

新中式家具设计策略模型研究

何晓琴¹, 陈祖建²

(1.福建商学院, 福州 350012; 2.福建农林大学, 福州 350002)

摘要: **目的** 新中式家具具有丰富的信息载体与文化形态, 凝聚着深刻的社会性和文化性, 通过解析新中式家具的概念及其内涵, 分析当前新中式家具设计开发中存在的问题, 构建新中式家具设计策略模型。**方法** 将理论与研究与实地调查相结合, 并结合实际案例法, 从“用户需求”、“设计形态”、“传统文化”三个方面对新中式家具设计策略进行深入系统的分析并提出开发设计策略模型。**结论** 新中式家具是契合现代生产工艺技术、具有传统文化底蕴的现代家具, 针对现代生活方式, 提出基于层次需求、基于形态、基于文化的新中式家具设计策略, 并构建以此为轴向的设计策略模型, 促进新中式家具的创新设计。**关键词:** 新中式; 家具设计; 设计策略; 设计模型
中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)14-0193-06
DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.14.029

Model of Design Strategy of New Chinese Furniture

HE Xiao-qin¹, CHEN Zu-jian²

(1.Fujian Business University, Fuzhou 350012, China; 2.Fujian Agriculture and Forestry University, Fuzhou 350002, China)

ABSTRACT: The new Chinese furniture has rich information carrier and cultural form with profound social and cultural nature. The work aims to analyze the problems existing in the design development of current new Chinese furniture by explaining its concept and connotation, so as to build a model for the design strategy of new Chinese furniture. Combining theoretical research with field investigation and practical case method, the new Chinese furniture design strategy was deeply and systematically analyzed from three aspects such as “user demand”, “design form” and “traditional culture”, and the model for the design strategy of new Chinese furniture was put forward. The new Chinese furniture is a kind of modern furniture which corresponds to the modern production technology and has deep Chinese traditional culture. In view of the modern life style, the new Chinese furniture design strategy based on hierarchical demand, form and culture is put forward. With these aspects as axial directions, a design strategy model is constructed to promote the innovative design of new Chinese furniture.

KEY WORDS: new Chinese style; furniture design; design strategy; design model

家具作为人类生活中必不可少的器具, 是人类生活的镜子, 能够反映出人类的思想与情感的网络, 透过家具的设计, 可以感悟特定民族的文化品格, 反映时代的氛围。面对时代的变迁与生活方式的变化, 新中式家具的开发与设计也具有了自己独特的设计策略。

1 新中式家具概述

“新中式家具”概念的出现不过十几年的时间,

主要是针对中式古典家具和现代家具的差异性而提出的, 其设计概念从起始点上就增加了文化语义的限定, 中华优秀传统文化与社会历史因素对家具的设计方式与审美都产生了相应的限定和约束。新中式家具的形成是历史发展的必然, 它是在当前时代背景下对中国传统家具文化的内涵进行的重新演绎, 具有明显的地域文化识别性, 是对绵延数千年的中华传统文脉的延续; 同时它又是在对中国当代社会生活与文化充分理解基础上的现代家具, 是根植于当代中国人生活土壤

收稿日期: 2020-05-16

作者简介: 何晓琴(1974—), 女, 福建人, 硕士, 福建商学院副教授, 主要从事家具设计研究。

通信作者: 陈祖建(1969—), 男, 福建人, 博士, 福建农林大学教授, 主要从事家具设计研究。

中的思想意识在家具方面的物化,因此新中式家具具有别于中国古典家具,应当归属于现代家具之列,是中国传统文化在与现代生活的融合过程中所激发出来的创新性产品^[1],同时它又具有明显的本土化审美及文化识别特征。

目前业界在对新中式家具进行开发设计时,往往着眼于对传统家具造型与现代生产技术的结合^[2],而忽视了对中国历史传统与文化进行深入探讨,导致开发研制的新中式家具流于形式,沦为一种生硬的传统与现代结合的折衷主义设计。其次,人们对传统家具文化的阐释不到位,缺乏对传统文化内涵的把握。对于新中式家具的开发设计存在重材料轻设计的现象,且产品同质化现象比较严重,多关注其历史性、装饰性、欣赏性,而忽视了其时代性与实用性。当前新中式家具造型主要还是参照明清家具的形态特征,而新时代的新中式家具,应以现代社会人们的生活方式作为设计的切入点,突破传统的思维定式,以设计来引导新的生活方式。

