

# 中国台湾家具品牌座具类产品意象分析研究

蔡志军, 王丽卿

(台湾辅仁大学, 新北 242)

**摘要:** **目的** 通过对中国台湾家具品牌座具类产品意象进行分析, 结果可供家具设计工作者及研究者开发产品时参考, 从而提高台湾家具设计的竞争力。**方法** 使用立意抽样筛选 2020 年“第三十届 TIFS 台北国际家具展”参展的 10 个家具品牌, 每家品牌选取 5 张座具作为研究样本, 共 50 件, 施以亲和图方法进行台湾家具产品意象研究。**结果** 得出设计美学、生产模式、艺术风格、用户体验和文化背景 5 大项目, 并衍生出 19 个小项及其之间的相互关系。**结论** 台湾家具品牌座具类产品, 在意象的艺术风格上, 中国风与北欧风格的家具占多数, 简洁的家具造型与质朴的家具意象, 符合现代人简约的生活理念并饱含人情味。在色彩的选择上以低彩度为主, 如咖啡色、米色、浅灰色等, 低调并且百搭。在原料上选用木头材质的居多, 木头也因其温润的质感, 普遍受到家具市场的欢迎。

**关键词:** 台湾家具; 品牌; 座具类; 产品意象

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)22-0388-11

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.22.051

## Analysis and Research on Imageries of Seat Products of Taiwan's Furniture Brands

CAI Zhi-Jun, WANG Li-qing

(Fu Jen Catholic University, Xinbei 242, China)

**ABSTRACT:** Through imagery analysis of seating products of Taiwan furniture brands, this paper produces the results that can be used as a reference for furniture designers and researchers to develop products, so as to improve the competitiveness of Taiwan furniture designs. Ten furniture brands participating in the 30th TIFS Taipei International Furniture Fair in 2020 are selected. From each brand, 5 seats are selected as research samples, and totally 50 samples are selected for studying the imageries of Taiwan furniture products by KJ method. Five major projects are concluded, including design aesthetics, production mode, artistic style, user experience and cultural background, and 19 items and their interrelations are derived. In terms of artistic style, Chinese style and Nordic style furniture account for the majority of Taiwan furniture brand imageries. The furniture with simple shape and imageries are in line with modern people's simple life concept and full of human feelings. In the choice of color, the monotonous color is preferred, such as coffee, beige, light gray, humble and easy matching. Most of the materials are made of wood, which is also popular in furniture market because of its warm texture.

**KEY WORDS:** Taiwan's furniture; brands; seat; product imagery

20 世纪 90 年代, 中国台湾面临台币升值、土地和劳工成本大幅上涨、原材料匮乏、竞争力逐渐衰退、家具业成本大增等困难<sup>[1]</sup>, 导致台湾家具制造商开始了产业的转移, 有的家具制造商选择了越南、泰国、

马来西亚等东南亚国家, 有的则选择了其他省份, 也有部分家具制造商选择了继续在台湾谋求发展。选择留台发展的制造商面对的是企业的转型, 他们需要创建自己的品牌, 提高家具产品的竞争力, 才能继续在

收稿日期: 2021-06-09

作者简介: 蔡志军 (1993—), 男, 福建人, 台湾辅仁大学硕士生, 主攻应用美术、家具与室内设计。

通信作者: 王丽卿 (1969—), 女, 台湾人, 博士, 台湾辅仁大学副教授, 主要研究方向为室内设计、家具设计、文创产业研究调查、设计创意与思考。

台湾的家具业中站稳脚跟。在家具代工时期，台湾家具厂商逐渐掌握了家具制造技术，这种经验也成为自创品牌的养分<sup>[2]</sup>。台湾地区行政主管部门发布“文化创意产业计划发展计划”，将创意家具设计列为发展重点。计划旨在通过对家具进行创新设计以提升家具的竞争力，引导家具企业创建品牌，在制造业中形成家具优势。台湾区家具工业同业公会创办的台北国际家具展（Taipei International Furniture Show）已迈入第 30 个年头，是台湾地区规模宏大的家具展。本文将使用客观的研究方法，对“第三十届 TIFS 台北国际家具展”参展的 10 个品牌中的 50 个座具进行分析，研究台湾家具品牌座具的产品意象，供家具设计工作者及研究者开发产品时参考，引导家具制造商形成自己的品牌风格。

## 1 文献综述

### 1.1 台湾家具

台湾历经过殖民时代，而殖民带来的不同文化，如荷兰文化、西班牙文化和日本文化，也使得台湾的家具更具多元性。台湾地区行政主管部门早期在台湾推行的政策，推动了台湾家具代工模式的蓬勃发展。在贸易政策的推动下，欧洲、美国、日本等地区的家具大工厂纷纷与台湾家具制造商签订代工协议。家具代工在当时成为台湾制造业中不可或缺的一部分。在家具代工中，台湾的家具制造商不断学习，提高家具制作水平，同时发展自己的风格，这也体现了台湾家具文化的多元性<sup>[2]</sup>。随着中国制造业的崛起，中国成为世界最大的代工厂，台湾许多的家具生产商顺应市场趋势，选择扎根台湾的家具制造商，只有进行家具产品的创新，形成自己的品牌，才能走得更远。

台湾用于出口的家具，使用的材料以人造板材及复合材料为主；而一些自创品牌则以原木作为主材居多。在家具生产技术上以手工工艺、机械化及计算机化 3 项为主<sup>[3]</sup>。台湾许多家具公司以自产自销的方式将经营版图扩大到了海外，并运用网络营销及与室内设计师合作等营销手法，进一步创立自我品牌，达到自创品牌的目标<sup>[4]</sup>。由于台湾社会经济发展阶段的改变，家具产业由大量产销转变为小规模经营，一些家具企业也以自创品牌多角度发展，并在国际上逐渐打开了知名度<sup>[5]</sup>。

