

2023年家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明(汇总10篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇一

设计师在工作方面需要履行哪些职责呢?以下是本站小编为大家精心整理的家具设计师岗位职责，欢迎大家阅读，供您参考。

- 2、进行现场测量，并为客户提供家具量身定制服务及饰品搭配服务；
 - 3、编制家具原材料的标准；
 - 4、解决家具产品的技术问题；
 - 5、组织于实施产品标准化；
 - 6、家具生产技术改良及新工艺技术推广应用。
-
- 3、根据要求设计出客户定制的家具；
 - 5、每个月整理一次电脑内存，重要资料图片应拷贝到移动硬盘备份，必要时刻制光盘，非本岗位配置的资料不得擅自提供。

- 2、根据研发需求完成相应部件的工艺设计与组装设计；
- 3、熟悉板材、金属材料的工艺特点；
- 4、熟练运用cad绘图软件或solidelgest2工艺设计软件。

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇二

1. 根据各系列产品需求，完成各项家具产品设计开发；
2. 定期对产品图纸进行评审和修正，对新设计产品进行跟踪和修正；
4. 定期对新产品开发提出设计款式指导方向，工艺参考和材质使用建议；
5. 安排展会期间各部门之间的协调工作，确保参展产品的摆场效果；

任职要求：

1. 大专及以上学历，设计或美术专业；
2. 3年以上产品设计工作经验；
3. 有较强的手绘或3d表达能力；

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇三

本学期我们学习了《人体工程学与室内设计原理》这门课，为了更好的掌握这门课程的内容，我特别对金海马家具城进行了调查。

一. 调研时间□20xx年12月

二. 调研地点：金海马家居城

三. 调研形式：进入家具城调查了解

四. 调研目的：通过调查，了解消费者的个人喜好、文化背景、不同年龄的喜好、.和家具产品的风格以及它适合的室内风格。为室内设计提供必要的素材，对于他们在室内设计方面所反映的问题及更多的需求，能做出及时，准确的回应，为即将做的室内设计做好准备，制定室内设计任务书，为了突破固有的模式，体现人文精神，同时具有时尚趣味，设计营造了一个浪漫温馨的居住环境，把家具和室内设计风格更好的结合在一起。结合不同消费者的喜好而制定适合的其居住的室内环境。

五. 调研对象：金海马家具城的家居摆设和它结合摆出的配套设施

六. 调研内容：

(1) 了解家具的流行趋势与风格：根据不同的消费者有不同的喜好，而且要调查出主要消费人群，和这些主要消费人群的风格喜好。

(2) .消费者的喜好、生活习惯、文化背景、不同年龄对不同家具的喜爱和对室内风格：再通过调研中消费者是一对即将要结婚的新人，他们都是80后，刚刚参加工作的大学毕业生，有稳定的经济收入，女主人是大学老师，男主人在政府机关上班。通过我和他们的交谈得知，他们平时工作压力挺大的，所以他们喜欢简单大方，舒适，休闲，恬静放松的那种氛围，颜色呢要淡雅一些的，但是特别强调卧室要温馨浪漫，因为是新婚么，所以他们的家具也是以简洁为主，可以得到放松的作用。

(3) 了解家具的材质，价格。

七. 调研结果：从目标市场的高低定位来看：

平民百姓、普通工薪族是低层次、低价位的主要消费群。这一部分的家具，目前还是消费的主流。他们的要求是：简洁实用而又有现代美感；功能较多，以便充分利用有限的居住空间；希望中高档次的设计及风格，但价位偏于中低价，心理上能感到物有所值。这是一个庞大的市场群体。这一类消费群还是杂牌的天下，因其长于抄袭与模仿，拙于原创与设计研发。因此，它们可以利用自身的各项成本优势，吸引了广大的中下层次的消费群。

在此之上的是定位于中高层次的消费群的家私生产商。这部分消费者包括企、事业单位的管理人员，城市“白骨精”（白领、骨干、精英），他们事业有成，思想独立，个性化追求较为明显。对家私的性价比、设计风格、用材、品牌定位较为看重。这部分生产厂家较多，他们各自以自己的原创设计及针对目标消费者的技术研发，满足了追求不同风格的消费者的需求；如联邦、红苹果、新维思、傲耐、迪信、皇朝、富运等；也有定位都市新贵或富豪的高层次家私，这部分人居于消费金字塔的顶端。一般都有别墅。乐从国际家私城的二期四楼以罗浮宫为代表家私品牌主要针对这一类消费群。

从原创的流行风格来看，主要有以下几种：

动感、活力、阳光、鲜亮的现代主义。一般的家具都希望营造安祥平和的室内环境，利用夸张的造型，还有绚丽的色彩（大面积的原色系）营造了一种动感、活力、阳光、鲜亮的室内环境。许多家具能通过移动、调节、组合，成为各种想要的其他功能家具。大红、橙黄、多彩条纹的运用，让眼睛在瞬间被激活。如联邦的“加州阳光”系列、香港红苹果，“优越”等。

