

森睡修护 遇见更美的你



健康



舒适



天然

上海爱舒床垫家居有限公司

电话:021-58491188

网址:<http://www.asnug.com>

传真:021-50849094

厂址:上海市奉贤区善乐路333号



官方微信

上
海
家
具

FA

上海 家具

4月刊

2018年 4月 总第281期

上海市家具行业协会

www.FAshanghai.com

SHANG HAI

在新消费时代下发力新服务

功夫应当在设计之外

新中式家具设计的新趋势(上)

设计·新一轮潮流



封面照片由月星家居提供





目录 CATALOGUE

深度 DEPTH

在新消费时代下发力新服务	04
新中式家具设计的新趋势 ——回望当代中国家具设计17年	08
弘扬中华传统技艺 打造红木传世精品	14
振兴本土品牌 助力上海制造	18

展会 EXHIBITION

2018广东家具展 ——上海家协足迹	24
设计上海2018 探索家居流行趋势	30

风向标 WINDVANE

功夫应当在设计之外 ——专访产品设计大师万德伦 (Dirk Wynants)	36
自由世界 自在生长	40

论坛 FORUM

与大师共同定义“中国梦厨房” ——白玉兰橱柜女神节活动惊艳落幕	46
设计·下一轮潮流 ——2018中国软装大会高峰论坛	48

资讯 NEWS

来串门 ——上海家协设专委首期互动交流会成功举办	52
热烈祝贺莘潮30周年庆 暨七店同开项目推介会圆满召开	54
用“新服务”助力美好生活 ——“中国家居建材·常州高峰论坛”在江南环球港举行	55
上海家具行业“品牌培育”专场培训课启动	56
创新设计 引领发展 ——上海家协深入走访企业,加强服务沟通	57
担心“全屋定制家具”不合心意? 市消保委推出首个团体标准	58
推动品质消费 乐享美好生活 ——上海市家具行业协会参加3.15宣传咨询活动	60
上海市家具行业协会秘书处荣获 上海轻工行业巾帼示范岗称号	60

红木家具 | 文房雅器 | 高端定制 | 黄花梨 紫檀 | 艺术展览



总 部: 上海市浦东新区万灵路99号

旗 舰 店: 上海市黄浦区淮海中路138号

贵宾热线: 400-821-5767

官方网站: www.yizunxuan.com

上海市家具行业协会 上海羽扇广告有限公司	主 办 承 办	
主 编 副主编 执行主编	高 伟 李 霞 周志洁	林 奋
常务编委		
上海亚振家具有限公司	董事长	高 伟
红星美凯龙	董事长	车建新
吉盛伟邦	董事长	邹文龙
月星家居	董事长	丁佐宏
诺梵(上海)家具科技股份有限公司	董事长	傅天承
震旦(中国)有限公司	董事长	袁蕙华
上海强艺红木家具有限公司	董事长	吕国强
上海爱舒床垫家居有限公司	董事长	祝汝华
上海澳瑞家具装饰有限公司	董事长	高中华
上海白玉兰家具有限公司	董事长	沈忠民
上海艺尊轩红木家具有限公司	董事长	包天伟
编委		
上海莘潮家具有限公司	董事长	顾忠国
常熟东达红木家具有限公司	董事长	王跃峰
上海龙凤床垫有限公司	董事长	祝卫良
上海航管红木家具有限公司	董事长	黄俊豪
上海老周红木家具有限公司	董事长	周仲坚
上海华山家具有限公司	总经理	孙 瑶
上海致艺家具装饰有限公司	董事长	马广发
采编主任 责任编辑	芦 蕴 刘俊宏 褚文正 江 南 宏 明 欧阳舒 张 亮	
视觉总监 美术编辑 网络编辑	徐佳俊 吴亚浩 杨 鹏	方文超
战略合作伙伴	设计中国 www.designchina.me	
主办单位地址 电 话 传 真 网 址	上海市盛泽路8号宁东大厦13楼C座 021-63737253 021-63737133 021-63737133 www.Fashanghai.com	
承办单位地址 电 话	上海市闵行区联明路389号D幢设计中国楼208室 021-64565117	

声明：
本刊所有内容未经有关版权所有人书面许可，
任何组织或个人不得以任何形式转载、复制、翻印、传播及使用。
上海市家具行业协会及《上海家具》编辑部保留本刊所有权利。
内部刊物 定向派发 仅供交流

深度

DEPTH

在新消费时代下 发力新服务

文:江南

[摘要]3月15日,全国政协十三届一次会议闭幕。全国政协委员、月星集团董事局主席丁佐宏,作为一名深耕实体经济三十年的民营企业家,提出要“拥抱新消费、引领新服务”,实现实体商业供给侧结构性改革,为新一轮发展升级提速。月星集团发力新服务,围绕年轻化、场景化、个性化、宽泛化打造“新月星家居”,将年轻的“环球港”定义为新消费时代融合文化、旅游、商业的消费中心。为此,《上海家具》执行主编采访了月星集团董事局主席丁佐宏先生,共同探讨新消费时代下家居行业转型升级之道。

[关键词]升级 产品 体验



丁佐宏

全国政协委员
全国工商联家具装饰业商会会长
月星集团董事局主席

丁主席,您好!在刚结束的两会中,您作为全国政协委员听取政府的工作报告,更全面深入了解到国家新时代的规划发展布局,其中有哪些政策对促进家具行业的发展将产生极为深远的意义?请您与大家做一些分享。

尽管两会已经落幕,但回忆起现场聆听政府工作报告、大家共同讨论商谈的情形,我仍然感到振奋。今年的两会中,多次提到发展实体经济、改善营商环境的话题。家具行业作为实体经济的一员,也将享受到国家带来的利好,比如降低行业税率、加快传统产业的转型升级、发展平台经济等。同时这个行业又处于迭代升级中,及时了解和掌握发展的趋势,可以促成未来更好的发展。

值得一提的是,今年的政府工作报告,有几点是需要家具行业重点关注的。一是高质量发展。质量是制造企业的立身之本,家具行业只有认真做好产品,才能赢得广阔的消费市场。二是重视智能产业。借助人工智能,智能家居将成为家具行业发展的大方向。三是环保要求严格。绿色环保的生产标准,将引领行业的发展趋势。四是消费升级倒逼行业转型升级。如何迎接新消费时代的到来,如何满足人民日益增长的美好生活需要,是家具行业需要认真思考的。最后我想说,在新的时代,我们有信心、有条件、有能力,推动家具行业再上一个新台阶。

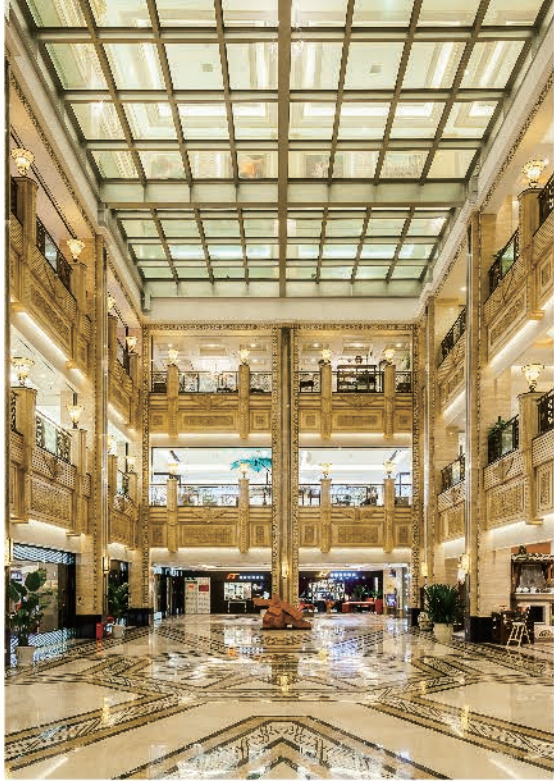
家具行业中的民营企业在新时代的发展中将会遇到哪些机遇和挑战?企业家需要具备哪些素养和精神,才能在全新的挑战中领导企业走向更好、更全面的发展?

民营企业是社会主义市场经济的重要组成,也是经济社会发展的重要基础。特别是十九大的召开,我相信民营经济将迎来新的历史机遇、进入一个新的发展阶段。新的时期,政府明确提出要支持民营企业发展,构建亲商、安商、富商的“亲”“清”新型政商关系,让民营企业的发展迎来了新的机遇。与此同时,社会主要矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。如何满足人民美好生活的需要,是新时期内民营企业所面临的挑战。

今年是改革开放第四十周年,这也是企业家精神在中国成长的四十年。不管是精神层面还是行动层面,我认为企业家精神不是一个精神单体,而是一种企业价值体系和生态。它不能只存在于老板身上,而是要让你的全体员工,不仅将自己视为企业的一份子,更视为企业的主人翁,用毅力和创新去实现更大的共赢价值。也许当这样的氛围建立起来,企业家精神才真正建立起来,并赋予它更多新内涵。

月星环球港是上海最为吸睛的地标建筑之一,月星的环球港建设颠覆了传统卖场的商业模式,请您谈谈月星集团的模式构建。

在“大商业”战略的指导下,月星集团近年来从单一到多元化发展,在城市综合体项目方面做了一定探索。2013年上海环球港的开业,是月星集团的一步重要探索,首次全面提出了“文、旅、商”三大中心功能的概念,对大型商业综合体进行了全新的定义。如果说1.0版本的Mall,是“大卖场+辅助商业业态”;2.0版本综合体,是“大百货+大超市+院线+书店+健身”;3.0版本的“环球港模式”就是在之前基础上+演艺+会展+建筑艺术+空间展示+都市旅游+智能互动O2O,形成“新零售、新商业”模式的综合商业体。在新消费时代下,环球港与时俱进地开启了“新服务”模式,追求一种有技术支撑、符合新消费时代需求的极致服务,而非简单地将传统服务做到极



致,旨在将环球港升级为“新消费时代中心”,以服务为导向带给消费者便捷舒适的消费体验。目前,环球港已建和在建的开发项目已经遍布上海、江苏、辽宁、安徽、新疆等省市,形成了“环球港群”效应。

○家居行业已经有很多企业在海内外上市,对此您怎么看?月星会有上市计划吗?

●目前在家居行业,资本市场持续火爆,企业登陆资本市场的步伐不断加速。从全行业来看,虽然整体增速变缓,但市场的蛋糕没有缩小。通过在资本市场并购、收购乃至上市,可以推动家居大品牌时代的到来,让优质品牌脱颖而出,让劣质品牌退出市场,这些是积极的影响。但有了资本的加持,并不意味着就跨入了蓝海。对于企业上市,月星集团始终秉持这样的理念:不为上市而上市,而为更好的发展而上市。月星集团的目标,是成为一家百年老店。这不是靠包装,也不是短期行为能达到的。

○月星集团入选新华社“民族品牌工程”,经过30年的发展历程,已取得巨大的成就。在打造百年品牌的征途中,您体会最深的战略战术有哪些?在今后的发展道路上将有哪些布局与举措?

●有几件事体会很深。第一件,是90年代初,月星耗资千万从国外引进了一整套聚酯家具生产线,成为当时企业的业务

生命线。但之后,我毫不犹豫将其全部拆除,改上实木家具。因为我们去国外考察,实木家具始终是主旋律。也只有实木的品质感,才给人一种环保、耐用、温馨的家之感觉。虽然“自砍”生产线有阵痛期,但是后面我们成功拓展了酒店市场,打开欧美销路,成为世博会、APEC峰会指定家具商……

第二件事,我们在建48万方的上海环球港时亦是电商冲击实体商业最猛烈的时候,大家都质疑这样的超大型综合体的合理性和风险性,但是我们通过走“文旅商”结合的创新道路,从上海到常州、徐州、喀什、苏州、沈阳等城市,环球港项目遍地开花,结出硕果,也证明了实体依然有其旺盛的生命力。所以,我们一直在说要打造“百年老店”,最终靠的是什么?一是匠心,二是创新。匠心打磨品质,创新提升服务。我们用最好的品质和服务,让消费者和社会感受到这家企业的存在对他们是有贡献、有价值的,我认为这也是诠释“百年老店”最好的方式。

当下,“美好生活”成为国之向往,而线上线下的快速融合让新零售、新消费成为趋势。但这并不意味着线下成为线上的附庸或是并购体。实体商业真正的复苏,应当是实体商业以独立“人格”的姿态实现自身的嬗变。这是实体商业的供给侧改革。为此,月星集团推行“新服务”的理念,将使月星家居广场成为全方位的居家生活采购中心,同时把“环球港”定义为新消费时代的消费中心,根据用户的不同需求提供全方位服务理念,拉长增宽家居用品产业链,主动寻求“跨界”经营,以实现实体商业更好的逆势增长。



○近年来随着移动技术的革新,社会进入新经济新消费发展阶段,您对家具行业在未来的发展有怎样的预测和判断?对从业的企业家们有一些怎样的建议?

●自2016年,我们每年会在常州举行“中国家居人群英会”,所有家居人聚在一起,以一种轻松自由的形式去探讨行业的动向和发展。今年的群英会上也形成了很多鲜明的观点。比如,最新的数据显示,在地产行业,我国的精装修房仅占10%,而在日本、德国,住宅精装修水平已达80%;此外,美国去年人均家居用品消费额折合人民币为6400元,英国为5700元,而中国人均只有2700元。可见我国家居业未来的发展空间依然很大。又比如,我们请了国内知名的电商代表来分享他们的家居业务战略,从用户分析、产品细分、家装一体等方面给了我们很多启发,更重要的是,线上线下的融合将是家居行业未来的大势所趋。因此,美好生活,从家开始。家居行业是人民美好生活的重要组成部分,衣食住行皆从家居

开始。在新消费时代下,家居人必须站在更高的意识层面,善于融合互联网智能技术,以消费者为核心,做好产品创新,做好业态体验,做好品牌服务。

○最后,请您为上海家协的发展提出一些建议,感谢丁主席。

●上海不仅是一座国际之城,更是一座充满着文化气息和生活气息的城市。所以,上海是我们家居行业发展的主要阵地。作为行业组织,上海家协在服务企业单位,保障行业公平竞争,搭建行业与政府、社会的交流平台等方面作出了很大贡献。我在今年的全国两会上也提出了营商环境改善对于企业、行业、社会发展的重要性。其实,行业组织在营商环境改善中扮演着极其重要的角色,所以,希望上海家协能再接再厉,以匠心弘扬奋斗精神,以服务助力行业腾飞。

Promote New Service in the New Age

Abstract: The first session of the 13th CPPCC National Committee was concluded on March 15th.Ding Zuohong, a member of CPPCC national committee and board chair of the Yuexing Group,also a private entrepreneur who has been deepening the real economy for 30 years,put forward to embracing new consumption and leading new services to realize supply-side structural reform of the entity commerce and speed up the new round of development and upgrading.The Yuexing Group focuses on youthfulness, scenes, personalization and generalization to build the new Yuexing Furniture,and defines the young Global Harbor as a new consumer center which combines culture, tourism and business in the new consumer age, indicating the steps of promoting the new service.To learn more,the executive editor of “Shanghai Furniture”magazine interview Mr.Ding Zuohong to discuss the methods of upgrading the transformation of home industry in the new consumer age.