“空间”是人们日常生活绝对脱离不了的场所，生活中藉由各种的“家具”来辅助使用者更方便地在空间中进行生活行为<sup>[3]</sup>。座具是一种供人坐的日常家具，与人们的日常生活息息相关，包括凳子、椅子、沙发<sup>[6]</sup>。座具在使用中对人体起到支撑作用，可供人坐、躺和卧。座具是服务于人的，好的座具可以维护人体正常姿态并获得身心健康<sup>[7]</sup>，因此本研究选择生活使用频率较高的座具类家具作为研究的对象。

### 1.2 产品意象

意象是一种抽象的感性思维，主观的意象是人们对客观世界的能动反应，是一种在瞬间呈现的理智与情感的复杂经验，是各种不同的观念的联合<sup>[8]</sup>。意象也是美的本体，它不是表象，而是现象与本质、感性与理性、情感与认识相统一的形象<sup>[9]</sup>。简单来说，意象是一种主观并且理性的感性反应，它既不是客观世界真实的反应，也不是人们凭空想象出来的。

产品意象是一种心理感觉，是人与物之间的共构和同构，传递情感和功能信息<sup>[8]</sup>。产品意象是指用户透过感官接受，对于产品的形态所形成的知觉联想，其中又以视觉所产生的意象联想最明显，而意象的联想与使用者的生活经验和文化背景有关，皆属于心路历程的范畴<sup>[10]</sup>。产品意象的描述是对产品内在属性和外在表现的一种主观描述和感性认识<sup>[11]</sup>。一个产品包含了“意”与“象”两个部分，“意”是指用户与设计师大对审美对象，所感受到的情意、意念与心意等抽象的主观情感，代表产品的语言。“象”则是以外在的形态使人感官接受的具体表现，代表产品呈现的具体风格<sup>[9]</sup>。本研究欲透过亲和图法来进行产品意象探讨，分析台湾家具产品中座具类的意象。

### 1.3 中国台北国际家具展

中国台北国际家具展在台湾区家具工业同业公会（简称家具公会或 TFMA）的策划下已历经 30 届，历史悠久，多次在世贸场馆进行展出，吸引了全球百余家参展商参展，汇集了中国台湾地区及各国高品质精品家具，以创新丰富的产品样式，带来了全新的感受，丰富了多元的选择，同时也是台湾地区唯一一场由家具公会主办的家具展。

2020 年“第三十届 TIFS 台北国际家具展”于 2 月 21 日至 24 日，在中国台北世界贸易中心展览一馆 B、C、D 区进行为期 4 天的展览。展览期间台东县私立公东高工木工科的优秀技职人才带来了精彩的作品，全国职场达人杯带来了家具艺术创作、艺术漆作、艺术花窗创作为家具展增添声色，共吸引近万人次。展览划分为家具、家饰、家电、零配件、家设计用品展区 and 活动区共 5 大区域，近千个摊位，现场规模宏大，展场平面布置图见图 1。

## 2 研究样本

本研究以“第三十届 TIFS 台北国际家具展”“台湾家具品牌”与“座具”三点作为研究样本的筛选原则，对 2020 年“第三十届 TIFS 台北国际家具展”参展的家具品牌使用立意抽样筛选出台湾家具品牌 10 家，分别是稟丽、长虹、大丰吉、皇伦、里戈（RIGO）、奇亭、相楹、雅木、永兴祥与钰山，本研究座具类台湾家具品牌基本资料见表 1。从每家品牌自营官网中

