

摘 要

随着单身族群数量增加和房地产市场的日益发展和成熟，以及单身人士特殊的生活工作的方式和习惯，使得单身酒店式公寓也应运而生。

本文以当前存在的社会现实为基础，立足单身人群和酒店式公寓这一特殊对象和场合，对厨房用品进行多方面的详细调查研究，对适合单身酒店式公寓的厨房用品做出了深入的探索，本课题的研究将对未来厨房用品的设计，改善单身人士的生活质量，提高企业厨房用品市场的竞争力，促进单身经济的发展具有非常重要的意义。

本文首先分别对单身、酒店式公寓、厨房用品进行了概念界定以及类别划分，明确研究背景和意义，确定设计调查和相关理论及文献分析相结合的研究方法。在设计调查计划与实施过程中，针对调研对象各自的特殊性，分别采用一种调查方法为主，多种方法相结合展开调查，以实现情报搜集的目的性，完整性、准确性，适时性等，并编制详细的情报搜集计划。然后对相关文献以及调查过程中的问题和结果及其他情况进行分析总结，最后得出单身酒店式公寓的厨房用品设计特点。

本课题的创新点在于：

1 探索单身酒店式公寓的厨房用品设计特点，以及在厨房用品的设计过程中所存在的问题，并建设性的提出了解决这些问题的方法。

2 提出在厨房用品的设计上要融入一种相结合的观念，包括理论和实践两方面的结合以及不同专业层次的人员互相合作结合的理念。

关键词：单身人士 酒店式公寓 厨房用品 智能化 多功能 设计

ABSTRACT

Along with the increase of single clan crowd and the development and the maturation of the market of real estate, add the special features of bachelordom's way and habit of life and work, the Hotel apartments for bachelordom emerge as the times require.

This study is taking now existent social reality as foundation, standing with this special object and occasion of bachelordom and the hotel apartment, having carried out various detailed investigation research for kitchenware, making thorough explore for suiting the kitchen of single hotel type apartment appliance. The research of this program will have very important meaning for designing the new kitchenware, improving the quality of bachelordom's lives, increasing the competition of the company, increasing the development of bachelordom's economy.

This study have distinguished the concept of the bachelordom, hotel apartment and kitchenware, classed the kinds of the kitchenware, have defined the background and the meaning of the research, have adopted the combinative investigation method by combining the theory and practice. There are manifold methods suited for using in implementing the plan of investigation, one of them was used as the main method and the other could be used as the assistant method. This way could insure the information and the data have integrity, veracity and timing. Work out the detailed plan of searching information. And then, analyse and sum up the questions and the investigation results. Finally, we can get the characteristics of the kitchenware fitted in the bachelordom's hotel apartment.

Innovations from the study:

1. Explore the characteristics of the kitchenware fitted in the bachelordom's hotel apartment. Discuss the problems existed in the designing of kitchenware. Offer the method to solve the problems.
2. Give us the idea that it needs the amalgamation when we start to design. It needs the combination between theory and practice and the communion of the people from different majors.

Key words: Bachelordom Hotel apartment Kitchenware Intelligentize
Multifunction Design

学位论文独创性声明

本人声明所呈交的学位论文是本人在导师指导下进行的研究工作及取得的成果。据我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得 南昌大学 或其他教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示谢意。

学位论文作者签名（手写）：李倩倩 签字日期：2008年12月19日

学位论文版权使用授权书

本学位论文作者完全了解南昌大学有关保留、使用学位论文的规定，有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅。本人授权南昌大学可以将学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编本学位论文。同时授权中国科学技术信息研究所将本学位论文收录到《中国学位论文全文数据库》，并通过网络向社会公众提供信息服务。

（保密的学位论文在解密后适用本授权书）

学位论文作者签名（手写）：李倩倩

导师签名（手写）：万然

签字日期：2008年12月19日

签字日期：2008年12月19日

第1章 引言

1.1 课题研究概念界定

1.1.1 对“单身”的界定

关于单身的定义和描述有很多。从社会学的角度讲，单身是指一个人成年以后仍然是一个人生活而没有配偶，可以从没结婚的，也可是已经离异的，还可以指丧偶的。现在可以引申为没有男（女）朋友，这也是可以称为单身的。有学者提出真正意义上的单身者主要是指那些过了“结婚适龄期”却仍处在未婚状态的男女两性，城市男性和女性的“结婚适龄期”分别是24~30岁和23~27岁。^[1]过了适龄期尚未结婚的人，很容易过上单身生活。

由于概念界定角度不同，范畴也不同。本论文所研究的单身主要是从居住情况的角度来界定的，泛指单独居住的个人。既包括没有配偶和子女单独居住的青年人，像刚毕业的大学生，公司的高级白领，也包括因工作或学习的因素而单独居住的已婚人士，比如，外籍公司派出的高级员工、因公出差的企业老板或高级商务人员，以及驻华海外社团和驻华使馆的工作人员等，这些人虽然有的已结婚但只要是单独一人居住，他们可能是已经结了婚的，但是大部分时间还是处在单身状态。我们就把他们划分为单身的行列。

同时需要指出的是，这里的单独居住并不是说与世隔绝，没有朋友往来，这里的单身也会有一般人生活的中的朋友或商务往来。

这里的划分与社会上普遍认同的定义有一些出入，但是这种划分主要是为更准确清晰的定位本论文的研究对象，与一般意义的划分并不存在本质上的矛盾与冲突。

1.1.2 “酒店式公寓”的概念及相关解释

随着中国房地产市场的日益发展和成熟，根据人们不同的消费需求和消费能力，房地产市场越来越细分化，相应的产品种类也越来越多，公寓由单一的普通公寓，到目前的单身公寓，酒店式公寓、服务式公寓等等。前两者是出现较早的公寓形式，较为人们熟悉；后两者是最近几年才开始被人们重视，投资热情高涨不降，投资收益也曾一度火爆。

酒店式公寓最先起源于欧洲是旅游区内临时租赁给顾客休息的地方同时具有酒店和个人临时住宅的形式。20 世纪 30 年代又蔓延到发达国家符合了人们在经济物质生活提高的同时,商务和旅游的需要也逐渐上升的社会实际。酒店式公寓在我国仍然还算是一个方兴未艾的新事物目前只在几个大城市有分布。但随着经济的迅速发展以及中国酒店业、旅游业的发展,人民生活水平的提高,酒店式公寓因具备了单纯的酒店和公寓都不具备的优势,因而在市场竞争中占据了极大的优势。^[2]所以说,在今后一段时间内酒店式公寓将具备比较光明的前景。

(1) 酒店式公寓的概念

酒店式公寓,简而言之就是“酒店式的服务,公寓式的管理”。公寓拥有独立产权,配备包括厨卫在内的综合套件的住房,吸收了星级酒店的专业服务功能和管理模式,提供保洁服务、物业管理、租赁管理以及酒店式的秘书、信息、翻译等商务服务。^[3]同时具有私人公寓居住环境的舒适性、私密性,具有信息时代写字楼的特点,拥有良好的通讯条件,是一种集住宅、酒店、会所等多种功能于一体的高档综合性物业。房屋结构与布局基本类同于普通公寓房,户型从几十平方米到几百平方米不等,可以满足使用者个性化的需求,在装修上统一为精装修,提供全套的家居设计和电器。投资者可以像购买普通住宅一样用于自住,又由于公寓的服务水准都达到了 4-5 星级酒店的水平,还增加了能提供餐饮、健身,商务等多种服务的会所、银行和小超市等其它项目,所以投资者又可以交由大厦以酒店的形式出租,获得投资回报。(如下图)



图 1.1 北京苹果酒店式公寓



图 1.2 爱家短租酒店式公寓方庄店外景

(2) 酒店式公寓和服务式公寓的关系

对于酒店式公寓和服务式公寓的关系,有两种观点:一种观点认为两者就是同一个概念。只不过叫法不同,内容和本质无太大差别,有些公寓也出现了“酒店式服务公寓”的称谓;另一种观点认为两者还是有一定差异的,对开发商和投资者的选择都会产生不同的影响。服务式公寓,即有较好的服务质量和物业管理的公寓。较酒店式公寓而言,一般户型较小,它更靠近普通公寓,只是服务的硬,软件都高于普通公寓,也可以说是档次较低的酒店式公寓。^[4]

在目前的公寓市场上,不管是上海,还是北京、深圳等发达的大城市,对酒店式公寓和服务式公寓这两个概念的运用,一般是不加以严格区分的,加之酒店式公寓投资回报率的持续走高,部分开发商的盲目开发,使得此类公寓市场鱼龙混杂,品质参差不齐,有些已经偏离了传统酒店式或服务式公寓的经营模式,产生了一定程度上的“变异”。

事实上这两种公寓形式的异同对本课题的研究是不会造成影响的,因为本课题定位的研究对象是单身人士,是真正住在公寓里面的人,而不是酒店的管理和服务质量。对于酒店式公寓,只要明白对使用者而言,酒店式公寓是可以提供全套的家居设计和电器,提供家庭式居住布局,家居式的服务,满足他们的需求,包括住宿、休闲、工作、娱乐等多种服务的场所。

(3) 酒店式公寓与公寓式酒店的关系

酒店式公寓与公寓式酒店是两个不同的概念,公寓式酒店的实质是酒店,酒店式公寓的实质还是公寓。他们的区别主要体现在产权的不同上,酒店式公寓拥有产权,而公寓式酒店没有产权。以往酒店式公寓基本只租不卖,出售的项目近几年才出现,酒店式公寓各单元可自住,可出租,可转售,其出租价较高。

公寓式酒店是设于酒店内部的公寓形式的酒店套房,酒店式公寓与公寓式酒店在服务上几乎没有什么差别,都提供居家生活所需得厨卫,家具等多种生活设施和各种服务。

1.1.3 厨房用品相关概念

(1) 厨房用品

厨房用品是属于日常用品的范畴,日常用品从概念上讲是指与衣、食、住、行有关的生活应用物品,而这以“食”为代表的日常用品就属于厨房用品的范畴。厨房用品体系是非常庞大的,厨房用品包括,厨房电器(电磁炉、微波炉、

吸油烟机、电饭煲、洗碗机等），厨房手工用具（厨刀、砧板、打蛋器、压蒜器、开瓶器等），厨房盛具（钵、坛、盆、盒、桶、瓶等）烹调用具（炒锅、煎锅、煮锅、蒸锅、厨房铲、勺炊具、架调料罐架、压力锅、电饭锅、榨汁机、豆浆机、搅拌机等）食具（盘、碟、碗、器皿垫、餐刀、餐叉、食品夹等），酒具，茶具，咖啡具，厨房设施。（如图 1.3）

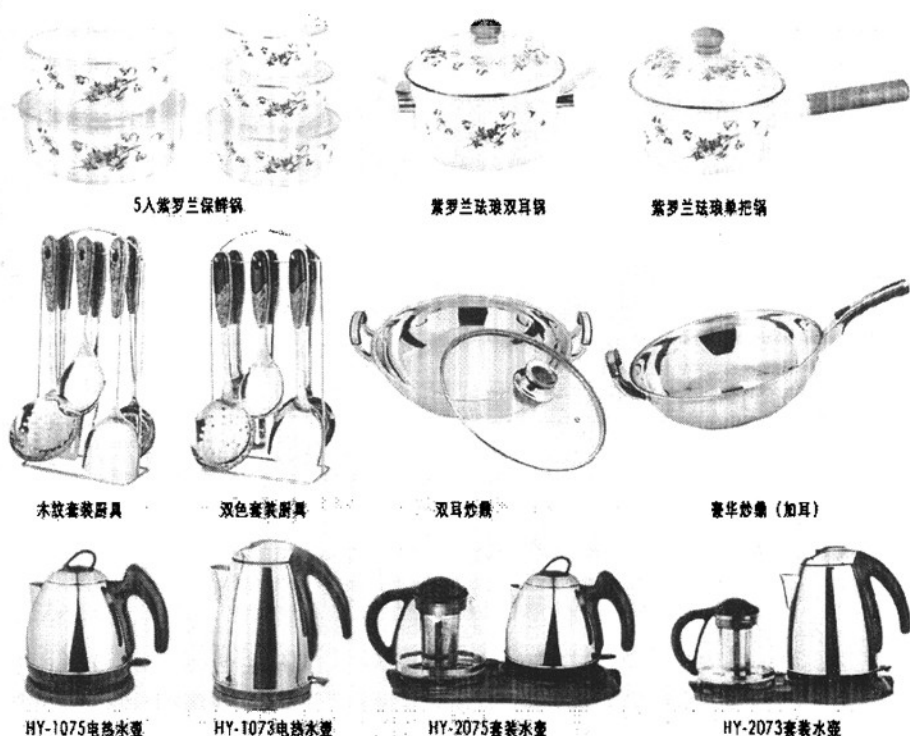


图 1.3

(2) 整体厨房

目前，“橱柜家电一体化”基本上成了业界对整体厨房的诠释。

整体厨房是要求在设计和配置中综合考虑空间布局和功能分区；因而“整体厨房”必须能有效地把橱柜、冰箱、和各式抽屉拉篮（储藏和美化功能），抽油烟机、燃气灶具、微波炉、电烤箱（烹饪功能），洗涤槽、洗碗机（洗涤功能），消毒柜、各式挂件、垃圾粉碎器（辅助功能）等厨房用具和厨房电器进行系统配置而成的一种新型厨房形式。利用“系统搭配”实现厨房空间的整体配置，整体设计，整体施工装修。（如图 1.4、1.5）

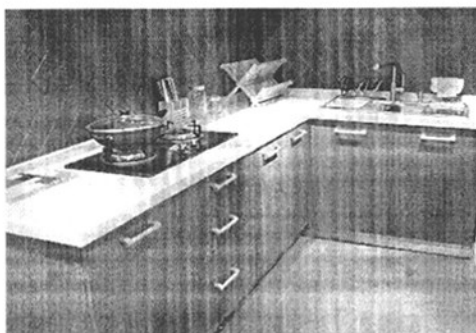


图 1.4



图 1.5

整体厨房与传统的单一售卖橱柜即厨房家电有很大区别，设计师必须将橱柜、厨具和各种厨用家电按其形状、尺寸及使用要求进行合理布局，巧妙搭配，实现厨房用具一体化。它依照家庭成员的身高、色彩偏好、文化修养、烹饪习惯及厨房空间结构、照明结合人体工程学、人体工效学、工程材料学和装饰艺术的原理进行科学合理的设计，使科学和艺术的和谐统一在厨房中体现得淋漓尽致。生产厂商以橱柜为基础，同时按照消费者的自身需求进行合理配置，生产出厨房整体产品，这种产品集储藏、清洗、烹饪、冷冻、上下供排水等功能为一体，尤其注重厨房整体的格调、布局、功能与档次。^[5]

整体厨房的标准是建筑设计标准、厨房电气标准及橱柜标准的集成，几个标准要相互兼容，这需要国家牵头，各行业相互配合才行。

1.2 课题研究背景和动机

1.2.1 社会背景

(1) 单身族群数量增加，需要社会给予更多的关注

有报道称，2002年，北京、上海等地30~50岁单身人数高达50万。而且我国25岁步入新婚殿堂的人数比上世纪八九十年代减少了40%还多，而27岁以上仍未有对象的人数则比上世纪八九十年代增长了三成多。对此，有学者认为这是我国第三次单身浪潮的来临。

据2007年中国单身报告报道：随着社会上单身族群数量的增加，单身已不完全是一种被动无奈的让步，很多时候它甚至成为了许多人主动选择。新观念随着全球化和经济增长汹涌而来，男人和女人的共同生活有了更多的选项。到

了2007年，北京、上海的单身男女早已冲破百万，中年人不再害怕离婚，占据2亿人口的“80后”突现离婚潮……

此次调查“单身”的定义为未婚人群，其中未婚、独身者占52.73；未婚、谈恋爱者占23.44；未婚、同居者占19.73；离异者占4.10，“纯粹”的单身占多数。调查显示，受访者住房状况以租房为主，占31.64，以90平米以下的小户型为多数，占72.46。在北京、上海、深圳等大中城市，这一比例尤为明显，深圳单身租房比例高达52.73。此类城市外来人口比例高，住房状况以租房为主，而由于经济、社会、文化等差异，极有可能造成外来人口中单身比例相对较高。在《新周刊》和搜智调查机构访问的1024名单身中国人中，244个中国人将单身的选择等同于对生活方式的选择。^[6]

（2）单身人士的生活和工作情况，使得酒店式公寓应运而生。

单身这种生活方式的出现原因有两种可能，一个是被动，另一个是主动地。被动单身又分为两种：

一种是因为工作需要，像外籍公司派出的高级员工、因公出差的企业老板或高级商务人员，以及驻华海外社团和驻华使馆的工作人员等，他们也是酒店式公寓的主要需求群体，这一个群体均以商务居住为主，由公司担负高额的房租费用，同时自己在异地没有买房定居的需要，他们希望在市中心或交通便捷地区生活，能提供家庭式的居家布局。生活质量要求高，经常会有“应酬”。他们是被动单身。