Keywords: promotion,product, experience

新中式家具设计的新趋势(上)

——回望当代中国家具设计17年

[摘要] 本文回顾了当代新中式家具设计的发展历程,通过对企业家与设计师的实践探索与案例分析;对中国学术界的理论研究与争议进行了梳理;对新中式家具设计的过去进行了系统的总结,对新中式家具设计的未来趋势进行了展望。

[关键词] 新中式 家具设计 历程 实践 理论 未来趋势

作者简介: 彭亮,教授,中国家具协会设计委员会副主任,研究方向:设计管理与策略,国际设计潮流与趋势,中式家具设计。

1.当代新中式家具设计的理论探索

从1980年代开始起步的中国家具产业在世纪之交,开始了从制造到设计的转型,其中最重要的现象就是开始了当代新中式家具设计的探索。2001年,在中国红木家具制造的企业集聚地广东省中山市大涌镇成立红木家具工程技术中心,并与北京林业大学、西安交通大学、中南林学院、中国科学院广州能源所等单位合作,从基础技术研究、产品设计与新产品的开发等领域入手,走产、学、研相结合道路,加快产业升级,打造红木品牌。2001年12月,大涌镇承办“中国首届红木家具发展研讨会暨大涌红木家具精品展览会”。在这次研讨



• 1990年代初的“联邦椅”设计

会上,中南林学院胡景初教授提出的中国传统红木家具的“六化”的创新思路:1.功能时尚化,2.材料多样化,3.结构拆装化,4.生产现代化,5.装饰符号化。6.观念现代化。并且与中山市大涌镇红木家具工程技术中心签订了“红木家具创新设计研究开发”合作协议;北京林业大学林作新教授在其发表论文“中国传统家具现代化的研究”中提出了中国传统家具“现代化”的概念,在对红木材料进行强度、性能测试的量化基础上,改进家具用材、结构、制造工艺等,利用中国传统家具造型元素的重构进行现代中式家具的创新设计。同年,南京林业大学张彬渊教授发表“红木家具文化的继承与发展”,2002年4月中南林学院张响三副教授发表“中国红木家具的发展思路”对中国传统红木家具的创新方式作了概述性介绍,强调对材料及工艺内容的重视。2002年4月北京林业大学张帝树教授在“中国家具贵在中而新”一文中提出“中而新”贵在“新人文家具”创作,强调“人、家具与环境应和谐一致,其中要以人为本”,“应体现当代中国人生活的价值”。2003年10月,中南林学院刘文金教授在《21世纪家具设计与制造国际研讨会论文集》上,发表了题为《探索“新中式”家具设计风格》的文章,全面提出了新中式家具的概念。2003年11月上海家具研究所许美琪教授发表“中国传统家具风格的断流与现代风格的构建”,介绍了当代中国家具风格缺失的原因,指出

“中国现代风格的家具的民族形式载体应该是传统与继承传统的现代中国文化的结合”,就当前构建中国现代家具风格的方向问题提出不应急于建立“风格”,应专注于“样式”的创造,进而阐述“新中式”的概念。

这是21世纪初中国高校学术界对新中式家具设计的早期探索与集体发声,对当代中国家具设计的创新实践具有一定的指导意义。

2.当代新中式家具设计的设计实践

在学术界的对新中式家具设计的理论探索的同时,与之相对,不少国内知名家具企业与设计师先行一步,开始意识到现代中式家具的价值所在,开始从中国传统文化上入手,重新审视现代中式家具的意涵和表现形式,并结合现代造型语言,创造出一批既具有现代时尚特色,又融合了中国传统文化内容的现代中式家具作品,具有中国独特文化内涵和韵味的自主设计开始出现。如广东“联邦家私”、温州“澳珀”朱小杰、深圳“友联”、顺德“三有”、浙江“年年红”、东莞“大宝”、深圳“嘉豪何室”、东莞“华伟”、广州“列奇”与“集美组”、台湾“青木堂”与建筑师洪达仁,江苏“春在中国”等公司分别开发的一系列现代中式家具,并获得了良好的市场反应与学术界的关注。

特别是20世纪90年代初由广东南海联邦家私集团设计的“联邦椅”的面世,堪称中国现代家具设计的里程碑。“联邦椅”在市场上畅行了20多年而不衰,联邦椅是由中国传统家具向现代家具风格过渡的衍生品。它在继承和发展了中国传统明式家具优秀元素的同时,又能融合现代西方设计思想的家具,联邦椅的出现推动了中国现代家具在整体上从“无设计”、“仿设计”走向“有设计”阶段。联邦一直是中国原创家具的楷模,从20世纪90年代的“联邦椅”到“家家具”、21世纪初的“新明式”到2007年推出的“8大家”,2013年的“一品柚”到“新东方”,联邦不断进行新中式风格设计持续创新。

进入21世纪,中国家具业更深深地融入经济全球化进程,中国家具企业家和设计师对自主设计开始了新的探索,从



• 联邦家居“家家具”的设计沿袭了明清家具的精髓

模仿”过渡到了“自主设计”阶段,对于现代中式家具的研究和探讨逐渐普遍而深入,并成为中国家具业开始自主设计与创新的起步阶段。新世纪初朱小杰先生设计的用乌金木制作的系列现代座椅,台湾建筑师洪达仁的新明式家具设计,顺德“三有家具·明清风韵”的系列套房家具,开始引起家具业界和理论界对传统家具设计创新的研究和讨论。

2003年4月顺德职业技术学院彭亮博士发表“从明清风韵的演绎到新中式家具风格的创建——三有家具·明清风韵品牌案例剖析”,第一次在学术杂志上发表中国本土家具企业新中式家具设计风格的案例研究文章,2003年8月彭亮博士在其主编的普通高等教育“十五”国家级规划教材《家具设计与工艺》中把联邦家具集团的“联邦椅”、朱小杰的“乌金木新中式家具设计”、上海吴明光的“明概念”家具设计,北京艺术家邵帆的现代椅子、2000年“中国家具设计大赛”的金、银、铜获奖作品(全部是中国高校学生设计的中式元素家具作品)作为中国家具的国际化与民族化的案例,提出建立中国现代家具风格的理念。



• 左图 邵帆设计 三有家具明清风韵架子床
• 右图 邵帆2004年作,明朝太师椅+红漆楸木椅

3.当代新中式家具设计的兴起与繁荣

进入到21世纪10年代后,新中式家具设计呈现出兴起与繁荣的现象,“新中式”首先出现于家具设计领域,紧随其后的是建筑设计、景观设计、室内设计领域,而后是服装设计、家纺设计、包装设计、首饰设计、平面设计等诸多领域。特别是新中式家具已经成为当代中国家具设计的一道亮丽的风景线。

新中式家具设计的兴起与繁荣的时代背景是:中国高净值人群对“家”的审美正在发生着变化,流行30年来“欧陆风情”逐渐式微,中式传统的审美被推崇并贯穿至建筑室内与家装设计一体化设计中。当代中国人居住品味的兴起与流变,反映出中国传统文化自信的回归。以“中式”所包含的中国传统建筑与家具的文化符号重新被唤醒。

近几年来,各种新中式家具品牌不断出现,代表性的企业品牌有荣麟“京瓷”、顾家“东方荟”、曲美“万物”,“左右乾坤”、阅木居“阅梨”、北京“俭舍”、中山“红古轩”、东阳“卓木王”、广州“卓尔百匠”等;独立设计师品牌有吕永中“半木”、蒋琼耳“上下”、侯正光“多少”、沈宝宏“U+”、张军“自在工坊”、赵雷“木智工坊”、袁媛“如翌”、张雷“品物流形”、深圳景初家具设计公司“可矣”、温浩“先生活”、顾畅“WUUYO”、洪卫“未”、马书“坐观”等;形成了从家具展览会到家居卖场最重要的视觉焦点和空间区域,引领了当代中国家具设计的新潮流。需要特别强调的是新进入新中式家具设计的企业多是从现代家具与软体家居领域跨界创新,独立设计师品牌大多数都具有海归留学与大学教师背景,这两股力量成为当代新中式家具设计的主力军。



与此同时,国内举办“新中式家具设计大赛”的活动也进一步促进了全社会对新中式家具设计的聚焦与关注,广东省家具协会与中山红古轩家具有限公司自2010年举办“红古轩杯”全国新中式家具设计大赛,大赛已经连续举办8届,得到了全国各设计院校师生、专业设计机构的热情关注和积极参与,并取得了良好的社会反响。自2013年开始,广东省“省长杯”工业设计大赛家具专项赛也以“新中式,新生活”开展了7届新中式家具设计大赛,获奖优秀作品引起了广东省政府领导与社会的高度评价。

2013年“红动中国”新中式文化研讨会在中山召开,来自中国大陆、中国台湾及新加坡地区最重量级的20多位新中式文化研究领域专家参与讨论。亚洲家具联合会会长、北京林业大学教授林作新指出,从“五四运动”到今天,我们的文化只是在回应西方的强势文化,我们一直处于被动的态势。唯有回归到我们自己的民族文化中去,才有可能建立起强势文化,才有可能变为主动,才有可能让别人来回应我们的文化。可喜的是,新中式逐渐抬头。会上,中国新中式文化研究院正式成立。中国新中式文化研究院的成立,为中国传统文化的传承和创新提供了一个重要平台,也为整合行业力量共同促进“新中式”的发展开辟了一条新路径。研究院名誉院长由林作新教授担任;院长由中国家具学学科创始人之一、中南林业科技大学教授胡景初担任;副院长由广东红木家具商会会长、中山红古轩公司总经理吴赤宇担任。

2015年江门五邑大学申报的“广东省新中式家具设计创新中心”获得了广东省科技厅的立项,成为广东省新中式家具设计领域产、学、研合作的公共科技创新平台。

4.当代新中式风格建筑的设计实践

与建筑界、美学界对现代性和民族性的研究相比,家具设计领域的探讨还较为淡薄,多集中于表层和概述性的分析,对于深层的、实践性、系统性的研究还不够。吴良镛在《广义建筑学》中提出的系统观念、侯幼彬在《中国建筑美学》中提出的“软继承”方法、郝曙光在《当代中国建筑思潮研究》中归纳的九类设计手法等对现代中式家具的创新设计研究都具有重要的启示作用和借鉴价值。

重推当代“新中式”建筑艺术已经成了建筑学术界和媒体讨论的焦点,如今中国风的回溯和大量案例的不断涌现为当代新中式建筑艺术形态产生和发展起到了很大的促进作用。传统中式建筑的确存在着诸多不足之处,如何在中式传统建筑和新中式建筑艺术形态研究当代建筑中寻找到结合点,使传统中式建筑艺术和当代人们生活方式、现代技术材料有机结合起来,值得探究和思考。

当代新中式建筑案例:

创意山水与中得心源——贝聿铭与苏州博古馆;不走寻常路——王澍与宁波博物馆;传统元素与现代符号——李祖原与盘古大观;传统古塔与现代高层——张锦秋与长安塔;关中民居的现代传承——马清运与井宇、玉山石柴新中式建筑艺术形态研究;当代新中式民居建筑案例探析;诗意的民居的开端——清华坊;京派文化的足迹——运河岸上的院子;江南民居的影子——万科第五园;

关于新中式的研究逐年递增。伴随着“中而新”风格建筑作品的日益增多,时至2004年10月22日全国首届室内设计师峰会暨中国住宅室内设计趋势发布会在人民大会堂举行,这场学术盛宴将此类艺术风格正式称为“新中式风格”。中国建筑学会室内设计分会作为权威机构的表态明确表明了对“新中式风格”这一称谓在建筑及室内方向的定位的认可与肯定,同时也预示了“新中式风格”在建筑与室内设计方面的起步和发展。

5.当代新中式家具设计的路径

自古至今,中式家具以其独特的造型意蕴和文化气质备受赞誉。中式家具尽管在不同的时间、地理条件下也存在着丰富的变化,但由于其秉承了中国传统哲学观念及文化艺术底蕴,故其在造型风格上始终保持着一定的延续性,相对于西方家具风格复杂的演变来说,中式家具风格更加纯粹与统一,具有鲜明的民族特征,反映着中国“天人合一”美学思想与审美标准。商周时期的祭祀家具,秦汉、三国至南北朝时期的床榻家具,宋代的椅凳家具,到明代与清初时期达到中式家具的顶峰,中式家具风格也逐渐形成独具韵味的造型形态与美学特征。明式家具也成了中式家具的典范,受到西方世界的青睐和推崇。从笔者的观点看来,需要特别指出的是目前中国家具市场的主流传统红木家具在对中国传统古典家具文化特征的理解和阐释上均不到位,基本上是以清代后期家具风格作为主流,造型笨拙臃肿,雕饰繁缛无节,甚至于陷



入一种以珍稀硬木树种材料与表面雕刻装饰作为价值体现的怪圈。中国传统家具的高峰在明代与明式风格，中国艺术美学的高峰在宋代，晚清的艺术美学与家具风格其实是处于更奢靡的没落之途中，但是对当代艺术美学的影响之深在学术界没有引起足够的反思。日本在学习中国文化艺术方面基本是以汉、唐、宋为时间节点的，所以在禅意美学，在书道，花道，茶道，陶瓷、漆器、家具，和服、宗教寺庙，枯山水园林等方面都很好的传承创新了中华文化的精华。反观目前中国的普遍的未富先奢的消费之风，甚至在中国工艺美术大师评审与非物质文化遗产的传承保护方面基本上都是以晚清时期的遗产作为标准的，对比日本的传统文化财产（人间国宝）保护的标准可以进一步反思。

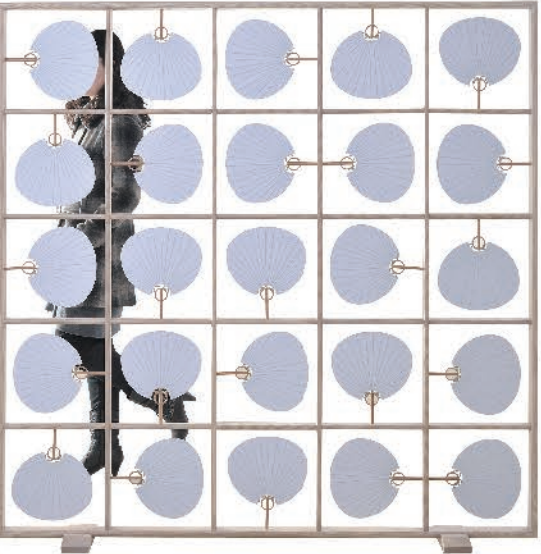
所以新中式家具设计的基本是以明式家具为典范，特别是重点吸收晚明文人家具与民俗家具的精华、追溯商、周、秦、汉、魏晋南北朝、唐、宋的绘画、书法、诗词、陶瓷、漆器、青铜器、家具、园林建筑美学，过滤摒弃晚清以宫廷审美情趣为主流的繁琐装饰家具风格。

