



# 以色彩解码家居 用艺术领悟设计

## ——第二十四届中国国际家具展览会亮点回顾

9月11日,由中国家具协会和上海博华国际展览有限公司主办的第二十四届中国国际家具展览会在上海浦东新国际博览中心拉开帷幕。本届展会历时4天,有2800多家参展商参展,展会净面积超过20万平,国内外买家和观众人次达到166479人,较去年增加14714人,盛况空前。上海家具杂志梳理本届展会几大亮点:



### 1. “色彩·中国家居”

位于E8B车库区的特展“色彩·中国家居”在这里展出,8个色彩情景间和4个色彩互动体验广场顺势排开来体现今年所诠释的色彩解码主题。2018年推出“色彩解码”的概念,通过三个“一”(一个展览、一场论坛、一份报告)演绎色彩在家居行业的应用和未来发展方向。“色彩·中国家居”将引导中国家居色彩流行趋势,成为中国家居色彩时尚的权威发布平台。

### 2. CREATION OF CREATORS 创造者的创造

在世博展览馆里面的COC是Creation of Creators的简称,也称作创造者的创造。这里面参展的企业都是第一次试水展览,他们都是家具设计行业的幕后英雄。COC是国内首个以综合创造者为主体,拥有线下独立展区的展示平台,涵盖平面、摄影、造型、跨媒介传播及设计等多个领域,关心产业未来的人在这里相遇,试图以此为中国家具产业转型升级提出一整套解决方案。

### 3. HOME PLUS 设计师之家

“HOME PLUS 设计师之家”更是大咖云集,策展人吴滨、曾建龙,联合沈雷、庞喜、陈林、孟也、仲松、朱哲琴、赵清、叶韦廷、陈幼坚、刘宇扬10位跨界大咖,以“無·INFINITY”为主题,纳万物于无形,融万象于当下,合力打造设计师之家,让观众跳出看产品的角度去思考设计,在艺术的环境当中去领悟设计。

### 4. 家饰生活 APP 上线

中国国际家具展2006年就推出“家具在线”线上展商服务平台,为给所有展商和观众带来更高效和便捷的参展和逛展体验,主办方今年做了重大的决策,在原有“家具在线”的基础上,推出全新的APP——家饰生活,该APP内不但融合了家具展和摩登展两个展会的服务信息,并将展商和观众进行了对接。展会结束后,还可以在APP内,与展商点对点沟通,发布采购需求等,实现展会生意的延续。

(责任编辑:刘俊宏)



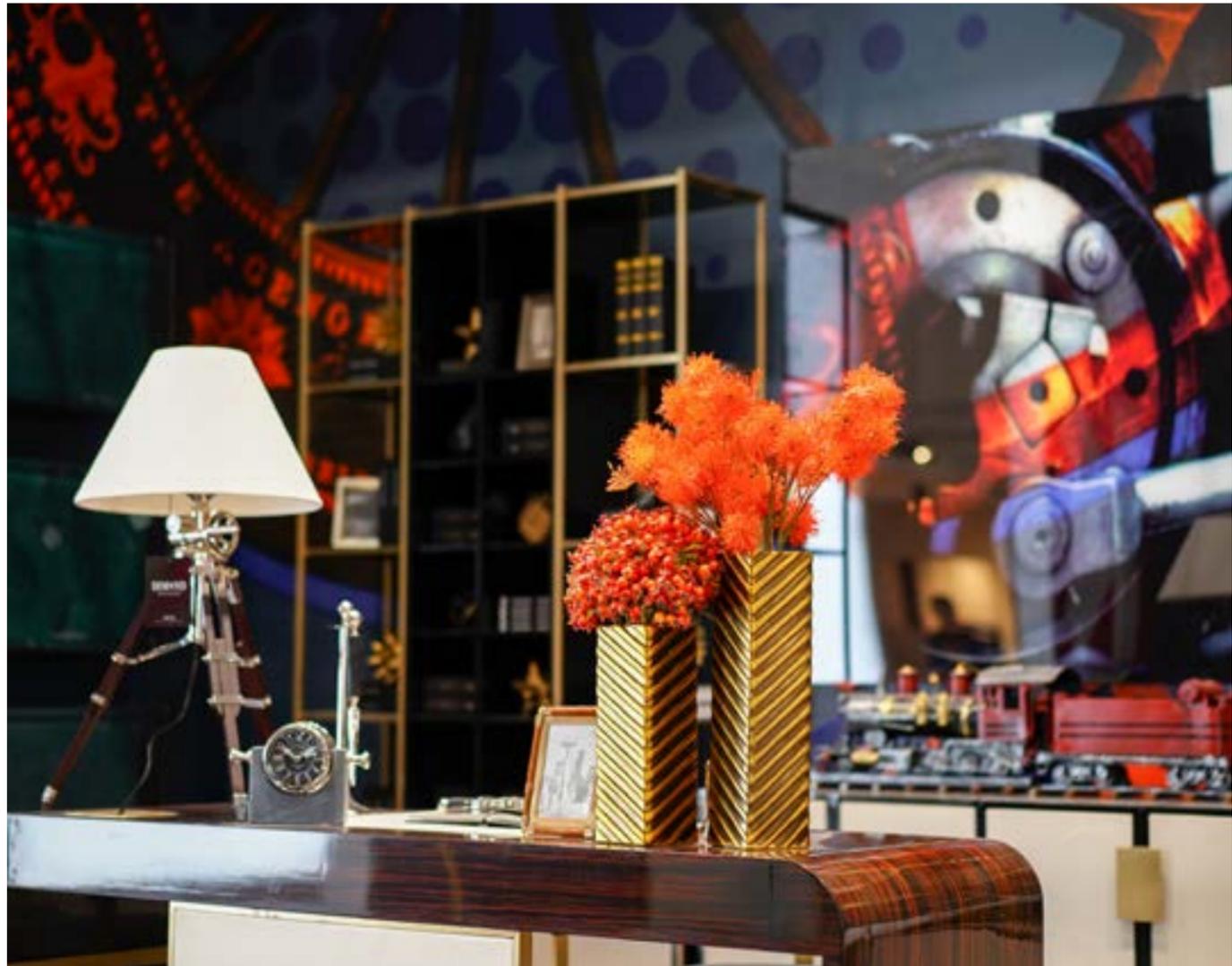
# 共创展会新品质 共享家居新未来

## ——42届 CIFF 圆满闭幕

在中国对外贸易中心(集团)下属公司中贸展与红星美凯龙的通力合作下,第42届中国(上海)国际家具博览会9月13日在虹桥国家会展中心圆满落幕。本届家博会以“全球家居生活典范”为主题,向全世界展示了大家居品质展会的新高度:原创设计、智能制造、全屋定制等行业新趋势集中展现,国内外行业精英和重量级大咖

悉数到会,共同书写人民美好生活的时代答卷。

一场“使命有高度、内容有深度、细节有温度”的国际大家居展会初现雏形,为全球家居消费市场升级和未来产业生命力赋能,为中国制造向中国设计、中国创造发展提供助力。



### 高品质刷新人气好口碑

参展品牌无论从展位搭建、新品展示还是商贸互动上都格外用心,这也让现场观众享受到了前所未有的精彩。新品质、新面貌、新市场,成功造就了中国家博会更好的口碑。中国家博会为自己的进步被行业认可备受鼓舞,同时,也对今后为行业创造更多价值充满信心。

### 新布局引领家居新趋势

为最大限度发挥家博会的行业带动力,在洞察市场需求的基础上,本届展会优化布局和结构,网罗1343家海内外优秀品牌,既有一众行业龙头继续携新品亮相,又新增近百国内一线品牌奉上虹桥首秀,以更加齐全的品类、新潮的展示,向来自全球各地的家居从业者们带来不同以往的高品质一站式采购和观展体验。



### 好活动提升设计新高度

本届家博会除了诚意满满的新品发布和创意展示之外,还联合各行业组织和业内大咖们策划举办了系列丰富多彩的精品活动。家居设计圈全员出动,无论是最有范儿的大师,还是最先锋的工艺,亦或是最有料的论坛,在本届家博会上,一个都不能少。本届家博会的设计引领功能显著提升,对行业的凝聚力和驱动力达到了全新高度。

展店赋能,打造一流平台;创新升级,丰富展会看点;优化体验,刷新展会口碑。作为生于行业、兴于行业、服务行业的共享平台,一个届届出新、持续升级的中国家博会始终坚持“从展商中来,到观众中去”的办展理念,努力提高参展企业和观众的投资回报和满意度,为行业交出一份令人欣慰的答卷。

(责任编辑:刘俊宏)



# 当代中式 家具设计的新思考

——2018 中国国际家具展中式家具观感

文/彭亮

一城双展，2018年9月10日至14日在上海，第24届中国国际家具展和2018摩登上海时尚家居展在浦东新国际博览中心、世博展览馆两地同时举行；第42届中国（上海）家博会在上海虹桥国家展览中心举办。多场设计奖项评比、论坛活动相继举行，来自全球的家具人、设计师、媒体记者、院校师生等专业人士齐聚上海，形成中国大家居产业的行业盛会。近年来，中式家具渐渐成为当下时代潮流，越来越多的中式家具出现在展会之中。通过观展，也引起我们对当代中式家具的思考。



## 当代生活方式造就当代中式家具

从国家大的背景上来说，这是一个最好的时代，国家领导人提出要有当代中国的文化自信，要实现美丽中国梦，要满足人们对美好生活的向往，都给中式家居带来了一个前所未有的发展机遇，无论是市场还是企业都在形成设计与制造新中式家具的新态势。

所谓的新中式家具是针对传统的明清家具而言，是由当代的设计师，根据当代的生活方式，与当代的美学思潮与生活方式发生关联的中式家具设计。在材料方面，不会像传统的红木家具那样完全使用珍稀的硬木，比如花梨、鸡翅、酸枝、紫檀等。更多的会采取当代的环保材料，像森林中的阔叶木，如胡桃木、榉木、榆木这些新的材料去设计制造；或者不追求用全部实木材料，加上适当的金属、玻璃、石材、布艺、皮革等当代的材料，所以她在材料上也是新的。在生产工艺与制作上也会采取更多的当代家具的先进制造工艺，或是机械化生产。

当代生活方式应该是跟我们当代的整个的艺术设计、美学、科学技术、建筑、经济都有很大关联的。因为当代人已经处在一个万物互联的互联网时代中，它会让人离不开互联网，离不开“wifi”。这个生活方式、社交方式、娱乐方式、工作方式都发生了很多的变化。当代人生活变化最大的就是建筑空间了，当代的人基本上都离开了农耕社会那样的庭院式的田园生活，基本上是居住在城市和城镇的住宅小区、现代高层建筑的单元房的生活方式。虽然这种居住的空间变了，但是现在中国人对自己、对我们中国