另外一种被动单身，是因为没有能力购买住房，所以选择租房。近些年来房价虚高，并且一涨再涨，住房消费成了许多青年人最大的经济负担，家境富裕的青年人可以通过父辈的经济支持以及自己的收入购买一套自己心仪的住房，而大部分青年人父辈收入一般，有些人甚至在求学过程中就已经将数目不多的代际积累消耗殆尽，购房成为他们全家的心头之痛。对众多青年人来说，他们在30岁前拥有属于自己的住房成了一个可望而不可及的梦想，因为现在的社会环境导致生活节奏加快，人们要承受更多压力，单身也是一种无奈的选择。

还有一种单身是人们的自主选择。

传统意义上的“单身”，就是“嫁不出去”或“娶不到”的代名词，而且带有比较强烈的贬义色彩，让人联想到的是条件不好“有生理缺陷”等，可是，现实生活中的“单身”往往和“优秀”“白领”“条件优越”等关键词相关联。

人们对于单身的观念已经发生转变,单身并不是婚姻生活前的一种真空状态,而成为可以选择的一种生活方式;另一方面人们选择单身更多出于自己的现实条件、凭借自身的生活经验来判断,周围人群、文艺作品甚至传统观念对其都影响甚微。无论未婚或者已婚,无论青年还是中年,独身与否作为一种生活方式,已经慢慢超出了婚姻的范畴而成为一种独立的生活态度和生活方式。单身也是一些企业老板、股东、大中型企业副总以上选择的生活方式,而这类人工作压力是最大的,也从侧面印证了此问题。他们选择单身,是一种生活方式的自主选择。^[7]

不管是被动单身或主动单身,单身的人是越来越多,酒店式公寓这一特殊房产应运而生。

通过一些资料的调查可以看到,酒店式公寓建筑面积在 40 m²—70 m² 之间,底限面积相当于一居室标准,高限面积相当于三居室标准,以人口较少的家庭或对生活空间要求较高的单身年轻人为主要目标客源。例如一些年轻的高收入人群,他们往往在还没有能力购买大户型房屋的时候便以小户型的酒店式公寓作为一种过渡品。由于酒店式公寓面积小、总价低的产品特征,及其酒店式服务和管理,正好与单身人士的生活习惯相吻合,所以一直以来深受 30 岁以下年轻人的欢迎。

1.2.2 理论背景

(1) 两个设计相关方向的理论各自为政,没有得到很好的结合。

当前的学术研究关于家居的理论已经很多,但是多数只涉及到家居室内装饰这一方向,而对家居用品的设计关注则较少,家居用品是家居室内设计的必不可少的一部分。而家居用品的设计相关理论是同时涉及工业设计领域里两大方向的理论,是环境艺术设计与工业产品设计两大方向相结合的理论。现有的理论研究很多都不全面。

(2) 设计理论的应用往往忽视单身酒店式公寓的特殊性。

随着人们生活水平的提高,很多家居用品已经在市场上大批量的销售,各式各样的家居用品出现在我们的生活中,有的是极具个性,有的让人发笑,有的令人佩服,有的让人惊讶,设计也是各具特色,但是适合酒店式公寓又适合单身人士使用的产品相当少,特别是厨房用品方面,相关的设计理论的研究也往往忽视单身酒店式公寓中厨房这个小空间的特殊性。

1.3 课题研究目的和意义

1.3.1 以人为本的体现

通过对单身人士生活方式的调查,研究适合他们的家居厨房用品,体现了对这一特殊人群的关注。我们的很多理论研究和设计实践,都体现以人为本的理念,像现在很多理论都是针对老年人,儿童和家庭妇女,我们已经意识到对社会上这些特殊人群的关注,我们研究儿童的心理,老年人的心理,为他们设计合适的产品,我们研究通用设计,指导设计适合所用人使用的产品,这些都是以人为本的体现。正是因为单身族群数量的增加,所以本课题的研究对象定位是单身人士,希望能够引起社会的关注,特别是设计界的关注,这也是以人为本的体现。

1.3.2 工业设计两个方向理论的结合,普遍性与特殊性的统一

单身酒店式公寓中的厨房用品的设计中应该注意空间、装饰以及产品的设计相结合,通过本课题的研究将室内装饰与产品设计两个方向理论的结合,作为设计师就要是产品设计师和室内设计师的集合体。很多厨房用品的设计是定位为家庭用的,而对于酒店式公寓这一特殊环境下厨房用品的设计,往往不被重视。通过本论文的研究就可以将不同环境下使用的厨房用品的设计进行区分,引起设计师的重视,以使产品更好的适应酒店式公寓中单身人士的使用。

1.3.3 设计师和相关行业的企业都有指导意义

这也是本论文最直接和最先服务对象,对厨房用品的设计历史发展的研究和对厨房用品未来趋势的初步探索,为现在厨房用品设计提供指导性建议,为未来厨房用品的设计指明方向。这对设计师和相关行业的企业都有指导意义。可以作为设计师在以后的设计中的参考。对企业开发新产品以及产品的规划设计都具有参考价值。

1.3.4 对社会和经济的发展具有推动作用

不管是从宏观还是从微观来说本课题的研究对社会和经济的发展都是非常有价值的。

从宏观上讲,本课题研究的是单身人士,他们或者是高级白领,刚毕业的大学生,或是企业的老板或中高层,是社会的栋梁,生活质量影响着他们的工

作状态，正是他们工作的点点滴滴才促成了社会大的发展与进步。从这个层面上来说，对家居厨房用品的研究是关系到社会的大问题。所以说本课题的研究是非常有意义的。

从微观层面来讲，单身人士崇尚消费，看淡储蓄，注重生活质量，单身市场上商机无限，单身经济蕴含着无限的可能。单身人士知道怎样享受生活，生活的细节也更多地被关注。厨房用品作为日常生活的一个重要的组成部分，对他们来说不再是单纯的承担烧菜做饭的功能，而渐渐成为他们享受美食、休闲娱乐、放松身心的综合场所。这说明厨房用品，已经不仅仅是原始概念上产品，对消费者来说，不仅包括物质方面的使用还有精神方面的享受，厨房用品设计的舒适合理，对人的精神愉悦有着重要的影响。通过本课题的研究对厨房用品的设计有指导意义，对企业来说，能够使其产品在市场上更具竞争力。

1.4 课题研究思路和方法

1.4.1 整体思路与实施方案

(1) 文献阅读，了解单身人士的生活习惯，生活方式，性格特点，消费心理等各方面的研究资料；了解国内外酒店式公寓设计的理论研究成果和成功案例；研究厨房用品的发展演变历史以及应用于厨房用品设计上的相关理论。

(2) 实地调研，通过亲身体验、问卷调查、采访、观察和设计实践，明晰单身人士厨房用品的使用需求和现状，以及现有厨房用品在设计上存在的问题；了解单身人士在使用全过程的行为和心理；了解单身人士对厨房用品目前和潜在的需求；应用相关理论进行设计实践，探寻未来单身人士的厨房用品设计的特点。

(3) 归纳整理，归纳整理文献资料以及调研实践结果，在做这以步的工作的时候要注意做到定性与定量相结合理论与实践相结合；特殊与一般相结合；部分与系统相结合；主观与客观相结合

(4) 构建课题研究整体结构，从多方面研究调查，在紧密联系单身人士的生活现实，潜心研究前人成果和更深层次的个人实践与理论研究的基础上，提出未来单身人士厨房用品设计的特点。

(5) 得出研究成果，通过与同学和老师讨论，以论文的形式表达研究成果，尽量使表达简洁明确，使设计师看到以后很快理解并应用于实际设计中，指导

未来厨房用品的设计，改善未来单身人士家居生活状况。

(6) 设计提案，通过设计提案针对性的做出一些适用于单身酒店式公寓的厨房用品的概念设计方案，更直观的表达和证明本论文的观点。并且对本论文也是一个完美的总结。

1.4.2 设计调查和理论分析相结合的研究方法

对目前我国部分城市的单身酒店式公寓中的厨房用品进行实地调研，对用户、生产商等相关人员进行广泛的采访和问卷调查，充分研究他们的意见，从现实问题入手，将单身人士的行为和心理需求生活方式与厨房用品设计方面的理论相结合，探索令人满意的厨房空间及厨房用品的设计方法。要进入相关厨房用品设计公司进行设计实践，给理论研究提供有力的实践支持。理论与实践相结合。

第2章 设计调查计划与实施过程概况

针对本课题的调查,主要分为三部分展开,即对单身人士生活方式和消费观念的情况调查、酒店式公寓的厨房设计状况的调查和现有厨房用品的调查。针对这三部分调研对象各自的特殊性,分别采取不同的方法进行调研,但为保证情报资料搜集工作能够顺利地进行,并实现情报搜集的目的性,完整性、准确性,适时性等,调研时以一种方法为主,其他的方法为辅,并编制详细的情报搜集计划。

2.1 对单身人士的调查——问卷询问法

2.1.1 调研总体设计思路

调研对象:单身,独自居住的个体这个在青年也介绍过了。设计调研问卷的时候也要明确指出。

调研目的:通过问卷的设计可以得到的是:了解单身人士的生活方式和日常生活,了解他们用的产品,什么颜色,什么风格,什么材料,容易接受的,居住状况以及选购的厨房用品现状。

调研方法:对单身人士的调查主要采用的是询问法:即以询问的方式去搜集情报资料。询问的方法一般有:面谈、电话约访、书面询问、网上询问。^[8]将要调查的内容告诉被调查者,并请他认真回答,从而获得满足自己需要的情报资料。

落实到本课题的研究,首先设计符合内容的调查问卷,通过两种网络 and 当面邀请两种途径进行问卷的作答。网络调研可以选择反馈率高和口碑好的多个调研网上展开,比如中国民意调查网、搜智调查网、上海信息调查网。因为这些网站都提供有奖调查,所以浏览量大,反馈率高。当面邀请的调查可能会遇到抗拒,被访者不配合的现象,但是只要态度端正,向被访者说明调查的前因后果,相信他们也会配合,因为毕竟这次调研的结果也是有助于他们的生活改进的。

调研原则:设计针对单身人士的调查问卷,尽量做到保护被调查者的隐私,同时又能提高反馈率,以保证得到的情报资料的准确度。

2.1.2 问卷设计

问卷设计见附件

2.2 对酒店式公寓的调查——查阅法

2.2.1 调研总体设计思路

调研对象：酒店式公寓定位，拥有独立产权，配备包括厨卫在内的综合套件，提供保洁服务、物业管理、租赁管理以及酒店式的秘书、信息、翻译等商务服务。房屋结构与布局户型能够满足单身人士个性化的需求。

调研目的：通过资料查阅了解现今市场上酒店式公寓的发展情况。特别是对于酒店式公寓客房内部设施及家居布置进行了解，并对现在酒店式公寓对厨房用品的使用状况及需求方向进行详细的调研。

调研方法：针对酒店式公寓的调研以查阅法为主，以观察法为辅。

酒店式公寓在我国仍然还算是一个方兴未艾的新事物，目前只在少数几个大城市有分布，但是由于酒店式公寓自身的特点，比如，人性化的酒店式服务和寓投资风险相对较小，受益相对较大等，对风险投资商的吸引力也很大，所以发展相当迅速，前景是比较光明的。也正是由于酒店式公寓是个新兴的事物，所以引来很多业内人士的关注，关于酒店式公寓的调查报告，文献资料也是比较丰富，所以笔者主要以查阅法来调研，以观察法为辅助的方法，同时作为笔者一个人不可能长期呆在多个大城市进行实地观察，所以选择比较有代表性的几个城市作为实地观察的城市。

关于查阅法：通过查阅各种书籍、刊物、专利、样本、目录、广告、报纸、录音、论文、网络等，来寻找与调查内容有联系的相关情报资料。^[8]

调研原则：搜索准资料，所谓的准资料就是符合调研对象的资料，或者是有潜在对象的资料。分清主次，由于关于酒店式公寓的资料繁多，这些资料所涉及的方面也非常广，所以在调研过程中一定要擦亮眼睛，明确自己想要的资料，做到心中有数，避免浪费不必要的时间与精力，这就要求自己在做调研的时候目标明确，把握重点，提高效率。

2.2.2 文献资料调查与实地勘察实施情况

(1) 关于资料的搜集

主要有以下渠道：学校图书馆的图书，自己购买书籍，去书店看相关资料，省图书馆，网络调查网站，房产网，房产杂志，瑞丽女性网，《楼市》杂志，报纸房产版，学校网上图书馆提供的数字资源门户系统，包括（图书，期刊，学位论文，会议论文，事实数据，科技报告）利用数据库。

去学校图书馆，可以方便带回来，

书店，了解畅销书，较新的书，系统性强，比较累，没座位

网络，可以看到人们的看法，评论，也是比较新的信息

杂志报纸，也是可以看到不同的观点和评论，

房产网，可以及时了解最新的房产信息，

瑞丽女性，也是反映了很多人们的观点和适应人们，推荐性口碑好，影响力大

学校网上图书馆的资料，是系统的，也都是前人的研究成果，利用价值高，质量高，含金量高。

利用各种媒体来搜集资料，既要保证信息的质，也要保证信息的量。并及时整理归纳，总结，分析，做好笔记，作深入的分析。

万方数据资源系统和中国学术期刊网 万方数据资源系统包括三个子系统，即科技信息子系统、商务信息子系统和数字化期刊子系统。其中科技信息子系统汇集科技文献类、科技动态类、标准及法规类、成果与专利类、机构和名人以及工具书类数据库近百种，信息总量达 1100 多万条。中国期刊网收录资源包括期刊、博硕士论文、会议论文、报纸等学术与专业资料；覆盖理工、社会科学、电子信息技术、农业、医学等广泛学科范围。

（2）关于实地勘察

开始是计划，了解在酒店式公寓居住的单身人士，向他们了解情况。但是这一类人群一般是比较忙，没有时间来接受面谈。后来笔者就以顾客的身份，走访多家酒店式公寓，向他们的服务人员咨询，了解他们的室内布置，厨房设施。

2.3 现有厨房用品的调查——观察法

2.3.1 调研总体设计思路

调研对象：市场上的厨房用品，适合单身酒店式公寓使用的厨房用品。

调研目的：通过市场调研，了解市场上适合单身酒店式公寓使用的厨房用品现状，包括，适合单身人士，酒店式公寓使用的厨房用品的市场占有率，消费者选购时所关注的焦点，出现的问题，发现选购的倾向，了解消费者的需求方向。分析单身酒店式公寓厨房用品在今后的设计中重点关注的要点。初步推断出未来单身酒店式公寓的厨房用品设计特点。

调研方法：对家居用品的调研本课题采用问卷法，查阅法和观察法等多种方法相结合的方式，前两种方法都已经介绍过了，所谓的观察法就是，通过派遣调查人员到现场直接观察搜集情报资料。这要求调查人员十分熟悉各种情况，并要求他们具备较敏锐的洞察力和观察问题、分析问题的能力。^[8]运用这种方法可以搜集到一些第一手资料。进行时可采用录音、拍照等工具协助搜集。

问卷法，可以了解人们想象中的购买倾向，很多人在假设需要购买的情况下，作出的选择，和实际发出购买的动作的时候的表现还是有一定的差别，只有在实际购买的时候，人们考虑的因素才是最全面和符合实际情况的，因为我们的产品设计出来，总是要面对市场，销售出去的，所以在各个商场做实际观察得到的结果是最准确最直观的。查阅法，有无网上的很多资料，都是生产厨房用品的生产商或销售商家做的广告，一些文字资料也都是有一定水分的，所以多多少少有点偏离实际情况，并且网上所看到的图片，和实际产品也是有一定差距的，只有看到实实在在的产品，我们才能实实在在的感受到产品的色彩感度，材料的触感，整个产品的设计感，我们调查的结果才是最真实的。所以本文选择这几种方法相结合，互相补充，使调研结果更贴近实际。

调研原则：选择最具代表性的产品观察，定点观察和多点观察相结合，实行追踪询问，现场询问消费者的需求意向。提高自己的洞察力和观察问题、分析问题的能力。向卖场的导购员咨询，找相关人员协助调查。

2.3.2 问卷与网络调查实施情况

问卷调查：将前面设计的调查问卷交给商场的导购人员，请他们帮忙调查，有的商场规章制度较严格，所以要自己亲自做调研，那就需要自己有好的态度和消费者交流。这些问卷要和发到网络上的调查问卷区别分类，相比网络上的调研，面对的客户可能是潜在的消费群体，并且由于是在网络上调研，不能真实了解接受调研的人员的实际背景，所以这些调研的结果说服力不够强。而这些是对有购买意向的实际消费者的调研，对调研结果的影响更大。

在实际调研过程中,开始的时候就是像导购员一样站在旁边等待消费者过来看产品,有时候很久都不见有人过来,特别是工作日,实地观察比较浪费时间,后来就选择周末的时候去,周末商场的人流量比较大,咨询客户较多,并且自己也要向顾客一样以购买者的身份,像导购员咨询,侧面了解其他消费者的购买状况。对于比较友好的符合调研情况的顾客进行问卷调研,其他填问卷,这里面也有小技巧,可以通过填问卷,送他们小礼品。