6.设计师工作室正在成长为设计师品牌

近年来中国家具产业有两个值得关注的趋势：一是原创设计，如果说过去几年是在呼吁和提倡的话，在这几年的广东家具三大展（深圳、广州、东莞厚街）与上海国际家具展可以看到原创设计已经成气候，已经受到了观众和客商的热捧和热追。看到大量中国设计师品牌在做大做强。以前这些独立设计师品牌都是小小的一个展位几件独立的产品，但是现在很多设计师品牌的产品系列已经足以开一个专卖店了，会逐步成为市场的主打或者主流的产品。例如我们看到许多原创设计馆都需要排队才能进入，这在往年是看不到的。有一批原创设计师已经非常成熟，已经成为引领中国原创设计潮流趋势的领军品牌。

例如由设计师袁媛创立的家居品牌“如翌”，从一把“扇月椅”与“轻扇屏风”开始在2015年米兰国际家具展“卫星沙龙”展示，不断的持续创新设计推出新品，今年展示的温厚自由的“颜石”沙发，自然元素与工业化相融合的“浅滩”屏风，生动极简的“启”椅，结构主义与传统元素相结合的“石头记”组合沙发。“如翌”的家具，件件都有故事。袁媛提出一种轻松的自由的当代的设计语言来诠释中国文化。把设计师对中国文化的某种气质的理解加入到当代的家具设计的创造当中。创造一种全新的有东方特质的“微笑美学”。其设计轻松愉悦又不失优美的东方文化底蕴。

“DOMO nature”的创始人赖亚楠是一位身兼高校教师的女设计师，这次在原创设计馆的众多品牌中，DOMO nature和户外家具DOMO life是特别吸引眼球的。传统的手工编织



工艺与当代的设计理念融为一体，一直倡导健康的生活观念，而关注地球人未来能否健康的生活，则体现出DOMO的社会责任和设计态度。其丰富的系列产品几乎涉及到从室内到户外空间中所有的家具及陈设艺术品。并强调用打造空间整体化理念进行产品设计。其倡导并坚持的“一体化”设计理念使该品牌每年都会设计推出一个完整系列的产品，而不是一两个单品。

同样位于上海的“半木”家居也是近年来最重要的设计师品牌之一，十年前有人断言，所谓的原创设计在中国不可能生存。作为60后的同济大学建筑学院老师吕永中有点不信邪，他在2006年创立半木，磕磕绊绊走到现在十多年，前途却越来越明朗。吕永中觉得最欣慰的事情就是，半木从他一

个人到有了一群人，也激发了中国家具行业设计行业以及很多其他群体的一些新的变化。目前慢慢生长的“半木”家居已经从早期的个人工作室逐步演绎成一个家居公司，产品也越来越丰富，有了整套的产品线，从禅、茶、琴、画、书房、餐厅、客厅、卧房等东方生活方式的全方位体验，可以覆盖不同的空间；从上海到北京，有了3个旗舰店家居体验空间，目前“半木”家居的主要客户群来自一批有文化的企业家与文化名人。这些人的年龄在三十岁到四十几岁之间，通常完成了原始积累，拥有成功的企业。他们见多识广，世界各地各种风格的家具都看过，正因为此，在看到“半木”的时候会有种回归中国文化的感受。“半木”有一位客人，最初买红木家具，后来买意大利家具，直到最终选择了“半木”。这样的客人往往能够感受到“半木”家具中的雅致生活方式，觉得物有所值。

（未完下期待续）



The New Trend of New Chinese Furniture Design

——Looking back on the contemporary Chinese furniture design in 17 years

Abstract: This article reviews the development course of contemporary new Chinese furniture design, sorts out theoretical research and disputes in Chinese academic circles, makes a systematic summary of the past of the new Chinese furniture design, and prospects the future trend of new Chinese furniture design through practical exploration and case analysis of entrepreneurs and designers.

Keywords: new Chinese style, furniture design, course, practice, theory, future trends

弘扬中华传统技艺 打造红木传世精品

文:刘俊宏

【摘要】每一个企业成功的背后都有一个秘密,有的是机遇,有的是故事,有的是坚持。在全国,大大小小的红木家具企业已经超过了2万家,但是全国知名的品牌很少。然而在上海,却有这么一家红木品牌,其出身南派却擅长京作,全国知名,而且还是上海红木行业中唯一一家拥有“上海市著名商标”和“上海名牌”的家具企业,它就是上海航管红木家具有限公司。透过航管红木的品牌定位,一起探索成就企业品牌地位的秘密。

【关键词】艺术家居 完美融合 匠心传承 口碑 红沙龙



航管总经理 黄馨

上乘佳质,精湛工艺

要做高端的红木家具,首先就要在家具选材用料上把控质量。事实上,红木家具无论是选材用材,耐用程度,还有环保程度,都远超于其他家具。

航管红木家具创立之初就以弘扬家居文化为己任,以打造精品家具为目标。为实现打造传世精品这一目标,航管红木家具从选材用料到加工制作上都采用比国家标准更高的要求。坚持在“国际红木”5属8类33种材中认真甄选,严格采用木质坚硬、手感细腻、纹理天然、材貌神逸的高级原木。通过极富经验的开料工匠细心操作,力争呈现出红木家具风情万种、极富诗意的百变“纹路”,做到天工与人工的完美融合。航管红木为了使制作出来的家具做到“千年不倒”,对开料后的木材一律送至专业木材烘房进行热处理,时间长达40天左右。保证木材能够稳定、不变形,成品家具经久耐用,使红木家具真正变成世代共享的“传家宝”。在保证产品高品质与稳定的质量方面,航管在行业里率先通过ISO9001认证,不仅表明了航管红木生产管理的规范化,也大大提高了产品质量的稳定性。

在制作工艺上,红木家具保持木质的原色,采用榫卯结构,没有铁钉不用胶。这样制造出来的家具木质天然,清新秀丽,结构精巧,历经百年而不变形。航管红木在继承中国传统榫卯结构的基础上,不断探索,力争使红木家具的结构更牢固、更经久耐用。

经典生活,家居艺术

航管红木家具有限公司创立于1994年,是国内最早的一批做红木家具的企业。红木由于具有高品质的稳定性,所以有木中之尊贵美誉。只要提到红木家具,人们会自然地与中国传统文化联系起来,将红木家具理解为帝王将相、富贵荣华之形象,是财富的象征。传统红木家具是源远流长的传统工艺美术品种,传统红木家具艺术雕刻,帝王审美,做工精巧,被宫廷喜爱,成为帝王将相家中标配。

明式、清式古典红木家具被后人尊崇为历史文化瑰宝,光耀百年的海派红木家具更是顺应变革标新立异,时尚款式层出不穷,演进为承载海派文化的又一代典范。航管红木作为传统家具文化的积极继承者,不但继承了古典红木家具的创新法则,而且还在创造当代红木家具的新辉煌。在竞争激烈的红木家具市场,航管红木没有选择价格比拼,而是选择跳出价格竞争漩涡,抓住高端红木家具的消费市场,坚持创新,将经典融入生活,让家居升华为艺术,专心开



文化瑰宝，匠心传承

对于高端红木艺术家具，上面雕刻的纹饰图案是其艺术性和人文内涵的重要标志。红木家具是否具有收藏价值，关键要看其艺术雕刻。艺术雕刻在红木家具制作中是应用较多的工艺，宫廷家具多为雕刻大师手工雕刻，灵活传神；而现代家具机器雕刻为主，雕刻死板模糊。

艺术红木家具制作自然离不开雕刻大师的传承。凭着对雕刻的热爱，航管红木家具总经理黄馨说“在我看来，红木家具行业承载的是中华家具文化，红木家具企业承担的是复兴中华文化的重任。”的确，航管红木家具蕴含着文化价值，大量产品坚持采用雕刻大师手工雕刻。航管红木聚集了数百位能工巧匠做专业雕刻，这里不乏国家级雕刻大师。精雕细琢、精益求精，有的产品雕刻工期多达三个月之久，甚至有的精品曾花费近半年的时间来完成。

“古典家具是获得感官愉悦的源泉，”航管红木总经理黄馨介绍道：“高级红木家具，以出色的木质和工艺闻名，不论是木材表面的先天纹理，还是工匠大师后天雕琢的细节，都值得一而再、再而三地品赏，百看不厌。”

一切永恒经典的美倒映出的都是人们内在的需求。亦或是栩栩如生的手工雕刻中包含的精湛技艺，更不用说那能够屹立千年而不倒的榫卯结构中蕴藏的独具匠心。也只有这样凝聚了极致匠心的制作，才能被一代代传承下来，极具观赏性和珍藏价值。

结缘航管，传递口碑

一榫一卯一世界，三生有缘航管情。美轮美奂的航管红木家具倾注了航管人对广大客户的深情厚意。航管人信奉以优异品质、优质服务打造百年品牌。

航管红木家具在上海扎根，只有品质和传承是不够的，还凭借着温暖的服务理念。航管红木通过体验式的服务，与用户建立一生的友谊，用服务去感动客户。航管以“家具送到家，服务才刚开始”为服务理念。“我们有那么多的老客户资源，他们之所以选择航管红木家具，因为在这里成交不是结束，而是一个开始。”航管红木家具总经理黄馨说：“我们把家具送到他家的时候才是他与我们航管红木一辈子结缘的开始，这也是我们企业敢于对产品品质上的承诺。”

口碑是企业最好的品牌。当客户真正感受到一个产品的价值，感受到贴心的服务，就会喜欢上这产品，认可品牌。服务好一个高端的客户，往往会带来连锁反应，带来更多的客户。从航管的销量上看，转介绍客户购买比率高于陌生客户购买比率，这也说明客户对航管红木家具信任与认同。



文化内涵，价值承载

在品牌的打造中，用艺术文化的视角传递品牌背后所承载的价值，为品牌的培育与创新注入更多的内涵与情怀。航管红木总经理黄馨说：“中国有句古话：穷则独善其身，达则兼济天下。作为品牌企业应该肩负起弘扬中国文化的责任。”为此，航管红木创建了专注弘扬中国古典文化艺术的高端沙龙——“红沙龙”。

为了让更多客户和艺术名家在航管聚艺赏品，通过传统文化与艺术创新融合体验，来提高客户的文化艺术修养，把深厚的中华文化 and 艺术一代又一代传承下去。“红沙龙”正是以这样的品牌使命在认真的组织一场场公益活动。航管红木总经理黄馨曾请到了吴昌硕先生重孙女吴有雯老师来到“红沙龙”，为大家做了一场关于“吴门家风”的分享。吴昌硕是晚清著名画家、书法家、篆刻家，其治家之道，让参与活动的嘉宾感受中国国家文化的力量，唤起大家对家族美好的回忆。“红沙龙”活动还有书画、艺术、摄影、禅修、传统文化讲座等高端活动，这其中不乏带有小朋友来参加的亲子活动，让小朋友慢慢感受中国传统文化的魅力。红沙龙不只是学习、欣赏、修行的活动，更是大家一同参与，互相感染的过程。



“红沙龙”做的体验活动超出了感官上的体验。与其说是体验，不如说是情感共鸣，唤起客户内心深处对中华优秀传统文化的情感共鸣。“红沙龙”活动是航管把企业实力与客户愿望紧密相连的亲情互动。通过文化活动的传播，为品牌注入文化内涵，传递品牌价值观，这是航管体验式消费的一个新观念。

总结

与其追着客户走，不如认真做好自己，吸引客户来，这也是航管围绕品牌定位的一个思路。任何一个企业的成功都绝非偶然，通过航管红木的成功，我们得到了启示，那就是做好品牌定位，任何工作都围绕企业的品牌定位来展开，并坚持聚焦，坚持“一米宽，一公里深”的做，一定会成功的。

“如果你知道自己要去的方向，全世界都会给你让路！”航管红木总经理黄馨这么说。

Carry forward the Chinese Traditional Art to Create Classical Rosewood

Abstract: Behind every successful company there is a secret, which is about opportunities, stories or persistence. The number of rosewood furniture enterprises has already exceeded 20,000 at home, though few nationally-known brands exist. However, there is a nationally-known rosewood brand which was founded in south, but is good at the northern production process. It is also the only furniture enterprise which is honored with Shanghai Famous Trademark and Shanghai Famous Brand in Shanghai redwood industry. It's Hangguan Rosewood. We can explore the secret of achieving high corporate brand status through Hangguan's brand positioning.

Keywords: artist home, perfect fusion, inheritance, public praise, red salon

振兴本土品牌 助力上海制造

文:褚文正



[摘要]爱舒是中国床垫行业的领先品牌,历经二十六年的锤炼洗礼,已成为实力雄厚的家具企业集团。在上海本土品牌风光不再的大环境下,爱舒却展现出日益蓬勃的生命力,并由此凸显其研究价值。多年来,爱舒以品质筑造基石,以创新激发动力,以管理凝聚共识,开启本土品牌营销新生态,发挥标杆企业的示范作用,带动传统制造业企业升级,在打造民族品牌乃至世界品牌之路奋力前行,谱写上海本土品牌新篇章。

[关键词]本土品牌 创新 管理 营销



爱舒床垫董事 祝舒舒

优良品质筑造基石

从上世纪30年代起,上海就是中国消费者追捧与向往的“品牌之都”。永久、上海、英雄、光明……这些国人耳熟能详的上海品牌辉煌了半个世纪,成为所有人内心挥之不去的情结。然而,90年代以后,曾经雄霸市场多年的上海本土老字号品牌逐渐没落并淡出人们的视野。

2017年12月,市委书记李强给上海发展提出新要求:在新时代坐标中坚定追求卓越的发展取向,着力构筑上海发展的战略优势,全力打响上海服务、上海制造、上海购物、上海文化四大品牌。相比30年前的全面辉煌,今天的上海品牌风采不再。品牌,是城市核心优势的具现,是城市发展高级化过程中的必然要求。上海提出建设“卓越的全球城市”,品牌是不可或缺的一环。在众多国内外品牌争奇斗妍的上海大舞台上,本土自主品牌的持续增长和发展,才能真正提升上海的国际化竞争力。

爱舒床垫是典型的上海本土品牌,历经二十多年风雨,始终势头强劲,展现着本土品牌蓬勃的生命力。自1993年成

立以来,爱舒一直专注于睡眠领域,旨在为每位消费者带来健康舒适的睡眠。好的床垫具有良好合理的工程结构,质量上乘的布品搭配来保证人体在任何睡姿下都能保持脊椎的平直舒展。爱舒床垫和美国杜邦、德国大象、土耳其贝特丝、比利时贝卡特等国际企业在科技运用、产品设计开发领域展开合作,广泛采用纳米技术材料、高科技物理防螨、美国太空温控相变技术材料等高科技材料,让大众睡得舒适、健康、环保。随着生活压力的增大,人们的睡眠质量每况愈下,所以拥有一个舒适的睡眠环境显得更加重要。

对顾客而言,品牌意味着品质、信誉和放心,对企业而言,品牌意味着实力、市场和可持续力,对城市而言,品牌意味着形象、气质和文化。爱舒床垫是上海500万消费者睡出来的名牌,是城市发展的见证者,与消费者的生活融为一体,为大众睡眠质量写下一份铿锵有力的保证书。