2 新中式家具设计策略

2.1 基于需求的新中式家具设计策略

当代社会的发展和商品的繁荣,加强了当代社会生活模式和行为模式的象征化倾向,就连最普通的日常生活领域,也渗透着各种文化因素,使日常生活发生象征性的新变动。人们所使用的家具、所消费的物品,已经超出了日常生活的需要,变成了追求各种象征化权力和声誉的符号。在社会的人文因素强化的同时,人自身也被其生活环境所改造,在当今消费主导的社会,设计成为人们塑造身份、表达个性的方式,设计所具有的象征意义和符号特点也成为文化研究中的重要内容^[3]。

人们在日常生活中的表现在某种意义上更直接地表现了不同的人生态度,人们将特殊商品、家具、服装、实践经验设计成一种生活方式,用于展示个性和表达他们对生活的态度,因此人们对新中式家具的消费,实际上体现了人们对自我实现的追求,表现出不同的人生态度以及对生活的感悟。

新中式家具所蕴含的文化符号,其存在和运作时同它的意义、符号本身所依附的事物、观看和使用符号的人及其整个生活世界密切相关,通过各种类型家具的区分、各种家具组成因素的意蕴的区分以及家具对于人的活动的关联,表达家具的各种意蕴,并通过这些意蕴促进新中式家具的开发设计与销售。

新中式家具不只是一系列满足人们日常生活所需的物品,它也是一种符号标记,由于家具符号中所隐含的意义结构构成,它必然会与人和人的精神产生密不可分的关联,也体现了人对自身的设计,成为人们展示身份、决定社会归属的一种方式。通过它,能

够将人性的需求与家具设计进行有机的结合。随着社会消费形态的转变,只是满足生活基本使用需求的产品已经无法赢得消费者的青睐,消费者要的是产品的气氛、感觉、情绪等心理层次的需求,追求的是自我实现的需求。

设计是为了满足一定的需求,美国行为科学家马斯洛的需求层次论,把人们的需求分成五个层次,从低到高分别是生理需求、安全需求、社会需求、尊重需求、自我实现需求,深刻剖析了人的多层次性需要,揭示了人性化设计的实质。

处于需求层次论最低层的是生理需求,映射到家具产品上,就是对家具物质实用功能的要求,设计的重点在机能性的考量。因此,人体工程学仍然是在开发设计新中式家具时首先要考虑的基本因素,即要考虑家具产品与人的生理尺度、人体行为的力学特性等因素是否匹配,家具造型上的变化仍然要以使用功能的实现为第一考虑要素。

处于需求层次论第二层次的是安全需求。在基本的生理需求满足之后,人们就会考虑安全问题,映射到家具产品上,就是对家具产品安全性能的要求,主要包括两个方面,一是家具材料选择的安全性,二是家具使用质量的保障,从而保证家具产品在使用过程中对人体健康不会造成损害。

处于需求层次论第三层次的是社会需求,即人们对爱、情感和归属的需要。映射到家具产品上,就是对家具产品情感性的要求。通过家具的造型与装饰表现特定的文化内涵,为家具注入特定的情感因素,使人们在文化的体验中实现精神需求的满足,为人们的生活带来美的享受。

处于需求层次论第四层次的是尊重需求。尊重需求是“一种对于自尊、自重和来自他人尊重的需要”,体现了人们希望自身的价值得到社会认可的需求。映射到家具产品上,主要体现在两个方面,一是对家具个性化的追求,即体会到家具产品对个人的尊重,二是对家具品牌价值的追求,即在使用家具的过程中由于家具的品牌价值而获得的社会的尊重。

处于需求层次论最高层的是自我实现需求。映射到家具产品上,主要体现在家具产品对自我展示的实现功能。人们在选择家具的过程中,更加关注家具的使用是否有助于提升使用主体的社会形象、是否有助于展示真正的自我或是真我希望成为的人。因此新中式家具的设计要针对自我实现的需求,从社会学的视角来提升用户的形象,促进其审美艺术品味的提高,让人们在使用过程中感到与众不同、身心愉悦,通过传统文化的底蕴赋予家具对于用户自我实现的价值取向。

