

论家具产品创新

王玲燕^{1,2}

(1. 金陵科技学院, 南京 211169; 2. 南京林业大学, 南京 210037)

摘要: 分析了家具产品创新的内涵, 论述了家具产品创新既包括新技术、新材料、新功能、新结构、新利益的创新, 也包括包装、服务等创新。在此基础上, 结合典型案例提出了家具产品创新的方法: 以功能为主的创新、以造型为主的创新、以大小为主的创新、以用户体验为主的创新、以包装为主的创新和以服务为主的创新。

关键词: 家具; 产品; 创新

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)02-0103-03

On the Innovation of Furniture Product

WANG Ling-yan^{1,2}

(1. Jinling Institute of Technology, Nanjing 211169, China; 2. Nanjing Forestry University, Nanjing 210037, China)

Abstract: It analyzed the connotation of furniture product innovation and discussed the furniture product innovation should include not only the innovation of new technology, new material, new function, new structure, new benefit, but also the packaging, service innovation and so on. On the basis of these, combined with a typical case, it put forward six methods in furniture product innovation: function innovation, modeling innovation, size innovation, user experience innovation, packaging innovation and service innovation.

Key words: furniture; product; innovation

21世纪的今天,中国家具企业正处于由制造型转为创意型,要想在激烈的市场竞争中立足取胜,创造更多的利润,除了降低营运的开支,竭尽全力谈价格,把对方的营业额,当作自己的利润外,还要不断进行创新,推出新产品,卖出更多的家具,这是增加利润最简单、最直接的方式,但也是最难的^[1]。

1 家具产品创新的内涵

1.1 新产品的定义

传统观念认为“新产品是运用新技术、新材料或具备新功能、新结构、新利益的产品”。在市场经济中,一切市场活动都打上了“顾客导向”的烙印,从需求导向来说,“只要改变了消费者对产品的认知,就是新产品”。无论企业在产品创新中运用了多少种新技术,使用了何种新材料,具备了什么新功能,只有客户判定是新产品,才是真正的新产品,即使产品

的物质形态根本没有发生变化,而只是改变了产品的诉求^[2]。

1.2 家具产品创新的内涵

长期以来,国内大多数家具企业的产品开发都侧重于产品本身,以产品本身的款式风格、功能、成本、质量为着力点,但越来越多的实践已经证明,单纯的就产品本身而开展的产品设计往往不能达到预期的效果^[3]。笔者认为以市场需求为导向的家具产品创新,不是由家具企业来判断的,而是由消费者来判断。家具产品创新应该既包括传统观念的新技术、新材料、新功能、新结构、新利益的创新,也包括包装、服务等创新。

2 家具产品创新的方法

家具产品创新的方法除了传统观念的新技术、新材料、新结构的创新,还有以下几种创新方法。

收稿日期: 2012-07-29

基金项目: 金陵科技学院科研基金资助(jit-n-2009-018)

作者简介: 王玲燕(1979—),女,江苏江阴人,南京林业大学博士生,金陵科技学院讲师,主要研究方向为家具与室内设计。

2.1 以功能为主的创新

以功能为主的创新要以舒适和方便为基本出发点,以灵活多变和节省空间为基本方法,以节省材料能源与使用耐久为原则^[4],设计出多种功能集于一体的家具。如:多功能沙发,具有沙发与床2种功能,平时作为沙发用,家里来了客人可以展开为床,供客人休息;座椅、凳子、床下方封闭,兼具储藏的功能;几通过高度的调节转变成桌子等。衣架椅见图1,兼具



图1 衣架椅
Fig.1 Valet chair

衣架、抽屉的功能,一椅多用。

2.2 以造型为主的创新

以造型为主的创新是在家具外观上进行创意设计。当今消费者购买家具不仅仅停留在家具的使用功能上,还重视精神层面的享受,希望造型新颖、与众不同。在家具日益丰富的同时,家具同质化也日渐严重,而造型创新为实现差异化提供了一条有效的途径。1990年,日本著名现代设计师雅则梅田以花卉为题材设计的玫瑰椅,经典不衰,见图2。