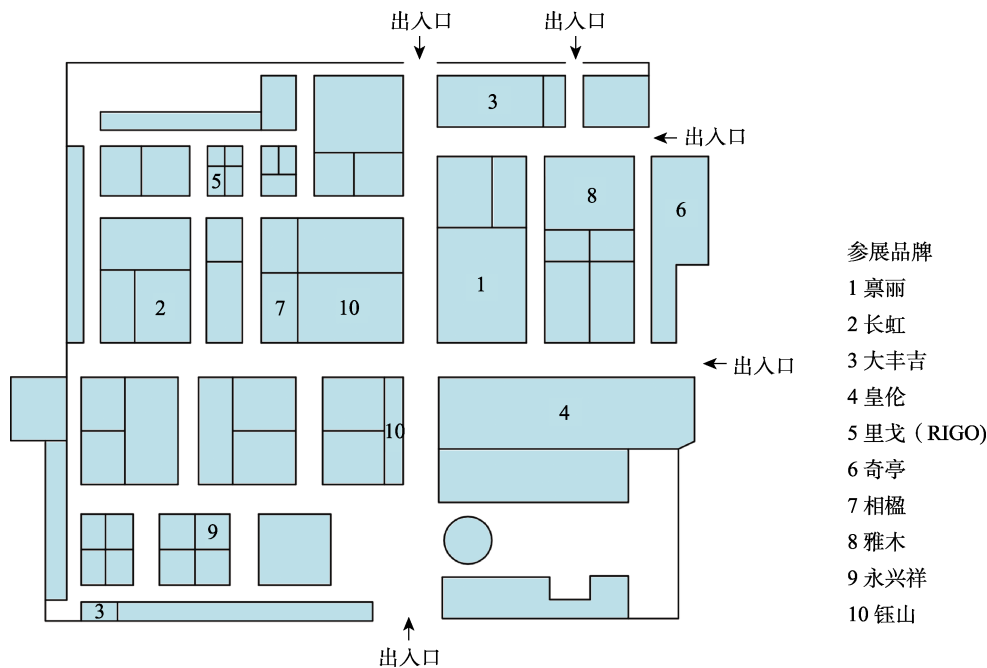


图1 展场平面布置图

Fig.1 Exhibition layout plan

表1 本研究座具类台湾家具品牌基本资料

Tab.1 Basic information of Taiwan furniture brands

项次	家具品牌	样本编号	展区	国家/地区	官网
1	稟丽	01—05	台北世贸一馆	台湾	<a href="https://www.bzcasa.com.tw/">https://www.bzcasa.com.tw/</a>
2	长虹	06—10	台北世贸一馆	台湾	<a href="https://www.chang-hungfurniture.com">https://www.chang-hungfurniture.com</a>
3	大丰吉	11—15	台北世贸一馆	台湾	<a href="http://dafengji.com/">http://dafengji.com/</a>
4	皇伦	16—20	台北世贸一馆	台湾	<a href="http://www.royalstylefurniture.com/">http://www.royalstylefurniture.com/</a>
5	里戈 (RIGO)	21—25	台北世贸一馆	台湾	<a href="http://www.rigo-home.com.tw/">http://www.rigo-home.com.tw/</a>
6	奇亭	26—30	台北世贸一馆	台湾	<a href="https://fitalia.tw">https://fitalia.tw</a>
7	相楹	31—35	台北世贸一馆	台湾	<a href="http://baogaly.com.tw/">http://baogaly.com.tw/</a>
8	雅木	36—40	台北世贸一馆	台湾	<a href="https://yamoo.com.tw">https://yamoo.com.tw</a>
9	永兴祥	41—45	台北世贸一馆	台湾	<a href="https://www.yungshingfurniture.com.tw">https://www.yungshingfurniture.com.tw</a>
10	钰山	46—50	台北世贸一馆	台湾	<a href="https://www.yushandiamond.com/">https://www.yushandiamond.com/</a>

选取 5 件最为明显宣传的座具作为本次亲和图法的研究样本,共 50 件,研究样本列表见图 2。其余参展的家具品牌不在本研究范围内。

### 3 研究方法及步骤

#### 3.1 亲和图法

亲和图法又称 KJ 法,由日本学者川喜田二郎 (Kawakita Jiro) 经过多年的田野调查,总结归纳出来的一种科学的数据处理方法,并以他的英文名缩写“KJ”命名。使用亲和图法进行研究更容易聚焦掌握问题的关键点,从而帮助人们去解决问题。当下亲和图法已成为日本学者解决各种问题的工具之一,处理各种复杂的质性问题。操作分为 4 个步骤,首先设定研究样本的筛选原则,一般 3 个条件为最佳,然后在

观看研究样本时将想法写于便利贴上,客观地搜集每个人的想法,最后再把卡片进行分类与分析。亲和图法让每一位参加者都有表达自己想法和观念的机会,而不是只有勇于发言的少数人贡献他们的智慧<sup>[4]</sup>。亲和图法是一种质性研究的方法。本研究运用亲和图法重点归纳出 2020 年“第三十届 TIFS 台北国际家具展”台湾家具品牌座具类设计意象,并进行分析。

#### 3.2 研究流程

本研究操作于 2020 年 3 月 25 日下午 3 时 40 分至晚上 10 时,在台湾地区某大学艺术学院研究室以“台湾家具品牌座具类产品意象分析之研究”为研究议题,施以亲和图法进行研究。本研究小组人员基本资料见表 2,研究小组 9 位成员,筛选标准为具有多年设计工作背景或就读设计科系的研究员,并