新中式家具的开发设计应依据人们的不同需求进行有层次的针对性设计,从社会不同阶层的人们对新中式家具的关注点的差异,进行家具要素的多维度

组合，让不同阶层的人们都能够从自身的实际出发，选择到符合自身需求的家具产品。具体而言，生理需求与安全需求的主要关注点在于家具的物质功能，而社会需求、尊重需求与自我实现需求则更多强调家具的精神功能。在设计开发过程中，要结合家具的物质功能与精神功能，根据产品的定位进行综合的考量，以满足消费者不同层次的需求。例如，相同形态的新中式家具，能够通过材料、工艺的选择变化，直接影响到产品的定位，进而满足不同的消费群体对家具的需求层次。以常见的卧室家具——双人床+床头柜为例，相同的造型与尺寸，如床屏背板采用中式传统图案的雕刻装饰、家具结构采用传统榫卯结构、尺寸为1800 mm×2000 mm的实木床，搭配两个床头柜，其采用的材料不同，则价位差别明显。根据笔者市场调查，这样一组家具的市场价格，材料为鸡翅木的价格在150 000元左右，缅甸花梨木为30 000元，大红酸枝（交趾黄檀）则为100 000元左右，若是采用水曲柳，则价格在5 000元左右。不同的材料对家具物质功能的实现本身并没有本质的区别，但是，不同的家具用材带给人们的审美体验却是不同的。在新中式家具的开发设计过程中，可以针对人们不同层次的需求特征，萃取材质、制作工艺、装饰等元素，在用户、产品、品牌、空间等要素方面进行不同的组合与诠释，来满足人们不同层次的需求，见表1。

2.2 基于形态的新中式家具设计策略

家具是人们生活起居方式的记录符号，其形态充分体现出特定的地域、民族文化背景下人们的生活方式、心理需求与文化格调。家具的形态设计是对特定民族艺术性格的观照，是物质性与精神性的统一。

中国传统家具发展历史源远流长，从商周到明清，家具的形态随着社会的发展、人们生活方式的变化而呈现出丰富多彩的局面。家具的形态表象，实际上就是一种审美意象，它是通过形式符号所表达出来

的设计主体的情感、思想与客体对象的结合，是一种有意味的形式。家具的形态设计是宇宙间普遍存在的形式结构和形式法则在家具艺术中的反映，是运用形式尺度进行的艺术创造，是对于人生经验和人生智能的一种形象符号的再现。新中式家具的开发设计，可以从中国传统家具的丰厚积淀中寻求突破。

在对中国传统家具的研究过程中，人们往往将关注点集中于明清家具，而实际上，无论是宋代、抑或更为久远的唐代，其家具的发展成就都是明清家具所取得的辉煌发展的坚实基础。时至今日，在新中式家具的开发设计中，除了可借鉴明清家具，其他时期的家具，尤其是唐代与宋代的家具成就也是不可忽视的。

唐代家具追求的是一种华丽润妍的审美趣味，是繁荣强盛的大唐社会的缩影。唐代家具造型浑圆丰满，多运用大弧度外向曲线，从传世的唐代绘画作品中可见，例如月牙凳、腰鼓墩，体态敦厚，造型丰满，唐代家具的足，无论是床榻或是椅凳，总是博大庄重，浑厚圆润的家具造型与唐代贵妇丰腴的体态形象融为一体，体现出华丽端庄的风格。在装饰纹样上采用自然界的植物禽鸟纹样，构成自由清新、富有生活情趣的装饰意匠^[4]。在今天人们向往自然、追求健康环保的理念之下，新中式家具的开发设计可以结合唐式家具圆润的造型、自然的装饰，在繁忙的都市生活中为人们提供一种雍容祥和的生活方式，设计出面向自然、富有生活情趣的家具产品。