彭亮（左二） 中国家具协会设计委员会副主任  
全联艺术红木家具专业委员会专家顾问、  
教育部教学改革示范专业“家具设计与制造”专业带头人

的这种传统美学，传统雅致生活方式的追求，依然能以一种新的形式进入到我们的当代生活中来。比如说我们依然会有茶室，有书斋，有客厅，有起居室，有餐厅，但是这些建筑的空间跟我们过去农耕文明的建筑空间相比，它本身就发生了很大的变化。

我们现在当代的中式家具设计，或者新中式家具设计有一个大的前提，她是在当代的建筑空间中展开的，那她的尺度、功能、造型，都要跟当代的建筑空间相吻合。



## 用中国元素设计当代中式家具

当代中式家具设计是允许有不同的设计师，不同的企业，不同的品牌，他们都会有自己的在设计方面的取舍和偏爱。但是针对于传统家具而言，她会有意识的去做一些相对应的选择。比如：有的会在清代家具的基础上去做进一步的减法或者改良设计；有的会更偏爱明式家具，来把她作为一个学习或者借鉴的蓝本，然后在这个基础上设计成当代的家具设计；也有的会上溯到宋代，就是说把更简约的宋代风格作为取法和研究的对象，去做当代的宋式家具设计；甚至有的，会上溯到唐代、汉代、春秋时代去挖掘中国传统艺术设计的元素。

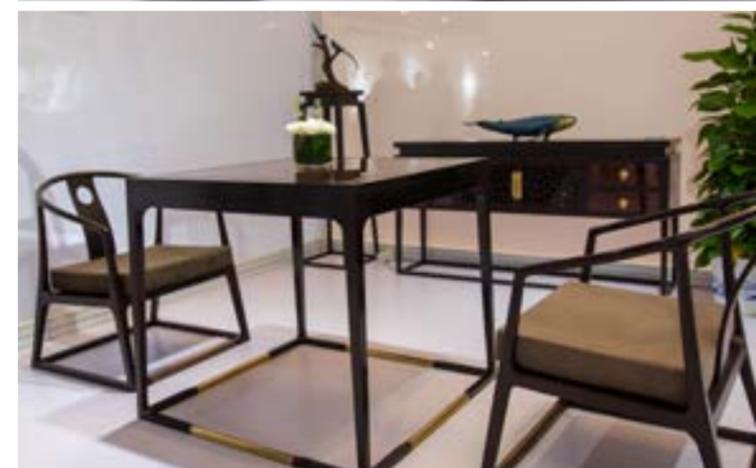
所以这里面本身就是一个多元、多风格、多形态的，但是有一个共同的地方就是，他们或多或少都会带上这种当代的设计烙印。毕竟是生活在当代中国，生活在21世纪，他们要面对的终端消费者也是生活在21世纪的人们。当然这些消费者也会分为40、50后，60、70后，或者80、90后，尤其是随着这些新生代逐步

成为消费者的主力，慢慢的会细分出不同的族群来。不同的族群对当代的中式家具或者新中式家具设计都会有他们的不同的爱好。40、50后更偏爱传统工艺家具，但是也不是完全复古的中式家具设计，或多或少会保留一些雕花、保留一些装饰、甚至会保留一些传统的硬木的材质和形式；60、70后的消费者对雕花、装饰和硬木材料就不会那么关注，他们更多的是关注功能，关注跟现代建筑空间的吻合，或者喜欢更加国际化一点，更加现代化一点，或者会有一些当代的时尚元素的设计。另外，不同的地区也会有不同的爱好。上海偏向于海派风格，而粤港澳更多的是广作风格，但是到了北方、到了北京，他们更多的会有一些过去的京作家具和皇室家具的因素在里面。正所谓一方水土养一方人，没有必要为新中式家具作一个明确的风格的标签。

中式本身就跟艺术创作、跟审美、跟地域有密切关系。但是需要警惕的是，有相当一部分不成熟的或者比较幼稚的所谓新中式家具，她是在借鉴明式清式的基础上适当的做了些减法，而这种减法是把她变成了一种比较容易快速复制的贴标

签的手法，一种符号化的比较低级的或者比较低俗的设计手法。比如找到一个牡丹花、一个八仙、一个如意、一个祥云，就把它复制到整个住宅家具的成套系列里面去。而真正的、未来的、或者已做得比较成熟的新中式家具设计，更多的是提取宋式、明式家具的一些神韵、骨骼，而不是去把他们复古，更多的是会把这种神韵跟当代的家具的形式融合成一种更加具有当代功能又符合当代人生活方式需要和审美需要的去符号化的真正骨子里的中式家具设计。比如说卢志荣老师的作品是没有任何雕花的，他会把我们宋代的砚台去作为茶台，但是他会把过去那种造型端砚的雕花彻底去掉。又比如说朱小杰老师的澳珀，上海侯正光的“多少”，山东济南的沈宝宏老师的U+，还有在商业化上也做得非常好的广东顺德的阅梨，像目前这些真正能够代表我们当代中式家具设计的主流当代中式家具设计品牌，他们都有意无意的没有去仿古，而是彻底地把那些所谓的雕花、装饰符号去掉，设计上更接近我们历史上的美学高峰，像宋式家具这样的神韵。

我们过去从宋式的一花不雕，到明代的关键局部地位雕花，到后来的康乾之后的满雕，它是一个加法的过程。我们现在实际上在逐渐走向一个当代的过程，我们是在走向一个去装饰化、去符号化、去写实化的，更多地走向无相化的一种现代简约风格的设计。

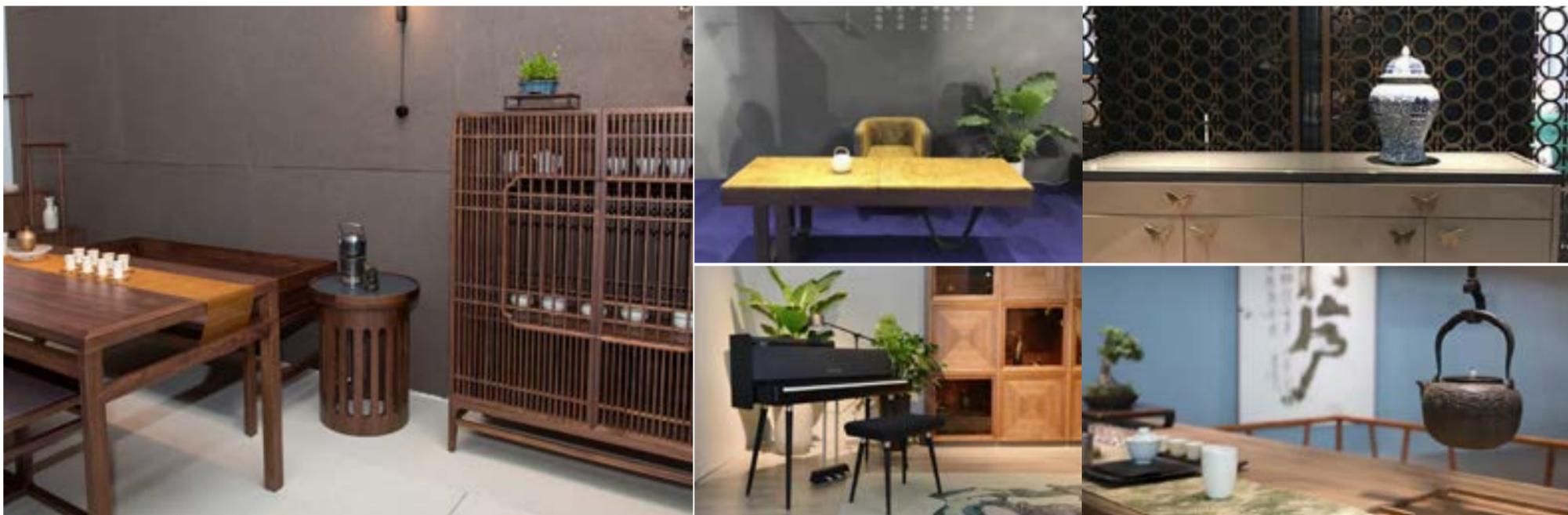


## 当代中式家具正当时

新中式家具设计应该把这个“新”字去掉，变成真正的21世纪当代中式家具设计风格。这种设计风格是骨子里的中国，但是她会跟在全球都得到普世价值认可的北欧有机风格、日本侘寂美学的设计风格走向一致。她会慢慢变成既是东方人、中国人非常喜爱的一种当代家具设计，又与全球具有普世价值的绿色、环保、生态、简约的家具设计慢慢走向融合。在这个融合过程中，还有一部分会变成一种在国际上代表东方的，具有东方美学魅力的当代中国家具设计。

这里面会慢慢产生一些东情西韵、中西混搭的家具设计风格，其中有一些会跟欧洲的新古典、装饰艺术风格和后现代家具设计走向融合，另外一部分也会更多地坚守我们中国自己独有的“琴棋书画诗酒花茶”的当代中国雅致生活方式。未来的家居设计应该是走向你中有我，我中有你的多元混搭风格，但是，会有一个整体的时代潮流就是走向当代、环保、生态、健康的生活方式，这是一个浩浩荡荡的世界潮流，谁都不可违背的。

(责任编辑:刘俊宏)



SHERWIN-WILLIAMS.