网络调查:网络调查主要有两种方式:一是将设计好的调查问卷,发到相关人员的邮箱,比较有针对性,但是反馈率不是很高。另一个方式就是,在相关调查网站上填写相关调查资料,让浏览网站的人来填写选择,这就需要选择浏览量大的调研网站来实施,笔者主要选择了以下网站进行了网络调查:

中国民意调查网 <http://www.00100.cc/>

搜智调查网 <http://survey.idea360.net/>

中国消费者民意调查 <http://www.touwoba.com/>

知己知彼网 <http://www.zhijizhibi.com/>

上海信息调查网 <http://bbs.egou.com/>

调查派 <http://www.diaochapai.com/>

第3章 相关文献研究与设计调查总结

3.1 单身人士的生活方式与消费观念

3.1.1 生活方式概念

生活方式是生活主体同一定的社会条件相互作用而形成的活动形式和行为特征的复杂有机体,其基本要素分为生活活动条件、生活活动主体和生活活动形式。^[9]人们具体的劳动条件、经济收入、消费水平、家庭结构、人际关系、教育程度、休闲时间占有量、住宅和社会服务等条件的差异,使同一社会中不同阶级、阶层、职业群体以及个人的生活方式形成明显的差异性。生活方式是一个概括程度高、层面繁多的综合概念。

3.1.2 人类生活方式的发展趋势

社会学家研究由于经济全球化使世界越来越开放,国际交流和沟通不断增强,尤其是网络的普及,空间距离将在虚拟世界中消失,使得人类生活方式的发展将趋同于全球性和区域性;同时物欲的泛滥使人们的精神需求相对贫乏,为满足人们不断强化的精神需求提供了基础。^[10]人们开始寻求一种能使物质生活和精神生活处理的比较和谐、平衡的生活方式;未来衡量生活水平不再以消费水平标准,而更看重生活质量,自然,健康是生活质量的基本保证,还有什么比健康更重要呢?健康成为生活的首选目标;在知识大爆炸的信息社会,学习将成为一种终身的生活方式或生存方式。

3.1.3 单身人士的生活方式

单身的成长环境、教育背景等形成了他们一定的世界观、价值观和生活观:他们在经济收入、消费水平、休闲方式等方面构成了特定生活活动的条件,最终形成他们特有的生活方式。

(1) 单身人士追求自由

单身人群是一个自我意识极强,为了自由他们选择单身,他们不想过早的被婚姻牵绊,有的甚至为了自由选择离婚,单身人士不受世俗观念的约束,在传统观念面前,他们从自己的生活体验出发作出单身与否的选择;单身并没有

给他们带来过多的压力,与之相反,他们对自己目前的单身生活感觉良好。

(2) 单身人士崇尚享受生活乐趣

根据《新周刊》杂志联合搜智调查机构进行了一次名为“中国单身报告”的调查中的结果所作的研究进一步表明:现今的单身族群主要集中在有文化、有实力的中产阶层。比起传统观念中长相、经济双重困难,生理或心理上有双重缺陷的“被动单身者”,思想观念上的颠覆性变化是他们最为显著的特征。他们是自我享乐的代表,为了享受生活而主动选择单身。^[6]

(3) 奉行新懒人生活与文化

由于是单身就没有像合伙人之间合作的那种乐趣,所以做事奉行一种懒得风格。目前在社会上悄然兴起一种懒人哲学,懒人主义的目标就是:在繁重的工作之余,充分享受生活的乐趣。^[11]他们给“懒”这个贬义词赋予了新的内涵——智慧的“懒”,最终“懒”出格调,“懒”出品位。“新懒人”的吃:简单但是营养。用最简单的食物,吃出最大的营养来。“新懒人”的穿:重复而不邈遏。他们将换洗的衣服扔进全自动的洗衣机或拿到干洗店里去;更甚者则只需要拿起电话,然后叫钟点工将衣物拿去干洗,然后再拿回来。对他们而言,省时省力是最为重要的事。甚至连运动鞋也可以直接扔进洗衣机里。“新懒人”的行是五步外必坐车。(如图 3.1)

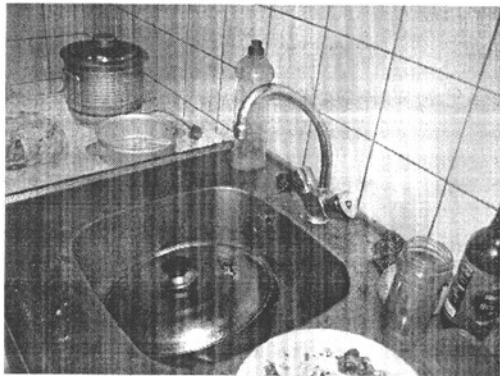


图 3.1 某留学荷兰学生的厨房

“新懒人”的用:经用或不经用。新懒人用的东西质量分为两种:一种是很经用的,10年8年的也不会用坏;另一种则是很不经用,随时都会坏掉。新懒人人们时常挂在嘴边的就是,要对自己好一点,不要为这样那样的烦心事而操心。而且,他们一向不会正确使用家里的电器,就像将鞋子放进洗衣机,将锅碗瓢盆放进微波炉里等等,当然,他们也会运用自己的智慧,为自己的懒惰进行心

理服务。也有一些东西是他们不用的,像下雨天的时候,他们不会用伞,宁愿呆在车里,或是躲在家里。

3.1.4 单身人士的消费观念

(1) 较高的经济收入

《我是中国单身女性》中这样描述她们的状况,“她们绝大多数生活在城市,依靠自己的收入生活,具有大专以上的文化程度,并从事着条件较好的工作”“在上海消费群中,第一消费群的个人月收入大部分集中在2000—3000元,占46.9%. 1500—2000元占23.4%. 3000—4000元占13.9%,三个收入段的总和为84.2%,远远高于其它消费群。^[12]

(2) 崇尚消费、注重享受生活

在《新周刊》杂志联合搜智调查机构进行了一次名为“中国单身报告”的调查。他们从京、沪、穗、深、蓉等16个具有代表性城市中抽取了1024个有效样本,经过分析发现,其中不经考虑就购买奢侈品者占28.6%;16%的人至少每周去一次酒吧、KTV等夜生活场所;31.6%的人每月的最大开销为自我娱乐消费或聚会等社交消费,为未来做储蓄保险的只有5.4%。^[17]这表明,现今的单身人群非常注重自己的生活质量,崇尚高消费的生活。尤其是月收入7000元到2万元这一档次的“金领”,在这些方面的数据更是高于其他人群。比起已婚人士,单身人士热衷消费,淡看储蓄,并且自我意识极强。单身思想开放,容易接受新事物,走在现代化社会前沿,是社会潮流的引导者,从TNTFRNFT的使用到信用卡的持有率,单身都是消费潮流的主力军。他们有钱、有时间又没有顾虑,单身的的生活状态允许他们尊重自己的意志,较少的考虑社会、家庭的舆论和压力,所以有更多花钱的激情和冲动,只要东西够时髦、够奇趣,不惜一掷千金。

3.2 对酒店式公寓的总结

3.2.1 酒店式公寓的设计特点

酒店式公寓,作为一种以提供酒店式管理与服务为主题的产权物业,融酒店设施与家居氛围为一体的租住单元,主要有下列显著特征:

(1) 公寓单元主要用于租住,基本上不提供产权分割出售。

(2) 以1室1厅、2室1厅、2室2厅的小户型为主体房型。建筑面积25-50

平方米不等,风格多样,户型小巧玲珑。^[13]作为个人工作空间也好,作为自己的心灵家园也好,都崇尚“唯小唯美”,“因为小就容易触摸,因为小更容易保护”。有港式、欧式、日式等多种特色鲜明的经典装修格调,基本的家居功能要齐全,能满足第一居所的需求,注重家居气氛。(如图 3.2)

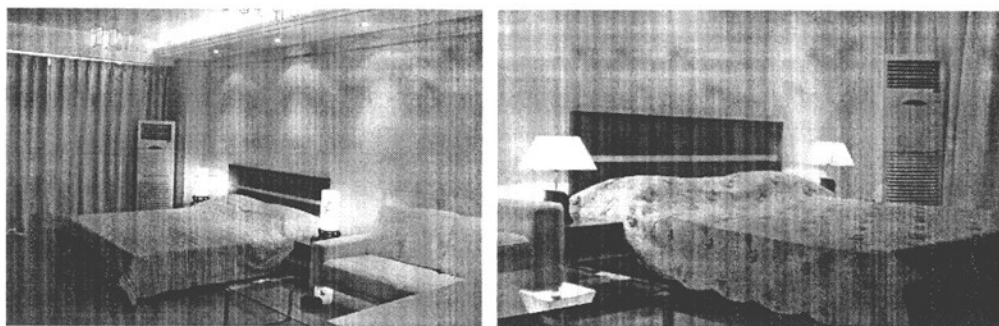


图 3.2

(3)主要针对较长期(指 4~10 天以上)逗留的客户。酒店式公寓的短租户主要是来沪参加会议、从事商务活动或短期公司业务的白领,通常租用一房或两房,租期从数天到 3 个月不等。长租户则多为跨国公司中高级管理人员和使领馆人员,他们在沪工作时间较长,通常带有家属,因而居住面积要求较大,租期一般超过 3 个月,租约以半年或一年的周期进行续签。

(4) 服务设施突出家居需求。(如图 3.3、3.4)

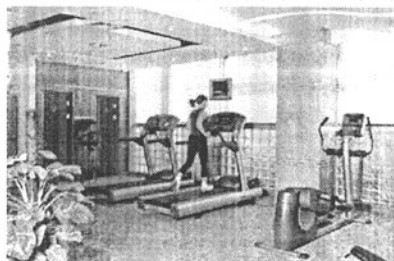


图 3.3

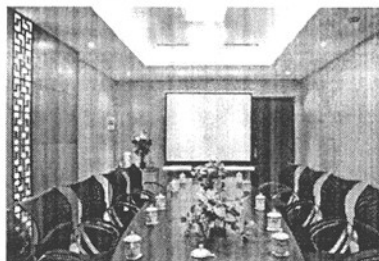


图 3.4

除具备商务中心、电脑网络、游泳池、健身房、网球场、桑拿中心、蒸汽房、按摩池、桌球房、壁球馆、超市、餐厅、会议厅、网吧、卫星电视、无线网络等酒店设施外,还有齐备的小厨房、衣物储存空间、国际通用插头、保安锁系统、保险箱、家庭影院系统、加热、洗碗、洗衣、烘干、熨烫、餐具等家居设备用品,儿童游乐、图书阅览等设施,以及金钥匙(委托服务)、客房服务、房内送餐、幼儿看护、机场接送、礼品递送、邮电收发、24 小时抢修等体贴入微的

人性化服务,智能化系统:给排水系统、电梯系统、照明系统、视频显示系统、安全监控系统、综合布线系统、宽带网络、终端语言系统、有线电视系统、背景音乐系统,酒店式公寓整体极富人性化、人情味的户型和功能设计,具有很强的亲和力。^[14]

(5) 单位面积月租金相对于一般酒店价格而言较为低廉。低者月均 6 美元/平米,最高 57 美元/平米,大多保持在 20~30 美元/平米上下。购买自住的话,酒店公寓总体房价也是比较低,经济上划算。^[14]如果买一套 100 平方米以上的房屋,作为一个长久的家园,当然不错,但对于单身来说,也许要花费 10 年甚至 20 年的积蓄。即使办理银行按揭,也得首付 10 来万,然后一月一月地还贷,直至二、三十年以后才能完全付清贷款。好像这一生就是在为房子奋斗一样。而买酒店公寓,总共才花十几、二十来万元钱,还可以通过租金“养活”月供还贷款。

(6)环境更具区位优势。建筑多与宁静幽雅的高级住宅区相邻,具有赏心悦目的视觉环境。近年来一些酒店式公寓也选址于中心商务区,与五星级酒店群融为一体;有些进驻大型综合楼宇,增加经营弹性,兼顾长租、短租客入的入住。酒店公寓符合时代潮流,是一种安家、办公、投资的新时尚,能充分展示年轻飞扬的个性。^[15]

(7) 经营更加灵活自如。餐饮服务趋于简单化和微利化,一般只提供简单的自助早餐以满足客人的基本需求,从而节省了自办餐饮所需的场地、装潢、人工等高昂成本。

3.2.2 酒店式公寓的前景

随着社会经济的发展,人们物质生活水平不断提高,需求更加趋于多样化,酒店式公寓也正好适应这种趋势和潮流,酒店式公寓存在着投资的风险,但是前景是比较光明的。^[16]同时单身酒店式公寓的发展也是异常迅速,据了解,属于经济型的小户型酒店式公寓,进入上海房产市场以来,连连引起热销的火爆场面,其风头之劲,几乎压倒传统的酒店式服务公寓。

1. 社会经济水平的提高为酒店式公寓的发展提供了最基本的物质大环境正因为经济水平提高人们才有能力消费各种服务,可以说飞速发展的社会大环境创造了酒店式公寓的市场需求。

2. 人们消费观念的变化也促进了酒店式公寓的发展。过去的人们只注重基本的生活需要,而现在随着基本的生活需要都已得到满足根据马斯洛的“需要

层次理论”人们开始追求多养化的生活,要求提高自己的生活质量。走出家庭,与家人或者朋友一起休闲度假,舒适价格又合适的酒店式公寓就成了他们的最佳选择。

3. 第三产业大力发展服务密集型和技术密集型的企业越来越多。这些企业由于不需要生产空间,因此对空间面积要求不大但要求必须有完善的配套设施,信息、人流密集、交通方便。酒店式公寓能够很好的满足这一点。

4. 酒店式公寓投资风险相对较小受益相对较大。酒店式公寓既不同于酒店,又不同于一般公寓。酒店要作为经营实体承担经营风险而一般公寓的价值只能被动的跟随房地产市场的变化而变化。酒店式公寓不需要承担酒店那么大的风险又可以进行灵活调整,具备升值潜力。所以对风险投资商的吸引力也很大,愿意对酒店式公寓进行投资。^[17]

3.2.3 酒店式公寓中厨房用品的选购状况

(1) 从开发商自身的角度:

为了适应市场需求,酒店式公寓按三星级以上标准配置,大到电视冰箱等家用电器,小到杯碟碗筷等家居用品,均一应俱全,方便到极;再配上贴心、周到的人性化酒店服务,真正称得上是集尊贵、个性、舒适、便捷于一体,让你在紧张而繁忙的商务旅游之余能享受到家庭般的温馨和舒适。所以在选用家居用品的时候,他们也会考虑他们自己方面的特殊需求,比如,方便清洁清洗,运输方便,有专门的为酒店式公寓准备的产品生产厂家供货,向一次性的产品,牙膏,牙刷,香皂等。物美价廉,保修,售后服务。安装和运输方便,产品要节省空间,方便移动,易清理或一次性等。

调查了南昌几家酒店式公寓厨房配置总结出,酒店式公寓的厨房用品主要有微波炉、小型冰箱、电磁炉、水壶、电饭煲、吸油烟机、洗碗机、厨刀、开瓶器、炒锅、蒸锅、厨房铲、勺炊具、架调料罐架、压力锅、电饭锅、酒具、茶具、厨房设施等也有更高星级的酒店式公寓会配备搅拌机,榨汁机、咖啡具、豆浆机等

· 海航·白金汇(如图3.5)位于南昌红谷滩中心区红谷大道,该项目由江西洪城房地产开发有限公司红谷滩分公司开发建设。总占地面积 28560 m²,总建筑面积 74596 m²,规划有私人酒店及住宅,容积率 3.29,绿化率 44.3%。私人酒店共 384 套,住宅 298 套。

海航·白金汇私人酒店, 位居酒店综合楼 A 座的 13~24 层和 B 座的 5~16 层, 私人酒店总面积约 2 万平方米, 由面积约在 38~92 m²之间的十种户型组成, 共 384 套高档私人酒店的典范。

海航白金的厨房介绍:

无独立厨房, 冰箱和洗衣机也放在厨房

敞开式德国帝森牌整体厨柜壹套;

普伊康牌侧吸式吸油烟机壹台;

配置不锈钢水槽, 美标牌水咀;

配红日牌电磁炉壹台;

海尔牌微波炉壹台;

