



中国

CHINA FURNITURE

中国家具（卷）2016年第1辑

家具



现代漆艺家具表面涂饰新探
基于木塑复合材特性的家具设计理念
橱柜企业柜身车间流程局部改善研究

原创的魅力 品牌的张力

2016年第二十二届中国国际家具展览会部分展品预览（一）

 中国财政经济出版社



jjgle
家具在线

jdgle
酒店在线

ddgle
装饰在线

xiugle
休闲游艇在线

JIAGLE
家店装休

家店装休在线
www.jiagle.com

fmcgle
家具制造在线

Qigle.com
清洁产品在线

Denggle.com
灯饰在线

家店装休在线 1万家高端企业 100万买家

10,000 High-end Suppliers &
1 Million Professional Buyers



不仅仅是生产

“智”造家居，力克鼎力相助

力克可帮助您化被动为主动，以客户满意的价格和交付时间，提供更多的定制产品供选择。我们将帮助您简化整个制造流程，让每一个环节的效率都得以提高。这样您就可以在保证质量和盈利的情况将产品快速推向市场。

“智”造家居，力克鼎力相助。如需了解更多有关面向软体家具制造商的产品信息，请访问 <http://makeitwith.lectra.com/cn>



Chris, 设计师



MAKE
IT WITH
LECTRA



《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 张晓莲 周悦 周扬

特邀编辑：钟蓓红 欧阳昌骅 池敏华 董晓瑜

投稿邮箱：chen.qi@ubmsinoexpo.com
或cq701123@163.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、封底介绍：近日，素以代理意大利进口品牌的上海艾宝家具有限公司推出了全新的原创品牌“唐堂”和“Fabio 范”，以两种完全不同的面貌，展现文化融合与风格混搭的魅力。2016年3月16-20日，这两大品牌将携各系列产品和整体空间设计登陆第33届东莞名家具展览会，向广大国内外家具、家居、家装从业者展示新品信息，商讨进一步的商业合作模式。（详见本辑第87-91页）

编辑：《中国家具》编辑部

地址：上海市襄阳南路218号 现代大厦6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.marketing@services@gmail.com

澳洲 gfcok@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 100千字

2016年3月第1版 2016年第1次印刷

广告经营许可证：3102292040892

书号：45095-0300

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



FURNITURE CHINA 2016

第二十二届中国国际家具展览会

The 22nd China International Furniture Expo

展会时间：2016年9月8日-11日

展会地点：上海新国际博览中心 上海世博展览馆

一直在浦东

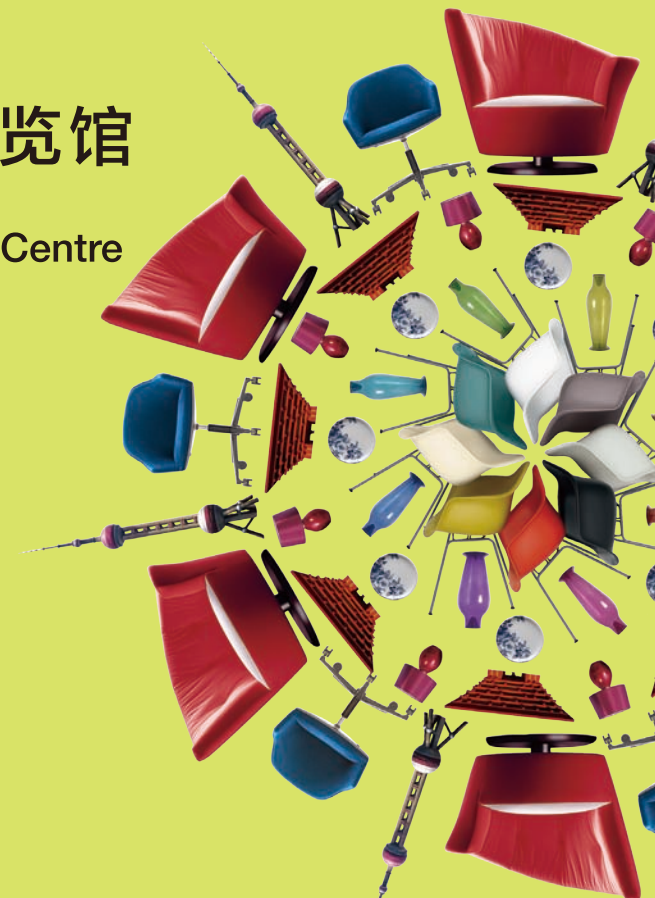
浦东新国际 & 世博展览馆

Shanghai New Int'l Expo Centre

World Expo Exhibition & Convention Centre



扫一扫 免费索票



出口导向 高端内销 原创设计 产业引领

Contents

2016年第1辑



36

评论与综述

COMMENTARY & OVERVIEW

- 10 市场变化促进行业多元化发展 中国家具协会
Market change promotes multiple development of furniture industry
- 14 筑梦·畅想——浙江省家具行业协会 2015 年度工作报告 (节选) 蒋鸿源
2015 work report(extracts) by Zhejiang Furniture Association

经营与管理

OPERATION & MANAGEMENT

- 18 橱柜企业柜身车间流程局部改善研究 刘源
Study on the regional improvement of cabinet body workshop process in cabinet enterprise
- 22 日本家具企业员工培训的启示 赵艳丰
Inspiration from staff training in Japanese furniture enterprises



10



18

HOME FURNISHING CHINA 2016

HOME
FURNISHING
CHINA 2016

中国国际家居饰品展览会

2016.9.8-11

上海新国际博览中心 N5/E7馆



官方微信

官方网站

furnishing.furniture-china.cn

更多资讯

www.jjgle.com





Contents

家具与装饰 FURNITURE & FURNISHINGS

- 26 家居软装饰中的布艺家具 王晓利
Upholstered furniture in the soft decoration
of home living
- 30 现代漆艺家具表面涂饰新探 李莹 万辉
Exploring the surface coating for the
contemporary lacquer furniture

设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

- 34 在居家中体验世界 (二) imm trendletter
World@Home (II)
- 46 基于木塑复合材料特性的家具设计理念 刘源
Furniture design concept based on
the characteristics of wooden/plastic
composite material
- 50 老年人使用的桌椅尺寸分析与设计 刘慧珏
Analysis and design of the dimensions of
table and chair used by the aged
- 54 从生产角度看家具结构设计 蒋文华
Furniture structural design viewed from the
production angle
- 58 中小户型住宅沙发的简约设计 方菲
Simple design of sofa for the small and
medium size apartment
- 64 创造力就是力克的解决办法 《中国家具》
Creativity is the solution of Lectra

展览与市场 EXHIBITION & MARKET

- 68 复古式的开放
——2016 年科隆国际家具展显现的大趋势概念
《中国家具》
The Great Trend concept displayed at imm
cologne 2016
- 72 生活在圆形建筑中?
——解读 2016 年科隆家具展空间布置项目“Das
Haus” 《中国家具》
Interpretation of “Das Haus” at imm
cologne 2016
- 76 回眸第四届巴黎 ESPRITMEUBLE 家具展
《中国家具》
Impressions of the 4th edition of
ESPRITMEUBLE in Paris



72



34

54



酒店及商业空间家具采购平台
创新与设计家具潮流中心

上海国际酒店家具展览会
HOTEL FURNITURE SHANGHAI 2016

2016.4.29 - 4.1

E4 馆



Contents

展览与市场

EXHIBITION & MARKET

- 78 M&O ASIA 凸显房地产和餐饮业主题
《中国家具》
M&O Asia featuring the theme of real estate and catering
- 82 世界摩登看上海 上海摩登看世博
——Maison Shanghai 摩登上海时尚家居展亮相沪上
《中国家具》
Maison Shanghai to be launched in Shanghai

82



企业与产品

ENTERPRISE & PRODUCT

- 86 原创的魅力 品牌的张力
——2016 年第二十二届中国国际家具展览会部分展品预览（一）
《中国家具》
Show preview of partial exhibits to be displayed at Furniture China 2016 (I)



106

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	2016 年第十七届成都国际家具展	9
Jiagle.com 家店装休	封二	2016 中国国际设计师作品展示交易会（DOD 设计展）	116
法国力克 Lectra 公司	1	2016 年 Maison Shanghai 摩登上海时尚家居展	117
2016 年第二十二届中国国际家具展览会	3	浙江温州联通家具配件有限公司	118
2016 年中国国际家居饰品展览会	5	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
2016 年中国国际酒店家具展览会	7	览会（FMC）	



中国·全球共享

17届 INTERNATIONAL FURNITURE FAIR CHENGDU 成都国际家具展

主办：成都市人民政府

承办：中国国际贸易促进委员会成都市分会 成都市博览局 成都传媒集团 四川省家具进出口商会

组委会常设组织机构：成都新东方展览有限公司

参展热线：028-86279755 86279311 86279350

参观咨询热线：028-86279336

观众预登记网站：http://www.iffcd.com

2016年7月3-6日
成都世纪城新国际会展中心

展出面积：120000m²



第十七届成都国际家具
生产设备及原辅材料展览会

第十七届成都国际家具
生产设备及原辅材料展览会
The 17th International Furniture Manufacturing
& Supply Fair Chengdu

2016年7月12-15日
成都世纪城新国际会展中心
展出面积：60000m²





市场变化促进行业多元化发展

Market change promotes multiple development of furniture industry

■ 文 中国家具协会

据 国家统计局的数据显示，2015年全年家具行业规模以上企业5290家，累计主营业务收入7872.5亿元，同比增长9.29%；取得了比较好的效果。规模以上企业累计利润总额500.86亿元，同比增长14.03%；利润增长高于主营业务收入的增长。家具行业规模以上企业累计产量76961.32万件，同比增长0.38%；家具产量增幅很小，保持了产量没有下降。累计固定资产投资额2881.83亿元，同比增长17.7%；投资持续增长。全国家具累计出口542.83亿美元，同比增长1.62%；保持稳定。全国累计进口家具25.08亿美元，同比下降10.57%。进口家具呈下降趋势，在所有指标中唯一负增长的指标。



家具行业的发展形势与全国经济发展大势一脉相承，经济领域的新常态在家具行业也得到了体现。新常态下我国经济发展增速相对放缓，家具行业发展增速也从高峰时的30%左右下降到10%左右，行业发展遇到了新挑战。但随着企业创新能力的不断加强，家具行业呈现了多元化发展的趋势，家具产品满足了人们的个性化需求，儿童家具、老年家具等细分领域存在巨大的发展空间。此外，家具展会继续创新发展，企业原创设计水平不断加强，这些都促进了新常态下家具行业的新发展。

个性化需求促进定制家具快速发展

如今，家具企业正在面临各方面转型升级的压力，而个性化定制凭借其较高的市场认同度为企业提供了创新发展的动力。一家权威机构曾经发布了一项家具满意度调查，结果显示用户对传统家具模式不满意：家具与装修风格不协调的占56%；家具尺寸不合适造成空间使用率低下的占22%。随着家具市场的细分，定制家具以其满足个性化需求的

特色，必将成为未来家具行业发展的趋势。

虽然我国家具行业的整体发展增速已经降至10%左右，但定制家具的产业规模正以30%以上的增长速度在发展，这一速度相当于十几年前我国家具行业快速发展时期的增长速度，定制家具的发展潜力毋庸置疑。据统计，2013年国内家具市场规模达万亿元，尽管定制家具发份额在2012年仅占整体家具市场的10%，但也达到了千亿的市场规模。

随着定制概念的进一步深化，消费者对定制概念的要求也越来越多、越来越精细化和高端化。为满足消费者的个性需求，定制家具生产企业正努力发展多品类家具，一些企业引进了大规模的定制生产设备，将信息技术应用于生产制造，缩短了产品的生产周期，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。

趋势变化催生家具细分市场

随着社会经济发展和相关政策的出台实施，中国社会的人口构成也

将逐步发生变化，从长远来看，这种变化将为家具细分市场带来更多的具体需求。

一方面，随着国家二孩政策的提出，儿童家具市场成为了人们关注的对象，越来越多的商家也更加看重儿童家具领域的发展潜力。在这种形势下，儿童家具无疑被许多商家视为“救命稻草”，更多的商家寄希望于抓住儿童家具新的发展契机，逆势而上，寻求突破。

据相关机构调查数据显示，我国0—14岁儿童超过2.2亿，约占人口总数的16.6%。“单独二孩”的政策实施后预计在未来5年将带来800万新生儿。而“普遍二孩”政策接踵而至则将带来更多新生儿增长，预计未来几年儿童家具依旧能够保持10%以上的高增长。

未来，随着儿童家具市场份额的增加，家具产品的质量会更受重视，中国的儿童家具市场将为行业带来巨大的商机，高质量、多功能儿童家具将更受消费者青睐。我国早已施行了有关儿童家具的强制性国标，对儿童家具的定位做



C 评论与综述 COMMENTARY & OVERVIEW



出了明确的要求。随着人们对儿童家具的日益重视，未来儿童家具的制造商为了赢得客户认可，必须注重提高环保标准、改进生产工艺、提升产品性能、优化产品设计等因素，从而保证儿童家具行业的健康发展。

另一方面，随着我国逐步进入老龄化社会，老年家具将更加受到关注。资料显示，2011年以后30年里，中国人口老龄化将呈现加速发展态势，60岁及以上人口占比将年均增长16.55%。到2050年，60岁及以上人口占比将超过30%，社会进入深度老龄化阶段。此外，根据相关数据估算，目前我国每年老年人的离退休金、再就业收入、亲朋好友的资助可达3000至4000亿元，预计到2025年和2050年，老年人潜在的市场购买力可望达到14000亿元和50000亿元。

目前国内对老年人家具的研究仍然有限，老年家具凭借未来巨大的人口基数和积累提升的购买力，将展现巨大的市场潜力。如果将老年家具市场挖掘出来，家具企业将打开另一扇利润之门。不同于普通家具，老年家具在设计上应尽量减少不安全因素，少一些棱角，以免碰伤。在产品的配色、选材上也应根据老年人的需要进行调整。

展会升级继续带动行业发展

随着家具企业招商手段丰富，以往展会求大、求全，以交易为主要目的的模式逐渐过时。目前，包含行业趋势发布、专业信息交流、新材料新工艺新技术推广、原创设计展示等内容在内的服务意识也逐渐加强，收集并满足观展客



户的需求将成为关键，有了客流就会有更多的企业参展。

如今，家具展会已成为促进我国家具行业发展的重要平台，在运行过程中形成的诸多经验，以及经销商的关注度，新的营销方式和创新性的设计理念，为家具企业提供了交流学习的机会。展会的带动作用让家具企业更加重视树立品牌，做产品与服务。

行业快速发展呼唤原创设计

未来的家具市场一定是个性化的市场，设计创新既是满足市场需求，体现品牌特色和个性，也是企业生存所需要的重要能力。

当前家具行业存在的最明显问题之

一就是同质化严重，家具产品设计普遍是千篇一律。但国内的家具企业和设计师已经意识到这一问题，很多企业都专门成立了设计部门甚至设计研究中心，行业的整体设计水平有了很大的提升。此外，中国本土家具设计师正在大踏步地成长，一些设计师的作品已经赢得了国际设计大奖，得到了国际认可。

原创设计水平的不断提高，还得益于企业自我保护意识的增强和家具行业对知识产权保护力度的不断提升。有了良好的设计环境，中国的原创设计必将快速发展。

家具电商发展引发行业讨论

家具行业的电子商务发展保持着高



速且高调的发展态势，但依然处于一个探索的阶段。

佛山、周村等家具生产地自建家具电商平台，充分发挥集群优势，在现有线上格局中开辟空间；敏华等传统家具制造企业也斥资建立电商平台，凭借已有的品牌优势和门店资源，尝试新的欧式风格；月星、宜家等传统线下渠道商业建立了各自的线上平台，以线上线下两结合的方式解决消费者痛点；天猫、京东等传统电商平台则吸引了更多家具企业入驻，凭借双十一等活动掀起热潮，以“林氏木业”为首的一批电商家具品牌在不断刷新销量的同时也打响了品牌。此外，家具电商的影响范围已经延伸至海外，一些海外代购平台引入家具产品以完善供应链，另一些以海外高端品牌家具为主打的平台也取得了初步的成功。

电子商务与传统渠道的碰撞无法回避，传统的家具企业究竟会怎样的形式发展电子商务，又会以怎样的姿态迎接新兴企业的挑战，这都是行业所关注的。可以肯定的是，家具行业的电商发展不会止步，将走得更远。





筑梦·畅想

——浙江省家具行业协会2015年度工作报告（节选）

2015 work report(extracts) by Zhejiang Furniture Association

■ 文 浙江省家具行业协会理事长 蒋鸿源

2015年12月15日，浙江省家具行业协会2015年会暨五届五次会员代表大会在浙江德清隆重召开，本次会议由浙江莫霞实业有限公司独家赞助，省内500多位浙江家具企业家齐聚一堂，共襄盛举。出席本次会议的主要领导和嘉宾有：中国家具协会朱长岭理事长和辽宁省家协、深圳家协等外省兄弟协会的领导和，以及浙江省有关部门的负责人。上海展、广州展、东莞展、深圳展、苏州展、武汉展等展会机构也派员出席，一些行业媒体参与了报道。

会上，浙江省家具行业协会蒋鸿源理事长作2015年度工作报告。报告回顾了2015年及“十二五”期间浙江家具行业的发展情况。2010年~2015年，浙江省家具工业总产值从1100亿元，一跃增长至1800亿元，增幅64%；家具出口额从70.19亿美元，大幅增长至108亿美元，增幅54%；内销销售额从620.60亿元，增长至1300亿元，增幅高达110%；利税从51亿元增长至100亿元。浙江家具企业用5年的实际行动，认真地书写了一份“十二五”规划的答卷，顺利完成了“十二五”规划目标。

产业结构调整初见成效

家具产业高速发展了三十多年，在经历腾飞之后，有人说今天很困难，最大的问题是成本优势没有了。一规范，成本就大大提高了，违章建筑一拆，厂房租金大幅提高，税收征收一规范，税收每年成倍增加，近年来又遇到了原材料价格和劳动力成本的不断上涨，国际市场分流，内销市场同质化竞争越来越激烈，对家具企业的生存提出了严峻挑战。优胜劣汰，洗牌加剧，一大批实力不足的企业在大浪淘沙中被淘汰出局。

整个家具行业正在经历阵痛期，产业结构调整迫在眉睫。

为了应对上述的重重挑战，浙江省家具行业协会提出了“两条腿走路，内外销并举”的口号，提倡进行渐进式的产业结构调整战略。企业积极响应协会号召，开启了出口和内销“两头兼顾，齐头并进”的模式，并取得了令人欣喜的成绩。2015年1-10月，安吉座椅家具类企业321家，累计出口15.64亿美元，同比增长2.9%。其中：恒林椅业出口同比增长6.4%，中源沙发出口增长38.1%。1-11月，恒林椅业销售13.8亿元，同比增长11.1%；永艺销售收入10.6亿元，同比增加18.5%。1-10月份，海宁成品沙发累计出口4.95亿美元，同比增长6.25%；其中川洋同比增长20%；汉盛同比增长31.77%；金郑同比增长43.05%。卡森、慕容等主要企业都有两位数的增幅。城市之窗深耕海外市场，国外专卖店营业面积已达30000平方米，产品远销沙特阿拉伯、美国、加拿大、俄罗斯等100多个国家和地区。有的企业将重点集中在了内销开拓上，以扩大内销拉动企业的业绩增长。圣奥集团总体增幅达19%，其中，办公家具增



对于2016年经济形势，蒋会长指出，在进入“新常态”以后，行业洗牌已经成为该形态的基本内容之一。他强调不要光顾着追逐“名利与梦想”，期待“速度与激情”，而是要保持“理智与冷静”，既要踩好“油门”，又要踩好“刹车”，要做好“安全驾驶”。

长6%，民用家具增长70%；莫霞实业同比上涨5%；梦神床垫增幅超30%；美林格注重经销商的培训与维护，销售业绩同比增长12%；喜临门营业收入同比增幅15.98%；丽博1-11月增幅高达44%；年年红、大风范等企业发展势头也十分强劲。顾家家居今年利润增长25%，净利润达5亿元人民币。



C 评论与综述 COMMENTARY & OVERVIEW



浙江是家具大省，工业总产值、出口交货值排名全国第二，家具产量位居榜首，其他主要经济指标在全国家具行业保持领先地位。协会根据企业实力和发展特点，在征求理事会意见之后，评选出了“杰出企业家”、“精英企业家”、“创新企业家”、“新锐企业家”、“省级优秀家具市场”，并提交大会审议通过。



本次年会特邀《冬吴相对论》主持人，知名媒体人吴伯凡先生作主题演讲。他表示现在的企业遭遇“十面埋伏”，需要用创新打开壁垒，但要权衡好“常识和幻想之间的创新”，见微知著。他分析当下热词“互联网+”时表示，“互联网加的不是技术，也不是产业，而是需求。‘低头党’为什么过马路的时候都在玩手机？是因为有需求。”最后，他分享了“一袋洗”和“尚品宅配”的案例。

营销活动助推品牌建设

2015年，很多企业将注意力放在开好店，增加营销网点，拉动销售业绩。由协会运作的浙商名家居品牌联盟与红星、居然、欧亚达、月星等大型连锁卖场合作，搭建开拓内销的桥梁。莫霞在湖州新开了直营店，拥有全国门店300多家，富邦拥有全国门店200家，欧宜风拥有全国门店200多家，丽博橱柜拥有全国门店300家，顾家全国营销店超过2500家。同时，顾家围绕着“暖男”、“顾家”、“爱家”等一系列关键词，开展了丰富多彩的营销活动，让更多的消费者了解到“顾家家居”的品牌内涵。在顾家全球合作伙伴大会上，代言人张学友为其站台，创造了2个小时成功签约门店789家的行业招商记录。由著名主持人鲁豫参演的丽博橱柜形象广告，强势登陆浙江卫视，牵手“好声音”，获得了海量的曝光率。第六空间台州店1周年店庆时，邀请到了著名歌星齐秦为其造势，人潮攒动，场面火爆。金华锦绣

国际家居秋季家具采购大会盛况空前，旗下四大市场强势联动，参展面积达16万平方米，外地客流占到50%~60%，成交额高达6000余万元。大风范连续三年在总部举办“国际男人节”，全国终端门店配合总部进行联动，持续向消费者传递大风范“地道男人味”的品牌理念。莫霞通过样板房的“量身定做”，进行合理的空间布局，为相同户型的住户提供模板，以便消费者进行复制，销售业绩得到大面积提升。恒林椅业开启了跨境电商项目，交易额超一千万；喜临门、中源等不少企业与天猫、美乐乐等电商平台深度合作，探索新型O2O模式。

设计驱动创新

在浦东、虹桥、广州、东莞、苏州等主要家具展览会上，数十家浙江家具企业凭借精美的设计和稳定的质量荣获多项设计大奖，用设计语言完美诠释了“好家具 浙商造”的浙江家具文

化。在国际知名设计竞赛中，浙江家具企业也一展头角，恒丰家具倾情打造的“FLY椅”以出众的设计荣获德国红点设计大奖。经省经信委评审认定，我省顾家、大丰、利豪、大康、和也、嘉瑞福、富和等7家具企业申报成为省级制造企业设计中心。莫霞为了改进生产工艺，举行了欧式雕花家具的弧度拼接技术和暗嵌变体式拉伸餐桌技术新产品（新技术）鉴定会。莫霞实施了木材划线开料，通过木材分拣挑选，选板配色等方式，大幅提升了木材利用率，以往堆积如山的短头料用掉了95%以上，降低了生产成本，实现了利润增长。莫霞调整了产业结构，兰卡威系列取消板木结合款式，全面升级为实木平价系列，同时悦木和莫尼克系列不断推陈出新，制订了三年落地，五年成型，十年规模的战略目标。协会曾经用12个字概括了莫霞发展的心路历程：“转的快，投的准，专的深，做的精。”

科技引领升级

顾家推出的3D打印沙发和床，其骨架使用ABS材料制作，已具备了批量生产的能力；恒林研发了一对一量身定制的3D打印椅；永艺借助3D打印技术，开发了TICEN系列网椅采用的立体托盘。浙江省共有4家具企业经省科技厅评估，入选2014年度浙江省创新型示范/试点企业名单，其中永艺入选“创新型示范企业”；喜临门、帝龙、泰普森入选“创新型试点企业”。圣奥开始使用7PLUS水性涂饰技术，降低VOC的排放。圣奥紧跟“互联网+”、“智能化”等科技潮流，相继推出了无线充电家具、用电磁感应开合抽屉等系列智能家具。

管理日渐规范

在生产管理上，圣奥、顾家、年年红、莫霞、喜临门、花为媒、诺贝、德昌五金、恒丰、梦莹、美生等一大批企业狠下苦工，改善设备，完善生产流程，大大提高了管理效益。莫霞经县政府鼓励推荐，申报了2015年德清县政府质量奖，目前项目已进入验收阶段。富邦美品荣获“全国质量诚信标杆典型企业”荣誉称号。在门店管理上，丽博通过“5A”标准化管理系统建设，打破了“执行力弱，客流量少，成交率低，客单值小，市场疲软”瓶颈，提升门店的综合实力。许多企业加大了培训力度，



组织了员工内训、经销商大会等活动，培养了具有凝聚力、战斗力的团队，编织了一张张优质经销商的网络。圣奥、永艺、恒丰、森川等企业积极参与标准制定和审定的相关工作，推动行业标准化工作。

服务提升价值

如今，消费者已不仅仅满足于家具的使用需求，更注重多维度的服务。顾家家居连续3年开展“沙发也要有修养”服务活动，为超过60000多户家庭提供了免费沙发清洗保养。圣奥荣膺“全国售后服务行业十佳单位”。由年年红打造的“中国红木家具文化园”将家居产业服务与文化创意产业相融合，整合红木文化、旅游等资源，形成完整的红木产业链体系，预计实现年接待游客600万人次，年生产各种旅游产品、家具等20亿元，年上缴财政税收1亿元以上。该项目已入选2014年“浙江省生态文化基地”。

增强实力，回报社会

近年来，公众视线将目光进一步聚焦在了家具行业这个传统产业，社会关注度进一步提高。在2015浙商全国500强榜单上，卡森（2014年营业收入32.3亿元）董事长朱张金、圣奥（2014年营业收入26.5亿元）董事长倪良正、恒林（2014年营业收入14.6亿元）董事长王江林、喜临门（2014年营业收入12.9亿元）董事长陈阿裕、大丰（2014年营业收入12.9亿元）董事长丰华、永艺（2014年营业收入9.6亿元）董事长张加勇、帝龙（2014年营业收入8.7亿元）董事长姜飞雄均榜上有名。企业在经济下