创新激活发展源动力

从地域文化与思维方式来看,上海本土企业较为谨慎保守,在中国经济的几次大转型中,许多企业未能及时转变观念,把握机遇。例如,曾在上海证交所上市的“永久”和“凤凰”,本可以借助在A股市场的便捷融资方式使企业发展跃上一个新的台阶,却因为经营机制和管理方式没有及时适应市场变化而错失良机。

谈及爱舒的发展历程时,董事祝舒舒自信地说道:“一家企业不可能随随便便就能生存发展二十多年,我们以

居安思危的精神，孜孜不倦为消费者提供最优质的产品，最诚意的服务，才能始终走在队伍前列。”行业发展初期，准入门槛较低，对于床垫的理解停留在弹簧、面料和内材的简单拼凑，产品价值不高，促使国内即便存在上千家床垫企业，却极少有人熟知的品牌。随着供给侧改革的进行，去库存、去产能力度加大，技术及品牌形象较差的中小企业将逐步退出床垫市场，行业正值重新洗牌。

尽管没有组建自有电商平台，但爱舒早已将互联网思维纳入到销售中，比如采取O2O互联网销售模式，专门设立了天猫部门，将互联网销售思路带到传统企业的发展思路中来，改变经营理念、创新商业模式，去除所有不必要的中间环节，提高企业自身的利润，把真正实惠的价格带给消费者。



“产品的摆放方式其实是门大学问。”祝总示意我们留意旗舰店内的陈设。爱舒时常会更换产品面料和专卖店的产品摆放位置，不断完善의 专卖店布置与形象，在摆场效果中融入更多美学概念，不仅有助于提升专卖店的经营效益，同时保持消费者对品牌的新鲜感，提升企业形象。作为华东床垫行业的领军品牌，爱舒目前主要在售三个系列：棕垫系列；弹簧床垫系列（下设七个子系列）；以及逸品居系列。每一个系列针对不同消费者而开发，个性突出，功能化特点鲜明，满足不同消费者的功能需求。随着80后、90后和00后等年轻群体逐渐成长为职场的主力军，新的消费主体随之涌现，凸显出家居消费群体年龄结构年轻化的特征，促使爱舒下一步必须要采取全新的市场策略。在未来，爱舒计划开发出色彩鲜艳，针对年轻客户群体的布艺床系列。

质量管理凝聚共识

本土品牌的振兴，不仅需要企业家具有创新精神和敏锐洞察力，识别并把握各种稍纵即逝的市场机会，还需要加强对基层员工的技能培训和职业培训，提升团队竞争力。爱舒组织有经验的中层和外部讲师为基层员工授课，或鼓励中基层员工定期进行经验交流，既提高了员工的专业素质，又增强了企业内部的凝聚力，发扬了企业的团队合作精神。人才是企业最基本也是最重要的资源，关系到企业发展的长远问题。松下幸之助说过：“一个天才的企业家总是不失时机地把对职员的培养和训练摆上重要的议事日程。教育是现代经济社会大背景下的‘杀手锏’，谁拥有它谁就预示着成功，只有傻瓜或自愿把自己的企业推向悬崖峭壁的人，才会对教育置若罔闻。”

爱舒在全国范围内拥有13个分公司，300多家自营店，上海、北京、重庆、武汉、成都5个生产基地的营销网络，都由上海总部统一管理。其他地区的经销商反馈销售情况不够理想时，总部会派人前往沟通交流。考虑到城市间的差别使上海的模式未必在其他地方行得通，每个地区的问题具体分析问题之后再给予经销商相应的帮助。

作为一名年轻的企业传承者，祝总深入市场潜心研究。当她发现某系列木床的市场销售情况好得出乎意料，马上意识到是由于主要消费群体年龄都偏大，更喜欢相对简洁的设计所致，于是立刻扩大该型号的生产规模。曾率先获得国家质量“金质奖”的上菱冰箱当年供不应求，本可以借此机会扩大市场规模和与国际品牌竞争，却未及时加大生产，反而将宝贵的资金投入到其他产品的研发和生产，失误的判断导致企业亏损，该品牌也痛失一次扩大影响力的机会。

祝总坦言，除了从父亲那里学习经验，自己还在不断探索当代企业的经营管理之道。“在父辈，通常是听说某样东西很好，所以我也去用。而到了我们这一代，比较追求个性化，这件衣服她穿过了，我就不穿了。这是两代人的区别。”父女俩在很多方面的思考方式都不同，他们磨合的过程也正是一家传统企业走向现代化的必经之路。

全面开启营销新生态

爱舒是中国消费者协会“重点保护品牌”，在二十多年的成长发展过程中，以原先的消费基础为核心，随着买几百元、上千元床垫的客户的生活水平的提升，爱舒也在不断打造品牌和提升产品档次，保持和客户的同步发展。“在上海，三年前2000多是主流，现在4000多是主流，性价比也比较高，目前3500到7000是消费者接受能力比较高的价位，我们的产品价格也主要在这个区间。”祝总说道。爱舒走价格亲民路线时，并未放松对产品质量的要求。如果企业过于强调成本，可能会造成产品质量滑坡。九十年代金星牌电视以所谓的“成本倒退法”降低成本来与“长虹”打价格战，使品牌质量有所下滑，为品牌建设带来了一定的负面影响。爱舒在经历过供应商产品供货不及时，产品质量时好时坏不稳定等问题后，深感产品控制十分困难，所以对于床垫基础材料弹簧，海绵等主要基材设立独立车间和工厂，确保稳定的配方，稳定的技术，保持稳定的质量。

“上海制造”曾是中国制造的重要标志，当制造业的创新链、产业链、价值链深刻变革之时，传统制造业企业一样可以通过拥抱互联网，从研发设计、产品营销、延伸服务、质量提升、标准引领、精细化管理各领域、全产业链，提升产品的知名度和美誉度，重新让“上海制造”享誉全球。上海对中国的重要性，即伦敦之于英国、纽约之于美国，是任何其他中国城市无法替代的。上海本土品牌应当担当起民族振兴和国家强盛的重担，向着民族品牌乃至世界品牌的目标前行。

Revitalize Local Brands and Strengthen Shanghai Manufacturing

Abstract:Asnug , a leading brand in China mattress industry,has become a powerful furniture enterprise group after twenty-six years of hard work.Under the background of Shanghai local brands are in decline,Asnug shows the growing vitality,then highlight its research value.Over the years,Asnug builds the cornerstone in high quality,motivates itself through innovation,gathers consensus with management and open new ecology of local brand marketing to play the role of benchmarking enterprise and promote the upgrading of traditional manufacturing enterprises.Asnug tries to build a national brand and even a world brand to write a new chapter of Shanghai local brands.

Keywords: local brands,innovation,management,marketing



未来，爱舒将加快产品研发，推出人性化、自动化的多附加功能床垫以及其他睡眠产品，扩充品类，增设门店，在上海、北京等一二线城市继续推行单品的销售模式，为居民提供更专业的床垫产品。针对倾向整套购买的三四线城市的消费者，计划开设经销商大店，将自己从产品提供者，发展成一体化的家居整体解决方案提供者，向消费者提供家居产品配置、家居综合服务、甚至是家居设计方案，形成更综合、更大体量的“Mall”，提高每位客户的客单值，确保经销商更好地发展。

爱舒坚持以品质筑造基石，以创新激发动力，以管理凝聚共识，开启本土品牌营销新生态，带动传统制造业企业升级。睡眠问题关系着千家万户的幸福，关系着全社会的安定和谐，爱舒坚持以睡眠质量的发展为己任，整合高品质睡眠资源，为人们创造舒适的睡眠环境，朝着“树百年企业，创中国名牌”的目标不懈努力。



老周家居

LAO ZHOU LIVING FURNITURE

上海老周红木荣誉出品



老周红木
传统中式红木



老周红木
欧式红木家具



老周红木
新中式·新中式



老周红木
红木全屋定制专家

传统中式 | 欧式红木 | 新中式 | 红木整装



老周家居博览馆：上海市金山区山阳镇亭卫公路1909号

徐家汇旗舰店：上海市徐汇区文定路190号

真北店：上海市普陀区真北路1108红星美凯龙5F（周家公馆）/6F（老周红木）

吉盛伟邦店：上海市青浦区嘉松路5369号 吉盛伟邦家具村新中式区

贵宾热线：4006-581-580

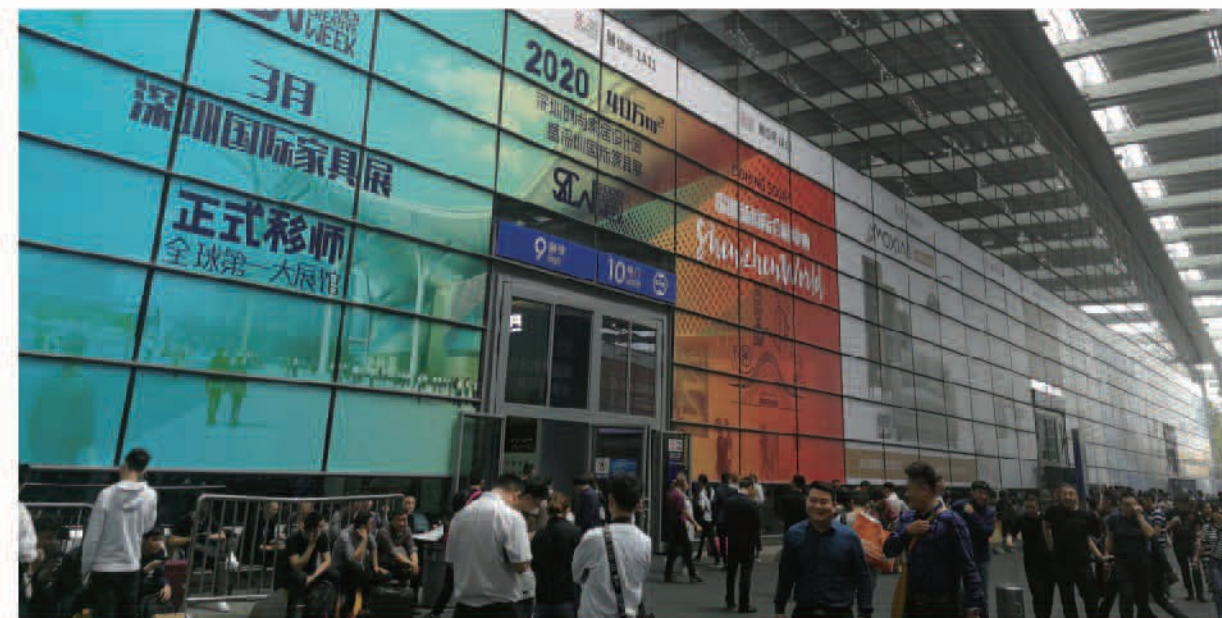
官方网站：www.laozhou.com

展会

EXHIBITION

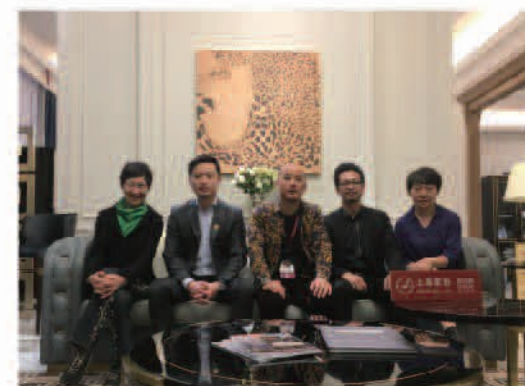
2018广东家具展

——上海家协足迹



中国家具看广东，广东家具看三展。阳春三月的广东，百花盛开，众多国内外知名家居品牌商云集广东，每年一度的盛大家居行业展会广州展、东莞展、深圳展在广东齐开。作为中国家居行业的风向标，2018家具行业发展走势，也将在这三大家具展充分展示。为了对最前沿设计艺术和家居生活新方式的深度探索，上海市家具行业协会也趁此机会，前去参观学习。

广东三展作为全球家居品牌的“大舞台”，引领着家具、设计及住宅行业潮流。纵观本届三大展会，我们不难发现当代、定制、中式、智能家具成为展会主流，从参观展览的观众来看，80、90后已经成为家居消费主力军，家居设计风格也更加趋向年轻化，而东方审美开始回归。下面就跟着上海家协一睹展会风采吧。



澳瑞

在展览会上，上海家协会会员企业上海澳瑞家居的图兰朵系列家具产品成为展会一亮点，吸引了众多观众驻步观赏。图兰朵系列家具，为简欧风格设计，与欧式古典家居风格一脉相承，在沿袭传统的基础上，侧重追求家具的舒适度与实用性；它摒弃了古典家具的繁复厚重，运用简约流畅的线条，保留天然实木纹理，工艺细腻考究，兼顾高贵与典雅，实现了简约而不简单的设计内涵。

图兰朵系列,带有浓郁的文艺气息和浪漫主义色彩。轻奢定位,将欧洲怀古的浪漫情怀与现代生活需求相结合,兼容华贵典雅与时尚气质,凸显个性化的美学观点和文化内涵;更适当下心态年轻、注重品位的高端时尚人群。

以“精致、品位、生活”为使命的上海澳瑞家具装饰有限公司成立于1993年,是国内最早从事新古典家具设计制造的公司之一,经过20多年的发展,已经形成了集产品研发、生产、销售、服务为一体的综合性家具企业。公司主要为精装房、大平层、别墅、酒店及会所等提供配套家具与固装的设计、生产的专业服务。20多年的努力,澳瑞已成功推出克林斯曼、贝拉维塔、亚奢王、图兰朵等多个知名品牌,成为高品质生活的代名词。



多少MoreLess

作为是中国家具原创家具品牌的代表之一的「多少MoreLess」家具在也在展会中亮相。可以看到充满东方意境的原创设计家具,让人感受到中华文化的深厚底蕴。以自然的材质、简单的设计和认真的制作,放大细节的美感和平凡的光辉。引导人们剥离喧嚣,获得平静。营造当代中国人生活方式,探索更合适的生活习惯和审美取向,力图以传统精神充实现代生活。

「多少MoreLess」的品牌发起人侯正光先生说:设计不是无中生有的,也没有真正意义上的原创。人类智慧的积累就是人文,美好也就来自这既存的浩瀚智慧之中。中正平和的对称、自然随形的留白,都是美好,一切可以追根溯源。

「多少MoreLess」,创立于2009年,作为原创家具品牌的践行者,一方面致力于继承中国传统木作系统,一方面必须对现代国人的生活空间做深入研究。侯正光先生认为,家具千百年的发展史,是由工艺、材料、工匠、文人、生活、艺术“集合”而成,而这种“集合”始终在持续。在梳理这个“集合”的过程中,“寻找当代中式家园”便自然成为了「多少MoreLess」的使命。



意多

意多傢私在展会中展出了融入了轻奢元素的产品,引导多功能家具行业流行趋势,开创了多功能家具的先河。本次展会还展出了直翻隐形床系列、大理石元素工程单茶几角几等新品,新品得到了各位观展人的肯定。在交流中,参展方介绍:“我们将在原有功能产品基础上,开发更多提升家居品质的产品,本次展会将是一次功能产品的‘品质与创意之旅’,让每个家庭爱上意多智造,是我们孜孜以求的目标。”