配置海尔牌小型单门冰箱壹台

海尔牌滚筒洗衣机壹台……

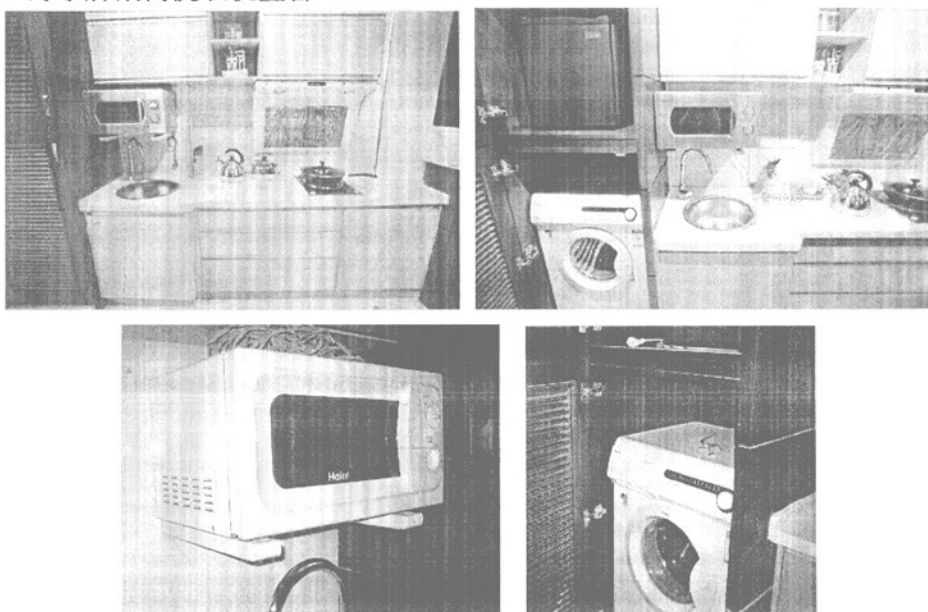


图3.5

洪客隆·第一街区(如图 3.6)位于红谷滩中心区主干道红谷大道与春晖路交汇处, 处在八一桥北端与南昌市行政中心的中间点, 由江西洪客隆集团投资建设, 占地 2.01 万平方米, 总建筑面积约 5.67 万平方米, 规划业态有大型超市、SOHO、酒店式公寓、金钻商铺等。户型大多在 60 平方米左右, 却配置包括厨卫在内的综合套间物业, 真正做到了酒店式公寓的布局。

第一街区，专为商务精英提供休闲娱乐空间，独特的高贵气质与生俱来。将成为随心消费的物质天堂、休闲娱乐的精神家园、涵养气质的纯粹私人领地，优雅、高贵、别致，让人从浮躁的建筑、枯燥的商务、快速的节奏中脱离出来，并得到最大化的享受。

第一街区的厨房介绍：

开放式厨房

欧派整体橱柜

欧派抽油烟机

美的电磁炉

欧派微波炉

欧派水槽、水咀

海尔牌滚筒洗衣机

东芝 168 冰箱……

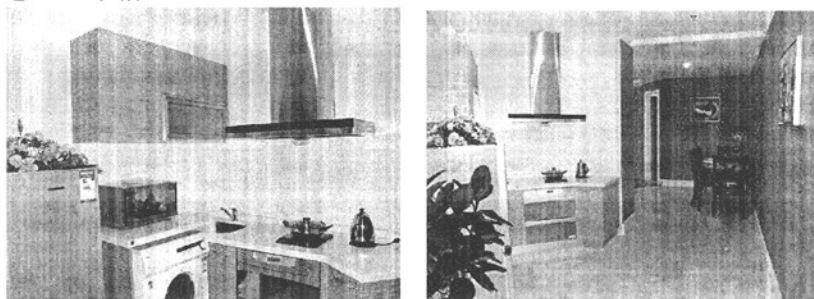


图 3.6

(2) 从单身人士角度：

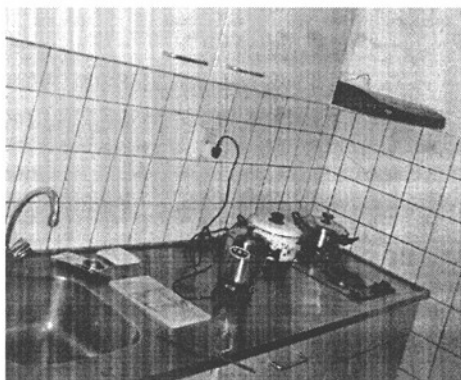


图 3.7 整体效果

当单身人士住进来以后，会根据自己的情况另购部分厨房用品：搅拌机，

榨汁机、咖啡具、豆浆机、厨房盛具、食具、洗碗机、砧板、打蛋器、压蒜器等,那他们是怎么选购这些需要的厨房用品的呢?他们多数会到大型的超市,或者大型的连锁家居商场购买。(如图 3.7)

随着酒店式公寓和单身公寓的出现,适合这种单身人士的家具和家居用品也如雨后春笋般涌现。^[18]自从 1998 年进入中国市场后,宜家的火热已持续了将近 10 年。据宜家工作人员介绍,他们的设计团队人员“哪怕是已经结了婚的,大部分时间还是处在单身状态,这与我们的消费者习惯也很接近。”^[6]而现在无论在上海、北京还是广州,宜家在单身族心目中的地位已经不可动摇。同时,来自日本的“芬理希梦”、博采各国设计之长的“依力诺伊”等品牌都以精致便利的生活哲学呈现出“后来居上”的势头。



图 3.8

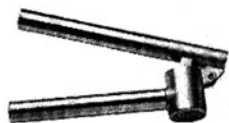


图 3.9



图 3.10

由于单身人士对生活质量要求较高,所以在选购产品的时候也是有很多条件的。通过问卷调查,和网络交谈,总结出作为单身人士他们选购用品的时候,一般选择体积小多功能,智能化便捷的产品,同时他们反映有些产品需要改进界面的设计,使他们一接触到产品就要快速使用,因为当人们来到一个陌生的地方那个要迅速适应,这就包括了解城市地理环境,最主要的还是自己的住所,工作忙碌了一天,回到家中,一种真正的宾至如归的感觉,这其中最主要的还是表现在家居用品的使用上,如果家里环境整洁轻松,同时用品使用顺手,这样才能使生活更舒适,所以在家用品的设计上要特别注意智能化设计,多功能的设计,以及人性化,产品要有亲和性,操作快捷,省时省力,安全与牢固。

3.3 对市场上现有厨房用品的总结

厨房家具是每个家庭烹饪、进餐时必备的物质条件之一,它能侧面的反映主人的饮食文化和生活水平,近年来随着我国居民住房条件的不断改善以及家电工业的蓬勃发展。早在 1989 年国家建设部首先提出了改善我国居民厨房整体

化环境的创新性课题,从此揭开了我国厨房革命的序幕。^[19]厨房家具作为厨房的主要组成部分,如何充分地利用厨房空间设计出创新性的厨房家具,进而实现新居室厨房的整体设计化,便是一个首要问题。

针对单身市场上厨房用品的消费状况和设计领域的情况,通过问卷调查以及相关资料搜集,通过调查结果显示,单身消费者对自己厨房用品不满意的原因主要有以下几点:

- (1) 占据厨房空间太大 34.4%
- (2) 价格太贵 31.0%
- (3) 清洁不容易,式样不好看 27.5%
- (4) 质量做工粗糙,烹饪效率低 20.6%

3.3.1 太占空间

因为现在的房价越来越贵,人们都是买小户型的房子,特别是单身人士,由于房间面积小,厨房面积更小,通过对单身人士厨房空间的调查显示:5平米一下的 31.0%;5-10 平米 34.4%;10-15 平米 17.2%。这说明多数人的厨房空间是偏小。通过实地调查和网络调查也了解到,多数酒店式公寓的厨房也是空间较小,或者是开放式的厨房,本身就是节约空间的一个表现。但是厨房却是一个麻雀虽小五脏俱全的地方。而现在市场上的很多厨房用品,特别是电器体积普遍较大,当摆设几件电器以后往往就会将厨房挤满,人进去以后会觉得透不过气来,加上做饭厨房内一般是处在温度较高的状态,给人的感觉更不舒服。

(如图 3.11、3.12)

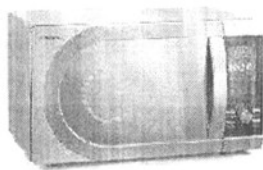


图 3.11

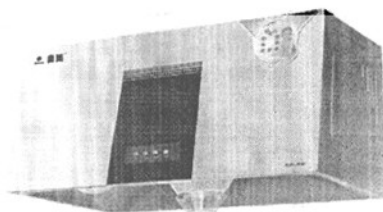


图 3.12

3.3.2 清洁不容易

这是一个非常普遍的问题,本身厨房烹饪就会有油烟,同时很多厨房用品设计上存在问题,不仅不能方便清洁,反而会增加难度,这包括设计很多繁琐的外部按钮,用的材料容易沾污渍等。而单身人士普遍的属于懒人,他们生活

习惯和生活方式都是遵循懒人的文化,他们最怕麻烦,他们讨厌浪费时间来做家务,对于清洁厨房这样的事情,他们更是懒得去做,所以说这一个问题,在单身人士身上表现的格外突出。

3.3.3 样式不好看

工业文明的长足进步,给人们提供了无限丰富的物质条件,细观我们四周的厨房用品,可谓形形色色、琳琅满目:杯子、盘子、烟缸、牙签盒、纸巾桶、衣架、开瓶器……这些厨房用品围绕在我们身边,占据着我们生活的各个角落。

尽管现在的厨房用品较之以前有了极大的丰富,可是,现代技术往往把一切变得千篇一律,或者中规中矩、冰冷且机械味十足,市场上很多现有厨房用品是笨重的黑盒子,用色单调,很难让人体会快乐厨房的概念。我们长期生活在单调的风格化的产品世界里,缺乏活力与生气。在生活节奏如此之快的现代社会,特别是对单身人士来说,他们在心理上都或多或少的存在着各种压力,更需要自己的生活中多一些情感的东西。

其实,就像我们的日用品一样,厨房用品也是可以温柔、欢乐、可爱、调皮、神奇,有灵气的……它们应该有自己独特的性格,甚至脾气和情感,也应该同样具有生命力,它们不应仅仅被应用于我们的生活,还应该可以是我们心灵和情感的折射。(如图 3.13、3.14)



图 3.13



图 3.14

3.3.4 烹饪效率低

关于这一点,在单身人群中的反应也非常强烈的,单身人士,几乎是以工作为中心的一类人群,当他们疲惫一天回到家中,由于做饭太麻烦,程序太繁琐,往往就选择不做饭,而是在外面吃快餐。可是单身人士偶尔也想享受一下

家的温馨，特别是有朋友在的时候，偶尔也会做饭，这个时候，由于单身人士，年轻人的心理，他们希望能迅速，高效率的把菜做完，并且不用费自己的力气，这也是懒人生活方式的体现，而市场上现有的产品，普遍的操作繁琐，要成功完成一顿饭菜，要在厨房忙很长时间，这对视时间如生命，凡事喜欢高效率的单身人群来说，实在是一种时间上的浪费，痛苦的煎熬。他们不会像家庭主妇那样悠闲自得的做饭，他们不愿意在厨艺烹饪上花费太多时间。所以这一点通过我们的调研也反映了出来。

小结：自改革开放以来，我国厨房用品的设计和生产已走过二十年的里程，它从幼稚走向成熟，这些变化无不包含着我国设计者与制造商辛勤的劳动，但我们还应清醒的认识到我国厨房用品存在的问题，只有这样才能更好的发展我国的厨房用品行业。

第4章 设计智能化厨房用品

随着消费水平的提高,特别是对单身人士来说,越来越要求包括厨房用品在内的家居用品应该充分体现“智能、多功能、节能和环保、安全、”的优势,只有这样,“它”才会备受人们的欢迎和喜爱,有更为广阔的发展前景。

从市场发展的角度讲,目前厨房小家电市场国内品牌日益趋向同质化,拉开档次,所以竞争上只有一而再、再而三地比降价。相比之下,高端市场却几乎是空白。因此,对厂商而言,大力开发高新技术产品,将在未来的厨房家电竞争中居优势地位。^[20]

当您回到家中,随着门锁被开启,家中的安防系统自动解除室内警戒,廊灯缓缓点亮,空调、新风系统自动启动,您最喜欢的背景交响乐轻轻奏起。在家中,只需一个遥控器就能控制家中所有的电器。每天晚上,所有的窗帘都会定时自动关闭,入睡前,床头边的面板上,您触动“晚安”模式,就可以控制室内所有需要关闭的灯光和电器设备,同时安防系统自动开启处于警戒状态。在您外出之前只要按一个键就可以关闭家中所有的灯和电器……在炎热的夏天,你可以在下班前在办公室通过电脑打开空调,回到家里便能享受清凉;在寒冷的冬季,则可以享受到融融的温暖。回家前启动电饭煲,一到家就可以吃上香喷喷的米饭。如果不方便使用电脑,打个电话回家一样可以控制家电。在办公室或在出差时打开电脑上网,家中的安全设备和家用电器立即呈现在你的面前……这一切都只是网络化智能家居控制系统能为您做的事情中的一小部分。^[21]

厨房用品应该具备“智能”化的功能。它的使用与设计应更多地运用高科技,尤其是运用先进的电子计算机技术,促使人们在使用它们的过程中,更多地开发自己的思维,同时,也更好地放松自己,并在这个使用的过程中体会一种“寓教于乐、寓教于学”的快乐,也真正不忘自己生活在一个信息时代、一个知识时代。而且,越来越人性化的家居设备体现了社会的进步,也是厨房用品设计由被动化为主动的转折。

4.1 智能——奥运村和海尔的 U-home

世界人工大脑之父雨果·德·加里斯博士,在他的著作中提到这样的问题:

人类 50 年后将会被人工智能生物取代？他指出在不远的将来，人工智能机器的智能将是人类的万亿个万亿倍。^[22]

人工智能不仅仅是一个虚构的概念。人类对智能机体结构半个世纪的研究表明：机器可以打败人类最伟大的棋手，类人机器人可以走路并且能和人类进行互动。^[23]

北京奥运会的理念是“人文奥运，科技奥运，绿色奥运”。科学技术与体育运动的完美结合已成为现代奥运的象征。科学技术不仅仅为体育竞技注入了新的元素，还赋予了其更深的内涵，以新的角度诠释了人类社会的灿烂文明。北京在申奥中首次提出“科技奥运”理念，就是为了让科学精神支持奥运，以科学技术支撑奥运，最终以奥运产生的科技结果回馈社会。

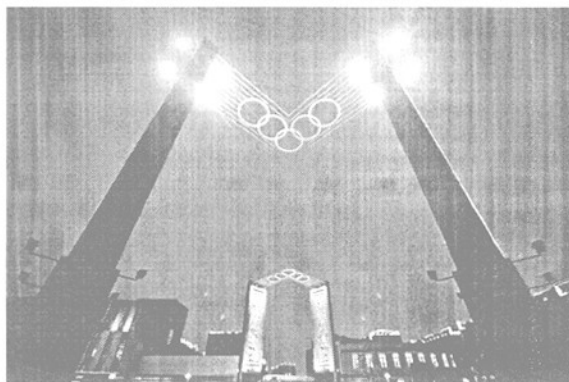


图 4.1 北京奥运村

北京奥运中心奥运村是一个“世界院落”，在奥运会期间，她作为高级居住公寓接待了来自世界两百多个国家的奥运会运动员，教练员和媒体。为了使住在其中的人们感到更舒适，生活更丰富，使本届奥运会真正全面的体现出“科技奥运”这个理念。天诚通信作为综合布线最具实力和发展潜力的专业厂商之一，雄厚的技术支持和优异的产品质量一直为业界所称道。

在正式投入使用后天诚结构化布线为来自全球各地的奥运健儿和媒体建立起先进、开放、多元化的智能信息交流平台。使“奥运村”成为一个小“地球村”。其网络运行的平稳和快速也使居住在此的人们感受到使用放心和信息传递的及时。（如图 4.1）

随着技术的发展和人们生活水平的提高，人们开始关注智能家居。很多企业特别是家电领域的企业包括海尔，方太，TCL 等都开始进军智能家居。

海尔集团在被誉为“中国科技第一展”的第十届高交会上的展览，以新型

家庭智能终端为核心的 U-home 全新生活方式解决方案,成为本届展会的一大亮点。(如图 4.2)

海尔 U-home 是海尔集团多年技术研发的最新成果,代表了未来智能家居的发展方向,是海尔集团在信息化时代提出的全新生活理念。“U-home”,是海尔集团基于 e 家佳家庭网络产业联盟的标准体系推出的系统解决方案,它通过无线网络,实现 3C 产品、智能家居系统的互联和管理,以及数字媒体信息的共享。

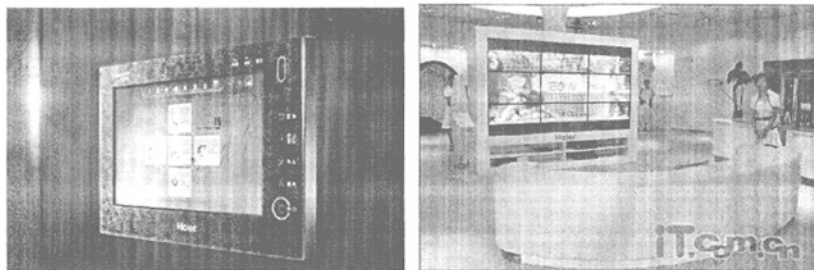


图 4.2 海尔 U-home

海尔家庭智能终端是数字家庭的控制中心,通过它,你不仅可以实现可视对讲功能,还可以控制家里的灯光、窗帘以及空调、热水器、煤气阀等电器设备,还可以连接安防系统,确保家庭安全。随着社会配套体系的完善,还可以实现远程抄表、社区信息服务、家电故障在线诊断、远程医疗、远程教育等等诸多扩展功能。你可以根据需要设置回家、就餐、看电视、外出等多种生活场景,将灯光、窗帘、家电、安防等系统串起来,一个按键实现所有的操作。它还可以连接安防系统,包括门磁、窗磁、红外、摄像头等设备,这样当你离家的时候,进行安全布防。如果遇到非法侵入,家庭智能终端就会自动拨打 110 报警或通知小区管理中心,并自动以短信的方式通知你本人,这样在你工作和学习的时候就没有什么后顾之忧了。[24]