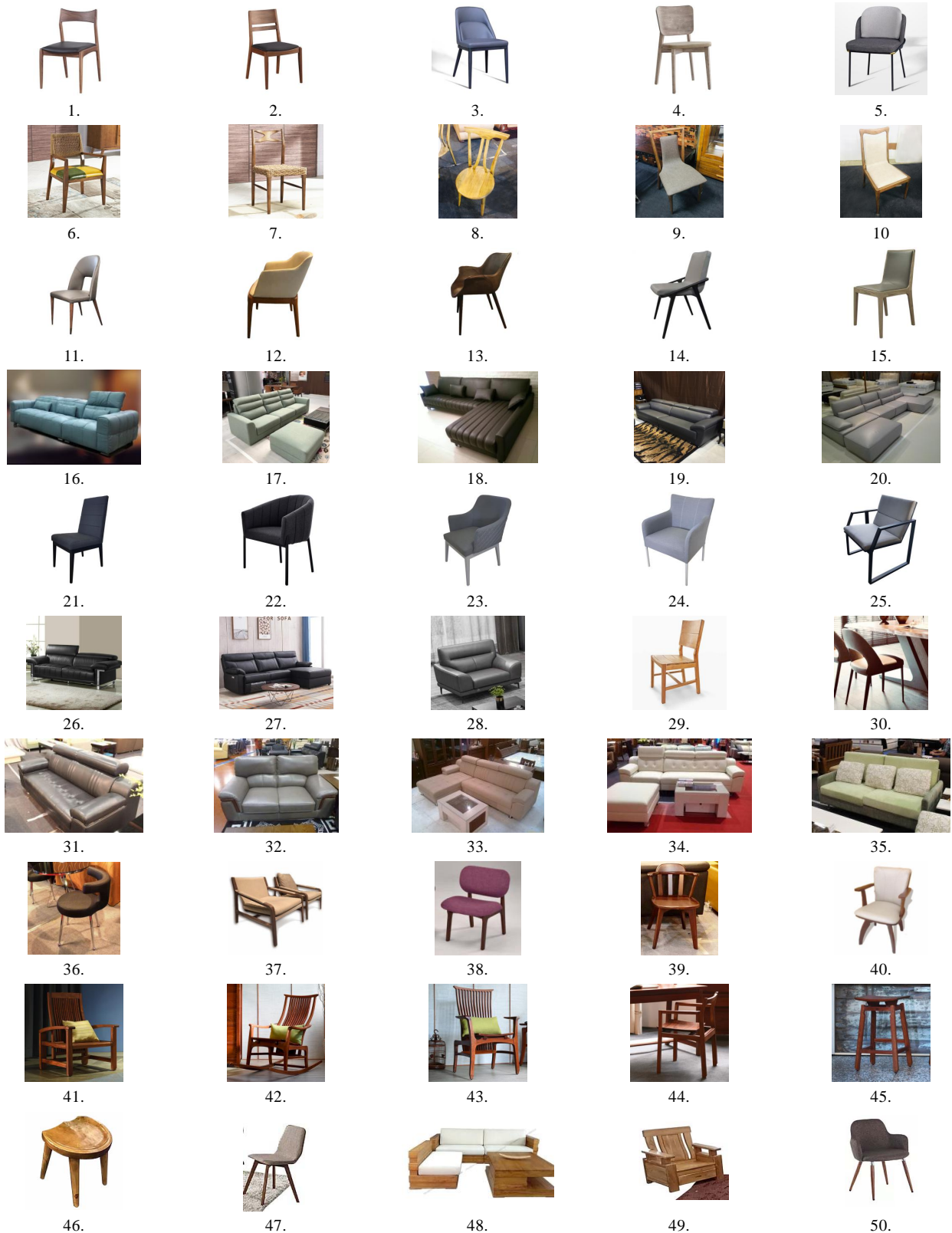


图 2 研究样本列表  
Fig.2 List of research samples

对于研究方法 with 台湾家具产品意象有一定程度的理解。

本研究的研究流程分别为研究样本筛选、细项表、亲和图、文章化写作共 4 个步骤。研究流程见图

3, 观看研究样本搜集座具意象见图 4, 讨论不同座具意象关系见图 5, 将便笺纸汇集到一起见图 6, 为座具意象进行分组见图 7, 准备进入群组之间的关系讨论见图 8。



表 2 本研究小组人员基本资料  
Tab.2 Basic information of the research team

研究人员编号	性别	年龄	职业	设计背景年资
编号 1	女	23	艺术学院研究所学生	5 年
编号 2	女	23	艺术学院研究所学生	1 年
编号 3	女	25	艺术学院研究所学生	10 年
编号 4	男	28	艺术学院研究所学生	7 年
编号 5	女	23	艺术学院研究所学生	5 年
编号 6	男	23	艺术学院研究所学生	5 年
编号 7	男	23	艺术学院研究所学生	3 年
编号 8	女	40	艺术学院研究所学生	18 年
编号 9	男	42	艺术学院研究所学生	18 年

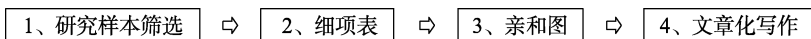


图 3 研究流程

Fig.3 Chart of research steps



图 4 观看研究样本搜集座具意象  
Fig.4 Watch research samples and collecting imageries



图 5 讨论不同座具意象关系  
Fig.5 Discuss differences of the imageries



图 6 将便笺纸汇集到一起  
Fig.6 Paste notes together



图 7 为座具意象进行分组  
Fig.7 Divide imageries into different groups



图 8 准备进入群组之间的关系讨论  
Fig.8 Ready to discuss the relation among different groups

## 4 研究结果与讨论

### 4.1 亲和图法施测结果

使用亲和图法探讨台湾家具产品意象，结果共得出设计美学、生产模式、艺术风格、用户体验和文化背景

背景 5 大项目，亲和图见图 9。衍生出流行、图样、空间感、美的形式原理、产品制程、原料、结构、人文主义、欧美、东南亚、中国、艺术派别、舒缓压力、产品需求、产品机能、自然主义、中世纪、东方、西方共 19 小项，细项见表 3。