灵秀、优雅、具明清风格的新古典主义

新古典主义家具凝聚了江南的灵秀与中式传统家具的儒雅，无论从设计还是文化上来讲，都能作为中国优秀传统文化的代言人；他们在是旧有明清家居的基础上，结合现代人追求简约的时尚，删繁就简，添加现代设计元素。将现代的生活方式、审美情趣融入其中，在传统上进行创新设计，格调清雅、隽永而又灵性十足。并配之以梅兰竹菊、琴棋书画作为背景或饰品。如“明清风韵”、联邦家具新明式，紫韵等都继承了传统家具这一风格。

浸润欧风美雨，彰显个人魅力的西方新古典主义中式新古典主义是“古为今用”，很多欧式风格的家具却是“洋为中用”。既有现代流行的简约风格，又有西方传统的“巴洛克”元素。从各大家私城所见，这一类家私色调大都以黑、白、原木色为主，显得低调内敛，每一张座椅、餐桌都看似简单，实则是功能与艺术的完美结合。独树一帜的风格后面是独树一帜的生活态度：沉着、冷静、理智。原木、原质、原味的自然主义：躲避都市的喧哗，亲近自然，置身于山水田园，是人类最朴素，最本质的想法。功成名就之后的“退隐山林，笑傲江湖”，是追求成功与卓越的奋斗者的心愿。因此，与未经修饰、雕琢的植物亲近，享受原始的、粗糙的、自然的美。从而获得“闹里有钱，静处安身”的愉悦。从本人这次考查来看：各式原木、水草、藤编、麻质的，占有较大的比重。有的原木、藤编、水草家具“整新如旧”，素面朝天。如“艺藤居”。有的略加修饰，淡施粉妆和流行的简约风格结合。显得更现代，更具有消费群。如联邦的“家家具”系列。从与终端营业员及部分消费者的沟通来看，实木及木质家具的需求保持较高的上升态势；现代板式家具亦受宠爱；藤制家具因其独特的造型将满足文化艺术修养人士的追捧；金属家具平中有降；铁艺家具有小幅上扬；布艺沙发将比真皮沙发赢得更多垂顾，活布套能拆洗的则会更受欢迎、稚嫩、单纯、轻松、梦幻的童趣主义、最稚嫩、最单纯、最轻松应是少年儿童，随着经济条件的改善，一部

分家庭也为小孩留出展示个性化的空间。我想，部分童心未泯、追求童趣的都市白领也是这一风格的消费群。色彩上，多使用鲜明的浅色或粉色。色彩较为繁富，但又不显缭乱，是极具童趣的一种搭配。

关于价格与价值，家具行业的竞争尚处于竞争的初级阶段向更高级阶段过渡时期。从终端的零售利润及该行业云集3万家数量的生产厂家来看。制造商、经销商利润下降是必然的趋势。象其它行业如家电业一样，价格战将不可避免。价格战的结果是行业洗牌，留下一些在成本领先、产品设计领先、技术研发领先、营销模式灵活先进、品牌知名度高，以市场为导向的企业。目前，家具业终端零售价格悬殊，这主要是由于各品牌的市场定位不同而造成的。单纯的打价格战不可能有企业的生存余地，要价值战而不是价格战才是最好的生存策略。

实际上，任何一个品牌的产品，在消费者心中都有一个心理价位，这种价位的差别是由企业的品牌定位，产品设计、技术研发、服务，以及持久的沟通造成的。企业对品牌的定位并不完全等于消费者心目中的对该品牌的定位。造成这种差别的主要原因是品牌沟通出现失误。如产品过于陈旧，研发落伍，品牌诉求混乱，服务较差等。k集团的r品牌就是一典型案例。r产品虽有领先的多项技术，但由于片面性的以价格为手段，忽视了对消费者进行品牌的附加值的沟通，因而造成品牌逐渐老化，在消费者心中竟然属于高知名度的低价位产品。因此，对于价格的问题，不能单纯的以降价提升销量，而应明确公司品牌在消费者心中属于什么心理价位（知道这点有一定的难度，但仍可以通过调研得出），利用各种有效的沟通工具和长远的品牌战略对品牌进行管理，增加品牌的附加值。

八. 调研体会：

我通过这次实践，从很多方面，再次了解了室内设计这个行

业对室内设计师专业的高要求。室内设计中要有哪些风格配上哪些家具。以及家具行业的竞争和家具的定格，和人群的确定。风格与家具的搭配以及家具的选材。培养了自己发现问题、分析问题、解决问题的能力；同时也发现一些了自己的不足，使我在以后的学习中不断的弥补和提高。为将来走向社会打好基础。

