

基于年轻消费群心理调研的实木家具设计探究

周橙旻^{1,2}, 朱诣凡^{1,2}, 于梦楠^{1,2}, 付小曼^{1,2}, JAKE Kaner³

(1.南京林业大学, 南京 210037; 2.江苏省林业资源高效加工利用协同创新中心, 南京 210037;
3.诺丁汉特伦特大学, 诺丁汉 999020)

摘要: **目的** 提出实木家具设计未来方向的立足点, 以便满足消费者的心理需求。**方法** 采用网络调研与实地调研相结合的方式, 对都市人群的工作、生活、行为方式及消费心理进行分析, 以及对现有的目标产品——实木家具的优缺点以及市场状况进行梳理, 并运用多维分析法对实木家具的需求指向及设计指向进行阐述。**结论** 实木家具的设计方向应注重在保证人体舒适度的情况下, 通过创新设计来实现功能化的要求, 更倾向于清新、简约的风格, 强调色彩要素、家具材质、装饰手法、情感要素的统一协调。综合运用各要素, 使设计的饱满性强, 因此基于年轻消费群的实木家具设计不仅是产品本身的创新设计, 更是在人、市场、产品共同作用下的设计。

关键词: 实木家具; 简约; 设计; 创新

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)24-0226-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.24.041

Solid Wood Furniture Design Based on the Psychology Research of Young Consumers

ZHOU Cheng-min^{1,2}, ZHU Yi-fan^{1,2}, YU Meng-nan^{1,2}, FU Xiao-man^{1,2}, JAKE Kaner³

(1.College of Furnishings and Industrial Design, Nanjing Forestry University, Nanjing 210037, China;
2.Jiangsu Co-Innovation Center of Efficient Processing and Utilization of Forest Resources,
Nanjing 210037, China; 3.Nottingham Trent University, Nottingham 999020, UK)

ABSTRACT: The work aims to put forward the foothold of the solid wood furniture design future direction, so as to meet the consumers' psychological needs. The way of network research combined with field research was adopted to analyze the styles of work, life, behavior and consumer psychology of the urbanites, and the advantages and disadvantages of the existing target product: solid wood furniture as well as the market conditions were combed. Moreover, the multi-dimension analysis was carried out to explain the demand and design orientation of the solid wood furniture. The design direction of solid wood furniture should pay attention to ensuring the realization of the functional requirements through innovative design under the condition of the human body comfort. The solid wood furniture design prefers the fresh and concise style and emphasizes the consistency and coordination of color element, furniture material, adornment gimmick and emotional factors. All the elements are comprehensively applied to make the design strongly powerful. Therefore, the solid wood furniture design based on young consumers is not only the innovative design of product itself, but also the design under the joint action of people, market and product.

KEY WORDS: solid wood furniture; concise; design; innovation

近年来,我国家具业发展迅速,各类家具企业及产品间的竞争也日益激烈,实木家具作为颇受消费者

青睐的家居产品也面临着产品升级的压力。据相关调查显示,实木家具产品占据了中高端家具消费市场的

收稿日期: 2018-09-12

基金项目: 国家重点研发计划资助(2017YFD0601104); 江苏省林业资源高效加工利用协同创新中心项目; 江苏高校优势学科建设工程资助项目(PAPD); 江苏省政府留学奖学金项目

作者简介: 周橙旻(1978—),女,无锡人,博士,南京林业大学副教授,主要从事家具设计与工程、家具品牌形象策划设计及家居软装展示设计等方面的研究。

主要份额，且中老年群体为实木家具的主要消费者，因此研究适合年轻消费群体的实木家具不仅可以弥补市场空缺，而且对实木家具产品的转型和升级也有很大的推动作用。

1 目标人群分析

1.1 调研样本信息

目标客户定位为都市 80、90 后群体，笔者设计了实木家具消费心理问卷，本次综合调研了目标客户对当前实木家具消费市场的印象，对未来实木家具的心理预期及他们对家具设计相关要素的喜好，具体的数据将结合家具设计要素进行详细分析。