第一层之间的关系：生产模式与文化背景有关

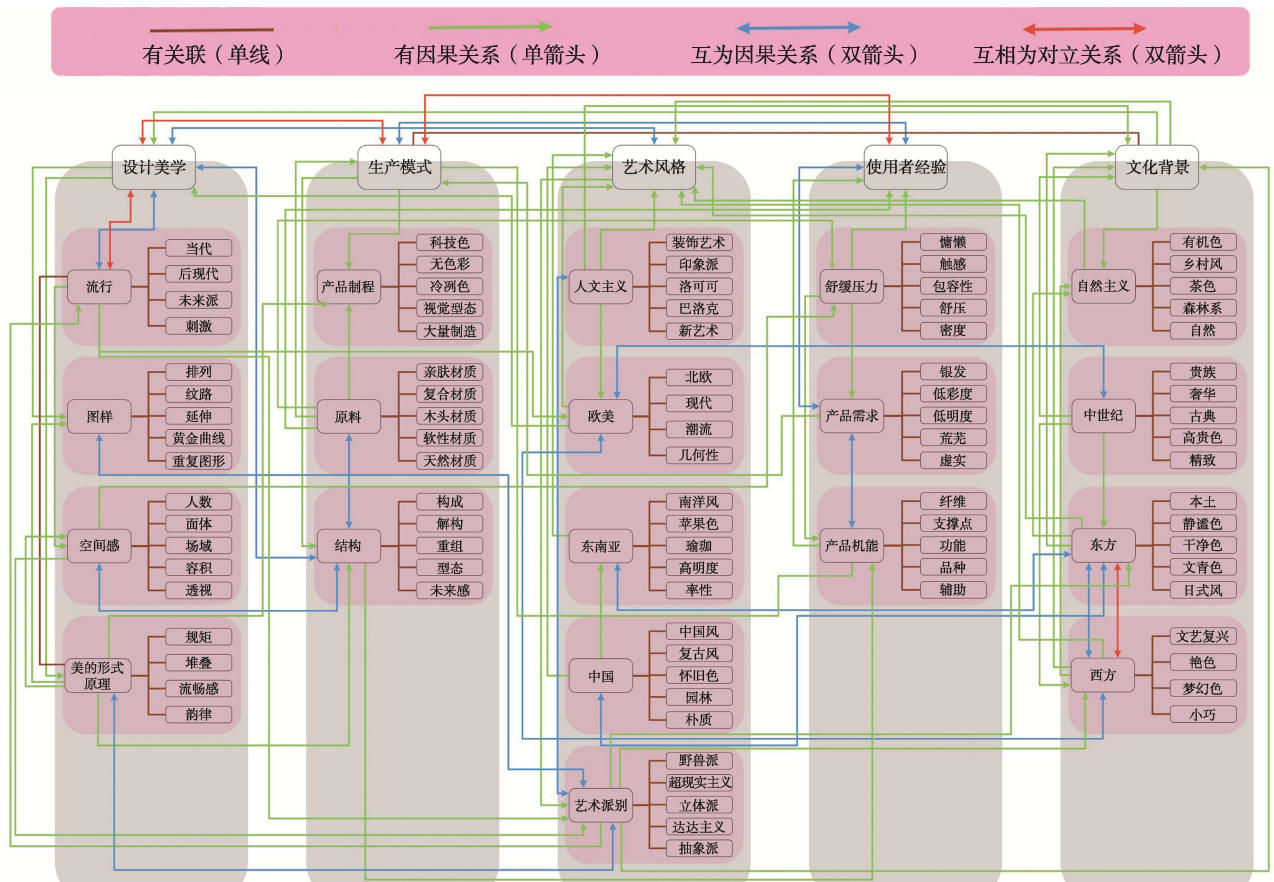


图 9 亲和图  
Fig.9 Affinity diagram

表 3 细项表  
Tab.3 Detail list

第一层	第二层	第三层	第四层
设计美学	美的形式原理	规矩	简约、锐利、对称、连续、秩序
		堆叠	编织、直线、条纹、几何、花纹样式
		流畅感	弯曲、镂空、圆洞、一体成形、流线
		韵律	拱形、圆弧、曲线、椭圆、导角
设计美学	空间感	人数	单人座、单人、多人座、双人椅、双人
		面体	L 型、刀型、线、直角、梯形
		场域	鸟居、洞、直角、直线、格栅
		容积	屁股、L 型、高脚椅、矮凳、躺椅
设计美学	图样	透视	网状、圆、圆角、镂空、中空
		排列	麻编、藤、竹编、竹藤、编织
		纹路	木纹、条纹、花纹、格纹、纹理
		延伸	长的、倾斜、线条、垂直、L 型
设计美学	图样	黄金曲线	弧线、曲线、线条、流线、弧
		重复图形	格纹、圆点、网点状、木结、块状

续表 3

第一层	第二层	第三层	第四层	
设计美学	流行	后现代	直性、极简、比例放大、不协调、小众	
		未来派	建筑、锥状、重、L型、大器	
生产模式	结构	当代	几何、现代都会、北欧、简约、极简	
		刺激	折射、强烈、反光、坚韧、硬挺	
		构成	一体、组合、拼凑、组装、组成	
		解构	组装式、拼接、皮制、竹编、木作	
	原料	形态	滑板、圆、音符、昆虫、方块	
		重组	组合、拼接、木框、木条、木片	
		未来感	曲线、弧、流线型、凹凸造型、弯曲椅背	
	产品制程	亲肤材质	复合材质	布织、布质、布料、软皮革、轻质感
			木头材质	异材质、铁制、金属、羊皮、牛皮
		天然材质	软性材质	白原木、曲木、原木、桃花木、柚木
视觉形态			织布、软皮、薄木头、竹编	
大量制造		无色	皮料、布料、木质、硬皮、竹编	线条感、几何、方形、方正规矩、L型
			冷冽色	可塑形、结构、一体成形、木头椅、机械
	科技色		黑色、白、灰	
	铁灰、灰色、黑灰、灰白、浅灰			
艺术风格	中国	白色、深色、灰色、银色、黑色	园林	简洁、屋檐、木头、复古感、古典
		怀旧色	墨绿、绿色、深蓝、咖啡色、紫	
		中国风	隆重、东方、旧的、传统、花纹	
		复古风	咖啡色、古典、皮、柔软、怀旧	
		朴质	老旧、圆滑、极简、皮革、古朴	
	艺术派别	野兽派	简约、复合、拟人、简化、大胆	
		超现实主义	复合媒材、膨胀的、蓬松、柔软、充气感	
		立体派	摇摆感、厚重、宽大、半圆、交错	
		达达主义	异材质、一体造型、原生、简单、弧度	
		抽象派	梦幻、圆、流线、弯曲、简单	
东南亚	南洋风	舒适、透风、温度、手作、简朴		
	苹果色	橘色、暖色、绿色、黄色、黄绿		
	瑜珈	轻盈、规律、柔软、韵律、纯洁		
	高明度	米白、白色、浅灰色、浅紫色、浅棕色		
	率性	层次、个性、解构、极简、独立		
欧美	几何性	比例协调、极简、都市、光影、扁平		
	北欧	现代感、简约、IKEA、轻盈、协调		
	现代	清新风、混搭风、色块风、复古风、工业风		
	潮流	高级、时尚、光滑的、现代、皮革		
		装饰艺术	空间感、硬、高级、古典、复古	
人文主义	印象派	朦胧、冷冽、同色调、色块、原生		
	洛可可	流线、典雅、质感、古典、情人		
	新艺术	包覆、正式、优雅、花纹、对称		
	巴洛克	黑暗、圣洁、神秘、古代风、端正的		
		纤维	木头、皮革、布、羊皮、竹	
使用者经验	产品机能	支撑点	斜背、靠背、扶手、摇晃、老人	
		功能	贵妃椅、大师椅、吧台椅、书桌椅、餐厅椅	
		品种	高脚、长沙发、沙发、摇椅、斜椅脚	
		辅助	可放脚、靠背、扶手、躺、可靠性	

