

现代意大利家居产品设计研究

刘永翔¹, 王颖¹, 李万军²

(1. 北方工业大学, 北京 100144; 2. 北京财贸职业学院, 北京 101101)

摘要: **目的** 对意大利现代家居产品的设计方法进行研究与总结,并结合自身的观点,探索其设计魅力的根源。**方法** 研究及分析意大利设计体系,结合经典产品分析,归纳意大利设计的思维和方法论特点。**结论** 通过对意大利设计体系的理解,总结编写出其设计体系下的6个思维和方法论特点,并运用于自身项目实践且取得了良好效果,从而对国内家居产品设计具有借鉴和指导意义。

关键词: 意大利; 现代设计; 家居产品; 设计体系; 文化

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)08-0086-04

Modern Italian Household Product Design

LIU Yong-xiang¹, WANG Ying¹, LI Wan-jun²

(1. North China University of Technology, Beijing 100144, China; 2. Beijing College of Finance and Commerce, Beijing 101101, China)

ABSTRACT: It aims to study and summarize the design method of Italy modern household products, combining with my own views, to explore the charm of the Italian design. It researches and analysis design system of Italy to induce the characteristics of thinking and methodology of Italian design, comparing with some classical products. It sums up six characteristics of thinking and methodology of the design system by understanding it and achieves good results in practice. It also has the reference and guiding significance to the design of domestic household products.

KEY WORDS: Italian; modern design; household products; design system; culture

今天意大利高度发达的设计产业让意大利能与其他强国并驾齐驱,更迈向树立全新价值观的现代社会及注重科学精神的现代世界中。之所以选择意大利作为设计方法的研究对象,不仅是因为其历史背景,更是因为意大利的设计独具自己的设计理念与视觉风格,具有一种打破狭义设计理念的开放性设计思路,并更加强设计原创性,考虑到产品与公共空间的交互关系,这种为人和为自然而设计的理念使意大利设计在国际设计舞台上赢得了很高的地位,这种设计风格也让家居产品设计在意大利多元的设计发展方向中脱颖而出,其丰富的设计语言及情感化表达,都是意大利设计理念的生动体现,家居产品设计也成为意大利现代设计体系中极具代表性的一员,众多优秀的家居设

计品牌在意大利诞生,凝聚设计师人才,专业化设计生产流程,将设计产业提高到新的高度,使意大利的家居产品设计如虎添翼,如今已经成为家居设计领域中一盏引领潮流的灯塔,其所展现出的创造力与创新精神使之展现出了独特的艺术魅力,在全球化趋势的今天,终使意大利设计艺术成为国际设计领域的重要角色,被各国的设计行业加以瞩目及关注。

1 现代意大利设计分析

1.1 意大利现代设计理念

意大利现代设计在不断摸索自身发展方向的过程

收稿日期: 2016-01-08

基金项目: 2014年北京促进人才培养综合改革项目

作者简介: 刘永翔(1969—),男,黑龙江人,博士,北方工业大学教授,主要从事工业设计方面的教学和研究。

中,产生了“艺术生产”的理念,这种理念既保证了由意大利设计出的产品具有非常高的审美品味,也可以看出在意大利设计被当作一种文化被进行探讨,更像一种代表了完美生活方式的艺术^[1]。埃托·索特萨斯经常在其设计作品中将建筑学、美学、技术和对社会的兴趣融为一体。

意大利现代设计的另一个理念,即“用艺术来引导生产”,早期的意大利设计师多数大学就读于诸如米兰理工学院,东林建筑学院等建筑设计的高等学府^[2],这确保了意大利设计师拥有深厚的受教育经历,宽泛的学识,他们通常多才多艺,不会被单一的思路所局限,进行多元化的设计,不会将设计理解得过于狭隘,只有宽泛的学识和目光,才能更好地发挥自身的创造力和灵感,可以说是为意大利的现代设计作品赋予了灵魂。意大利现代设计作品所做的并不仅仅是单一的生产,还蕴含了除实用性外,设计师的思想、理想、追求、愿望及幻想,通过设计来更多地满足人们在精神上的需求。这一点让意大利现代设计的产品与其他国家的设计作品呈现出不一样的风采与面貌,除了具备优异的功能性以外同时表达出更多的信息。今天的意大利现代设计,不仅蕴含了创造性,还具有深度的文化含义及文化品味,强调通过设计满足精神需要,是融入人性与生活情趣性的设计^[3]。