此次调研采用了网络调研与实地调研相结合的方式。问卷共发 120 份，其中有效问卷 116 份。调研样本的基本信息为：男女比例为 47% 和 53%，20~25 岁最多，占 43%，26~30 岁占 26%，31~35 岁占 15%，36~40 岁占 9%，40 岁以上占 7%；其中学生人群占 43%，白领占 32%，个体占 12%，工人占 5%，教师占 3%，商人占 3%，其他占 2%；学历程度中专及以下占 7%，高中生占 8%，专科生占 9%，本科生占 46%，硕士生及以上占 30%。

1.2 问卷设计

调研问卷主要问题有以下几类：第一类是对市场上实木家具的印象、品类、购买习惯等宏观开放性问题的问卷设计；第二类是对消费心理的因素进行问卷设计；第三类是对实木家具产品存在现状进行问题设计；第四类是基于提供的多种直观且不同风格类型的家具图片而产生的对家具的喜好度、风格、色彩、材质、造型、功能、装饰等的问卷设计。

1.3 行为模式分析

1.3.1 生活模式分析

随着网络技术的逐渐发达，人们可以足不出户地了解到各种信息，久而久之，人们开始逐渐喜欢旅游、聚会、淘宝、宅在家、网络游戏、写博客等，讨厌被束缚，包括做家务、早起、做重复的工作、与上司沟通等^[1]。

1.3.2 工作方式分析

随着教育的普及和社会分工形式的改变，当前工作讲究团队合作^[2]。良好的团队会促使人们更快成长，反之，则易导致低效率的工作以及高离职率。人们渴望实现自我，追求个人在工作中的价值。

1.3.3 消费心理分析

《城市画报》曾形象地把 80、90 后群体称作“清贫贵族”^[3]。此类群体的生活条件大多数相对优越，在消费过程中较重视体现自我个性，对于商品所带来的审美效应的重视程度往往会超过对于该商品价格的考虑。

2 实木家具市场调研

在展开设计前，有必要对实木家具目前的情况以及目标客户对新产品的的设计预期做充分的了解^[4]。在对家具设计要素进行分析之前，有必要进行一次总的综合分析过程。

2.1 调研样本对目前市场实木家具的印象

根据调研结果可以得出人们对当前市场上的实木家具的印象如下，目前市场实木家具概况见图 1，目前使用的实木家具的不足见图 2。

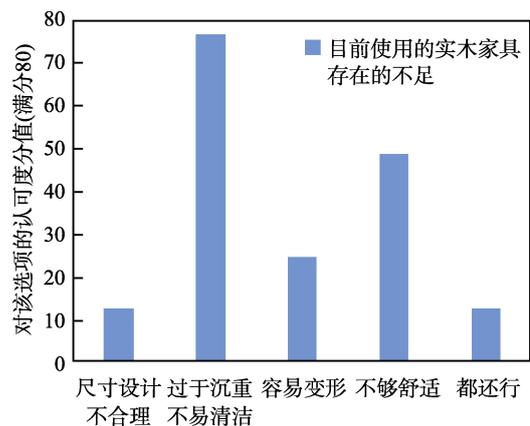


图 1 目前市场实木家具概况

Fig.1 Overview of current market solid wood furniture

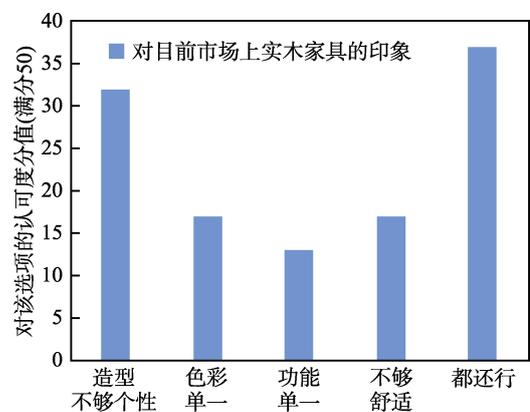


图 2 目前使用的实木家具的不足

Fig.2 The current use of solid wood furniture

在调查样本中，接近半数的人对目前的实木家具设计情况比较满意，剩余的不满意因素中占有较高比例的是“造型不够个性”，因此可以得出未来实木家具的设计指向，以及目前使用的实木家具的不足。

2.2 目前实木家具产品的不足

当前使用的家具所存在的不足，是未来产品的设计突破点。通过改进不足之处，必将赢得意外的市场反馈。实木家具在使用一段时间之后，必定会产生让人厌恶的缺陷。在这些缺陷所占的比例中，掉漆及变形最让人难以容忍，老旧实木家具的缺陷见图 3。

