

全新办公模式造就丰富色彩选择

多用途办公环境激发多元色彩

🕒 阅读 7分钟

办公场所并非静止不动的空间——相反，它其实是一个活跃的地方。如今，办公人员不再坐在单一位置上，整天处理一项工作。取而代之的是，他们要在不同的工作模式之间游走，发挥创意，启发创新思维。随着工作的内容改变，我们也不停思考工作场所会有何变化。办公人员不喜欢一成不变的死板空间，偏爱像家一样舒适的办公环境。在这一方面，办公场所的色彩就扮演着重要的角色。多亏设计师的创意巧思，我们能够用色彩拉近工作与生活之间的距离，令两者不再泾渭分明。

Steelcase全球设计总监Bruce Smith表示：“新式办公空间是设计师的天堂，现在的发展让我兴奋极了。企业对设计的态度十分开放，也愿意采用新潮的饰面点缀办公空间。”

Bruce Smith和高级工业设计师Julie Yonehara一同带领设计团队，构思出七款全新色系，启发设计师大胆发挥创意，如实展现自我，创作出对企业和个人均无可取代的独特空间。有见及此，《360杂志》特意与这两位设计师详谈，了解他们研究全新色调的过程。

360: 为什么色彩对人有这么大的影响？

Bruce: 色彩的有趣之处在于，每个人都可以有自己的看法，没有孰对孰错。我知道，如果我穿青柠檬绿色的T恤，一定会有人喜欢，也一定会有人不喜欢。在设计的过程中，这种情况屡见不鲜。我在设计座椅时，会尽量在思考结构及外型后，才想象它的颜色。色彩可以造成两极化反应，某种色彩或许可以立刻夺得人们的欢心，也可以瞬间将人拒于千里之外。

Julie: 色彩能够激起情感，唤起回忆。举例而言，七十、八十和九十年代总能令人联想起某些色系。色彩也能令人联想到品牌（例如可口可乐的红白配色）、性别（小女孩的粉红色），甚至职业（消防员的红色）。每个人对颜色的喜好也有所不同，此外，某些色彩或许本来想缔造平和或活力的气氛，但人们的实际反应必须视乎他们的文化背景、个人喜好和历史因素。我们与特定颜色之间有特别的联系，这些色彩能大大影响我们的情绪健康。

360: 你认为色彩有什么趋势？

Bruce: 越来越多的多元化空间开始采用更加丰富的色彩，我们会定期审视公司供应的色调，评估颜色是否符合市场需要，然后进一步改进、扩张我们的饰面选择。我们推出日益丰富的物料系列（请参阅New Black织物、木皮系列及高级涂料），更浓郁深邃、更能反映情绪的色彩也开始面世。这些色调，比以往常见的颜色更加时尚前卫。市场出现这种变化，反映客户希望办公空间能更加以人为本、令人身心舒适，并有利反思。

360: 设计团队耗费许多心力才开发出这些新色系，你能介绍一下幕后的工序吗？

Julie: 构思全新色系时，我们会考虑它们会以什么材料和材质呈现，也会思考色彩如何影响空间设计，以及它与空间使用者之间的情绪联系。我们根据室内设计的市场趋势，为客户带来更多选择，并用所选的色调形成完善的色彩系统，改进办公场所的设计。

Bruce: 我们参考Julie口中的四大趋势——文化及身份、亲近自然（biophilia）的情感、创造力及地域——然后去芜存菁，设计出一系列色调。

360: 能否详细介绍一下四大趋势的背景？

Julie: 当然可以，让我先从文化和身份开始吧。我们希望新色调能歌颂多元文化，因以全球不同文化为灵感。这些色彩反映出世界的模样，也体现出颜色对不同人的意义。我们人类天生就喜欢亲近自然，因此办公人员希望空间具有强健的生命力，或者拥有能让他们与大自然亲近的元素。比如说种植植物，还有在织物印上图案，就是两个好例子。我们的新色彩全部源自大自然，希望能触发丰富的感官体验。

Bruce: 我们推出全新色调，期望能启发创意，推动创新。色彩能够创造出真挚的空间，令人们乐于在此办公。另外，很多客户都希望能为全球各地的办公人员缔造一致的体验，因此，我们尝试为他们的“画布”（墙壁、天花板及地板）塑造经典隽永的色调，让他们可以灵活运用这些空间。另一方面，时尚的色调（强调色）则能够让客户充分控制空间的设计，跟据公司的地点及文化塑造办公场所，并随时间加以调整。

360: 科技如何改变我们对颜色的看法？

Bruce: 科技是推动世界快速转变的一大原因。现在，人人都可以是专家。你打开电脑，就可以在网络环绕世界，看看设计师如何运用色彩布置自己的家居，了解他们开什么车，甚至知道他们穿的是什么袜子。如今，我们透过科技获取的信息之丰富，可谓前所未见。

Julie: 千禧粉红”（Millennial Pink）就是其中两个例子。在八十年代，每家企业的办公场所只有一种颜色，但现在再也不是这样了，办公空间、家居、时装和科技开始融合，形成这股色彩热潮，实在有趣极了。