我的水性漆，让您更省心。

SHERWIN  
WILLIAMS.  
SINCE 1866

华润涂料  
SINCE 1991

valspar  
SINCE 1866

家协在两展

AT THE EXPO



顾人的需求。致艺融合了现代人在快节奏的都市生活中,对于舒适、休闲家居生活的追求和在艺术与美学的浸润中不断提升的生活品味,为现代美式家具轻奢路线引领者。致艺在所有的门店,用户居住环境和商业环境中,都保持着一贯的艺术生活风格,同时提供与产品匹配的灯具、饰品、摆件、挂画、床品等用品,从细节处烘托出整体艺术氛围。

## 发力突围的进击之路

致艺家具对于高端艺术风格的理解和运用,与其深入外贸市场十几年的积累是分不开的。2001年随着中国加入世贸组织,致艺家具也开启了外销市场,先后与美国贝克家具、韩国汉森家具等国际品牌建立了合作关系,贝克家具被称为“美国家具之王”,已经有125年历史,是美国最奢华的家具品牌,注重创新设计,引领着世界家具潮流,对于家具工艺的要求也非常之高,比如,有种家具表面要出现一粒粒稻谷的感觉,不仅要表现出逼真的画面,还要有立体的触摸感,粒粒分明。然而,再极致的工艺要求,致艺都出色地完成了,并且在外贸产品销售的过程中,逐步积累了国际领先的加工技巧,为保证品质的稳定,还专门组建了一批优秀的技术人才,为品牌内销产品的成功奠定了基础。



# 致艺美式家居

## 风格之外 更是生活

### 打破传统的美式家居

说起当下最流行的色彩,必定是来自意大利画家莫兰迪创作的“莫兰迪”色系:高级灰色调。不鲜亮,仿佛蒙上一层灰;不张扬,却在整个画面中相互制约、互相抵消,让视觉达到完美平衡,带来平和自持、舒缓雅致的感觉,让人越看越喜欢……作为家居与时尚圈的宠儿,莫兰迪色因《延禧攻略》今年夏天被刷屏网络,为更多人所熟知和喜爱。无独有偶,在刚刚结束的第24届中国国际家具展上,致艺以“莫兰迪灰”展厅现身E6设计馆,其高级,百搭,温和,显示了色彩搭配的无限可能,仿佛并不急于去凸显自己,而是把生活的艺术娓娓道来,唤起我们内心某种温柔细腻的情感,彰显了其“让艺术走进生活”的品牌理念。

致艺家具成立于1996年,是一家以时尚美式为主的现代化家具企业。20多年来,专注高端家居设计,打造出了一个富有设计内涵的当代家居品牌,获得“著名生产企业”、“优质产品奖”、“名优产品”、“优秀设计奖”、“推荐品牌”等荣誉,产品销往美国、加拿大、澳大利亚、韩国、英国、日本等世界各地。从诞生到现在,致艺家具一直围绕着时尚轻奢美式来打造产品,保留美式家具讲究舒适性、实用性、多元化的特点,摒弃原来传统美式体积大、厚重的特点,运用当下世界流行色彩及巧妙的金属装饰。

到过致艺美式家居陈列馆的人肯定都有同样的感受:大气,随意,不繁琐。美式的关键词就是“cozy”,即舒适,能充分照



面对国内市场,致艺从为星级酒店定制家具开始发展,凭借高品质和好服务,在业内建立了良好的声誉,为近百家星级酒店提供过定制服务,其中有威斯汀酒店、浦东四季酒店、JW万豪酒店等等。有了服务国际市场和星级酒店的经验加持,致艺下一步便开启了自主品牌建设之路。他们发现当代消费者更注重的是产品设计和用户体验,所以将外贸的品质和设计引入国内,倡导“让艺术走进生活”,打造现代时尚轻奢美式家具。

随着国内中产阶级的崛起,倡导舒适、休闲的美式生活方式的致艺家具大受欢迎,这是一种机遇,但不可避免的是,同类竞争的品牌也越来越多。对此,致艺表现出十足的信心:致艺有自己一贯坚持的风格,对比国内其他美式品牌的产品,在尺寸、颜色、设计上区别显著,几乎没有可比性。未来,致艺将继续把时尚、艺术等元素贯穿在产品设计中,让艺术走进顾客的生活,充分地展示当代人向往的生活方式,这就是致艺最大的优势。



## 探索生活的原创家具

深入到具体的产品设计，致艺将以人为本作为产品基本理念，从传统的美式家具中寻找舒适随性的生活元素，结合现代人对时尚轻奢的文化生活理念，构建出当代美式家具独有的居家风格。他们从以下三个方面来体现产品：设计、质量和细节效果。在设计上，摒弃华而不实，充分考虑到品质生活空间中的各种需求，工艺上不断优化，尝试木材、布艺、皮料、金属、石材、贝壳等多种材料搭配，使每件家居用品都尽可能的展示全新的时尚的艺术效果。如一款名为《进之阶》的简约书柜，铜把手以Art deco纹样为灵感，内部嵌饰一级进口彩贝，波光粼粼，光彩耀人，仿佛置身于海滩之上。

家具与人朝夕相伴，其质量的重要性不言而喻。当下，环保更是受到国家和行业严格管控，致艺从传统的油性油漆工艺升级为现代化的水性涂装，生产过程和成品

都高于国际环保标准，严格把控着木材板材等用料的环保等级，以现代工艺及水性涂装再造经典，突出当代家具的环保、舒适及优雅，致艺的涂装环保在行业内遥遥领先。

当代人的生活中对于智能设备的使用，对卧室家具的舒适性的需求，各空间功能定位的多元化等都有更多要求，致艺会在产品雏形符合定位的气质后，在一些比如书桌，床头柜上增加方便充电的USB接口等。不过这些也不是一成不变的，随着科技的发展，元件也会随之更迭。致艺的设计师将工作与生活都作为素材的来源，有针对性丰富自己的生活与工作活动，丰富脑中线条，材质，色彩等内容的储备，提



高对色彩的把握，材质的搭配力。一件美式古董家具局部形体，一幅油画的配色，一件CHANEL包包的绗缝线……都会给下一件新品在形体、配色、装饰提供更多方案。

## 信念坚定的未来展望

今年展会上的产品由致艺与意大利设计师马利奥共同开发设计，他们在100种灰色中，挑出了现在的高级灰，最终呈现在大家面前。虽然居家搭配对于“莫兰迪灰”的定义是非常宽泛的，但也遵循着一定的规则：色彩浓郁，有韵味，而不是一片死灰；尽量做到每一种颜色在搭配里都是和谐的、合适的，表现出某一种倾向的氛围。致艺在灰色的主体上配以经典的象牙白，浑然天成，在局部配以或装饰或功能的铜色金属，就像清晨第一缕曙光，让优雅的家具体平添了几分轻奢的韵味。

从今年选用流行色为展会主色调可以看出，致艺在定位产品和设计上有了一个更大的飞跃：跟随市场的需求，而不是仅仅突出产品的亮点。更贴近消费，更贴近需求。为市场思考更多的理念，促进了这套产品的诞生，带来的此次展会的大获成功。

谈及未来，致艺表示依旧会把产品放在第一位，不管市场上流行什么，都坚持现代美式风格，并且沿着这条路不断深挖下去，精益求精。在此基础上，深入钻研市场，如今“千禧一代”逐渐成为消费主力，未来三年，致艺都将把80、90后作为主要用户，让品牌与产品随着用户群的成长而成长，设计上继续推行艺术化、多元化，持续引领行业潮流。

(责任编辑：褚文正)





# A-Zenith 亚振

## 人文格调 艺术盛宴

9月的上海迎来全国最大的家具业盛会，第42届中国（上海）国际家具博览会和第24届中国国际家具展览会9月10日至14日相继举行。海派家具代表亚振家居为观众带来了新品，呈现了艺术家具盛宴。

### 东方人文 世界共赏

在第24届中国国际家具展览会E6品牌设计馆亚振家居旗下品牌AZ1865首度亮相，设计师们以心怀东方的人文情怀，汲取世界家具文化之精髓，凭当代装饰艺术手法，为广大观众呈现时尚舒适的新海派雅致生活。

亚振家居总裁办主任、新海派事业部负责人李立辉先生，在接受上海家具杂志采访时，针对新品从设计思想、用户体验、竞争优势等多方面向我们做了诠释。原创品牌AZ1865定位于新海派家具，是对艺术家具的发展。作为一种探索，新海派不局限于一种风格，是多元的，包括明清，还有几分北欧、意式、美式，是多种风格的融合。



品牌AZ1865推出三个系列产品，[本然]、[觅上]、[无同]。[本然]亲近自然，回归传统女性美的风格；[觅上]时尚，走的是曲线美，更像是一个雍容的贵妇人；[无同]追求个性化，天圆地方，表现出来使用者更大的气度。

AZ1865探寻生活的本质，让空间里的一桌一椅、一床一柜充满东方人文气息，并以包容之心，融入西方人文关怀，为当代青年打造有格调的家居氛围。

亚振家居面对市场的变化以及竞争的日益激烈，将不断锐意创新，坚守匠人之心，设计制作符合消费者需求的差异化产品，而此次推出的原创品牌AZ1865即是专为社会精英尚雅人士打造的气质家居。

### 匠心工艺 智享生活

亚振定制携多款新品家具在中国（上海）虹桥家具博览会震撼登场，吸引大批客商流连忘返；九大空间，精致格调，一场解读当代社会精英人群生活方式的艺术家居盛宴，在这里呈现给观众！



亚振定制的设计研发团队在充分研究当前家居潮流，设计出符合国人居住的家居空间。九大空间私人定制的精彩呈现，让理想的梦想家居生活完美拓展。

亚振定制继承亚振家居进取突破的匠心工艺，在追求产品不俗颜值的同时，也不忽略产品本身的功能性，智能化家居模块的融入，让消费者生活更舒心。感应式LED灯、细分收纳功能格，新风净化系统等。在亚振定制的设计中，产品的优雅不仅在于形式，更在于细节。有颜有料，内外兼修，重新定义生活方式和品质。品质生活，智享舒展！

设计“LINK—生活”，亚振定制关注家庭整体空间的呈现，更关注家庭中个体的自我表达；亚振定制对每个个体世界的敏锐感知、对每一处细节的深思构划、对每一点空间的创造性利用、对每一寸材质和每一项科技应用的选择思考、以及对成品品质的精工苛求，为用户呈现出设计“LINK—生活”的无限可能。亚振定制设计超越期待的生活！

(责任编辑:褚文正)





# 澳瑞家居

## 联手出击 品牌新形象巡礼完美落幕

9月13日,历时四天的第42届中国(上海)国际家具展览会圆满落幕。上海国家会展中心再度聚焦了世界设计圈的目光,前所未有的海量家居设计吸引了世界各地的设计师和爱好者。作为海派家具的领军代表企业,澳瑞家居这次也不负众望,携手澳瑞·图兰朵 TURAN-DOT 和新品澳瑞·范诗 VINCECASA 闪耀全场。

新潮的现代海派设计理念,完美的新品展示,澳瑞家居各个层面都是亮点频现,吸引了设计圈和知名媒体大咖的广泛关注,数天下来,澳瑞家居收获了丰硕成果,范诗品牌风格得到了行业的高度认可,共有35个地区大量客户准备合作,图兰朵也收获了众多准意向客户,比如来自桐庐、东莞、张家港、乐从、成都、台州、赤峰、大连、长春、昆明、杭州、西安、重庆、南昌等城市的品牌合作客户及意向合作伙伴。本次展会,澳瑞家居携手战略合作品牌顾家集团,为数万名客商奉献了一次精彩绝伦的展出。



值得一提的是,顾家携手戴昆给澳瑞·图兰朵 TURAN-DOT 赋予了全新的形象,这是一个符合当代年轻社会精英崇尚雅致与摩登生活态度的品牌,雅致中彰显摩登,摩登中凸显品位,从外观气质到内在文化元素的应用,无不彰显着澳瑞家居深厚的海派创新力与品牌号召力,引众多海外参展者瞩目。此外,顾家将与知名室内设计师戴昆联名推出具家具行业的第一份设计师色卡,这套独具中国特色的六色色卡,由 NCS 专业工程师监制完成,专业性可见一斑。

