？新型灯光照明系统有什么新特点？怎么与房间完美结合？有什么关于可持续性的新理念？在“舞台”论坛上行业专家以讲座的方式聚焦室内设计，一一解答了这些问题。

“舞台”论坛也涉及到可持续发展和健康的话题。Peter Langendorf 在他的演讲中阐述一个“cradle-to-cradle”的概念来引入和促进对于上述问题的讨论。这个概念源自于德国，但还没有得到广泛的传播。作为这方面的专家 Langendorf 讲述了如何把可持续发展和家具行业联系在一起。Gabi Rottes 的演讲主题是“核心”，她把可持续发展和对移动信息社会的展望联系在了一起。The Caretakers 咨询公司的主管 Michael Schlenke 的演讲则侧重于通用的设计的市场机会以及如何将它运用到项目发展中来。Angelika Martina Brühl (Aqua Cultura) 在她的演讲中提出她对浴室设计健康理念的深入见解。设计师 Moritz Zielke 和建筑师 Wibke Schaeffer (Design and Interior Design Office Wiederverwandt) “拒绝亮光漆”的演讲中证明“纯天然”在设计中不仅仅停留在理论阶段了。



Malte Lenkheit (Ergonomics Consultant at Dauphin Human Design) 把人类环境改造学带入到家居环境中，来解释怎样去应对把人类环境改造学和具有吸引力的设计结合起来。

家具和颜色的流行趋势是一个永恒的话题，今年 Mayouri Sengchanh (exalis) 和 Ursula Geismann (德国家具工业协会，VDM) 就“什么”和“谁”引领2016年内部装饰的时尚潮流展开讨论。他们同样介绍了当下的生活潮流，色彩设计师 Hildegard Kalthegener (NCS Colours) 在“舞台”论坛中从不同的角度给大家阐述2015年的内饰趋势展望。Hannes Buerle (Raumprobe) 关于结合色彩和材料的报告预测了2016年色彩的流行趋势，潮流研究员 Axel Venn (RAL) 在他的演讲中讲述了办公、酒店和家居环境的色彩流行趋势。而内饰设计师 Susanne Dtsch 专



门说明了照明对内部装饰的影响。内饰设计师 Martina Lorbach 提出“为什么时尚和家居息息相关？”，来对比处于快节奏变化下的时尚业和家具行业。

展会期间，科隆展的官方博客定时更新论坛内容，“世界这样生活”展现了居住在特别城市的人如何生活，从悉尼到上海。科隆展媒体中心连续7天跟踪报道了展会的情况，不仅迎合德国观众的需求，而英语同声翻译给来自世界各地的观众带来了便利。

与往年一样，2015年“室内家居革新奖”的颁奖典礼在展会前一天举行，获奖作品在展馆“林荫大道”上展出。吸引人的还有在9号展厅中央的“睡眠廊”、“遇见睡眠”年度派对、展现年轻设计的“一”展示平台、在10.2厅的“情感廊”以及10.1展厅的流行趋势秀。

●通往明日家居的大门

在今年第四届“家居科隆”活动中，选择作品是基于主题“通往明日家居的大门”，这些作品被展示在城市的不同大门前，包括科隆最著名的在 Rhein Energie Stadion 对面的 Marathon 大门，代表的是2015最新的室内家居和技术流行趋势。

学生的不断壮大是关注个人办公区域的主力军。他们希望能将个人办公区域与室内其他房间相结合，或许是卧室、客厅或者厨房。瑞典生产商制造的可调节高度书桌完美满足了他们的需要，只需要一个小小的角落，学生就可以拥有一个舒适的办公区域，甚至在科隆大学图书馆都行。事实上，办公产品在室内家居领域正变得越来越重要。

革新技术在软装饰家具领域显得越来越重要，而客厅家具正在越来越数字

化，比如在沙发底下安装了被脚步触发的LED灯。窗帘成为了创新主题，今年展会为布艺制品单独开辟了一个单元。

●科隆展代表大会

社交商务 (social commerce)、多通路销售 (multichanneling)、流程优化 (process excellence) 是2015年科隆商业代表大会的流行词。继2014的成功举办后，今年大会提出的口号是“移动，社交和个人——2015年家具行业的商业挑战”。在行业杂志《m bel kultur》的协同努力下，科隆展团队安排了丰富有趣的讨论题目，演讲者利用行业中的实际例子和观众一起探讨这些话题。

科隆商业代表大会的主要议题包括家居家具行业的流行趋势、多通路零售的技术和策略问题，以及流程和服务优化。演讲会围绕社交商业，以及如何促进客户做出购买决定和随之而来的销售，其他电子商务项目经理等在代表大会日进行了演讲。