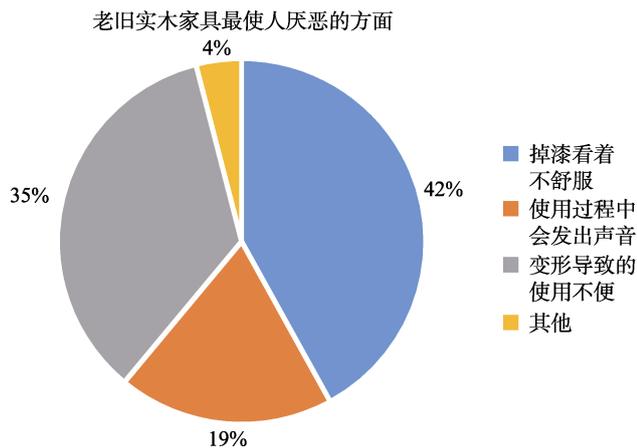


图3 老旧实木家具的缺陷
Fig.3 Defects of old solid wood furniture

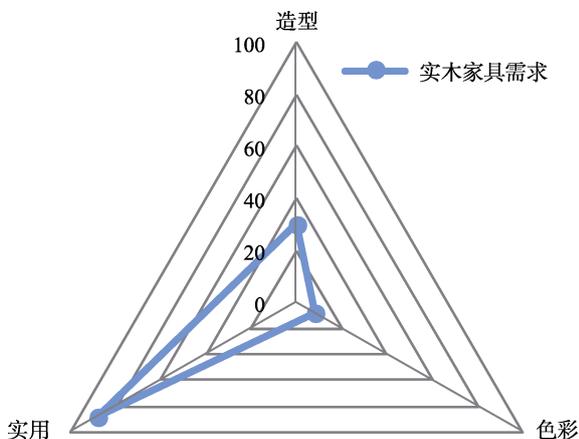


图4 实木家具的需求指向
Fig.4 Demand for solid wood furniture

3 实木家具设计要素分析

通过以上对实木家具的市场调查对接下来实木家具的创新设计起到了很大的指导作用。笔者同时通过问卷调研从实木家具与室内风格要素、造型风格要素、材质及色彩要素、家具表面装饰手法以及情感要素这五大方面来进行实木家具的创新设计分析。

3.1 实木家具的需求指向及设计指向

在本次调研数据中可以清楚地发现，人们更青睐于“清新简约风格”的室内设计，占70%以上，新古典次之，其他风格中以新中式最少，个性混搭和自然田园风相近，占比在10%，因此，对于清新简约的室内设计风格的研究将对后面的实木家具设计具有很大的指导作用。

清新简约室内设计风格的特点在于注重功能和空间组织，见图6，这种风格中使用的家具造型简单、线条流畅、颜色淡雅。北欧风格的家具在这种室内设计中运用较多，而新中式与新古典家具在某种程度上只能作为局部点缀来用。传统中式风格及欧式风格家

2.3 购买实木家具的方式

根据调研结果，发现25%的人选择了“信得过的品牌”，48%的人选择到卖场亲自挑选，16%的人经设计师或亲友推荐购买，11%的人到工厂或请木匠定制。在问卷中，90%以上的人没有特别钟情的品牌，而剩余的10%中所填写的品牌也是五花八门，可见实木家具的品牌效应尚未形成，因此，家具的“卖相”很重要。

2.4 实木家具需求指向及设计指向

在对实木家具的卖点调研中，绝大多数人认为“舒适实用”是最重要的，实木家具的需求指向见图4。综合分析数据，可以得出实木家具设计应首先保证舒适度，然后再通过别出心裁的造型设计来吸引顾客眼球，实木家具的设计指向见图5。