行压力增大的形势下，逆势爆发，表现出良好的营收和净利润增长能力，成为浙江经济增长的一股新生力量。圣奥倪良正董事长在第三届世界浙商大会上荣获“杰出浙商奖”。

2015年1月，永艺股份在上海证券交易所成功上市。至此，浙江已有喜临门、永艺、卡森、富邦、格莱特、永强等6家公司分别在上海、香港、法国证交所上市，浙江家具企业的影响力与日俱增。与此同时，顾家、恒林、川洋正在积极准备IPO，上市工作提上了日程。

圣奥集团成立的圣奥慈善基金会一直以来坚持“慈心为怀，公益为本，扶贫济困，赈灾救灾”的宗旨。2013年7月，圣奥向浙江省慈善总会捐赠5000万元留本冠名基金，设立“圣奥慈善基金”，开展助老惠老系列活动，建设、修缮老年活动中心，建立圣奥老年之家，目前已有天台县螺溪村等共12家“圣奥老年之家”已投入使用；捐赠100万元，开展“独居老人暖巢”行动，为高龄独居老人、失能和半失能独居老人提供基本的日常照护；另捐资100万元在浦江县设立“圣奥博爱基金”。圣奥基金会连续四年举办了“春风助学”行动，帮助成绩优秀但是家境困难的学生完成学业。在今天的第四届“浙江孝贤”暨首届“慈孝浙商”颁奖典礼上，圣奥慈善基金会主席倪良正先生作为全省唯一企业家代表喜获“浙江孝贤”荣誉称号，并受到省委书记、省人大常委会主任夏宝龙等领导亲切会见。梦神集团最近举行了向日内瓦科菲·安南基金会捐赠十万美金的隆重仪式，向全球消费者送去“夜晚睡梦神，白天有精神”的美好祈祷。



橱柜企业柜身车间流程 局部改善研究

Study on the regional improvement of cabinet
body workshop process in cabinet enterprise

文 刘源

现代企业伴随着经济的发展以及信息技术的革新，市场竞争越来越激烈并发生了巨大的变化。其特征就是以高效率生产为基础的时间、质量、成本、服务和速度的竞争，这已经成为衡量企业综合能力的主要标志之一。其中生产车间流程的完善与改进是各个企业赢得市场竞争主动权的重要环节。



1. 柜身车间的布局现状

柜身的产量在生产中占有绝对的数量优势，虽然在一套橱柜安装过后它们并不直接面对客户，不会给客户带来直接的影响，但就纯粹的生产来说，它们生产时的重要性并不亚于柜门的生产。一个柜体中柜门车间生产占1/4，而柜身车间生产占3/4；一天中生产4000套这样的柜体，柜门车间仅仅生产1000件，柜身车间生产要占3000件。目前柜身车间的主要工序流程如图（见图1、图2）：

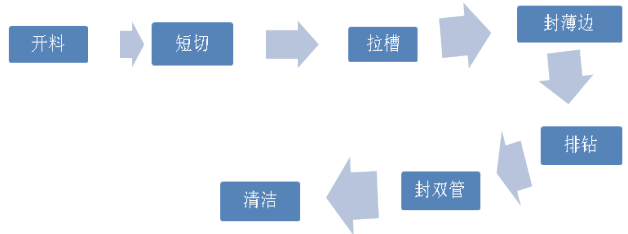


图1 柜身车间制造流程图

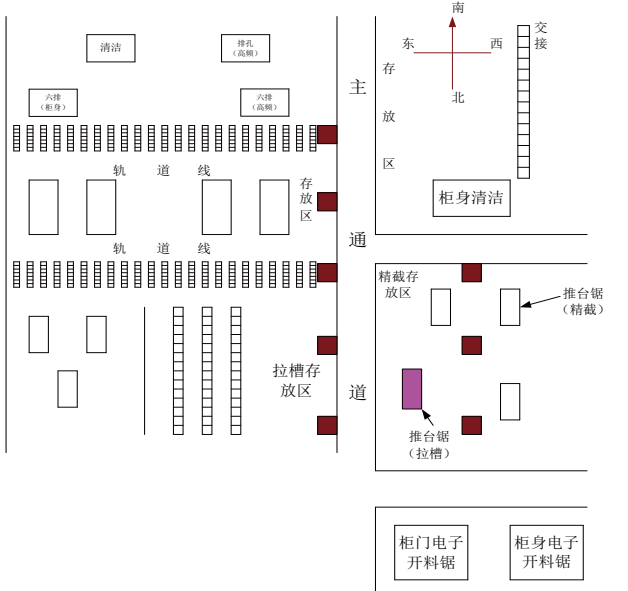


图2 柜身车间全图

从图2我们可以看到柜身车间生产流程的总体过程，每一道流程的具体位置及半成品存放的具体位置，其中也能看出它们在流动过程中的具体路线，同时半成品在生产线上生产流动的过程中明显可以看出不是一条直线。

(1) 目前柜身车间的三道工序的运输流程

橱柜在车间生产的每一道工序都非常重要，其中电子开料锯和推台锯是橱柜生产的前两道工序，而柜身车间的六排钻则是生产的收尾阶段，它们都与封边机有着密切的联系（见图3）。

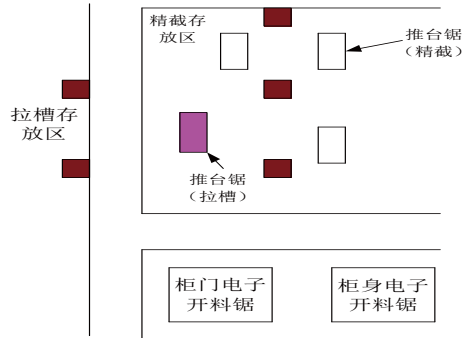


图3 电子开料锯和推台锯位图

从电子开料锯和推台锯位图中（图3）可以看出该车间目前的摆放位置有不合理之处，这样的摆放会增加生产的时间成本，而其半成品存放区较远也会增加运输的时间成本。

六排钻工序需要把底板排孔之后再吧半成品运回，由封边机对其进行封边操作，它们之间存在来回运输产品的动线，其联系非常紧密（见图4）。

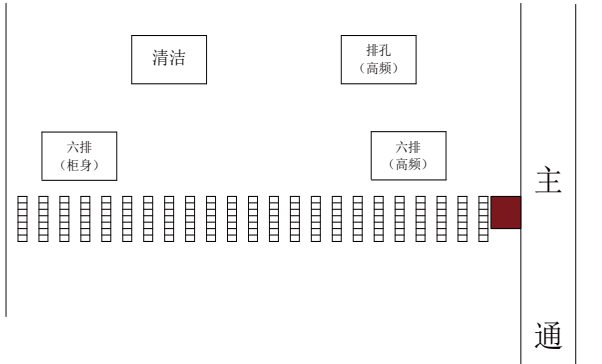


图4 六排钻位图

(2) 目前三道工序运输流程对生产的影响

电子开料锯、推台锯及六排钻没有合理的布局会使产品在生产的过程中增加很多的运输时间，这样产品在生产的过程中所消耗的时间就会有所增加，使产品的生产率降低。

同时，在长途运输的过程中可能会出现诸如碰撞的问题，从而会增加单个产品的生产周期。这样的位置布局不仅仅会影响柜身车间的生产而且也会增加柜门车间的产品生产成本。

2. 柜身车间的机会点

厨房家具的生产高峰受家装的影响，与家装一样具有季节性。从上生产情况来看，在订单量比较大的季节车间生产存在



不少提高效率的机会点。除了人为因素以外，我们还可以从上面明显的看出柜身车间生产流水线的布局存在很多不妥之处，这些会直接影响车间生产效率的提高。

(1) 工作区域内部调整及存放区域的重新划分

在图2中可以看出该柜身车间并没有合理规划，使得整体的生产流程不畅。合理的车间规划应该按照生产流程进行设置，这样才能使每一道工序与下一道工序进行有效的衔接，从而缩短运输的时间成本，以提高生产效率。具体划分设计见图5、图6。

通过开料位置互换和推台锯位置互换可以确保这两块区域的生产是按照直线进行，同时也不会影响柜门车间的生产；推台锯位置互换及位置的移动把精截留又足够的空间，使得截取大的门板和长的横担不会受空间的影响。调整之后半成品从一道工序流到下一道工序的时间也会缩短（见图5）。

批量订单生产线的六排钻和零散订单生产线的六排钻进行位置互换可以把它们与各自的上一道工序联系的更紧密些，也会缩短它们的来回运输的距离，从而减少因运输带来的时间成本，调高生产效率减少生产成本（见图6）。

(2) 三道工序调整后运输时间的对比分析

电子开料锯和推台锯布局调整之后，其运输所耗费的时间成本会有大幅降低，不仅流水线变成了直线式而且使得柜身车间的生产顺序更具有合理性（见表1）。

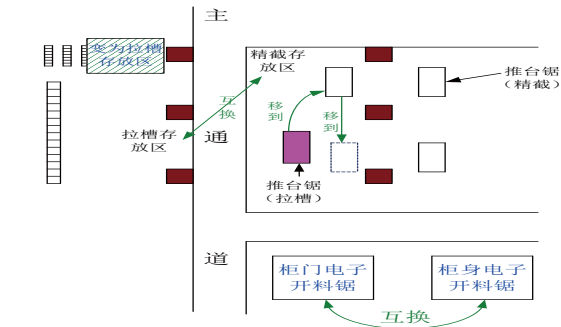


图5 车间设备位置调整方案

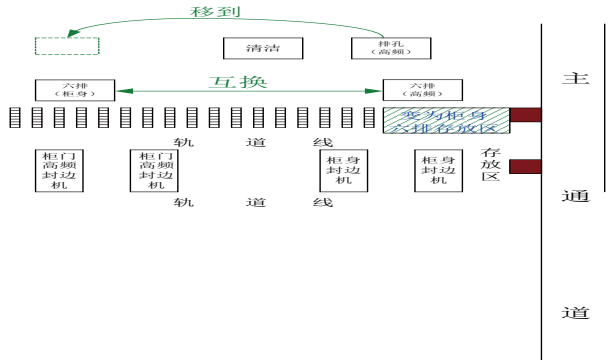


图6 排钻工序设备位置调整方案

从表1可以看出，调整之前从电子开料到推台锯所耗费的纯运输时间为65秒，而调整之后所耗费的纯运输时间仅为24秒，与以前相比时间缩短了41秒。

推台锯分为精截（短切）和拉槽两种，通过图3-1把开料两个推台锯位置互换有利于节省内部运输的时间成本（见表2），内部的生产流程由以前的回流式生产变为顺流直线式生产。

在表2中调整前的存运输耗费时间为43秒，通过合理的内部调整运输所耗费的时间减少到21秒，与调整前相比时间可以节省了22秒。

表1 开料锯和推台锯之间的运输时间差

以前运输时间/秒 (来回)	调整后运输时间/秒 (来回)	时间差/秒
65	24	41

表2 精截（短切）推台锯和拉槽推台锯之间的运输时间差

以前内部运输时间/秒 (来回)	调整后内部运输时间/秒 (来回)	时间差/秒
43	21	22

表3 柜身六排钻和高频线六排钻之间的运输时间差

以前运输时间/秒 (来回)	调整后运输时间/秒 (来回)	时间差/秒
47	23	24



柜身六排钻（底板）和高频线六排钻通过调整后（图6），柜身六排钻与上一道工序（柜身封边机）的距离缩短很多（见表3），柜身的封边机和六排钻处在同一条直线上生产，由以前的45度角的斜式生产变成直线式生产。

通过表3看出两个车间六排钻的互换把柜身车间的六排钻与以前的柜身存放区域的距离缩短，使以前的存运输时间47秒减少道23秒，总的时间节省24秒。

通过3个柜身车间流程局部改善可以缩短车间产品生产周期，假设柜身车间生产1000件产品，每一件在生产中都能节省时间为87秒，总共节省时间87000秒，87000 60= 1450分钟，1450 60≈24.17小时，就是生产1000件可以缩短约一天多的时间，这将为公司节省很大成本。

(3) 调整后的三道工序对周围的影响

经过调整后柜门电子开料锯移到距柜门生产流水线的位位置，使电子开料锯与下一道工序变的更为衔接，缩短了柜门生产的时间成本，降低柜门被破坏的机会成本，提高产品生产的效率。

柜身六排钻调动后不仅为零散订单生产线节省了时间成本，同时也会有利于批量订单生产线直线式流水化，并缩短流水作业的运输成本。总之，调整之后的生产线都会变得更顺畅，有利于提高效率并美化车间环境。

3. 结语

生产流水线标准化是企业提升管理水平的两大车轮之一，是企业追求效率、减少差错的重要手段。生产中的所谓制造就是以规定的成本、规定的工时，生产出品质均匀，符合规格的产品。要达到上述目的，如果制造现场的生产工序的前后次序没有一定的生产模式的话，一定会影响生产时间效率的提高。因此必须对作业流程模式做以规范并贯彻执行，使够使企业的生产流水线更加标准化。





日本家具企业员工培训的启示

Inspiration from staff training in Japanese furniture enterprises

文 赵艳丰

日本企业的员工培训方式一直被世界各国所赞誉，其培训理念也是在全球各个国家和地区得到了不同程度上的认可。尤其是日本的一些大型家具企业，他们不仅非常重视员工的培训，更在方法和内容上对我国家具企业培训员工，打造人才队伍有很大的启示。本文以日本天童木工(Tendo Mokko)公司为例，来详细谈谈日本家具企业的员工培训特点，希望能给国内家具企业带来一些启示。天童木工是日本的顶级家具品牌，在日本家具行业的市场占有率常年位于前三位。与我国家具企业相比较，天童木工公司的员工培训体现出以下几个特点：



1. 企业培训人性化

日本企业的企业文化直接决定了他们国家家具业在员工培训上呈现出人性化特点，具体体现在以下几个方面：

(1) 培训计划的制定人性化

日本的家具企业在制定培训计划时，是很注重员工的培训需求的，因此在培训内容、培训方式、培训地点的选择上都充分考虑到员工的具体实践。例如，天童木工公司在制定员工培训计划时始终坚持员工培训与个人发展相结合的方式。既考虑到员工但是所欠缺的知识能力，又考虑到员工未来的发展方向。天童木工公司的人力资源部一直将员工的培训工作视为其管理的重中之重，员工的升迁速度和机会是很多的，一般在半年到一年就会有一个提升。因此，人力资源部会与每个员工进行沟通，在了解员工的一系列晋升目标或发展目标后与其共同制定员工的培训计划。这样把员工的职业生涯发展计划与员工培训计划有机的结合在一起，帮助员工更快的成长。比如，在员工刚刚进入公司时会有入职培训，到工作岗位后会有岗位培训和部门专业知识的培训，如果员工有进一步提升的意愿并且有能力得到提升，公司会相应的为其制定领导管理培训等。这样每一步的培训计划都与员工的发展相结合。另外在天童木工公司内部，要求各国分公司必须在每年的9月份与天童木工总公司国际部共同

协商、制定并审核年度培训计划，体现了日本家具企业在员工培训计划制定上的谨慎和对员工认真负责的态度。

(2) 培训对象的范围制定体现人性化

日本家具企业非常重视对员工的培训，其企业文化也充分体现了这一点，因此在培训对象范围的确定上绝不会有歧视现象，而是把企业的每个员工都作为其培训和继续教育的对象，有层次有针对性的进行系统培训。例如，在每次培训项目启动前，日本天童木工公司都会对员工进行培训需求调查，了解每个员工的培训需求、培训合理时间、培训内容与员工所承担工作的相关度等几个方面来确定此次培训的具体培训对象，而不再培训对象内的员工也可根据自己工作时间和兴趣申请参加培训项目。

(3) 培训实施过程中体现人性化

首先日本家具企业在对员工进行培训的过程中，注重员工的积极主动参与。比如天童木工公司员工可以申请参加某个自己感兴趣的培训项目。其次，在培训的过程中注重与员工的沟通交流。比如在天童木工的培训课上，培训教师会细心的听取员工的培训建议，在工作现场培训时，车间经理和管理人员会主动与员工沟通，了解其所学并指导他如何将所学用到实际工作中。

相比较，我国家具企业培训则较少考虑到员工的具体情况，从企业员工



培训计划的制定、培训对象、培训内容方式的确定等都是由企业担任主导的地位，很少征求员工的意见，致使国内很多企业员工在培训后显示出疲惫不堪或不感兴趣等状况。

2. 培训方式多样化和创新性

(1) 培训方式多样化

现代的培训方式虽然繁多，但在实际运用中并非全部适宜家具企业培训之用，而且具体采用哪种方式必须要根据不同的培训对象、培训环境、培训资源来制定。为了达到最好的培训效果，日本家具企业会有针对性地选择不同的培训方式来实施培训。比如，天童木工



公司认为对于销售人员的销售技巧进行培训时，如果只靠书本上的理论是无法提高其销售技能的，必须根据其培训内容、工作性质的不同有针对性的选择不同培训方式，他们企业常用的培训方式有案例研究、录像教学、商业游戏、国际互联网、角色扮演，体验式培训。

(2) 培训方式融合科技

随着现代科技的突飞猛进，企业的培训方式也逐渐打破了时间和地点的约束，更多的运用高科技多媒体来完成员工的培训。例如天童木工公司就引入了以计算机为基础的多媒体培训方式。据最新统计，天童木工公司在全球员工近3万人。在对这样一个分布世界各地的员工进行培训时，传统的培训方式是难以完成的，因此以计算机为基础的多媒体培训方式被引入了天童木工公司的培训方式中。据了解天童木工公司平均每年会送大批员工去参加电子学习计划帮助他们开发自己的个人技能，以使员工能够自己选择并参加自己喜欢的在线课程。而且员工可以通过多媒体对自己反

复进行培训，不受时间、场地的限制。培训结束后，培训考核结果还可以直接存入数据库以备将来评估员工的工作业绩。

(3) 培训方式具创新性

日本家具企业在培训方式选择上除了采用已有的培训方法外，还会根据企业自身特点，开发创造适合自己企业的培训方式，如天童木工公司的交叉培训、联合学习和虚拟现实的培训方式等。所谓交叉培训就是让一个部门的员工到其他部门上岗学习。这种培训方式不但使天童木工公司的员工成为了一专多能型的人才，也消除了由于长期从事一种工作而产生的厌倦心理，而且有利于员工树立全盘思考的意识，了解整个企业的运作。比如在天童木工公司的物流专员已经工作两年且完成了80个小时的培训课程，他就可以申请调入其他部门工作。申请方式就是给所有管理层人员写一份申请邮件，据统计，平均每年有10%的物流专员可以调到其他部门进行交叉培训。

相比较我国的家具企业培训手法上还比较落后和单一，大部分企业还是以讲课为主，偶尔进行讨论，但是对于多感官的学习，多重的运用方式还是相当不足的。培训方式仍然是属于静态，单向教学，以听为主。另外就是我国的家具企业只会运用已有的培训方式，而不会自己创新，根据自己的公司设计属于自己的培训方案。究其原因培训组织者为培训的内容知之甚少，认为培训就是学校教育。培训方式的单一也导致了员工对于企业培训的被动状态，大多数员工都表示不参与公司提供培训，除了内容不合适之外，更重要的是觉得培训方法很无聊没有创新。

3. 对我国家具企业的启示

(1) 改变培训错误观念

家具企业的管理者对培训的重视程度，决定了他们对培训的态度，也决定了他们愿意将多少资源投入到具体的培训工作中去。国内家具企业的决策者对培训工作漠不关心，他们对员工的培训



大多持有一些错误的观念，例如：培训无用论或培训浪费论等。很多企业把培训作为一项成本，而不是一种投资，认为培训是一项昂贵且得不偿失的活动，认为现在高校每年毕业生都很多，人才市场供过于求，用人完全可以到市场招聘，投资培训实属不必要的浪费。而日本家具企业则把培训作为一项投入而非成本，把员工培训看成是企业最重要的战略投资。因此，日本家具企业对员工培训的资金投入也较比我国有很大差别。日本家具企业在员工的培训投入上从不吝啬，有90%的企业每年会拿销售收入的3%—5%投入到培训工作中，而在

我国企业在员工培训经费的投入上普遍较低。据调查在我国家具企业中培训投入占3%—5%的公司仅为8.7%，说明我国家具企业对员工培训仍没有给予充分的重视。

中国自加入WTO之后，国外的跨国家具业巨头便加大了在我国扩张的力度，而现今我国家具行业的特点是“军阀割据，各占一方”，各自为战，无法强强联合共同抵抗国外的家具巨头。我国本土的家具企业要想有效地遏制国外家具厂商打压的强势劲头，就必须提高对员工培训的重视程度，高层管理者要彻底改变对培训的错误观念，只有认清

了培训的重要性，才能真正的重视培训工作，加大对培训的资金投入和精力投入。

(2) 把培训与激励相结合

一项对国内家具企业的员工调查发现，大多数员工参加培训都是企业的要求，而不是自己积极主动参加，究其原因一部分觉得培训内容单调无聊，另一部分则觉得没有动力。所以我国家具企业应该把员工的培训与激励机制有机结合，才能调动员工参与培训的积极性。譬如，在日本天童木工公司，可以说对员工的激励是无处不在的。天童木工公司把员工完成的培训课程和培训考核成绩作为其将来晋升的参考标准。而我国家具企业的人力资源部也应该采取各种激励方式，鼓励员工积极主动的参与到企业的培训之中来，比如为员工量身制定职业生涯发展计划，让其清晰的看到要想达到自己的目标都需要那些必备的知识 and 技能，这样员工就可以自己选择并且主动的参与到培训中。或者可以对培训考核表现好的员工给予物质鼓励或职业晋升的鼓励等。

(4) 建立完善的员工培训体系

要想加快我国家具企业的人才培养，最重要的就是建立起一套适合我国家具企业实际的员工培训体系。事实证明，我们缺乏的不是人才，而是人才培养的机制。一旦这样的培训体系建立起来，那么企业发展所需的人才也会得到满足。只有建立完善的人才培训体系，才能更好的确定企业员工培训需求、制定合理培训计划、选择并创造适合自身企业发展的培训内容和培训方式，促进培训成果的转化进而满足我国家具企业发展和扩张的需求。另外，我国家具企业也应该借鉴国外建立企业大学或是跟大学进行联合培养的形式，借助有实力的高校为家具企业培养所需人才。





家居软装饰中的布艺家具

Upholstered furniture in the soft decoration
of home living

文 王晓利



软装饰能够为家居增添多种视觉效果，人们可以借助软装饰多样的色彩、可塑性的形态，很好地提升空间形态效果，进一步柔化室内空间生硬的线条，表现空间意向，烘托室内环境气氛，突出室内风格，表达各种地域文化特色和历史文化，更好的表现个人的喜好和个性。

布艺是我国民间艺术的重要组成部分，有着自己独特的风格和表现方式，代表了中华民族深厚的文化底蕴。民间布艺除了其独特的构图、造型形式，传更重要的是在对民俗文化的承载和传播，对民间审美意识的培养、对民族精神的凝聚。如何把握装饰性与功能性的关系，准确设计定位，提高家居装饰的品位，成为当前一个重要问题。

1. 家居软装饰的概述

1.1 软装饰的概念

“软装饰”基本可概括为两类：一是以室内纺织物为主的软性材料制成的家居用品，例如地毯、窗帘、靠垫、工艺台布、壁面软饰，以及包括草茎、麦秆、金属丝等非纺织纤维组成的家居造型，同时具有装饰功能和使用功能的物品；二是相对于室内硬装修的软装饰，指装修完毕之后，那些易更换、易变动位置的饰物与家具，包括家具、纺织物、绿植、灯具、餐具、装饰画等日杂用品，是一个范围极广的建筑空间内含物概念。从现在来看，那些适宜移动、便于替换，可以不断发展、更替的室内带有装饰功能的一切物品，以及对其选



择、制作、设计布局进行再排列组合的一切行为，均属于“软装饰”。如果说硬装饰相对比较而言注重空间功能，那么软装饰则是在此基础上加重了对美感的追求，这样的结果是使得空间里的功能和美感两相不误而又相得益彰。

1.2 家居软装饰的概念

家居软装饰是众多软装饰中的一种，主要针对人们生活居住环境的软装饰。如酒店宾馆的软装饰，样板间的软装饰，普通民居的软装饰等。家居软装饰不仅仅代表居住环境中好的视觉美感，还代表了居住者的审美层次和个性要求。比如在设计中，利用巨富的红色烤漆玻璃均匀布设了铜制铺首装饰，来隐喻古代宫门。

不仅给观者带来极强的视觉效果和心理感受，并且彰显出尊贵和财富。

每个人对“家”的期望，都有自己不同的设想。相异的民族，不同的年龄，不同的职业等都会有自己的看法。但几乎所有人都想拥有温馨、舒适的家。家居软装饰能够根据个人的品味，消费水平等来为家布置出多样的美感。

2. 布艺家居的概述

布艺是室内纺织装饰品，它不仅是生活的必需品，而且是美化家居室内空间的重要手段。布艺是家中流动的风景，它柔化了室内空间生硬的线条，能够赋予室内新的感觉和色彩，一个小小的布艺装饰就能影响居室风格。布艺在家居环境中起的物理作用也非同一般。

它可以降低室内的噪音，减少回声，使人感到安静、舒心。窗帘有阻断视线，保护隐私的功能，还能调节光线。床上用品使我们体验温馨和舒适，让我们安然入睡。如果想变换一下感觉的时候，只要换一套不同花色的床上用品就可以发挥不可小看的作用，或温馨，或浪漫，或高雅，或稳重。

2.1 家居用布的品种、质地、性能

布艺的运用可以让家居呈现出丰富多变的造型特点。家居所用的布艺材料种类繁多，可以按照布料的成分、染织方法对其进行分类：

2.1.1 按照布料成分分类

布艺材料按照质地可以分为全棉、亚麻、化纤几种。同样克重的面料。化纤的成本料相对较低，全棉的成本料会高一点，亚麻的成本料最高。化纤又可分为：涤纶、腈纶、粘胶、人造丝等。涤纶又可以分为：仿鹿皮绒、超柔绒、灯芯绒、雪尼尔等。

(1) 仿鹿皮绒是目前家具布艺中最为常用的一种面料，这种全涤纶成分的面料看起来极像天然鹿皮绒。仿鹿皮绒的手感和外观都颇似天然鹿皮，它的表面纹路结构也近似天然鹿皮，经过特殊的后整理后，细密平整，柔软丰满，比天然的鹿皮更耐用，也更易保养。

