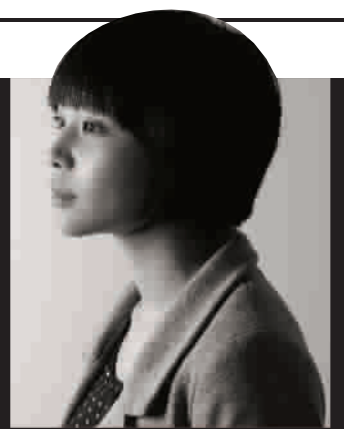


室内木制品会变得更有感情

文 / 黄晓靖

室内木制品在中国长期受到家居爱好者的偏爱,在刚落幕的广州家具展设计论坛上,我们发布了受瑞典木业委托所作、最新对中国消费者的木材审美偏好进行的研究,分析了室内木制品的四大设计趋势。

在设计中,CMF即色彩、材料与表面处理的缩写。其中,色彩是捕捉、传达感情方面的设计要素,材质和表面处理是细化情感的设计处理。我们相信,通过将CMF元素转化为产品设计,会令产品传达出更多人性化的特质。



YANG DESIGN 策略总监。师从德国用户体验专家,创办设计策略研究所,著有《设计趋势报告》、《小产品,大创意》等。



设计趋势 1. 溯美学

这一趋势是由中西文化融合而引起的美学潮流,但是不再一味地强调中国或西方某一端,而是更深层次的融合。这也意味着设计师将不会表面化地运用那些中国元素。在木材偏好的调研中,受访者最喜欢的室内设计风格是中式风格。因此,在产品上我们可以是中式家具和符合东方审美的室内设计,但材质上使用现代的、北欧的木材。

在这股趋势的影响下,红色和黑色半开放漆也越来越受到青睐。其特征是既满足了消费者对红色有天然的偏好,也显露出漂亮的木纹。从设计的角度来讲,我认为它区别于传统红木家具,能轻易地为年轻家居创造出现代的感觉。例子之一是今年的米兰国际家具展上意大利品牌 Cassina 与 Luca Nichetto 合作的 Torei 边桌。其桌面采用涂上红色和黑色半开放漆的实木,搭配黑色金属基座。产品系列中包括不同的几何造型和高度,除了单独购买和使用,在组合摆放时也能符合不同的功能需求,产生错落的东方美感。



Torei side tables by Luca Nichetto for Cassina



设计趋势 3. 实

我们对空气、食品,甚至是飞机的安全感都在逐渐降低。此趋势的宏观背景是基于国人对安全的社会环境,以及人与人彼此之间信任的诉求。在木材调查中,有44%的受访者在购买家具时关注无毒无害,这个比例在购买儿童家具时更高。

去年,日本提出了“一件可以用100年的产品”的口号,而类似的消费理念也在中国社会悄悄兴起。在设计上,此趋势体现为在材质上追求真实的材料(而非塑料等合成材料),或最能体现其本质的CMF(即色彩、材料、表面处理)设计。在木材偏好的调查中,我们发现受访者对清漆和半开放漆流露出明显的喜爱,这也是最能裸露木材真实纹理的表面处理。

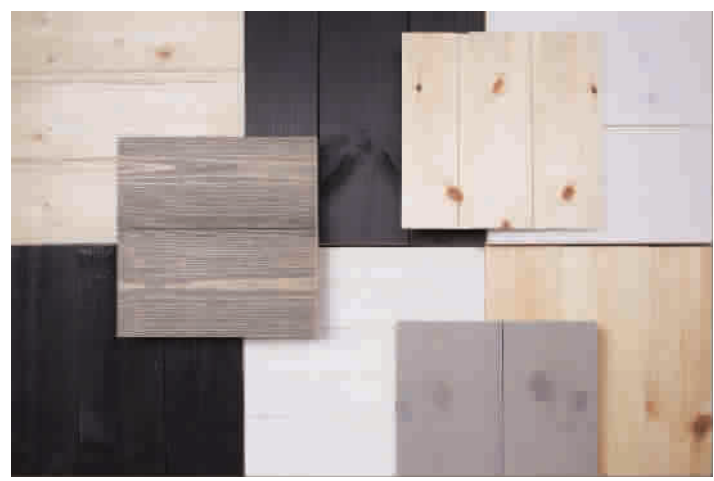
近年,我们的CMF(色彩、材料与表面处理)实验室在研究中留意到有主流品牌模仿牛仔布的纹理推出地板,主打年轻人市场。反过来,越来越多的合成材料模仿木的效果,希望成为室内木制品的替代品。随着中国消费者的成熟,消费经验的增加,将越来越排挤这类带来“仿冒”感觉的设计。这一例子也从反方面证实了追求真实感的设计趋势。凭借着真实、安全、无毒无害、温暖等特性,木制品在家庭环境中仍然具有不可取代的地位。



设计趋势 2. 轻科技

一股来自社交网络的虚拟力量已经入侵了我们的日常生活,屏幕改变了我们的审美。科技不再等于科幻,而是通过网络和智能设备的普及,充分融入到我们的家居生活中。我们对科技的印象更为平民、便民、亲民。如iPhone的最新版界面设计就采用了扁平化的图形和通透感、柔和的色彩。这一趋势很容易被80、90后的年轻人所接受,其所带来的色调很适合木制的儿童家具和突显女性柔美的室内设计。

事实上,色彩是最重要、同时也是最容易改变的产品设计手段。根据色彩试验表明,在正常状态下观察物体条件下,最初观察一物体时,色彩吸引了观察者的80%的注意力,而对形态的注意力仅为20%,这一过程大约可以持续20秒。家具品牌可以利用这一色彩原理,以色彩打造吸引消费者的室内木制品。



各种木制品的色彩和纹理设计



设计趋势 4. 亦舍亦得

“断舍离”是最近在年轻人当中受欢迎的流行词,其背后是我们对生活方式自我审视和自省,也带有“放下”的意味。从心理学的角度来讲,我们对“家”的期待已产生转变,逐渐从炫耀性的豪华家装转变为对个人舒适的追求。因此这一趋势正是给我们在视觉上“减负”,在室内设计中体现为简洁、洗练的风格和色彩。

在木材偏好的调查中,北欧风格是中国人心目中简约风格的代表,同时也是在中国第二受欢迎的室内设计风格,符合中国消费者对“大气”的定义。在室内木制品中,我们可以大面积地使用同一种材料,以及简约的图案纹理和色彩,从而打造宽敞的空间感。