1.2 意大利现代设计体系

1.2.1 意大利设计体系的构成

意大利现代设计在二战后迅速崛起,被认为是“现代文艺复兴”,意大利人视设计为一种文化、哲学,而不仅仅是理论与实践^[4]。意大利著名设计评论家乌别托·艾科曾指出:如果其他国家把设计看作是一种理论的话,那么意大利的设计则是设计的哲学,或者是设计的意识形态^[5]。意大利现代设计体系是建立在大企业(领导性品牌公司),小作坊(专业部件、半成品供应商),设计师(工作室、事务所)三位一体,密切协作的基础上的^[6]。意大利现代设计成功的因素就是创造并形成了一整套融合全部产业链结(研究、设计、开发、制造、市场、营销、展示)的现代产业系统。

1.2.2 意大利设计体系下的设计思维

意大利设计思维主要可以用6个词去形容,合作性、个性化、诱导性、综合性、试验性和诠释性。

1) 合作性。设计的创新是不可能由一个“孤独的天才”创造的,是由很多人或是团队成员一起深思、由顾客去质疑、由合作者一起去挑战,最后呈现通过深思熟虑的、非独立判断性的共享思想和吸引人的、关

注力强的、变革性的成果。

2) 个性化。设计师要进入客户的思想,从他们的角度出发,针对用户的需求去设计,不断提问:“我的产品或服务将如何融入他们的日常生活和提高他们的体验?”做到对不同的人或人群去定制出相应的产品和服务。

3) 诱导性。设计时用想象力去重新定义要解决的问题,自己切身实际地去操作与演示问题。让要解决的问题尽可能地去发生,尽管会感到不舒服,但这正是要去改进和创新的地方。

4) 综合性。在考虑问题的时候,把它作为一个整体而不是将其拆散,去改进认为需要去解决的单个方面。真正需要的是接受对立面的张力,去创造一个新的模型,包含的每个方面都优于过去的新的集成。

5) 试验性。不要害怕挑战,要去动手试验,要去考虑消费者的需求,运用头脑风暴的方法去创造解决方案,去测试理论和产品用来定位目标人群。没有一个试验是坏的试验,成功或失败的试验,它们都会引领人们去创造和产生更多新的解决方案。

6) 诠释性。设计师在设计时向自己提出问题“你想解决什么问题?这是你的客户的真的问题所在吗?”重新去架构问题,从不同的角度去寻找新的机会,从而推进项目,照顾到每个角度。

2 意大利现代家居产品设计特点

2.1 意大利家居产品的易用性

功能的易用性是一件设计作品好坏的评判根本,凡是可以被认可为优秀的设计作品,无论是拥有美观的造型还是惊奇的创意,都必须同时保证其功能的易用性,如果设计产品使用方式过于繁琐,产品将会难以被使用者所接受,为满足产品的其他属性而大大影响功能易用性的设计产品通常不是优秀的设计,科技含量及功能的易用性一直是产品设计的出发点,而就这一原则而言,意大利家居产品设计在易用性上有非常好的表现,无论是通过技术性达到对功能性的创新,还是运用人体工程学对使用感受的优化,都有很多优秀作品。这其中,由意大利比乐蒂公司于1933年设计的经典咖啡烧煮壶,见图1,是意大利家居设计产品中易用性的经典诠释^[7]。品牌认可率高达95%,在意大利更是拥有几乎家家使用的市场覆盖率,巧妙的设计所达到的易用性让这件小小的家居设计产品近百年持续畅销而没有被市场淘汰。这把咖啡壶由可