图2 玫瑰椅
Fig.2 Rose chair

2.3 以大小为主的创新

通过改变家具产品的尺寸大小来推出新产品。如家具企业以前只生产成人家具,现在也生产儿童家

具;以前生产的家具尺寸大小只有一种,现在有大中小之分,还可以叠放在一起,“一家子”座椅见图3。

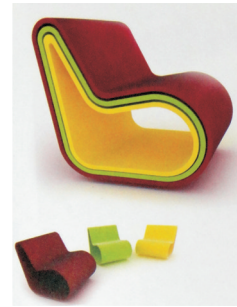


图3 “一家子”座椅
Fig.3 "Family" chair

2.4 以用户体验为主的创新

用户体验更加关注用户的主观感受,参与和互动是体验设计在方案生成过程中的重要方式,其主要表现在2个途径:一是在家具过程中设计者和使用者诉求的交互作用,这种互动参与设计为使用者带来了更有意义的创造过程^[5]。如虚拟现实的交互设计,运用计算机图形技术和数据库技术,实现家具真实感塑造,再采用动态网页发布的方式来实现图形图像的查询,设计师与用户可以实时或网络进行方案沟通和调整,确定设计方案,实现交互设计^[6]。又如定制式家具,设计师与用户一对一的交流,为其设计独一无二的家具。二是人与产品之间形成的交互,通过增加使用者参与其中的亲身体验,丰富产品使用者的生活^[5]。两用家具见图4,将书桌与床巧妙



图4 两用家具
Fig.4 Dual furniture

结合,用户需要参与其中,才能进行家具功能的转换。又如模块化家具,通过各种不同的组合方式构成独特的家具造型,满足消费者的不同功能要求。

2.5 以包装为主的创新

家具包装可以保护家具,包装创新可以提升其价值。手提式座椅见图5,家具与包装集于一体,节约成



图5 手提式座椅
Fig.5 Portable chair

本又方便携带,室内室外都能使用;又如家具的外包装纸板,消费者可根据说明书折成便利的纸板家具,家具与外包装纸板都能使用,既算买一送一,又绿色环保,同时在动手折纸板家具的过程中,增加了动手的乐趣,增进了家人之间的情感。

2.6 以服务为主的创新

当顾客在购买产品或服务的同时,必须消耗一些心力,这也是一项成本。以减少消费者在购买流程中付出心力为主的创新,不是调整产品功能而是调整购买时所涉及的心情和风险,也就是主动为顾客提供更多的服务,这也可以形成创新^[7]。如,接送顾客购买家具,家具送货上门,现场安装;上门清洗、保养、维修、回收家具等,这是一种减少顾客心力的服务。

3 结语

中国家具企业在激烈的市场竞争环境中要想生存和发展,应该把握市场机会准确进行市场定位,创

造性地应用创新方法,积极地开拓网络营销,追求家具产品的创新,以快速、迅捷的方式满足顾客的个性化需求,这样才能在市场上有立足之地。

参考文献:

- [1] 林伟贤.最佳商业模式[M].北京:北京联合出版公司,2011.
LIN Wei-xian.The Best Business Model[M].Beijing: Beijing Joint Publishing Company, 2011.
- [2] 郭军.浅析如何解读产品创新[J].中国高新技术企业,2010(1):64—65.
GUO Jun.Analysis of How to Read Product Innovation[J].China Hi-Tech Enterprises, 2010(1):64—65.
- [3] 刘文金.2008中国家具设计十二大趋势[J].林产工业,2008,35(2):3—5.
LIU Wen-jin.Twelve Developing Trends of Chinese Furniture Design in 2008[J].China Forest Products Industry, 2008, 35(2):3—5.
- [4] 赵丽红,高晓霞.家具设计中的功能设计[J].内蒙古科技与经济,2005(7):114—115.
ZHAO Li-hong, GAO Xiao-xia.Function Design in Furniture [J].Inner Mongolia Science & Technology and Economy, 2005(7):114—115.
- [5] 吕艳红,任文莹,刘超.生态家具体验设计方法研究[J].包装工程,2011,32(12):53—56.
LYU Yan-hong, REN Wen-ying, LIU Chao.Research on the Experience Design Method for Eco-furniture[J].Packaging Engineering, 2011, 32(12):53—56.
- [6] 徐科伟,李世国.交互设计中的“简单”体验及其设计表现[J].包装工程,2010,31(22):47—49.
XU Ke-wei, LI Shi-guo.Simple Experience and Design Performance in Interaction Design[J].Packaging Engineering, 2010, 31(22):47—49.
- [7] 林伟贤.创新中国[M].北京:北京大学出版社,2006.
LIN Wei-xian.Innovation in China[M].Beijing:Peking University Press, 2006.