宋代家具种类繁多，高超的木作技术为家具的繁荣提供了技术支持。尊崇自然的道教、倡导秩序的儒教理学使得宋人进入了一个理性思考的阶段，反映在家具制作上则表现为提倡以节俭简洁、工艺规范为美^[5]。宋代的家具呈现出一种结构简洁工整、装饰文雅隽秀的风格。家具外观简洁刚直，而又体现出隽永挺秀的内在质量，反映了宋人以节俭简洁为美的观念。其次，在家具品类与造型装饰设计上，体现了宋代家具作为一种精神文化载体的存在意义。如宋代流行的砚屏，是北宋苏东坡、黄山谷等人为刻砚铭以“表而出之”所创始，表明了砚屏具有书写展示文字的功能，也表明了宋代文人试图从家具中寻觅某种精神力量的需求。宋代家具不仅由于设计的精美和制作功能的完美而备受世人青睐，更由于其具有深刻的文化内涵、耐人寻味的艺术价值而流芳百年。因此在新中式家具的设计中，简洁隽秀的宋代家具形态，深厚的文化底蕴，是设计师们追寻的目标。

明式家具严谨科学的制作工艺和古雅简洁的艺术形式使之成为中华民族的精粹。就家具的形态设计而言，明式家具造型简洁，多以框架结构和直线为主，同时在家具的适当部位利用装饰构件改变了直线的单调，如边框间的椭圆圈口、海棠券口，腿面之间的霸王枨、对角十字枨，实用而兼具装饰的作用。而更为重要的是明代文人的参与，其审美情趣与美学思想

表 1 基于需求的新中式家具设计策略模型
Tab.1 Model of design strategy of new Chinese furniture based on hierarchical demand

层次	内容	新中式家具设计点	设计对象
最高层次	自我实现需求	用户形象、艺术品味	用户、品牌、产品、空间
第四层次	尊重需求	个性化、品牌需要	用户、品牌、产品
第三层次	社会需求	家具造型、装饰纹样	品牌、产品
第二层次	安全需求	材料安全、家具质量	产品
最低层次	生理需求	生理尺度、力学特性	产品

对明式家具风格的形成具有重大的影响。因此在新中式家具的设计上,设计师需要汲取明式家具的设计精华^[6],立足于现代生活方式,讲求自然质朴之美,在功能上注重实用性,装饰上以局部点缀为主,以功能件代替装饰件,或是将功能构件与装饰件合二为一,将家具的造型与功能尺寸、结构构造相结合,使家具的形态“简洁而合度”^[7]。

当前市场上的新中式家具的开发设计,大多以明清家具形态作为主要的造型元素参考。以福州喜盈门家具建材市场为例,入驻的新中式品牌家具包括东方荟、阅梨、友联为家、名鼎檀·逸芳等十六家,其中十二家(约占 75%)开发设计的家具基本是对明清家具的简化与重构。这一现象也同样反映在以新中式为主题的家具设计竞赛中。如以新中式为主题的红古轩新中式家具设计竞赛,自 2009 年至 2018 年共举办了九届,笔者对历届的金、银、铜奖作品进行统计分析:获奖作品多以明清家具形态为设计元素,而以宋代家具形态作为设计元素的仅有第六届的铜奖作品——宋韵方椅,占获奖作品的 1.8%。由此可见,业界对明清前的传统家具形态在一定程度上有所忽视。

家具的形式符号与它的所指内涵之间是一种充满隐喻和象征的关系,这是人们在进行新中式家具形态设计时不可忽视的。因此,在新中式家具的开发设计过程中,设计师确定某一家具的形态,如唐代家具的雍容华丽、宋代家具的典雅柔美、明代家具的简练质朴、清代家具的繁琐富丽等,把这些家具形态的各种比例、形状、位置等关系加以选择、配合,并通过自由组织和变化,用易于感受的方式,述之于最普通的人的感官与感情来表现该家具的新中式特征,使得当代的家具设计美学在理论内核上带有中国文化的内涵,使得新中式家具的形式特点和功能作用更符合中国人的生活习惯,从而更好地为人们的生活服务,基于形态的新中式家具设计策略模型见表 2。

2.3 基于文化的新中式家具设计策略

文化是人类社会实践活动的产物,人们通过自身

主体性的活动,认识世界并改造者世界,在这一过程中创造出符合自身生存和发展的文化世界^[8]。作为功能性的物质载体,文化在形成的过程中同时也体现出人类主体的意志。人类具有追求美、追求自由、追求快乐的天性,它通过各种文化形式创造真善美相统一的理想境界,以此超越物质的有限世界的束缚,也以此来修正、弥补显示生活里的种种缺陷,文化虽与物质生活密切相关,但是它的本质是人的思维与意识,是人的精神。