食用铝合金打造,这是一种渗透型材质,可以在每次烧煮时存留咖啡的香味,经过人体工程学特别设计的壶把,让它使用起来更加舒适。这一看似简单的设计产品却是一项伟大的发明,几乎是西方厨房中的一场革命。对于咖啡爱好者而言,咖啡制作的过程需要用到的设备较为专业且相当麻烦,更多人选择去咖啡吧饮用咖啡,而这件咖啡壶的诞生为他们提供了享受咖啡的全新方式,只要准备水以及研磨咖啡粉,只需要简单的三步,放入水及咖啡粉后进行加热,数分钟后便满屋飘香,而且对使用环境并不挑剔,可以加热的地方就可以使用,加热的方式也非常灵活,从明火炉灶到电加热皆可,这件设计产品将咖啡的制作从高度的繁杂降低到了一个人人可及的水平上来,特别适合个人及家庭使用,超低的使用成本,舒适易用的使用体验,让这件意大利家居设计产品畅销数十年至今还备受宠爱。

2.2 意大利家居产品的审美性

在意大利的家居设计产品的造型与其设计构思中,都可以看出来,审美性对于意大利的家居产品设计来说,是一个备受重视的内容,在保证实用的性能为前提下,意大利设计师所设计的家居产品总能为原本冰冷死板的日常生活用品披上一件漂亮的新衣,甚至为之赋予“生命”,这种在设计中对产品审美性的高度保证,主要受影响于意大利设计中“艺术生产”的理念,以及其民族所继承的古希腊罗马自古对美学的重视及对美的追求,这些因素都为日后的出自意大利设计师之手的现代设计产品所具备的高度的审美品味做出了保证^[8]。如由阿莱西公司旗下著名设计师菲利普·斯塔克所设计的外星人榨汁机,见图2,在外观上一改普通果汁压榨器的单调,被赋予了一个极富视觉冲击力的全新造型,但如此独特的造型并没有使之在功能性上受到任何影响,反倒大大强化了性能,与传统果汁压榨器不同,这件外星人榨汁机在主体部分的造型与传统果汁压榨器恰好相反,尖锐的部分被颠倒设计在下方,头部的造型变得非常柔和,这个设计通过对人体工程学的巧妙运用,解决了普通果汁压榨器用力按压果实而导致尖锐的压榨器顶端对掌心的刺痛感,水果在被顶端挤压后所溢出的果汁,将淌在“外星人”身体精美的凹陷纹路,后跟随整个身体优雅的流线型设计汇聚于底部,再滴入杯中,3条纤细的“长腿”构成三角形从主体延伸出来,在划过优美的弧线后锋利的脚尖轻轻点着地面,这不仅让这个果汁压榨器多添了几分优雅的



图1 比乐蒂咖啡壶

图2 外星人榨汁机

Fig.1 Bialetti brikka coffee pot

Fig.2 Juicy salif juicer

姿态,也非常巧妙地解决了从顶部按压受力的承重。这件经典的意大利家居设计产品拥有极富视觉冲击力的全新造型,更是借此大大提高了其性能的易用性,是意大利家居产品设计中对审美性的惊艳表现与性能优化进行完美结合的代表性产品。