金可儿

在展馆中,体验金可儿2018年系列新品“金刚护脊簧”成为最受欢迎的互动活动之一,“黄金七区弹簧系统”吸引了众多关注,展馆现场人潮涌动。2018年是美国金可儿创立120周年。新年伊始,金可儿中国便隆重推出2018款全新系列床垫。主力产品系列全面应用了欧洲进口的ATi-CuS配方金属材料。这种铜离子镀膜钛合金材料,成就了最新的“金刚护脊簧”,无论在支撑力,舒适性和耐用度方面都有大幅提升,是非常前沿的睡眠应用科技。



丰贸群

承继在台湾多年的制造技术与经验,以生产加工为专长的丰贸群家具,拥有胜阔家具和奥德赛两个品牌家具,以独具匠心的设计风格、先进的工艺、艺术与需求的结合、上乘的质量受到广大用户的喜爱。

在展会上,丰贸群推出了极有现代感,时尚简约设计,既有北美曲线,又有东方韵味的胜阔家具。美于形,而精于心,注入更多的感情和温度,便是胜阔家具所传递的现代生活方式与文化内涵。



联邦

本届展会中,不少拥有较强设计能力的展商主打全屋定制产品,以个性、精致、环保等特点为行业带来多元化声音。联邦家私在实施数字化战略的措施,推出了“一客到底”的“全品类家私,品质生活定制”服务,这也成为广州家博会一个亮点。在全品类生活空间定制的基础上,联邦以定制产品和模组化成品柜类产品,来高效利用居住空间和合理解决居家收纳;以软饰和居家用品配套,为用户提供整体的品质生活定制。



阿尔特

随着消费特性的变化,适应年轻化群体的产品成为市场新宠,以当代美式风格的阿尔特家居,就是其中之一。不需要华丽的装饰,简约时尚的设计理念,细腻、精致的做工,已远远超过了产品。它是充满时尚气息的艺术品,让人心迷意乱、难以抵挡,而它的魅力就在于这不同凡响。舒适温馨是阿尔特家居的特点,端庄高贵是阿尔特家具所彰显的诱惑,以独特的造型设计,简单、时尚大方的花纹,吸引了无数追求时尚的现代人。



丰硕成家

将中式文化融入现代人居环境的丰硕成家,展会上携新品首秀,全面展示现代中式原创家具,精湛的工艺和富有格调的原创设计,在现场引来了极高的人气。丰硕成家此次带来的新品家具,本着对原创、制造文化的崇尚,对手工艺的执着坚守,传承了中国传统家具中的“中通圆和”的本质之美,集中展现了当代中式家具“现代化生活”的场景效果,使当代人重新发现和审视中国传统文化中美轮美奂的家具造型艺术。

岁集

以生活场景来展示产品的岁集家具,其独特的民居建筑组合概念,结合家具饰品紫檀绿植等元素,很好地演绎着“东方感、现代家”。场景包括客厅、餐厅、卧室、书房、茶室等生活现场。以桌、几、椅、柜、架、屏档组合起来的生活空间,功架扎实,灵感轻扬。展览现场,品牌主笔朱子以中国民居的建筑概念,支起一平一仄两座方宇。斜坡屋檐下,透过一桢新叶,是岁集HOUSE的入门客厅。岁集刷新了现代东方的美学样式。

木美Maxmarko

Maxmarko木美家具给人眼前一亮,在展会中与木美创始人陈大瑞相遇。“用融合的方式探索当代中国式家具,一直是对自己设计的定义”陈大瑞认为,虽然在家具设计中生搬硬套某些固有的中国视觉元素肯定不会被人接受,但如果提炼一些中国元素,把它们隐藏在细节中,融于国际流行元素里,不失为一种有趣的尝试。木美力图在这个时代留下烙印,真实地为当代生活提供一种历久弥新的体验。

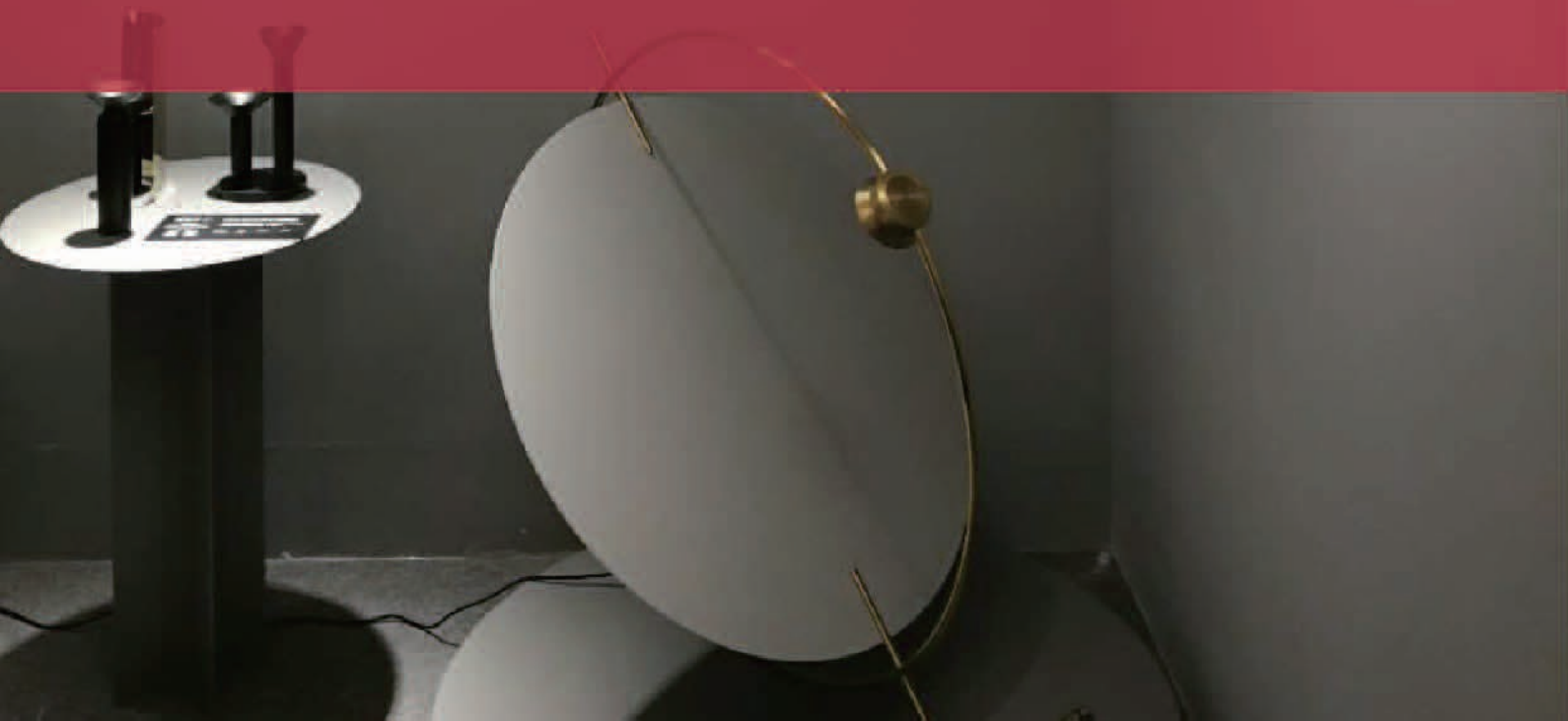
(责任编辑:刘俊宏)





设计上海2018 探索家居流行趋势

亚洲顶级国际顶级设计展“设计上海”被评为全球设计日历上最不可错过的展览之一。设计上海2018, 是自2014年推出以来的五周年盛会, 是迄今为止规模最大、水准最高的一届, 同时也是上海展览中心举办的规模最大的展会, 汇集了当代设计、精典设计、限量设计、厨卫设计和办公设计五大设计展区, 来自30多个国家及地区的超过400个品牌和设计艺廊参展, 约1000件新作在此发布。今年, 我们看到了更多元化、国际化的设计, 结合数据趋势报告, 总结出 2018 家居设计新流行。



01 时尚范

时尚已经不止是服装与配饰的局限表达, 更是一种生活态度。比如这间蕴含法式风情的梦幻卫浴空间, 大胆创新+奢华品质, 随处可见优雅感和女士气质, 颠覆众人对于卫浴的认知。每一件单品都可以自成一景, 同时又能与其他不同的浴室环境轻松融合。

这套餐具带来一种轻奢时尚感, 是餐桌装饰的一部分, 圆润流畅的外表和宛如花瓣一般的形状, 将尖锐化为了柔和与神秘。



将水晶玻璃幻化成令人叹为观止的灯光与设计体验, 美丽和优雅齐聚, 引发无数观众驻足拍照。

02 东方韵

说起韵味一词,最为相配的就是东方文化,椅子靠背形状的灵感来自中国传统团扇。适当的倾斜度和弯曲度,为背部带来良好的支撑。



中式文化元素衬托的空间适合一个人的内心修行,在这片空间里,无论是抄诵经文,读书写字,打坐冥想,弹琴瑜伽,都能让你感受内心的宁静之处。

整体简洁低调的设计,不放大家具自身的存在感,而是柔和安静地为人营造出一种安定的空间氛围。

中国传统水墨画中悠远的留白与不同时空设计在循环往复中,交织出当下脱胎于东方、游离于西方的当代设计,静谧安然,纳万象于方寸之间。

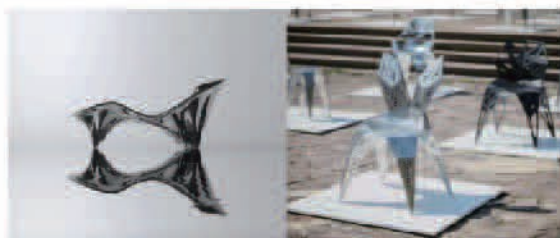


03 未来感

系列采用天体运行的点、线、面等抽象概念,通过反光平面的漫反射,将光四散各处。眼前好像有个小星球散发着氤氲的光,有种宇宙的静谧和诗意。



我们对时间、外太空的想象从未消失过,而高级的金属光泽能够非常巧妙的展现出这种未来感,搭配灯光,营造出非常前卫的氛围。日常中的椅子、吊灯、烛台等设计中,在加入了《Space Race 星际争霸》、《Alien 异形》、《Blade Runner 银翼杀手》等科幻影片中的飞船、武器造型灵感后,酷感不同寻常。



除了金属材料,还有我们习以为常的不锈钢,印象里的生硬裸露经过了艺术设计,变得惊艳。不锈钢镜面的椅子不仅没有生硬的粗糙感,反而展现出了一种温和的艺术氛围。

04 有趣味

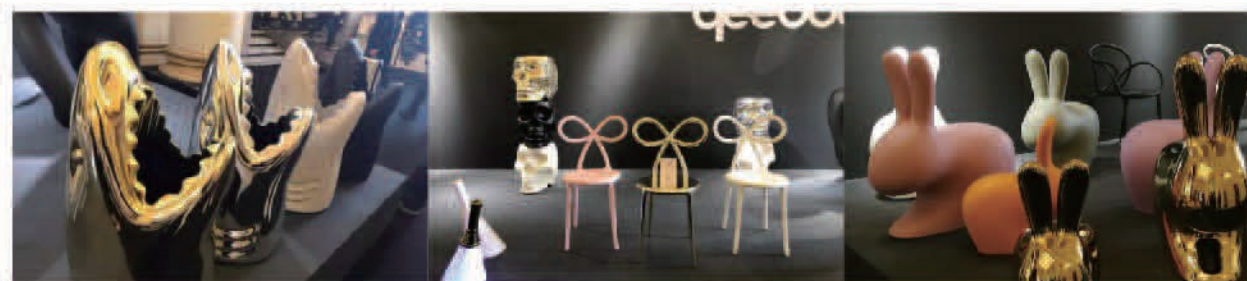
相对于北欧风的冷淡极简,趣味强的设计反而会给生活增加很多有意思的灵感。精致的造型、鲜艳的色彩与丰富的故事,很容易与我们内心最纯真美好的情感产生共鸣。



这把椅子呈现出独特的纸型结构,靠背的设计,十足符合人体工学的三维曲面。椅腿采用了木质和金属材料,两种不同的尝试。



不仅仅是小装饰品,即使大件的家居也一样可以变得有趣。比如这些极具古灵精怪气质的小动物们。



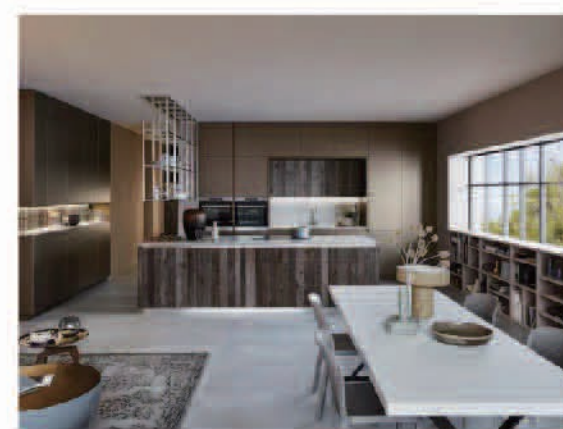
05 色彩控

YANG DESIGN 的《中国设计趋势报告》中提到,新中产消费的升级诞生了“后物欲”时代的产品风格,铜绿色是2018 设计上海中一抹清新时尚的亮点,也是后物欲时代设计的典型元素,既有北欧的清新,又有新中式的优雅。



对于家的期待,在满足了功能性之后更需要一种心理上的温暖,多乐士 2018 年度色彩“暖木棕”正顺应了这种趋势。作为基础色,其包容性很高,和不同的色彩搭配能显出多变的风格,更具搭配性和实用性。

(责任编辑:褚文正)



东达红木TM
DONGDA SINCE 1973

我们不仅仅是高端红木家具制造商！



东达红木为梅赛德斯-奔驰房车提供红木内饰配件、红木地板及全车定制服务

贵宾专线:400-625-8885

上海地区专卖店

- 1、浦东专卖店(张杨路1719号) 021-68532699
- 2、徐家汇专卖店 (裕德路126号喜盈门红木馆二楼)
021-64014503
- 3、虹口专卖店(广中路567号) 021-65281425

江苏省著名商标
43年零投诉企业
(上海市消费者权益保护委员会零投诉)
上海市家具行业协会副会长单位

公司地址:江苏省常熟市碧溪新区东张春江路28号 电话:4006258885 网址:www.dongdahongmu.com

风向标

WIND VANE

功夫 应当在设计之外

——专访德稻大师、著名产品设计师万德伦(Dirk Wynants)

万德伦(Dirk Wynants),国际著名的(户外)家具及设备设计大师,其多项作品荣获iF金奖、红点至尊奖、IDEA银奖、室内创新奖等大奖;与亚振家居合作,成功推出了新海派系列家具,将东西方风格完美融合,展示了现代品质生活方式,获得众多消费者喜爱。

好的设计能够拯救世界

○ 万德伦先生,您好,每当我们提到比利时的产品设计时,一定会提到您,因为您是比利时国宝级的设计师。在您从事设计生涯的三十年中,一定有一些里程碑式的作品,能否与我们分享下?