澳瑞家居创建于1993年,经过25年的发展,澳瑞家居始终以最具前瞻性的审美视角和创意设计,开创着中国海派风尚家居业之先河。澳瑞家居也凭借其强大的产品设计能力和完善的品牌营销体系为海派家居树立了榜样。从贝拉·维塔(BELLAVITA)到亚奢王·固装;从图兰朵(TURANDOT)到范诗(VINCECASA),澳瑞旗下四大品牌始终都传递着澳瑞对“成功、卓越、时尚、悠享”的生活主张。从全球艺术、各类文化中汲取灵感,探寻最佳生活方式与生活意识形态,让每一款产品都带着海派特有的尚雅烙印而璀璨生辉。

作为中国海派家居行业的领跑企业,澳瑞家居有着宏大的发展规划,在持续深化新海派家居品牌战略路线的同时,澳瑞家居继续以一线消费需求为本,并与国礼级大师袁洪滨先生所创的洪滨丝画美术馆携手战略合作,以强大的研发设计能力和品牌运作能力为驱动,引领中国海派家居行业的强势发展;以庞大的企业规模和卓越的品牌实力,开拓海派家居新的产业格局。

(责任编辑:江南)



# 艾宝家具

时间为名 空间为型 创意未来

此次中国国际家具展览，艾宝家具携旗下品牌“今致NOW&FUTURE”与“唐堂”，在当代设计馆E6-C06展位亮相，一跃成为全场焦点。灵动的轮廓，鲜活的色彩，年轻的活力，展区内弥漫着精致与欢乐的气息。

以“设计、分享、时尚、环保”为价值诉求，每一件家具都在简约的面貌中展现出轻松的美好。“每个人心里都住着一个孩子，生活为何不因家具的存在而轻松一点？丢掉风格的包袱，超越地域界限，今致NOW&FUTURE所瞄准的，是当下的生活与设计的未来。”无论色彩、轮廓如何变化，其中蕴含的核心设计思路始终如一。受传统建筑与当代建筑的启发，今致NOW&FUTURE从中探寻到了一种关于产品美学的设计方法，称之为“感性几何”。

相比“唐堂”这一成熟品牌，今致NOW&FUTURE在市场与消费群体定位上，会更偏向年轻与时尚，把目标受众锁定在以80、90后为代表的都市新贵这一消费人群，研究这类人群的生活方式与消费特点，带给用户惊喜与愉悦感的产品体验。能够让更多的人享受到好的设计，这是艾宝一贯的追求。从2015年开启中国原创设计，艾宝家具已经成为原创家具行业的中坚力量，3年多的实践活动，艾宝更加坚定了这一目标，更有使命、信心与力量去深化中国原创设计，结合中国传统造型与现代工艺，制造出属于中国的高端家具品牌产品。



上海艾宝家具有限公司成立于2000年，拥有多年积淀的欧洲进口家具品牌代理及销售的宝贵经验。2015年艾宝家具启动中国原创品牌计划，先后推出唐堂、Fabio范和今致Now and Future三个各具特色的子品牌。在人文气息把握、传统再度思考、创新意识与环保概念等方面成为市场引领。

今年，艾宝在江苏南通的工业园投资了第一家工厂，在设计规划上就贯彻花园式生态型的概念，通过科学设计及新型材料使用，力求创建成现代化、零污染、环保型的花园工厂，助力现代化品牌升级，再创辉煌！

(责任编辑:褚文正)



# 优家·家居

生活就需要优+品质

九月的上海，酷暑渐渐消逝，秋风如约而至。在第二十四届中国国际家具展览会上，以“老百姓买得起的好家具”为经营理念的优家家居吸引了广大观众围观驻足，纷纷进来了解优家品质家居，人群络绎不绝。

展览空间内优家家居每一件家具都是经过设计师精心设计，享受美式带来的快乐，灵感与时尚共存，为生活打造别具一格的艺术佳品，因艺术而设计，因设计而美好。时尚色调相搭配的简约装修风格，给人以简约时尚，却不失奢华典雅之感。

本次展览优家产品涵盖了家居、饰品、窗帘乃至床上用品等家居软装配套的所有产品。其主要家具产品，以现代简美和简欧为主流风格。其中，卡梅隆系列产品则更为精致，适用于中及以上户型；林肯系列产品，属于刚需产品适合小户型。优家家居产品满足各种不同消费者的需求，受到众多经销商的关注。

高品质，低价格，“老百姓买得起的好家具”更是优家家居多年来所坚持的方向，以品质为核心，创新为导向，主打年轻时尚品牌潮流！优家家居以其严格的产品选择、时尚的展厅设计、精准的市场拓展、专业的售后服务，充分诠释了极致的优质生活，引领高品质的生活方式，打造出舒适、高雅的家居生活，处处彰显出时尚、美观、温馨的生活格调。

优家家居企业机构自1997年开始创建，一直是一家专业从事于产品研发、生产、营销于一体的集团公司。总部位于上海，占



地面积16万多平方米，开发生产的客厅、餐厅、卧室、书房等系列产品已形成了立足国内，面向世界的销售服务网络，在上海、浙江、马来西亚、越南等都有自己的工厂，并且在德国拥有独立的睡眠床垫研究中心，创造了众多行业内领先的专利技术，通过不断创新在同行业竞争中确立优势地位。

(责任编辑:宏明)



# 科默家具

## 引领极简新风尚 共享意式盛宴

# QUALITY

意式设计,被认为是浪漫与艺术的结合,近年来备受推崇。从开到现在,科默家具都坚持着现代、简约、优雅的设计风格理念。今年展会上,科默展示的两套新系列,主题依旧围绕一贯的意式现代简约风格进行延展,将艺术与功能紧密结合,简约却不乏时尚与高贵。在展会现场,两大系列都受到了众多同行和客户的广泛好评,反响十分热烈。此外,今年科默还在展厅的符号化方面做了一些探索和创新,比如通过用多种方式演绎一个蕴含着爱、团结、和平含义的徽标,来表达对消费者的美好祝愿。

秉承意大利引领全球时尚的设计理念,科默与意大利著名设计公司DAC合作,倾力打造出“简约之中见品位,细节之处见匠心”的风尚家居。作为文艺复兴的发源地,意大利设计已成为世界标杆。而纯正的意大利式简约设计和生活方式,透露着高贵的气质和无处不在的艺术感染力。作为专注于意式极简风格的科默,在外销强大的产品品质保障的基础上,积极开拓国内市场,针对国人当下的消费观、审美观进行创新设计,使得居家生活氛围绽放全新意式风采。

科默家具成立于2001年,始终坚持“品质源于细节”的宗旨,融合精准先进的世界级自动化生产设备和科学的现代家具管理模式,完美诠释意大利现代板式家具优雅简约,低调奢华之精髓。COMO·科默的每件产品都经过至少40道工序以上的精确加工和各环节的严密质检,所有的产品和部件均是以毫米甚至于微米来精确制造。时至今

日,他们仍然不断引进国际领先的设备和技术工艺去满足全球客户对于设计、质量和环保日益增长和变化的需求。

科默相信品牌价值是在日积月累地坚守、推进和创新着:以客户为导向,全面质量管理,品质源于细节的宗旨,向全球客户提供高效优质的服务,这才是“COMO·科默”赋予客户的价值。

(责任编辑:江南)



# 丰贸群 INTEGRATION

## 整合发展新模式 激活生态服务链

以承继在台湾多年的制造技术与经验的丰贸群企业,在第24届中国国际家具展上吸引众多观众。丰贸群企业1995年始建于台湾,于2002年将生产基地迁至上海,2007年之后将工厂转至浙江。丰贸群一直以构建规模化、专业化的加工制造,高效的管理、拥有实力雄厚的研发团队而著称。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、不断的创新、专业生产技术赢得广大客户的认可,产品远销美国、加拿大、欧洲、东南亚、澳大利亚等30多个国家和地区。

本次展会丰贸群带来了胜阔与罗莉亚两个家居品牌参展。胜阔家居主要从事意式轻奢家居产品的设计、研发、生产和销售,是为中国高素质中产阶层创立的家居品牌。传颂生活美学,传承传统工艺,回归家的本源,赋予情感归宿的家居品牌,本着为消费者创造美好生活的信念,胜阔家居应时而生。采用意式风格设计,加以纯手工制作的手工艺,打造出独特的纯实木工艺家具,产品线条简约流畅,取法天成,魅力独具,搭配简约时尚的风格,鲜明的色彩层次,尽显超凡舒适的经典品质。

而罗莉亚是胜阔下面的子品牌,以满足当下年轻人的刚性需求,设计上采用现代意式,同时又带有北欧风格,展现更时尚,更简洁,更个性化的休闲家居生活概念。



在采访中,丰贸群总经理陈颖利先生向我们介绍:丰贸群是专注于制造,是工厂总部。中国国际家具展有内销和外销,此次丰贸群参展以总部姿态来参展,主要是丰贸群产品大多做出口外销。同时,有一些产品可以内外销合并,包括与各大品牌配套的产品。这里胜阔系列和罗莉亚系列就是内外销并重,我们在做国内推广的同时还向国际化的推广做努力。这些年来丰贸群在运营上也随着市场的变化在不断的调整。过去是传统制造业,现在已经转为制造加品牌,加服务来做运营。以消费者的心态来做制造,满足广大消费者的需求,来创造一个双赢的机会。

(责任编辑:宏明)



# 楷模家具

## PRAGMATIC

### 务实求真 锐意进取

今年中国(上海)国际家具博览会上,国际大牌云集、国内精品荟萃。楷模家具作为国内知名家居企业,携旗下NAAT拿铁、PUSU普术与COOMO HOME三大优势品牌,亮相两大展会。同时,楷模家居生活馆第六代实体店,也在上海吉盛伟邦家具村盛大开业。

几个品牌中,NAAT拿铁与PUSU普术两个品牌来自于楷模19大品牌系列,属于意式现代简约风格产品,都是非常成熟的经典品牌,经过市场多年考验,成为大众青睐的产品。而COOMO HOME是楷模精心打造的全球买手服务平台,通过引进国际优质商品,以满足国内消费者对更加丰富和高品质生活的需要。

面对新中产阶级崛起,消费全面升级以及个性化需求增强等变化,楷模对产品进行了不遗余力的升级迭代,以满足时代新需求。展会上几大品牌系列产品正是其创新和升级后的成果呈现。一路走来,务实求真的楷模家具,尽管已经发展成为行业最具影响力的品牌之一,但依然十分低调。熟悉楷模家具的人都说这是一家一直在默默地做实事的企业。