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇四

摘要：在室内设计的领域中，新的材料和技术不断涌现，发展飞猛，丰富了设计的元素，并且还带来了设计思维理念的革新。同时，对于可持续发展、环保等观念的日益重视，进而打破了传统的材料格局，材料带动设计也将成为设计的一种发展方向与趋势。我们还是需要去了解家具设计中很多诱人的魅力所在。作为一种和人们生活息息相关的一部分，家具设计必须在消费与生产之间寻求最佳平衡点，对于消费者来说，可以获得实用、舒适、安全、美观且价格适宜的家具是再好不过了，而对于生产者而言，简单易做，从而降低成本、保证品质并获得必要收益是优先考虑的。

关键词：实用；消费者；舒适；安全；艺术

所有的家具设计刚刚开始都离不开设计师的精心设计，无疑设计师在家具的领域占了先导作用。作为一名家具设计师应当具有社会责任感，以自己的设计引导正确、健康的消费观。那就应该考虑到以下几个方面。

（一）实用性

实用性是家具涉及到的首要条件，家具设计首先必须满足它的直接用途，适应消费者的特定需求。如餐桌用于进餐，西餐餐桌可以使长条状的，因通常是分餐制，而长条状的餐桌不能适应中国人的用餐习惯，因为中国餐饮文化以聚餐为核心，所以中餐餐桌往往是圆形或方形的。如果家具不能满足基本的

物质功能需求，那么再好的外观也是没有不可取的。

（二）舒适性

舒适性是高质量生活的需要，在没有问题之后，舒适性的重要意义就凸显出来了，这也是设计价值的重要体现。要设计出舒适的家具就得符合人体工程学的原理，并对生活有细致的观察、体验和分析。如沙发的坐高、弹性、靠背的倾角等都要充分考虑人的使用状态、体压分布以及动态特征，以其必要的舒适性来最大限度地消除人的疲劳，保证休息质量。

（三）安全性

安全性是家具品质的基本要求，缺乏足够强度与稳定性的家具设计。要确保安全，就必须对材料的力学性能、家具受力大小、方向和动态特性有足够的认识，以便正确把握零部件的断面尺寸，并在结构与节点设计时进行科学的计算与评估。如木材在横纹理方向的抗拉强度远远低于顺纹方向，当它处于家具中的重要受力部位时就可能断裂开来。除了结构与力学上的安全性外，其形态上的安全也是至关重要的，如当表面有尖锐物时就有可能伤及使用者，当一条腿超出台面时有可能让人绊腿而摔跤，家具要实现无障碍设计。板材、涂料、胶料等家具原辅材料中的有机散发物对人体健康带来隐患，家具设计与制作时必须予以足够重视。

（四）艺术性

艺术性是人的精神需求，家具的艺术效果将通过人的感官产生一系列的生理反应，从而对人的心理带来强烈的影响。美观对于实用来说虽然次序在后，但绝非可以厚此薄彼。重要的是何为美？怎样来创造美的效果？尽管有美的法则，必须根植于由功能、材料、文化所带来的自然属性中，矫揉造作不是美。美还与潮流有关，家具设计既要有文化内涵，又要把握设计思潮和流行趋势，潮流之所以能够成为潮流是因为

它反映了强烈的时代特征，而时代特性具有文化或亚文化的属性。

（五）工艺性

工艺性是生产制作的需要，为了在保证质量的前提下尽可能提高生产效率，降低制作成本，所有家具零部件都应尽可能满足机械加工或自动化生产的要求。固定结构的家具应考虑是否能实现装配机械化、自动化；拆装式家具应考虑使用最简单的工具就能快速装配出符合质量要求的成品家具。有人认为极品家具应当是充满个性的手工艺制品，由名匠制作的精湛的手工艺制品可能确实价格不菲，从文化遗产的角度看也需要予以保护，但这一市场层面是狭小的，它不是商业系统的主流，手工制作的生产效率远不能适应大众市场的需求。而且，对于单件家具而言，由于无需考虑零部件的通用化，所以尺寸精度问题可以在家具成型时修缮，而批量生产时，手工制品几乎无法保证同一批产品质量的一致性与稳定性，手工制品再也难以成为家具市场的主导产品。家具设计的工艺性还表现在设计时应充分使用标准配件，随着社会化分工合作的深入与推广，专业化分工合作生产已成为家具行业的必然趋势。因为这种合作方式可以做到优势互补，为企业在某一领域的深入发展创造条件。使用标准件可以简化生产、缩短家具的制作过程、降低制造费用、节约能源等社会资源并对环境友好。

（六）经济性

经济性将直接影响到家具产品在市场上的竞争力。好的家具不一定是贵的家具，但设计的原则也并不意味着盲目追求便宜，而是应以功能价值比，既价值工程来衡量，这就要求设计师掌握价值分析的方法，一方面避免功能过剩，另一方面要以最经济的途径来实现所要求的功能目标。如用优质高档木材来设计制作拙劣的家具是糟蹋资源；反之，如果在一件高档家具中掺上劣质材料或制作时降低要求，那么就会使其身