2.3 意大利家居产品的情感性

意大利设计师认为家居产品不应该仅仅是一个提供休息和放置物品的物件,更应该是可以在结束一天的劳累之后,为自己在这个压力不断增长的世界中寻找一个能够让使用者释然,供人们栖息或使用的家居产品。设计师也将自己对生活的情感赋予其设计的作品里,意大利的家居产品设计,是将设计产品赋予情感性的优秀代表,其产品不仅蕴含了创造性,还具有深度的文化含义及文化品味,强调通过设计满足精神需要,是融入人性,充满生活情趣的情感性设计。其中,由意大利著名设计师阿里桑德罗·门蒂尼与意大利知名设计集团阿莱西联手合作设计的Anna G开瓶器,见图3,这件于1994年设计的日常生活用品是意大利家居设计中情感性的最高体现,裙装的摆动造型更是借鉴于玛丽莲·梦露的性感造型^[9]。惟妙惟肖的造型,活泼鲜艳的色彩装扮,栩栩如生的窈窕躯体,让原本冰冷的不锈钢开瓶器瞬间拥有了生命,这位开瓶器拥有俏皮的身影,欢快的表情配以使用时上下摆动的双臂,使开红酒这样一个简单的日常动作被赋予了“生命”与独特的魅



图3 ANNA G开瓶器

Fig.3 Anna G bottle opener

力,这件作品是对意大利家居产品设计中情感性的完整体现与诠释。

3 意大利家居产品设计项目研发

3.1 项目产品设计开发流程

在实际项目产品开发过程中,意大利企业设计部门或设计公司或设计师,在接到项目时,一般遵循一套严谨而有序的产品设计开发流程。总结分为9个阶段:项目简述、调查与分析、设计概念、概念挑选、深化设计、设计验证、生产、试运行及运营。

该设计项目实例是为 Delimano 这个品牌设计厨具产品,该品牌遵循意大利设计体系,隶属于 TVS 这个意大利厨具企业及制造商,由 Studio Moderna 工作室管理设计运营工作,主要用于在中东欧市场的销售,通过对 Delimano 品牌分析,发现品牌特征可以总结为:健康就是财富;陶瓷厨具作为独特的销售主张;旨在提供创新和愉快的烹饪经验;品牌特有的基本色调作为设计语言;产品承载的故事是一种与顾客沟通的方式。项目设计开发流程见图4。



图4 项目设计开发流程

Fig.4 Project design and development process

3.2 设计项目概述

1) 市场分析调研。公司所提出的设计方向:(1)设计出一套或一系列从没在市场上出现的、真正独特的厨房用品;(2)设计出一种可以同时具备多种功能的厨具产品;(3)根据传统的菜品准备步骤带来的灵感,设计一组或一系列厨具产品。

2) 产品设计定位。通过调查和分析工作得出设计定位为:节省时间、易于准备、多功能、多种用途、享乐型烹饪、快速烹饪、健康、节省空间/易于收纳、特殊工具为特殊的菜品、自洁。ONDE 定位用户故事版见图5。

3) 设计方案呈现。ONDE 效果见图6。



图5 ONDE 定位用户故事版

Fig.5 The user catalogue of ONDE



图6 ONDE 效果

Fig.6 ONDE rendering

4 结语

通过对意大利现代设计的分析、设计体系的确立与形成、家居产品设计特点等方向着手,完成了对现代意大利家居产品设计方法的研究,并且通过对其设计体系的理解,总结编写出了意大利设计体系下的思维、方法论、意义,将其设计特点及设计运作流程运用于设计项目实例作为研究成果实践。后通过更进一步的研究与总结,谨写出此文。希望此文对现代意大利设计体系及家居产品的研究,能为中国的现代设计产业注入新的活力。

参考文献:

[1] 李慷.基于意大利设计体系下的创造性思维方法的探讨[J].科技信息,2011(17):667—668.
 LI Kang.Discussion of Creative Thinking Method Based on Italian Design System[J].Science & Technology Information, 2011 (17):667—668.
 [2] 姜勇.从意大利现代设计到中国设计发展[J].科技信息, 2010 (21):191.
 JIANG Yong.From Modern Design of Italy to China Design Development[J].Science & Technology Information,2010(21): 191.
 [3] 刘善.意大利设计 趋向务实的浪漫[J].家饰,2004(8):78—81.
 LIU Shan.Italian Design Tends to Pragmatic Romantic[J].Home Decoration,2004(8):78—81.
 [4] 梁梅.意大利设计——生活的美学和艺术化[J].美术观察,