作为一家有前瞻眼光的企业,楷模家具一直在按自己的步伐前进。譬如,在定制还未流行的10年前,楷模家具已经开始布局定制整体家居,如今其全屋定制涵盖了硬装、软装、配饰、家具、家居用品等等,成为行业整体家居的领先者。从定制时代跨入人工智能时代,楷模家具同样率先突破在智能制造领域的运用,并已形成完善的体系,在市场上深受消费者的欢迎。



楷模家具在人才和服务上更是下大功夫,要求导购员设计师化,设计师导购员化,做到真定制,提供优质产品和服务,对消费者负责;提升客户服务体系,在时间与情感的投入上巨大化,将每一位客户都当作千万客户提供服务。经历了定位、积累,最终爆发阶段,楷模的巨大成长,背后离不开它拥抱变化与默默耕耘的实干精神。本届上海家具展虽已落下帷幕,但楷模拥抱趋势、高歌猛进的步伐,从未停歇。

(责任编辑:褚文正)



## FINE 精制家具

### 不忘初心 坚守风格

# HOLD FAST

在第24届中国国际家具博览会中,以美式风格而著称的FINE精制家具馆中观众络绎不绝,纷纷被纯正的美式风格家具所吸引。本次家具展,FINE精制家具带来了与时尚杂志《ESQUIRE》共同合作推出的“时尚先生”全新高端家具系列,另外还带来了针对中国市场的全新品牌FINE EDITIONS。

“时尚先生”系列通过时尚杂志《ESQUIRE》的标志性镜头,结合了FINE精制家具的质量和工艺,从男性时尚、文化和风格的世界中汲取源源不断的灵感。将现代元素融入古典元素之中,材料的兼收并蓄,如深色石墨和科涅克皮革的结合、金属细部和镶嵌装饰的结合、烟熏玻璃和古董镜子的结合。该系列以五种独特饰面为特色,混合了莫桑比克的图案、卷曲的枫木和灰白贴面。饰面包括莫桑比克图案上的白兰地色、卷曲枫木上黑色以及桤木薄片上的爪哇色。由美国梧桐蓝和纯正英国赛车绿组成的附属精品家具饰面,其灵感来自于汽车世界最具标志性的色彩之一。而这款祖母绿颜色的独特历史可以追溯到100多年前,它出现在不计其数的赛马图标上,为这个系列增添了一抹微妙的男性色彩,更符合当代消费者多样化的审美和品味。



而FINE EDITIONS品牌则由设计师从美国加州惬意的葡萄酒庄生活中汲取灵感,自然的设计元素源自美国,轻松而随性的造型与变化独特的涂装工艺为该系列平添了休闲的情调。现代美式田园风让人有种远离都市的喧嚣,远离忙碌的工作和紧张的生活,回归自然轻松写意的生活,从简单舒适家具环境中体验生活的“精制”。这次是专门针对中国市场进行设计和改良的,它一改美式家具粗犷、豪放的印象,让人眼前一亮,原来美式家具也可以这样精制、优雅。美式不一定只有西部荒野的风沙,同样也有纽约的精制霓虹。

FINE精制家具坚持产品风格定位,专注美式风格家具多年,虽然市场的风格趋势一直在变化,但是美式风格依旧是FINE精制品牌的主打。以美式风格为品牌基石,将多种风格与美式风格相融合,不忘初心,坚持风格,才是FINE精制从市场竞争中脱颖而出根本。

(责任编辑:褚文正)



# 慕思寝具

## 整合研发资源 缔造健康睡眠

# RESOURCE

好的睡眠关乎到人的健康以及精神状态,随着人们对健康的关注,寝具已经成为市场的热点。在第24届中国国际家具展中,慕思展馆格外引人注目。

本次展会上慕思寝具的两个主要参展品牌,慕思3D和慕思凯奇都分别带来了新产品。慕思3D从日本丰田集团成员爱信精机集团引进太空树脂球,而凯奇则从意大利Technogel®引进凝胶,都应用于床垫产品的开发。太空树脂球产品,具有独



特的全维度形变,相较于普通弹簧,更加贴合,能将人体的压力均匀释放出去。而凯奇引进的意大利凝胶,由固液两种形态结合,具有非同一般的支撑力,提供了一种全新感觉的漂浮式睡感,全面释压。

如参展所见,本次慕思带来的核心材质——从日本丰田集团成员爱信精机集团引进的太空树脂球,这是继3D材质后,慕思对寝具行业床垫材质的再次颠覆。事实上,这些年,慕思一直在整合全球优质资源方面不断努力,不只组建了以法国设计师莫瑞斯为首席设计师的国际化设计团队,更有全球三大研发中心。希望能从设计、智能技术、先进材料等方面不断提升,为消费者带来更多更好的床垫以及产品品类。

随着消费群体的年轻化,消费者对时尚外观,智能化、个性化的产品要求也越来越高。为了顺应潮流,慕思旗下的V6 SLEEP应势而生,V6 SLEEP是专为年轻人群精心设计的品牌,融入当代流行元素与睡眠科技,展现一种自由个性的新生活方式。而即将发布一款全新智能化床垫T9,是由慕思联合奥地利萨尔兹堡大学医学中心共同设计研发,实时采集人体睡眠数据,自适应输出最佳睡眠软硬度曲线,有助于消费者进入深睡眠状态,真正实现今晚睡好一点,开启美好的一天。

为了成为全球最受尊重的健康睡眠品牌引领者,慕思一直在努力。慕思售卖的不是寝具,而是健康睡眠,更是一种健康的生活方式和生活理念。慕思从1.0到2.0“今晚,睡好一点”,再到慕思3.0“善梦者,享非凡”,慕思在不断前行。

(责任编辑:宏明)

# 红港办公家具

# REPUTATION

## 创新赢得用户 品质获得信誉

专为高校、医院、部队、政府、企事业单位提供钢制办公家具的上海红港实业发展有限公司在上海虹桥家具展亮相。上海红港实业发展有限公司于2007年7月成立,位于嘉定区徐行工业园区,厂区占地面积26320余平米。公司致力于研发、生产、销售高品质的办公家具。以“精心制造,保证质量,精心服务,保证信誉”为企业宗旨,为客户生产文件柜、更衣柜、钢制公寓床、密集架、图书架、货架、大班台、会议桌、办公椅、沙发、屏风工位、医用设备、校用设备、实验室家具等系列产品。产品远销欧美,而且销量在不断的增加。



在产品设计上,红港也在不断的创新。由于传统钢制办公家具给人以冷冰冰的感觉,红港根据客户的需求,在钢制办公家具表面做设计处理,用不同颜色和纹理的木纹做以装饰,使钢制办公家具与环境相适应,和谐融合。这样既保留钢制家具的优点,又有时尚设计的款式。同时在在钢制家具的拆装上也做了很大的改变,一组柜子经过拆卸后,体积会很小,更便于物流运输。柜子组装起来也比较简单,而且牢固。红港钢制家具不但在整体上做设计改进,而且在细微处也不放过以人为本的设计。比如书柜中的防倒竖立,办公室屏风工位下面的一个小柜,办公桌下面的卡箱等等,这些都备受客户的欢迎。



上海红港实业发展有限公司建立了完备的质量保证体系和质量检测手段。于2008年先后通过了ISO9001:2008版国际质量体系认证和ISO14001:2004环境管理体系认证。进一步保证了产品质量的稳定性和合格

率。在保证产品质量的同时,公司在售前、售中、售后服务上严格要求自己,高素质的销售人员,专业的送货安装员工,自备送货车队,确保了各项细分服务工作的有序进行。

上海红港实业发展有限公司获“2010上海世博会”荣誉家具供应商、2012年成为上海市三甲综合性医院“5+3+1”项目荣誉家具供应商、上海市学校后勤协会家具会员企业、上海市家具行业协会会员企业、上海市政府采购中心定点入围企业。

(责任编辑:宏明)

# 普乐家居

## REFINEMENT

简约精致 做生活减法

致力于为中国精英圈层提供整体家居解决方案的普乐家居，在第24届中国国际家具展上，推出PL casa品牌后的首秀，为大家带来了2018新款意式极简新品，包括新款超高颜值开门衣柜、移门衣柜，吊柜，和玻璃柜以及整套的全屋定制新产品。

结合当下市场需求，普乐家居这次推出的新品对产品材质进行重新甄选，模块化的设计，对产品的细节以及其他各个方面都进行优化和升级。严格按照意大利的技术参数和标准进行研发、生产，严格按照标准的模块化运行，这样更便于经销商操作和销售。普乐家居的产品每一个面、每一个尺寸，讲究的板式、型材、灯光都是自行研发，独一无二。精致而不繁复、简约而不简单，更加符合使用者的实际审美与生活需求。简约时尚的金属线条，考究贵气的布艺材质，沉稳大气的原木用料等成为其运用元素。轻奢风格就是简单而有品位，每一个细小的局部和装饰，都要深思熟虑。PL casa品牌系列产品展露出对生活考究的极致追求，为生活做减法，让客人在体验工艺与品质的同时，回归心灵的纯净。

普乐家居以“产品设计”为核心。设计来源于生活，来自于严谨的研究，最终让产品易生产、易安装、易使用，从构想到落实，每一件家具作品皆是设计师们千锤百炼之作，以超前的思维和智慧的眼光，激发生活灵感，让惊喜无处不在！



普乐家居走的是中高端简奢路线，主要以极简全屋定制家居为主，服务于更多的社会精英阶，为其提供整体家居解决方案。以现代轻奢的质感和雅致，给繁乱混杂的日常赋予宁静轻松的语汇。轻奢，高贵与雅致在普乐家居兼备，让人们在繁忙的都市生活间隙中下脚步，重拾生活。

(责任编辑：宏明)



# 班尔奇

## ENVIRONMENTAL PROTECTION

从源头把关环保 做健康全屋定制

作为中国大陆整体衣柜行业的第一批先行者，班尔奇自2003年成立之初就以时尚、品位、过人的品质和服务迅速打开中国市场，成为百安居中国收纳系统的全国指定供应商，红星美凯龙、居然之家和银座家居等知名建材市场的战略合作伙伴，并在精装房项目的收纳系统规划设计方面有突出表现，班尔奇毫无争议地成为整体衣柜和移门行业中公认的旗舰企业之一。

在第42届中国(上海)国际家具博览会上，班尔奇在产品上面做了升级，也在空间里面做了升级，新产品应用新材料，根据人体工程和居家使用习惯及收纳空间等几个方面结合起来。在定制风格上，由于中国的崛起和民族文化的回归，班尔奇按照禅意中式和新中式，推出水墨江南系列。