价大跌，这同样是一种浪费，而绝不是经济性的正确途径。

（七）系统性

家具的系统性体现在三个方面：一是配套性；二是产品家族及其血缘关系；三是标准化的灵活应变体系。标准化灵活应变体系是针对生产销售而言的，小批量多品种的市场需求与现代工业化生产的高质高效性一直是困扰家具行业的一大矛盾。

把设计师从机械的重复劳动中解放出来的有效途径是进行系统化设计，以一定数量的标准化零部件与单体构成企业的某一类家具系统，通过其有效组合来满足各种需求，以不变应万变，将非标产品降至最低限度，这种做法能同时缓解由于产品品种过多，批量过小给生产系统所造成的压力。

（八）可持续性

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇五

随着现代科技的不断发展，人们所处的社会环境发生改变，生活节奏逐渐加快，由此也引发了一些生态环境问题，所以就出现了人性化家具设计。人性化家具设计是人们对居家产品设计的共同期待，逐渐成为设计的主流。在设计家具和其他产品时，设计师要将产品的使用者作为设计的出发点和中心点，这就是以人为本的人性化设计。人性化设计体现了工业产品设计对人们生活的考虑，同时也是一种优秀的设计，通过人体工程学方面的理论研究和设计美学中相关设计法则的应用，使产品与人、自然能够融合，从而体现出以人为本的精神。

家具设计人性化思考

如今，设计行业不断追求人性化设计，这种设计带有显著的后工业时代特点，同时也是工业文明发展的必然结果。人性

化设计就是指在满足人们的物质需要的同时，不断加强对精神、情感方面需要的设计。在技术发展条件相对较好的工业化时期，其生产模式是大批量、标准化，生产的指导思想主要是高效、快速等。人们的生活被冰冷、光鲜亮丽、理性的工业制品所充满，建筑和家具都逐渐向国际化发展。这些设计方案并没有考虑受众的个性化需求，违背了“设计为人服务”的原则。如今，衡量家具的标准已经不再仅仅是实用、美观、经济，而要考虑设计能否满足人们的情感和心理需要。

人类文明能够不断进步并走向繁荣，其主要原因就是不断满足人们日益提升的各方面需求，设计环节也是如此。出于人们不断增长的物质需求，以及对更新、更便利、更舒适的生活用品的需求，产品设计要不断改进和完善，从而满足人们对于美观程度、使用机能等方面的要求。人性化设计最重要的一点就是要抓住人的需求，针对特定的受众采用合适的设计方法来满足其需求。设计是为人服务的，人性化与否是评价设计好坏的重要标准。人与人之间存在差异性，使当前的设计存在多元化的发展趋势，追求个性化。目前，一些设计师在设计中强调并体现自身的设计思想，没有站在需要服务的人群角度进行设计。所以，人性化家具设计应该明确服务范围。

人性化设计需要建立在一定的基础之上。首先应该在物质方面满足人们的一般需要，如家具的实用性、耐久性等，其次是满足人们生理方面的需求，如家具的舒适度、整齐度等，最后应符合人们的经济条件，使人们能够支付起价格。达到以上这些条件，才能够更好地完成人性化设计，从心理、精神层面满足人们的需求。人们对情感的需求并不是表面的，而是需要依靠一定的物质方式进行表达。家具作为影响人们心理的环境因素，对其进行人性化设计时应该利用外形、颜色、品质、结构、空间结构以及小装饰等，表现家具蕴含的独特情感。人们喜欢追求新奇的特点，对设计环节提出了不断创新的要求。家具是一种耐用品，并不像服饰等更换起来十分简便、容易。因此，设计师应该在设计环节中思考如何

给使用者留出一定的改造余地，留下一定的空间方便日后进行改善。人们的生活正在产生日新月异的变化，人们对生活的要求也逐渐产生变化。在家具的功能需求方面，可以采用更新零部件或者改变装饰手法的形式取得新奇的效果。人们在强调人性化设计的同时，往往会对现代科技产生一定的排斥感，但实际上，现代科技并不会对人们追求人性化设计产生影响，反而会提供更加稳定的保障。如，在制造过程中采用柔性化技术，不但能够保障高效的机械生产，同时也能够为产品生产提供更加广阔的空间，这样能够更好地满足人们对个性化产品的追求。

我国正处在不断发展的阶段，部分人的物质生活水平有待进一步提高，但这并不是说人们不需要人性化设计。设计师在设计时要考虑如何面对大众，让设计的产品既能在物质方面满足大众的需求，又能在情感、人性化方面满足人们的精神需求。在设计人性化家具时也要考虑成本，不能使产品的价格过高。每个人的价值观念和经济实力并不同，所以在倡导人性化设计的同时也应该注意设计对环境方面的影响，使资源得到有效利用，确保经济的可持续发展。对客户的一些需求可以采用沟通的方式对其消费进行引导，不能为利益所驱使，这是设计人员的基本素养。