● 很多产品虽然卖得很好,但实际上并没有太多意义,因为不能成为文化遗产,而我们想设计出经典的、可以传承的,并且带有文化遗产特性的产品。我认为里程碑式的产品设计一定会带有文化遗产的性质。

仅仅在过去的两周时间里,我们就拿到两项金奖。一项是德国设计金奖,一项是iF设计金奖,这些奖项是业界对我们产品的认可。“重新制定标准的产品,才可以获得iF金奖”这是iF奖组委会授予金奖的标准。进而我们可以为里程碑式的产品定义为:在某专业区域里可以重新定义标准的产品。我设计的第一件家具就是比利时户外家具的经典代表作。

○ 至今您荣获的国际设计大奖累计已达70多项,可谓硕果累累。在平时您是如何汲取丰富的创作灵感的?

● 我们设计家具,是无法从现有家具里面找到灵感的。一定要走出原本的圈子,去尝试不同的生活方式,去体验不同



的感觉,包括旅行,和朋友互动。我的灵感来源于骑马、航海、甚至DIY啤酒的过程,很多灵感并不是直接复制现有的设计,而是复制人与人之间的互动。和朋友互动会让我产生灵感,我们现在这样聊天我也能让我得到灵感。我再把这种互动复制下来,融入我的产品设计。产品获得这些奖并不是因为外形漂亮,而是融入了更多思考。

○ 您不仅担任Dirk Wynants设计公司总经理、Extremis设计公司艺术总监,同时还在德稻教育与高校开设的大师班中授课,请问您如何看待学术与实践的关系?

● 我认为教学是我的义务,通过教学,我也会变成一个更好的设计师。从事设计30多年之后,很多时候我做设计是靠直觉的。而当我开始教学,就要告诉学生,我的直觉是怎么来的,我是怎么做设计的,开始去反思整个设计过程。所以说如果想在某一个行业出类拔萃,就要去教学。

我们现在一般都是教中国设计专业的学生画图,但这是远远不够的,因为学生需要很多的综合能力。第一是创意,第二是如何去做一个有成效的调研,最重要的就是如何去接受自己的失败。从事设计行业是非常非常艰苦的,得到一个有意义,有创意的作品是很难的。



• Scroll笔

○ 设计无疑是产品的灵魂，今天您亲临设计上海，为大家带来了什么样的惊喜？

● 此次设计上海我们带来了5件产品，这5件都是杰出的作品，但如果让我挑一个的话，我选这支笔。笔已经有很多了，但是当我们接到这个任务的时候，在想怎么把它做得足够创新。这支笔通过结合巧妙的转动机构，不仅可以为用户缓解压力，放松思想，还兼具强大的功能性。简单又好玩的设计还减少了部件的数量，从而降低整体制造成本。最简单的产品往往是最难设计的，我认为这支笔非常了不起。

○ 今年是您与亚振签约合作的第三个年头，在与亚振这类国内优秀家居品牌展开合作时，您有怎样的体会？与国外品牌合作会有区别吗？

● 其实无论合作对象是中国还是欧洲的公司，对我们来说都没有太多区别。因为我们关注的是合作公司对设计的理解程度。对设计理解不透彻的公司往往有一个共性，就是他们直接会切入产品。打个比方，他会说我需要一把椅子，我们就会问你为什么需要这把椅子，我们希望这家公司能往回倒退一步，看看整体布局，再确定它需要什么。往往很多公司都不确定自己的DNA，所以我们设计产品之前要去研究，去调查，告诉他们DNA是什么，然后再去设计产品。

做任何产品设计之前，我们都会调查这家公司的DNA。亚振的基因和我自己公司的基因是完全不同的，所以我给自己的品牌设计的产品和亚振的一定不同。我认为海派是一个非常有趣的，不同文化之间的融合。20世纪初的上海和现在的上海很相似，都聚集了多元文化，并且和本土文化形成有机联合。现在上海的地位和当年的地位也很相似，都是一个国际化的都市。上海是中国的一部分，但个性又不太像中国其他城市。



新海派家具系列 •

○ 刚刚谈到亚振，也谈到了海派，延伸开来就是文化。设计是多样的，文化是其核心。在创作过程中，您如何将文化融入产品设计？

● 这是一种直觉，但这个直觉一定源自于吸收。你去接触一种文化，了解一种文化，在文化里生活，这些经历累积成了你的基础。在整个设计过程中，你的基础自然而然形成你的直觉。我们给亚振设计产品之前，去了青浦一家非常古老的仓库，里面有很多老旧的家具，我带领设计师一起去学习，一起去体会。体验的越多，你的直觉就会越精准。它是一个缓慢的积累的过程。如果我每天仅仅是在比利时坐着的话，我的直觉绝对没有任何提升。

○ 如今各行各业都在进行跨界发展，在未来，您还会拓展哪些领域，进行跨界整合设计？

● 我只想解决全球变暖的问题。家具是很重要的存在，因为当你周围有很漂亮的家具和产品的时候，你的心情会变好。而且我们未来的工作，包括设计，会以创新为主，因为传统的、比较琐碎的杂事会被电脑取代。如果我能从自然能源中找到新能源的解决方式的话，我愿意去尝试解决全球变暖的问题。我们运用设计的原理可以去做所有的设计，不一定非要设计家具产品，因为方法论是一样的。

○ 随着中国经济发展和文化回归，越来越多的中国设计师崭露头角，对于年轻一代的中国设计师，您有哪些建议？

● 不光是对中国年轻的设计师，我对所有年轻人都有一个建议——要勇于尝试，扩展思路。因为我发现设计师可能只对设计感兴趣，但设计并不仅仅是设计本身，它包含了所有的流程，从一个非常好的点子，到产品推向市场，你要做销售，你要研究市场，你要做各种各样的事情。所以说打开思路，去尝试一切。



• 2018年iF金奖作品Virus餐桌

Virus / Picnic table



○ 我们国内的设计发展起步较晚，您如何看待中国家居设计的现状和未来？

● 中国家具历史悠久，风格独特。但是在过去的几十年里，出现了太多仿制品，尤其是仿欧式的家具，它们并不是中国的家具设计。一味模仿导致中国没有形成具有现代风格的中式家具。这种山寨产品的购买者大部分都是西方人，所以这是西方的问题，不是东方的问题。但现在，中国的设计师越来越多开始重新找回自己的定位，自己的身份，总结历史经验，继承传统文化，未来一定会创造出独到的产品，而且中国家居设计一定会呈现全球化，国际化的趋势。

（责任编辑：褚文正）

自由世界 自在生长

张周捷, 独立设计师、数字艺术家。

毕业于英国中央圣马丁艺术与设计学院, 为英国建筑师协会访问研究员, 自2010年创立张周捷数字实验室以来, 一直是数字创作领域的先锋实践者, 并于2018年创立了全新的数字家具品牌“EndlessForm”为人们创造新的数字化生活图景。

其作品在世界范围内广泛展出, 并被众多博物馆、画廊及私人收藏, 同时也受到了《Wallpaper*》、《纽约时报》《Vogue》等主流媒体的关注与报道, 并被美国著名商业杂志 Fast 评为“2014 中国商业年度最具创意 100 人”。



本届“设计上海”, 近百把别具一格的座椅满满占据了上海展览中心的西花园, 形成了此次展会最独特的浩大阵容。展出的座椅来自于张周捷数字实验室正式推出的全新设计品牌Endless Form。这些座椅充满未来视角, 棱角、曲面、尺度等各不相同, 像是一群自由生长的物体, 吸睛夺目。上海市家具行业协会前往采访了Endless Form主设计师张周捷, 张周捷告诉我们, 这些椅子不是他设计的, 是他花了八年时间, 训练计算机做设计。椅子是机器的作品。



毕业于伦敦中央圣马丁艺术与设计学院的青年设计师张周捷, 因在数字形态设计方式的探索与实验, 在设计界树起独特的风格。他自诩为一个逻辑极简主义者, 在他所探究的数字化创作领域里, 计算机语言“造物”的形态没有穷尽, 而他着迷于以趋简的方式去探讨此间蕴藏的逻辑关系。

自幼跟随父亲学习中国水墨画, 张周捷曾经一度是中国传统文化的推崇者。大学从中国美术学院毕业后, 张周捷进入伦敦中央圣马丁艺术与设计学院, 之后又加入了英国AA建筑学院。在英国读研究生期间, 张周捷曾经拿着自己的水墨画在街上摆摊, 结果几乎无人问津, 这让他意识到文化的局限性。“文化总是有一定范围的, 超过这个范围, 别人从中就得不到认同感。”从此, 张周捷摒弃了“文化”这条路, 而开始追溯哲学和数学等关于世界本源的问题。“中国古人有非常朴素的世界观和造物观, 他们觉得最高级别的造物法则是道法自然, 自然背后是逻辑, 逻辑背后是数学, 数学的规律和方程式都可以用数学计算出来, 这些都不是人发明的, 是自然存在的。这给了我很大的启发, 让我回归到自己。”

2010年,张周捷在英国赶上了计算机参数化运动的时代浪潮,他发现计算机是天然的、以数学为载体的,用来表达道家无常的最佳载体。数字语境可以成为一面与自然界平行的镜子,三维点线面不仅模拟着万物的构成,同时这些状态在一定逻辑关系中发展成形,正如千变万化却道法自然的现实环境。受参数化主义的启发,张周捷选择用计算机作为载体来表达自由世界自在生长的可能。从八年前开始关注计算机语言及演算法则,到逐渐确立独有的思想体系并成立个人实验室进行实践研究,继而通过家居行业的实体制造工艺将其落地,张周捷正在努力将脑海中浩瀚无边的数字宇宙一步步变为现实。

2010年,张周捷在圣马丁的研究生毕业展上首度展示自己的成型创作《Triangulation Chair》,其灵感来自对于计算机图形语言的理解,尤其是Mesh。围绕在数学逻辑下相互关联的三角形切面在镜面材质的烘托下极具未来感,使得这把金属座椅一经亮相便一鸣惊人,从此成为国内外各大设计展上的宠儿。



2016年,张周捷携作品《Mesh Series 网格面系列》亮相设计上海,采用不锈钢打造的网格面装置在彼此联结的三角网格中形成起伏不一的表面形态,模拟出近似于水面的流荡浮动,其无穷结果正如自然水面形态的无可预计。2017年3月,他在上海西岸hiart艺术空间举办个人艺术首展,通过更为严峻鲜明的高差变化、更为激烈动态的丰富层次演绎愈加复杂的立体结构,以计算机语言媒介达成艺术与技术的共体。



在他眼中,数字化设计最重要的部分,就是数字化参与设计,再通过数字化手段制造产品。将人对家居的理解算法化,是数字化家居的核心。作为一个纯粹的数字化家居品牌,Endless Form以数字化的运作贯穿整个流程。相比于工业化设计,数字化设计在定制方面优势明显,还拥有无穷无尽的可能性。张周捷一直在思考如何不断拓展多样性。他甚至认为,创造的人可以没有审美,他们只需要将可能性全部展开,而审美性交给选择的人。“创作的人,不一定要带有审美性,而获取的人,则一定要带有审美性。”

在程序中设定好参数,计算机自行思考和设计。比如,椅子一个面、四个点,鼠标上下一拉,用不了一秒钟,就能生成一种造型。不同于现实中一把静止的椅子,随着程序的不停波动,每时每刻都有无穷无尽的造型变化产生。困难的是“制作”。计算机一秒生成的作品却需要人类耗费大量智慧、耐心与时间予以制作实现。在2012年制作后来成为代表作的三角系列椅子时,张周捷就开始自行研发全新的制作方式。他先用纸做出迷你模型,尝试分解计算机生成的造型,再对每一个面计算角度。他定制了一整套不同角度的量角器,这样就能在激光切割不锈钢板时得到精准的切面。此后便是焊接、打磨和抛光。要在镜面不锈钢上做到任何一个反射面都看不出焊点,让他没少吃焊接作坊的闭门羹。但张周捷从未质疑过自己要做的东西,他买来一整套焊接工具闭门自己试验。



经过多年探索,张周捷如今已从独自闭门造车发展为成熟的设计师团队。他不再受工艺限制,能够自如地制作出计算机生成的千变万化。远离市中心的工作室能让他远离社交,保持专注。在工作之外,他大量阅读自然生物主题的书籍。张周捷坦言,未来三五年将是团队创作的高峰期,他会毫不保留地把想法全部表达出来。

在被问及对个人身份的界定时,张周捷这样回应,“我到底是设计师还是艺术家,我是在做艺术还是设计,其实我也不太在意。因为身份是一直处于转换中的,并不固定。重要的是我所要探索的方向,是不是具有值得探索的价值。”作为以身践行数字化创作的先行者,张周捷接下来还将尝试挖掘更多的逻辑体系,运用更多的制造材料,孵化更多的表现方式。而对于我们来说,一个逐渐显形的数字化家居王国也正在慢慢展现。

(责任编辑:欧阳舒)

H U A S H A N 华 山

选择有很多，
我们**只做你想要的。**

去繁就简的设计风格 · 回归本质的实用性



上海华山家具有限公司

上海市浦东新区川周公路5605弄68号

FORUM

论坛



与大师共同定义“中国梦厨房” ——白玉兰橱柜女神节活动惊艳落幕

3月8日女神节当天，中国橱柜品牌白玉兰及其子品牌Magnolia家具在长宁来福士8层华丽开启“Magnolia与大师共同定义‘中国梦厨房’论坛”活动。

上海市家具协会秘书长李霞作为嘉宾应邀出席本次活动。出席本次活动的嘉宾还有白玉兰Magnolia品牌首席运营官沈哲炜；东华大学时尚创意产业研究中心潘瑾主任；上海平元建筑装饰设计工程有限公司（PDS）创始人、设计总监，《梦想改造家》合作设计师王平仲；西象建筑设计工程（上海）有限公司总经理创意总监、中意创新设计联合会副理事长何文哲；著名跨界设计师梁靖以及“万禾农业”有机农场创始人，同时也是知名主持人杨乐等贵宾及沪上知名媒体人。

对柴米油盐酱醋茶有着天然情感的中国人，内心深处有着对厨房最深的眷恋。也正是这样的情怀，让白玉兰橱柜开启了一场有关“中国梦厨房”的探讨。论坛上嘉宾分别从不同方向、不同角度解读了东西方厨房的差异和联系，以及如何利用高端厨具及新鲜食材，让中国人真正拥有梦想厨房这一话题。



沈哲炜

厨房在家庭中是一个非常重要的地方，中国有句古话“厨房灶位，乃养命之源”，所以厨房是一个家庭的核心，它可以是一家人聚集的地方。在这里，大家一起分享美食，分享生活中的点点滴滴，这才是家的感觉。我自己就喜欢下厨房，喜欢烹饪。厨房是一个很神奇的地方，它和家装室内空间不一样，是一个利用率很多的地方。在节假日时，邀请三五好友到家来聚会，准备好食材，一起在厨房前做烹饪，非常享受朋友品尝到我做的美食，享受大家品尝后灿烂的笑容。