续表 3

第一层	第二层	第三层	第四层
使用者经验	产品需求	银发	老人、人体工学、简易、机能、银色
		低彩度	淡紫色、白色、米色、淡色系、浅白米
		低明度	黑色、黑灰色、灰色、暗灰
		虚实	凹洞、洞、空洞、镂空、悬空
		荒芜	棕、黑棕、黑褐、深褐、咖啡色
	舒缓压力	慵懒	悠闲、舒适、老人椅、木头、怀旧
		触感	舒服、舒适、蓬松、颈枕、皮革
		包容性	蛋型、圆润、圆形、圆弧、鹅蛋
		舒压	两人世界、爽、抱枕、舒服、懒
		密度	质感、软质、柔软、软
文化背景	西方	文艺复兴	简约、圣甲虫、古典、欧风、复古
		艳色	酒红、桃、粉紫、紫红色、紫色
		梦幻色	黑色、紫色、现代、皮革、银灰
		小巧	可爱、小孩子、舒适、矮、儿童
		贵族	皮革、咖啡、古典现代化、高雅、原木
	中世纪	奢华	高级、质感、复杂、摩登、华丽
		古典	极简、复古、典雅、西方、东方
		高贵色	典雅黑、紫色、咖啡红、酒红、古典
		精致	奢华风、华丽、高贵、高雅、大器
		本土	古老、古代、皇帝、民初风、原住民
	东方	静谧色	藕色、大地色、骆驼色、米色、土色
		干净色	淡色、白色、柔软、米色、浅色
		文青色	浅灰、米白色、奶茶色、白色、象牙白
		日式风	舒适、素雅、清新、透气、简约
		有机色	黄色、黄绿、青绿、绿色、草绿
自然主义	乡村风	小孩、老人、舒适、古典现代风、花俏	
	茶色	浅咖、肤色、棕色、咖啡色、藕色	
	森林系	可爱、矮、绿、温度、咖啡	
	自然	灰蓝、中性色、大地色、绿、古朴	

联；设计美学与文化背景有因果关系；艺术风格与文化背景有因果关系；设计美学与艺术风格互为因果关系；生产模式与用户体验互为因果关系；设计美学与生产模式互为对立关系；使用者经验与生产模式互为对立关系。第一层与第二层之间的关系：设计美学与图样、美的形式原理、欧美有因果关系；生产模式与原料、结构、产品机能、产品需求、产品制程有因果关系；艺术风格与欧美、艺术派别、中国、东南亚、人文主义、自然主义、东方、西方有因果关系；用户体验与产品机能、原料、舒缓压力有因果关系；文化背景与人文主义、东方、西方、中世纪、自然主义、艺术派别有因果关系；设计美学与流行、结构互为因果关系，用户体验与产品需求互为因果关系；设计美学与流行互为对立关系。

#### 4.2 台湾家具品牌座具类的特点

在设计美学方面，大致分为流行、美的形式原理、

图样、空间感 4 大部分。在流行方面受到 21 世纪前的思潮相互交融、刺激之下，以当代、后现代及未来派等多个主义表现为主。在美的形式原理下，表现多使用均衡、统一、韵律等意向，给予规矩、堆叠、韵律等多种不同感受。镂空奇亭家具见图 10，为镂空的靠背座椅，靠背造型为圆形与镂空部分的圆形相呼应，在靠背上形成一个圆环状，体现出一种韵律感。在图样方面，从美的形式原理出发，富有黄金比例、连续延伸、四方连续产生重复图形，相互排列构成不同纹路。藤编长虹家具见图 11，座面为藤材编织而成，交错的编制纹路富有一种特殊美感。在空间感方面，则需考虑产品放置场域、面积、人数、容纳的体积与透视等。设计美学以美的形式原理为基础，包括规矩、堆叠、流畅感和韵律等，并受到当代流行影响，激发出属于时代的美的感受，让人们的生活朝着更美好的方向发展。





图 10 奇亭家具  
Fig.10 Brown furniture



图 11 长虹家具  
Fig.11 Chang Hung furniture



图 12 相楹家具  
Fig.12 Hsian enix furniture



图 13 极简稟丽家具  
Fig.13 Simple Beng ze furniture



图 14 钰山家具  
Fig.14 Yu Shan furniture



图 15 永兴祥家具  
Fig.15 Yung shing furniture



图 16 北欧稟丽家具  
Fig.16 North Europe  
Beng ze furniture



图 17 永兴祥家具  
Fig.17 Yung shing furniture

在使用者经验方面,分为舒缓压力、产品需求、产品机能 3 大部分。在舒缓压力方面以舒压为出发点,发展出的产品有多种触感,不同触感则影响了产品的使用体验,显示产品具有包容性。相楹家具见图 12,为体积较大的沙发,蓬松的座面与靠背给予使用者放松的感觉,达到舒压的效果。在产品需求方面,除了银发族外,更以现今社会大众追求的低明度、低彩度,打造荒芜、虚实感受。极简稟丽家具见图 13,为低明度色系的座椅,在极简风格盛行的当下,低明度、低彩度更受年轻族群的喜爱。在产品机能方面,需考虑其功能、品种、用料纤维材质、辅助及支撑点。在当今社会压力普遍较大的情况下,人们开始寻求舒缓压力,因此产品多以五官感受给予大众不同的舒压模式。这便是研发时以产品需求作为出发点,同时注重于产品机能,讲求人体工学的产品。显示以人为本的用户经验,为产品设计之重要一环。