设计是不断发展的行业，其本质并不是静止的，而是不断发展的、运动的。设计不断推动社会向前发展，设计环节要求人们对产品的形式和审美能有正确的认识。设计师应不断设计出具有形式美感的现代产品，并且体现以人为本的设计思想。

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇六

5. 完成项目的各项验收事宜，完成领导交办的其他工作。

任职要求：

2. 熟悉橱柜、衣柜等产品的生产工艺，了解生产及安装工艺；
3. 具有2-5年橱柜、衣柜设计经验；
5. 具有一定的美学美术功底和文学功底，能准确传达产品的设计理念、灵感来源。

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇七

20xx年主题为“消费与安全”。“消费与安全”主题的涵义：一是提高企业消费维权的意识和水平，促使其生产安全的产品，提供安全的服务，预防和减少安全隐患，确保消费者在消费过程中，人身权和财产权不受损害；二是增强节约资源和环保意识，保障环境安全，维护消费者的长远利益；三是要特别注重对老人、儿童、农民等弱势群体的保护，采取措施，保障他们的安全权益；四是树立科学、合理的消费观念，使消费行为符合安全消费的要求，通过消费者的选择推动行业规范发展，更好地保障消费者安全权益。

双虎家私名品做为一个极具社会责任感的品牌，为更好的贯彻《消费者权益保护法》、《产品质量法》等法律法规，宣传20xx的主题，促进市场经济良性发展，保护知名企业健康成长，维护消费者合法权益不受侵害，将20xx年3月定为诚信惠民月，并推出各项惠民服务，以诚信为根本为消费者营造全新的时尚家居生活。

诚信315，共建“消费与安全”的新家园

1、活动内容：米大床315元。

2、活动说明：

(1) 秒杀：准备手机一个(最好是店长的手机)，在开机一刻最

先打进电话者，只需315元就可购床，限量且只限3月15日当天。

(2) 抽购形式

1、诚信—您的新居，我的心意。

活动说明：购物满3000元可立减150元(正价产品且全款付清)

2、诚信—“告别冬天”家居特卖

特价沙发：3150元

特价餐桌：*元

特价卧房套(xb高厢床+两个床头柜+四门柜)：3150元(可根据各专卖店情况自行调整)

3、诚信—“走进春天”新品热卖

4、诚信—儿童也参予

儿童套房*元。凡购买的顾客可送风筝一个

5、诚信—双虎“三优”郑重承诺

(1) 优雅的购物环境

(2) 优质的商品质量

(3) 优异的服务品质：进店顾客可领调查表一张，为我们评分，填好后可领礼品一份(有助于收集客户资料)

如时间不在此期间，该时间表按照具体活动时间进行等量顺延(顺减)。

- 1、宣传方式要提前谈好，抢占最好的位置
- 2、所有的传宣主题都要突出201x的消费主题“消费与安全”
- 3、导购介绍产品时要突出“安全与环保”，重点以油漆、板材宣传。
- 4、店内面置时，可放一些板材样品，播放家具生产过程视频。
- 5、合理安排人员

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇八

- 1、根据o2o模式获取的用户订单，预约客户上门量房；
- 3、方案报价沟通，签订合同；
- 4、系统下单，建立客户个人档案信息；
- 5、客户关系维护。

岗位要求：

- 2、一年以上定制家具或家装设计行业经验；
- 3、具备良好的沟通表达能力；
- 5、有同品牌或同行业行业家居定制、家装设计工作经验者优先。
- 6、设计经理要求能够带领设计师团队完成月度销售任务，培训下属设计师。

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇九

在我们昂首期待未来的时候，在这里对过去一年的工作做一个回顾，总结以往的经验教训，以待在新的一年里有所改进。

一、业务方面

1、增强业务能力，提高设计水平

对于今年刚刚入职的我来说，从事施工图设计工作是机遇也是挑战。在刚刚过去的半年多来，我尽快适应了工作的环境，融入到设计院这个集体中。这期间完成了苏州新创扩初设计、路径外冈四期施工图设计等项目，特别是对银亿舟山鲁家峙e04-02□e04-05项目的设计，将对于施工图设计的认识上升到更高层次的水平。通过做这些工作，对景观工程的认识逐步提高，与各配合专业的连接与协作更加全面，设计进度时间安排更加合理。在此期间，通过整理设计资料，分析甲方意见，锻炼了耐性，认识到做任何工作都要认真、负责、细心，处理好同事间的关系，与集团各部门之间联系的重要性。