杨乐

沈总说的我非常认同。厨房是一个聚人气的地方，厨房的烟火气可以呈现一个主人对家的态度。在西方，他们很重视厨房的陈列，包括一些橱柜的材质都会用的比较好。而我们以前厨房只是一个灶片间，一个小小的地方，在这里只是烧菜做饭，做完之后拿到餐厅去吃。未来，我们有可能有这样的认知，我们会在厨房里享受生活。

王平仲

喜欢吃的人对厨房都有很大的兴趣。首先，我父亲有很好的厨艺，他很享受做菜这件事，我非常喜欢父亲做的菜。从小在家就耳濡目染，会一点厨艺。我在国外一个人生活时，不习惯在外面吃，就开始自己做菜。慢慢就会做出自己喜欢吃的东西，就像做设计，不断的尝试，慢慢的就发展出自己一套理论，对吃的感悟，也会对厨房有更多的要求，有更多的想法。



何文哲

厨房在中国人的概念里面比较欠缺。像在我们很多的房子，它只能是做中餐的房子。现在我们提倡：厨房像厅堂。把厨房搬出来，变成生活的一部分。当下流行中西合璧，中厨和西厨既要有区分，还要有连接。我们做设计时看很多调研报告，从报告中给出的数据显示，北京、上海、广州、深圳、杭州、重庆等六大城市50%的年轻人可以接受开放式厨房，这意味着人们生活方式在改变。



李霞

西方的饮食习惯造就了西方厨房的格局和它的定位，而我们中国人的饮食习惯大多数还是很传统的，很中式。但是，随着人们生活水平的提升，中西文化的融合，尤其在上海体现的是淋漓尽致，所以厨房的变化证明了这一点。厨房和生活开始融合在一起，人们可以在厨房里汇聚、共乐和享受。



一场精彩的思想碰撞后，著名跨界设计师梁靖首先对将于5月份在陕西北路开幕的白玉兰Magnolia旗舰店空间设计进行相关解读。这次白玉兰Magnolia旗舰店体验空间的设计也从上海悠久深厚的工艺文化中汲取灵感，将标志性的简约风格与经典的上海元素完美融合。白玉兰橱柜将白玉兰Magnolia旗舰店设为“中国梦橱柜研究中心”。上海市家具行业协会秘书长李霞女士、东华大学时尚创意产业研究中心潘瑾主任以及上海白玉兰家具有限公司董事谈慧俐女士共同为“中国梦橱柜研究中心”揭牌。之后，上海白玉兰家具有限公司董事谈慧俐女士携手王平仲、何文哲两位设计大师开启合作签约仪式，正式对外宣布品牌与设计界两位大师合作，推出联名款橱柜。

活动最后，两位设计大咖与白玉兰Magnolia品牌首席运营官沈哲炜还在白玉兰“古承”系列橱柜上进行料理烹饪，为现场来宾奉上视觉、味觉与嗅觉的多重饕餮美宴。设计师下厨房，如此帅气，这也正体现了白玉兰品牌所倡导的设计与产品必须融入生活方式的理念。

（责任编辑：宏明）





设计·下一轮潮流 ——2018中国软装大会高峰论坛

变化万千的设计行业,与时代步伐不断前进,那么2018年的下一轮潮流是什么呢?3月18日2018中国软装大会(春季)论坛在广州琶洲会展中心正式举行。本次软装大会论坛以“设计·起点”为主题,邀请了著名设计师赖亚楠女士、杜玛国际有限公司董事长也是DOMOnature家具品牌创始人于红权先生、简末家具品牌创始人王鸿先生、倚至尚创始人徐辉先生、拉夫劳伦亚太区代表Brent D. Smith先生等嘉宾共同探讨未来软装设计趋势,为大家带来了一场精彩纷呈的设计盛宴。



赖亚楠:我们放眼看周边的场景,琳琅满目的商品,这些商品,有些人觉得没有用,有些人觉得我恰恰需要这些商品。生活当中,对这种所谓的需求和状态,很多是来自于设计的本念。设计师应该拥有好的概念,呈现好的产品,才能够将产品真正植入人心,植入到消费者的内心当中。虽然商品足够丰富了,但是我认为,我们这些专业设计师可以通过设计更好地提升它。

我认为潮流是在促进我们一定要走创新之路,走改革之路,走创意之路,它要变化,这种变化要有所谓的度,我认为这个度要朝着可持续的方向去走,因为我们要面向的不是当下的生活,还有未来。我们给未来什么?我们不能一直是所取。潮流是适度的,但不能是停止不前的,有一些美好的变化,有更美好的明天,要为未来创造美好。

于红权:从今年的展览上看,给人耳目一新的感觉,所有的展览饰品都有一个整体提升。现在消费者,已经不能满足商品的简单使用,现在是需求软性化的时候。近几年,大家把关注点集中在软性上。一个空间的变化,其实是需要软装来体现的。也就是说一个人成长,他的气质,他的文化底蕴,他的着装打扮,都是软装,软装可以通过主人的心情去调整的。作为一名设计师,我们有责任去引导消费者从技术层面上,通过空间软装来调整人的心情,这是我们应该关注的。一个设计师要扭



转自己的生活方式,扭转自己的生活态度,不能将就,一定要较真,设计师这样才能把事情做好,才能引导消费者往好的方向发展。

潮流是短暂的,在市场化的状态下,肯定会有潮流,这是必然的。未来的潮流会更人性化、更个性化,会带有更强、更扎实的文化属性。



徐辉:我们对产品的平衡,也是很矛盾,到底是做设计,还是做商品。年前,我们去日本参观了家具工厂,50、60个人的工厂就做了上百年的历史。在路上,我们跟中国家具公司老总们一起探讨这个事情。互相包容,融合一下,既要有日本的工匠精神,也要有中国基础的东西,所以在这方面我们要权衡一下。

家具潮流还是去掉浮华,没有浮华,尤其是中国家具,应该是中西方结合的迎合。随着审美水平提升,中西方文化的结合,下一步的潮流,软装市场可能会由的富人家居转向文人家居转变。

Brent D. Smith先生常年游走在国际与中国家居市场的对于市场消费需求有更深的洞见。在某种程度上,潮流是创新之源,它在促进我们要走创新之路,改革之路以及创意之

路。总之,无论是市场细分或需求个性化,家居软时代背后一定是更高品质产品和工匠精神的回归。他认为市场上消费者需求千差万别,不能简单地以“潮流”二字进行概括。那些小而精的、能够满足我们内心需求的东西,大家一直在追求的东西,才是永恒不变的潮流。



王鸿:设计要善于发现生活中的点点滴滴,或者是你的感受、感悟,这个很重要。我们做一件作品的时候会反复推敲:我们设计这款产品,消费者对它的认可度、使用度,消费者会不断的权衡。对于消费者是更关注产品外观展现效果,还是关注产品的使用性、功能性、实用性?我们会在做产品的过程中,为这个事情做不断的追问,逐步的思考、全面的考量。当我们的产品在满足它的基础功能和审美条件下,再通过材质、色彩的运用来给它提升一些亮点,来吸引更多人群,这是我们设计的出发点。

从当下的设计潮流看,未来的商品市场一定是很细分,而且越来越细分,甚至是落实到个体,一个人形成一个风格。未来的发展,我建议现在的年轻人在做设计产品时,一定要坚持自我,坚持自己的风格。



这样一场精彩纷呈的思维盛宴,让人在感动中思考,在启发中前行。论坛上大咖们的思想碰撞,让人们对于设计、对于软装行业有了全新的认知与思考。

(责任编辑:欧阳舒)

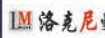
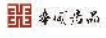
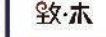
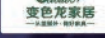
2018年6月16日

 **莘潮国际家居中山店**
SINCE 1988 XIN CHAO INTERNATIONAL FURNITURE

GRAND OPEN
盛大开业 中山店

家具/建材一站式

部分合作品牌:

建 材				家 具				
 诺贝爾磁砖	 宏偉磁砖 KCC 1984	 KOHLER	 MOEN 摩恩	 DeRUCCI 卓鼎	 头等舱	 顾家家居	 Serta S. VAL DE MARAIS Serta 斯林百兰	 Slumberland 斯林百兰
 箭牌卫浴·瓷磚 ARROW 1985	 宏偉磁砖 KCC 1984	 高鑫陶瓷	 MARCO POLO	 Sleemon 慕慕	 ZUOYOU SOFA 左右沙发	 SCIHOME 斯可馨	 龙凤床垫	 爱舒床垫
 多乐士	 Vaillant 德国威能	 Heoll 恒洁卫浴 HEJIE 1998	 HITACHI	 A家	 Q澳凡	 國器木源	 IM洛克尼曼	 E欧意诺
 ROBAM	 Panasonic 松下电器	 PHILIPS	 SIEMENS 西门子	 華成精品	 MULAN WENHUA	 聯邦	 東方百盛	 森盛家具
 MITSUBISHI ELECTRIC	 fotile方太	 HUIDA 惠达卫浴	 DE&E 德盛电器	 Royal 皇朝傢俬	 文超 WENCHAO	 TPF 天普	 HEIKA 黑卡	 致·木
 KRONOTEX 瑞士卢森	 GREEN FEEN 格林菲尔	 Fsi/on 达耀 时尚潮流	 KLF 客来福衣柜	 玉美利亚	 sumy 日升 阳光 幸福 和谐	 國盛品紅木	 康乾紅木 KANGQIAN FURNITURE	 天六 天六 家具 木门
 TOTO TOTO 日本	 北京康康士 1985	 DAIKIN 大金空调	 AUPU 奥普	 多喜爱 多喜爱 家具 床垫	 考伐木匠 KOFU	 安新牌 Anxy Life	 变色龙家居 — 变色 · 环保 —	 lopal 洛派

地址:松江区中山东路东外街18号

咨询热线:021-57836066

资讯

NEWS



来串门 ——上海家协设专委首期互动交流会成功举办

3月28日下午,上海市家具行业协会在M50「多少Moreless」体验店成功举办设计专委会首期企业与设计师互动交流会,邀请企业家来到设计师“家”中串门。交流会上用互动的形式共同探索企业与设计师之间合作共赢的最佳模式。出席活动的嘉宾有上海市家具行业协会会长高伟先生、东华大学时尚创意产业研究中心主任潘瑾女士、「多少moreless」创始人侯正光先生以及上海家协企业家代表们和设专委的设计师们。

企业与设计师的合作模式一直是大家的关注点。上海家协设专委经过反复思考和酝酿,在充分了解家具企业个性和共性的基础上,策划了本次全新模式的互动交流会。交流会上通过企业家和设计师的合理搭配,分成5组,经过小组分别对3个命题的充分讨论,最后陈述小组观点。让大家在互动中能够换位思考,感悟双方在合作中真正的交点和难点。

在小组讨论之前,上海市家具行业协会会长、亚振家具董事长高伟先生首先代表企业分享了他多年与设计师合作的经验。他与设计师合作最大的感触是包容、自我反省、真诚沟通、以及长期合作的计划。华东理工大学艺术设计与传媒学院副院长丁伟先生,通过“七步闭环”、“不同阶段双方占比”、“产业链融合”等方面分享了他对设计的理解。「多少Moreless」创始人侯正光先生代表设计师分享了从设计服务到设计师品牌的心路历程,提出设计师和企业都要以开放的心态来合作。东华大学时尚创意产业研究中心主任潘瑾教授表达了对上海家协设专委此次活动的认可和赞赏,并为企业家们和设计师们带来了走向国际平台的资源与机会。

互动中,上海家协设专委设定了层层递进、实用又鲜明的3个命题:“物色好制造:如何成为吸引设计师的企业?”、“追求好设计:企业需要什么样的设计师?”、“寻觅好生意:畅想未来能让设计师和企业都爽的模式。”引起了全场热烈的讨论,各组组员在互动交流中敞开心扉、畅所欲言,企业与设计师双方能够充分表达的想法,也能尝试站在对方的角度去思考问题,打破企业与设计师之间的沟通障碍。企业家们和设计师们在思考和辩论中迸发灵感,也从各组的观点中有所感悟,纷纷表示对未来的共赢模式充满信心和期待。



命题1:物色好制造:如何成为吸引设计师的企业?

观点汇总:1.企业或品牌好的知名度会吸引设计师合作;2.企业与设计师要有共同的认知,观念契合;3.企业要有产品研发资金;4.企业要有可落地的生产工艺;5.给予设计师尊重,给设计师自由发挥的空间;6.企业要有发展眼光,能够看得更远一点,从长远和未来的角度去做产品开拓。

命题2:追求好设计:企业需要什么样的设计师?

观点汇总:1.设计师进入项目前一定要对企业文化、产业状况进行了解;2.有忠诚度的设计师才能与企业建立长期稳定的合作;3.设计不能太超前,时机不对,只能是好设计,但不会是好产品;4.设计师要善于沟通与协作;5.产品项目做完之后还要有后续跟踪,对产品修正与升级;6.有影响力的设计师能帮企业提升知名度。

命题3:寻觅好生意:畅想未来能让设计师和企业都爽的模式。

关键词:项目;股份制;共享;自由设计师;平台

观点汇总:1.股份制合作,设计师以技术入股,合作共赢。同时还要建立好退出机制;2.借助生态链做共享经济;3.要有契约精神,在公平合理的协议模式下,提前做好沟通和共识;4.搭建一个平台,企业与设计师都能参与,并在上面发挥各自的特长;5.企业和设计师做定制化产品,服务更高端客户。

企业家和设计师们对上海家协设专委组织的这次互动交流会反响热烈,通过这次的,企业和设计师相互之间有了进一步的了解,有的企业直接对设计师提出了邀请,希望能到企业参观交流,深入合作。来串门,本次活动大家意犹未尽,期待未来上海家协举办更多类似的活动。

(责任编辑:宏明)



热烈祝贺莘潮30周年庆 暨七店同开项目推介会圆满召开

3月12日,来自上海家居行业协会的领导以及全国各地的家居行业大咖、主力品牌、意向合作商及行业联盟厂商齐聚浦东和平豪生大酒店,共同见证莘潮国际家居30周年庆和七店同开的盛大传奇。

这是商机与财富的盛会。莘潮国际家居集团执行董事张晶女士为大会致辞,并介绍了百店计划与莘潮的经营理念;集团资源总监陈总及浦江项目负责人张总分别对上海青浦华新店、崧泽店,松江中山店,江苏昆山花桥店、泰兴店,安徽繁昌店二期共六个新项目和浦江项目进行了介绍;集团营销总监严火平分享了2018年营销政策及营销计划。

莘潮不同于传统家居卖场的操作模式和经营理念,开辟了家居产业新蓝海,得到了很多经销商的肯定,其中十余家品牌当即决定签约。



江苏品牌家具联盟执行主席单位、斯可馨家居集团营销总监陈钧先生、顾家家居中国南区总经理王玮先生、广东云水檀心家具总经理何武先生、摩恩卫浴上海区域总经理李芳芳女士、科勒卡丽卫浴上海区域总经理秦勤先生分别致辞表示祝贺,给予了莘潮高度的评价,并都表示愿为此与莘潮并肩奋斗,携手前行。

三十岁对个人而言,是风华正茂的年纪,而对于一家企业来说,就如同刚刚升起的太阳,站在了一个新的发展转折点,让我们共同祝愿莘潮国际家居在新的三十年来临之际和“开百店、创百年”的宏伟愿景下一路高歌猛进,蒸蒸日上!