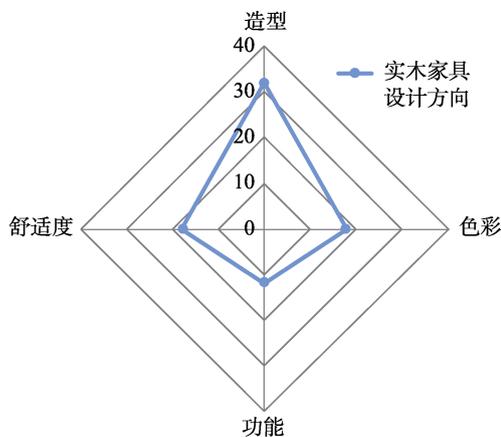


图5 实木家具的设计指向
Fig.5 Solid wood furniture design point

具在这种室内设计中运用得很少。

3.2 造型风格要素分析

在当前实木家具设计领域，主要有“传统中式”、“古典欧式”、“质朴北欧”、“新古典”、“新中式”五大主流设计风格^[5]。根据调研结果可以看出人们对北欧和新古典风格的喜爱程度最高，这同样也与上一条调研数据相吻合，实木家具的造型风格受欢迎度见图7。

3.3 材质及色彩要素分析

3.3.1 材质要素分析

实木家具设计的主材质是实木，找到另一种可以与实木材质相辅相成同时也能够保持整体设计风格和谐材质很重要。笔者罗列了家具中常用的一些材料，可与实木搭配的材质见图8。通过调研发现除了塑料材质与木材搭配欣赏的人很少外，其他材质与实木搭配的受欢迎程度基本持平，因此，在实木家具设计中可以根据设计需要，混搭金属、玻璃、其他木材、石材、皮革、软包材质^[6]，以获得最终所需要的材质对比效果，可与实木搭配使用的材质性质见表1。



图 6 清新简约风格的室内设计

Fig.6 Interior design of fresh and simple style

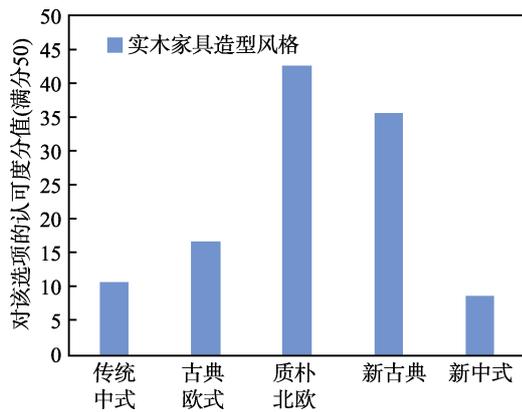


图 7 实木家具的造型风格受欢迎度

Fig.7 Popular solid wood furniture design style

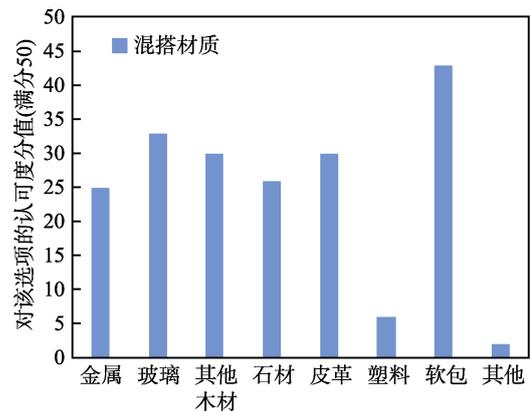
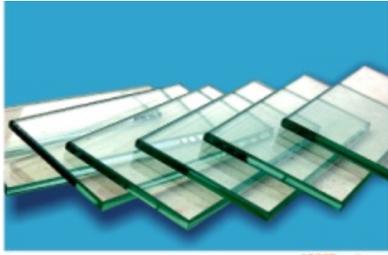


图 8 可与实木搭配的材质

Fig.8 Collocated with the solid wood material

表 1 可与实木搭配使用的材质性质

Tab.1 the material properties of t collocated with solid wood

材质	性质	材质	性质
	金属：热传导性强，质感冰冷坚硬，具有科技感和现代感。与实木配合使用对比强烈可以提高实木家具的现代感。		石材：冰冷、自然是石材的代名词，其中大理石材具有美丽的花纹，自然大气，然而在现代实木家具设计中，这种材料使用得相对较少。
	玻璃：光感效果好，给人轻盈剔透的感觉；另外，烤漆玻璃则显得现代高档。这种材质运用在实木家具上能够减轻实木家具本身的厚重感。		皮革：手感好，纹理美，光泽感好，舒适。皮革与实木家具间合理搭配使用可以明显提高实木家具的档次。
	木材：木材之间性质很接近，这就决定了他们配合使用时，两者之间的对比感远不如与其他材质混搭来得那么强烈，但可以取长补短，相互映衬。		