在生产模式方面,分成产品制成、原料、结构 3 大面向。在以往的产品制程中通常以固定模板为生产标准,但在当下以客制化需求为导向,例如在色彩方面,渐渐出现个性化的冷冽色、无色彩、科技色,甚至是不同以往的视觉型态。在原料方面则是希望满足不同消费者的需求,根据不同的属性分为亲肤材质、复合材质、木头材质、软性材质以及天然材质等。钰山家具见图 14,木头材质的凳子,因其为天然的材料,能够给予使用者温润的质感,在家具市场中占有一定的优势。在结构上以结构主义、解构主义为发展基础,考虑其构成与重组。不同的座椅型态会带来不同的感受,当下多数座椅型态则为使用者带来了未来感的体验。起初,生产模式是产品是否能够落地的最

主要因素,设计美学及用户体验则是以产品附加价值及消费者需求为主要考虑,而现今开始以消费者需求为导向,也因此生产模式与消费者和设计趋势有着密切关系,原料的选用、产品的结构以及产品的制程皆会有所改变。实木永兴祥家具见图 15,在材质上使用实木,并使用榫卯结构进行组合,而榫卯结构的生产模式也将大大区别于其他结构座具的生产模式。

在艺术风格方面,包含人文主义、欧美、东南亚、中国、艺术派别 5 大面向。在人文主义中包含装饰艺术、印象派、洛可可、巴洛克、新艺术,其表现风格多半强调自然曲线的运用和细节的装饰,呈现高贵华丽的视觉印象。欧美包含北欧、现代、潮流、几何性,在进入工业革命后的家具产品强调“型随机能”、去装饰化的精神,多半呈现能够大量生产的简易造型。北欧稟丽家具见图 16,为典型的北欧造型的座具,流畅的线条造型,简洁且富有人情味。东南亚则涵盖南洋风、苹果色、瑜伽、高明度、率性,其功能强调放松、慵懒的使用体验,并以高明度的自然色呈现南洋风。中国则是包含中国风、复古风、怀旧色、园林、质朴,其意象呈现自然、质朴、东方古典的样式。永兴祥家具见图 17,为叶武东创立的台湾家具品牌永兴祥的作品,在座具的制程上坚持传统的榫卯结构,艺术方面则流露出具有现代东方人文特质中国风。艺术派别则涵盖野兽派、超现实主义、立体派、达达主义、抽象派,其表现风格透过夸张表现的方式营造强烈的家具造型。不同地区文化和哲学思想会产生不同型态的艺术风格,不同的艺术风格则有其特有的美学表现形式,而中国台湾所生产的家具造型默默地被不同艺术风格所影响,在全球化的社会已是不可避



图 18 长虹家具  
Fig.18 Chang Hung  
furniture



图 19 日式奇亭家具  
Fig.19 Japanese Brown  
furniture

免的趋势，其中又以欧美地区的影响最为巨大。

在文化背景方面，分为自然主义、中世纪、东方、西方 4 大部分。在自然主义方面，通过有机色、茶色这两种自然色彩着重表现乡村田园、返璞归真的自然情怀，给人以一种恬静、舒适、悠然的森林系体验。长虹家具见图 18，通过藤织的编织靠背，皮质的座面与实木的框架共同演绎着自然材质在家具中的运用。在中世纪方面，采用高贵色演绎贵族的奢华，搭配雕琢以精细的细节装饰，彰显古典的家具韵味。在东方方面包含本土、静谧色、干净色、文青色和日式风，通过不同色调的组合和搭配，整体表现出淡雅、古朴的东方文化。日式奇亭家具见图 19，简洁硬朗的线条勾勒出座椅的造型，这种日式风的座具在当下同样受年轻人喜爱。在西方方面包含文艺复兴、艳色、梦幻色和小巧，较多使用文艺复兴时期精雕细琢的小巧工艺，艳丽或梦幻的色彩搭配，营造西方家具文化。不同的文化背景会衍生出不同的家具产品，不同的文化背景之间又因人的流动而产生交融与碰撞，产生新的文化因素，因此文化是一个不断生长、发展、变化的“调色盘”，调出什么颜色取决于不同地域文化背景的去、现在及未来，并影响着那个时代的座具设计。

## 5 结语

本研究使用亲和图法探讨设计美学、生产模式、艺术风格、用户经验和文化背景 5 大项的相互关系，可归纳出以下结论：生产模式与文化背景有关联，在不同的东方或西方背景下，两张座具的生产模式并不相同；设计美学、艺术风格与文化背景有因果关系，在不同的文化背景下，艺术风格与设计美学的表现形式各有千秋；设计美学与艺术风格互为因果关系，设计美学是艺术风格的表达，而设计美学的表现形式的不同又影响着艺术风格的呈现；生产模式与用户经验互为因果关系，生产模式的不同直接影响着使用者的经验，而使用者经验的反馈，也会是家具制造商选择生产模式时的参考；设计美学、使用者经验与生产模式则互为对立关系。

在本研究选取的台湾座具类家具产品意象中，在艺术风格方面，中国风与北欧风格的家具占多数，简

洁的家具造型与质朴的家具意象，符合现代人简约的生活理念并饱含人情味。在色彩的选择上多以低彩度的色彩为主，如咖啡色、米色、浅灰色等，低调并且百搭。在原料上选用木头材质的居多，木头也因其温润的质感，普遍受到家具市场的欢迎。后续在研究台湾家具意象时可以往桌案类、柜体类等不同类型家具的方向上推进，为日后台湾的家具设计提供理论上的支持。