(2) 雪尼尔纱是一种比较粗的纱线，又称绳绒，是一种新型花式纱线。看起来毛茸茸的，用雪尼尔纱织出来的布统称为雪尼尔。成分有很多种，涤纶、



F 家具与装饰

URNITURE & FURNISHINGS



粘胶都可以做成雪尼尔。雪尼尔装饰产品可以制成沙发套、床罩、床毯、台毯、墙饰、窗帘帷幔等室内装饰品。

2.1.2 按照染色方法分类

按照染色方法可以分为染色、色织两种。染色布是在白色坯布上染上单一颜色，染色布多素雅、自然，适合各种风格装饰；色织布是根据图案需要，先把纱线分类染色，再经交织而成色彩图案，色织布立体感强、纹路鲜明，且不易褪色。

2.2 布艺家具的概念

布艺家具制作主要以纺织品为制作原料，由于其材质的特殊性，布艺家具具有一种柔和的质感，人们更愿意接受布艺家具。且布艺家具具有可清洗或更换布套的特点，无论是在清洁维护或居家装饰都十分方便并富有变化性。布艺家具的外观还可依据布艺材质或者图案的变换来改变。除了纯布艺家具，布艺材料与其它诸如藤材或纸纤维搭配使用，会让使用者更舒适，并让藤制与纸纤的色彩更丰富多变。

2.3 布艺家具的分类

布艺家具可以按照生产加工及形成、用途、产品名称、使用功能效果细致的分类。分类的方法多种多样。作为商品，布艺家居软装饰出现在各种卖场当中，其摆放将有所分类。主要是按照



用途分类，以便购买者对产品有针对性的选择。

2.3.1 按用途分类

床上用品 起居寝具用品类基本可分为被褥类、枕垫类、罩单类、帐类。被褥类有夏凉被、春秋被、冬暖被、多用被等。枕垫类主要包括枕头、抱枕、靠垫、靠枕、坐垫等。罩单类包括床单、床罩、床围、托单、床等、被套、枕套、枕巾等。帐类有帐篷等。

窗帘帷幔类主要是帘类(波形窗帘、厚型窗帘、遮光窗帘)和幕类(门帘、帷

慢、幕帘、屏风)。窗帘布艺在选择时要紧贴家居设计风格，需要充分考虑到窗帘的环境色，窗帘的造型、轨道的形式、面料材质的舒适度、图案花纹的合理性，是选用宽幅还是选用窄幅等，这些都是应该深入考虑、统筹选择、反复比较，只有这样才能配出提升空间艺术性的窗帘，也只有这样的窗帘才能称之为“布艺”。

卫生间盥洗类主要包括洗巾类(毛巾、面巾、浴巾、澡巾、方巾、擦背巾、搓脚巾)和洗浴类(浴衣、浴帘、地巾、浴垫、卫生洁具垫)。

餐厨装饰类包括餐用类:桌布、餐巾、茶巾、湿巾、餐具套、隔热垫;还有厨用类:围裙、隔热手套、玻璃清洁布、洗碗布等。

2.3.2 生产加工方式及形成特点分类

平素类机织布艺中，是指由原组织、变化组织或联合组织形成的表面素洁或者具有较小集合花纹的制品;提花类是以小提花或大提花工艺织制的、织物表面具有花纹效果的机制家用纺织品，或者是以提花组织、复合组织等方法织制而成的家用纺织品;印花类是以印花工艺而得到的表面具有各种花纹效果的产品;织印或烂印结合类是以织花加印花或烂花与印花相结合工艺，在织物表面形成花纹效果的产品;刺绣、抽纱、纸缝类按照所设计的图案，用刺绣、抽纱、络缝手法在织物表面形成花纹图案的产品。

3. 布艺家具的风格

布艺家具受到布艺材料的影响，可以搭配出不同的造型，风格趋于多样化。但大多数布艺家具所呈现的风格仍以温馨舒适为主，以与布质本身的触感相应。布艺家具经常以轻巧优雅的造型、艳丽的色彩、和谐的色调、美丽多变的图案、柔和的质感给居室带来了明快活泼的气氛，更符合人们崇尚自然，追求休闲、轻松、温馨的心理和浓重的品味。运用布艺装饰家具时，布艺的色彩、花色图案主要遵从室内硬装和墙面色彩，以温馨舒适为主要原则：淡粉、粉绿等雅致的碎花布料比较适合浅色调的家具；墨绿、深蓝等色彩布料对于深色调的家具是最佳选择等。各个风格特色家具都有其独特的表达语言。

3.1 欧式风格家具布艺

欧式风格家具是欧式古典风格装修的重要元素，其具有皇室贵族家具的特点，讲究手工精细的裁切雕刻，家具结构简练，线条流畅，色彩富丽，艺术感强，给人的整体感觉华贵优雅，十分庄重。

欧式布艺家具为了能达到欧式风格的豪华富丽效果，在家居造型色彩上要求与周围环境相和谐，家具表面采用大马士革、佩斯利图案和欧式卷草纹进行装饰。

3.2 美式乡村风格家具布艺

美式乡村风格家具略带浓浓的乡村气息，家具自然且舒适，充分显现出乡村的朴实风味。布艺是乡村风格中重要



的运用元素，棉麻的本色是主流，布艺的天然感与乡村风格能很好地协调；各种繁复的花卉植物、靓丽的异域风情和鲜活的鸟虫鱼图案很受欢迎，舒适和随意。美式乡村风格家具布艺为了达到使人容易亲近的效果，常运用碎花或格纹布料。

3.3 西班牙古典家具布艺

西班牙古典家具素来以激情、浪漫而闻名，其最迷人的地方是通过杰出的细节雕琢再现出一种神秘而瑰丽的童话色彩，西班牙家具的外形轮廓基本是直线，只有美人榻和座椅有些曲线，其造型与装饰的简朴与当时西班牙住宅结构的简朴是一致的。西班牙风格设计中又一个动向是在传统家具上饰以各种色彩，并用各种特色饰品装饰，使美人榻看起来很有个性。西班牙风格比较适合放在卧室或者有绿色植物的居室一角，会提升房间的精致效果，也让人倍感温存。西班牙布艺家具常以色彩华丽或夹着金葱的织锦、缎织布品为主，用以展现贵族的华贵气质。

3.4 意大利风格家具布艺

意大利风格家具有着丰富的历史根源，从设计风格上来讲，他们拥有古典和现代两张迷人面孔，简约一直是意大利家具的特点，简单中不乏时尚与高贵，这也是意式家具经久不衰的原因之

一。意大利布艺家具常以极鲜明或极冷色调的单色布料来彰显家具本身的个性，简洁大方的设计原则是意大利家具布艺的特点。

3.5 东方风格家具布艺

东方风格家具在色彩、造型、材质运用上，强调浓郁的地域特色，传达深厚的人文底蕴。特别是新东方风格，从东方审美角度，使传统和现代很好地融合在一起，传达儒雅的东方之道。东方风格布艺家具往往很少将布艺直接与家具结合，而是采用靠垫、坐垫布艺对家具进行装饰。

4. 结论

目前家居设计领域中民族性、多元性、地域性和可持续发展的理念在当今世界得到了广泛的提倡和支持。布艺在家居环境中的运用，符合现代设计趋势。布艺家居用品可改善空间形态、柔化空间感觉、烘托空间气氛、强调空间风格、调节空间色调等作用。要做出受欢迎的设计，创造理想的软环境，就必须处理好软装饰，需要兼顾环保性，装饰性，功能性以及人性化。布艺作为一种特殊的家具用材，有着自己特定的风格和表现方式，在进行整体软装饰设计时，家具布艺一定是重中之重，因为它决定着整体风格和格调。



现代漆艺家具表面涂饰新探

Exploring the surface coating for the contemporary lacquer furniture

■ 文 李莹 万辉

我国的漆家具近些年来逐渐兴盛起来，但多数是仿照我国传统漆家具的样式及工艺，并且在艺术效果上已经不能满足现代人的审美需求，使其不能融合于当代人的生活。因此，在艺术多元化发展的今天，中国现代漆艺家具在未来的发展中，要从多个方面推动并且实现传统漆艺家具工艺的现代价值。



1. 传统漆艺家具的表面涂饰

漆在漆艺家具的制作过程中，不仅是涂料，更是颜料的调和剂，不可须臾或缺。其最基本的原材料为生漆，又名大漆、国漆、天然漆等，系漆树割口流淌下来的乳棕色树液，是由漆酶、漆酚以及树胶质等组合而成纯天然的涂饰原料。

传统髹漆工艺的制作流程为：首先是制漆，经过滤去杂质后的生漆，在经加温、搅拌、去水分，即为推光漆，多用于我国传统家具及漆工艺品等。然后进行上漆，其中，运用细棉纱、丝团等材料蘸取推光漆揩擦器物表面的过程被称为揩髹，也称擦漆或是指漆。也可进行刷涂（或喷涂、淋涂），用推光漆或是精制漆均匀地涂刷于制好的灰坯上，漆房阴干。最后，待干实后由砂纸打磨。大漆家具的表面效果主要依靠髹涂、打磨多次，直至生漆填充进木材棕孔里，待其表面形成漆膜，以达到确保制作出具有手感和光泽度的家具。砂纸是打磨时最常用的工具，使用过程中砂纸也随打磨次数的增多而发生型号上的变化。另在漆房阴干的过程中对漆房的要求也是非常高的，如何将生漆阴干主要依靠于漆酶催化，在其催化的作用下使得漆膜形成。因此，现家具制造企业

通过更新改造漆房，以帮助漆酶更好的进行催化。

2. 传统漆艺家具表面涂饰存在的问题

(1) 材料和制作条件的限制

天然生漆在加工到使用的过程中，不仅工序繁多而且对时间、温度和湿度都有严格的要求。单从家具的表面涂饰就要经历筛、熬、兑、滤、刷等一道道工序，且每一道工序都有苛刻的要求和条件来进行，因此要认真仔细，而且劳动生产率。例如刚涂完漆饰的家具只有在适宜的环境内才容易干，其冬季要保持适当温度和湿度，而夏季则要悬挂草帘和洒水，这样才能保证大漆的自然特性。再如清式家具以其繁缛的漆雕尽显其魅力，而其制作周期一般要半年之久。漆雕只有漆涂饰到一定的厚度才能进行雕刻，一般要反复涂百遍以上，每次涂饰后不能烘烤或日晒，都要自然阴干，只有这样才能保证漆的不开裂。所以一件大漆家具的涂饰周期一般需要6到8个月的时间，才能充分体现出漆艺家具的美观性和艺术性。正因为漆的这种自然特性，因而导致漆家具的表面涂饰周期长，产量低。

在现代化进程中，利用科学技术对天然生漆进行处理与改进，研制出了

可应用于工业化领域的改性漆。广泛地应用于国家的大中型企业中，例如，将这种改性漆用于化工领域可增强对其设备的防腐功能；而在军事领域中，生漆同样能够起到保护、延长使用年限的功能。但是，用于工业领域的漆产量需求量大，加上对周边国家的漆出口贸易。我国生漆的供应量还是相对紧缺的，因此价格来讲也是非常高的。

另外，我国漆树基本分布在南方地区，其质量也随地域、环境、气候、采割时间和采割技术的差异，表现出不同的品质，因此采集出优质质量漆的难度较大。而漆的采集和加工方法仍采用传统的方式。因此，漆艺家具涂饰的过程中因天然生漆材料本身的属性所限，表现出来的问题主要为产量低、制作复杂、时间长和成本高。

(2) 繁琐的制作流程与工艺

漆的制作工艺有很多中，每一种工艺经过技术处理后都成为典雅精致的观赏性艺术品，但无论是漆雕、镶嵌、涂饰等工艺都需要复杂的工艺流程，而且这种传统的漆艺流程全都以手工为主。其中将大漆与绘画结合的漆艺彩绘是漆艺家具的装饰方法的一种，主要是绘在漆面上，以手绘底稿为基面，延其轮廓线进行勾勒并添彩（见图1）。由于过程



F 家具与装饰 URNITURE & FURNISHINGS

完全是手工进行，因此会有很多不精确性。例如，画面色彩描绘的不均匀或颜色串色等情况，影响了整个画面的艺术效果，特别是一些大型家具的漆艺彩绘对加工人员要求更高的技术功底和文化修养。这种漆艺彩绘除应用于家具表面装饰上，还可用于其他陈设品。但无论哪一种工艺，其工艺程序工作量极大，容错率低且生产效率不高。



图1 漆艺彩绘



图2 款彩刻纹

漆艺家具上除了平面彩绘外，还有款彩。指在漆地上刻凹下去的花纹，里面再填漆色或油色以及金或银的一种装饰技法。在各地有各种名称，扬州称：“深刻”；北京称：“刻灰”或“大雕填”；苏州上海称：“刻漆”。这种款彩比平地彩绘的制作工艺更为复杂，周期更久，不仅要进行人工批灰地，处理漆坯，还要在此基础上进行刻纹、铲地、填色等主要工序。每一道工序既费时又费力，还要求熟练的操作技巧。例如，在刻纹这道工序中，最初要用刀在漆版面上贴搞纸刻出一定的基础线，当草稿纸拿掉后，其打单刀的线要求线条流畅，粗细均匀，平滑工整且不能遗刻漏刻（见图2）。可见其要求之高，功底之深。款彩的其他工序都与此一样要求有娴熟的技艺以及繁缛的步骤，每道工序都完成后，最后才能得到一件完美的漆艺刻灰家具（见图3）。这种装饰工艺使得漆艺家具大放光彩，不仅落落大方，又有古雅之趣。但整个制作过程多而



图3 刻灰家具



图4 螺钿家具

繁、工艺要求高、周期长且在实际生产中存在一定的弊端。

漆艺家具表面涂饰还可以应用镶嵌的手法进行装饰，因装饰效果富丽堂皇而受到人们的喜爱，运用螺钿、珐琅、象牙粘贴在图案上，可根据图案的需求进行变化。主要应用到家具的装饰部件上，例如靠背、腿足等部分（见图4）。其中用螺钿镶嵌家具最为常用，其制作要求和加工工艺难度不低于其他漆艺装饰，需根据图样进行选材加工，用钢丝弓切割螺钿成所需的图案，同时还要保证每个螺钿图案都能相接紧密，之后再进行漆色、粘贴、漆饰、阴干、墨显、开纹等。可见一件镶嵌的漆家具虽然没有彩绘的绘画要求，但却多了许多材料的加工工艺，因此，一件漆艺镶嵌类家具同样有着复杂的加工工艺且较长的制作周期。

传统漆艺家具涂饰无论是彩绘、款彩还是镶嵌螺钿等装饰手法，其繁复的工序、高超的工艺要求都阻碍了漆艺在现代家具上的应用，现代化的生产效率与传统漆艺工艺的生产周期不相匹配，因此，为了使得传统漆艺家具适应现代化发展的需要，就必须在传统工艺的基础之上进行改良和创新。

3. 现代漆艺家具表面涂饰创新理念

(1) 基于当代的设计理念与方法

传统艺术应该被继承和发展，现代家具的发展也应围绕传统文化来传承。因此现代漆艺家具在表现上应具备传统漆艺的特点，同时又不失现代家具的艺术形式。将现代家具的极简元素特征与传统漆艺家具涂饰的形式相结合，既能表现出装饰纹样的现代感，又有别以写实、具象为特征的传统纹样装饰。

现代家具的设计理念应满足于当代人的审美需求和审美情趣为基础，其造型上大多呈现出简洁、流畅的特点。因此，可应用较多的流畅曲线来表现其装饰题材，例如，圆润光滑的曲线抽象图案，同时结合现代与传统相契合的漆工艺方式，演绎出一种具有现代艺术风格的新形式现代漆艺家具。

(2) 新材料的应用于研发

新材料的研发是现代漆艺家具发展的重要一步，也是适应现代化市场的需要。传统漆艺的材料主要是大漆，其制作时间长、手工工艺难度大等其他程序使得漆艺家具的发展缓慢。一定程度上，改变漆艺的原材料成为现代家具发展的条件之一。而日本对生漆、漆艺的研究有很大的成就，其中将生漆做一些化学改性应用的成绩较为突出，已经发展成为他们的一项民族文化特色。日本学者宫腰哲雄教授根据漆在不同湿度下干燥所呈现出的不同颜色进行反向推理，例如生漆在高湿度下干燥后，所呈现出的颜色为褐色；而在湿度较低的环境下干燥，则显示出一种高透明度并且发黄的颜色。宫腰哲雄教授正是根据这一现象来进行研究，通过加入某种化合物试剂使来改变漆膜的颜色，从而观察它的变化。研究发现当加入某种有机硅化合物后，其漆的干燥时间极大的缩短并且漆的表面为透明的浅黄色。同时，将这种改性漆加入其它成分，均得到不同透明度的漆艺效果。例如放入纳米分散的金胶粒可得出一种红色漆，而用银胶粒则得到颜色更为鲜亮的黄色漆。此项研究可以大大丰富漆的色彩变化，不仅增加了漆的灵透性，还可以将此项技术探索应用到其他领域中。

生漆本身自然的半透明特性决定了其颜色表现的能力非常弱，但现漆艺工艺中都改用聚氨酯性漆。这种聚氨酯常常表现出无色，因此能够广泛地表现多样的颜色，特别是相对偏冷的色系，使

其具有明亮、透明的特点。聚氨酯除色彩的表现方面与传统漆有一定的区别，其使用操作上更是相对容易、简单，因此使其在制作工艺上又扩大了技艺的广泛性。

现代漆艺的使用和发展应该体现现代化的特点，在满足现代人的审美要求基础上通过技术创新、造型求新、色彩更新等手段来实现现代漆艺的继承和发展。日本学者宫腰哲雄教授对漆艺的研究以及聚氨酯材料的应用是传统漆艺发展的需要，这种发展是基于当代下的技术改变，体现出漆的一种璀璨美、自然美。因此，现代漆艺发展的途径就是要探寻一种材料或工艺来展现漆艺之美。

(3) 工艺技术的创新与改进

传统漆艺制作工艺技术难度大，程序繁杂，当这种工艺技术应用于现代化家具生产，必然存在转化慢，结合难的问题，因而无法进行大批量机械化生产。但现代漆艺家具要想发展就必须应用现代技术来对其进行改良和创新。

传统漆艺工艺流程都是以人力为主来进行，如果漆艺的某些流程能够借助现代机械来取代，将会缩短整个工艺的周期也将极大地提高工作效率。例如，传统漆雕都是用人力在漆面刻画，不仅耗时费工还要求极强的专业性。如果能将图案输入电脑程序，然后用钻头代替人工刻画，从一定程度提高了制作效率。再如漆艺镶嵌螺钿的工序中，传统的人工裁切螺钿片不仅形状、尺寸精确不够，其接缝更容易出现疏密不均的现象。而用雕刻机切割出的螺钿片，既平滑，又工整严密，用其加工出来的螺钿拼接的图案更为精细，效果甚为出彩。此外，用现代机械化代替传统的手工艺，不但能够提高漆艺工艺的产品质量，更大幅度提高其制作精度和制作效率。但机械与传统手工的结合方法，则需要人们慢慢地摸索和总结。

现代化科技与传统漆艺手工的结合，都是在传统工艺基础的之上的结合，是传统与新技术的结合应用。而漆艺彩绘是家具涂饰中要求工艺技术较高的装饰手法之一，并且其装饰效果具有中国古典绘画的韵律美，因此如何将彩绘技术用现代化机械设备去转化，成了国内外紧密关注的一项研究。其中，国内的一项利用打印技术中的喷墨原理进行了漆艺彩绘的转化研究（见图5、图6）。此项技术在漆画基材表面应用用喷



印方式做出了图案效果，整个图案表面质感逼真，从而达到了漆艺彩绘的机械转化。



图5 漆画基材表面的喷绘



图6 喷绘漆艺家具

现代化技术与传统手工工艺的结合与转化可直接促进现代漆艺家具的发展与生产，虽然传统漆艺工艺的工艺技术还未能完全被现代化技术所转化取代以达到其工艺精美的效果。但对提高其制作效率、制作周期以及最后的整体表现的表现确实起到了一定的效果。为此，通过现代化技术的转化可基本上实现现代漆艺家具的半生产化应用。其后的发展还需在此基础上不断深入与完善。例如喷墨技术在漆艺家具表面涂饰的应用形式还可以进行后期拓展，以结合镶嵌、漆雕等漆艺形式，使得整体的漆艺效果更具有浓厚的手工艺。

4. 总结

现代漆艺家具涂饰的发展在保留传统漆艺文化的同时，更要创作出时代特色，以满足多样化的市场需要。只有继承传统漆艺文化，才能探寻和创新出现代漆艺家具的发展途径。运用现代设计理念方法以及结合新工艺、新材料的应用并与传统手工工艺的结合，是现代漆艺家具装饰方法的发展方向，继而开发出一个不失传统工艺特色又不失现代科技技术的现代漆艺家具。



在居家中体验世界（二）

World@Home (II)

文 imm trendletter



“居家”——这个词的含义远远多于仅仅是在几面墙围成的空间中居住。家让人们充满活力，让人们表达自己的个性：以自己喜爱的方式布置生活。每个人的生活都如此特别，即使是最近的邻居，对居室的想法也与完全不同。那么，地球另一端又是如何呢？在那里，人们如何生活？

科隆家具展推出以“TheWorld@Home”（在居家中体验世界）为主题的设计活动，以虚拟方式环游世界，发掘五大洲的建筑、设计、居住和生活方式，既有文化底蕴，又十分个性化，人人均可在家体验。笔者通过采访和“居家故事”环节，与他国平民的生活距离一下子拉近了，世界多奇妙！在这里，著名建筑师和设计师独家介绍他们的工作以及所在国家的居住文化，展示了南美的酒吧和俱乐部、日本的设计和饮食文化、阿拉伯人的待客之道、美国的养生保健、非洲的零售业设计等众多生活方式。让我们一起参加旅行吧，在旅行中发现居家的潮流。



日本设计文化与料理

简单、天然、热爱细节、技术精湛、经得起时间的检验，这些特点在日本料理文化及其室内设计上十分常见。在现代化的餐厅、酒吧和咖啡馆中，越来越多的西方影响与日本本土传统文化元素相结合，并随处可见。

很多欧洲人将日本料理与寿司联系在一起，即使生鱼实际上在日本的日常饮食中只位居第二。米是主食，而且烹制时间较长，通常与煮熟的鱼类或肉类搭配食用。此外，日本的上菜方式亦与欧洲餐食不同：将菜肴置于大量小型盛器中，不使用菜盘；并且整顿饭一次提供，而不是分道上菜。

在日本，人们对食物的追求不仅仅是填饱肚皮那么简单。2013年，日本传统和食被联合国教科文组织批准并列入《世界文化遗产名录》，这并不是偶然。在2015年的米兰国际家具展上，日本料理成为日本展馆的基本主题，该展馆以日本餐食的广泛多样性为基础，通过健康的均衡膳食来展示如何减少全球饥荒。这也体现在家具设计上。餐桌上可旋转的菜盘在鼓励就餐人对话的同时也让所





D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY



有食物易于取用。人们花时间准备并享用美食。经典的日本饭食由汤、米及各种各样的蔬菜、藻类植物、鱼和肉等副食组成，通常在朋友的陪伴下享用。传统上，合理的房间配置包括清晰的内部设计以及采用天然材料制造的简洁、实用的家具。

另一方面，日本现代烹饪明显带有欧美文化的影响。由于工作日较为漫长，汉堡与热狗等快餐像意大利面一样常见。欧洲人常把日本看做饮茶之地，其实相反，咖啡早已在日本广泛流行——尽管咖啡的品质可能差异较大。

在餐馆与酒吧内部，西方影响体现在采用欧式家具等方面，尽管家具设计本身有时也继承日本原有的审美传统。然而，总体来说，创新交流是潜移默化的，因为日本文化的显著特征就是融合他国影响与自身传统，从而创造出独一无二的事物。因而在日本，现代餐馆、酒吧和咖啡馆的设计美学以一种新颖、独具个性的形式展现传统与现代化的影响。

古典的日式空间既简洁又具有美学效



果，减少大片玻璃和混凝土表面组成的内部结构。家装通常仅限于必须部分，让人联想到整洁的日本传统家庭，如同西方现代主义中的极简主义。木材、纸张等材料展示了日本的内部设计文化，有时也被用于有趣的新型设计。大胆的色彩、灯光设备和涂鸦均参照了西方艺术和流行文化。我们还发现，传统手工元素（如木质镶板）被重新利用并与现代材料相结合。

将日本传统风格与西方影响相结合被认为是日本当代设计的最大创新之一。对简洁、实用的追求以及对天然材料、古老的手工艺品的尊重是日本现代烹饪和产品文化仍然保留的传统。





D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY



“原始”建筑风格及公众对设计和城市空间的认知

——访日本建筑师Bunzo Ogawa

问：Bunzo Ogawa先生，您的很多项目在形式上都十分清晰，几乎如雕刻一般。从西方人的视角来看，您处理材料和光线的方法似乎有着一些很“日式”的元素。您同意这个观点吗？您是以日本传统的视角来看待您的作品吗？

答：是的，我赞同。我认为自己有着比较传统的日式审美。比如，在自然风景或传统事物的线条上就是如此。但我的设计中最重要概念是“原始”建筑风格。所以，我经常想到一些元素，诸如阳光、空气、土地、重力、感觉等。

问：您曾在伦敦学习工作过一段时间。那么，您认为英国和日本在城市生活方式及各自建筑风格之间最大的区别是什么？

答：我认为一方面，多数日本人对建筑设计和城市空间的设计不是非常了解；另一方面，日本有很多新建筑 and 空间。相反，英国人了解建筑设计和城市空间的设计，但英国的新建筑却很少。

问：您设计了一系列新奇的公共洗手间。虽然如您所说，日本人对建筑的了解不多，但是他们却在日本城市中很微





D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY



小的、甚至经常被忽略的物体上，引入了很多新奇的设计元素。

答：我认为洗手间系列不单单在日本，它在全世界都是一个很独特的项目。遗憾的是，广岛市因为换了市长，停止了这一项目。我们建筑师必须用建筑作品来吸引公众。同时我也希望能促进日本人民改变认知。将来，我希望把我的作品和设计概念从小型项目转向大型项目。

问：在您的设计中，室内设计和家具设计所占的分量如何？您在设计家具的同时，也在创造整体基调吗？

答：是的，确实如此。我想设计的是我们能看到的、体验到的整体空间。这意味着家具是我设计中一项非常重要的元素。



问：您刚才提到，您的关注点在将来可能会有一些转移。那么您的侧重点将放在哪里呢？

答：我想设计面向大量公众的建筑和空间，比如教堂。



【人物概述】

Bunzo Ogawa, 1979年出生于日本山口，2003年毕业于芝浦工业大学。同年前往伦敦就读于巴特莱特建筑学院，之后进入努维尔工作室工作。2008年返回日本后，在广岛创建了自己的未来工作室，后在东京设立第二家办事处。Bunzo Ogawa已在日本多地举办讲座，其作品也在国外发表。