中华传统文化源远流长,凝结在千百年来的家具设计中,形成丰厚的文化底蕴。特定的文化精神无时无刻不渗透在人的生命活动和社会实践活动以及艺术创造、审美活动中,如中国戏曲文化、建筑文化、服饰文化、诗词歌赋、书法艺术、传统武术等,要透过其文化的本质,把握不同地域、民族的人们的意志、情感、知性所表现出的一种无形的精神力量^[9],透过其客观化的外在形式,提炼出丰富的文化设计元素,运用到新中式家具的设计中,基于文化的新中式家具设计策略模型见表 3。例如中国戏曲文化中的脸谱艺术以及色彩的变化都可以成为新中式家具设计的灵感,利用解构、联想等方式,提取京剧脸谱中抽象的图案造型,解构成流线图形,使传统元素呈现出一种新的表现形式。在传统戏曲舞台艺术中,抽象化的装饰符号与造型能够表达出深刻的哲学意念和情境之美^[10],通过对文化装饰形式符号、结构以及文化意象等要素的提炼,形成家具装饰艺术的形式结构与意向本质。中国传统建筑的构成技术、建筑构件的造型形式等,在传统家具中均可看见。莲花、须弥座等具有宗教色彩的装饰造型元素,同样也体现在了传统家具中。此外,行云流水般的中华武术招式,同样也能成为家具设计的灵感来源。

例如对诗词歌赋、文字艺术的抽象提炼,将汉字艺术与家具产品相互交融,构成独特的产品形式。逍遥椅的设计,就是将汉字“囍”融入椅子的造型,双座面的设计,体现了“执子之手,与子偕老”的美好意愿,同时结合中国的婚庆文化,色调上采用大红的

表 2 基于形态的新中式家具设计策略模型
Tab.2 Model of design strategy of new Chinese furniture based on form

历史阶段	形态特点	新中式家具设计策略
史前、商周、 战国时期	神秘威严	新中式家具的开发设计可以结合唐式家具圆润的造型、自然的装饰,在繁忙的都市生活中为人们提供一种雍容祥和的生活方式,提供面向自然、富有生活情趣的家具产品
秦汉时期	写实精炼	宋代家具以其精美的设计、完美的功能受世人青睐,更由于其具有深刻的文化内涵、耐人寻味的艺术价值而流芳。因此在新中式家具的设计中,简洁隽秀的宋代家具形态,深厚的文化底蕴,是设计师们追寻的目标
魏晋南北朝	婉雅秀逸	
隋唐时期	丰富华丽	
宋代时期	典雅柔美	明式家具的设计精华仍是设计师们所需要汲取的,应立足于现代生活方式,讲求自然质朴之美,在功能上注重实用性,讲求简练质朴,装饰上以局部点缀为主,以功能件代替装饰件,或是将功能构件与装饰件合二为一,将家具的造型与功能尺寸、结构构造相结合,使家具的形态“简洁而合度”。
明代时期	简练秀美	
清代时期	繁琐富丽	
近现代时期	中西揉和	

表 3 基于文化的新中式家具设计策略模型
Tab.3 Model of design strategy of new Chinese furniture based on culture

文化形态	形态特点	新中式家具设计策略
中国戏曲	夸张写意	1、将戏曲艺术中脸谱艺术特征应用到家具设计中
中国建筑文化	恋土亲地	2、中华传统建筑文化要素，如屋顶形式、屋檐形态、斗拱、彩画、装饰形式等都可用于新中式家具中
传统文学	自由浪漫	3、对传统文学诗词歌赋、文字艺术等的抽象提炼，也能产生新中式家具；
宗教哲学	务实朴素	4、宗教图案、符号的运用，如须弥座、莲花等
民间工艺	匠心独具	5、中华民间工艺形式繁多、工艺精湛，如漆艺工艺、民间剪纸、彩画、雕刻等均可创新家具形态
地域文化	异彩纷呈	6、中华大地民族地域特色明显，汲取民族及地域特色文化融合于现代家具设计中，能营造出很好的新中式家具
中华武术	神形兼备	7、中华武术独树一帜，研究中华武术的魂以及其特有的艺术形式，将之运用于现代家具设计中，能造就新形式的中式家具
衣冠服饰	华美含蓄	8、服饰造型、风格、服饰纹样等形成的传统韵味，也是新中式家具设计的源泉



