

厨房家电发展的影响因素探究

刘 浏

(淮阴工学院, 淮安 223001)

摘要: 运用归纳分析法、比较法研究厨房家电产品,从社会、消费、技术等方面探究厨房家电产品发展的影响因素。首先探讨了人类生活方式、社会文化的变迁对厨房家电产品的影响;然后从消费者的消费观念和消费行为入手,分析了厨房家电产品的发展趋势;接着从技术角度探讨了信息社会厨房家电产品的发展状况;最后揭示厨房家电产品设计与时代进步的共生关系。

关键词: 厨房家电; 设计; 影响

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)24-0099-04

Study on the Factors Influencing the Development of Kitchen Household Appliances

LIU Liu

(Huaiyin Institute of Technology, Huai'an 223001, China)

Abstract: It studied the kitchen household appliances applying inductive analysis and comparison method, and analyzed the factors influencing the design on household appliances from the aspects such as society, consumption and technology. It firstly explored the influence of the transition of people's mode of life to kitchen household appliances, and then analyzed the development trend of kitchen household appliances starting from the consumption concept and consumption behavior of consumers. Moreover, it discussed the development status of kitchen household appliances under information society from technical perspective. The final part of this paper revealed the co-existence relation between the design on kitchen household appliances and the progress of the era.

Key words: kitchen appliances; design; influence

家用电器产品,自美国人1919年研制出世界上第一只电蒸锅始,发展已有百年。厨房家电产品的发展在一定程度上体现了大众的审美取向、感情归属、价值观念和生活方式,并能够对后者产生引导作用。设计是人类改变原有事物,使其变化、增益、更新、发展的创造性活动,好的厨房家电设计能够促进社会的良性发展、提升人类的生活品质,并能够经时间的洗炼保持恒久的魅力。

1 影响厨房家电发展的社会因素

1.1 生活方式改变对厨房家电产品的影响

“设计实际上是在设计人们的生活方式”^[1],而生活方式与人类生活休戚相关,并随着人类社会持续进步而改变,应该说自人类诞生之初,生活方式就处在

不断变化发展中,故而研究厨房家电的发展变迁不能脱离同时期社会生活方式的宏观背景,纵观家电行业发展,不难发现每当厨房家电产品发生革命性功能变更时,总是伴随着社会生活方式的悄然变化。近些年来,人们生活方式的变迁呈现以下几个主要特点。

1) 生活方式由单一化向多元化转变,如工作方式、工作形态多样化;学习方式多样化;休闲方式多样化如影视歌舞、读书看报、琴棋书画、上网冲浪、旅游度假等;饮食生活比重不断增加等。其中尤为重要是,现代人工作节奏快、工作与生活的界限模糊、“职场养生”观念兴起,使得厨房在专业写字楼内已成为标配,在这样的趋势下,厨房家电产品也在发生着改变,见表1。

2) 生活方式由同质化向个性化转变,在物质文明不断发展的过程中,“重集体而轻个人”、“重共性而轻

收稿日期: 2013-05-19

作者简介: 刘浏(1982—),男,江苏淮安人,硕士,淮阴工学院助教,主要研究方向为工业设计及理论。

表1 工作方式改变对厨房家电的影响

Tab.1 The influence to kitchen household appliances by the change of working mode

工作方式特征	生活方式改变	对厨房家电的影响	产品举例
环境的迁移	Soho办公	小型化、便携式	太阳能咖啡壶
	郊外办公	多种方式取得能源	
工作强度减轻	闲暇时间增多	体现生活品质	酿酒机
工作强度加强	可支配时间变少	智能、多功能	综合料理机

个性”的传统观念逐渐受到挑战。越来越多的人已经不愿再随波逐流,转而寻求属于自己的空间,见表2。

表2 个性化生活方式改变对厨房家电的影响

Tab.2 The influence to kitchen household appliances by the change of personalized mode of life

个性化生活方式特征	生活方式改变	对厨房家电的影响	产品举例
注重生活品质	拒绝平庸产品	品质至上	艺术品电水壶
强调个性拒绝雷同	形成独特、自信的风格	风格独特	整体定制厨电
拒绝无意义的消耗	时尚“懒”生活	信息化	物联网冰箱

3) 生活方式由传统转向现代,人们重新审视自己的衣食住行,在高效便捷的基础上追求健康舒适、节能环保,提倡人与自然共生,见表3。

表3 饮食方式变迁对厨房家电的影响

Tab.3 The influence to kitchen household appliances by the transition of dietary mode

饮食方式特征	生活方式改变	对厨房家电的影响	产品举例
中西饮食有机结合	中餐强调养生,西餐强调营养均衡,中西餐搭配	可烹饪中、西餐	微波炉
营养、美味并重	不过多地追求食物的味道和感官刺激	美味同时锁营养	智能电压力锅
强调健康理念	强调健康理念	监测健康、量化食物	信息终端灶台