D 设计与工艺 ESIGN & TECHNOLOGY



私人住宅及设计过程中的自由性 ——访韩国建筑师Moon Hoon

问：Moon Hoon先生，您设计的建筑都十分有意思，其中一座建筑上甚至有对牛角。

答：在2005年之前，我的建筑风格就受到很多评论家和公众的称赞。那时的建筑风格探讨的是如何在传统认知的领域内，展现其空间和表现力。“Mookdong多住房”，外部表面是一层酷似连裤袜的金属网，因为涉及色情，曾引起轩然大波。2006年7月设计的“S-Mahal”住宅，其庭院和回廊结构可谓是对传统建筑空间和体验品质的重新阐释。它的另一个特色是回廊四周的幕帘，既能防风又能在视觉上起到隔离效果。我曾试图设计一种能实现互动的建筑风格。“Rock It Suda”是我认为有点超出常规的一个设计。我的本意是在现实（牛角）和抽象（建筑风格）之间形成一种张力。客

户希望能在设计中融入他在西班牙时鼓舞过他的斗牛元素，正因如此，才成就了这座建筑，这也正是我感觉有趣的部分。很多做建筑师的朋友和评论家都说我做得过火了。也许的确如此，但我并不觉得遗憾。在我看来，它的存在是注定的，因为它有着特殊的意义。

问：建筑风格的实验性有多强？

答：我认为，人们对建筑风格的认可度，即为它的实验性可行度。它涵盖艺术、建筑和工程。在将一种事物变换成另一种事物的过程中，我们的认知、偏好、习惯、理解和学识都会作用其中。我们小时候玩耍的时间很多，在嬉戏的同时我们也曾潜心学习和理解。我认为对我来说，玩耍使我对空间结构的把握更加积极、动态化，甚至激发了更多充满创意用途的想法。就像Ken Block在都市环境中一边驾车一边玩乐，亦如跑酷运动员在城市中自由穿梭一样。

问：您的很多设计都是私人住宅，这是否和韩国的情况相关？

答：在15年的实践中，特别是在2011年—2013年间，大约40项建成项目中有





D 设计与工艺 ESIGN & TECHNOLOGY



一半都是住宅。这和韩国的情况有关。2010年有一本名为《两个伙伴盖房子》的书很受欢迎。它是一部纪实散文，内容是给孩子们设计并建造带花园的房子。多数读者都是年轻夫妇，他们厌倦了住在公寓里的生活，然后从这本书中得到了启发。而那时公寓价格或下跌或停滞，不再有投资价值。这些年轻夫妇纷纷寻找建筑师设计心仪的住宅，从而引发了住宅设计的潮流。年轻客户更爱冒险，也更善于表达他们的需求和愿景。所以，像我这样的建筑师在设计过程中就能有更大的自由度。因为这些客户比较年轻，资金积累的时间不长，所以唯一的困难可能是预算较低。

问：在将来，您更希望把精力集中在哪种类型的项目上，或者说哪种大型项目上？

答：目前我设计的有博物馆、度假村、办公室以及多用途建筑，这些都属于中



等类型。专注于住宅设计的时代已经结束了。近来我一直与来自希腊和美国的潜在客户联系。我对类型没有特别倾向，只要设计过程中有自由冒险的空间，有乐趣就行。我认为创新能把世俗提升为新奇。重点在于您怎么看待。我相信，把幻想和日常的元素融入设计过程中，建筑风格就能更出彩、更新颖。一座有趣的建筑可以容纳一切元素。



【人物概述】

凭借位于首尔的Moonbalssso作品，建筑师Moon Hoon已经在韩国设计出了一系列非常独特、出众的建筑项目。他的作品主要集中在中小型项目，其特点是在取材、空间构成和视觉效果上拥有令人惊叹的趣味。Moon Hoon的设计工程在国际出版物上也占有一席之地。



基于木塑复合材特性的家具设计理念

Furniture design concept based on the characteristics of wooden/plastic composite material

文 刘源

随着人们对木塑复合材料的逐渐认识和使用，木塑复合材料开始逐渐成为家具制造的材料之一，受到了全球的关注。为了满足人们崇尚自然、返璞归真的心理需求，把新型木塑复合环保材料应用于家具和室内设计中，赋予产品新功能与内涵，那么它将具有更加广阔的应用前景。



1. 木塑复合材的基本特性

木塑复合材料（Wood Plastic Composites，WPC）是一种由木材或者纤维素为基础材料与塑料制成的复合性材料。它结合了木材和塑料双重特性，不仅具有木材的外观纹理，其物理性能也非常稳定：无痕、无缝、可切、可刨并且可以进行二次加工。其次木塑复合材料还具有优良的防水性能、耐阻燃性、表面耐油污、易清理和无毒害等特点。木塑材料之所以被广泛的使用，除木塑本身的特点外，还具有以下优势：①材料多样化。木塑复合材料的制作原料为秸秆、稻壳、木屑以及废弃的塑料制品，充分的利用了废物资源。②塑造灵活化。木塑产品可以通过人工合成不同形状，灵活性的应用方式拓宽了市场应用领域，满足了用户需求。③低碳环保化。木塑产品无论在制造初级还是最后应用都具有环保性，而且可以回收利用，是一种优良的仿生木材料。④大众适用化。与中等木材相比而言，仿生木塑成品或是后期维护的费用都相对低廉，适合广大人群使用。

现阶段木塑复合材料广泛用于建筑领域和装饰材料等方面并且在其他领域也极具发展潜力，其中木塑复合材料特性也更适用于制作家具，例如木塑复合材料的天然木材质感和美丽木纹更贴近木材的表面纹理。另外，较木材低的弯曲变形温度，可以比较容易地得到弯曲构件，丰富了外观造型。并且木塑构件之间还可五金件连接，这些都使木塑复合材料在制作桌、凳类家具设计获得了更大的空间。这些特点大大地加快了木塑家具发展的脚步。因此，木塑复合材料在室内装饰中的应用也日趋多样化，将会给家具行业带来了新的契机。

2. 木塑家具的设计方法和要素

（1）木塑家具的造型设计

木塑复合材料在制造过程中破坏了木材本身的纤维结构，因此达不到木材的力学性能。如果将其做成榫卯结构的框式家具，将无法承受过重的压力。而板式家具是以板式部件为结构单位连接组合而成的，符合木塑复合材料的特性。因而这种制作家具的方式可以借鉴，但却不完全适用。例如木塑复合材的握钉会使材质的表面形成缺损，易导致版面开裂。因此，木塑材料在使用钉接时，需要提前设置合适的引导孔。除

螺钉连接外，还有胶接、焊接等。

木塑材料在制作过程中为了避免自身过重的重量而在其内部制成多孔的网状结构。当其充当重要承重部件时，又必须在腔内加钢衬或强筋。因此某些木塑家具如桌腿、椅腿的截面较宽厚。这种木塑复合材料所制作的家具，多为直线的板式家具，形体上过于单板且少弯曲。

为了丰富木塑家具造型，我们可以将整个木塑框架体分割成若干个单元。运用这些单元体自由组合和排列，从而形成多样的造型。不仅保留了木塑的材质特性又能丰富木塑家具式样。例如图1的木塑书架就是以上诉方法进行设计的，是由大、中、小三组单元个体组合而成，每组书架以框架结构为主，面板简易雕花为辅。整体上简洁精致，既美观又实用。



图1 木塑单元型组合书架

除此之外，我们还可以将木塑材料与其他材质搭配使用，发挥各自材质特性的优点，弥补自身的缺陷不足。如图2的这款木塑与塑料结合而成的折叠椅，其中木塑材质采用了适用自身特性的板式部件，在中间可折叠的后腿上置有塑料坐面。塑料坐面体重量轻，减少了因重量而导致的结构不稳定。座椅椅腿部分呈“X”形交叉，形成了两个具有稳定性的三角形。这种将木塑与塑料结合的椅子，优质耐用，便携美观，可以广泛适用于室外或休闲场所。

提高木塑弯曲度的方法亦可丰富家具的结构造型，扩大外观的自由度。但必须提前制好成型模具，通过二次加热（温度在80°-120°）就可以形成弯曲构件了。在图3中我们可以看到木塑型材除单一直线外，还可制成90度直角或曲线造型。但由于抗压强度不够，因此这种弯曲造型只能用在家具次要的辅助构件上起一定的装饰作用或与其他金属等材料结合以达到其强度的要求。如图4的这件木塑环椅，因木塑本身具有很好的

耐磨性，因此适合做家具的桌面、椅面等非承重部件。座椅的弯曲坐面和环形腿足用金属边框进行包边处理。这样金属边框不仅固定了木塑的形体造型，更增加了环椅的抗压力度。



图2 木塑折叠椅



图3 木塑复合材的弯曲构件



图4 木塑环椅

（2）木塑家具的表面装饰

木塑复合材料是一种优良的代木材料，用其制作出的家具更是一种具有环保性的实用类家具。家具的表面装饰直接影响到人的视觉感官系统，进而产生了相应的审美需要及心理感受。因此，有必要对木塑家具的表面装饰进行探讨，使其在满足实用功能的基础上更具有审美性和装饰性。

木塑复合材的板材制品工艺方式有三种，分别是挤压、热压和模压。模压制品样式丰富，可依据其造型构件进行雕刻或其他装饰。挤压和热压的制品以板材为主且表面光滑无痕。只是加工切割的断面有凹凸颗粒，需进行打磨。木塑复合材料所制作出来的板材表面无木质纹理，但可以进行后期二次加工。除木材所用的雕刻、镶嵌等装饰手法外，还可基于木塑材料的属性特点进行装



D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

饰，例如印刷、拼接、模压等。为了更加接近木材的表面纹理，可粘贴各种纹理的木纹纸，使其在视觉和触觉上都达到天然木材的效果（见图5）。粘木纹纸不但可以仿制各种纹理，其图案也可通过人工设计，大大丰富了木塑材的表面装饰。

除二期加工进行装饰外，还可通过模压或拉丝技术将木塑表面处理成一定的肌理效果。例如通过模压将木塑挤压出一定凹凸纹理，从而应用到家具的门把手等特殊结构，既起防滑作用外还形成了很好的装饰效果。其他的装饰图案则可以使用拉丝机在木塑部件的表面研磨处理成直、曲、旋等纹样（见图6）。



图5 粘贴木纹的木塑单板



图6 木塑板拉丝纹理

将木塑家具与皮革、玻璃和布艺等结合也是一种很好的装饰方式。如图7中木塑衣柜拉门的中间位置镂以玻璃腰线的点缀装饰，整体上消除了木塑家具厚重的体量感。木塑的条纹肌理与玻璃的光滑表面形成了鲜明对比，既突出又相互融合。此外，与玻璃、布艺和其他材料的搭配也丰富了木塑家具的装饰空间，如上文所提到的木塑与塑料搭配的折叠椅（见图2）、木塑与金属结合的环椅（见图4）等。

（3）木塑家具的色彩选择
色彩是传达情感的重要功能之一，而木塑复合材料可以通过加入着色剂来满足各种环境下的色彩需求。不仅色彩丰富多样，还具有很强的耐候性。现木塑材料普遍流行的仍以仿木颜色为主，色彩变化多样，如图7所示。这种多样的色彩选择，给家具设计带来很强的灵活



图7 木塑玻璃腰线拉门衣柜

性，同时还有很多优良的性能。例如，普通木材长时间使用会使得木材表面产生褪色的现象，而添加了着色剂的木塑制品即使是室外家具受长时间暴晒，其褪色现象也并不严重。



图8 不同色彩的木塑复合材

3. 木塑家具的应用价值分析

（1）经济性

家具的经济性包括材料的价格、材料的加工劳动消耗、材料的利用率及材料来源的丰富性。现从这四个方面对实木板和木塑家具做横向比较。

1) 材料价格

材料价格是家具成本重要组成部分，为突出材料价格的可比性，现选取在使用功能和审美功能相一致实木材料和木塑材料。目前市场上实木板主要有纯实木板和木芯板两类。纯实木板就是采用完整的木材制成的木板材。这些板材坚固耐用、纹路自然，是家具材料优

中之选，在外观和环保性能上相类似，不同木材种类的纯实木板价格变化较大。木芯板是由两片单板中间粘压拼接实木条而成，又称细木工板，其环保性能能不能与实木板相比。现将市面上实木板、木塑板的价格进行对比制作如下表格，表格中的价格数据均来源于阿里巴巴网站的木材批售商报价，具体价格如表1所示。

2) 人工价格

一般实木家具加工要经过自身加工、组装、涂装及包装工序，尤其是涂装工序繁多，费时耗工。主要有工艺流程如下：破坏处理（敲打、虫孔、沟槽、锉边等、吹灰、等化处理、喷底色、封闭漆、干燥、打磨、擦色、拉明暗、干燥、第一道底漆、干燥、打磨、喷点、干刷、第二道底漆、打磨、干刷修色、干燥、第一道面漆、干燥、打磨、灰尘漆，修整、第二道面漆、干燥。木塑家具装配简单，不用涂装，因此人工成本将大大节约。在人工成本日益增加的今天，木塑家具人工成本的经济性将进一步凸显。

3) 材料的利用率

木塑材料为挤出成型，在大批量生产时，可以按照不同类型的家具要求，按需定制，设计木塑板材的尺寸规格，加工过程中的废料仍然可以回收重复使用，因此木塑材料的利用率理论上接近，这一点将是实木材料所无法比拟的。

4) 材料来源丰富性

实木材料虽具有天然的纹理、自然环保等优点，但随着需求量的增加，木材蓄积量不断减少，资源日趋匮乏。木塑用可再生资源木粉、稻壳、稻秆等废植物纤维混合成新的木质材料，或者利用木制品生产商的边角余料，竹制品

表1 材料价格对比

类别	材质类别	价格（元/立方米）（不含税）
实木	红花梨	4000
	白橡木	3500—4200
	黑檀	4500
	实木	1680—1900
	鸡翅木	30000
	鸡翅木	12000
木塑	户内外装饰墙板	3500—4000
	户外地板	8000

注：以上数据均来源于阿里巴巴网站

从以上数据得出单从材料价格看，木塑复合材与普通硬木价格相比相近，但要比高档硬木便宜，并且可以应用于户外亲水、潮湿环境。

余料及竹木粉碎成粉，再对其进行活性处理，添加高分子材料及添加剂，利用挤塑、注塑工艺制造成品，具有环境友好、高环保性、无污染、无公害、可循环利用。因此，在材料来源丰富性方面占有绝对优势。

（2）环保性

现代人无论青年、中年还是老年，他们对家具环保性的重视程度前所未有的。根据E家居网2015年所做的网络调查得知，受访者在购买后续的家具和软装搭配时，对产品的环保参数的重视是34.17%，仅次于产品外观设计，可见环保参数是位居受关注家居产品属性第二。这充分说明了人们对家居环境和自身健康的重视。木塑家具的材料在环保性方面具有很大优势：木质纤维原料含量，无有毒的热塑性塑料，用胶量很少，防水防潮，加工过程不污染环境，废料可回收利用，木塑废旧家具可以回收和循环利用。木塑家具的这些特点与当前提

倡低碳环保的社会观念相吻合，具有极大发展潜力。

（3）简洁性

木塑在室内陈设中主要以家具为主，其家具式样类似于传统的板式家



图9 木塑客厅类家具



图10 木塑厨房类家具



具。例如，板式桌类、板式椅类以及柜类。应用空间占据了整个家居环境，甚至还应用到室外。图8中为木塑小方桌，与室内空间形成简约的环境氛围，落落大方，协调一致。图9是木塑厨房类家具，淡雅的白色基调映衬着整个厨房空间素雅洁净。不仅具有防水、阻燃的功能，而且不易吸附油脂，在满足了审美需求的同时，又有很强的实用性。

（4）文化性

现代家具作为居住环境的主要构成要素，不仅以新材料、新功能、新工艺等物质方面反映出社会物质文明的发展程度，作为精神文化产品，多样化的家具以各自特有的外观形式体现出的审



美功能，潜移默化的提升人们的审美情趣。同时，家具也以自身的造型艺术形式或直接或间接地反映现实世界的政治思想与人文意识，实现象征功能与对话功能，以及文化脉络的延存功能。木塑家具外观具有木材纹理，具有与实木家具类似的外观效果，既可以制作出具有古典韵味的中式家具，又可以结合金属、塑料、纤维等材料制作出现代风格的家具。现代人受教育层次更高，有着较强的审美能力，他们认为家具是自己文化品位和审美情趣的直接体现，因此比较注重居家环境的文化品位。比如木、竹藤类家具为主可搭配出小桥流水人家的江南韵味。欧式田园风格家具常常是白色木制材料加上精雕细的欧式造型，再加上小碎花窗帘和带有花边的布艺灯罩，以及小部分铁艺装饰，给人一种回归自然，远离喧嚣的田园气息。木塑类似木材的天然亲和力，使木塑材料可以取代木材制作出各种田园风格的家具，除了木纹外观，还可以用单色漆涂饰，木塑薄板亦可进行简单编织，完全可以营造出田园家居的。



老年人使用的 桌椅尺寸分析与设计

Analysis and design of the dimensions of table and chair used by the aged

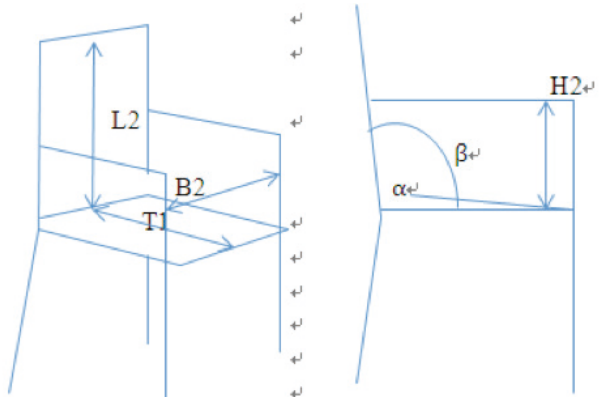
文 刘界喜

为了方便老年人的阅读、学习等生活习惯，这类家具主要有座椅和书桌。本文从继承和发展的角度出发，细化研究老年人家具的设计，对于老年人的人体尺寸、功能尺寸和家具尺寸有所研究。并结合老年人生理需求，生活行为模式以及身体功能变化、特点，有针对性地研究老年人家具的功能，为老年人提供真正的方便和舒适生活。下面将对这些家具的国家标准尺寸进行分析，并以对千余名老人实测的身体尺寸为依据，来确定适于老年人的家具尺度和功能要求。



1. 国家标准的桌椅示意图及尺寸

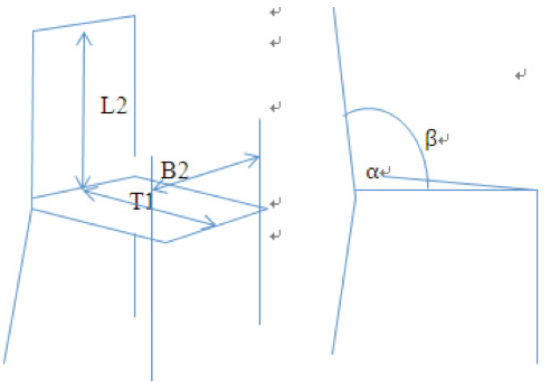
扶手椅尺寸和靠背椅尺寸的国家标准如图、图2所示。



(a) 示意图

扶手内宽 B2	座深 T1	扶手高 H2	背长 L2	尺寸级差 ΔS	背斜角 β	座斜角 α
≥ 460	400—440	200—250	≥ 275	10	$95^\circ \sim 100^\circ$	$1^\circ \sim 4^\circ$

(b) 尺寸



座前宽 B2	座深 T1	背长 L2	尺寸级差 ΔS	背斜角 β	座斜角 α
≥ 380	340—420	≥ 275	10	$95^\circ \sim 100^\circ$	$1^\circ \sim 4^\circ$

(b) 尺寸

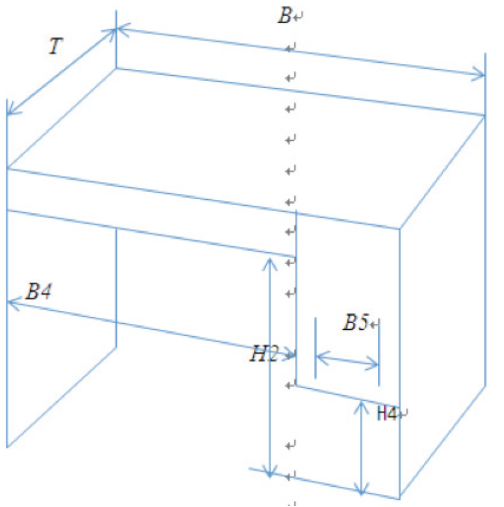
图2 靠背椅示意图及尺寸

由图1、图2分析可知，扶手椅的国家标准尺寸：扶手内宽不小于460mm；座深在400mm~440mm之间；扶手高在200mm~250mm之间；背长不小于275mm；尺寸级差为10mm；背斜角在 $95^\circ \sim 100^\circ$ 之间；座斜角在 $1^\circ \sim 4^\circ$ 之间；由图3—3分析可知靠背椅的国家标准尺寸：座前宽不小于380mm；座深在340mm~420mm之间；背长不小于275mm；尺寸级差为10mm；背斜角在 $95^\circ \sim 100^\circ$ 之间；座斜角在 $1^\circ \sim 4^\circ$ 之间。

通过对扶手椅和靠背椅的数据分析可知：扶手椅的座宽（ $\geq 460\text{mm}$ ）通常大于靠背椅的座宽（ $\geq 380\text{mm}$ ）；扶手椅的座深（400mm~440mm）通常大于靠背椅的座深（340mm~420mm）；所以，扶手椅一般较靠背椅大些。



单柜书桌尺寸的国家标准如图3所示，双柜书桌尺寸的国家标准如图4所示。

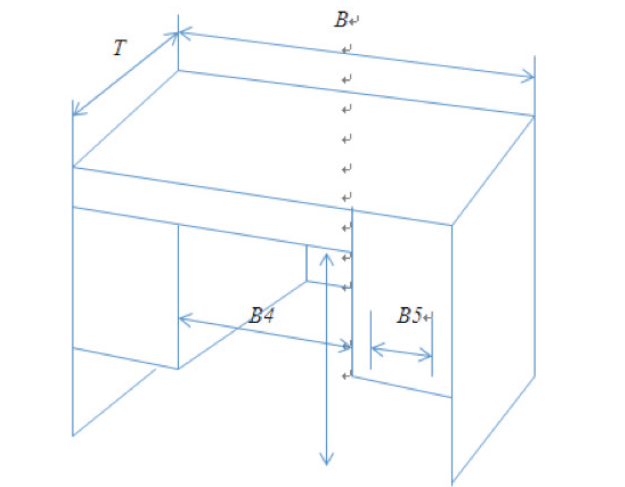


(a) 示意图

宽 B	深 T	宽度级差 ΔB	深度级差 ΔT	中间净空高 H2	柜脚净空高 H4	中间净空宽 B4	侧柜抽屉宽 B5
900—1500	500—750	100	50	≥ 580	≥ 100	≥ 520	≥ 230

(b) 尺寸

图3 单柜书桌示意图及尺寸



(a) 示意图

宽 B	深 T	宽度级差 ΔB	深度级差 ΔT	中间净空高 H2	柜脚净空高 H4	中间净空宽 B4	侧柜抽屉宽 B5
1200~2400	600~1200	100	50	≥580	≥100	≥520	≥230

(b) 尺寸

图4 双柜书桌示意图及尺寸

由图3分析可知单柜书桌的国家标准尺寸：桌宽在900mm~1500mm之间，宽度级差为100mm；桌深在500mm~750mm之间，深度级差为50mm；中间净空高不小于580mm；柜脚净空高不小于100mm；中间净空宽不小于

520mm；侧柜抽屉内宽不小于230mm；由图4分析可知双柜书桌的国家标准尺寸：桌宽在1200~2400mm之间，宽度级差为100mm；桌深在600~1200mm之间，深度级差为50mm；中间净空高不小于580mm；柜脚净空高不小于100mm；中间净空宽不小于520mm；侧柜抽屉内宽不小于230mm。

通过对单柜书桌和双柜书桌的数据分析可知：双柜书桌桌宽（1200mm~2400mm）通常大于单柜书桌桌宽（900mm~1500mm）；双柜书桌桌深（600mm~1200mm）通常大于单柜书桌桌深（500mm~750mm）。

2. 老年人学习状态下的身体尺寸

老年人学习状态下的身体状态一般是端坐方式，这时人体臀部与大腿贴于椅子表面，人体背部与家具靠背或贴或离，人的双臂或扶于桌面或放于椅子扶手上，所使用的家具一般有扶手椅、靠背椅、单柜桌和双柜桌等。

通过归纳总结坐姿人体尺寸和人体水平尺寸数据可得下表5，此表为36~60岁男女主要学习坐姿尺寸。

由实测老年人端坐时的身体主要尺寸数据，通过归纳后可以得表6中老年人学习坐姿的主要数据尺寸。

3. 老年人扶手椅与靠背椅尺寸

通过对扶手椅主要尺寸、靠背椅主要尺寸以及表5和表6中人体学习坐姿尺寸的综合研究后，认为扶手椅扶手内宽应以老年男子最大肩宽的第95百分位为标准来确定；扶手椅坐深应以老年女子坐深第50百分位和老年男子坐深第50百分位为基准来确定；扶手高应以老年女子肘高第5百分位和第50百分位为基准来确定；背长可参照国家标准适当加长；尺寸级



差同国家标准；背斜角参照国家标准并缩小3°~5°；座斜角参照国家标准并适当缩小；靠背椅座前宽应以老年男子坐姿臀宽第95百分点为基准确定；靠背椅的坐深在扶手椅坐深基础上再减去20~60mm；从而制得表7和表8中较为适宜老年人在卧室学习需要的扶手椅、靠背椅尺寸数据。

4. 老年人单柜书桌和双柜书桌尺寸

通过单柜书桌主要尺寸、双柜书桌主要尺寸、人体学习坐姿尺寸以及表人体立姿功能尺寸的研究，认为单柜书桌的宽度以老年女子两臂展开宽的第5百分位为基准并参照国家标准来确定；单柜书桌的深度以老年女子上臂长加前臂长的第50百分位为基准并参照国家标准来确定；单柜书桌的中间净空高以老年男子小腿加足高再加上坐姿大腿厚的第95百分位为基准并参照国家标准来确定；单柜书桌的柜脚净空高在国家标准基础上再加50mm；单柜书桌的中间净宽在国家标准基础上再减20mm；单柜书桌的侧柜抽屉内宽在国家标准基础上再加20mm；双柜书桌的尺寸遵循单柜书桌确定原则；从而制得表9、表10中较为适宜老年人在卧室学习需要的单柜书桌和双柜书桌尺寸。