图 1 逍遥椅
Fig.1 Xiao-yao chair



图 2 图腾椅·中国龙椅
Fig.2 Totem chairs · Chinese dragon chair

色彩，营造出吉祥、喜庆的氛围，带有浓郁的中式韵味，见图 1。

芬兰设计大师库卡波罗的《图腾椅·中国龙椅》，则显示了中国的剪纸文化与现代家具的相互融合。设计师将中国特有的“龙”图案以剪纸样式热压到胶合板上，裁剪成椅子的各部分，通过金属零部件装配而成，独特的剪纸图案与绚丽的色彩构成浓郁的中国传统文化意蕴，带来强烈的视觉冲击力，见图 2。

就设计产业而言，设计创意来自文化，进而形成产品，新中式家具的开发设计其本质也是务实的生活文化，其价值是感动消费者的生活机能。创意是透过文化内涵的转换，寻求消费者的感动与认同，文化是人们共有的生活形态，历史是人们共同的记忆，因此文化创意若能反应相同的生活体验与共同的历史记忆，就能在传承与维系中感动消费者。

在新中式家具的开发过程中，由于文化特色本身所具有的文化意涵，必须首先探究解析文化属性，寻求文化特色与产品间呈现出的合理的转换脉络，再挑选适宜的设计概念，进行设计的深入发展，最终确定设计方案。在这一过程中，通过设计思考的转换，即文化特色中的特殊涵义、可以述说的典故传说、使用时产生的心理感受、人们生活形态的呈现等，思考不同层次的产品应用，设计具有文化意涵的家具产品，致力于文化特色的转换应用与产品的设计呈现，形成具有特定文化意象、符合用户认知的产品，在满足人们使用需求的基础上，赋予新中式家具与文化相关的象征寓意。

2.4 基于“需求-形态-文化”的新中式家具设计策略模型

新中式家具的设计开发，可以分别从需求、形态与文化三个方面进行不同轴向的策略模型构建，设计师可以任意从需求、文化、形态的某一节点来寻求新中式家具设计策略，从而创新新中式家具开发设计。分别从三个不同轴线的某一独立节点连成的“三角形平面”即可以代表某一新中式家具新形态，见图 3。如图 3 的“明清时期-民间工艺-自我实现需求”的三角形平面表明：在形态方面，采用“明清时期”的造型要素，在文化轴上向上挖掘“民间工艺”的内涵，而需求定位上选择“自我实现需求”定位点，即立足点在于“用户形象，艺术品味”，从而就可以确定相应的设计开发策略。

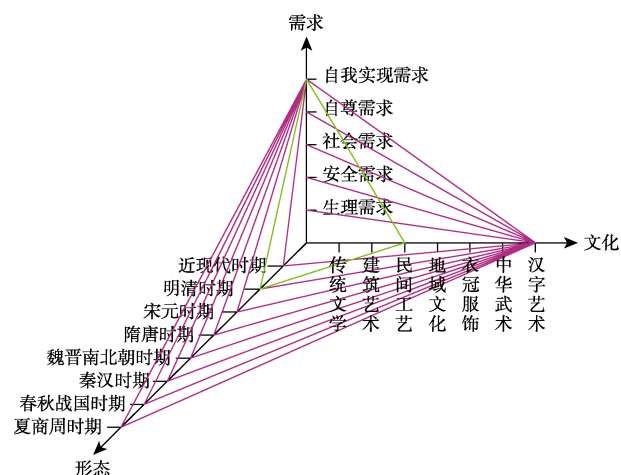


图3 基于“需求-形态-文化”的新中式家具设计策略模型
Fig.3 Model of design strategy of new Chinese furniture based on “demand-form-culture”