根据以上表格分析,结合设计目标定位,可在未来设计实践中优先选择金属、玻璃以及皮革与实木搭配使用从而进行设计尝试。

3.3.2 色彩要素分析

与材质相关的另一个直接要素是色彩。在设计中往往产品的色彩比造型本身更加容易引起人们的注意^[7]。色彩的使用对设计整体风格和基调的确立,起到很大的作用,撞色设计同样也是混搭设计的重要手法,因此对色彩的分析至关重要。

实木家具设计的主要优势在于实木的亲亲和性温和的质感肌理效果。笔者针对现有实木家具色彩在人群中的喜爱程度进行调研,实木家具色彩见图9,可看出更多人喜爱黑褐色和原木色。调研结果中得出的“黑色”以及“原木色”仍然具有东方韵味。另外,这两种色彩也是上文对“人群最喜爱的室内风格”中常用的家具色彩,因此,未来这两种色彩可作为最主要的设计配色参考。

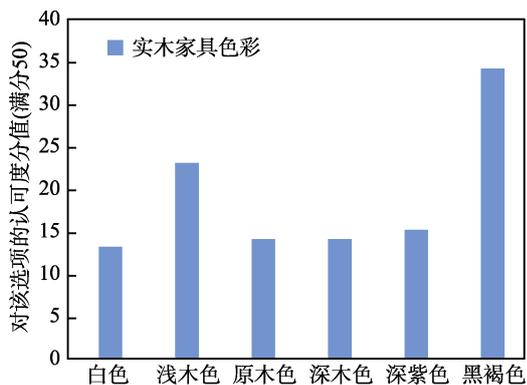


图9 实木家具色彩
Fig.9 Color of solid wood furniture

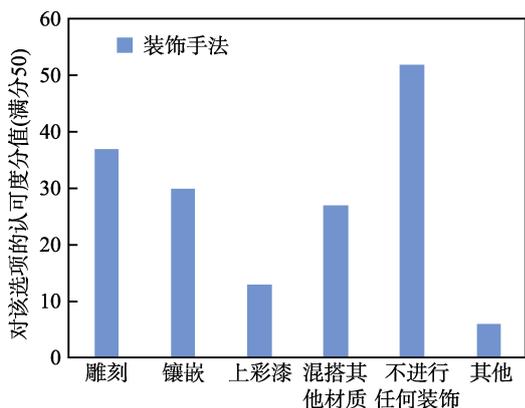


图10 实木家具的表面装饰手法
Fig.10 Decoration of the solid wood surface

3.4 家具表面装饰手法分析

当今实木家具设计中运用最多的是浅浮雕。浅浮雕可以使实木家具的看点增加,提高档次和品质^[8]。采用这种装饰手法可以提高文化韵味和内涵,使设计作品所具有的精神功能得到一次明显的提高^[9]。透雕

在近些年也开始逐渐流行起来,这种装饰手法可以使实木家具的通透感增强,使其在视觉上很轻盈。同时,透雕可以提高实木家具的档次。镶嵌手法主要在一些艺术收藏家具和高档家具中出现得较多。这种装饰类型使家具显得富丽堂皇,极具装饰感。镶嵌手法在家具局部点缀装饰中占的比例较大。实木家具的表面装饰手法见图10。

运用其他材质来装饰家具的手法在近些年运用得越来越多,包含了实木与金属材质、玻璃材质等多种材质的混搭设计^[10]。

纯粹无装饰的实木家具在当今市场上也出现得很多,这种类型的家具通常只通过本身木纹的优美或者上漆工艺的精湛来体现出实木家具的美感^[11]。

综合人群对实木家具造型风格喜好情况的数据结论,未来可选择“雕刻”、“混搭其他材质”、“不进行任何装饰”3种装饰手法来进行设计实践,从而满足年轻消费者的需求。

3.5 家具设计情感要素分析

通常设计作品真正打动别人以及让人感动的是作品背后所包含的文化内涵和故事情节,因此对设计的情感要素进行分析非常必要。在所有艺术门类中,能够引起别人感情触动的主要有音乐、绘画、文学、舞蹈及影视^[12]。设计师应通过设计作品文案的制作,来使消费者产生情感上的共鸣,从而使产品从外在形态到内在蕴含的故事都能同时打动消费者。