通过不断学习与实践，将所学的理论知识加以应用，逐步提高完善自己的专业技能，领会设计工作的核心，本着集团“专业专注客户至上”的服务理念，积极响应、倡导“进取精神、团队精神、主人翁精神、实干精神”的企业精神，为设计院的发展多做贡献。

2、加强学习，不断提高

通过工作实践，使我认识到自己的学识、能力和阅历还很欠缺，所以在工作和学习中不能掉以轻心，要更加投入，不断学习，向书本学习、向周围的领导学习，向同事学习，这期间我自学各类规范图集，阅读大量优秀设计项目，这样下来感觉自己还是有了一定的进步。经过不断学习、不断积累，

已具备了一定的设计工作经验，能够以正确的态度对待各项工作任务，热爱本职工作，认真努力贯彻到实际工作中去。积极提高自身各项专业素质，争取工作的积极主动性，具备较强的专业心，责任心，努力提高工作效率和工作质量。

3、严格要求，团结进取

在过去的一年里，我严格要求自己，遵守规章制度，团结同事坚守工作岗位，服从领导的工作安排，按时完成领导分配的工作，以极高的工作热情主动全身心地投入到自己的工作当中去，加班加点，毫无怨言。很好的理解自己工作和责任，履行了岗位职责，能够高质、高效的完成本职工作。为本部门的工作做出了应有的贡献。

二、不足与提高

第二，自己的理论水平、专业知识、设计规范学习还是很欠缺的，应当更加努力的学习与实践。

新的一年意味着新的起点新的机遇新的挑战！我将不断地总结与反省，不断地鞭策自己并充实能量，提高自身设计水平与业务水平，以适应时代和企业的发展，与各位共同进步，与公司共同成长。争取在新的一年再创佳绩，迈上一个新台阶。争取做出更大的成绩来，为公司带来更大的效益！

家具设计计划书 家具设计师岗位职责说明篇十

日本设计师仓俣史朗将现代设计理念、先进技术和日本传统美学思想进行融合，在实践中探索自由和内在的设计途径，独到的展现出传统东方智慧对当下文化的响应。设计中蕴含着跨文化的多重象征意义，通过流行语言的转喻逻辑、设计

元素的形式游戏、地域材料的语汇转换等方面的创造性表达，向观者传递出文化内涵、社会价值以及对当代设计的思考。

现代家具设计论文

仓俣史朗是日本当代在国际上享有盛誉的设计大师。作为孟菲斯集团的代表人物之一，他在设计创作中，面对现代主义理性、规范性的思维方式和表达方法并没有完全颠覆和批判，而是尝试运用东方固有的审美思想和生活理念去融合与化解。他的设计作品因此散发出感性、率真的气质，受到艺术和设计界广泛的欢迎，被巴黎、纽约、东京等现代艺术博物馆争相收藏，并获得法国、日本等多个国家的艺术勋章。虽然仓俣去世多年，但他独树一帜的设计语意仍然是当下设计思潮中最值得关注的现象之一，为长期以来受功能主义约束的设计领域注入了一股清新的气息。

20世纪末的欧洲，艺术不再仅仅被高高在上的精英消遣，而逐渐失去它激进、独立的特征，其表现形式开始迎合日常生活审美趣味和便于供大众阅读。这种现象归结于语言的变化，音乐、电影、绘画、雕塑、建筑、艺术设计与流行文化开始交织和互融。仓俣就是受当时流行主义理念的影响，认为设计应该采用通俗化的文化形式和语言，希望设计作品具有像娱乐明星所具有的那种迅速的曝光率和知名度。而音乐和戏剧是当时最能被大众接受和认可的艺术形式，这给仓俣提供了创作灵感和文本式样。仓俣设计参照剧本编排样式，包括对题材合理的组织安排，使得设计线索明朗，结构一目了然，再通过典型元素和影像的串联来描绘形象、场景，同时充满对生活内容的隐喻体验。就像“布兰奇小姐”椅子(图1)的设计灵感来源于戏剧《欲望号街车》。剧本围绕主人翁布兰奇迪布瓦小姐的纠结和对立、现实与幻想的生命历程展开。长裙上的玫瑰、幻觉中的波尔卡舞曲等典型元素展现出工业文明在消解传统和外来文化的同时，实现自我消解的现代隐喻。仓俣通过有机玻璃类似于水的透明素材，加上隐喻的符号——玫瑰在生活场景中再现影片迷茫、漂浮的感觉。在西

