

一周锐品牌

Dash
点石家装®
中大户型全装领导品牌

5万平方米产权式家居产业园落成投产

封面人物



慕思寝具谢艳华:无需急于当下,只要不忘初心

三湘·家计划



本周末带你见证好装修的炼成

洗具的奢侈 卫浴文化进行时

尽管很多与洗浴和浴缸有关的记忆,都与香艳扯得上关系,比如妲己醉于香汤之浴,比如杨贵妃温泉洗凝脂,比如聂小倩浴桶中藏救书生,但更多时候,沐浴是一件严肃且奢侈的事。

在电影《洗澡》中有一个情节,一个敦厚的老农用一驴背的黄豆换回两桶清水,让第二天出嫁的女儿平生第一次,也可能是最后一次洗澡。女儿的母亲一边担心着下半年的口粮,一边祝福着孩子,专注地添柴草为女儿烧洗澡水,女儿小心翼翼地泡在桶里,唯恐洒出一滴。

这种虔诚,尽管是基于“滴水

寸金”的尴尬现实,仍然颇有以沐浴为礼,以洁净为尊的古风。

在中国沐浴文化传统中,“沐浴而朝”与“斋戒沐浴以祀上帝”,曾经是一种隆重的礼仪,而且也是古代人的信仰与精神生活。在《论语》中,孔子的门生曾点把洗澡作为一种至美的人生境界加以赞赏:“暮春者,春服既成,冠者五六人,童子六七人,浴乎沂,风乎舞雩,咏而归。”

在当下,沐浴已经成为平常生活中的一部分,但仍然不减奢侈本色。它的奢侈不在于每平方米几千元的房价,而在于人们在一个20平

方米的客厅一个5平方米的浴室和一个15平方米的客厅一个10平方米的浴室之间的选择。对于大多数背负了几十年分期付款压力的人来说,他们更重视客厅这样的“脸孔”,而宁愿忽略浴室的真实感受。

无论是“口腹之欲”还是“身体之浴”,所满足的都是个体的一种私密享受。而后者比前者,显然更能体现其“热爱自己”的生活态度。原因在于:尽管人们可以通过在各种公共空间里的行为,展示所谓的“品位”和“格调”,但却无法在浴室里隐瞒真正的生活态度。

好在人们对待卫浴的观念正

在转变。正如人们把皮肤漂亮的观念从白净转到有棕色的、有弹性和光泽感时,沐浴也在慢慢摆脱保持清洁的单一功能。在这其中,变化的不仅仅是生活态度和审美观念,更是自我意识的觉醒和明确。我们处于这种转变当中,我们与行业变革同在一个进程。

自本月起,《华声大家居》将对家居行业各个品类,以小型专题的形式进行纵深梳理,本期我们从洗具开始,关注卫浴行业,找到生活中的停顿点,即使这停顿再奢侈再昂贵,也不能阻止我们热爱生活。

■张丹

六大热词 定格2013年卫浴行业发展路径

2013年的卫浴行业,前途光明,道路曲折。窥一斑而知全豹,我们以2012年的行业事件、发展走向为蓝本,总结出行业五大热词,以此梳理2013年卫浴行业的发展脉络。

热词一:上市

今年年初,帝王洁具高调宣布IPO。随后,申鹭达、九牧厨卫、辉煌水暖等也公布了自己的上市计划。唐山惠达卫浴集团董事长王惠文更是透露了或许在两年内实现上市梦想的消息,加上2012年扎堆排队上市的卫浴企业及已经上市的航标卫浴,卫浴行业上市潮涌动。承接这股上市的澎湃激情,走在上市前方的领跑企业们,将陆陆续续为其他卫浴企业的上市提供模板和经验借鉴。有资深业内人士表示,不仅是2013年,往后5年内,卫浴巨头与资本共舞的戏码也将不断上演。