4.1.1 智能家居概述

智能家居,或称智能住宅,在英文中常用 Smart Home。与智能家居的含义近似的还有家庭自动、电子家庭、数字家园、家庭网络、网络家居,智能家庭/建筑、在香港、台湾等地区还有数码家庭、数码家居等称法。

智能家居是以住宅为平台,兼备建筑、网络通信、信息家电、设备自动化,集系统、结构、服务、管理为一体的高效、舒适、安全、便利、环保的居住环境。智能家居可以定义为一个过程或者一个系统。利用先进的计算机技术、网络通讯技术、综合布线技术、将与家居生活有关的各种子系统,有机地结合在

一起,通过统筹管理,让家居生活更加舒适、安全、有效。与普通家居相比,智能家居不仅具有传统的居住功能,提供舒适安全、高品位且宜人的家庭生活空间;还由原来的被动静止结构转变为具有能动智慧的工具,提供全方位的信息交换功能,帮助家庭与外部保持信息交流畅通,优化人们的生活方式,帮助人们有效安排时间,增强家居生活的安全性,甚至为各种能源费用节约资金。^[21]

智能家居的概念最早出现于美国。^[21]它一般是指将家庭中各种与信息相关的通信设备、家用电器和家庭保安装置,通过家庭总线技术连接到一个智能家庭控制器上,并把其中的一些设备和装置通过家庭网关接入互联网,以实现其现场和远程实时监视、控制、家庭事务性管理,并保持这些家庭设施与住户及环境的和谐与协调。

一般具有如下特征:

- (1)家庭中具备完善的、综合的安保防灾措施和生活服务的智能控制器;
- (2)家庭与小区及社会具有高度的信息交互能力;
- (3)家庭内部具备完善的安保措施、全面的设施监控管理和信息化的服务管理;
- (4)为家庭提供多媒体信息服务。

可视电话、指纹识别开关、语音操控系统等智能电器的使用,使家居环境变成了一个可与人交流的“智能机器人”。智能家居是一个用弱电控制强电的中控系统控制各方面的电器,是一个程式化和模式化的控制系统,可以根据需要把家居环境设定成不同模式。例如设置成会议模式,只需要摁一个按钮,窗帘会拉上,空调会打开,灯光会处在半亮模式;设置成休息模式,其他的电器自动就断了,只有夜灯还亮。

自动化的家居不再是一幢被动的建筑,相反,成了帮助主人尽量利用时间的工具,使家庭更为舒适、安全、高效和节能。网络化的智能家居系统可以为您提供家电控制、照明控制、窗帘控制、电话远程控制、室内外遥控、防盗报警、以及可编程定时控制等多种功能和手段,使您的生活更加舒适、便利和安全。(如图4.3、4.4)

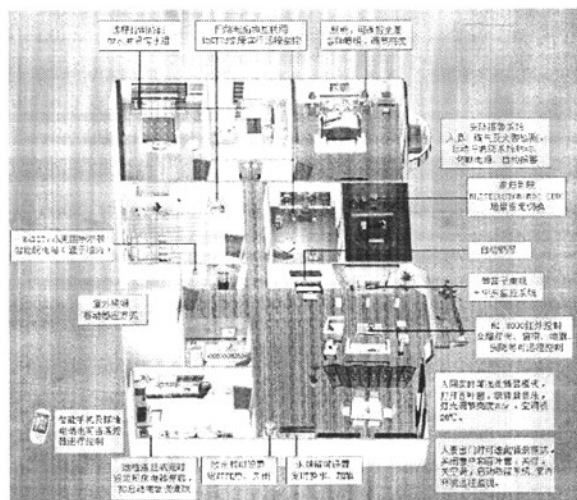


图 4.3

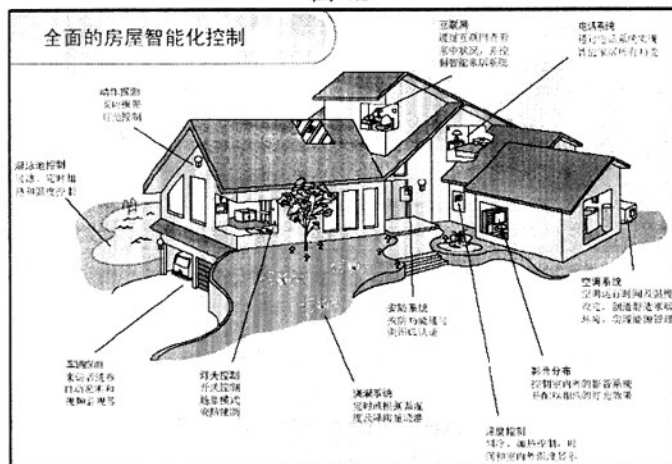


图 4.4

图片来源：李宗密 论文《家居环境中人机交互设计研究》

4.1.2 智能厨房定义

厨房的发展经历了从传统厨房到整体厨房再到智能厨房的转变。人类定居后从某种意义上讲,最初的厨房也就是最开始的家。古代的厨房仅仅是一个煮菜的地方;解放后,厨房继续保持着油腻和不卫生的印象,厨房沉闷的提供着人们做饭和储备各种杂物的空间;80年代,厨房里有了煤气的使用,厨房的墙壁也帖上了白色的瓷砖,更加明亮清新;80年代后期建筑装饰业的兴起,给家庭装修带来了革新,设计师对厨房的设计从单纯意义上的功能性向装饰性转移;90年代初期不锈钢板材在橱柜产品中得到了较好的运用。90年代中期欧化橱柜以其独特

的魅力被人们引入国门,使橱柜向着个性化的方向前进了一大步。(如图4.5)

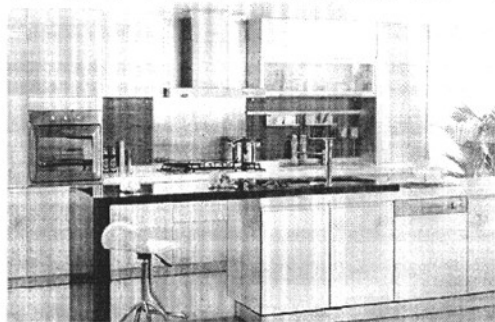


图 4.5

2006年9月18日智能厨房研究所正式成立。^[25]智能厨房研究所是目前国内唯一的一家为厨师健康服务的专业性餐饮智能厨房研究机构。智能厨房研究所以节能、环保、智能、健康为宗旨,以食品安全为己任,紧扣餐饮市场,引领着中国餐饮厨房的新潮流,智能厨房研究所与伊立浦共同研究、开发智能餐饮厨房产品由广东伊立浦电器股份有限公司生产、销售一条龙服务。

他们以提倡节能发展智能为宗旨,以创建商用整体厨房的新蓝图为目标。他们有十大目标:降低厨房温度、降低厨房噪音、降低劳动量、降低能源消耗、提升环保指数、提升空气新鲜度、提升厨师自身安全、减少营养损失、提升食品安全、改善厨师工作环境及健康状况。

4.2 智能厨房的发展现状与趋势

4.2.1 开放式厨房空间设计

随着房价的节节攀升,单身人群住房空间的小型化,和酒店式公寓的特殊职能,满足消费者居家烹饪各方面的要求,开放式厨房是多数酒店式公寓所选择的厨房装修布置模式,节省了空间,解放了人们的传统活动范围,是一个非常好的突破也是非常实用的一种设计方式。

厨房既是一部机器,又代表了一种情绪,它同时还是最能充分体现良好家居习惯的一个神秘的魔术般的空间,一个亲自动手的场所,一个进行创新的工作室,因此,在设计中与消费者的互动性逐渐增强。^[26]新空间居家、办公、休息和工作都合而为一,并存于同一个空间中,同时发挥一种以上的功能,顺应人们的需求,厨房在功能上也有了新的发展。在空间中,科技构成了美学。开放柜体的组合赋予了物体成功运动的巨大自由度,创造出穿越现代和未来的空间特征,

厨房充满了生机与活力。在此,自由的构想和组合不仅可能,而且必须,因此这是一个完全以你为焦点的空间。(如图4.6、4.7)

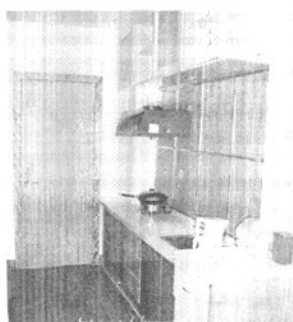


图 4.6



图 4.7

4.2.2 厨房设计走向整体化

新的满足各类功能的电器的加入,使厨房终于成为了一个相对独立的空间,人们对厨房品位的要求不断提升,厨房里的家电和橱柜一起,形成整体,共同营造出一个美丽的生活氛围。^[27]在家电卖场,成套的厨房电器将时下风行的“整体厨房”概念进一步诠释,风格统一、功能和谐的成套厨房电器成为现代厨房中亮丽的风景。

消费者不再像以往那样为购买吸油烟机、燃气灶和消毒柜等厨房电器而“分头奔波”了,一体化的厨电套餐,不但解决了消费者在成套选购厨房家电时不知如何搭配的难题,而且使厨房风格实现了和谐统一,深受消费者的喜爱。消费者还可以根据自己的需求自由进行组合,吸油烟机、炉灶、洗碗机、消毒柜等等,不仅仅“换代”了传统的家电产品,更“升级”了生活品质,实实在在的实现了“家庭梦想”。浓郁的艺术氛围、时尚的视野和灵动的创意营造出充满个性和现代化的厨房环境。

单身酒店式公寓厨房设计走向整体化是一个必然的趋势。这也与单身酒店式公寓的住宅面积,主要是厨房面积密切相关。大部分公寓的厨房面积不是很大,因此要想让小空间显得不那么狭小,只能尽可能地减少空间浪费。而整体厨房将厨房作为一个整体来看待,使其具有或基本具有厨房的所有功能,集家具、家用电器、燃气灶于一体。有机地将厨房内的能源,上下水合理结合,既能完成烹调工作,有对人体无害,同时又具有美化环境的时尚功能。

4.2.3 人工智能技术的发展

(1) “微电子风格”设计即将形成

电子技术的出现与发展是人类在 20 世纪下半叶经历的一场重要的技术革命,电子技术的迅速推广与广泛应用急剧地改变和影响人类工作的环境与生活方式,同时也从观念、风格、方法等方面对艺术设计活动产生了极大的冲击。微电子技术的核心是微型程序块芯片的应用,这种芯片主要具有两种用途,一是记忆功能、二是控制功能。微电子技术的复杂性使设计师对结构和技术的控制力越来越少,设计师的工作逐步退化为将自己也不甚明了的复杂技术与结构用一个视觉美观、易于认知、便于使用,以及切合生活需要的外壳造型来包裹,将越来越多样的功能与日常生活用品、家具的外观形象结合起来,这成为信息时代设计师的核心任务。^[28]

在这方面,当代德国的家具设计师已经取得了突破性的进展和成果,他们在现代化的整体厨房设计方面,将计算机数字控制技术与整体厨房设计联系在一起,构成了一个智能化的整体厨房,设计安装了控制装置,并与网络相连,在冰箱、微波炉、电饭煲、电烤箱、咖啡壶等电器设备上安装了微电子程序模块芯片,使家庭主妇足不出户就可以从城市社区的购物中心网上购物,上班一族可以在办公室遥控家中厨房的各种电器设备,下班回家即可享用预先加工好的晚餐,真正把工业化时代的整体厨房进一步提升为数字化、智能化的现代整体厨房。

(2) 一场厨房革命即将到来

90 秒制一个盘子:麻省理工学院媒体实验室的计算智能小组致力于研究创新的厨房设备,他们发明了一种制盘机。有了这个机器,如果家里来了客人,主人就不会再为缺少餐具而发愁了。只需简单地按一下制盘机控制板上的按钮,就可以选择所需的碗盘的型号和数量。这个机器里存有个 150 丙烯酸片,每 90 秒钟就可以造出 1 个碗、盘或杯子来。丙烯酸片制造的盘子直径为 6 英寸,相当于沙拉和餐后甜点盘子的平均大小。你也可以调节机器,用稍大的丙烯酸片制造出更大的餐具来。用餐者吃完饭后,这些碗盘还可再回收利用。烤箱会将它们加热使丙烯酸变软,然后将其压制成片状,方便堆放。制盘机还可用于饭店、医院和其他需要大量器具的公共机构。不过,目前的机器还有一些小缺陷,比如清洗这些器具是个问题,加热过程可以去掉一些饭菜残渣,也可以进行消毒,但无法解决器具上的油污问题,油污容易渗入丙烯酸中。(如图 4.8)

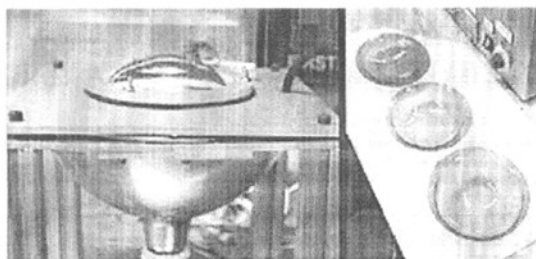


图4.8 制盘机的顶部及其制出的盘子

水池能自动升降：该小组还设计了一个硅材料做的水池。它的奇特之处是可以自动升降，调整出适合使用者的高度。当你端着一大锅面条走近水池的时候，它会自动把高度降一些，方便你把水倒掉。水龙头也聪明的很，你不需触摸它，它就可以测定你所需的水温。比如你把一个锅放在它下面，它流出来的就是热水，而把手放在下面，流出来的就是凉水。

灶台智能展现菜谱：智能灶台可以展现各种各样的食谱和菜，你在做饭时不必手忙脚乱地一页一页地翻看食谱书或者翻看满是油污的菜谱卡片。这种灶台还能够给橱柜和抽屉提供照明，向你显示需要的信息，比如原料和烹饪工具在什么地方。^[29]

冰箱可透视内部物品：x光冰箱，这种冰箱的内部照相机，能将冰箱里的物品展现在冰箱外面的门上。人们无需打开箱门就能知道里面还有什么。未来的设计将会把图像传输到手机上，购物者在食品店购物时就可以知道自己家的冰箱里还有什么。

自动制面包机：日本松下公司生产的自动制面包机，其外观很像家用双缸洗衣机。使用时，先用量杯、量匙等量器把原料按比例量好投入机内，盖上盖子，定好时间启动电机开关，首先是底部叶片旋转，搅匀原料，20 分钟后自动停转，开始醒面，再搅拌，再醒面，最后发酵成型，开始烘烤，熟后即可自动推出面包成品，全过程用智能电脑控制。（如图 4.9）

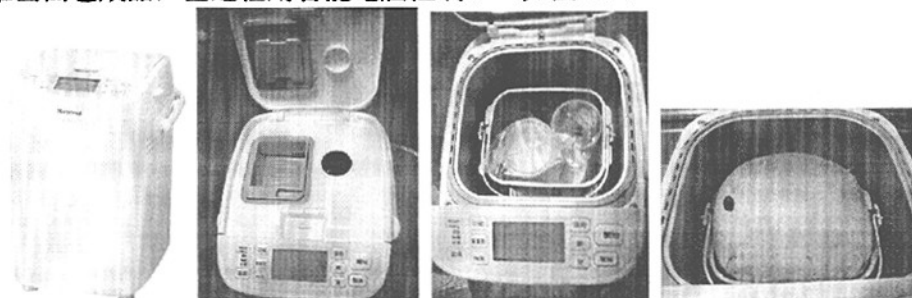


图 4.9 自动制面包机

自动剔肉机：美国研究一种自动剔肉机,它可以把肉、脂肪、骨头和软骨区别开,准确地把肉剔出来,大大提高了肉类加工的速度。例如,该机只需 20 分钟就可以剔完一头牛。该机由计算机、3 个传感器和水流喷射器组成。由计算机控制,灵敏度非常高,一旦触头刺中肉,就能立即识别骨头、软骨和脂肪。当传感器把信号发出后,计算机向水流喷射器发出指令,其高速水流就可穿割肉组织,顺着骨形的方向灵巧地把肉剥离下来。

新型喷气烤炉：美国一家公司开发的这种喷气烤炉,顶底对称,炉呈圆形,大小似一大型电煎锅,它基于空气对流烹饪原理,将高速气流与最高可达 4000 度可控温相结合,其烹饪速度比常规炉快 3 倍,它还具有不用油便可将食物烤成油炸品,以及将食物内的动物脂肪自动排出等特点,内设的特殊照明装置,可供人们观察炉内整个熟化过程。^[30]

