

厨卫建筑设计呼吁标准化、规格化 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/290/2021_2022__E5_8E_A8_E5_8D_AB_E5_BB_BA_E7_c57_290766.htm 近日，从北京国际房展会上了解到，消费者对住宅的需求已趋向成熟，开始注重品质。特别是楼书中厨卫的面积、布局，在六份楼书中，“柏林爱乐”独树一帜的提出三进式卫浴及多功能厨房的设计，开始把厨卫设计作为卖点。在此前的“2001年中国厨房卫浴设施与技术展览会”双边会上，轻工企业对厨卫的格局、管道布设不利于产品安装曾提出过意见，希望厨卫格局能规格化、标准化。对于目前的厨卫格局，可以说多样化有余、标准化不足，使配套产品生产无法标准化、规格化并兼顾互换性和通用性，给生产和安装都造成了难度。许多配套产品，像整体橱柜，几乎把工业生产变成了手工生产。中国标准设计研究所一级注册建筑师张树君工程师说，在厨卫设计中，基础设施的安全性是强制执行的。如果不按规定施工，就无法通过验收。对管道走向及集中布置于墙体内部，国标都有详细的标准图集。这次新的图集，考虑到厨卫产品的安装，考虑到残疾人、老年人的需求有专门的无障碍设计。关于国标图集的推行力度，张工说，多年来设计人员、开发商一直都在使用国标图集，但并非强制和推荐执行。目前估计有超过30%的开发商在使用，有的地区使用的是地方标准，会影响到一些厨卫产品的普及。我们根据市场及消费者需求，1999年以后的标准充分考虑到热水器等产品的安装。最新的国家标准厨卫图集已交付印刷，估计在今年8月份就可以上市了。海尔住宅设施销售中心经理夏涛认为，海尔从中国的

实际出发，在整体厨房和卫浴的设计生产上，通过与建设部门和开发商的沟通、做工程，了解到消费需求及厨卫格局，设计出多系列产品。规格多了，产品的适应性就强了，投入很少的钱，就能开发出很多的产品，用工业化生产和一流的服务带动效益的增长。目前，大批量的小区工程和消费者的订单我们都做。开发商在“住宅一次性装修到位”的背景下，也会充分考虑到集中厨卫管道等问题的相关设计。似海怡家工程部的王晖认为，如果在建筑主体完工后开始介入装修设计和配套，90%的配套产品安装问题都能解决。建设部居住建筑与设备研究所教授级高级建筑师林建平认为：厨卫产品生产企业应充分考虑到消费需求，在设计产品之前就与设计部门沟通。海尔集团在这一点上就做得比较好，在我们编制厨卫标准图集时就开始参与，海尔橱柜的108个模块及管道避让设计，都是针对目前的建筑现状量身定制的产品。就目前中国的国情，厨卫产品的工业化生产和非标准化生产会长期并存。面对目前的市场状况，消费者的需求已前置于产品，这恰恰让建筑、轻工行业结成产业链，去面对消费终端。这种联合造就了优势互补，减少了重复建设。对行业、对消费者都大有益处。同时消费者对厨卫产品的需求将带动相关产业的有序发展。2001年中国厨房卫浴设施与技术展览会办公室主任曾会师认为，厨卫建筑设计的标准化、规格化有利于整体卫浴、整体橱柜留一定的扩展性。消费市场是在不断地变化中寻求发展，面对发展中的市场和消费，家电功能的整合，如洗碗机代替消毒柜等都会出现，如果产品没有预留发展空间，新产品的推广就会因为没有合适的位置而受到制约。根据有关统计资料分析，按城市居民家庭1亿户计算，

未来5年城市整体厨房预期购买力为2900万套，年均580万套；整体卫浴预期购买力为2600万套，年均520万套。如住宅装修以每平方米500元计，全国住宅装饰市场容量达6000亿元，其中城市容量达2500亿元。按10%计，一次装修到位的市场容量至少有250亿。厨卫产品的市场容量可见一斑，由此，厨卫产品既需套餐又要小灶。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com