4 结语

综上所述,通过对年轻消费人群的消费心理调查与设计要素分析,提出了在设计实木家具的实践过程中,需要综合考虑消费者的行为特征、发掘目前产品的问题并结合功能创新、风格诉求、色彩要素、家具材质、装饰手法、情感要素等各方面来进行设计前期的企划工作。对此,笔者提出以下几点建议:(1)根据消费人群的行为特征进行针对性设计;(2)对目前实木家具产品的不足加以改进;(3)综合运用各大设计要素使设计灵活饱满。基于年轻消费群的实木家具设计不仅是产品本身的创新设计,更是在人、市场、产品共同作用下的设计。只有充分考虑各方面的可行性,才能设计出符合消费者生理和心理双重需求的实木家具。

参考文献:

- [1] 李建. 关于生活方式的设计战略思考[J]. 设计, 2014(4): 131—132.
LI Jian. Design Strategic Thinking About Lifestyle[J]. Design, 2014(4): 131—132.
- [2] 周橙旻, 关惠元, 钟诚. 中平价位传统型主管桌的创

- 新设计研究[J]. 家具与室内装饰, 2010(11): 15—17.
ZHOU Cheng-min, GUAN Hui-yuan, ZHONG Cheng. Creative Design of Mid-priced Traditional Head Table [J]. Furniture and Interior Decoration, 2010(11): 15—17.
- [3] 侯海鸥. 基于消费心理下的中国住宅设计研究[D]. 株洲: 湖南工业大学, 2012.
HOU Hai-ou. Chinese Residential Design Research Based on Consumer Psychology[D]. Zhuzhou: Hunan University of Technology.
- [4] 柳翰. 关于实木家具产业的反思[J]. 家具与室内装饰, 2015(3): 14—17.
LIU Han. Reflection of Solid Wood Furniture[J]. Furniture and Interior Design, 2015(3): 14—17.
- [5] 乔会娇. 论东方新古典主义家具[J]. 安徽文学, 2010(7): 102.
JOE Hui-jiao. On the East of Neoclassical Furniture[J]. Anhui Literature, 2010 (7): 102.
- [6] 莫家娉. 展望未来家具设计的材料——对家具设计材料的探索[J]. 美术教育研究, 2012(3): 61—63.
MO Jia-pin. Looking Forward to the Furniture Material in the Future: Exploring the Furniture Material[J]. Art Education Research, 2012(3): 61—63.
- [7] 张寒凝. 现代家具的色彩意象研究[D]. 南京: 南京林业大学, 2011.
ZHANG Han-ning. Research on the Color Image of Modern Furniture[D]. Nanjing: Nanjing Forestry University, 2011.
- [8] 李敏秀. 中国家具装饰的发展历史与艺术特色探析[J]. 包装工程, 2010, 31(6): 110—113.
LI Min-xiu. Brief History and Artistic Features of Chinese Furniture Decoration[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(6): 110—113.
- [9] 曹玉钧. 极繁主义装饰风格在现代家具设计中的应用[D]. 北京: 北京林业大学, 2013.
CAO Yu-jun. The Maximallism Style of Decoration in Modern Furniture[D]. Beijing: Beijing Forestry University, 2013.
- [10] 时新. “虚”与“实”在现代家具设计中的应用探析[J]. 包装工程, 2010, 31(22): 30—32.
SHI Xin. Discussion on the Application of Emptiness and Solidness in Modern Furniture Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(22): 30—32.
- [11] 邱娟. 漆艺家具传统与现代的融合[D]. 上海: 上海师范大学, 2015.
QIU Juan. The Fusion of Traditional and Modern in Lacquer Art Furniture[D]. Shanghai: Shanghai Normal University, 2015.
- [12] 游娟. 现代家具艺术化设计的时代意义[J]. 中国包装工业, 2014(10): 56—58.
YOU Juan. Significance of Modern Furniture Art Design [J]. China Packaging Industry, 2014(10): 56—58.