远红外蔬果干燥机：日本上士幌食品公司研制出新型远红外设备。这种设备专门对萝卜、南瓜等蔬果进行干燥加工。当装有蔬菜的传送带进入机器后,首先远红外线照射,再鼓入热风,保持温度在 50℃~100℃之间,从而使蔬果迅速干燥。

电动开罐机：美国一家公司设计出一种电开罐机,它能在 10s 内开启各种形状的罐头,并可将罐头盖内吸盘直接吸起,使其不会掉进罐内,其大小为 18cm×18cm×10.5cm,可挂在墙上或放在桌上。

高压低温杀菌装置：日本味之素公司研制出可在 60℃时,使用 6000 个标准大气压对食品进行杀菌处理,把霉菌和芽孢杆菌的数量减少到原先的 1/10 万,且不破坏食品组织的状态。而一般杀菌方法,需把食品加温到 120℃,并至少持续 30 分钟,不仅使食品原有结构受损,且降低营养价值。

音频解冻器：美国研制出一种新型食品解冻器。它是用 500 至 1000Hz 的音频迅速解冻食品。将需要解冻的食品置于水中,再把音频振动器放入,即可以融化。融化时间比传统方法缩减 2/3,而且不影响食品的鲜度和营养成分。

黄瓜自动挑选机：日本利用模糊计算机图像处理技术,成功开发了判断力极佳的黄瓜自动挑选机。由于黄瓜的长短、粗细不定,弯曲形状多变,长期以来依靠人工挑选。其工作程序是:用摄像机观测整齐地排列在托架上传送过来的黄瓜,通过图像处理进行挑选。将市场挑选基准按 1~3 等级的判断标准程序化,由模糊处理机进行判断识别,挑选速度为 1s。^[31]

热波炉：它是圆型的玻璃缸体,依靠顶盖风叶转动。热空气不产生烟,使

用户可通过透明玻璃缸察看缸内食物蒸烤的程度，具有时间、温度控制，操作自如。烘烤完毕，玻璃缸可在水中清洗，弥补了电烤箱与微波炉的不足。

保温餐桌：它是利用磁感应原理，使桌上的菜肴始终保持一定的温度，而桌面本身却丝毫不热。

厨房用计算机：这种计算机能够计算出烹调菜谱中各种原料的用量，使做出的菜味道更加可口。需要几个配方的菜谱来做菜时，只要按下电钮，它就会告诉你协调后的用量。

厨房指令中心：它能够监视所有用具的状态，并显示有关的三维读数。在制作食物时，可与计算机相连的“品尝辊”以虚拟方式品尝各种烹调方法的效果，然后计算机在分子水平上合成各种味道和配料的组合。^[32]

厨房是什么？有人说，厨房不属于油烟，而是生活的乐土。随着一体化、个性化、智能化、健康化厨房家电的融入，厨房已经变成了一个集烹饪、娱乐、休闲、社交等活动为一体的多功能生活空间，是显示主人品位与生活态度的最佳缩影。作为第二个客厅，“生活在厨房”理念在时尚人士中延伸，学会享受生活带来的心灵愉悦，成为新格调的生活方式。

第5章 设计多功能厨房用品

为适应单身人群的居住空间以及生活方式的需求，所以我们要设计多功能厨房用品，来满足他们的要求。这些生活在北京、上海、广州等大中城市为数不少的白领阶层，他们在自己买房之前需要有一段租房的时间作为过渡，所以他们经常随着工作地点的变动而搬家。多功能产品的优点之一是节省空间，这正满足了这一类人的需求。同时他们的特点是居住空间的流动性和狭窄性，所以，他们在购买商品之前都要作长久的考虑与权衡，商品的体积、重量，功能是否合理。因此，一物多用的产品很受他们的欢迎。提出设计多功能厨房用品的观点，也是适应了厨房用品市场和科学技术发展的方向。

5.1 功能与多功能产品设计相关解释

5.1.1 功能设计

（1）功能定义

在辞海中是这样解释的：事物或方法所发挥的有利的作用。功能是产品与使用者之间最基本的一个关系。每一件产品均具有不同的功能，人们在使用一件产品的过程中，是经由功能而获得需求的满足的。^[33]

形式、功能和技术被认为是产品的三大要素，对于设计师而言，功能是每一次设计产品时必须重点考虑的要素。

（2）产品功能的分类

按功能的重要程度，可分为基本功能和辅助功能。基本功能是设计对象最重要的功能，也是用户最关心的功能。（如图 5.1）

按功能的性质，可分为物质功能和精神功能。物质功能指设计对象的实际用途或使用价值，它是设计者和使用者最关心的东西，一般包括设计对象的适用性、可靠性、安全性和维修性等。精神功能则是指产品的外观造型及产品的物质功能本身所表现出的审美、象征、教育等效果。精神功能的创造与表现是工业设计的目的之一。设计对象的物质功能和精神功能是通过基本功能和辅助功能实现的。所以在设计产品时，不仅要满足用户的物质功能要求，还要根据不同产品的具体情况切实考虑精神功能的体现。

按用户的要求,可分为必要功能和不必要功能。必要功能是指用户所需要并承认的功能,如果产品满足不了用户的需求,则它的功能不足;反之,如果有些功能超过了用户需要的范围,则它是多余功能。

按功能实现的技术手段分,可分为硬功能和软功能。硬功能类似于我们平时所说的硬件,是指通过真实存在的机构、实体等实现的功能;而软功能类似我们平时所说的软件,它是随着数字化时代的到来而出现的,是指可通过产品内部程序的设定、改变而实现或改变的功能,它是虚拟的、数据化的。^[34]

因此工业设计师必须充分掌握使用者的生理、心理需求,将各种需求分成层次,决定其优先次序,与有关的工程技术人员共同努力,惟如此才能设计出具有适当功能的产品

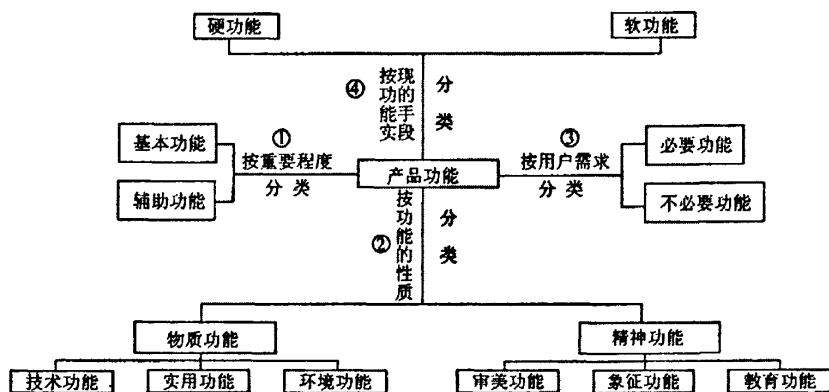


图 5.1 功能分类

图片来源: 汤浩 丁熊 沈法 张福昌 论文《产品功能与多功能产品》

5.1.2 多功能设计

从历史发展来看,产品的功能变化经历了一个螺旋式上升的过程。一件产品在它诞生之初通常都是单一功能的,随着需求的增加、技术的进步,以及制造商为争取产品更好的销量,产品的功能发生了变化,将各种功能有机叠加起来的多功能产品一时间成为市场的宠儿。当历史的脚步走到今天,产品在功能上也呈现出两种发展趋势:一种是产品从多功能回归到单一功能,这种单一功能不是简单地重复过去,而是以高科技为依托和载体的单一功能,这类产品通常具有很高的技术含量;另一种是产品朝更复杂的多功能发展。

因此,可以这样说,多功能产品在现今以及未来仍是发展的主流方向之一。多功能产品出现和存在的原因可以归纳为三个方面。

第一是需求。需求是各类产品存在的最直接的理由。从人类发展的历史角度看,最初人类制造劳动工具,设计最原始的产品,是为了满足自身能在地球上生存下去这一基本需求。后来,随着人类生存能力的增强,生存领域的扩展,产生了各种与这个单一功能有关的新的需求。相对应的,从产品的发展历程看,大多数全新概念的产品都是以单一功能的形式出现的,而后随着需求的增加,才慢慢在原有产品的基础上做加法,使产品的功能越来越完善。举例来说,电饭锅在日本诞生时,是作为一个纯粹的煮饭的器具,而随着市场需求的不断变化,电饭锅的功能也相应地增加了煮粥和煲汤的功能;另一方面,当电饭锅进入中国市场后,产品的使用人群发生了变化,中国人较之日本人更喜欢蒸制食物,于是,敏锐的设计师便在电饭锅中加上一个小小的蒸笼架,可以在煮饭的同时,蒸制一些小菜和点心,这一小小的改变不仅符合中国人的生活习惯,产品实现了本土化,而且就产品本身而言,提高了热量的利用率,也提高了产品的性价比。

第二是技术。科技是第一生产力。技术的不断更新与发展是产品发展的源动力。今天,高新技术已润物细无声般地渗透到社会生活的各个领域,反映在产品的功能上,就是技术的进步使得功能的叠加成为可能。同时,技术的同一性也为一部分多功能产品的出现提供了可能,事实上,许多产品不同功能的叠加是有前提的,那就是这些功能往往是通过同一种技术实现并发挥作用的。例如,在使用洗衣机和脱水机时,我们不难发现,其实洗衣和脱水都是基于同一技术—马达的旋转而工作的,而这种技术的同一性便直接促进了双杠洗衣机和后来的套缸洗衣机(全自动洗衣机)的发展。这样既节省空间、又节省材料,是一个非常成功的多功能产品设计的例子。

第三是销售。现实地说,产品设计的最终目的是为了更好地销售,对于每一个企业,产品销量的好坏直接影响其利润。因此为了生存与发展,企业往往会想尽一切方法提高产品的销量。而对于消费者而言,“物美价廉”永远是选择商品的重要标准。那么,如何使产品更加“物美价廉”呢?一方面,产品的质量很重要,在质量上存在问题的产品是无论如何也谈不上“物美”的;另一方面,利用技术的优势多开发一些多功能产品,或为现有的产品增加一些附加功能,在提高了产品的性价比、使其“价廉”的同时,也满足了消费者的心理需求。由此看来,多功能俨然已成为许多制造商提高产品市场占有率的重要手段。^[34]

5.2 多功能厨房用品设计的发展现状和趋势

现在的各种厨房用品无一例外地功能越来越多，作为近两年来备受关注的厨房小家电，日益增多的实用性功能更是吸引了很多人的注意，并在一些家庭中掀起了购买和更换小家电的热潮。但是同时也存在一些问题，象有些厨房用品去发生功能过剩，以及质量不过关，返修率高等问题，同时市场上的厨房用品针对单身人群的较少，设计的出发点不是为单身人士考虑，而是为了增加卖点，所以我们要了解这个现状并要设计针对单身酒店式公寓的厨房用品。

5.2.1 多功能厨房电器渐渐走俏市场

从市内的几个家电卖场了解到，一些常用的多功能小厨房家电产品很受单身人士的青睐，近期的销售情况也很好。现在不论哪种家电都加强多功能性。而小家电特别是厨房用品多数都是人们每天都不可缺少的，所以这些一机多用、功能日益齐全的小家电也就很受欢迎，促使人们将用了多年的厨房家电更换成功能齐全的新产品。

微波炉只能用来加热剩饭剩菜。这是长期以来，国内消费者对于厨房小家电的认识。厨房小家电的单一功能给消费者造成了先入为主的成见，也成为了限制厨房小家电市场发展的瓶颈。无论是从欧美等成熟厨房家电市场的发展史，还是从中国目前的厨房家电消费发展趋势上看，生活品质的提高，给微波炉等厨房小家电提供了空前的契机。

事实上，目前国内的厨房小家电市场正处在一个酝酿爆发的时期，就如同上世纪 80 年代的洗衣机市场一样，长期处于低潮期。但是当中国消费者明白它的功用的时候，机会就来了。一旦消费者接受，厨房小家电多功能时代很快就会来临。

据了解，在各大家电卖场发现，形形色色、个头不大的厨房小家电功能日益强大，LG 的新型微波炉不仅能够烤出香味四溢的羊肉串、烤全鸡，还能够用来蒸馒头、蒸饺子，市场上会做蛋糕的电饭煲；这些具备多种功能的复合型家电和传统小家电相比，它们具备几个特点：时尚精致的外观加上现代化的设计；智能化控制的“一键通”操作方式，让复杂的功能操作变得简单化；在“健康”上延伸了更多功能。专家预测，多功能、智能化、一体化将成为小家电的主要发展趋势。（如图 5.2）

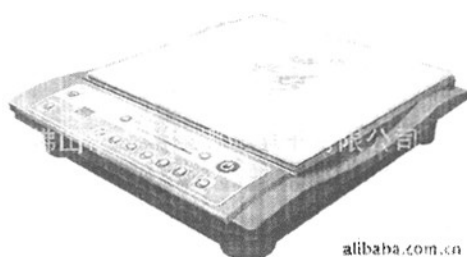


图 5.2 电磁炉

多功能厨房小家电之所以在市场上大行其道，是因为随着生活水平的提高和生活节奏的加快，消费者特别是单身的高级白领更追求健康、时尚、便捷；其次，复合型小家电能为居住环境节省不少空间。再者，厨房小家电技术含量不是很高，开发新品相对也比较容易，新颖设计和强大功能不会让其成为“天价”，比如可以边听 MP3 边炒菜的电磁炉，价格是普通电磁炉的 1.5 倍左右，消费者容易接受。

5.2.2 多功能厨房用具



图 5.3 三层木头底座古铜四件套



图 5.4 9 只套装不锈钢调料罐

如图 5.4 所示为一种 9 只套装不锈钢调料罐材质是不锈钢、电镀铁线、亚克力等；容量约 80ml；尺寸：罐子直径 6.6cm，高度 4.6cm，正方底座边长 23.5cm，铁线外框 11.3cm*9.5cm；组件有不锈钢罐体、亚克力窗口及不锈钢盖、电镀铁线支撑部分、不锈钢底座及白盒包装。有多种使用方法和功能：1、将常用九种不同调料装入罐体，罐子移入底座相应凹陷位置内。2、架子可以摆放在桌面上或悬挂于挂钩处。3、每个罐子可以单独吸附在任何金属磁性表面，不限角度，甚至垂直倒放。4、窗口盖子可整体旋转，使用时调节到相应位置倒出调料。5、亦可整体展示在于厨房内餐桌上，时尚实用。

厨房用品配置之多功能台面

(1) 由 Sebastien Poupeau 设计的概念厨房，该产品设计特点：优质铜合金材料、表面珍珠漆电镀处理、耐腐蚀电镀处理 2 次以上、保持在高温和低温下不开裂、不变形、流线的豪华造型，带来视觉新感受多功能厨房，集烹饪、清洁、信息管理和娱乐于一身。（如图 5.5）

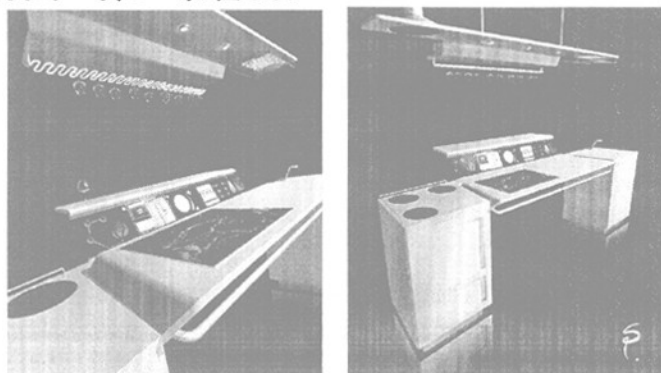


图 5.5

(2) 厨房的台面也是多功能的（如图 5.6-5.8）

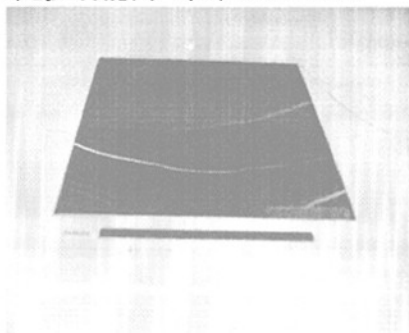


图 5.6 知道这是什么吗？

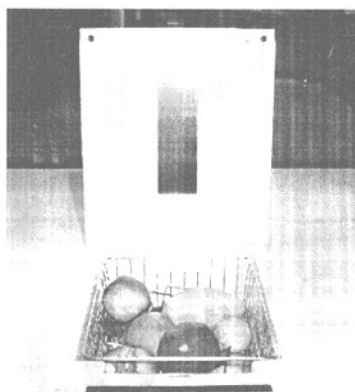


图 5.7 打开来看看



图 5.8 从远处来看你能找到它吗?