图4 长边几
Fig.4 Long side table

依据此设计策略进行长边几的新中式家具设计，见图4。在需求层次上，边几主要是营造某种氛围，更多地讲求其装饰意义，满足的是用户自尊与自我实现的需求。在空间感的营造上有更高的要求，强调其质感，以及用户的情感体验，在材料的选择上注重质感的体现。在形态方面，确定明代家具简练质朴的形态特征，运用简练的线条作为家具的主要造型语言；在文化方面，选取与民间工艺结合，将传统竹编文化融入设计中。在三个轴向上进行设计的解析与综合，从而实现相应的设计目标。

3 结语

随着生活的多元化，人们的需求及期望也趋向多元化，新中式家具的设计应立足于人们的需求差异，进行分层次的针对性设计，通过材质、工艺、装饰等载体的变化，满足人们追求心灵充实的心理享受，让家具产品适应社会不同阶层的需求，并融入现代的生活形态中，提升新中式家具的社会认知度，满足人们的心理需求。形式是特定民族精神的外在表现，对于新中式家具的设计，不应仅着眼于传统明清家具，对唐宋家具的设计理念、形态演变的把握，也是开发设计新中式家具的重要环节。经由形态进而把握中国传

统审美文化中的造物思想与美学观念，将其所体现的精神品格融入新中式家具的设计中。文化透过设计创意，经由产品实现一种生活品味，这种生活品味经过认同，会逐渐形成一种生活形态，文化对人类的创造实践和生产活动具有先在的制约性能，不同的文化体系蕴含着各具特色的设计元素，这些文化要素与差异可以极大丰富新中式家具的设计。

参考文献：

- [1] 唐立华. 新中式家具艺术特征研究[J]. 艺术百家, 2012(4): 251-252.
TANG Li-hua. Artistic Features of New Chinese Furniture[J]. Hundred Schools in Arts, 2012(4): 251-252.
- [2] 王智睿, 贺庆文. 新中式家具的创新设计研究[J]. 包装工程, 2016, 37(4): 104-107.
WANG Zhi-rui, HE Qing-wen. Innovative Design of New Chinese Furniture[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(4): 104-107.
- [3] 孙巍巍, 李德君, 凌继尧. 基于符号学理论的新中式家具设计探索[J]. 西北林学院学报, 2013, 28(6): 169-173.
SUN Wei-wei, LI De-jun, LING Ji-yao. New Chinese-style Furniture Design Exploration Based on Semiotics[J]. Journal of Northwest Forestry University, 2013, 28(6): 169-173.
- [4] 王沛. 传统家具元素在现代家具设计中的应用[J]. 包装工程, 2014, 35(12): 87-90.
WANG Pei. Application of Traditional Furniture Elements on Design of Modern Furniture[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(12): 87-90.
- [5] 王锡斌. 道法自然—新中式家具设计哲学探析[J]. 装饰, 2011(3): 141-142.
WANG Xi-bin. Imitation of Nature: The New Design Philosophy of Chinese Furniture[J]. Zhuangshi, 2011(3): 141-142.
- [6] 林作新. 明式到新中式[J]. 家具, 2017, 38(5): 111-112.
LIN Zuo-xin. Form Ming Style to New Chinese Style[J]. Furniture, 2017, 38(5): 111-112.
- [7] 周京南. 清代宫廷家具的“新中式”思路[N]. 中国文化报, 2017-12-30(007).
ZHOU Jing-nan. “New Chinese” Thought of Palace Furniture in Qing Dynasty[N]. China Culture Daily, 2017-12-30(007).
- [8] 吴智慧. 家具的文化特性及其构成要素与设计表现[J]. 艺术百家, 2009(2): 100-106.
WU Zhi-hui. Component Factors and Design Philosophy of Furniture’s Cultural Characteristics[J]. Hundred Schools in Arts, 2009(2): 100-106.
- [9] 许美琪. 中国人的文化特质和对新中式家具的文化思考[J]. 家具, 2018, 39(2): 1-6.
XU Mei-qi. Chinese Cultural Characteristics and Cultural Reflections on New Chinese Furniture[J]. Furniture, 2018, 39(2): 1-6.
- [10] 李砚祖. 器物的精致：产品艺术设计[M]. 北京：中国人民大学出版社, 2017.
LI Yan-zu. Delicacy of Utensils: The Art of Product Design[M]. Beijing: Renmin University of China Press, 2017.