方历史、神话和宗教诗歌中，玫瑰和水都带有生命无常的复杂意味。封存在有机玻璃座椅中的玫瑰花已经死亡，其形态却展现了“永生”之美。用透明椅子和玫瑰花的形态来借代被装饰性的生命，象征着对生的欲望和死亡的恐惧。影片中展现出不同地域、文化的相互冲突。充满幻想的布兰奇小姐代表着传统的高雅文化，在完全对立的斯坦利代表通俗化的工业世界中挣扎。这些都隐喻指出，现代主义对设计和设计师欲望的束缚，并将其视觉形式化。在现代设计中关注的是功能性和与之匹配的形态、形式的“同一性”，排除那些象征性的“附加值设计”。对此仓俟通过透明性和飘浮性来解释消除物质性和功能性的方式。玫瑰花瓣的美丽和荆棘的危险产生的对比，引发人们各式各样的联想。在有机玻璃的透明空间中，符号不经意的漂浮和相逢，不可替代的象征性存在于我们的日常生活，给予文脉和情感的一定的回应和尊重。不同的人从不同的角度出发，就有丰富多样的解读方式，具有无限的想象空间。

现代设计全球化造成大众审美趣味的趋同，设计反映的不再是设计师个体的审美意识，而是站在经济效益最大化的立场上。这种一元化的思维模式使设计形式单调与生硬，缺少情感和记忆。而多元建构的后现代主义拥有更复杂的造型语言和突破倾向，在叙事上注重技巧和开放性；力图打破封闭的空间，为设计元素的多元消解、拼贴、戏仿等手法提供可行性，鼓励和启发设计师在设计活动中产生不可界定和颠覆性的审美认识。不可界定与其说是否定形式，不如说是追求创作中的自由，特别是形态表达方式上的自由。“新的功能就是新的自由”[1]。仓俟史朗的设计思维游离于现实与虚幻、具象与抽象之间，关注于点、线、面等基本元素自身的表现力，选择可变的、不稳定的逻辑关系，用夸张的设计手法和多方式组合关系来营造奇幻舞台般和无法预知的意外效果。点是造型语言中最基本、最简单又是最活跃的单位，运动性是其重要特征。单个点具有向心性的运动倾向，多个点有关联性的运动倾向。在“撒开的点”桌子中(图2)，他用白色水泥作为基底，将那些带颜色的玻璃、碎石，从墙壁、地板、桌子

上泼洒出去，形成碎片“点”一样的素材。这种直接泼洒方式把发自心灵深处的宣泄和精神诠释淋漓尽致的表现出来。点的泼洒形态呈现出自由的运动性，本身就有着极为尖锐的个性，虽然泼洒显得杂乱没有规律，但表现出来的艺术效果却是非常的协调和具有视觉冲击，无形中达到了无意识性的审美效果。仓俣史朗设计的自由源于想象，“虚无”则是想象的本质体现。点的运动轨迹构成了线，在空间中自由地变换延展，偶然地交织到一起，带有一定的象征意义。仓俣把线形象化的定义在人的情感波动上，将其他元素融入到光线、色彩中转化为“虚无”，使直线、曲线、折线呈现出更有力度的形态，赋予不同的精神特质。就像在“光架子”陈列架的设计中(图3)，为使陈设的意义更加明确化，仓俣把荧光灯管隐藏到陈设架的内部。模糊的光从“线光源”扩散成了“面光源”，但均匀的面光源使得面相交处的折线更加突出，面的消隐使得架子的实体“虚无”。放在架子上的展品，犹如失去重力一般的悬浮在空中。仓俣通过形式游戏打破固定化和概念化的造型体系。现代设计利用水平线和垂直线的交叉形成块面，再添加一些简单的造型元素，不同比例的形体、色块、构造的组合所呈现出来的感受是动静与冷暖的和谐统一，最终形成平衡安静的情感空间和视觉美感。如果一旦加入复杂的图形元素，这种平衡和谐将被打破，取而代之的是游戏性。在“金字塔抽屉”这件作品中(图4)，除了纯净的色块和线型外，没有其他的元素，更谈不上有“节奏韵律”的造型。但通过不同的使用者“偶然”摆布形成奇妙的互动关系，使得原来似乎毫无内容的色块，自然演变成包含着无限可能。鲜亮的纯色块样片般的排列，与色线进行着小范围内的分割，在对比的两极彩度和明度之间被非常自如的运作和调整。线型和色块组成的面像魔方一样不断地变化排列，自由地抒发着设计师诗意般的情感。在仓俣看来，设计创作和使用体验不应该满足于现有模式，而是主动抓住形式中的“游戏过程”，进入一个自由创作的场所中，设计师、使用者展开自由的想象，在作品使用和形态上产生创造性的互动。