班尔奇全屋定制的优势有两个方面，第一是基于美学上面的优势，在空间布局上面能够穿惯整个的空间的形散而神不散的主基调。以空间的感所见即所得满足消费者对空间定制的需求，这就是班尔奇的全屋定制。第二在环保上优于国家标准，家具生产过程中的油漆、胶水、封边及表面的装饰纸等都可以能产生甲醛或重金属，班尔奇严格把好原材料的质量关，只与国际及国内通过环保认证过的大品牌合作，并且公布所有与班尔奇合作的厂商，以及选用的具体产品。从源头抓起，让消费者明



明白白，从居家装修上给消费者创造一个健康的环境。

多年来，班尔奇始终坚持走个性化定制道路，积累了丰富的定制家具实践经验并形成完善的定制家具解决方案体系。班尔奇拥有一流的研发设计团队，迄今已获得25项国家外观和结构专利，在中国市场首创健康衣柜环保理念，严苛把控来确保产品品质。班尔奇可完全根据客户的实际户型和个性需求，运用全球尖端的数码虚拟现实技术和现代电子设备，仅凭客户交楼时的一张房型图，即能还原给客户所见即所得的整体设计方案和直观视觉体验，令行业的传统销售模式发生了颠覆性的变革，从原来装修后介入前置为装修前整体规划，真正实现定制家具和现场装修的完美结合。

(责任编辑：欧阳舒)





## 中国国际（上海）红木文化博览会

China International (shanghai) Redwood Culture Expo

## 中国国际（上海）木文化交流博览会

China International (shanghai) Wood Culture Expo

# 2018年11月9日-11日

上海世博展览馆二号馆（浦东新区国展路1099号）

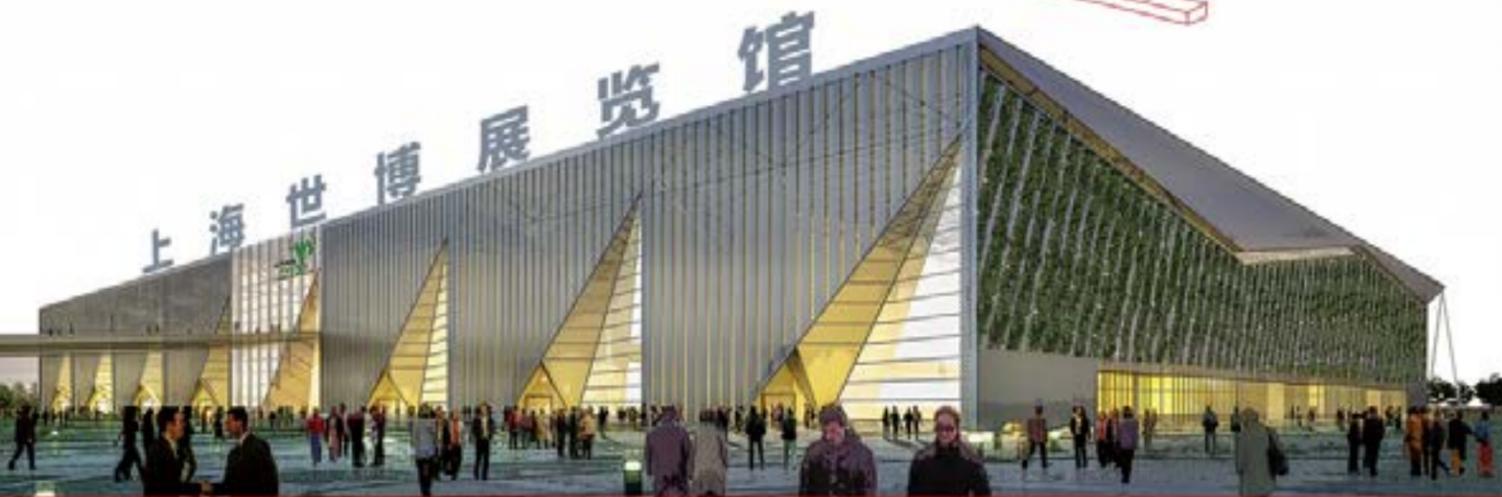
主办单位：中国轻工业联合会

协办单位：中国家具协会 / 上海市家具行业协会

承办单位：上海新工联（集团）有限公司 / 上海轻工国际展览有限公司

### 【展会亮点】

- ★国家权威机构主办，上海市政府重点项目
- ★300多家品牌亮相，红木产业集群组团登场
- ★展会配套活动多彩，五大板块展示国礼匠作
- ★360度全方位强势宣传，传播木文化艺术生命力



### 【报名方式】

方式一：中国家具协会

联系人：姜恒夫

电话：010-87766725

方式二：上海市家具行业协会

联系人：李霞

地址：上海市盛泽路8号13楼C座

电话：021-63737253

方式三：上海轻工国际展览有限公司

联系人：谢均/吴晶健

地址：上海市黄浦区四川中路410号516室

电话：021-63213229



RED 专题  
SPECIAL



# 它的名字叫 R.E.D 紅

文 / 顾青

3位策展人, 11位80后设计师与6家传统红木制造企业参与合作, 5位行业资深前辈保驾护航, 这些数据, 让一个名叫【R.E.D红】的设计展在九月家具设计行业展会爆棚的时间段里, 依然引人关注。与80后设计师构成的新生代群体形成对照的是, 展览探讨的主题却有着一颗不折不扣的老灵魂且身段尊贵——红木家具。

伴随全社会消费升级、80后日渐成为家具消费主力、现代人生活方式的改变等种种现状, 近些年传统红木家具行业不可避免地受到冲击, 究其缘由, 是价格因素、风格面貌还是其他原因, 让红木家具无法融入日常生活的情景设定, 让这个行业显得缺乏活力? 企业的痛点也孕育着未来市场的发展方向, 成为设计师们希望探讨解决的问题。

在上海家具协会和上海博华国际展览公司的支持下, 【R.E.D红】展聚焦传统家具领域, 审视红木材料应用的可能性, 希望通过设计师们和红木厂商的配合, 尝试出一些新的思路 and 方向, 重新诠释当代东方生活文化。

展会顾问, 著名设计师、多少MoreLess品牌创始人侯正光为展览定名【R.E.D红】, 既提炼出红木家具予人的视觉观感, 让观者直接进入东方美学语境空间, 同时, 三个字母分别对应着Reality (现实)、Emotion (激情) 和Demand (需求) 的缩写, 单词之间微妙的从属关系, 也让当代红木家具再设计这个命题从产业的现实困

境, 设计师的情怀释放落地到对生活需求的回应和解答。展览技术顾问, 有着多年红木家具设计制作经验, 凝具品牌的创始人江柏明认为, 在新兴工艺技术的支持下, 红木家具的设计语言表达完全可以更为宽广自由, 而通过怎样的设计语言和结构来凸显中国传统文化的魅力和红木这种木料的珍贵价值, 是当下设计师要去定义和去努力的。

【R.E.D红】的首展有一根相对紧凑的时间线: 3月底由上海家具协会发起, 任鸿飞、赵云、李培新三位新锐设计师组成策展团队, 包括策展人在内的11位设计师参与其中; 4月至5月期间, 家协带领目标设计师走访红木企业, 进行深度了解与沟通; 5月底初步确定参展红木企业; 6月初开了【R.E.D红】展启动会, 参展设计师与6家红木企业进行对接。通过抽签的方式, 在茶桌、椅子、书架等十个家具类别里确定每位设计师参展的两个类别, 每个类别出两个设计方案, 一个版本面向企业、考虑更多商业落地的可能性; 另一个版本则偏概念化设计, 希望探讨未来红木家具设计的方向; 6月底设计初稿评审会; 7月初至8月底开始打样生产及优化产品; 中国家具行业资深策展人, 同时也是本土家具设计最重要的推手之一王明亮在听到展览构想之初, 就极为肯定这群设计师的才华和担当, 并鼓励说, 这个展至少要持续做三年以上。9月上旬, 上海博华国际展览公司为展览的首发亮相在世博展览馆DOD展区提供了充沛的展示空间。



展览期间, 富于设计感的红木家具、富于中式文化意境的展陈方式吸引了行业专家、业内人士以及更多年轻消费群体的驻足, 现场气氛热烈, 这也让人看到了在创新设计基因的注入下, 红木家具焕发新生的可能性。与此同时, 在2018年中国家具设计金点奖颁奖典礼上, 【R.E.D红】展一举赢得年度金奖、单品奖, 上海市家具行业协会也获得了摩登态度秀公益奖。

时间是检验真理的基石, 【R.E.D红】作为新生事物公开亮相后, 接下去的路还很长: 设计师与合作厂家之间如何建立起充分的相互尊重、共信和默契, 这之间合理的商业合作模式该如何一步步构建, 红木家具领域未来的发展之路在哪里, 这些环节都是需要作为中远期目标, 尝试面对和解决的。

## 上海家协

可否简单描述下上海红木家具行业当前的生态和面临的问题?

由于大多数红木企业处在艰守维持和可望改变的状态,与市场需求渐行渐远,整个红木行业出现断代迹象。现在的红木家具面临的问题是:1.材料稀缺 2.工艺复杂 3.价格昂贵 4.款型陈旧 5.舒适度差等。这导致年轻消费者及年轻设计师都不愿意走进红木世界,使红木行业出现断代迹象。

作为一个在合作模式和探索方向上都有创新的展,上海家协在三方合作的过程中主要发挥的作用和面对的挑战有哪些?

在这的过程中上海家协组织、协调、落实和承办一切工作内容,希望能够打造一个互利互助、共同发展的全新服务平台。能在短时间的磨合过程中要建立相互信任,相互包容,共同完成作品这也具有一定的挑战。

**[R.E.D红]展在2018中国家具设计金点奖年度金奖和单品两个奖项,家协也特别收获了摩登态度秀公益奖。这些奖项肯定了这个展览本身从情怀落地到品质打造的各个方面。从首展的成功里,家协是否也捕捉到了红木家具行业未来孕育的机会?**

在大奖面前我们可以清楚的看到来自方方面面的鼓励与支持,同时也能感受到作为行业协会推动传统家具行业发展的重大责任与义务。所有的行业都会有危机,在危机中求生存,不断创新努力尝试新事物的可能性,相信红木家具定会有它不一样的未来。

展览是个事件,在推动红木企业创新发展的路上,**[R.E.D红]展迈出了第一步,之后家协还有哪些工作准备推进?**

我们只是通过展会这样地形式与市场、政府、企业和方方面面的朋友们建立更多的信任与粘性,以便我们下步推动销售环节的进展。

## 策展团队

传统红木家具对于年轻消费群体来说,除了家具造型陈旧之外,还有较高的价格,**[R.E.D红]展希望做到的“用现代设计手法进行价值转换”,这点该怎么理解?**

这里有个误区,年轻人不喜欢红木家具并不是因为材料的昂贵,而是因为红木家具的样式大都太过传统。80、90后已经成为社会的消费主力,喜欢简约实用的设计。很多国外的顶级品牌家具使用的都是普通木料,经过设计和品牌塑造之后售价也很高,但这并不影响年轻消费群体的追捧。所以我们认为红木这个材料本身并没有问



题,而是大家把红木比较中规中矩印象都转移到红木这个材料上了。

除了材料之外,费工也是红木家具价格高昂的重要因素,传统红木家具强调手工制作,也强调家具的基本型制,从这点上来说,展览强调的设计属性,是否意味着脱离传统红木家具的型制,把红木作为一种当代家具设计中的材料来考虑?