并且此产品采用先进环保的防水涂料 Water Borne,不带任何黏性,不使用任何胶粘剂,减少了像甲醛等危害性有机物质的挥发。依耐斯 Elipse 洗涤槽,获得国家专利技术,解决了食物残渣停留在洗涤槽内的不卫生问题,排水性能良好,防腐蚀,易冲洗。(如图 5.9)

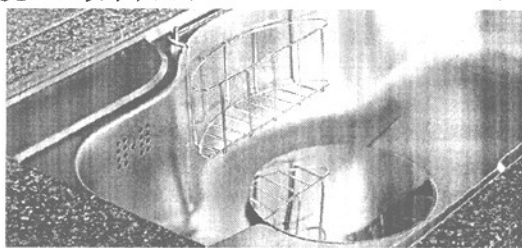


图 5.9

5.2.3 “多功能”带来的问题

(1) 功能过剩,部分产品成了“摆设”

随着技术的发展,以及人们需求的扩大和商家的促销方式的多变,家电更新换代的步伐越来越快。市场上的多功能产品越来越多,能净化空气的空调、带游戏功能的电视机、能播放音乐的淋浴房、可录音留言的电冰箱、能光波消毒的微波炉……如今,这种“身兼数职”的全能家电越来越多了,但是人们也普遍的反应多功能家电部分功能成摆设,越来越多的高端家电产品打出了多功能的牌子,“身兼数职”的“全能”家电越来越多,很多功能连碰都没碰过。很多家庭购买的“多功能”的家电都存在“过剩”的情况。有的冰箱有“三温三控、矿泉水制冰技术、远程遥控、网上冲浪、语音提示”等功能,有的洗衣机面板上的按钮不下20个,除了基本的洗衣、脱水功能外,还有“智能控制、杀菌除味、烘干”等功能。虽然功能很多,但其实他们在一般只用的到其基本功能,很多附加的功能都是闲置不用,成了“摆设”。

同样的问题在厨房家电方面也存在。很多产品的诸多功能许多时候用不用都可以,有的甚至一年都用不上两三回。闲置就是浪费,实用性不强。造成人们花钱买回昂贵的“摆设品”。

通过调查,发现功能单一的家电产品越来越在市场上立不住脚,利润不断走低。生产商开发多功能家电可以吸引消费者,又能产生相对高的利润,同时也能让消费者花一件商品的钱,享受到多件商品的功能。但是,有些厂家将部分华而不实的功能加入产品中,增加消费者的购买、维修成本,造成消费者对一些多功能家电的误解。这样的做法不仅导致部分多功能家电非但没有使消费者爽快地掏钱,相反,越是面对所谓的多功能,消费者越是犹豫不决。其实,那些基本功能较好、附加功能实用的多功能家电,才是最实惠的选择。

(2) 质量不过关,返修率高

调查显示,“多功能”电器的故障发生率往往要比功能单一的产品高10%左右。现在家电功能过多,操作过于复杂,经常会因为误操作而导致功能损坏,影响使用。通常情况下,一件产品承载的功能越多、越复杂,往往出故障的概率就越高,而在诸多的功能中,一旦其中的一种功能出问题,很有可能导致整个机器瘫痪。近年来多功能家电维修价格相对较高、维修速度慢,也成为消费者投诉的热点之一。所以有关专家认为,生产企业应在研制、设计产品时更加人性化,统筹考虑产品的实用性、适用性,而消费者在购买家电时也应考虑其品牌和性价比,摒弃盲目迷信多功能的心态,购买真正价廉物美的家电。

如果多花点时间，反复试验，让技术成熟起来不是更好吗？在不安定的社会基础上不断嫁接不安定的技术体系，自然很容易出现问题。^[35]

（3）“专家”还是“全才”

如今不少小家电身兼数职，一个电饭煲既可以煮米饭，还可以熬粥，也可以煲汤；微波炉的功用更是多得让人眼花缭乱，整个功能键上显示的项目多达十几项。厂家把附加功能当成一种推销噱头。而不少消费者虽然把高档的小家电搬回家，却不怎么使用到这些功能，比如电压力锅，它应该是一个替代压力锅的产品，它的确是样样能干，但每一样都干不好。还有像现在被宣传得神通广大、煎炒烹炸样样行的微波炉，除了在加热和化冻功能上保持了自己的专长外，其他如烧烤、蒸等功能也都不那么专业。多功能豆浆机更是如此，除了豆浆煮得还可以，其他八宝粥、米糊什么的基本不专业。

这说明虽然我国居民的居住条件已经有了很大的改善，但毕竟还有相当多的消费者受居住空间所限，仍然不能随心所欲地添置家当。不少企业就是看上了这一点，将多功能、一物多用等当做了产品的卖点。虽然空调、冰箱、洗衣机等大家电大多还勤勤恳恳地做着“本职工作”，但一些小家电特别是小厨电，都纷纷热衷于“兼职”了，除了电压力锅外，近两年，微波炉、豆浆机、烤箱等也都打出了多功能的旗号。消费者应该是非常欢迎这类产品的，但不少产品往往就是因为它们身兼数职，主功能反而不那么实用和突出了。

（4）部分功能的实现难以让消费者感受到

消费者对“高科技含量”要有鉴别力。目前的家电产品很少能看到不打高科技招牌的，高科技健康空调、高科技智能冰箱、高科技健康风扇等，其中很大一部分并不是名副其实的，消费者一不小心就会落入“高科技”的陷阱。并且有些产品的这些“多功能”到底效果怎样，能给你的生活带来多大益处你无法验证，随着时间推移，人们自然会把这些“多功能”逐渐“忽略不计”。一直以来，厨房小家电产品都在不断向精品、高端方向发展，但如果仔细研究就会发现，企业所谓的精品其实都变成了多功能的代名词。而产品增加了诸多附加功能后，价格便随之扶摇直上，有些所谓的高端产品，其实只是价格上的高端，并没有给消费者带来真正的方便经济实惠。

第6章 多功能智能厨房用品设计的设想与实现

6.1 多功能智能厨房用品设计的设想提案

根据前面章节的阐述,以及调查研究,为了拓展文章阐述理论的思路,更好的表达文章的观点,笔者做了以下三种产品的设想。

6.1.1 智能电磁炉的设计

概念:设计一种电磁炉,具有智能电脑系统,与网络连接,具有智能菜单,智能语音教授与提醒功能。这需要智能系统的交互设计。满足单身人士“懒”的生活需求。

(1)你可以这样来使用:从智能菜单选择要做的菜,电磁炉就会用语音一步一步教你怎么做。还会提醒你什么时候需要做什么了,比如,它会发出这样的语音提醒:“现在可以把盐放进去了”,“现在可以把油倒入锅中”,“菜已经熟了,可以盛入碟子中了”,“味道可能有点淡需要再加点盐”……

(2)同时它还会告诉你怎么做菜才能保持营养,味道可口。根据不同年龄自动调节做菜的味道,提供不同营养的菜单,提供菜的不同做法。

(3)购买来电磁炉只需要将自己的要求进行设置,便会得到智能系统自动给你推荐的营养合理,味道可口的日常菜谱。你还可以随时修改自己的设置。可以自由选择,是否使用“随做随学”、“随时提醒”的功能。

6.1.2 冰火箱——微波炉和冰箱的智能一体化

概念:未来可以开发一种可以冷冻又可以加热的小家电。在这里我们取名叫冰火箱,融合了微波炉和冰箱的功能。除了具有微波炉的烹调、加热、解冻、烘干消毒杀菌功能,还可以考虑增加冷冻甚至冷藏的功能。

想法源自空调,空调的功能是冬天可以吹暖风,夏天可以吹凉风,那我们的微波炉是不是可以改进一下不仅能热食物还能凉食物呢?如果开发出来,这个产品将非常有价值的,功能上二合一,实现了微波炉和冰箱的一体化;同时节省了空间,满足单身人士居住空间狭小的难题,会使人们的生活更便捷。

6.1.3 抽油烟机与衣服烘干

单身人士的居住空间狭小，一般没有专门晾衣服的阳台，所以为了解决单身人士洗晒衣服的难题，我们可以将抽油烟机与烘干衣服联系起来。设计有烘干衣服功能的抽油烟机。

6.1.4 小结

鉴于笔者掌握知识有限，只能从宏观设计的角度，对产品的多功能以及智能化设计做描述，要实现这些产品还需要多专业人士的相互合作与支持，以及后续更深入的一些研究，但是相信技术是为创意想法服务的，没有想法，技术也不能实现创新，随着技术的发展，这些产品肯定能成为现实。

6.2 多功能智能厨房用品设计的实现

6.2.1 科学技术的发展和各专业人员的合作

家居装修产业化需要产品的系统设计，产品设计师与室内设计师，建筑师的互补合作，新领域，研究的人很多各个层次专业的人都在研究，同时智能家居的实现更需要多专业人的合作才能实现风格统一和谐。

技术发展永远是基础的，只有地基打好了，上层建筑才能稳固。

厨房是集水、电、油、火等于一室的特殊环境，^[36]这就要求：厨房家具的设计在考虑各部分的外形和功能尺寸的同时，还应考虑到厨房家具与厨房电器的相容性设计。根据厨房家电的规格尺寸、使用频率、操作的方式、安全线路的布局进行整体设计，对于经常使用的电器如微波炉、消毒碗柜、电冰箱等可以采用镶嵌式的设计方法置于储藏柜中部；对于使用频率较少、有时间间隙性的电器如电饭煲、电火锅等可以采用暗藏式的设计方法置于橱柜内，使家电与厨房家具浑然一体，营造出一个整洁、协调、安全的厨房环境。

6.2.2 把握“适度”原则设计合理的功能

虽然市场上的厨房用品设计存在一些问题，所以我们在进行设计的时候，不要增加一些不必要的功能。但这并不说明我们不需要对厨房用品进行多功能设计了，而是在设计的时候要把握正确的设计方向，对所设计的产品有一个好的定位，并建立一套设计标准。准确的把握功能设计的合理性。提高厨房用品的实用性和使用率。

功能设置的合理性是决定多功能产品成败的关键因素,^[34]而衡量这种“合理性”的标准便是“适度”原则。那么,怎样才可被称为“适度”的多功能呢?分析一些成功的多功能产品,不难看出有两点:其一,是不同功能相类似。例如,家用粉碎机,不管是榨果汁、磨豆浆,还是绞肉,目的都是为了搅拌和粉碎;多用途盛具,用具。瑞士军刀上有剪刀、水果刀、开瓶器、指甲刀等,都是为了完成一些切割类的工作。其二,是不同功能为一类事情服务,同时各功能之间有使用的前后性和相互穿插性。就像,我们可以用家庭影院进行看VCD、唱卡拉OK、听音乐、看电视、玩跳舞毯等娱乐活动,这些活动都是为了放松人的身心,在使用家庭影院的过程中,功能的相互穿插性使人们在视觉和听觉上都得到了享受。

另外,在设计多功能产品时需要非常注意的一点就是“等强度原则”,即实现产品不同功能的机构以采用耐久力、老化速度、损耗程度较相近的材料为宜,这样,当产品使用一段时间后,就不会出现一些功能还完好无损,一些功能却已无法使用的情况,让人弃留两难;或者以不同的材料来实现那些常用功能和不常用功能,这也是一种“等强度设计”的方法。

随着生活水平的提高,人们对家电产品的每项功能都会有更高的要求,比如要求电饭煲焖出的米饭更加可口,焖烧锅炖出的排骨更加酥烂。这都需要企业在产品的主功能上下更多的工夫,做得更精,其他的附属功能应该是对主功能起到辅助和增强的作用。就比如冰箱,虽说是增加了保鲜、抗菌、无霜等功能,但其实都是在使冰箱保存食物的功能更加完善,这样的产品自然会受到消费者的认可。企业只有把产品的细分市场做足做透,才能够脱颖而出,获得消费者的认可。

由此看来,要设计一件成功的多功能产品并非易事,怎样把握其中的“度”,笔者认为比较切实可行的方法是对多功能产品的既定消费群进行调研,即从有无需求、技术能否实现、是否有促进销售的作用三方面来考量产品是否有多功能的必要与可能,并把调研结果数据化,使得原本只能定性的准则量化,在市场中找到切合点,这是最有说服力的。

6.2.3 设计易用性的功能界面并加入显示结果性的符号

实现智能多功能厨房用品的设计要特别注意产品的界面设计。信息技术飞速发展的现今,设计师往往不小心陷入悄然滋长的功能主义即设计人员和用户

总想增加产品的功能,结果常常导致功能过于繁杂,堆砌各种各样最新高科技功能,使产品更加复杂,每件产品都有一本厚厚的产品使用说明书,另人无法理解和使用。功能的增加会给产品复杂性带来指数级的增长。

界面设计作为产品设计重要的一部分需要有系统的理论,它结合了人机工程学,产品语意学,设计心理学等重要设计因素,尤其在智能多功能产品的设计中,界面设计尤为重要,是提升产品核心竞争力的重要手段。^[37]

特别是现时代,随着科技渗透到我们的日常生活中,智能产品人机界面的设计日益普遍,其主要形式有:数字产品(信息产品)的使用操作界面,如收录机、PDA、mp3 播放器;普通日用品,友好而简洁的硬界面设计,如电视机、遥控器;电脑软界面以及网页界面等。

随着电子技术日益发展,尤其是科技应用带给人类的愉悦和体验,科技产品必将更加深入地影响生活的各个方面和层面,从而从根本上改变人机界面的原有面貌。将有越来越多的关于智能多功能厨房用品界面的问题出现,从而使厨房用品的界面设计提上设计日程,成为厨房用品设计的重点之一。

功能的存在是界面设计存在的理由,产品的功能是设计最重要的一环。对功能性界面来说,它实现的是使用性内容,任何一件产品,其存在的价值首要的是在于使用性。因而设计师需要从用户研究和用户心理模型的建立中得到线索,以确立用户真正需要的功能,强调必须功能,隐藏其不必要功能,并加以融合于产品界面设计中。

设计基于易用性的功能界面设计。功能越多,产品就越复杂,每增加一项新的功能,就意味着要增加控制器、显示器、按键和使用说明。^[38]功能的增加,会给产品复杂性带来指数级的增长。而治疗这种功能主义偏差的方法就是我们在厨房用品的界面设计时进行理性的分析。首先,必须避免和严格限制产品功能的增加,除非绝对必要,否则不要增加新的功能。因为一旦加入新的功能,就不可避免地要增加控制器数量或者控制器操作步骤,和说明书的页数,从而给用户带来更多的困惑和问题。其实这还是要求设计师在设计产品的时候要把握好分寸,遵守适度的原则。第二,对功能进行组织,将功能组件化,利用“分而治之”的策略,将众多的功能分组,模块化,将众多功能相对独立,将复杂的功能进行正确的分类,保证其功能总数不变,并有效克服其复杂性问题。第三,隐藏或取消其不必要功能,强调和突显其主要功能,使产品易用性得到提高。

同时,由于有些功能的实现是无形中的,不是人们用基本的感觉(听觉,嗅觉,视觉,触觉,味觉等)能够感觉到的,或者说感觉不是很明显,所以,我们在设计的时候为了能够更好的说明证明我们的产品,就要将这些不是很明显的感觉,变为人们可以较清晰的感觉到的符号或刺激。通过一些数字符号或其他的刺激,使隐含的变化明确化,让人们感觉到功能的发挥与实现。

6.2.4 安全、绿色环保、健康,遵循社会伦理

现代厨房用品不仅要能够完成基本功能,还必须符合新的需求变化。^[39]设计智能多功能厨房用品,不能以牺牲其他的资源为代价,不能以损害环境或者人身健康为成本,顾此失彼要不得。

枯燥的状态,让人感受到轻松,乐趣。

厨房用品应该完善“安全”功能。倘若厨房用品的安全保护功能不完善,尤其是在外部操作系统上,安全设施不齐全,很有可能使消费者在自觉不自觉使用厨房用品的过程中受到伤害。

厨房用品还应该具备“环保”功能。一方面,是在厨房用品的报废回收上,不应该污染环境;另一方面,是厨房用品的使用上,不应该给所在家庭带来更多的诸如噪音、辐射等等有害健康的不利因素排放。同时厨房用品还应该具备“节能”功能。在未来的日子里,每个家庭的家用电器都可能成倍地增加,而我国的能源工业,尤其是电力工业,有可能因为投资不足而难以满足和适应这个节奏。假如,我们的厨房用品耗能巨大,家庭经济支出大是一回事儿,还有可能在人们要使用它的时候,会因为电力不足而难以如愿。

21世纪环保型厨房家具的设计与生产应以“节约材料,保护环境”为宗旨,紧紧围绕3R和3E的设计原则,使设计的新产品在生产过程中对环境不造成污染,在使用过程中不含危及消费者健康的有害物质或有害气体,在使用后其部分构件可回收利用、不能回收利用的构件可快速分解并不对环境产生不良后果。具体地说应从以下几个方面考虑。

“电荒”、“拉闸限电”,燃气价格的节节攀升,让厨房电器朝着节能、环保的方向发展。新的形势,也为绿色、健康、环保的厨房电器行业带来无限商机。

健康、节能、环保的宣传已成为主流,相关产品更是层出不穷。虽然目前政府对厨房家电产品还没有出台此类文件进行约束,但是很多企业已经感觉到

了能源危机所带来的紧迫感和商机，认识到消费者在选择产品过程中对产品的健康、节能、环保的重视，推出了健康家电、节能家电和环保家电。^[40]