表5 学习坐姿主要尺寸（国标）mm

代号	部位	端坐人体主要尺寸					
		36~60岁（男） （百分位）			36~55岁（女） （百分位）		
		5	50	95	5	50	95
1	坐高	853	904	952	805	851	896
2	颈椎点高	615	658	700	576	616	655
3	肩高	556	597	639	692	735	778
4	肘高	226	263	299	215	251	287
5	小腿加足高	380	409	442	338	379	401
6	坐深	420	457	494	400	432	468
7	最大肩宽	398	433	473	368	405	449
8	坐姿臀宽	299	327	361	296	323	352
9	坐姿两肘间宽	378	435	499	367	427	496

表6 学习坐姿主要尺寸（国标）mm

代号	部位	端坐人体主要尺寸					
		老年男子 （百分位）			老年女子 （百分位）		
		5	50	95	5	50	95
1	坐高	856	897	929	799	843	881
2	颈椎点高	625	655	679	581	613	641
3	肩高	588	616	638	548	578	604
4	肘高	247	259	268	222	234	244
5	小腿加足高	397	416	430	371	392	409
6	坐深	440	464	485	433	454	470
7	最大肩宽	402	421	436	368	388	405
8	坐姿臀宽	355	372	385	368	386	405

表7 扶手椅尺寸 mm

扶手内宽	坐深	扶手高	背长	尺寸级差	背斜角	座斜角
≥450	440~460	220~240	≥280	10	90°~97°	0~2°

表8 靠背椅尺寸 mm

座前宽	坐深	背长	背长	尺寸级差	背斜角	座斜角
≥390	380~440	≥280	≥280	10	90°~97°	0~2°

除以上数据外，扶手椅和靠背椅的高度应该以小腿加足高+鞋厚为基准来确定，在此以老年女子和男子小腿加足高第95百分位为基准再加上鞋厚来确定，即409~430mm+20mm=429~450mm。

表9 单柜书桌尺寸 mm

宽	深	宽度级差	深度级差	中间净空高	柜脚净空高	中间净空宽	侧柜抽屉内宽
800~1300	500~700	100	50	≥600	≥150	≥500	≥250

表10 双柜书桌尺寸 mm

宽	深	宽度级差	深度级差	中间净空高	柜脚净空高	中间净空宽	侧柜抽屉内宽
1100~2200	600~1100	100	50	≥600	≥150	≥500	≥250



从生产角度看家具结构设计

Furniture structural design viewed
from the production angle

文 蒋文华



今天人们谈家具设计，大体上集中于外形和造型设计，因为只有美学设计，才能吸引住消费者的眼光，产生购买欲望。当然，外形设计也牵涉到各国各地区的文化传统。设计是文化传统的一部分，因此才有了北欧的简约设计、意大利的国际式设计以及英国和法国富有民族特色的外形设计。

似乎目前的中国是例外。自“五四”运动以来，我们几乎都没有自己的设计，市场上的产品充斥着世界各地形形色色的外形设计，来者不拒，因此中国家庭里的家具五花八门，甚至我们一些设计师也是张口意大利，闭口西班牙。由此看来，我们距离“自己”还很远，而这有赖于本民族历史文化的重建，信心的重建。

设计师关注的另一方面是功能设计，比如对人体工程学的研究以及配合社会生活的新功能的设计。家具说到底还是一种日常用品，与我们的日常生活息息相关，要好用。

笔者在市场上看到的美式家具，床都非常高，上床还要用梯子，试想，不

管你多崇拜美国，这样的床带给你的是生活上的不便，甚至危险。宜家刚开始进入美国时，也犯过类似的毛病，北欧的床很窄，碗碟柜很浅，不符合美国人的生活习惯，美国人就是那么“牛”，硬是不买这些家具，宜家在两三年内亏了好几亿美元，最后终于屈服，只得让美国设计师重新设计家具的功能，才成功地打进了美国市场，现在的销售直逼Ashley。

最不令人关注的恐怕就是结构设计了，连大学里教得也不多，好像只有美国普渡大学的卡·艾克曼(Eckelman, C.A.)和他的几个学生在搞。几年前笔者和北京林业大学的师生将其一本结构设计方面的著作翻译出来，费了好大的劲，但听说书卖得并不好，原因是“太难了”。

这或许是因为需要利用力学等专业知识，许多学生或设计师难以胜任。但最主要的原因在于，即使家具的结构出了问题，也死不了人（或者很少造成死伤），不像建筑或桥梁那样，一出问题就很严重。要知道，今天的建筑和桥梁

都已普遍利用分析程序进行结构分析，并且严格地执行，因此我们可以从容地走过桥梁，住进房子，因为大家知道这些结构是安全的。而家具呢？却没有，没有人查你，只因你造成的损害不大。由于缺乏需求，因此就缺少了动力，因而会认为“太难”，不去认真地研究与实践。

再拿红木家具来说，明中叶之前，中国的传统家具用的材料是榿木、松木等中软木材，之后用花梨、酸枝、紫檀等硬木，在工艺上不知吃过多少苦头，在结构设计上不知做了多少调整，可惜没有人去研究。明清时代的家具人，假如不克服这些问题（或部分克服），今天所谓的红木家具就不存在了，即使到今天，红木的干燥、接合等依旧十分困难，许多红木家具买回家，过几年还有开裂变形的。

一、造型、功能、结构三者的平衡

今天的人们买红木家具，追求的是材质，其他的似乎都变成次要的了，买其他种类的家具，主要考虑的也是价



D 设计与工艺 ESIGN & TECHNOLOGY



格、外形与品牌，人们不懂得结构的重要性，因此从表面上看，家具结构的好坏似乎与售价没有直接的关系。这样讲起来，我们是不是就可以不考虑结构设计了呢？

通常研究结构设计，主要讨论载荷与接合，但人们时常没有注意到结构设计对生产制造的直接影响，因为不合理的结构设计会使生产制造费工费时，需要更高超手艺的木工，从而影响工业化生产。

结构设计是通过不断尝试，从中不断吸取经验和教训而进化发展出来的。从产销结合的观点来看，家具设计必须是造型、功能、结构三者的平衡。然而这三者之间经常会起冲突，有时为了迁就造型而牺牲了功能或结构。当然，有经验的家具设计师还必须考虑以下内容。

(1) 节约材料。零件的大小恰到好处，既符合造型的要求，又达到结构的

要求，同时又在适当的地方用上适当的材料。

(2) 保修。绿色经济要求家具要经久耐用，设计时要考虑“脆弱”部分将来容易保修或更改零件。

(3) 技术、设备条件。设计师要清楚地了解工厂的技术条件，也要考虑工厂的设备条件，不应为了某个设计而去买新设备，当然这也得看产量，计算值不值得，也可以考虑外包，但设计师必须心里有数。

二、载荷与结合

我们再回来谈结构设计。结构设计必须首先讨论载荷，载荷就是对外力的承受力。一件家具的载荷到底要多大呢？非常难确定，设计师不但要知道家具将如何被使用，还必须判断它将如何被不合理地使用，同时也必须考虑它被使用的频繁程度，以及所施以的外力是静态还是动态的。此外，载荷设计还必须考虑家具在搬迁、运输过程中所受到的外力。

综合上述，我们有了一个初步的载荷数据，下来就先设计一个试验性的结构。但载荷的数据一般是很难准确地获得的，因此还需要直觉、经验和判断。同时，由于所使用的材料不一样，强度也不一样，因此必须了解所使用的木材的抗弯强度、抗压强度等材性。并对试验性的结构进行测试，进行力学分析，测出在外部载荷的作用下，家具结构所产生的内力大小与分布，用这种方法确定零件尺寸的大小。当然这只是理想的数学模型，实际情况可能更为复杂，因此经常需要依靠经验来判断，并且反



复测试，甚至重新设计“试验性”的结构，一直到零部件没有超负荷为止。

当然，零部件大小的设计也必须考虑审美及成本等因素。在确定了零件的尺寸之后，才能进行连接设计，当然连接不单单是卯榫，也有其他各种各样的连接，比如指接等。一般而言，这些接合点经常是家具最薄弱的部分。过去也有人对“接合”做过研究，但大都停留在定性研究的层面上，只能使用“更好”或“强度更大”这类形容词来描述，定量的参数不多，因此可供应用的参数也不多。

近年来，对家具框架和箱体的分析已取得很大的成就，在“接合”方面的研究也颇有成果。这些成果为我们进行结构设计提供了很好的基础，已经可以让我们以性能测试来检验结构设计了。虽然这些理想化的数字模型未必符合现实的情况，但却与现实相差不远，一般的情况下是足以适用的。

三、结构与制造

如今，大多数的论文、教科书在讨论结构设计时，都只讨论载荷、接合的力学分析、零件的尺寸与材质，很少延伸到结构设计与工业生产制造之间的关系。结构设计其实对后续的工业生产制造的影响非常大，它直接影响生产速度（生产效率）、生产过程难易及对设备的需求、对制造工艺及工人手工技艺水平的要求、对产品最终质量的影响等方面。说得过分一点，结构设计可以牵动整个生产线。因此，我们上面对家具



设计的那个三角关系，应该改为四角关系。家具设计不仅是一门艺术，而且是一门科学，今天的家具设计师，严格说只是“半个设计师”，四角中只能胜任一两个角。

尽管我们在进行结构设计时一直追求精确和理性，试图建立起理想化的数学模型，但现实的真实结构设计却很少能计算出来。尽管一个所谓的理想的结构设计，内力与外力都平衡了，但还是有可能会发生变形，因为我们认为的各部分所受外力也都是假设的。因此，结构设计除了数学理想化的模型之外，还得靠判断力与经验，以及大量的试验。当然，这些试验是非常耗时耗钱的，许多大学和研究机构都不一定愿意做，更何况是企业。



中小户型住宅沙发的简约设计

Simple design of sofa for the small and medium size apartment

文 方菲 郭勇 陈玉霞 刘涛



中小户型住宅住户群主要是单身青年和新婚夫妇，这样的住户群面对城市的喧闹和激烈的竞争压力，忙碌的工作和紧张的生活，使得他们更向往一种自然随意、轻松自由的居住环境。中小户型的布置应以简洁、时尚和舒适为主，实用与装饰相结合，同时还要留有空间为住户展示自身个性提供条件。因此在中小户型住宅设计中，客厅这一日常活动休息的重要场所的设计显得尤为重要，但由于中小户型住宅的限制，客厅的面积有限，为这部分住户人群设计简约且能提高客厅利用率的沙发则非常关键。

一、简约设计的内涵

所谓“简约主义”，是20世纪80年代兴起于西方国家的一种流行极为广泛、影响极其深远的设计风格。它推崇最简洁的结构、最节省的材料、最简练的造型及最纯净的表面处理，它注重社会的时尚心理，设计师的个性化，简洁的艺术语言，它在简单中追求丰富，在纯粹中显现典雅。

“简约”并不等于简单更不是简陋，它是删繁就简，去芜存蓄，它是经过众多因素的不断组合筛选出来的精华，是将物体形态的通俗表现凝练为一种高度概括的抽象形式。简约设计提倡将设计元素几何化，色彩单纯化，以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，将更多地感受空间留给消费者。爱因斯坦曾说：“解决问题的最佳途径，必有一种简洁的美”。简约

设计在给人留下足够纯净空间的同时也能给人以最直接的视觉冲击和最强烈的内心感受。

二、简约主义家具设计的基本要素

1. 简约主义家具设计的造型要素

简约主义设计的表现形式是对设计对象进行“量”和“形”的简约化设计，讲求设计的科学性和使用的舒适性及耐用性，并要求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地体现其整体性和视觉上的完美感受。

采用自然界中的母体——几何形体作为家具的造型基础，是简约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、球体或锥体等几何形体，如图1所示的几何形体摇椅。几何学的运用是简约主义家具设计师所具备的最基本的技能和设计手段。

2. 简约主义家具设计的材料要素

任何家具的造型都必须通过材料来创造具体的形态，不同的材料会对人的生理和心理产生不同的影响。在简约家具设计中，根据设计思想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，设计中要充分利用材料的特性，如金属和玻璃等会给人一种严肃、干练、力度大和强烈的秩序感；而木材、竹藤和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、真诚的亲切感，如图2中的藤制的座椅和茶几则显得自然、休闲质朴。

3. 简约主义家具设计的色彩要素

色彩是最具美感的形式，在家具设计中，成功的色彩处理可以给人舒适愉悦的感受，且在一定程度上还可以协调或弥补造型中的某些不足；反之，则会破坏家具造型的整体美感，从而使人引发一些沉闷沮丧的情绪。

家具色彩主要由材料本色、贴面材料的装饰色和油漆的涂装色组成。在简约主义的家具设计中，要求色彩以单色和大面积的纯色为主，其中黑与白是简约主义的代表色，如灰色等原色和无印花、无图腾的整片色彩所渲染的出宁静而内敛的气氛，则能够在纯净的色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方面进行综合考虑，以获得满意的色彩效果，提高家具产品的审美价值。

4. 简约主义家具设计的功能要素

在家具设计中必须首先考虑功能因素，而不能创作出纯概念的简约家具。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。造型新颖、使用方便且舒适实用的多功能家具正为时下现代人所青睐。这类家具集多种功能于一



图1 几何形体摇椅



图2 藤制家具



D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

体，占地少、灵活性大、功能转换简便而广受市场欢迎，已成为今年家具业最鲜明的潮流趋势。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，以节省材料能源与持久耐用为原则，来满足人们的使用要求。

三、中小户型住宅沙发简约设计要素分析

1. 中小户型住宅沙发简约设计的造型要素

中小户型住宅沙发造型的简约设计的任务就是在符合经济实用和家居装饰风格的前提下，尽可能创造出完美的形态。中小户型住宅沙发造型简约设计的艺术形态审美化必须符合美学的规律，充分利用点、线、面和体等家具语言要素为载体，运用多样化的造型手段，使简约的沙发更加符合美学原理，从而满足人们的审美心理。

简约沙发的面主要是由几何图形组成，几何图形规则整齐，简洁轻快有秩序感。在沙发的造型设计中用的最多的包括正方形、长方形、圆形等几种基本形状。其中正方形坚固、强壮、稳定庄严，长方形睿智、理性、有活力，圆形温暖、柔和有动感。形式美的特点和规律，概括起来主要表现为变化和统一，变化给人带来鲜明、醒目、生动、活力、跳跃的丰富感受；统一产生秩序，构成谐调，给人带来稳定、一致和整体的充实感受。沙发是由一定的体量和不同材料构成的实体，常常表现出一定的重量感，因此沙发造型必须处理好家具

设计中对称和平衡的问题。

2. 中小户型住宅沙发简约设计的材料要素

沙发用材主要包括框架材料和软体材料，受当今全球低碳环保理念的影响，强调简洁、自然舒适的质感是中小户型住宅沙发材料选用的趋势之一。

沙发的框架结构材料包括木质框架、金属框架、塑料框架和竹藤框架。其中木质框架包括实木框架、人造板框架和实木与人造板结合的框架结构。在进行中小户型住宅沙发的简约设计时，选用木、竹、藤类天然材料，能清晰地保留材料的天然纹理和质感，这些天然材料制成的沙发给人一种自然、朴实、亲切的感觉；而采用纯天然工业材料，如金属、塑料等工业材料所具有的特殊加工性，经巧妙处理，制成的沙发框架会给人一种很强烈的现代美感。

沙发的软体结构按厚薄的不同，有薄型和厚型软体结构两种。薄型软体结构，一般采用布、皮革、绳编、藤编等制成，也有采用薄型海绵和面料制作。厚型软体结构有两种形式：第一种是利用传统的弹簧做软体材料，然后在弹簧上包覆棕丝、棉花、泡沫塑料、海绵和装饰面料；第二种是现代软垫结构，利用泡沫塑料和面料构成。沙发的面料包括布料和皮革两大类，皮革沙发质感好，有自然的纹理，美观且耐磨。沙发面料采用布料最多，织物的轻柔，亲切温和的触感是布艺沙发获得中小户型住宅用户青睐的主要原因。

不同的框架材料和不同的面料搭配

会产生不同的视觉效果，如木质框架和布料搭配组合会产生亲切温馨恬静的效果，金属框架和皮革的搭配散发优美的气息。

3. 中小户型住宅沙发简约设计的色彩设计

色彩对人引起的视觉效果体现在多个方面，如冷暖、轻重和大小等，在设计时要综合考虑并加以合理应用。色彩可以使人感觉进退、凹凸、远近的不同，一般暖色系色彩具有前进、凸出、接近的效果，而冷色系色彩则具有后退、凹进、远离的效果。在色彩学中，把不同色相的色彩分为热色、冷色和温色，从紫、红、橙、黄到黄绿色称为热色，以橙色最热。从青紫、青至青绿色称冷色，以青色为最冷。紫色是红与青色混合而成，绿色是黄与青混合而成，因此是温色。对于中小户型住宅来说客厅空间偏小，选用冷色和温色可以让狭小的客厅显得凉爽些。如图5中沙发的色彩选择红色，代表了年轻人的热情与活力，在中小型住户群中深受喜爱，色彩的强烈对比也给视觉上带来一定的冲击。另外还要注意色彩的重量感和尺度感在沙发色彩设计中的应用。

4. 中小户型住宅沙发简约设计的功能结构设计

沙发属于坐卧类家具，供人们生活休息时使用，因此，沙发的设计应兼顾基本功能、牢固性和舒适性，能够为人们提供一个安全舒适的休息环境。

沙发的最基本功能即满足人们坐



图5 中小户型沙发色彩设计



图6 沙发的舒适性设计

的要求，且要坐得舒适，如沙发靠背倾角要符合人体坐姿状态下的人体脊椎曲度等。沙发的舒适性是最基本的性能之一，依据人体工程学原理，沙发的设计应考虑沙发的座面高、座宽、座深、靠背高度及倾角、扶手高度及座面靠背的软硬度等方面的内容，如靠背倾角和座面倾角，一般说来，沙发等软体类座椅

的靠背倾角越大，休息的效果越好。随着靠背的倾斜，人体的重心逐渐向靠背转移，人体单位面积上的负荷也随之减小，使人体各部分的关节和肌肉处于松弛状态。如果靠背倾角大于110度时，就必须增加头颈部支撑，防止颈部疲劳。因此，在沙发功能设计过程中，要充分考虑沙发的功能尺寸对人体坐姿舒适

性的影响。如图6中沙发靠背有一定的倾角，且设有头靠，可以防止颈部悬空而引发颈部疲劳。

中小户型住宅沙发的设计除了满足基本的使用功能和使用舒适性外，考虑到这部分用户人群的实际需要，如对储藏空间的需求，或者当有客人时需要临时增加一张床的需要。这些都是中小



图4 木质框架沙发



D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

型住宅沙发设计中常见的问题，需要设计师综合考虑并最终予以解决。由此，沙发的功能组合化在现代沙发设计中应运而生。对于中小户型住宅用户来说，设计的沙发需集休息、储物等功能为一体，解决了空间小所导致的储物空间不够的问题。如图7所示的便是有储物功能的沙发，在保证沙发稳定性和牢固性的基础上，将沙发底座设计成内空式用于储物。

另外，考虑到中小户型住宅用户需要临时增加床位，沙发床的设计便满足了人们的需求。如图8所示的沙发床，将底座的内藏钢架拉伸出来后，坐垫翻转即可，使用方便。



图7 储物功能的沙发设计



图8 沙发床



图9 拼接式模块沙发



沙发的结构需要从沙发的尺寸、稳定感和对称平衡等方面综合考虑。一般来说，沙发的重心靠下或有较大的底面积，从而获得稳定的效果。随着沙发设计的逐渐优化，沙发结构的拆装化与组合成为可能，这不但提高沙发的生产效率，在流通和使用减少占用空间，而且在零部件标准化的前提下，沙发还有望实现能同时适应多种坐姿的设计是其功能设计的一种新理念。

基于中小户型住宅面积的限制，对客厅中沙发的功能性设计方面要求更高。运用模块化理论设计沙发，使其具备可变性和扩展性，可以提高空间的适用性，满足用户个性化和多样化的需求。设计者根据模块化的设计理论也提出了四种不同的模块化沙发设计模式：悬挂式模块、负载式模块、拼接式模块和混合式模块。如图9所示的是根据拼接式模块设计的沙发，且在沙发侧边设置类似书架的格子，便于人们在沙发上进行阅读和休息。

随着工业生产的批量化，对沙发结构的要求越来越高，零件的标准化和规格化也会给生产和销售带来很多便利，提高生产效率，降低运输成本。

四、结论

中小户型住宅沙发的简约设计绝不是沙发的简单设计，而是对材料、工艺和色彩的更高要求，使得设计出来的沙发从功能和使用舒适性上满足人们个性化和多样化的需求。

随着家具市场日渐成熟，家具设计定制化服务逐渐走向市场。对于中小户型住宅中的家具设计而言，定制化设计无疑会带来很多便利，就沙发设计而言，设计者可以根据住户的人体尺寸、具体需求及客厅空间大小等情况进行设计，这也是人性化设计的重要体现，给人们提供一个安全舒适的休息环境。





创造力就是力克的解决办法

Creativity is the solution of Lectra

■ 文 《中国家具》

在充满活力却又竞争激烈的全球市场，产品差异化、产品上市时间以及成本管理是家具制造商取得成功的关键因素。为了满足消费者对于更大挑选空间、个性定制以及嵌入式技术的需求，制造商不得不谋求脱颖而出的途径，以保持并提升竞争力。近日，专注于为软性材料（纺织品、皮革、工业面料以及复合材料）行业提供整合技术解决方案的力克公司发布最新版DesignConcept Furniture，为软体家具提供2D/3D产品设计、成本估算和原型制造解决方案。

据了解，在DesignConcept Furniture新版本中，各种类型的软装，比如用在切斯特菲尔德式长沙发椅上的拉点或纽扣设计，都可以在虚拟条件下完成原型制造、成本估算和生产准备。从今往后，唯一的限制是设计师的想象力。

DesignConcept Furniture可大幅缩短流程周期：在设计评估阶段可缩短达20%的所需时间、实体原型制造阶段达25%以及开发拉点或纽扣设计阶段达25%。协作式产品开发和生产前准备可成为现实，多个团队可同步制定面套、海绵和

木架。采用DesignConcept Furniture，设计师和原型制造人员可在虚拟条件下模拟新的模型并探讨多种款式，昂贵又耗时的实体原型制作次数可以减半。而且，时间的节省是几何级的。各家企业情况不同，制作一个实体原型少则3天多则3个月，在最终确定设计前最多制作8次实体原型样品。对于一个传统沙发，将设计草图变成首个实体原型通常需要15个工作日，如今这个周期可减少4天。

新版本还倡导标准化设计的运用，用户可以3D方式分享一个软体部件，比

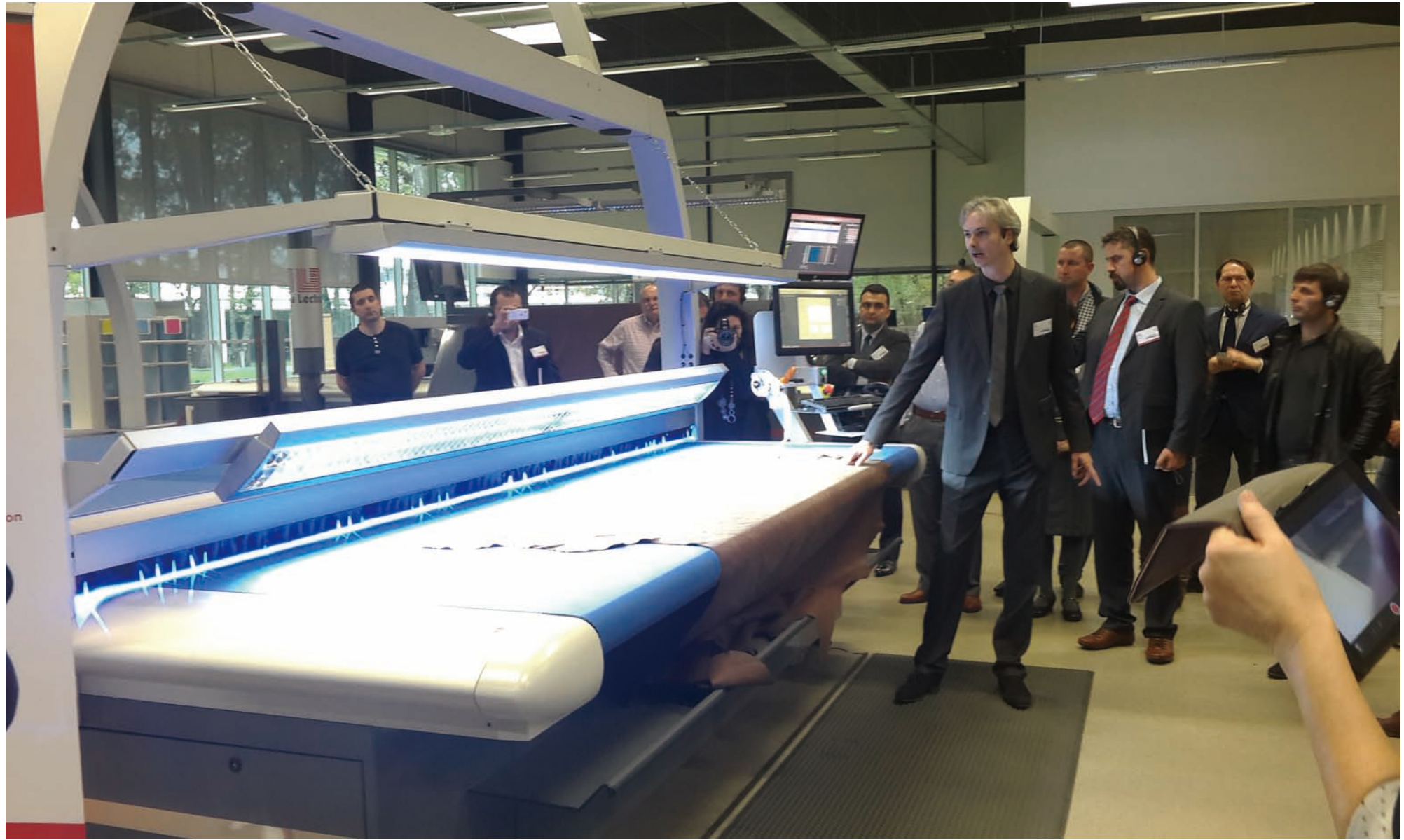
如一个坐垫或者沙发脚，将其保存在素材库中方便在其他模型中再次使用。如果款式或尺寸在3D模型中作任何调整，都能自动转换成2D生产数据，并在设计评估阶段予以考虑，信息通过3D的pdf文件形式分享，便于沟通。技术材料，诸如材料清单、木质和海绵部件的CNC裁剪数据以及详细的组装指南，也随之生成。这不仅消除了出错的风险，而且在整个制造过程中减少成本。