可以这么理解,我们这次设计之前,深入考察了几家红木家具企业,他们大多还是把雕工放在整个的产品工艺重心上,如果是传统型制产品无可厚非,但雕工的确占成本的很大一部分,最重要的是所有繁琐的雕花和装饰恰恰与当下年轻人的审美相违背的,更不愿为其买单。其实红木还有很多别的木材不具有的特性,红木质地坚硬,密度强度更高,说明红木做出来的家具可以比别的材料更纤细,把控得当就会让产品更优雅,从材料的本身属性这一点出发就有值得深挖的创作方向。

**[R.E.D红]展想达成的方向,与当下流行的新中式家具是否一致,如不是,它们之间有什么区别。**

我们不想把这次的方向定调,红木只是一种材料而已,材料本身不应该被风格所局限。能够让大众特别是设计师群体放下对红木的偏见,能够让红木家具企业的观念更开放一些,就是我们这次展览的最大的目的。

## 合作企业

航管红木 黄馨

你是企业的第二代经营者,经济学专业毕业,有英国留学背景,对传统红木企业的发展和管,你有什么想法?

红木企业老一代创业者都非常富于工匠精神、注重品质和传统工艺的传承,但这个行业相对来说又比较封闭,基本都在圈内玩。现在做产品是酒香也怕巷子深,要做好品牌,更多需要系统性的工作。针对新一代消费群体,我们不光要把产品做好,也需要去推广中国传统文化、传递古典家具的特有魅力。我周围也存在不少有留学背景的年轻人,他们购买家具的时候多会去挑选意大利品牌,反观中国家具业,意大利品牌在文化传承和商业运营这两块确实值得学习。中国的家具企业没有百年品牌,在社会发展中又经历过很多文化断层。所以,在经营品牌的时候,我认为品牌调性、宣传理念、文化价值,这些都很重要。

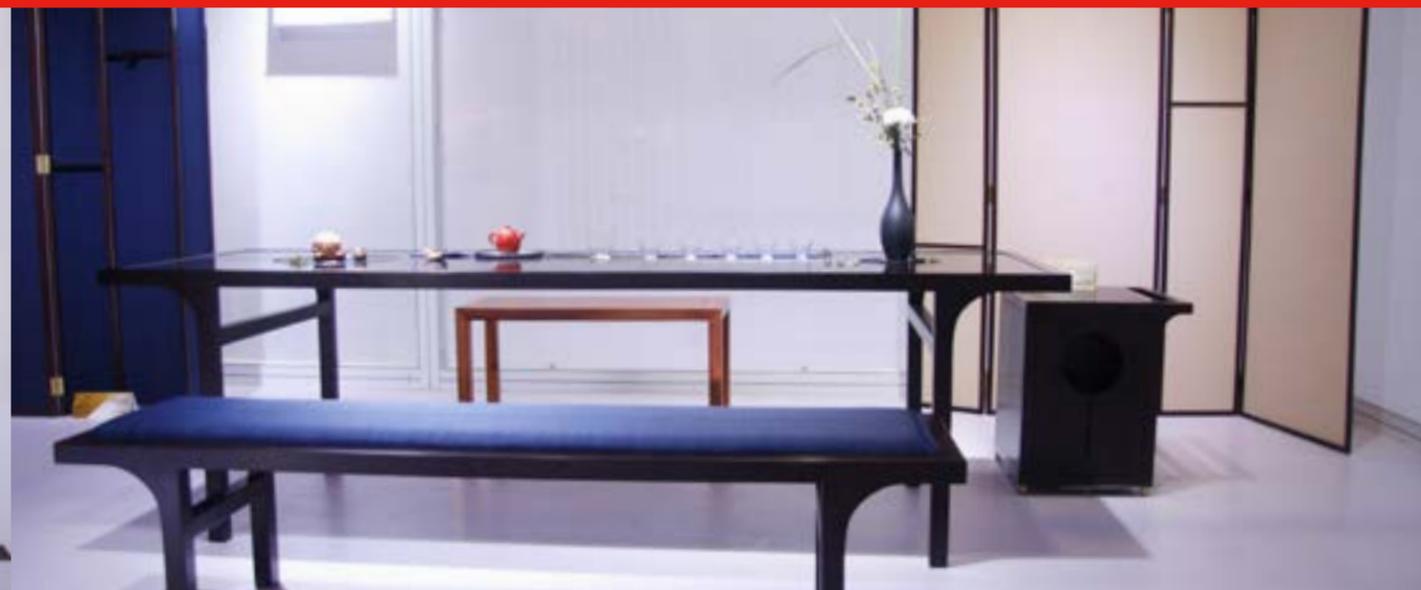
自己是80后,这次展览作为企业方与80后设计师展开合作,谈谈参与其中的感受。

这是一个概念性、尝试性、先驱性的活动,我们把这当做一个很

好的学习交流机会。现在很多年轻设计师听到红木就会有抗拒感,通过参与展览,跟家具企业沟通,他们会了解到红木也有很好的工艺,可以将传统红木器型融于设计中。年轻设计师在品牌打造、家具陈设方面,也有自己的想法,对我们来说,这是个互相学习的过程。刚开始我们跟设计师之间的合作,因为红木材质的特性,在某些工艺上较难达到设计师最初的构想,这方面还是进行了较多的磨合。

**通过这次展览合作,有没有想过后续通过设计力量的注入来优化产品线,带动企业升级?**

汽车行业有概念车,服装行业有走秀款,这次展览推出的产品相当于红木行业的概念性家具,通过设计师的群体发声,让更多人关注红木行业。相应的,有些产品会比较小众,适合走设计师路线品牌,客单价会高,不适合批量投入生产。通过这轮宣传,我们希望先做试点,看客户的反馈,再考虑后续的深入合作事宜。从小范围的实验性行为迈向整个行业的转型升级,设计师和企业需要沟通、磨合、理解、合作的过程。针对展览的合作,我们全力配合支持打样、制作产品,投入还是可控的。而一旦考虑到企业的转型升级,我会非常慎重。一件产品问世,要做到让设计师、企业双方获利,让消费者市场满意,是一整条产品系统的问题。从运作企业的角度,考虑到量化生产的时候,一定是市场优先的。年轻设计师们往往都很有个性,也很坚持,但如果合作的时候,不



够了解市场或是设计师本身不够有号召力,针对市场开发产品的合作就很难进行。

### 强艺红木 吕国强

**谈谈这次展览和设计师之间的合作。**

我本身是从木工起步的,强艺红木发展到今天已经有21个年头了,我们企业在产品的品质把控、制作技术方面是非常专业的。我做传统红木家具的思路是一定要把工艺传承下去,很反对那些徒有其表、经不起推敲的东西。一件家具产品要让大众喜



欢,除了创新美观、实用牢固,更要能走进老百姓的生活中。我对设计师也是非常关注的,希望能找到专业的、能出作品的设计师来合作,展览对我们来说是个机会。我的想法是做出的产品一定要卖出去,要共赢。企业与设计师合作的目的是要让产品走入市场,展览除了宣传设计师,也要宣传企业,让企业获得利益,这样才会达成长远的合作关系。

**未来希望在家协的桥梁作用下,达成与设计师方深入合作的理想化模式是怎样的?**

这次展览我们和设计师合力完成的作品整体呈现的效果很不错。我们合作的前提是做出来的东西一定要进入销售环节,要共赢。工厂作为合作方,要享受该享受的权利。国内目前通用的合作模式,基本是买断设计版权来进行合作,这样双方也不会有后续的麻烦。今后如果有合作,也可以考虑采用销售分成的方式,关键还是在于设计师、厂家双方是否信任。好的设计师要跟好的厂家联手,才会有好的结果。一件作品要让大众认可才能真正“走”出来。我们会凭多年从业的眼光和经验来判断作品的价值。让设计师对传统工艺有足够了解,我也很乐意分享自己的经验。很多家具企业都在寻找可以合作的设计师,但大都还是从广东那里找。希望上海年轻设计师推出的东西要让大众和企业都能接受。我们每年也出很多新款,其中的设计难度都不小。

(责任编辑:欧阳舒)



## 【R.E.D 红】当代红木家具再设计展 2018 上海巡展开启

继【R.E.D红】当代红木家具再设计展在2018摩登上海时尚家居展成功举办之后,【R.E.D红】还将携带全部展品在上海展期为期六个月的巡展。巡展首站在陆家嘴滨江金融城(船厂1862)展出,时间为2018年09月28日至12月18日。第二站将在吉盛伟邦家具村展出,时间为2018年12月24日至2019年3月27日。

作为【R.E.D红】当代红木家具再设计展的延伸,【R.E.D红】2018上海巡展的举办旨在让设计师、红木企业、消费者共同参与,形成当代红木家具设计、制作和新消费的发展模式,促进红木家具设计创新与消费升级,使中国当代红木家具原创队伍的发展壮大,推动红木行业创作出更多满足消费者不同层次需求的红木家具精品。



# 花儿为什么这样红

## ——当代红木家具再设计论坛

红木是一种名贵的材料，红木家具行业几百年来凭借精湛的工艺及深厚的文化底蕴而日益发展壮大。时至今日80、90后年轻一代逐渐成为家具产品的消费主力人群。现代年轻人随着生活环境、生活节奏及生活方式的改变，对于家具的款式、风格、设计理念有更多元化的喜好。

2018年9月12日下午，一场关于红木家具的时代性话题的论坛《花儿为什么这

样红》在摩登上海时尚家具展举行。出席本次论坛的嘉宾有上海市文创办副主任；上海市经信委时尚产业分管领导陈跃华、上海博华国际展览有限公司常务副总经理；家具事业部总监钟蓓红、中国家具协会专家委员会副主任陈宝光、上海市家具行业协会会长高伟、[多少 Moreless]品牌创始人侯正光、U+家具品牌创始人沈宝宏、名佳红木董事长张正基、航管红木总经理黄馨等。