1.2 文化对厨房家电风格的影响

产品作为文化产物,其背后必然隐含着人类的文化心理与文化精神^[2]。畅销的厨房家电产品除了须具备最基本的使用功能外还应满足消费者深层次的需求,注重给消费者带来精神上的满足。由于文化差异,消费者对产品的使用需求大致相同,而对其精神需求却大相径庭。文化对厨房家电的影响已经渗透到其设计中的各个方面,如材料、结构、造型、色彩等,在设计过程中消费者的文化特性和爱好、习惯应该被充分尊重和考虑。

如流行时尚文化,它是现代社会价值观念和生活观念的最新诠释,通过现代技术的包装与大众传媒的渲染,导致其往往成为生活方式、消费方式的风向标。韩国知名厂商LG推出的豪门冰箱,见图1,带来了LG希望每户家庭都拥有“艺术画廊般的厨房”的时尚理念。该冰箱是由LG设计师将冰箱与著名画家何祥林画作“盛唐纹”相结合而诞生的,在冰箱上完美呈现了画作的原貌,配合现代感十足的玻璃钢化面板,将施华洛世奇水晶作为画作中花蕊的装饰,完美融合了优雅高贵品质与浓郁的古典文化韵味,成功抓住了现代年轻时尚消费群体的心。



图1 LG豪门冰箱

Fig.1 LG luxury refrigerator

在进行厨房家电产品设计时,立足现代文化的同时也要正确对待当地传统文化和外来文化,不能尽弃传统,也不能盲目排外。在开发新产品时首先调查当地消费者的具体需求,充分考虑其生活方式、审美方式、文化习俗、经济条件等要素,通过设计融合当地文化,体现具有地域特色的文化内涵。

2 影响厨房家电发展的消费因素

随着经济全球化时代的到来,消费者的消费观念和消费行为也表现出新的特点和趋势。

2.1 从关注产品到关注人的生活方式

厨房对于消费者来说不再仅仅是提供食物的场所,而成为一种享受烹饪乐趣的体验之地。厨房家电对于消费者来说,不仅是提供烹饪条件的常用物品,也是消费者体现自我生活方式的一种映射。消费者从产品到生活方式的焦点转换,意味着设计师开始转变设计核心,由原来关注厨房家电产品的形态、色彩、材质、结构等构成要素,转移到关注目标消费群体的生活观念、价值取向以及生活方式,即是由对物的关注转移到对人的关注^[3]。

2.2 从关注价格到关注产品本身的价值

厨房电器产品的商品价值已经被消费者认识并认同(非功能性需求),这其实是未来行业发展核心的支持点。消费者选购厨房家电产品时,除功能外,对其风格、材料、工艺等非功能性内容的关注度日益提高,有些甚至已经成为消费者选择时的核心考虑。以食品料理机为例,这种融合了榨汁、搅拌、碾磨等功能为一体的综合食品处理器,价格比纯榨汁机要高。电压力锅更是囊括了原有电饭锅、高压锅、蒸锅的功能,定价也比相应单一功能产品高。从市场反映看,因为这些产品方便了生活,反而极为畅销。

2.3 从关注产品本身到关注整个利益体系

消费者选购厨房家电产品时,除了购买功能之外也在购买品牌、服务等。比如人们购买冰箱,首先关注的是品牌,确定了品牌之后就关注产品的服务政策,关注耐用件的寿命、易耗件的更换周期、费用,是否有免费上门服务政策等。根据马斯洛的需求层次理论,当消费者基本需求得到满足之后,新的需求将会产生。消费者不再满足于高质量产品,他们希望得到高水平体验、高规格服务^[4]。故而选购产品时不再局限于其本身质量,更多的关注起产品的品牌、产品所承载的文化品位,产品服务所带来的生活体验,甚至,将产品作为自身的一个标识,成为自身与社会发生关系的桥梁。

2.4 从关注个体到关注整体

设计的范围在不断扩展,在物质丰裕的条件下,产品正在不断的衍生为系列化的产品群,正如让·波德里亚所描述的那样,“物以全套或整套的形式组成”^[5]。消费者已经不仅仅关注到厨房家电产品的个体,开始转向系列化,倾向于选择能够相互呼应、对应或者相互衬托的产品。消费者在进行观望、购买、使用、清点厨

房家电产品时,考虑的不仅仅是这个产品提供的功效,考虑更多的是此产品在整个厨房产品系统中所居的位置,以及这个产品在家居环境中所能够扮演的角色。海尔整体厨电见图2。



图2 海尔整体厨电

Fig.2 Haier kitchen appliances

3 影响厨房家电发展的技术因素

3.1 新材料、新工艺的应用

新材料是指新近发展或正在研发的、性能超群的一些材料,往往具有比传统材料更为优异的性能。例如复合材料有良好的着色性、成型性、耐蚀性和装饰性,能很容易地进行冲裁、弯曲、深冲、焊接等加工。复合材料制成的产品具有优良的实用性、装饰性、加工性和耐久性,可以广泛用于厨房家电诸如冰箱、热水器、空调、微波炉、洗衣机、抽油烟机等。