新版DesignConcept Furniture的益处已由Sylvain Joly设计事务所和法国原型





D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY



制作专家Daveluy Créations评估，后者专门力克近期的全球家具大会设计、制造了一款沙发。“有了Design Concept，所有可视化设计和优化都在3D虚拟模型上完成，既可通过面对面的会议，也可远程操作。这意味着实体原型组装快捷、简单，如同搭乐高积木。出错风险降至最低，首次原型的效果就很好。这种解决方案使我们开发的首个也是唯一一个原型样品就达到95%的完成度，”Daveluy Créations说道。

“力克致力于帮助软体家具市场在从设计到生产的整个制造过程中达成卓越运营。新版Design Concept Furniture不

仅使制造商第一次就得到正确的结果，并使这一切变得更加简单。”力克首席营销官Céline Choussy Bedouet表示。

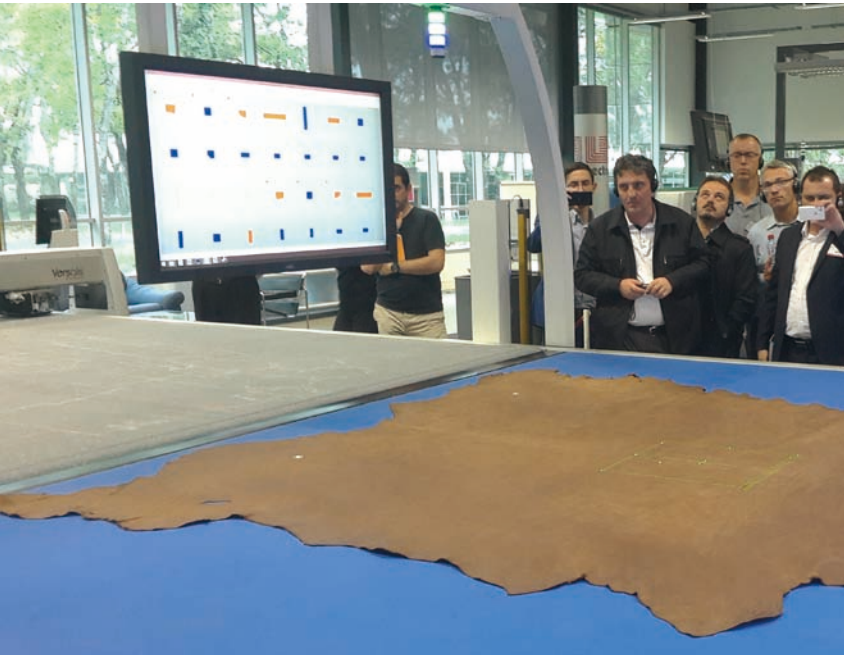
又悉，力克公司于2015年12月初在法国波尔多-塞斯塔（Bordeaux - Cestas）成功举办了全球软体家具制造商大会，来自16个国家和地区的120位业界人士出席了大会。大会聚焦当今家具行业所面临的主要挑战，尤其是如何通过提升生产速度、效率、盈利性、可靠性及定制化水平，以更少的时间、更少的成本来提供更多的选择。

通过小组互动讨论、现场展示以及圆桌讨论，让参会人员有机会亲身体验

力克在软体家具剪裁方面的专业实践知识及解决方案，也是本次大会的主要目的之一。

大会上，来自德国的Polipol、来自墨西哥的Muebles Liz以及来自美国的Klaussner Furniture等多位客户就优化工艺对公司业绩的提升作用发表了演讲。

“我们刚刚在波兰新建了一家先进的皮革加工厂。通过与力克密切合作，我们的新工厂充分利用精益生产理念，实现了从接收原料皮到交付最终产品等各环节的无缝衔接。优化工艺使我们能够缩短交货期，减少浪费，将更多的原料皮信息直接纳入我



和成果。来自Daveluy Créations的Pascal Daveluy评估道：“通过与设计师和力克的通力合作，采用3D虚拟原型，我们能

够化解遇到的各个问题。因此我们得到的首个实物样品和我们后续的成品相比达到95%的完成度”。



们的ERP系统中。”Polipol首席信息官Peter Jurgens表示。

Klaussner Furnishings的运营副总裁Glenn Kahnt则分享了其所在公司是如何加快产品开发过程及降低成本的。Meubles Liz的IT经理Victor Ibarra展示了Meubles Liz如何优化织物裁剪工艺，使产能提升到原来的四倍。

由Sylvain Joly Design Studio专为力克设计的、由Daveluy Créations（法国）打造的“力克沙发”将本次大会推向高潮。“力克沙发”采用力克DesignConcept、Vector 及Versalis 解决方案，展现了一体化协作流程的效率



复古式的开放

——2016年科隆国际家具展显现的大趋势概念

The Great Trend concept displayed at imm
cologne 2016

■ 文 《中国家具》



2016年1月18日-24日在德国科隆举行的科隆国际家具展 (imm Cologne 2016) 和科隆国际家装生活展 (LivingInteriors) 吸引了来自50个国家和地区的1185家公司。本届展会共接待了来自128个国家和地区的约8万名专业观众，较之2014年，观众总数呈小幅上涨之势 (4.8%)，其中境外观众占总数的46% (根据专业观众开放日的数据统计)，来自欧洲的观众人数更是出现了大幅提升。

“这一喜人的成果表明，科隆国际家具展为全球家具和家居饰品行业打造了一个无与伦比的商务平台。”科隆国际展览有限公司 (Koelnmesse) 的总裁兼首席执行官格拉德·博森 (Gerald Bose) 针对本届展览会作出了总结。

“世界各地的业内人士汇聚一堂，拓展业务，为出口型企业提供了层出不穷的新商机。同时，这两大展览会也再次证明了商业和艺术之间并不存在矛盾。”博森进一步指出。“科隆国际家具展是一台精彩纷呈的家具行业盛会，为2016家具主题年营造了开门红的良好势头。我们相信，这些不计其数的新产品、新创意、创新技术和优秀样品以及多样化的价格将助力德国家具行业的销量今年再创新高。”德国家具工业协会会长 (VDM) 迪克·乌维·克拉斯 (Dirk-Uwe Klaas) 表示。德国联邦家具、厨房设备与装潢商业公会 (BVDM) 主席Hans Strothoff也表达了类似的观点：“今年的科隆国际家具展的确提高了大众对家具



产品的兴趣。很少有展会能像本届展览会一样令观众对行业及相关贸易的热情如此高涨。观众们都笑容满面，整个会场都洋溢着热烈的气氛。科隆国际家具展在新的一年里将家具行业大力推上了高速发展的台阶。”

在过去的几年中，科隆国际家具展在海外参展商和观众中的知名度不断提升。2016年，来自欧洲各国 (主要来自荷兰、英国、西班牙和奥地利) 的采购商的数量显著增加。本届展览会中，来自境外 (尤其是美国、中国和印度) 的观众人数也出现了明显的攀升。

除一流的展品以外，2016年展览会的亮点环节还包括：“家—舞台上的室内装饰”展区 (由来自德国奥芬巴赫的设计师Sebastian Herkner为今年特别设计的圆形建筑样板间) 以及科隆国际家装生活展上的“智能家居”特别展区 (多家公司在此展示了巧妙的家居生活解决方案，相关产品现已全面上市)。

哪些趋势在2016年科隆国际家具展得以显现？放眼望去，新产品在“德式舒适性”这类趋势的基础上进行延伸，但也出现了新的重点。

复古：回到未来

旧潮流和新潮流中经典元素的复古趋势已成为家具行业不可或缺的组成部分。近年来，国际家具展呈现出一种怀旧的趋势，在本届科隆家具展厅的许多角落，尤其是设计展厅，包豪斯 (Bauhaus)、艾琳·格雷 (Eileen Gray) 和蕾·伊姆斯 (Ray Eames) 的经典家具重出江湖，不仅是家具设计师中的“普通另类者”在追求复古造型，Vitra、Classicon 和Thonet 等意大利知名家具品牌如同屹立在当前潮流之海中的小岛，围绕过去的流行样式不断地推出家具和装饰品，或是采用旧的造型 (复古、上世纪50年代或经典当代) 或是干脆就版本重现。最新的例子比比皆是，比如“Thonet All Seasons”户外系列以及类似的包豪斯时期的一系列钢管经典之作，包括马特斯塔姆 (Mart Stam) 设计的悬臂S33和S34，马塞尔·布劳耶 (Marcel Breuer) 设计的边桌B9和休闲椅S35，密斯·凡·德·罗 (Ludwig Mies Van der Rohe) 设计的悬臂椅S533。e15同样体现了历史意识形态，而且通过展出费迪南德·克莱默 (Ferdinand Kramer) 的系列作品也使得这位最具影响力的德国建筑师和潮流设计师重回人们的视线。通过人们与克莱姆家族的紧密协作以及查阅档案，这位德国建筑师的12个诞生于1925年和1959年之间的不同创作时期的标志性设计面世。

家具类型：当涉及到住房整理时……

封闭式或敞开式架子随处可见，这类家具必不可少，但在日常生活的数字化早期阶段大多缺乏吸引力。但收纳家





展览与市场

EXHIBITION & MARKET



具已成为常规家具，可作为住房中心、装饰品或梯式墙，打造个性化空间。

按道理来说，这类家具仍有存在的必要：包括封闭式抽屉柜、衣柜和货架柜、高低餐具柜、书柜和抽屉式家具。因为在数字化时代，我们既需要敞开式货架和橱柜展示收纳的物品，也需要隐蔽的储藏空间，二者缺一不可。Interl ü bke 公司根据沃纳·艾斯林格（Werner Aisslinger）的设计用cube gap这一产品诠释了于2002年首次展出的方案，展出的餐具柜不仅能在任意方位打开，而且采用黑亮的全新材料也能营造出异常优雅的效果：“black concrete”（黑色混凝土）。

家具设计：明亮的全新家具世界的优雅之舞

通过家具设计，潮流延伸到盥洗室：家具和装饰再次变得明亮、纤巧，如同雕塑一般。笨重的家具软化为均衡附着在地面之上的沙发、灯具和墙面。人们想过，未来可能会无阁楼不居室，因为又大又深的沙发实在占据了太多的空间。但是又出现了一种新的潮流：娇小可爱的沙发设计和体量，放置在鸡尾酒式的软椅和群组式的桌子旁边。它们的上面是灯具照射出的微光，风吹散了光线，使之氤氲在居室之中。轮廓分明、有棱有角的座椅被放置在纤细的支脚或金属板上，不拘一格、节奏强烈，它们的上面是保持平衡的脚。纤细、柔软而灵动的设计代替了软垫构成的凌乱景观。在上一届科隆国际家具展上，人们就可以感受到潮流对于轻盈灵动的渴

求的：它们变得可个性化调整，具有靠背软垫，可随意放置。

卧室家具将不再是统一的某个系列的模型。相反是由单个家具组合而成，相互协调，不会影响整体布局。材料组合也让这种布局如虎添翼。与床和床头柜搭配的重型衣柜正逐渐消失。如今，家具行业推出的衣柜面积更大，配备了多根挂衣杆和多个抽屉——可完全根据个人需求进行设计。

卫生间：变得越来越明亮、独特和新颖

25年前，谁会想到家中的卫生间会发展得如此之快——从纯粹的功能性区域，到展示个人风格的空间；从建筑师事后的一个偶然想法，到胸怀抱负的卫生间设计师们竞相比拼及展示自我的场所？如今，卫生间就像是酒店、住宅、甚至普通公寓皇冠上的宝石一样。那么，未来几年它还会出现哪些发展趋势？

虽然卫生间的演变带来了诸多愉悦体验，但在欧洲，很多关于卫生间的新设计均未得到广泛应用。毕竟众所周知，整修卫生间需要花费很大功夫，零零碎碎，不可能心血来潮一蹴而就。考虑到这些问题，业界开发了很多整修解决方案，包括预制墙壁系统（如瑞士吉博力），它做起来比较简单，也不会太脏乱。要求更高的朋友也可以放心，现在市场上涌现出不少创新设计，未来的卫生间更值得期待。

虽然现在的卫生间似乎非常不结实，好像完全失去了往日的牢固性，但是人们还是希望卫生间用品牢固、持久。在居住空间室内设计中，轻便的新型产品的应用力度将超过以往。这类新型卫生间与卫生陶瓷领域的新型生产工艺以及材料创新（如德国唯宝）息息相关。

人们越来越倾向于在卫生间设计上展现时尚元素和生活品味，这也进一步证明了卫生间已成为一个居住空间。我们希望卫生间里有家的感觉，留下属于



望，不仅仅是在抽屉设计上（例如 Capo D' Opera 的设计），也在传统的金属框架家具之中，这些框架包括了工作台、抽屉柜甚至灯具（GObyMM），在经典的餐桌设计中，也体现了这种愿望（可参见 Menu）。无所不在的壁橱为即兴安排的餐具柜、架子和画作、沙发和扶手椅提供了空间。轻盈灵动的特质在起居室、家具商店、咖啡馆和设计杂志中均有体现，有时是在斯塔的纳维亚式的蜡笔画中，有时是在隐藏的、明亮而对比鲜明的自然色调中，然后又体现在欢快多彩的、热爱生活者的最新室内设计之中。

卧室：睡过头就糟了

当今社会充满压力，人们逐渐意识到良好睡眠的重要性。因而床越来越受重视。但它首先是要满足人们需求、让卧室成为住所主要组成部分的元素。虽然在床上阅读书籍是最受欢迎的消遣之一，并相应地催生了高品质的照明产品和软垫床头板，但将移动多媒体工具和智能手机带入卧室也是一种社会环境和娱乐习惯。因此，卧室逐渐发展成第二个客厅，人们在这里进行多样化活动。

卧室方案相应地越来越具备客厅家具的特性：新的Hü lsta-Kollektion Metis plus不仅提供带软垫床头板的床，还提供包括照明货架、抽屉柜和餐具柜的家具方案，采用Push-to-open 技术和用于装饰的内置隔间，每间客厅均可采用。对于Hü lsta Kollektion Elumo II来说，衣柜中内置的平面屏幕甚至也属于该方案，功能床头参照沙发设计不是没有缘

我们自己的独特痕迹。在卫生间腾出就座、健身器空间乃至更多移动的空间，这不正是下一步发展的方向吗？同时还可以预留儿童玩耍、练习瑜伽或者俯卧撑、读书、长时间放松的空间。卫生间几乎能提供无限可能，只待我们去发现。让卫生间变得舒适这一大趋势可谓有增无减（尤其是德国凯乐玛）。很多现有卫生间也有待细心整修和筹划，从而最大程度的彰显家的感觉。为此，市场上的防水木地板越来越多。在卫生间装修中，能提高其舒适度和温暖度的家具及装修材料也受到业主的大力追捧。

显然，为形成良好的免疫系统，儿童需要接触泥土和细菌。然而，我们还是宁愿保持卫生间干净卫生，特别是年纪大的时候，我们宁愿保护免疫系统，而不愿去挑战它。虽然卫生间中的水、蒸汽、飞沫、大量的热气有利于高效护肤，但这种潮湿的环境也为病菌和细菌的滋生提供了温床，造成效果适得其反。卫生间是致病菌的潜在载体，这就是为什么很多家庭花大力气重点提高家中卫生标准的原因。这可以通过以下三种方式实现：1）卫生陶瓷表面或配备相似材质的马桶座圈可改善卫生情况，并有很好的抗污效果；2）目前引起热议的无边坐便器，旨在终结坐便器边缘这一病菌和细菌偏爱的栖息地，目前多数陶瓷制造商都供应这种类型的产品；3）淋浴坐便器主要关注身体清洁，效果更好。不同供应商提供的各类模型已经上市，对卫生和操作舒适性也做出了承诺，这显然不同于以往的标准。瑞士吉博力生产的新型淋浴坐便器AquaClean Mera就满足这些要求。该瑞士卫生设备专家凭借旋转喷雾淋浴技术、涡轮冲洗技术等新产品开发技术，致力于推动欧洲卫生间市场的发展并为用户带来整体全新舒适度。

装修：“少即是多”已成过去

人们发现装修正成为设计的一部分。炫酷的配饰、大量的靠枕、上世纪60年代的太阳镜、木制的设计图标和自制物品都是家庭的一部分，就像鞋子构成服装搭配的一部分一样。悬挂的织物、灯具等元素均使得室内设计浑然一体。我们接下来将向您展示为什么架子和以往不同了。

一方面，现代的家庭干净整洁、井井有条，充满极简主义风格，其主要原



因在于推拉抽屉、浮动门、可伸缩平板电视、大号瓷砖、橱柜、五斗柜、家用电子娱乐设备、桌子、地板等元素的大量应用；同时，由于越来越多家庭避开使用纹理壁纸，墙面看起来也更平滑、齐整。简洁、朴素的风格已成为美的体现。但另一方面，人们对简单外观进行升华的需求也越来越高。比如，在最近一次国际室内设计展上朴素风再现，所展示的房屋充满家庭气息，似乎均是配以私人配饰和装饰元素。当然，更多的休闲居住环境也配有装饰元素，使之更具家庭气息；与此同时，当前的装饰趋势应用了整体居家概念，把靠垫和边几延伸至沙发区，在橱柜和桌案上放置装饰物，把篮子分散置于地毯上，并将整个墙面利用起来。若家里的某一面墙没有使用带图案的壁纸进行装饰，那么搭配呈几何状排列的照片、贴花或装饰架也有助于打破光秃秃的平面墙视觉效果。

尽管如此，装饰品也并不是简单地随意地散落在各处的。在原本杂乱的书架位置，把书架单独放置，再把小盒子挂在墙上，小心放上精心挑选的装饰物。之前，曾有人把收藏家的热情诋毁为资本家情结，但是现在，随着跳蚤市场文化的兴起，使其再度繁荣。老式的铅字盘正逐渐被私人盒形架取代，这种架子最多有一两格，可逐排悬挂。收藏家以前的杯子如今也成了设计对象。又或者，古典太阳镜被今天的收藏家用来装饰房间；锡制玩具车不再只是玩具车，设计爱好者们把Matteo Ragni等设计师制

作的木制汽车摆在架子上，一代代星球大战的粉丝们会把他们收藏的纪念品放在现代化展示柜里。经典的木制伊姆斯小鸟（维特拉）等小珍藏，和过去常放在奶奶五斗柜里的全家福一样被展示出来，而花瓶在餐具柜和超大桌子上分开摆放，其目的已不仅仅是为了用餐。如此，“摆台”有了全新定义。

或许在今天，我们只是有了更多需要填充的空间。毕竟对于现代人来说，特别是对年轻一代，生命中的很长时间都花费在了虚拟空间上，不再需要整理书本和文件，也不再需要把唱片和CD放到架子上。电脑、网络广播、手机变得越来越小，这就使得很多家具被淘汰。因此，书架具备更多的是展示功能而非储存功能（如瑞典String书架）。

一类新型家具为装饰趋势提供了答案：这包括私人书架、单屉边桌、最新款手机无限充电器、简约展示柜、像壁架或爬梯样突出于墙面的小五斗柜（Corniches，维特拉）。杂志不能堆放在刊物架中，而应把封面朝外展示；设计中也开始考虑屏风，甚至花架也再度流行，只是形式和材料更加现代化；毛巾不再堆叠隐藏在橱柜抽屉里，而是卷起来按颜色挂在开放式架子上，形成鲜明的展示，或者搭在斜靠墙的梯架上，使纺织品的布置成为焦点，令人无法忽视。对DIY有强烈兴趣的人可用旧酒箱替代贾斯伯莫里森条板箱，然后用剩下的钱给自己添置一个酷酷的工具箱。无论如何，除了想展示的物品之外，其他东西还应小心翼翼地放在在上文提到的衣橱、抽屉中，以保证外表的平整。

随着一些不安全因素日益增加，住房将成为休闲放松的安全城堡，是个人独立的小世界。在社交活动、朋友聚会甚至工作场所，私人空间的重要性也日益突出，正如科隆国际家具展博览会所呈现的那样：舒适性再次成为了焦点。显然，按照个人感觉来说，装满个人物品和装饰元素的住房也涵盖在对舒适性的要求之中。

当然，整洁的居住理念也可与装饰元素有效结合；装饰趋势已涉及到了整个居住理念，带靠垫和边桌的沙发、带装饰配件的书架条和支架、篮子随意散落在叠起的地毯上、墙纸贴满整个墙壁。如果住房中未点缀图案壁纸，照片墙、墙贴花和排列成组的架子也能降低光秃墙壁的二维状态。



生活在圆形建筑中？

——解读2016年科隆家具展空间布置项目“Das Haus”

Interpretation of “Das Haus” at imm Cologne 2016

■ 文 《中国家具》

2016年科隆家具展新的一季“家—舞台上的室内装饰 (Das Haus—Interiors on Stage)”展厅在2.2号大厅中亮相，设计上不仅与上一届科隆国际家具展 (imm Cologne) 上如恩设计研究室 (Neri&Hu) 呈现的紧凑布置风格形成鲜明对比，也颠覆了所有传统住宅设计构思。它外形圆润，不同位置的透明程度或高或低，而且让人感觉好像完全摒弃了固体墙壁。此次来自德国奥芬巴赫的设计师Sebastian Herkner的设计仍然能够带给人强烈的感官体验，柔软、香气馥郁、色彩斑斓、便于人们相互交流，且能够像变色龙一样改变形状。



人们通常居住在矩形房屋中，而且大多数家具也或多或少带有一定的角度，因而我们可以顺应并最大限度地利用有效空间。那么，我们该如何解读德国科隆国际室内设计展所展示的圆形建筑呢？

在圆形空间中生活，对我们来说颇为陌生。确实，圆形建筑概念在我们看来几乎等同于荒谬。这种房屋结构的工作原理何在？实际上，我们感觉陌生的东西在其他文化中早已根深蒂固。圆形结构确实也有其自身的优势。问题是如何与人类的效能感相对应？我们应该继续回避圆形建筑结构，还是向之借鉴，大胆一试？

圆形被广泛应用于空间区域，比如，在中国和中国文化中使用圆形已有数千年的历史。其中一例便是客家土楼——客家人自12世纪起就在中国东南地区兴建的一种传统圆形建筑。客家土楼已于2008年被批准列入联合国教科文组织的世界遗产名录。其住宅楼由高高耸立的粘土墙壁建造而成，环绕在圆形内院的周围，该种土楼高达五层，可容纳将近800人。圆形在很多文化中延续





E 展览与市场 XHIBITION & MARKET



至今。现在，蒙古的游牧民族仍生活在圆形蒙古包中；因纽特人住在用雪块建造的圆顶冰屋内；而早在远古时代，海员们就依靠圆形灯塔指引正确的前进方向。罗马的地标建筑——罗马竞技场，是世界上最大的露天剧场，它就是圆形结构。在足球体育馆内，矩形边界的外围日益升级为近圆结构，Jean-Marie Massaud设计的墨西哥“火山体育场”就是其中一个例子。可是，为什么是圆形？圆形作为基本形状，其特殊意义究竟是什么？

圆形不仅是一种形状，它还代表统一、绝对和井然有序。圆形最明确的属性就在于，圆上的每一点与中心点之间的距离都恰好完全相同。没有哪一点在前或在后，也没有起点和终点，这种属性现已融入建筑学之中。“没有边缘，没有障碍，也没有可撞上或隐藏的角落”，今年的“Das Haus”设计者Sebastian Herkner在2016年科隆国际家具展上在谈到自己的设计时如是说。Herkner摒弃了传统住宅的棱角形状，并将在展会上带来围绕天井建造的圆形结构，给观众呈现一个轻松会面的理想场所。

圆形符合有机建筑的设计理念，这种建筑风格中的结构体不仅仅是社会和文化的体现，反过来也影响与之交互的人的外表和内心世界。有机建筑的基本设计理念是设计出自源自内心、然后逐渐向外扩散的建筑，这意味着居住要求是设计的中重中之重。建筑结构体旨在与自然环境形成完美互补。有机建筑的著名案例为Frank Lloyd Wright (1867-1959)设计的纽约古根海姆博物馆和“流水别墅”。直到今天，Zaha Hadid等建筑大师继续坚持在有机建筑原理的基础上打造创新结构体。比如，Hadid在设计中国广州歌剧院时就融入了河流、峡谷和路径等自然景观。Frank Gehry设计的洛杉矶迪士尼音乐厅和西班牙毕尔巴鄂古根海姆博物馆也是有机建筑的杰出代表。

长期以来，这种传统风格的结构体为我们提供独特的建筑空间。圆形建筑也许确实看似荒谬和离奇，但这些特点一定等同于“低效”吗？为什么不可以把独特与高效连在一起？

在设计圆形建筑的过程中，设计师对于空间的组织义不容辞。比如，舍弃厚重的固体墙体可提供更多空间、增加

灵活性，并简化结构体内部的后续装修和重组。确实，如果采用圆形结构，此类房屋不仅尤其稳固、建筑体内部拥有更多可能性，而且其抗风抗寒的保温性亦能得到进一步提升，这就使得圆形设计的优势更加显而易见。相同楼层面积的圆形建筑在施工时需要的材料远少于矩形建筑，因为从数学角度讲，圆形拥有最大的侧面积基数比率。

而圆形建筑的另一个优势是，其能量损失和材料投入平均比建造最优良的矩形建筑低13%。温度下降时，人们不仅受益于优质保温系统，还可享受更多的日照：冬天，太阳低于地平线，光线照进大楼，使楼体内部升温。相反地，由于夏天时的太阳拥有较高的日照角，光线几乎照不进大楼，因此楼体升温很少。此外，大型平坦的楼顶使安装太阳能电池板成为可能，进而可以有效利用太阳能。

任何一个追求进步的人必须每隔一段时间敢于打破常规，“跳出盒子进行思考”。那么，为什么不建造圆形建筑呢？现代建筑方式使建筑物的核心和外观的设计彼此独立。大型建筑群表明有机形式呈



现出非常特殊的建筑特点，比如科隆椭圆形办公楼（Sauerbruch Hutton建筑师）。在任何强调建筑体验而非有效空间利用的地方，圆形建筑总有诸多可取之处，比如在酒店、展会建筑以及博物馆和剧院，甚至一些代表性建筑中。

那么住宅楼情况又如何呢？在家里，效率总比在公共场所更为重要。

因为大多数家具呈棱角状，所以圆形建筑的内部装修似乎较为困难。然而，在Sebastian Herkner设计的“Das Haus”内，家具可置于内部各处。但毕竟“Haus”的设计与效率无关，更确切或抽象地说，它是在展示生活居所的多样性”，Herkner指出。根据Herkner所做的展会介绍，他打算传递一种信息，即反对针对