热词二:智能化

从日本智能马桶应用到公共厕所开始,近几年,智能卫浴像平地而起的飓风席卷了整个中国建陶市场。各大卫浴企业纷纷涉足智能产品领域,随着智能调温的淋浴花洒、结合LED灯

光调控的龙头、按摩式的淋浴系统越来越为更多人接受,卫浴智能化已经成为行业未来发展的一个重要方向。

热词三:环保节能

“高污染、高能耗”是多年来贴在传统卫浴产业身上的标签,它越来越和人们日益增长的环保诉求和国家倡导的节能减排格格不入。十八大报告提出推进生态文明、建成小康社会、永续发展、改变经济发展方式等关键词,必将对陶瓷行业的发展产生深远影响。

从全球视角来讲,环保新材料的运用是卫浴行业的必然趋势。目前,我国新材料卫浴正在以每年超过30%左右的速度增长,节能环保无疑将成为卫浴行业年度热点。

热词四:整体卫浴

随着时代的变迁,人们更加注重空间设计的协调性。因而,陶瓷卫浴产品作为单一设计元素及装饰建材产品,就必须与家具、灯饰、电器等生活价值要素互为匹配,和谐共生。

陶瓷卫浴品牌在2009年就掀起“整体”空间潮流战,众多陶瓷卫浴品牌纷纷

整合介入。2013年,整体概念之风仍会继续盛行。“整体”概念设计也会受到更广泛、更丰富的边缘艺术思想所影响升华。

热词五:健康概念

受到三聚氰胺、PM2.5等的影响,消费者对于健康的关注度急剧提高,绿色、环保概念的陶瓷卫浴产品开始受宠,陶瓷企业树立健康环保的品牌形象将会给产品带来更多的市场机会。从浴缸到浴霸,从卫浴瓷砖到洁具,各个环节都在向“健康”靠拢。行业人员和广大消费者普遍认为,2013年卫浴空间装饰设计中,是否环保、是否具有理疗保健功能将成为十分关键的问题。

热词六:简约风格

Less is more,洗手台不再一味地追求大理石台面的豪华感,马桶变得越来越精致袖珍,随着8后的生活方式成为这个时代的主旋律,简约风潮已影响到家居整体装饰的设计潮流,消费者越来越理性,极简风格开始大行其道。众多卫浴和陶瓷产品在工业设计方面变得更加简约和方便,真正做到产品设计主义“人本化”。

■记者 张丹

那些与浴室有关的奇妙创意



外观酷似瑞士军刀。

英国一位设计师创造了世界上第一个可以折叠的垂直浴室,它看起来就像一个从瑞士军刀那里获得灵感而成的艺术装置。

这个集成式卫浴被形象地称为“脊椎”(vertebrae),它将马桶、水槽、浴缸和两个淋浴器整合在一起,形成了一个8英尺(约2.4米)高的柱体。除了分别为大人和儿童准备的两个淋浴器只能旋转180度以外,其余部分均可以旋转360度。整个装置的中轴是一根铁柱,里面囊括了所有的管道系统。当你需要使用哪个部分的时候,只需将它轻轻推出来即可。

它的设计师保罗·赫能表示,他是充分考虑到小户型公寓的需求才想出了这样的创意。“我做了大量的

研究后,意识到减小浴室空间已经是一种明显的趋势,特别是在公寓里,”他说,“因此我创造了一个外观很有趣但却简单实用的空间优化卫浴装置,将浴室的一切设施擦到了一起。这种设计旨在利用垂直空间而不是地板上的平面空间。vertebrae组装起来很快,也很易于维护,你只需有一块空间来放置它。”

由杜拉维特和EOOS设计团队联合出品的Open Space淋浴房,淋浴时向两翼打开即可自动形成90度角的封闭空间;淋浴后,将它们折叠于墙面上,则可当作墙面壁板。其中一侧选用了镜面玻璃而非透明玻璃,巧妙地龙头、花洒、沐浴露、洗发液等藏于壁板内。凭借杰出的设计以及创新的空间利用,Open Space获得红点设计大奖最杰出设计奖。

■本报综合



杜拉维特Open Space。