(下转第161页)

全智能化的阶段,可穿戴产品在那个阶段会以更好的形式出现。

参考文献:

- [1] 张鹏翼.能源与功能实现——论可穿戴设备核心设计原理[J].电子世界,2014(5):196.
ZHANG Peng-yi.The Realization of Energy and Function: Wearable Device Core Design Principles[J].Electronic World, 2014(5):196.
- [2] 孙效华,冯泽西.可穿戴设备交互设计研究[J].装饰,2014(2):28—33.
SUN Xiao-hua, FENG Ze-xi.Interaction Design for Wearable Devices[J].Zhuangshi, 2014(2):28—33.
- [3] 范圆圆.可穿戴设备:一个值得期待的科技新宠[J].科技日报,2014(4):12.
FAN Yuan-yuan.Wearable Devices: a Desirable Technology Darling[J].Science and Technology Daily, 2014(4):12.
- [4] 张明.高龄者家用医疗产品设计机会研究[J].包装工程, 2012,33(18):41—45.
ZHANG Ming.Study on the Design Opportunities of Home Health Care Products for the Elderly[J].Packaging Engineering, 2012,33(18):41—45.
- [5] 魏亮,徐迎阳.可穿戴设备安全威胁与防护措施[J].电信网技术,2013(11):9—11.
WEI Liang, XU Ying-yang.The Security Threats and Protection Measures of Wearable Device[J].Telecommunications Network Technology, 2013(11):9—11.
- [6] 朱梁.健康监测跑步机的研发[D].杭州:浙江理工大学, 2013.
ZHU Liang.Research and Development of Health Monitoring Treadmill[D].Hangzhou: Zhejiang Sci-tech University, 2013.
- [7] 孙益祥.可穿戴设备发展趋势及信息安全风险分析[J].无线互联科技,2013(11):92.
SUN Yi-xiang.Analysis of the Trend and the Information Security Risk of the Wearable Devices[J].Wireless Internet Technology, 2013(11):92.
- [8] 刘颖.医疗行业大数据分析的应用初探[J].装饰,2014(6):40—43.
LIU Ying.Analysis of Big Data in Healthcare Industry[J].Zhuangshi, 2014(6):40—43.
- [9] 张家祺,黄锦源,代亚君.可用性工程在电动汽车造型设计中的应用研究[J].包装工程,2013,34(22):30—32.
ZHANG Jia-qi, HUANG Jin-yuan, DAI Ya-jun.Research on the Application of Usability Engineering in Electric Vehicle Design[J].Packaging Engineering, 2013,34(22):30—32.
- [10] 王郁.可穿戴设备:点火已经燃起[J].中国科技财富,2014(4):52—55.
WANG Yu.Wearable Devices: the Ignition Has been Renewed [J].China Science and Technology Fortune Magazine, 2014(4): 52—55.
- [7] 梁梅.图说意大利设计[M].武汉:华中科技大学出版社,2013.
LIANG Mei.Pictures of Italian Design[M].Wuhan: Huazhong University of Science and Technology Press, 2013.
- [8] CECILIA B.Design City Milan[M].Cecilia Academy Press,2007.
- [9] 刘星.阿莱西设计美学对设计管理的启示[J].包装工程, 2012,33(12):124—128.
LIU Xing.Revelation of Alessi Design Aesthetics on Design Management[J].Packaging Engineering,2012,33(12):124—128.

(上接第89页)

2002(5):72—75.

LIANG Mei.Italian Design: Art and Aesthetics of Life[J].Art Observation, 2002(5):72—75.

[5] 闵花卉.解析意大利设计[J].艺术与设计,2007(2):19—20.
MIN Hua-hui.The Design Art of Italy[J].Art and Design, 2007(2):19—20.

[6] TONINO P.意大利设计[J].创意与设计,2011(3):4—7.
TONINO P.Design in Italy[J].Creative and Design, 2011(3): 4—7.