自去年起，冰箱就已经都贴上了能效标识，节能早就成了厂家和消费者追求的方向；纳米消毒、银离子杀菌等健康家电更是花样繁多；环保类家电也层出不穷，例如，某品牌推出的后免拆洗系列油烟机、拥有原创鹦鹉螺风道，保障厨房清洁健康；某一品牌的油烟机采用纯粹“自然呼吸”平衡强排式技术，不仅燃烧时所产生的废气能通过强排装置及时、彻底、安全、稳定地排出室外，而且燃烧时所需氧气完全从室外吸取，纯粹“自然呼吸”，保证了室内空气的纯净与清新。

6.3 总结

无论我们生活在哪个半球，我们都生活在变迁的时代。这不仅仅是指从一个千年到另一个千年的偶然变化，而是阿尔文·托夫勒所谓的从“第二次浪潮”到“第三次浪潮”（即从工业时代到信息时代）的巨大的变化。这个正在发生的我们身边的变革，有人称之为数字化革命，将会引起我们生活和工作的剧变。^[41]

看一下身边的潮流，我们不难发现，20多岁的年轻人是伴随着个性成长起来的，在未来的5年里，他们将成长为一群具有相当购买能力的消费群，这个消费群个性鲜明，开朗活泼，潮流意识敏捷，具有强烈的个人风格意识，因此才会有换彩壳手机的热销和各类时尚精品的走红。随着这一代人的成长成熟，相信在未来的5年内，让生活丰富多彩的彩色家电系列将成为色彩主流。

数字时代的到来给厨房带来了一场全新的革命。我们可以毫不夸张的说，厨房是住宅的心脏，是家居生活设施密度和使用频率较高的空间部位，也是家庭活动的重要场所。在现代居室中，厨房的优劣更是成为了衡量人们生活水平和居住环境的重要标准。从这点意义出发，厨房无疑是现代居室设计的重点。

第7章 总结与展望

在当代的厨房用品设计领域，产品花样繁多，但是针对单身人士特点的较少，并且现在的一些厨房用品设计也存在功能过剩，产品表达不明确等多方面的问题，此论文的主要目的有两个：一个是呼吁社会要多多关注单身人士的健康，主要是从精神方面，单身人士工作压力大，生活质量要求高，他们对家的需求有其特殊性的一面，从设计的角度，这就要我们为单身人士提供包括厨房在内的更加合理的家的环境设计；另一个，是探索单身酒店式公寓厨房用品设计的特点，在未来厨房用品的设计上给设计师以指导性建议，已达到改善单身人士的生活质量，提高企业厨房用品市场的竞争力，促进单身经济的发展。

总的说来，本研究具体做了以下工作：

对单身、酒店式公寓、厨房用品的概念进行界定以及类别划分；对单身人士的生活习惯、生活方式、性格特点、消费心理等各方面的研究调查；对酒店式公寓的厨房进行了实地考察；了解单身人士在使用全过程的行为和心理；明晰单身酒店式公寓厨房用品的使用现状和潜在的需求；以及现有厨房用品在设计上存在的问题，并给出了解决这些问题的方法；对相关文献以及调查过程中的问题和结果及其他情况进行分析总结，最后得出单身酒店式公寓的厨房用品智能化多功能的设计特点；并应用相关理论进行设计实践。

后续研究

由于时间和篇幅有限，作者在本论文中主要还是从产品设计的角度，对单身酒店式公寓厨房用品的设计进行了研究调查与分析总结，虽然提出了各层次专业人员的相互合作的观点，但是作者还需要在本论文的基础上，进行更多的实践研究，做更深入的了解和调查，才能促成这种结合观点的真正实现。

致 谢

短暂而又充实的研究生生活即将结束，借此机会向这些年所有关心，理解和支持的师长、同学，表示我最诚挚的谢意。

首先要感谢我的导师万然教授一直以来对我的谆谆教诲，无论是在学业上还是为人处事上，万老师都给予我无私的帮助和热情的鼓励。万老师凭借对专业知识的独特见解和多年对产品设计的研究实践经验，为我的论文撰写提供最悉心的帮助和指导。

同时，还要特别感谢艺术与设计学院其他所有帮助和指导过我的老师，从入学以来在学习和生活上对我的支持和鼓励，使我能够顺利完成学业，在以后的人生道路上我会时刻铭记你们的教导和关怀。

参考文献

- [1] 范晓光 袁日华. 社会变迁视野中的青年单身一种社会学的解释[J]中国青年研究 2006. 12
- [2] 落花清 陈东洲 酒店式公寓设计探索 [J] 重庆建筑 2005. 2
- [3] 杨育谋 掀起酒店式公寓的盖头来 [J]中国房地产金融 2005 第 3 期
- [4] 李侃 张伦锦 拨开迷雾,看酒店式公寓[J]现代商业
- [5] 整体厨房“概念模糊”发展还需大品牌来引领 房地产门户搜房网 2007 年 11 月 20 日
- [6] 黄俊杰 中国单身报告 [R]新周刊 2007 年 252 期专题
- [7] 姜易扬 当单身成为一种文化[J] 大美术
- [8] 张展 王虹 产品设计 [M]上海人民美术出版社 2002. 9
- [9] 巩淼森 江建民 为生活而设计—单身生活方式调研与产品需求分析[D] 江南大学硕士学位论文 2003. 1
- [10] 潘志国 王兰美 郭业民 面向生活方式的设计理论研究[J]包装工程 2007 年 28 卷 7 期
- [11] 新华网 社会上悄然兴起一种懒人哲学 2007. 9
- [12] 伊诺 金曦 春燕 我是中国单身女性[M]光明日报出版社 1995. 8
- [13] 梁保尔,朱承强 上海酒店式公寓发展现状研究[J] 旅游学刊 2004 年第 5 期
- [14] 肖鹏 何芳 上海酒店式服务公寓发展趋势[J]上海房地 2005
- [15] 孙佳媚 酒店式公寓设计模式初探[J] 中外建筑 2008 年第 4 期
- [16] 郝树人 酒店规划设计学 [M] 旅游教育出版社 2007 年 7 月
- [17] 石扬 上海酒店式公寓_市场魅力突显投资前景看好[J]中国房地信息 2005 年第 12 期
- [18] 邢瑜 王玉红 宾馆环境设计[M] 安徽美术出版社 2007 12
- [19] 刘敬疆 住宅厨房家具的现状和发展趋势 [J] 家具与环境; 1997 年 02 期
- [20] 凯迪网络 小家电需智能节能多功能 2005. 12
- [21] 梁月开 现代家居设计与家居智能系统的应用研究[J] 南京林业大学硕士学位论文 2008. 6
- [22] (美) 雨果·德·加里斯 著, 胡静 译[M]智能简史 清华大学出版社 2007. 6
- [23] (英) 亨利·布莱顿 (英) 霍华德·塞林那 著 视读人工智能[M] 安徽文艺出版社 2007. 1
- [24] 数智网 海尔 U-home 家庭智能终端亮相高交会 <http://www.smartcn.cn/> 2008. 10. 13
- [25] 东方美食智能厨房研究所 <http://my.poco.cn/id-40546789.shtml>
- [26] 孙正广 刘驰 浅谈厨房设计[J]萍乡高等专科学校学报 2007 年第 3 期
- [27] 李冰 住宅厨房设计与厨房设施的发展 [J]上海建设科技
- [28] 彭亮 信息时代的厨房家具设计新理念[J]林产工业 2005 年 32 卷第四期
- [29] 柳松 美科学家打造新型厨房_自制餐具不用清洗 中小企业科技 2006. 2
- [30] jenny90888 食品机械 blog.china.alibaba.com/blog/jenny90888/ 2006. 12. 09
- [31] 中华商务网讯 <http://www.chinaccm.com>
- [32] 智能家居新趋势: 未来中国厨房电器 易居网 www.eju.cn 2004. 11. 25

- [33] 简召全, 冯明, 朱崇贤编. 工业设计方法学[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 1993
- [34] 汤浩 丁熊 沈法 张福昌 产品功能与多功能产品[J] 无锡轻工大学学报
2001 年 9 月第 2 卷第 3 期
- [35] (日)原研哉 译者 朱锷 设计中的设计[M] 山东人民出版社 2006. 11
- [36] 邢孝选 谭国平 小康住宅厨房整体设计初探[J] 建筑·规划·设计理论与研究
- [37] 胡铭 人性化设计在智能手机界面设计中的研究[D] 南京林业大学硕士研究生学位论文 2008. 6
- [38] 董建华 日用品设计中的界面设计[D] 同济大学硕士学位论文 2006. 6
- [39] 黄莉华 现代厨具造型语义研究 [D] 南昌大学硕士研究生学位论文 2007. 6
- [40] 健康节能环保成主题 厨房家电展开新轮革命 <http://it.21cn.com/jd>
- [41] 斯丹法诺·马扎诺(荷) 飞利浦设计思想: 设计创造价值[M] 北京理工大学出版社
2002 年 11 月

附录 A

尊敬的朋友:您好!

感谢您百忙中参加我们的调查活动。我是南昌大学艺术与设计学院的研究生。由于学位论文的研究需要,正在进行一项社会调查,希望得到您的支持。调研目标群为:单独居住有固定工作的个人。回答问题一般无需过多的思考,尽量在提供的选项中选择,如果情况比较特殊请注明。真诚希望您提供更准确的信息。如果您能做完这项调查,并留下联系方式,我们将会给您以外的惊喜。(问卷请如实回答) ☐为单选 ☐为多选

0. 您现在是单独居住吗?

☐是 ☐否

1. 您的年龄?

☐20 岁以下 ☐20-25 岁 ☐26-30 岁 ☐31-35 岁 ☐36-40 岁 ☐40 岁以上

2. 您的性别?

☐男 ☐女

3. 您是从事下列哪个职业?

☐企业技术/业务骨干/部门经理及以上 ☐自由职业/个体经商
☐企业老板/股东/大中型企业副总以上 ☐工人/服务员/普通职员
☐政府及社会职能/医科教文卫/媒体 ☐家庭主妇/离退休/下岗
☐高级管理人员 ☐职业经理人 ☐科研人员 ☐学生 ☐其他

4. 您的月收入?

☐1500 元以下 ☐1501-3000 元 ☐3001--5000 元 ☐5001-10000 元
☐10001 元以上

5. 您的最高学历:

☐初中及以下 ☐高中/中专/职高 ☐大专/本科 ☐硕士及以上

6. 您的公寓面积:

☐40 平方米以下 ☐40-90 平方米 ☐90-120 平方米 ☐120 平方米以上

7. 假设您拥有一间私人酒店,什么是您必备的厨房用品呢?

厨房电器:

☐电磁炉 ☐电烤炉 ☐烤面包机 ☐食品加工机 ☐电饭煲 ☐洗碗机

☐榨汁机 ☐电饼铛 ☐自动咖啡壶 ☐电动打蛋器 ☐垃圾处理机 ☐净水机

☐消毒柜 ☐冰箱 ☐电热水壶

咖啡具:

☐咖啡杯 ☐杯碟 ☐咖啡匙 ☐奶杯 ☐糖罐 ☐咖啡壶

茶具:

☐茶壶 ☐茶杯 ☐茶具套件 ☐茶盘 ☐茶炉 ☐滤茶器 ☐糖罐

酒具:

☐酒杯 ☐酒瓶 ☐酒壶 ☐酒架 ☐鸡尾酒套件 ☐冰酒器 ☐摇酒器

食具:

☐盘 ☐碟 ☐碗 ☐果蔬篮 ☐器皿垫 ☐餐刀 ☐餐叉 ☐食品夹 ☐牙签盒

厨房手工用具:

☐厨刀 ☐砧板 ☐磨刀器 ☐厨房剪刀 ☐刨刀 ☐打蛋器 ☐碎壳器

☐压蒜器 ☐开瓶器

厨房盛具:

☐钵 ☐坛 ☐盆 ☐罐 ☐盒 ☐桶 ☐筐 (篮) ☐缸 ☐瓶

烹调用具:

☐炒锅 ☐煎锅 ☐煮锅 ☐炖锅 ☐蒸锅 ☐火锅 ☐厨房铲 ☐勺炊具架

☐锅架 ☐调料罐架 ☐压力锅 ☐电饭锅 ☐榨汁机 ☐豆浆机 ☐搅拌机

厨房设施:

☐水槽 ☐拉篮 ☐活动篮 ☐刀具架 ☐勺架·刀叉架 ☐杯架 ☐碟架

8. 您希望还可以加强那些东西的美观及性能?

厨房电器:

☐电磁炉 ☐电烤炉 ☐烤面包机 ☐食品加工机(搅拌机) ☐电饭煲

☐洗碗机 ☐榨汁机 ☐电饼铛 ☐自动咖啡壶 ☐电动打蛋器 ☐垃圾处理机

☐净水机 ☐消毒柜 ☐冰箱 ☐电热水壶

咖啡具:

☐咖啡杯 ☐杯碟 ☐咖啡匙 ☐奶杯 ☐糖罐 ☐咖啡壶

茶具:

☐茶壶 ☐茶杯 ☐茶具套件 ☐茶盘 ☐茶炉 ☐滤茶器 ☐糖罐

酒具:

☐酒杯 ☐酒瓶 ☐酒壶 ☐酒架 ☐鸡尾酒套件 ☐冰酒器 ☐摇酒器

食 具:

☐盘 ☐碟 ☐碗 ☐果蔬篮 ☐器皿垫 ☐餐刀 ☐餐叉 ☐食品夹 ☐牙签盒

厨房手工用具:

☐厨刀 ☐砧板 ☐磨刀器 ☐厨房剪刀 ☐刨刀 ☐打蛋器 ☐碎壳器

☐压蒜器 ☐开瓶器

厨房盛具:

☐钵 ☐坛 ☐盆 ☐罐 ☐盒 ☐桶 ☐筐 (篮) ☐缸 ☐瓶

烹调用具:

☐炒锅 ☐煎锅 ☐煮锅 ☐炖锅 ☐蒸锅 ☐火锅 ☐厨房铲 ☐勺炊具架
☐锅架 ☐调料罐架 ☐压力锅 ☐电饭锅 ☐榨汁机 ☐豆浆机 ☐搅拌机

厨房设施:

☐水槽 ☐拉篮 ☐活动篮 ☐刀具架 ☐勺架·刀叉架 ☐杯架 ☐碟架

9. 您选择厨房用品一般注重哪些方面?

☐产品质量 ☐品牌 ☐服务 ☐朋友介绍 ☐专家推荐 ☐产品外观造型
☐产品颜色 ☐其他

10. 您喜欢的厨房整体格调是?

☐色彩热烈活泼 ☐温馨浪漫
☐色彩干净明亮 ☐朴素淡雅
☐色彩酷炫帅气 ☐清新亮丽
☐色彩稳重内涵 ☐其他

11. 请您指出您对自己厨房整体设施最不满意的两项是

☐价格太贵 ☐式样不好看 ☐太占据厨房空间 ☐烹饪效率很低 ☐清洁不容易
☐质量做工粗糙 ☐售后服务差 ☐油烟噪音等非常烦人 ☐零件易损坏 ☐其他

12. 您对目前厨房用品哪方面不满意?

☐功能太复杂 ☐功能不齐全 ☐材料 ☐颜色 ☐色彩不丰富 ☐款式 ☐技术
☐美观/造型 ☐体积太大 ☐不便捷 ☐操作不方便 ☐耗电太多
☐用不着 ☐实用性 ☐设计感

13. 您在布置公寓公寓的时候会选择什么样的厨房用品? 选两项

☐大方 ☐小巧 ☐功能多 ☐有品位 ☐智能 ☐易操作 ☐其他

14. 您平常使用厨房的频率

- ☐基本不用厨房，叫外卖，在外吃快餐
- ☐随便做点，简单并能较快做熟的饭菜
- ☐非常喜欢自己做饭，并对厨艺有很深的研究。
- ☐不一定，差不多每天一次
- ☐每天差不多两次，每次时间不长半小时以内
- ☐经常使用，每次都要1个小时

15. 你一个月的最大开销主要用于：

- ☐基本生活消费 ☐自我娱乐消费 ☐储蓄、保险等未来储蓄 ☐聚会等社交费用
- ☐供房供车等超前消费 ☐其他

16. 用什么方式排解孤独的情绪？

- ☐朋友聚会 ☐工作 ☐上网 ☐购物 ☐阅读 ☐看电影 ☐看电视 ☐其他

17. 您觉得生活中最缺少什么？(选三项)

- ☐友爱 ☐财富 ☐信仰 ☐快乐 ☐沟通 ☐成就感 ☐健康 ☐激情 ☐安定感 ☐其他：

18. 您最喜欢的休闲方式是：

- ☐逛街购物 ☐泡吧 ☐唱歌 ☐旅行或自驾游 ☐运动健身 ☐其它

19. 生活节奏(请填写)：

起床时间_____上班时间：_____规范下班时间_____

一般下班时间(指加班后)_____一般就寝时间_____

我们对您能够在百忙之中填写这份问卷表示真挚的谢意！

攻读学位期间的研究成果

- [1] 已发表论文：万然, 李倩倩, 徐秋莹. 闹钟的人性化设计研究. 包装工程. 200708. P74, P75, P116.
- [2] 获奖情况: 在校期间荣获南昌大学研究生一等奖学金.