文章内容由 莘潮国际家具 提供
(责任编辑:欧阳舒)

用“新服务”助力美好生活 ——“中国家居建材·常州高峰论坛”在江南环球港举行



全国工商联家具装饰业商会会长
月星集团董事局主席丁佐宏致辞



全国工商联家具装饰业商会
执行会长张传喜主持论坛



全国工商联家具装饰业商会执行会长
敏华控股董事局主席黄敏利致辞



全国工商联家具装饰业商会秘书长
张仁江作商会工作汇报

全国两会刚刚闭幕,一群家居行业的从业者就在常州汇集。自发学习贯彻两会精神,热议“美好生活”——3月24日,上海市家具行业协会副会长单位月星集团在江南环球港举行“中国家居建材·常州高峰论坛”及“中国家居人第三届群英会”。活动吸引了包括家居行业商会代表、制造及流通行业的企业家、跨行业专家学者、主流媒体记者等800多人参加。

与会的家居人表示,作为家居行业从业者,应当继承鲁班精神,用匠心支撑和发展中国家居行业。

中国已经走入新时代,面对消费升级的大好机遇,家居人表示,当务之急是如何满足消费升级所带来的新需求。其中,参加论坛的从事不同家具风格的制造商坦言,应当从家具制作入手,中式、欧式等样式融合,深入研究如何满足新的消费需求。

此外,与会者还达成一致,家居业更需要拥抱新技术,借用AR、人工智能等技术提升完善产品,是消费者能够获得全新体验。

“他山之石,可以攻玉。”作为东道主,全国工商联家具装饰业商会会长、月星集团董事局主席丁佐宏接受媒体采访时表示,“在刚刚结束的两会上,我在小组讨论发言时,就表示家居行业是人民美好生活的重要组成部分,衣食住行皆从家居开始。新消费时代下,家居行业必然要看齐‘新服务’,以消费者为核心,做好业态、做好服务、做好品牌。”

据了解,此次“中国家居建材·常州高峰论坛”由全国工商联家具装饰业商会主办、月星集团承办;中国经济信息社作为首席合作智库、新华网作为首席合作媒体、《中国名牌》杂志社作为品牌运营合作对论坛予以支持。

近年来,随着家居行业的发展壮大,已成功举办了两届的“群英会”规模和影响力也逐年扩大。今年是第三届,除了家居建材,还有供应商、生产商加入其中,这是流通板块的大融合,对家居行业的合作共赢意义深远。

文章内容由 月星家居 提供
(责任编辑:张亮)





上海家具行业“品牌培育”专场培训课启动

4月13日下午,在上海市家具行业协会组织下,由上海市轻工业科技情报研究所举办的上海家具行业“品牌培育”专场培训课在上海人才大厦正式启动了。上海市经济和信息化委员会都市产业处研究员(副处)徐铭,上海市家具行业协会名誉会长黄莅国,上海市家具行业协会秘书长李霞出席了启动仪式,五十四家上海家具协会的会员企业、近80位企业负责人及品牌经理参加了启动仪式及第一节培训课。上海市轻工业科技情报研究所副所长陈昌宇担任全程主持。



启动仪式简单而隆重,首先由都市产业处研究员徐铭(副处长)围绕上海企业品牌培育现实,向企业家们具体介绍了品牌培育试点示范工作情况,勉励各企业在上海市家具行业协会、上海市轻工业科技情报研究所的组织与安排下,认真学习品牌培育管理体系,深刻领悟其内涵,并将该体系有机的融合到本单位品牌培育实践活动中,培育出一批优秀的家具品牌。

黄莅国会从国内外家具行业品牌现状出发,结合上海家具行业发展特点,提出充分利用上海国际化大都市的环境优势,大胆“走出去”,通过国际化竞争,不断提高上海家具企业品牌的知名度和竞争力,打造上海家具行业品牌。

李霞秘书长对行业协会会员单位积极支持与参与本次培训活动表示感谢,希望将本届培训班打造成为上海家具行业品牌培育的“黄埔军校”,期待从中走出一批上海市品牌培育的示范性企业。

随后,上海市轻工业科技情报研究所工程师耿昊裔为企业家们讲解品牌培育管理体系总体框架、品牌战略与组织保障、管理手册编制等第一阶段培训内容。

全体听课学员认真学习、根据耿老师的上课进度和要求,每人完成了二大张试卷的考题,并以此消化了第一节培训课的内容,也便于培训老师掌握学员的实际情况,安排和辅导下一步的课程。

现场反响热烈,赢得了企业家们的肯定。大家纷纷表示,通过本次阶段课程自己受益匪浅,并十分期待下一次培训课的精彩内容。

(责任编辑:褚文正)

创新设计 引领发展

——上海家协深入走访企业,加强服务沟通

在2018年3月28日上海家协设计专委会活动上,楹镁和吾舍两位设计师品牌创始人对于家具设计的独特见解给大家留下了深刻印象。4月11日,上海市家具行业协会秘书长李霞一行拜访了楹镁家具和吾舍家具两家企业。

楹镁家具的创始人李培新总监在新能源汽车设计、环保产品设计、机器人设计等领域均有建树,曾多次获得国际设计大奖,一次偶然机会下接触到了家具设计,便一发不可收拾并创立了楹镁家具品牌,可见跨界融合设计是设计师创造更好产品的极佳途径。

李培新总监认为世界上没有最好的设计,却有最适合的家具。每一件家具都是源于设计师对生活的理解,一切家庭存在的物件都体现了主人对生活的热爱以及对家庭的热爱。楹镁家具懂得生活、懂得爱,不仅是在打造一款舒适耐用、持久艺术的家具,更是用匠心、用爱去打造家具,用家具中的细节去呈现生活中的爱。



吾舍家具是任鸿飞总监的原创品牌,致力于生活美学研究,将器物经得起时光雕琢的特质融入设计,推出符合当下东方生活美学的家具与器物。“在吾舍之前,我曾在家具企业里任职设计师。”任鸿飞总监说道,“但在熟悉了企业的模式后,这份工作越来越缺乏挑战性,我更想做自己喜欢的设计,所以我成为了一名独立设计师。”

“吾舍”这个品牌名字蕴含着两层含义。第一层含义可以直观地理解为“我家”,而第二层含义则是取源于中国人生活哲学里的“舍”与“得”,巧妙运用“舍即是得”的理念正是任鸿飞设计家具的精髓所在。

两家企业都表示,与发展成熟的家具企业相比,独立设计师能够获得的资源相对有限。因此十分期待未来通过上海家协设计专委会的平台,独立设计师品牌能走得更高更远。设计引领是行业发展的趋势,未来上海协会将更关注原创设计和设计师品牌,积极发挥设计专委会的平台作用,对接设计、企业、政府三大资源,让世界家具人都看到中国的好家具、好品牌、好设计。

(责任编辑:张亮)



担心“全屋定制家具”不合心意？市消保委推出首个团体标准

比起购买家具成品,如今越来越多的消费者选择了“全屋定制家具”。然而,原本应是度身定制的家具,却因材质、质量、费用结算等问题令不少消费者困扰不已。

为进一步规范“全屋定制”家具产品,市消保委联合上海市家具行业协会、上海市化学建材行业协会、上海市室内装饰行业协会、上海市装饰装修行业协会、上海市建筑材料行业协会及47家企业,共同制定《全屋定制木(制)家具》上海市团体标准,并于今年3月15日实施。

上海发布、时代报、市消保委微信公众号等媒体或官方渠道接受消费者报名征集到29位消费者,涉及品牌13个定制家具合同金额从11500元至128000元不等。

- 调查检测项目:
- 合同、预决算单规范性
 - 甲醛、总挥发性有机化合物(TVOC)释放速率
 - 材质标识一致性,木工要求,形状和位置公差,面积和长度偏差

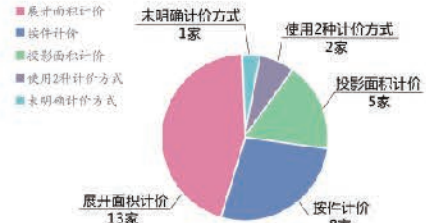
由于相关标准的缺失,全屋定制产品的设计生产安装普遍没有标准,或参考相关家具或原材料标准,不能符合全屋定制家具的实际情况。本次消费体察中,多数产品未在合同中明示产品参照的相关标准。

材质标识不规范

部分企业在合同和订单中使用不规范的名称,混淆了人造板和实木的概念。

计价方式混乱

目前全屋定制家具行业使用较多的计价方式涉及4种:
展开面积、投影面积、按件计价、延长米计价



费用结算不合理

部分定制家具的实测面积、长度与报价单、合同上标注的数据存在偏差。

19个样品的面积均有不同程度的偏差,偏差率从0.08%至23%不等,有两件样品的偏差率超过20%。

定制流程缺少衔接

定制家具通常涉及销售、测量、设计、生产、安装等多个环节,由于家具成品对于尺寸,以及与房间的贴合度有着较高要求,需要在定制流程中每个环节都做到精准化衔接。

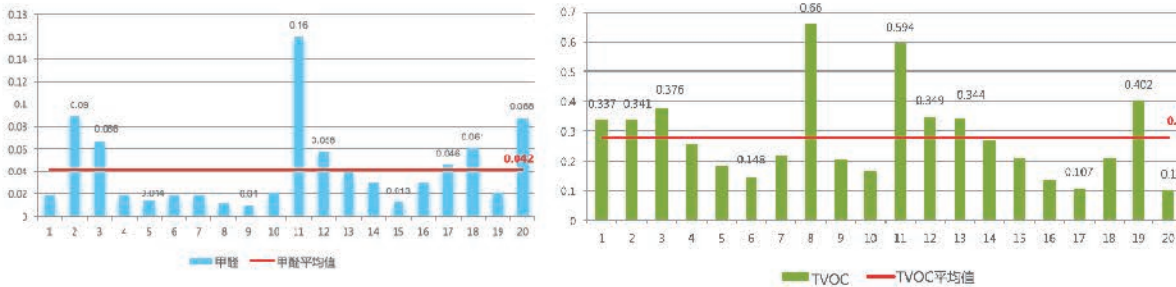


有害物质释放缺少总量控制

本次体察还对部分家具有害物质释放情况进行了抽样检测,在送检的20件家具样品中,甲醛释放量检测值从0.016 mg/m²·h至0.215 mg/m²·h不等,平均检测结果为0.042 mg/m²·h,有7件样品的检测结果高于平均值,占比为35%。

总挥发性有机物(TVOC)释放量检测值从0.006 mg/m²·h至0.743 mg/m²·h不等,平均检测结果为0.281 mg/m²·h,有8件样品的检测结果高于平均值,占比为40%。

本次体察还引入了模拟空间参数(模拟房间面积为11.5m²),计算出一定空间内板材的最大使用面积,数值越大,表示一定空间内可使用的板材面积越大,一定程度上反映了该板材有害物质的释放量较低。



市消保委建议

1、制定相关标准

全屋定制家具产品与传统家具存在较大的差异性,现行标准已不能满足现实消费需求,建议加快相关标准的制定和出台,对全屋定制家具商品和服务要求进行有效的规范。

2、约定重要事项

全屋定制家具是按照消费者的喜好和需求,以及房屋的实际情况量身定做的定制类产品,消费者在签订合同时,应当与商家明确约定涉及家具材质、式样、设计要求等重要事项,并在书面材料中得以体现,避免发现问题时,自己的合法权益无法得到保障。

3、明确结算方式

企业应当在合同或订单中明确该定制家具所采用的计价方式,并有义务向消费者进行解释和说明。对于可能影响产品最终结算价格的测量数值、面积、五金件使用情况等信息,应当做到准确明示和告知。

4、完善总量控制

企业应当将定制家具产品有害物质释放的总量控制前移到产品设计环节,在最初设计中考虑到板材叠加使用量,避免实际生产出的产品由于使用过多板材而造成有害物质过度积蓄的问题。

文章来源:上海市消保委
(责任编辑:江南)

推动品质消费,乐享美好生活

——上海市家具行业协会参加3.15宣传咨询活动



为了让更多市民了解3.15,了解家具在消费中的质量与维权方面的问题,3月15日,上海市家具行业协会派出工作人员分别参加了“上海市静安区3.15国际消费者权益日宣传咨询活动”和上海市消费者权益保护委员会(家具办)在红星美凯龙汶水商场组织“2018年3.15国际消费者权益大型家具咨询宣传活动”。

现场参与宣传咨询活动的还有市家具质量监督检查站、市皮革质量监督检查站、市木材质量监督检查站、上海家具维修中心、红星美凯龙、吉盛伟邦、月星家居等家具卖场以及艺尊轩、爱舒床垫、亚振家居龙凤床垫等家具厂商。

通过上海市消费者权益保护委员会(家具办)主任赵伟了解到:2018年消费维权年主题为“品质消费,美好生活”。这里有三层涵义:一是倡导经营者以品质消费为指引,倾听消费者声音,重视消费者诉求,不断提升产品和服务品质,满足消费者对品质消费的需求;二是引导广大消费者树立品质消费理念,追求绿色、协调、共享的消费观念,摒弃追求奢华、浪费资源、破坏环境的落后消费行为;三是完善消费维权共治格局,发挥消协组织社会监督和桥梁纽带作用,让消费者在便捷安全放心的消费环境中逐步提高幸福感和获得感,逐步实现对美好生活的向往。

通过此次活动的,上海家协和市消保委引导和督促经营者强化诚信自律意识,主动承担消费维权社会责任,自觉规范经营行为,着力构建消费维权社会共治新格局。上海市家具行业协会全力助推消费者树立品质消费观念,进一步促进家具行业标准的落实,把品质消费工作在家具行业中进行全面推广,让广大群众乐享美好生活。

(责任编辑:刘俊宏)

上海市家具行业协会秘书处荣获 上海轻工行业巾帼示范岗称号



凝聚巾帼力量,绽放女性风采——2018年3月6日下午,上海轻工业工会联合会上海虹桥云峰宾馆隆重举行纪念“三八”国际劳动妇女节108周年暨上海轻工行业巾帼示范岗命名授牌仪式。上海市家具行业协会秘书处等四十个集体荣获“上海轻工行业巾帼示范岗”称号!

上海轻工业工会联合会主席庄勤在致辞中对轻工行业各级工会组织广大妇女积极投身经济社会发展,充分发挥“半边天”的作用表示充分肯定。未来,上海家协秘书处将继续展现巾帼风采,发挥示范引领作用,再接再厉,更多更好地开展会员服务,为企业的品牌提升、创新发展提供助力。

(责任编辑:刘俊宏)



NOVAH LOFT OF INNOVATION | 诺梵上海创意展厅

LOFT A5, DANING CENTRAL SQUARE, NO.700 WANRONG RD, SHANGHAI, CHINA 200072

上海市 静安区 万荣路700号 大宁中心广场 A5幢

WORK IS A CHOICE

让用户心有所属 | 让组织大有可为



NOVAH
诺梵家具科技
NOVAH Furniture Technology