预计到2015年,新材料应用比重将提升至25%。未来几年,国内家电行业对于新型材料需求量的年均增速也将保持在30%以上。在最新问世的厨房家电产品上也经常能看见这些新型材料的身影,如采用纳米涂料的冰箱产品,可以减少光的透射和热传递,产生隔热、阻燃等效果。

3.2 信息技术

物联网家电正在从概念变为现实。物联网是指通过各种信息传感设备,如传感器、射频识别(RFID)技术、全球定位系统、红外感应器、激光扫描器、气体感应器等各种装置与技术,实时采集任何需要监控、连接、互动的物体或过程,采集其声、光、热、电、力学、化学、生物、位置等各种需要的信息,与互联网结合形成的一个巨大实体网络。目的是实现物与物、物与人、所有的物品与网络的连接,方便识别、管理和控制。随着物联网技术的推广,厨房家电的智能化程度

将会进一步提高^[6]。

利用互联网运用电脑或手机实现远程控制,不受地域的限制,用户可以利用共享资源对厨房家电进行操控,还可以查询厨房家电的存储与使用状态,以做出更好的判断,了解自己的需求,使厨房家电更好地为自己服务。在进行微波炉智能化设计时可以考虑将信息技术整合其中。例如,通过结合无线通信技术实现与互联网的对接,可以通过电脑甚至手机进行终端控制;通过结合视频娱乐技术,实现电视、广播节目的播放;通过结合摄像头、触摸板,运用图像识别技术实现对用户、食材、操作的扫描,智能化反馈。这样一来,未来的微波炉产品将焕然一新。

3.3 交互科技

厨房家电产品目前的交互方式以视觉、听觉、触觉为主。自然用户界面是交互方式的未来发展方向,是指人机交互界面更加自然、更加直观、更接近人类行为方式。

“更直观更自然”的交互方式具体表现在:智能化、多感官、多维度。意指用户能随意调用各种感觉通道、效应通道;在信息输出的方式上,将从以视觉为主发展到听觉、触觉、嗅觉、感觉等多种方式;在输入方式上,将以传统的手动方式发展到包括语言、动作、声音、视线等多效应通道^[7]。目前在人机交互界面中,手动输入方式发展已经极为普遍和成熟,主要有手指感应、笔式感应两种方式,其原理都是利用压力作用输入信息。通过语音信息输入的方式正在逐步完善,不久就会投入实用。相信不久的将来,真的可以聊天一般就让厨房里的众多家电产品开始工作。

4 结语

设计的物质呈现形式是产品,产品承载着设计意识的表达,是物化了的思维。可以说厨房家电产品设计风格的不断变化正影响或改变着人类的饮食文化、生活习惯^[8]。随着个性化、整体化、智能化厨房家电的融入,厨房已经变成了一个集烹饪、娱乐、休闲、社交为一体的多功能生活空间。同时,不断变化发展的人类饮食文化、生活习惯,不断变迁的生活环境也对厨房家电产品设计提出了新的要求。例如时代的快速发展形成了快节奏的生活节拍,这就要求产品的高效与便利,以节省更多的时间和精力,使生活

变得更加简单和舒适。厨房家电产品设计与时代进步息息相关,它们相互促进,螺旋上升,不断推动着社会的进步与发展。

参考文献:

- [1] 孙景华.生活方式创造商业价值[M].北京:机械工业出版社,2009.
SUN Jing-hua.Lifestyle to Create Business Value[M].Beijing: China Machine Press,2009.
- [2] 柳冠中.事理学论纲[M].长沙:中南大学出版社,2006.
LIU Guan-zhong.Science of Human Affairs[M].Changsha: Central South University Press,2006.
- [3] 符国群.消费者行为学[M].武汉:武汉大学出版社,2006.
FU Guo-qun.Consumer Behavior[M].Wuhan: Wuhan University Press,2006.
- [4] 李彬彬.设计心理学[M].北京:中国轻工业出版社,2005.
LI Bin-bin.Design Psychology[M].Beijing: China Light Industry Press,2005.
- [5] 波德里亚.消费社会[M].南京:南京大学出版社,2006.
BAUDRILLARD J.Consumer Society[M].Nanjing: Nanjing University Press,2006.
- [6] 关一脉,李世国.凸现物联网特征的新型户外用品设计研究[J].包装工程,2010,31(18):14—17.
GUAN Yi-mai, LI Shi-guo.Research on the New Outdoor Products Highlighting Characteristics of Internet of Things[J]. Packaging Engineering,2010,31(18):14—17.
- [7] 李世国.体验与挑战:产品交互设计[M].南京:江苏美术出版社,2008.
LI Shi-guo.Product Interaction Design[M].Nanjing: Jiangsu Arts Press,2008.
- [8] 王增,何人可,黄凌玉.家电产品系统化设计探析[J].包装工程,2009,30(7):98—100.
WANG Zeng, HE Ren-ke, HUANG Ling-yu.On Systematic Design of Household Appliances[J].Packaging Engineering, 2009,30(7):98—100.