## 参考文献：

- [1] 福建省家具协会. 闽台家具行业交流、合作与发展[J]. 学会, 2018(38): 38-41.  
Fujian Province Furniture Association. Communication, Cooperation and Development of Fujian and Taiwan Furniture Industry[J]. Xuehui, 2018(38): 38-41.
- [2] 冯文君, 陈殿礼. 台湾家具设计受包浩斯风格之影响: 以品牌家具“有情门”为例[J]. 设计学报, 2019(24): 17-40.  
FENG Wen-jun, CHEN Dian-li. The Influences of the Bauhaus style on Furniture Design in Taiwan: Using the Furniture Brand “TW.U.C.M.” as an Example[J]. Journal of Design, 2019(24): 17-40.
- [3] 王丽卿, 聂志高. 地方性要素对台湾光复后木制家具产业形态的影响[J]. 设计学报, 2004(9): 107-121.  
WANG Li-qing, NIE Zhi-gao. The Influence of Local Factors on Wooden Furniture Industrial form after Taiwan's Retrocession[J]. Journal of Design, 2004(9): 107-121.
- [4] 王丽卿, 管幸生, 陈殿礼. 台湾木制家具产业意象与现况调查研究[J]. 设计研究学报, 2011(4): 16-32.  
WANG Li-qing, GUAN Xing-sheng, CHEN Dian-li. A Study on Image and Status Survey of Taiwan Wooden Furniture Industry[J]. Journal of Design Research, 2011(4): 16-32.
- [5] 王丽卿, 陈玉融. 高龄者对台湾木制座具造形意象感受之探讨[J]. 商业设计学报, 2018(22): 1-18.  
WANG Li-qing, CHEN Yu-rong. Discussion on the Sensibility of Taiwanese Wooden Chairs' Shape Imagery of Elderly People[J]. The Journal Of Commercial Design, 2018(22): 1-18.
- [6] 彭娟. 便携式坐具设计研究[D]. 长沙: 中南林业科技大学, 2014.  
PENG Juan. The Research of Portable Seats[D]. Changsha: Central South University of Forestry and Technology, 2014.
- [7] 杨春芳. 中国传统家具和人体工程学的关系[D]. 苏州: 苏州大学, 2005.  
YANG Chun-fang. The Relationship Between Chinese Traditional Furniture and Ergonomics[D]. Suzhou: Soochow University, 2005.
- [8] 孙琦. 基于产品意象的感性设计研究[D]. 哈尔滨: 哈尔滨工程大学, 2010.

- SUN Qi. Study of Emotional Design Based on Product Image[D]. Harbin: Harbin Engineering University, 2010.
- [9] 张敏. 基于情景故事法的产品意象造型设计研究[D]. 广州: 华南理工大学, 2016.
- ZHANG Min. Research on Product Image Form Design on the Basis of Scenario Approach[D]. Guangzhou: South China University of Technology, 2016.
- [10] 长町三生. 感性工学[M]. 东京: 海文堂出版株式会社, 1989.
- Nagamachi. Kansei Engineering[M]. Tokyo: Kaibundou Publishing Co., Ltd, 1989.
- [11] 陈祖建, 郑郁善. 基于消费者产品意象的家具外观设计评价指标分析[J]. 福建林学院学报, 2010(30): 367-374.
- CHEN Zu-jian, ZHENG Yu-shan. Evaluation Index Analysis of Furniture Appearance Design Based on Customers' Preferences[J]. Journal of Fujian College of Forestry, 2010(30): 367-374.
- 
- (上接第 387 页)
- [15] 许泽君, 刘键, 严扬. 老龄化背景下地铁导视环境的认知研究[J]. 装饰, 2018(305): 82-84.
- XU Ze-jun, LIU Jian, YAN Yang. Research on the Cognitive of Subway Signs Design in the Aging Society[J]. Zhuangshi, 2018(305): 82-84.
- [16] 文杰, 高艳花. 一种老年人用横式马桶: 中国, CN103306356A[P], 2013-09-18.
- WEN Jie, GAO Yan-hua. A horizontal toilet for the elderly: China.Henan, CN103306356A[P], 2013-09-18.
- [17] 魏续峰, 鲁婉婷, 卞豪豪, 等. 基于人机工程学的老年康复轮椅研究[J]. 机械设计, 2020, 37(S2): 20-22.
- WEI Xu-feng, LU Wan-ting, BIAN Hao-hao, et al. Research on Geriatric Rehabilitation Wheelchair based on Ergonomics[J]. Journal of Machine Design, 2020, 37(S2): 20-22.
- [18] 睢党臣, 刘星辰. 人工智能居家养老的适用性问题探析[J]. 西安财经大学学报, 2020, 33(3): 27-36.
- SUI Dang-chen, LIU Xing-chen. The Problem and Paths of Home Pension based on Artificial Intelligence Technology[J]. Journal of University of Finance and Economics, 2020, 33(3): 27-36.
- [19] 周橙旻, 赵晗肖, Stefano Follesa, 等. 适老家具功能需求和自理老人需求匹配分析[J]. 林产工业, 2020, 57(7): 50-54.
- ZHOU Cheng-min, ZHAO Han-xiao, FOLLESA S, et al. Study on the Matching between the Functional Needs of Furniture for the Elderly and the Needs of the Elderly[J]. China Forest Products Industry, 2020, 57(7): 50-54.
- [20] 胡文刚, 关惠元. 基于生物力学的老年人坐立转换模型[J]. 林业工程学报, 2020, 5(6): 174-178.
- HU Wen-gang, GUAN Hui-yuan. The Sit-To-Stand Transformation Model for Elders based on Biomechanics[J]. Journal of Forestry Engineering, 2020, 5(6): 174-178.
- [21] 庞野营. 日用陶瓷产品的愉悦设计[J]. 中国陶瓷, 2015, 51(2): 102-106.
- PANG Ye-ying. Pleasant Design of Daily Ceramic Products[J]. China Ceramics, 2015, 51(2): 102-106.