科隆商业代表大会增强了科隆展方作为商业平台的优势，并邀请了所有参观组织，包括行政委员会、家居家具行业公司高层及中层负责人，以及厨房零售业专家。大会着重于题目包括市场和销售的决策制定、电子商务、购买及其逻辑、网上市场、零售市场、产品和品牌经营，策略制定。

(本文配图摄于2015年科隆家具展现场实景)





E 展览与市场
EXHIBITION & MARKET



移步换景 曲径通幽 中国设计理念感动西方世界

——回眸科隆国际家具展“记忆弄巷”

Impressions of Das Haus-Interiors on
Stage at imm 2015

文 《中国家具》

从2004年起，德国科隆国际家具展览会 (imm cologne) 推出了4个“1”的主题活动——“理想之屋” (ideal houses)、“室内设计创新奖” (interior innovation award)、“科隆灵感” (inspired by cologne) 和“科隆让你了解更多” (informed by cologne)。其中“理想之屋”是历届展会一大亮点，每年邀请世界的一些知名设计师和创意大师进行对未来居住空间的遐想和生活方式的演绎。2015年，科隆家具展突破原有欧洲界限，希望寻找一个合作伙伴能够完全以另类视角去阐述当代设计。东方设计的觉醒，人们将眼光关注到中国，于是花落两位定居于上海的如恩设计研究室 (Neri&Hu Design and Research Office) 创始人郭锡恩先生与胡如珊女士。两位创始人作为建筑师，对空间关系与室内设计都非常感兴趣，此次担当了在2.2号厅 Das Haus (房屋) 240平方米的空间设计和室内展示。

在现场，如恩设计推出了“家”的设计装置理念，打造成介入的“记忆巷弄”。

据介绍，这个创意根据丹麦女设计师路易斯·坎贝原始的、充满浪漫主义派的特点，最初设想来源于典型上海里弄的空间体验，装置中的盒子结构，形成“笼子构造”，唤起了“家”作为庇护处，同时也是人们“物体”聚集处的理念。一个形似实体桥梁的中央核心通道，引领观察者穿过多种多样的房间，迫使人们看到所有展示在这些笼子中的装置。“心理与情感生活的基石是一层层记忆，定义了我们是谁。不可避免的是，最终我们的空间存在，交织着我们所遇见的和那些留在记忆中的事物，如影随形。”如恩设计的郭锡恩先生解说到。

哲学领域追求的意义，自古以来就来源于“回乡、回归”的概念。如恩设计的“家”，旨在创造具有煽动性与颠覆感的效果，质疑我们先入为主的“家”、“房屋”的概念，以及那些占据日常生活中这些空间的物件。记忆的内部与周围交织在一起，占据了非物质空间 (心理、情感)。如恩设计希望把观众带入一个“记忆巷弄”，探索未来，保存过去。最终，创造出可窥视的室内空间体验，这些空间能跟随、显露，并挑战人们的个人记忆。“把家作为庇护处”的理念将扩展到一个理想的梦境，室内空间体验将结合现象、幻想、觉醒和表现的拟像。





E 展览与市场 XHIBITION & MARKET



纵观郭锡恩与胡如珊两位以往的设计作品，鲜有东方传统风格特征而更多趋于现代国际化作为其设计标杆，恰如其分，他们的室内设计与设计作品又完全体现了他们本身的美学鉴赏，所呈现出的材质及形式都似乎达到一种全新的感官享受。据了解，如恩设计研究室于2004年成立于上海，被大家认为是中国最先锋的建筑工作室之一，得过诸多国际建筑设计及室内设计奖项。工作室不仅先后承接了郑州艾美酒店、新加坡CLUNY私宅、西安威斯汀博物馆酒店、及CAMPER上海旗舰店的项目，2012年郭锡恩先生与胡如珊女士还共同创立了设计共和 (Design Republic)，实现他们将此作为“设计的平台”，展示、销售、享受、探讨、学习全球设计精品的地方这个初衷。当然，工作室同时还为欧洲高端品牌 CLASSICON、BD BARCELONA 及 DE LA ESPADA 设计家具产品，还有充满上世纪30年代工业气息的水舍酒店屡获多奖，负责此项设计的如恩设计终可实至名归，吸引了全球设计界的眼光。由于两位创始人的美国教育背景使得工作室颇具国际化，如今项目遍及美国与欧洲国家。

科隆家具展的创意总监DICK SPIERENBURG十分认同如恩设计的设计价值观，中国快速发展的城镇扩张，为其带来前所未有接手高端综合项目的契机。“如恩设计一直致力于搭配相应家具去赋予室内空间独特的个性。”SPIERENBURG如是说，这也是他决意邀请两位作为2015科隆展贵宾的原因。“这种方式极具创意，既激动人心又关注细节。本次DAS HAUS展，如恩设计尽情施展了天马行空的创意，畅快淋漓的发挥！”





E 展览与市场
XHIBITION & MARKET