难民逃离中东战争这一持续的全球问题而进行的社会隔离。“‘Das Haus’的透明设计旨在表达开放性需求”，Herkner在谈到“Das Haus”的圆形设计时说道，开放并可通向各个角落。说到开放性，为何不建造一座圆形建筑呢？一座给（看似）荒谬留下空间的建筑。





E 展览与市场 XHIBITION & MARKET



回眸第四届巴黎 ESPRITMEUBLE家具展

Impressions of the 4th edition of
ESPRITMEUBLE in Paris

■ 文 《中国家具》

第四届巴黎ESPRITMEUBLE家具展于2015年12月5日—8日在巴黎凡尔赛门展览中心举行，为期4天，在40,000平方米的展览空间里汇聚了300多个参展品牌和8742名专业买家。展品包含桌椅、沙发、床、家居装饰，这是针对家具行业人士的专业贸易展览会，并提供相关家装服务。

据了解，巴黎ESPRITMEUBLE家具展由3位知名的法国业界人士共同创办，他们分别是法国家族企业Ernest M é nard的常务董事Ga é tan M é nard，床垫集团公司cauval Group 的副主席Gilles Silberman，和高端家具品牌Meubles Celio的主席Alain Liault，旨在能够实现欧洲家具行业人士的目标，提升家具行业公司形象，在不断变化的市场中开拓国际市场，从而积极促进欧洲家具业的不断创新与发展。

今年的参展企业中，50%是法国本土的家具品牌和企业，另外一半是来自意大利、德国、葡萄牙、西班牙、中国等国家的国际品牌。与之前相比，今年的展会赢得了许多知名品牌的青睐，如Stressless、Calligaris和Himolla等，参展的300余家企业已超出2014年参展企业数量整整一倍，所产生的交易占有95%的市场份额。

在为期4天的展会，总参观人数为8742人次，其中65%为经理以上级别的



国际家具出版物联盟（IAFP）成员应邀参观展会

企业决策人员，与2014年的47%相比增长了27%，可见，ESPRITMEUBLE家具展的观众中具有决策权的买家比例越来越高，这也说明该展的优质观众逐渐增多。此外，三分之一的买家观展时长超过两天，另外约有11%的国际买家。

值得一提的是，巴黎ESPRITMEUBLE家具展上的所有观众服务都是免费的，包括入场参观、寄存、会刊、点心和饮料等，这也是国际上目前唯一一个观众服务免费的家具展览会。

2016的ESPRITMEUBLE家具展将会

丰富“家具”类目，特别是现代家具产品，并进一步提升对展商和观众的服务。ESPRITMEUBLE创始人之一的Ga é tan M é nard表示：“制造与人才，未来是这个展会的主题，家具行业真正的发展还是要依靠专业知识技能。家具俨然已经成为创造舒适生活、装饰和提高生活品质的必要组成部分，ESPRITMEUBLE正为此快速发展的家具行业做出努力。”

下一届巴黎ESPRITMEUBLE家具展将于2016年12月3—6号在巴黎凡尔赛门展览中心7.2和7.3馆举办。





M&O ASIA 凸显房地产和餐饮业主题

M&O Asia featuring the theme of real estate
and catering

■ 文 《中国家具》



MAISON&OBJET巴黎时尚家居设计展亚洲展 (MAISON&OBJET ASIA, 简称M&O ASIA) 将再次于新加坡举办, 旨在引领亚太地区时尚家居设计潮流。2016年3月8日-11日, 为期4天的展览将在新加坡滨海湾金沙会议展览中心 (MarinaBay Sands Expo and Convention Centre) 举行。M&O ASIA不只反映出亚太地区的产业趋势, 更展现其不同于巴黎和迈阿密时尚家居设计展的独特。今年第三届的M&O ASIA是亚太地区的枢纽, 将提供地产商、旅馆经营者、餐厅经理人、室内设计师和建筑师相互交流的平台, 深入了解餐旅设计产业的最新潮流和市场发展。

M&O ASIA: 重新定义

根据前两届的M&O ASIA展况显示, 参展厂商的产品属性反映出亚洲地产、房地产和餐旅服务业快速发展的趋势, 2015年的统计数据中有50%的参观者来自上述产业, 明显与巴黎时尚家居设计展 (M&O PARIS) 的参观人士有所不同。许多M&O ASIA的重量级访客来自房地产业, 例如新加坡南海滩饭店 (The SouthBeach)、泰国上思睿 (Sansiri) 房地产开发集团、台湾忠泰生活开发 (JUTLiving Development)、香港侨福建设企业机构 (Parkview Group) 和日本森发展公司 (MORIDevelopment); 部分来自如新加坡COMO饭店和渡假集团 (COMOHotels and Resorts)、印度欧贝罗伊饭店 (Oberoi) 和香港半岛酒店 (酒店装修效果图) (ThePeninsular Hotels)



等旅馆经营业; 以及新加坡WOHA建筑事务所、澳洲KerryHill Architects建筑师事务所、美国威尔逊室内建筑设计公司 (WilsonAssociates)、南韩JunglimArchitecture建筑公司和香港利是百顺设计有限公司 (LRFDesigners) 等建筑设计业。有鉴于此, 2016年的M&O ASIA展览, 将特别着重此类产业的展览并邀请相关产业人才共相盛举。M&O ASIA也与亚太区房地产领袖高峰会 (MIPIM ASIA) 合作, 进一步与房地产市场相互连结。

独特不凡的展出: 餐旅服务业的设计概念

为了顺应亚太地区快速变迁的餐旅服务产业, M&O ASIA 在2016年的任务

将不只是介绍精美、雅致的室内设计品牌, 而是更加着重为奢华精品饭店、高级料理餐厅和SPA休闲美容相关产业的发展计划提供灵感和概念。M&O ASIA将会展现如何将不同的技术、素材、配件和创作相互组合, 创造出既迷人又实用的室内家居品, 满足饭店和餐饮业不断变化的需求。

M&O ASIA展览里的两个咖啡厅分别由荷兰品牌Eichholtz和比利时品牌Sempre操刀设计, 参观者可以从中探索相关设计概念。承袭2015年9月M&O PARIS的成功经验, Eichholtz和Sempre将打造主题式的环境空间, 反映各自品牌的设计哲学和独特工艺技术。

SempreCafé的创意总监格斯特·森普 (Gust Sempre) 表示: “作为一个体



E 展览与市场 XHIBITION & MARKET



验空间，Sempre Café 将透过不同的方式让参观者‘吸取’Sempre的设计哲学概念，不仅可以获得感官上的新刺激，还能唤醒各样的情感。Sempre咖啡屋有着如家一般的亲切，让人忘记身处展览馆中，屋里各个惬意且氛围舒适的角落也充满各种新事物待您挖掘，这个体验空间是个灵感发想的绝佳场域，欢迎大家来参观我们的咖啡厅，享受手工杯具中的饮品。即便展间已经完工，但设计对我们而言并没有就此结束，因为我们更强调人‘使用’设计的经验过程。”

除此之外，新加坡本土的成功品牌Supermama将在本次M&O ASIA推出一个名为：“精品酒店礼品店蓝图”（Blueprintfor a Boutique Hotel Shop）的复合式计划，针对精品饭店房间组成要素、材料应用与地方文化义涵等进行专题研究。Supermama将集结出版以品牌、生产者、材料和采购为主题的研究结果，并在M&O ASIA展场以礼品店为情境

策展，展示反映新加坡当代人文风情的纪念礼品与陈设，提供饭店业者打造礼品店的执行概念。

M&O亚太区总监陈淑敏（Regina Chan）表示：“时间对设计师、项目经理人和投资者来说相当珍贵，他们不只寻找美丽的作品，更追求原创想法、经验和深度内容。这也正是为什么M&O ASIA投入时间资源，和参展者一同激荡各式各样的设计概念。”

在2016年的M&O ASIA，来访者也能一睹新成员的风采。新加坡的The RugMaker以跨界设计团队outofstock打造的新毯系列活动揭开序幕。初次参展的新加坡新创创意品牌ipse ipsa ipsum也将针对餐旅服务产业，提供高质量的完整设计方案。除此之外，创立于1979年，常见于东南亚各大精品酒店的泰国顶级卫浴品牌COTTO，也将于展览中展现其对全球市场在地化设计的独到美学。

M&O ASIA将持续建构一个供设计师、品牌和客户三方相互连结的平台。



由 PhilippeStarck亲自操刀的新加坡南海滩饭店（The SouthBeach）总经理杨博根（JanButtgen）表示：“南海滩饭店非常高兴能找到许多能跟我们高度客制化（H.I.P., Highly Individualised People & Places）精神完美搭配的品牌和设计师，M&O ASIA能让我们非常方便的进行参观和采购。”



世界摩登看上海 上海摩登看世博

——Maison Shanghai摩登上海时尚家居展亮相沪上

Maison Shanghai to be launched in Shanghai

■ 文 《中国家具》



上海，在中国一直不是一个简单的地理概念，她被赋予了强烈的时代气息和与众不同的文化内涵，集东方的内敛与西方的开放于一身，是中西方文化的相遇地，代表了“中国世界主义”。

由上海博华国际展览有限公司精心打造的“Maison Shanghai摩登上海时尚家居展”（简称，Maison Shanghai）诞生了，婷立上海，放眼全球，以国际化视野360度全方位反映了生活艺术的变化多端，以独特的东方视角重新定义了“时尚”的概念，展现出最佳的现代生活艺术。

Maison Shanghai是一个全面展示家居装饰趋势的新窗口，是引领亚洲居家、装饰和设计领域的风向标和战略引擎，在东方与国际之间呈现不凡的品味。将汇集家居时尚创意，展现国际家居装饰界的最新动态，发布家居流行趋势和设计风格的变化，独家提供高端设计作品的机会。

据了解，首届Maison Shanghai将于2016年9月8—11日亮相上海世博展览馆，有“时尚东方”（H1）、“家居生活”（H2）和“舒适空间”（H3）3个馆，展出面积约6万平方米，将有500余家参展企业加盟。在为期4天的展期内，展会将以生活方式为主线，呈现出商业与设计完美融合，流行趋势发布贯穿于丰富多彩的活动中的。

“时尚东方”馆

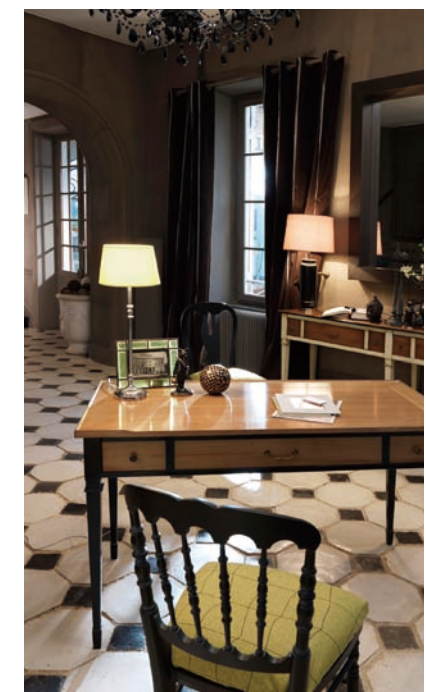
展品范围：国际品牌、家具、整体家居

时尚从来就不是明媚如花的搔首弄姿，那不过是橱窗里冷冰冰的logo和标签。

时尚东方，不是时尚中的东方元素，而是东方眼中的时尚——可以是国际的、可以是本土的、可以是复古的、可以是潮流的……

时尚诉求体现在人们的居家理念与生活态度上，就有了“自然”、“空间”、“个性”、“拒绝平庸”……诸如此类的关键词。

时尚生活，应该是日常家居浅表下的生命力，是一种发自内心的生活态度，如一位温暖的女子，与你与我，朝夕相伴。





E 展览与市场 XHIBITION & MARKET



“家居生活”馆

展品范围：小件家具、家居软装饰品、手工艺品、餐厨用品、智能电器、户外休闲及园艺用品、陶瓷、地毯、灯饰、壁纸

当地产商千屋一面的精装房屋和无法随心所欲更换的大件家具遇上了各式各样的装饰“小玩意儿”，便生出了一种迷幻般的视觉效果，使原本静止的空间有了摇摆乐一般的动感和活泼，居室也变成了感官的艺术馆。

这个展区的更像是不同生活态度的延展、不同审美情趣的碰撞，不同生活方式的秀场，这里，可以满足你对生活的所有想象。



“舒适空间”馆

展品范围（一）：床上用品、单品布艺沙发、家居布艺饰品、厨卫布艺用品、墙布窗帘地毯、儿童布艺用品、户外布艺等布艺软体相关产品

家可以不奢华，但不能不温暖；家可以不亮眼，但不能不舒适。

而在这个追逐温暖与舒适的空间里，布艺是最完美的载体。在一个原本规矩方圆的冰冷世界里，布艺是温柔的、是体贴的、是感性的，它让生活变得灵动，用色彩创造品质生活。

布艺以和谐的色调、美丽多变的图案、柔和的质感给居室带来了明快活泼



的气氛，更符合人们崇尚自然，追求休闲、轻松、温馨的心理和浓重的品位。尖端工艺造就别致创意的设计形态，完美的颜色调配则成为时尚家居生活的灵魂。

展品范围（二）：创客、设计类院校

“创客”一词来源于英文单词“Maker”，这是一群不断努力着把各种创意转变为现实的人。创客们作为热衷于创意、设计、制造，最有意愿、活力、热情和能力在创新2.0时代为自己，同时也为全体人类去创建一种更美好的生活。





原创的魅力 品牌的张力

——2016年第二十二届中国国际家具展览会
部分展品预览（一）

Show preview of partial exhibits to be displayed
at Furniture China 2016 (I)

■ 文 《中国家具》



[艾宝]

培育国际化运作的“新中式”品牌

素以代理意大利进口品牌的上海艾宝家具有限公司推出了全新的原创品牌“唐堂”和“Fabio 范”，以两种完全不同的面貌，展现文化融合与风格混搭的魅力。一个是带有上世纪摩登海派文化风情的新派中式后现代；另一个是巧妙混合了“禅意之美”，将东西方文化精粹融于一体的独特风格。这两品牌的设计师分别是来自马来西亚的华人设计师腓力圃·叶（Philip Yap）、意大利建筑师Fabrizio Carloncelli（柯范傲）以及中国年轻设计师Tim Wang（王 ），他们的共同点是既有国际文化背景又有在华生活和行业工作的经验。融合，成为一种可能，成为一种不可替代的优势。

一直以来，中国家具在世界上的地位不高，什么时候能做出世界知名度和认可的品牌，是牵动众多中国家具人心里共同的情怀。艾宝家具，拥有15年进口家具代理及销售的宝贵经验，掌握



国际高端生活品味和最具潮流魅力的家具产品信息，尤其对以顶级品质著称的意大利生活美学了若指掌、运用自如。在中国文化富贵阶层越来越丰满的情形下，这为其以可信赖的产品品质和多样化的设计服务获得用户认可提供了实力

雄厚的基础，最好的时机已经到来，是时候推出艾宝原创的设计品牌了！我们有资源和义务，把中国原创通过设计和策划提高到一个国际化的高度，用家具设计去做文化交流，培养出可以真正国际化运作的‘新中式’品牌。”



企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT



“范”儿铸成记

“FABIO范”的品牌创想始于2012年，意大利设计师Fabrizio Carloncelli（柯范傲）与中国设计师王（Tim Wang）的一次设计邂逅。Fabrizio Carloncelli长期沉浸在东方文化的魅力中，他把对中国文化的解读融进了作品，又将符合现代生活节奏的设计巧妙地溶合在一起；而王是一位新锐的室内设计师，在不长却丰富的实践中，努力地探索着环境与家具赋予人们心灵上的慰藉以及积极的向上势能。当这些梦想中的家具面世并小范围展出后，意外吸引了市场与专业人士的关注，为日后的“FABIO范”设计系列埋下了一颗种子。

“FABIO范”的首款作品，来自Fabrizio Carloncelli对中国繁体文字“東”的解构：“東”是东方，作为一个西方人，如何表达他眼里的现代中国呢？设计一款外观象形“東”字的玄关，傲然于厅，也可做边柜使用。无数次实验，无数次地修改，Fabrizio Carloncelli非常感谢制作团队精湛的技艺和不懈努力，让他的画面草图还原成真实。从手绘图、



电脑渲染、定稿、选材、打样、着色，最后上漆到成品，展示空间，陈列，软装等，“Fabio范”35件家具：扶手椅、边柜、玄关和沙发等一个完整系列诞生了。从无到有，他们赋予“Fabio范”以新的面貌、新的美感、新的舒适和新的个性。当2016年一整系列诞生时，它已经更名为“Spider”，这是因为3年多的酝酿实践，设计师已经从最初的中国概念走向了国际化的视野。

“Fabio范”家具取材实木，因为自古中国手工艺传统首先是材质，取材天然，饱含天地灵气，历年生长的名贵木材是匠人最为推崇的原材料。于是，“Fabio范”选用昂贵的北美胡桃木，框架以胡桃木实木为主，灰褐色并带有明显的深色或黑色条纹，其颜色随着时间的流逝会变淡，呈现丝般华美。

“Fabio范”的形制比例十分协调完美，搭配现代的生活环境毫无突兀，不仅符合人们的使用习惯，而且强烈地传递出传统家具带给人们的感官感受：力量、结实和耐用。

“Fabio范”造型是现代摩登的，也合乎中国元素。设计师在创作时，赋予“家”的价值，象征一家之主的气度，是连接悠久过往和辉煌未来的纽带和展望。

“Fabio范”的细节处理雅致，线条弧度迷人，让人有一种迫切想触摸的冲动。最具品牌设计语汇的弧形支脚，宛如东方或是西方女性优美的腿部曲线。



从“新海派”出发，解构“唐堂”

如何打造这样的品牌，既让人能重温上世纪30年代远东最繁华的上海滩风情，又能体现如今复兴中的“新海派”文化的特征，这个任务交给具有多文化融合背景，又有跨界工作经验的马来西亚华裔设计师Philip Yap（腓力·叶）先生的手中，显然是再合适不过的了。Philip Yap选择了以“唐”命名这个家具品牌，试图再现中国最繁荣的一面，世界各国文化汇聚的中心，暗示中华民族及中华文化的伟大复兴。他认为：“我们有义务，用中国原创设计引出一潮流，一种有高度艺术性和关心目标群体生活要求的新风格。”

以“唐”为名，取其开放和自信。

“新海派”则继承了上海滩的摩登气质，把时尚和浪漫的“高定”带入家居中，但是在形象上不做限制。亚洲各地的文化和国际风格有机糅合在一起，没有时间的限制，也没有文化的隔阂，这奠定了“唐堂”的文化基础和风格延续。

“唐堂”的视觉传达系统以“新海派”为基础，与产品中使用的材料也形成呼应，空间中用以增添生活化的器物 and 饰品，是艺术感和功能性的平衡，以“无限”给以空间无尽的想象。目前上市的全系列“唐堂”家具包括：“艳”系列的五套客厅家具、“奢”系列的四套客餐厅家具以及“润”系列的五套卧室家具。

从建立初期创想这个品牌，“唐



E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT



堂”的创作团队就有了从产品、文化、品牌视觉形象系统、推广传播、营销拓展等方面的系统性计划。一次又一次地细化分析市场、挑选材料磨合工艺、合理化制定价格……都是要“唐堂”成为拥有成功商业运作、在消费市场中被接受和认可的品牌。

一个品牌的诞生很不容易，要有惊喜，要想惊艳。消费者已经进化到对单一、传统的审美没有新鲜感，他们想要更多，要“融合”不同文化和亚文化，形成新的风格才有意思。从海派文化中取经，对“文化大融合”敬礼。上海潮流中心的地位、海派文化的特殊魅力，给设计师很多启发和共鸣。

从设计师的角度，伴随着打造“新海派”家居风格的想法，产品的一些形象是同步产生的，以细节衍生出系列的关联性。“唐堂”的产品中，风格不是清一色的相同的比例，有的摩登时尚，有的稳重成熟，有的更偏中式，有的更偏殖民地风格。材料的合理混搭以及色彩的大胆使用，使其区别于其他的“新中式”。

独家扣皮工艺，以靓丽的色彩搭配成熟木纹，时尚化设计。独创的木皮拼接技术，形成充满异域风情、折中主义风格浓厚的图案，打造独家海派retro风格。

玫瑰金和不锈钢，既是结构又是装饰，分别配以钢琴烤漆的亮面黑檀羽哑光的胡桃木，形成不同的风格。

每一个产品的名称都与文化、生活息息相关，连接着产品和可以穿越时间的生活。比如取名“国色天香 / DYNASTY”，以剪纸般的金属切割和独家木纹拼接工艺呈现盛世光景，美轮美奂。

从“日出东方”到“出水芙蓉”，把手设计的是设计师很喜欢的地方，有其特别的寓意，也让家具带来更多的装饰属性，是“无国界”设计的结晶。

以光为名的艺术灯具也是唐堂的原创设计，触摸金属环的任何一处都可以调节明暗，经过厂家的不断调试，已经达到不会炫目的均匀渐变的光感。





E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT



产品1：AB1081（外销）

主要针对35岁以下的年轻人，面料质地柔软，通透性好，冬暖夏凉，极具慵懒和亲肤性。全公仔绵座包使其拥有极好的舒适感和拥抱感。沙发外套能轻而易举地进行拆洗，令家庭成员更容易打理。

[安迪柏臣] 艺术韵味、地域风情和人文历史

安迪柏臣（盛世华章）是一家拥有十几年生产经验的专业家具企业，生产基地位于中国重点的家具制造产业带——佛山。公司斥巨资打造了国际一流的生产制造设备，专业从事高品质布艺沙发，以及酒店公寓别墅工程配套沙发的研发、生产与销售。



独具匠心、精益求精，安迪柏臣以为人们打造最优质、最舒适的沙发为追求目标。公司拥有一批国内最优秀的设计师、工程师，结合国际家居审美潮流，创作出时尚新颖、巧夺天工的精品布艺沙发和配套工程家具，满足国内外高品位人士的不同要求。

安迪柏臣现已成功构建慵懒系列、

后现代系列、A8内销系列和工程系列四大核心生产板块。安迪柏臣沙发秉承欧陆风范，尽显大气稳重和高贵品质，畅销欧洲、东南亚、美洲、中东以及非洲等40多个国家和地区，深受海外知名品牌客商的青睐。

一直以来，安迪柏臣也十分注重将产品设计艺术与工程客户的艺术韵味、地

域风情和人文历史的完美结合，积极与海外著名室内设计公司联手合作，为国际知名连锁酒店（如香格里拉、希尔顿、喜来登、四季、皇冠假日等）提供配套的酒店家具。同时，安迪柏臣通过灵活多变的营销策略，针对海内外的公寓，办公室，以及会所别墅工程，为每个客户量身定做具有个性化的设计方案。



产品2：AB10100（外销）

该系列沙发采用传统美式家具造型的新式做法，整体造型现代、时尚大气，具有拥抱大自然的舒适感。天然、环保的棉麻具有优秀的透气性和亲肤性，质感柔软，通透性极好。



E 企业与产品
ENTERPRISE & PRODUCT



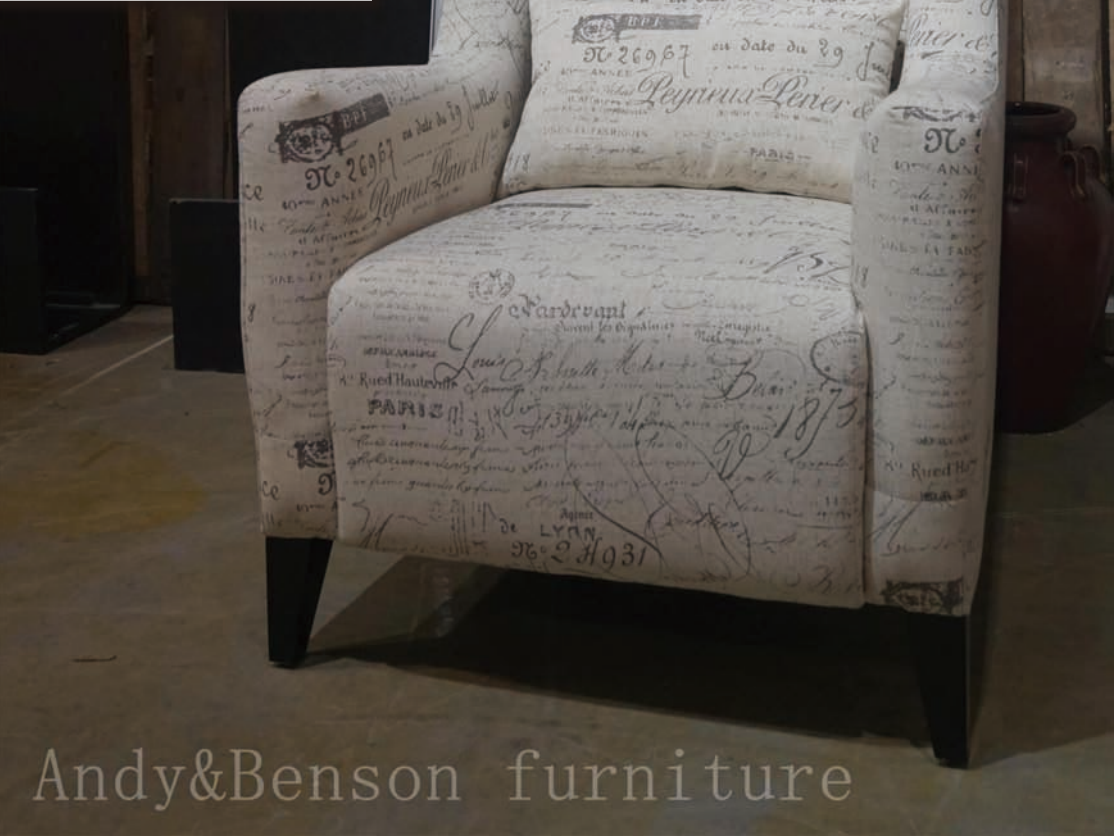
产品3: ABY1085 (外销和内销)

作为经典的美式款，该系列拥有着高雅华贵的外观造型，适合于追求品质生活的人。该款式以手工为卖点，每一个钮扣点的拉力都追求均匀，完美地保持着沙发的造型。海绵座包在保证其舒适和弹性的同时，完好地保持住其形状。



产品4: MC046 (外销)

在传统美式家具造型的基础上进行创新，几何及抽象的造型给人一种现代、前卫的感觉，使其无论放在古典还是现代的装修里都非常合适。由于棉麻的透气性和天然性，价格相对偏贵，但也有着更佳的亲肤性和舒适感。