对于新的自由的追求，源自对现有传统限制性的突破性尝试。当后现代脱颖而出的时候，首先就遇到“如何对待传统的问题”。[2]仓俣认识到，要想超越由整体、理性构成的现代主义固化框架，就必须借助传统在新的设计语言上寻求突破。随着科技的发展和环境的变化，人造材料取代自然材料成为趋势。材料是设计的物质基础，因此现代材料与环境的生态谐调，与传统、当代的文化衔接是设计面临的基本问题之一。仓俣史朗对材料语汇的传统再现和转换，是使现代材料体现出传统文化的识别性，在感官上引发设计意图、人文情感的共鸣。他辩证地看待材料的真实性观念，不觉得只有木材等天然材料才温暖有感情，对水磨石和有机玻璃(丙烯酸树脂)、金属丝网等现代人造材料持开放态度，原因之一是它们具有很强的象征意义，水磨石象征着日本的玉石情节，有机玻璃有类似于水透明、干净的特质，金属丝网则体现了传统的编织工艺；另外人造材料具备模仿物的特征，又可以循环使用。相对于打着生态旗号，无休止的使用原木、天然石材的设计师，他是真正的环保主义者。

1. 材料的感性属性表现转向

材料的表现性主要体现在知觉审美上，并引起不同的心理感受以及情感与文化反应。日本文化长期受禅宗美学的影响，整体呈现出“虚无”透明性、“空灵”漂浮感的视觉审美体验。仓俣在1976年设计了“玻璃椅子”作品(图5)，其轻盈的外观形态和透明空间形式产生了反映传统材料精神的视觉效果，这源于玻璃本身视觉上对光的透射、反射和折射的特质。对于地域材料文化属性的表达来说，玻璃是一种积极自我情感表现的媒介，与造型、色彩、质感与肌理相比，“透明性”的表现力更为直接。透明的目的是追求看不见的存在，是对空间和构造的多重解读。体验者将身体依靠在非存在、无重力感的玻璃椅子上，会感觉到飘浮在空中的效果。椅子融入绚丽光线，自身的形态结构处于渐隐消失和相互叠加的状态，坐的主体性得到了清晰呈现，营造出虚幻流动的空间氛围，表现出更加丰富的视觉细节和趣味意蕴。玻璃用视觉

上的“虚无”和“无重力”模糊和消解了设计的功能性和材料的承重感，打破了人们对材料载体重力传递的惯性认识。稳定的椅子造型和令人不安的材料视觉感使人产生戏剧性的情感体验，呈现出知觉与情感属的双重属性。人造材料的感性属性不仅通过其视觉属性体现出时代精神，建立了与原有历史环境间的几无障碍的视觉联系与支撑体系的技术审美属性，也被赋予了重构社会与文化的象征意义。

2. 材料的情感认知与表现

仓俣曾经在意大利工作和生活，变幻莫测的歌剧语汇给他的创作带来灵感。“间奏曲”是意大利歌剧插曲中的专业语言，原指歌剧剧目承接之间穿插的喜剧和音乐小品。后来引申为在正式流程中偶发的“惊奇”效果的非正式表演。本土资源的匮乏造就日本人对藤竹等天然材料所具有的感官体验情有独钟，透明精巧的编织结构体现出情感层面的象征性、柔软性和温暖感。人造材料同样可以通过造型变化、构造方式、连接的疏密层次和比例尺度，形成轻薄通透的表皮编织质感来实现设计语汇的转换。如著名的网格沙发椅“月亮有多高”（图6），仓俣试图把一系列并不相关的要素如新技术、扩展金属、环境的性格、文化的吸引力等和使用者的意识形态等连接起来，消解不同领域之间的界限。椅子以沙发的形式来界定设计对象，用“间奏曲”概念表达了对多元审美的迎合态度。沙发椅视觉上形成柔软圆润的感觉，却在材质上使用异质感的金属否定这种形态，表现上采用镂空网状的编织结构，与原有实体造型、材质特征形成反差。这个作品展现的是一种非逻辑性的材料与造型结合，没有表达出观众期望的传统形态。这种设计手法去除“物质性”，打破了轮廓的封闭性，材料简单但视觉上形成多层次的叠加，弱化、模糊了家具的尺度。光线和空气在表皮与空间之间自由流淌，通过对功能的分离与层次叠加，从而促成实体的消解，将错综复杂的内容演变为不同心灵交汇的间奏曲，不但包含着多元的创造性，也产生无限设计导向的趋势。

仓俣史朗的设计在全球掀起一股“仓俣震撼”设计风潮，其家具作品在体现后现代主义设计审美特性的同时，更反映了日本的设计哲学，实现了对现代主义的超越。其开放的形式思考、感性的造型语言和透明的材料表现显得轻松且包容，不排斥和谐和矛盾、暧昧和明确、简约和复杂的并存，使设计变得多姿多彩。但同样，任何事物都有两面性，仓俣史朗的设计也不例外。他那些包含经典元素和隐晦语意的设计虽然艺术水准很高，但一定程度上脱离了满足日常生活功能作为设计前提的规则。他带给了设计界不一样的视角和情绪，世界特别是亚洲地区的设计师对此受到触动和启发，开始重新思考功能决定一切的现代设计观念。仓俣史朗的设计可能因缺少实用性而无法大规模生产，但他不甘束缚的设计观念和其新颖独特的设计形式不能被遗忘。