E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT



产品名称：DRM 04A MONFORTE（蒙福蒂）

最出色的最小化设计的证明。关注平衡的美感。尤其关注床表面和床层体积。特别是榉木-卡纳莱托胡桃木或鸡翅木色的规格，渐细的床腿和高亮的床架带来精致的美感和毋庸置疑的卓越设计质量。床头板经过精心装饰，覆以面料或苯胺天然皮革。前部由单个无缝片制成，以获得完美的表面及平滑的触感。基本木制结构型有精装的面料或皮革的规格，有固定式或储物式可选。

[慕思]

将人体工学和睡眠环境学融入设计中

慕思是中国健康睡眠产业的领军品牌，以健康睡眠资源整合者的定位，与瑞士DOC、比利时Artilat和RAKO、德国Otten、德国米勒、意大利Figino、意大利Bedding S.R.L和LAMBORGHINI等数十家国际优秀寝具供应商建立起了长期合作关系，打造了健康睡眠系统的良好生态链，先后发布了第三、第四代健康睡眠系统，以及T6、T7健康睡眠测试系统。



2014年慕思十周年之际，发布了“筑梦全球”计划，未来十年将在全球30到50个国家开设自主品牌专卖店，正式进军国际市场。如今，慕思在中国香港、澳大利亚、德国、美国、意大利、加拿大、印度、日本等地的专卖店已成功开设上市，广受消费者欢迎，在全球又有2300多家专卖店。

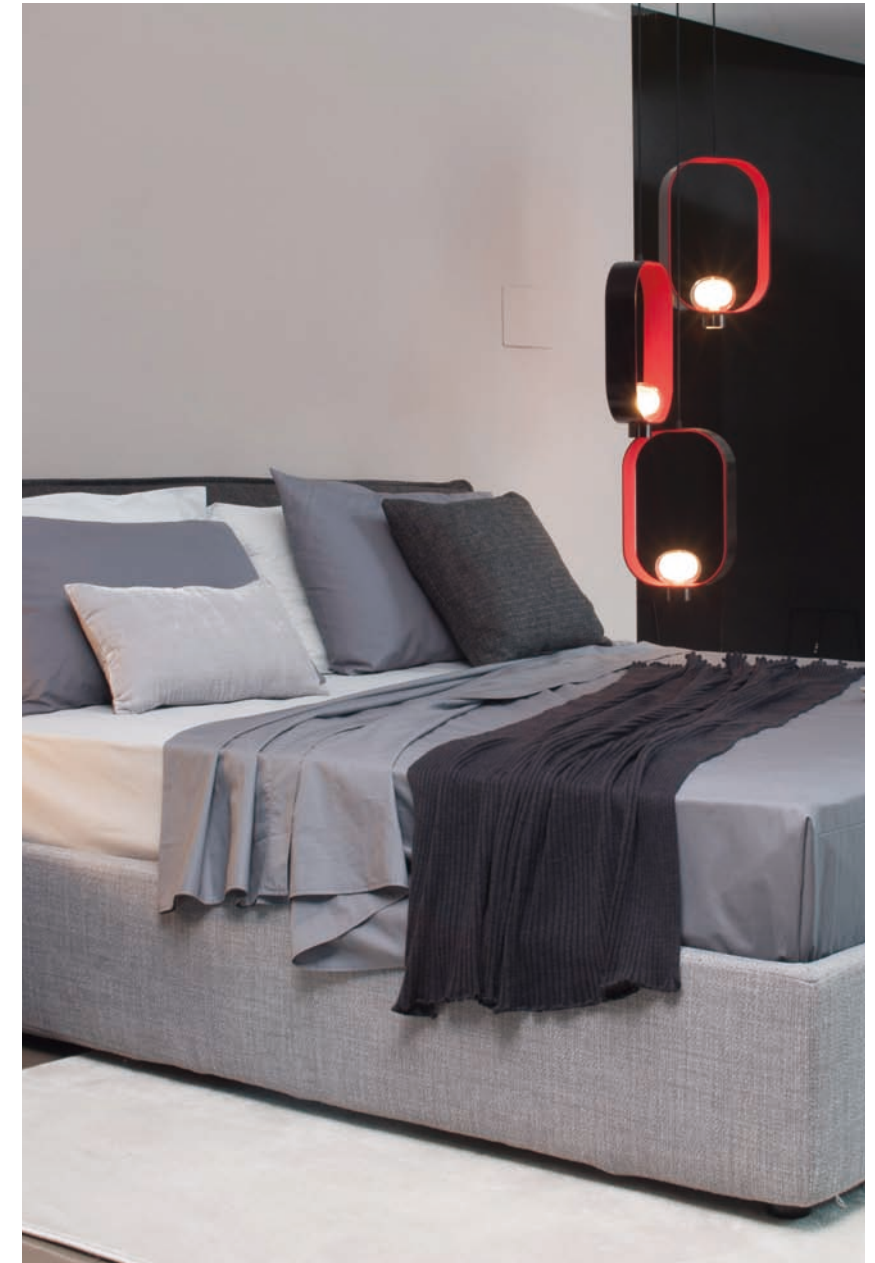
如今的慕思已成为消费者所熟知的健康睡眠理念的倡导者，经联系多年举办“健康睡眠万里行”、“全球

健康睡眠文化之旅”等或等，向国人普及健康睡眠的理念。慕思先后携手卫生部举行了“全球健康睡眠高峰论坛”、“携手中国睡眠研究会举办”澳中睡眠论坛”、“”对话世界睡眠大师”等一系列高规格学术研讨会议，传播健康睡眠文化。而慕思打造的《床上关系》、《筑梦者》系列微电影以及《觉》、《梦》、《憩》、《悦》四张音乐大碟更是从多维度传播健康睡眠文化，惠及广大消费者。



产品名称：DRM 05A SEMPIONE（圣皮奥）

对于那些寻求传统和当代风格相结合的有品味人士而言，这是更加环保的型号。精装的床头按钮是既是优质又是经典的象征，完美契合追求精致舒适、充满魅力的差异空间。有布料或优质皮革可选，对于固定式或储物式床架的型号，床头板可选择固定式或可拆卸式。另外，还有卡纳莱托胡桃木或鸡翅木色床架可选。



◀ 产品名称：DRM 06B CARROCCIO PELLE (卡洛奇澳 佩尔)

床的美学特征充分发挥现代设计间的平衡点，其重点是线条和比例，其体积赋予床体系统厚度和形状。床头看起来像一个“钢琴金塔”，其中床的整体风格则是其建筑元素之一。内饰——有织物或皮革可选——通过添加实用的可拆卸床盖，以及固定式或储物式床架来定义和强化其结构。

▲ 产品名称：DRM 16 MEDIOLANUM (梅迪奥兰)

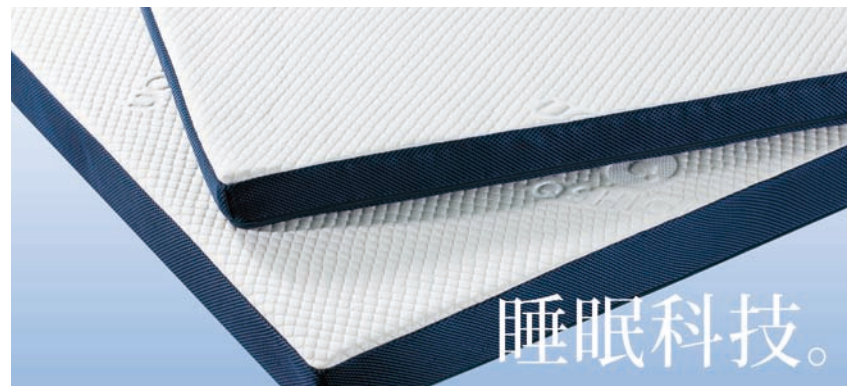
几何、现代、优美，它是经典或超现代的生活空间的理想献礼。其精确和定制线条使它具备多种功能，给每个专用休憩的房间超乎想象的经典韵味。床头设置在床架上，两个元素之间的镀铬对比差异，使其可以明显加以区分。此外，也有单色可选。床以织物或皮革填充和装饰。有固定式或储物式床架可选。



E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT

[巧璩] 专注创新技术和新材质的研发

巧璩（上海）贸易有限公司由台湾耀亿工业股份有限公司投资设立。巧璩重视生命、重视品质、爱护地球，专注提升创新技术和新材质的研发。采用安全、无毒、可回收的新环保材质，利用特殊3D网状结构制造出高涵氧量的床垫。QSHION高科技弹性纤维体让空气自由流动于整张床垫中，平均释放身体压力，其不亲水特质，使床垫随时保持干爽，迅速释放人体所排出的湿气，长时间睡卧也不会感到闷热；更可安全应用与婴儿、老人及长期卧床的医疗用品上。巧璩期盼为广大客层提供更健康、更舒适、更美好的睡眠生活。



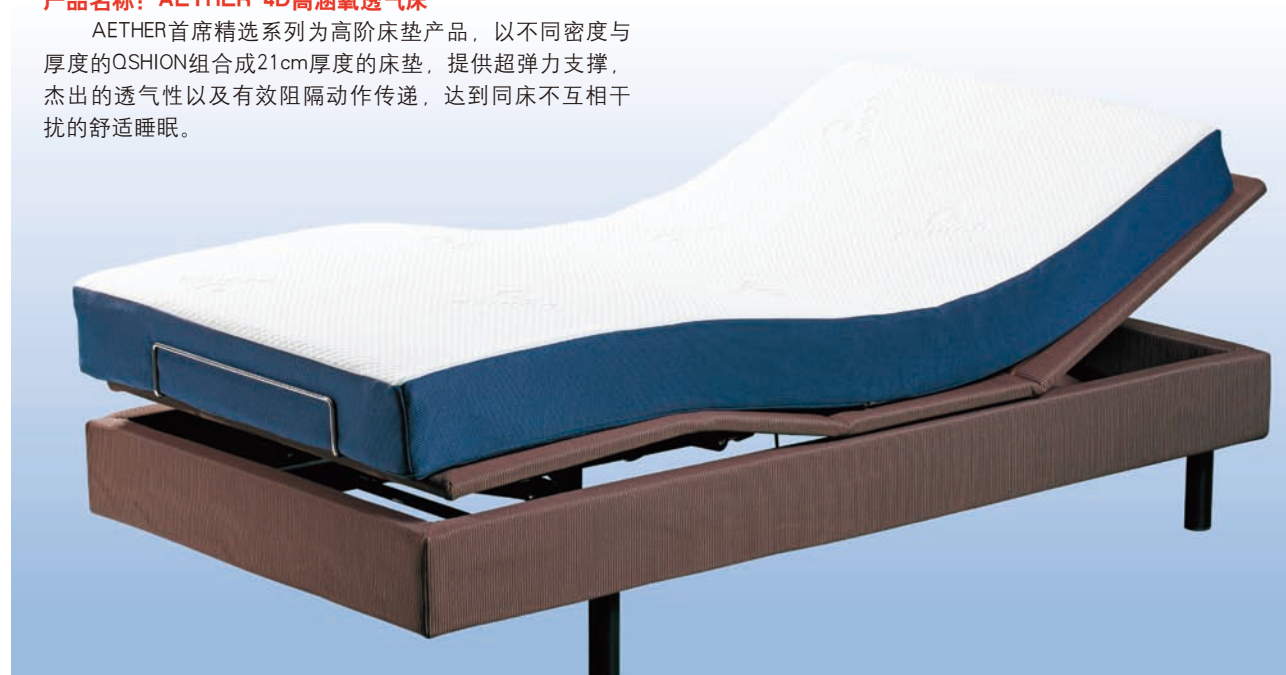
QSHION

产品名称：GAIA4D高涵氧透气垫

GAIA薄垫系列产品为拥有卓越技术的4D高涵氧透气垫，给身体全方位的支撑并释放全身压力。本系列产品共有三种高度（3/6/9cm）供使用者搭配选择，提供您无与伦比的睡眠舒适感。

产品名称：AETHER 4D高涵氧透气床

AETHER首席精选系列为高阶床垫产品，以不同密度与厚度的QSHION组合成21cm厚度的床垫，提供超弹力支撑，杰出的透气性以及有效阻隔动作传递，达到同床不互相干扰的舒适睡眠。



产品名称：CAELUS 4D 高涵氧透气婴幼儿用品

QSHION以爸爸妈妈的角度思考融入生活美学，专注制造符合孩子每个成长阶段需求、外观与功能兼具的聪明产品。QSHION核心机能包含了弹力释压、呼吸透气、抗菌防螨、水洗快干、健康环保等五大特性是您不可不体验的“新世代空气睡眠”！

QSHION

让健康睡眠唤起每一天



E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT



产品型号: Y1518 (外销)

给倦怠的身心提供全方位的依靠，靠背顶端和座前独具匠心的弧形设计，是设计师追求完美理念的印证；沙发的任意组合性，使空间多新意，让主人经常变换心情。大中小户型的互相转变，丝毫不会影响到沙发适用性。

YAYIHUA SOFA | 雅伊华

[雅伊华]

简约主义与时尚流行元素的完美融合

雅伊华家具有限公司创建于1996年，主要设计、生产、销售各种高档布艺沙发和布艺床，设备能力充足，产品质量稳定。公司在全国各地都设有专卖店，且产品出口到世界各地，年产值近3000万元。

在2015年的浦东国际家具展中，雅伊华销量名列前茅，经过一年不断努力创新，2016年雅伊华带来了全新的作品。在这一季产品中，每一件作品中都可以察觉到雅伊华的精心设计，更令人惊讶的是，它们各自拥有不同的表情：天然的绿色感、洗炼的舒适感、优雅的未来感。雅伊华企图以细腻的触觉，取代传统居家设计中专注于造型的变化。所有产品系列的精神源自于简单纯正的本质，实用的造型，使用上等的材质与织品，集结世界各地的高超工艺技术，怀抱深度内敛的舒适感，简约主义与时尚流行元素的完美融合，这就是雅伊华产品设计中心的哲学，不苛求产品的款式前所未见，但必须坚持设计的基调永恒经典。



产品型号: Y1509 (外销)

富有层次的羽绒高背垫和气垫式羽绒座垫的设计，给倦怠的身心提供全方位的依靠；靠背顶端和座前独具匠心的弧形设计，是设计师追求完美理念的印证；沙发的任意组合性，使空间多新意，让主人经常变换心情。大中小户型的互相转变，丝毫不会影响到沙发适用性。



E 企业与产品
ENTERPRISE & PRODUCT



产品型号: 1340 (内销)

为高端时尚人群提供造型宽大简洁，舒适随性高端休闲产品，把外观简洁大气的造型和使用的舒适性完美结合，适合大中客厅使用。造型设计可以说最经典也是最耐看的，宽大的进深，可以适合不同的坐姿，在沙发里盘腿坐或是半躺都比较随性自如。低矮的靠背，最能体现这款沙发走的国际化路线设计特征，在沙发上可以侧身坐将胳膊搭在靠背上，聊天的时

候更能拉近心灵的距离。低矮靠背再配合上大进深也使沙发大气品位，更符合雅伊华的设计定位。背包的错落有致使整个沙发更具有立体感、层次感。躺位的加长尺寸和背包的加入，区别于其他，可以完全当作主座，另尺寸的加大完全可以当单人床使用，家里来了朋友可以暂时小住。大圆墩的加入使整体效果更加，您不用再去费力选择茶几，选择个托盘就是茶几甚至喜欢做瑜伽的也可以当成瑜伽

垫。坐垫的海绵填充软硬适中，适合多重使用人群，就算是家里有老人和小孩也可以使用，不会影响孩子的身体成长和老人的起身问题。背包的鹅绒填充可以让您尽情的放松和舒缓疲劳，它的柔软使背部得到全方位的支撑。整体白色配色的选用让您不必担心和家里色彩搭配问题，千鸟格的使用画龙点睛，增添了无尽活力。设计师将方墩放到沙发中间加入了边几，使高低错落更有层次感，也是一个聊天时很好的休息区。

Good to Great.
追求卓越 永无止境

YAYIHUA 雅伊华 沙发软床

招商热线: 400-859-8666
WEB: WWW.YAYIHUA.COM



产品型号: 9041

作为形象款，具有高贵典雅风范，富含中国文化底蕴，运用毛呢面料的悬垂将其华丽转型演变成一款具有现代简约特色的布艺沙发，造型时尚大气，配色沉稳而富有格调，使得整体效果精致又不至于平淡。白色滚边的使用在视觉上与毛呢的材质形成质感上的对比，显得整体层次感更丰富。基材均经过干燥、防腐、防虫蛀、消毒，同时四面抛光等工艺制作而成，再经过高温三次烘干，其含水率控制在12%以下。根据沙发的设计及对软硬度的要求不同采用国际最新的分层减压式技术，进行了合理配比。所需的海绵全部由切割机器流水线完成，特殊造型的海绵，均使用海绵仿形机完成。





E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT

产品名称：拉德芳斯组合沙发 LA DEFENSE SETIONAL 沙发

La Defense 拉德芳斯组合沙发，产品最大的特点在于其组合方式的灵活性和无限性。沙发的所有座位都是由同样大小的方块组成，座椅和扶手的铝架可以自由拆装。你可以结合空间的大小，并充分发挥自己的想象，来改变产品的组合形态，就好像把俄罗斯方块的游戏场景搬到了客厅或庭院，让你的家时常换个样，让你的生活也更加新鲜有趣。



[亚帝] 户外家具的价值延伸到文化层面

Artie（亚帝）品牌是中国户外家具行业最早和最知名的品牌，也是国际户外家具市场深具影响力和美誉度的品牌之一，远销全球近100个国家和地区，在欧洲、北美、中东拥有庞大的客户群体。历经17年的专心经营和对市场的观察研究，亚帝在全球率首创“度假式家具”的概念，把户外家具的功能与价值延伸到精神及文化层面，重新定义了户外家具。亚帝产品均为原创，并且在国内和欧洲都已注册专利，展现着国际户外家具中高端市场引领者的风范。同时，亚帝也是第一家进入法国Maison & Objet（巴黎家居装饰展）的中国户外家具品牌。



产品名称：CASABLANCA SETIONAL 沙发

Casablanca 卡萨布兰卡组合沙发模块化的设计，它可以像魔方一样，根据使用者的意愿随心所欲地组合，不管是沙发、躺床还是日光床，它都可以轻松帮你实现，同时它还组合成情侣躺床，为你的二人世界增添一丝浪漫的气息。



产品名称：手鼓日光床

手鼓日光床的设计灵感来源于秋收之后稻田上一排排扎起来的草堆，外形上则借用了洋葱头的轮廓，看上去童趣可爱。上下端可以自由拆卸，将上端拆下来，还可以当做沙发使用，后端的留出的孔，可以用来靠头，高度刚刚好。这款产品曾荣获2014年红棉奖产品设计奖。



产品图名称：丝竹日光床/丝竹亭

丝竹日光床最大的特色便是组合形态赋予变化，功能多样。合在一起时是一张舒适的躺床分开摆放就是一套圆形的沙发；中间的圆茶几还可以用圆桌替换掉，这是它又变成了一套餐桌椅，放在酒店的大厅里，就可以形成一个个独立的用餐小包间，用餐者既可以有自己独立的就餐空间，同时又可以与外界保持联系，非常新颖、独特。背后留出的圆孔，刚好可以用来靠头。这款产品曾荣获2014年红棉奖的最高奖项产品设计至尊奖。



[再造] 重建生活和人的关系

“再造”由葛亚曦先生创立，是与“LSDCASA”并行的生活方式品牌，源于一个计算机指令“Ctrl+Alt+De”l，意为“重新启动”。我们希望有机会重新审视我们认为的美，以及引以为傲的“品味”和“尊严”。保持对生活的热爱，并找到可以让自己安宁的美。再造四大系列家具已经发布，并即将形成全面家居解决方案。

“再造”重新设计家具，图谋当代国人的生活之美，包含了形式、功能，实质上是重新界定当代的中国，生活环境和人之间的关系。创造被理解被尊重的体验，创造相信自己之后的安然平静。确信自己的独特才是最好的品味，离开狂热和虚妄才可能被生活的细碎打动，生活会由此而意趣盎然。



这款餐椅挺拔的造型，带给人舞台剧般的仪式感。绒布面料选用上世纪70年代曾经统治时尚界的深鳄梨绿，以黄铜钉收边，更具古典气息。

这款产品属于再造Manhattan系列，从积极进取的白领精英阶层，提取设计灵感。以他们的生活和理想为中心，把舒适、实用、感官、触感等设计坐标，定位到生活的真实需要中。黑与灰是曼哈顿金融人的正装主色，领结是必不可少的图腾认同。这款圈椅交融了方正的矩形和圆润的曲线，让坐姿自然优雅。



棉麻是家居生活中最令人着迷的元素之一，这种温暖和简单天然就贴近人的需求。面料软包的豆角收边，和黄铜材质的沙发脚，柔与刚的组合，个性十足。



这把椅子的设计灵感源自英伦伊顿公学的校服。黑色的山纹橡木犹如绅士的品格挺拔屹立，灰色的哑面布料贯彻低调内涵的作风，沙发靠背贴合人体背部最舒适的曲线设计。装饰性的金属钉扣，犹如校服纽扣的排衬，细节处独具匠心。



E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT

产品名称：QU collection

对大部分人来说，太阳升起意味着新的一天开始，将面临各种我们所熟知的或意料不到的事物。我们处在一个复杂多样的社会，与周围环境的互动便是生存的基础。我们与人、大自然共存于这个世界里，创造了一个称之为家的地方，在那里有我们温馨的家人日夜陪伴着我们不离不弃。

LaForma 使我们深信，家具便是创造所有良好氛围的源泉。为了适应当今的简约舒适的生活风格，我们设计出大批朝气蓬勃、简易随心的产品。在它们当中，我们尤其推荐QU 柜子，现代化多功能的QU储藏柜、电视柜让生活变的更加简易舒适。大容量、多型号、多款式的设计，在白色或灰色的底面上装饰哑光漆木，配合橡木贴面的精巧构思，这一切都会为您的家增添几分现代气息。



[朱力亚] 独特的360度的现代生活理念

朱力亚家具（深圳）有限公司创立于2011 年，是西班牙朱力亚家具集团公司在深圳的一家分公司。公司致力于创造，开发和销售家具，并提供配套的现代家居摆设以及室内设计配件。，自创立之始就一直努力追求同家具行业专业人士的坚实交流与合作。从西班牙到中国的办事处，朱力亚全方位地创建、开发和控制生产现代家具，推广及分销到欧洲各地的越来越多家具零售商。

在国际上，朱力亚通过自己的品牌LAFORMA 下七个目录销售产品，几乎所有家具都拆装。



产品名称：Vita collection

工业风格的设计灵感来源于工厂、仓库或者废弃房屋里的地下室。我们想象自己生活在纽约五十年代的工业城市里。在那里，有许多居民把大空间改造成自己的家。真实的空间，照进来的美丽光线，高高的天花板……所有的这些为以金属物体，复古的木头和玻璃为主的装饰品带来卓越感。Vita系列就是为这个时代而设计的。





E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT



产品名称: Corner桌

现代化的房子自然离不开精美的桌子的装饰。简约的线条勾勒出现代风格的时尚与新颖。如果您让您的室内装潢一直保持最新颖的状态，那么Corner系列的桌子将是您最佳的选择。



产品名称: Stick collection

Stick系列是专为满足用户需求而设计的，创造性地解决了保持空气清新不受油漆污染的难题。白漆纤维板和水曲柳木的完美结合，使之在任何地方都能营造一种温馨的气氛。我们重视桌脚的独创性，这也是Stick系列产品的主要特点。产品的功能以及中性的色调、柔和和质地的基础设计，让我们感受到大自然的气息。正如北欧人简单明了的家具布置风格一样，边桌还有餐桌并没有过多的装饰但却展示着现代简约时尚的气息，功能也是多元化的，简单的几件小家具便能组成另一种全新的系列，比如说在短短的几秒钟内，你可以将一块长板凳摇身一变成为电视柜。



/design
of
designers

中国国际设计师作品展示交易会
2016 CHINA INTERNATIONAL DESIGN TRADING EXPO

浦东新国际
2016.9.8-11

设计新势力

Young Forces of Design

dod.furniture-china.cn

MAISON
—Shanghai—



MAISON SHANGHAI
摩登上海时尚家居展

1号馆时尚东方 · 2号馆家居生活 · 3号馆舒适空间 创客未来



扫一扫 免费索票

展会时间：2016年9月8日-11日
展会地点：上海世博展览馆



十六年励精图治 十六年倾情专注

联通创业16年，矢志专注于家具配件的研发与制造，与中国家具企业风雨同行，共同感受中国家具业的跌宕起伏。在这难以忘怀的16年历程中，我们与中国家具界同仁建立了良好的沟通与协作。正是如此，才有了联通企业今天在业界的口碑和成绩。
面对同行业激烈的竞争，我们深知只有不断创新，才能超越自我，再创未来新辉煌。
联通人，诚挚携手中国家具业，同发展，共辉煌！

品质 联通 未来

全国各办事处联系电话

北京:010-67375288 / 上海:021-62458811 / 青岛:0532-86727209 / 沈阳:024-85900855 / 武汉:027-83945227 / 成都:028-87573560
西安:029-88367816 / 石家庄:0311-86815651 / 大连:0411-84492426 / 哈尔滨:0451-84027499 / 常州:0519-85351999 / 济南:0531-85806800
杭州:0571-8645-7836 / 福州:0591-83643337 / 深圳:0755-28252287 / 佛山:0757-23879620 / 中山:0760-88610772 / 东莞:0769-85915610
郑州:0371-67397030

浙江联通家具配件有限公司 ZHEJIANG LLTT FURNITURE FITTINGS CO., LTD.

地址:温州市经济技术开发区中片天台山路16号 Tiantaishan road 16 economic development zone Wenzhou city
Tel:0086-577-86555511 86555518 Fax:0086-577-86555500 PC:325011 E-mail:info@zjlntong.com http://www.zjltp.com

小配件 大不同 小产品 大事业



Provide Best Woodworking Machinery and Furniture Raw Materials
for Furniture Production, Decoration and Engineering Fields
为家具生产、装饰装潢、工程应用领域提供精良装备和材料的优质平台



FMC CHINA 2016

第二十二届中国国际 家具生产设备及原辅材料展览会

2016年9月8日-11日 8-11 Sep 2016

上海新国际博览中心 Shanghai New International Expo Center

2016 我们搬家了 上海新国际见



微信号 mugongzhan

fmcgle.com 家具制造在线
木工机械及装饰工程专业采购平台



Concurrently with 同期举办
Furniture China 2016
第二十二届中国国际家具展览会

Tel: +86-21-64371178 Fax: +86-21-33275105

Email: fmc@ubmsinoexpo.com

www.fmcchina.com.cn