**陈跃华**  
上海市文创办副主任  
上海市经信委时尚产业分管领导



**钟蓓红**  
上海博华国际展览有限公司  
常务副总经理  
家具事业部总监

### 陈跃华 致辞：

我想跟业界交流两个观点：首先，一群当代设计师围绕红木的发展，聚集在一块讨论我们古老的红木如何创新，是一件值得提倡的事。红木作为一种稀缺的资源，具有很长很强的收藏价值。如果我们设计得好，它一定能够保持增值，具有广阔的市场需求。如果今天的红木家具还守着明清家具造型，这个行业一定是越走越窄。我们行业需要有担当的设计师，运用最好的信息资源，设计出流芳百世的产品，这是给大家分享的第一个观点。第二个观点，今天独立设计师、红木品牌企业、行业领军人物，在一起共同探讨红木家具的创新设计如何产业化，探索红木企业当前的单一性和前卫性不够的问题，探索上述独立设计师和红木企业如何有机结合，并产生良好的共赢的商业模式问题。这些都是我们当今社会急需解决的问题，实际上也是当今社会科技成果产业化，设计成果产业化一个核心的问题。我相信大家围绕着这些问题，通过市场的方式，把设计师的力量、品牌企业的力量、行业的力量有机地自然地融合在一块，一定能够探索出一条双方共赢的道路。

### 钟蓓红 致辞：

传统红木与当代设计结合是一个很有价值的主题，作为中国国际家具展览会的主办单位，这个平台为企业为设计师而服务，我们的目标是促进整个产业的发展，这跟中国家具协会、上海家具行业协会的理念是一致的，因为理念一致，所以才能够越走越远、越走越好。最后，希望新生代设计师继续努力，为家具行业不断创造价值。

## 论坛分享

论坛环节由上海市家具行业协会会长高伟、U+家具品牌创始人沈宝宏、[多少 Moreless]品牌创始人侯正光、名佳红木董事长张正基、航管红木总经理黄馨等共同参与讨论红木家具与当代设计的话题。中国家具协会专家委员会副主任陈宝光以幽默的主持风格开启设计师与红木人之间的对话，引起了论坛现场对于传统红木与当代设计的交流与思考。





**高伟**  
上海市家具行业协会会长

家具跟生活是息息相关的，它是永远的朝阳行业。所以我们要把握好时代的需求，尤其是年轻人的需求。想抓住80后的市场，如果没有80后的设计师，又怎么能知道80后的真实需求呢？如果设计师本身就是80后，又具备高水平的专业水准，他们未来的前途一定很好，而且有能吸引更多优秀设计师加入这样一个团体。中国家具从规模最大到原创设计在国际上获得认可，这是未来十年我们要面对的路。我相信通过这样一个起点，中国的工艺也好，材料也好，款式也好，都不比国外的差，但是我们还要努力，还要不断地进取，不断地超越我们自己。



**陈宝光**  
中国家具协会专家委员会副主任

现在理论里有一种叫做颠覆式创新，创新分几种，一种是延续性创新，一种是颠覆性，我现在就是在不光红木家具，传统家具，更重要的是在中国家具这个领域里推动颠覆式创新。颠覆式创新里有产品创新，技术创新，模式创新等一系列创新，没有颠覆式创新，就没有中国家具的未来。



**侯正光**  
[多少 Moreless] 品牌创始人

红木行业其实我们都不是特别了解，也似乎没有太多的途径去进入。当下的市场环境让红木企业急需寻找一些新的发展思路，这从内部很难突破，每个企业都有很多自身的习惯，所以只能从外部去介入。我理解的可能更多是站在一个比较逻辑的基础上去改良它，而不是革命。其实行业里最颠覆的就是张正基，他从工艺的角度，在拼命地颠覆。对于设计师来讲，就充满了诱惑力，不会再那么沉重地去面对了工艺这件问题了。我觉得红木的意义可能并不在于手工这件事，或者说不完全在于手工这件事情，你只要尊重它本身的那些道理就可以了。其实我们并不是在颠覆这个行业，我们是在试图理解红木行业，站在消费者的角度去介入和理解这个行业。这个行业已经很伟大，颠覆不了。



**沈宝宏**  
U+ 家具品牌创始人

今天研究是红木家具，我认为红木仅仅是一个材料，最根本的问题是设计。如果我们把材料做成一个话题，聊得太深的话，没太大意义。现在人们研究的是设计，设计创造价值，创造了生产力。山东有一家做红木家具的企业，到我那里参观说我的椅子比他们家的贵多了，我的材料是黑胡桃，还用大批量机械生产，为什么会有这样的现象？我说这是设计的力量，我觉得未来设计一定是一个方向。我用了一点点红木，发现这种材质真的稀有，我的设计不能用这么名贵的东西来做，因为我觉得我的设计还没有达到这样的高度。在未来，U+使用红木的时候会更好地凸显材质的价值。这个展览我看得非常开心，因为我们有这么多新的优秀的设计师出现，这不仅是对材料的理解，而是运用材料对当代设计的一个理解，这点我觉得很好。



**张正基**  
江苏名佳工艺家具股份有限公司总经理

我也很荣幸能与优秀的设计师合作，名佳红木参与了这次R.E.D红展品的制作。在过程中工厂和设计师倾注了非常大的精力，不算前期设计和编程的时间，加工就用了整整一周，并且每天工作九小时，克服种种困难，最终做出了优秀作品。在产品制作工艺上，名佳有一定的优势，如果设计师在材料处理上碰到什么难题，我们可以共同探讨交流，名佳愿意为设计师服务。



**黄馨**  
上海航管红木家具有限公司总经理

我觉得红木行业未来有两个方向可以走。一方面，红木本身就是一种小众高端奢侈品，它的成长需要成百上千年，吸收了大量的天地精华，它在工艺、材料、生产全都是很慢的，所以会有一批高净值人士来欣赏。另外一个走向就是贴合当代设计，是让很多年轻人能购买得起的，并不一定要非常名贵的红木。我自己一方面在做一些材质非常高端、工艺上精益求精的产品，一方面也非常乐意跟优秀的年轻设计师去探索一些新的方向。对于红木的设计制作，我们都需要且用且珍惜，慢一点，再慢一点。

通过嘉宾们的讨论，当代红木家具的概念渐渐清晰。红木只是一种材料，可以创造无数和家具相关的设计。红木家具就是家具。通过上海家协主办的【R.E.D红】当代红木再设计展引发的传统红木与当代设计的碰撞与融合，已经为当代红木家具跨出了第一步。

(责任编辑:孙裕)



EXPO NEWS

展会资讯

## 正家·艺术家居

「正家而天下定矣」出自《易经·家人》。

格物致知，内外兼修，以正心修身齐家。

中国文化哲学思想源远流长，

正家艺术家居传承文化精髓，

运用现代设计语言，

融构当代中国家居美学生活。



# 有趣的灵魂齐聚摩登上海 共赴设计盛会

9月11日,第24届中国国际家具展和摩登上海时尚家居展在上海新国际博览中心和世博展览馆盛大开幕。此次展会经过了长达一年的准备,是集时尚、设计与潮流于一身的超级生活方式大展。

## H1/H2 馆 摩登饰家

中厅两侧的H1、H2馆,随意一瞥都是风景。H1和H2馆的“摩登饰家”拥有生活方式品牌、工艺品、装饰画、地毯、花艺香薰、布艺家纺、灯饰等品类,灵动而艺术,又不乏温暖的生活气息。色彩的碰撞,大胆的造型,灵感爆棚的设计场景,无疑是一场时尚又魔幻的生活美学盛宴。



## MEISSEN

德国国宝级品牌MEISSEN梅森,以其完美精湛的纯手工艺制作和300多年的悠久历史文化底蕴,在现场带来了一系列餐桌瓷艺精品。这些经过岁月洗涤而沉淀出来的淡然,是我们可以用心灵去碰触的奢侈。



## H4 馆 设计中国

每年的H4馆,不管是专业观众、还是设计爱好者,都将其作为拍照打卡之地。进入连廊,首先映入眼帘的是广州集美组设计机构创始人之一、总设计师,中央美术学院课程教授张宁以‘彩虹雨’为灵感构思的VIP lounge,绚丽璀璨。或时尚现代,或简约又充满意境,在H4馆,时尚的生活美学全都融入了精妙的设计中。

作为特展云集的区域,今年的重磅都在这里。今年迎来了首次将跨界作为特色的Homeplus,和全新特展COC,以及当代设计展!



## 【看见造物】“茶”主题 2018 概念展

今年,[看见造物]创始人兼艺术总监、音乐艺术家、联合国亲善大使、世界手工艺大使、当代中国创造倡导者朱哲琴老师还在H4馆举办了“茶”主题2018概念展。她通过App向大众开放采样素材,分享融入蛙鸣地籁,全息营造独斟共饮之境,使观者沉浸其中听音赏物、独斟共饮,领悟“壶中有天地”的“壶天”思想。展览特邀建筑设计师王欣空间设计,精选看见品牌近年与多位知名设计师合作的经典茶器展出,现场气氛极其融洽。

## H3 馆摩登街区

代表“城市美学”的H3号馆“摩登街区”,是原有DOD设计展的升级,今年参展品牌200多家,设计师超过300名,为历届规模之最。

高颜值的设计师,高颜值的展品,DOD展区是“中国原创”的绝佳展示地,人气相当高。来自台湾的人文光饰艾舍人,把绿植种在桌缝的野木,倡导质朴美学的致家家居,设计了《后来的我们》中沙发的CASA GAIA,低调而有质感的银器品牌渡心斋.....



除了琳琅满目的展品及特色展区,30余场精彩论坛从生活、艺术、文化及商业模式等层面探讨了设计与行业的无限可能。9月14日,本届摩登上海时尚家居展主场圆满收官,在传承原创设计的同时,也诠释了全新的设计思维和生活方式。相信这个充满鲜活力量的家居盛会定然还能为我们带来更多别样的惊喜。

(责任编辑:欧阳舒)



# 设计师的不眠夜

一起飞吧，上海家协！

一年一度的设计师之夜于2018年9月12日晚在上海世博展览馆下沉式广场盛大举行，今年的晚宴主题是“色·界”。主办方打破设计边界，以色彩之名，将创意与跨界融合，倾心打造了一场跨界色彩的设计师嘉年华盛典。晚宴现场特邀家协领导、设计大咖、行业精英、媒体代表等亲临见证2018中国家具产品创新奖金奖、2018中国家具设计金点奖以及摩登态度秀的颁奖典礼。

设计师之夜每年都有很多设计师、对设计有追求的企业代表们参与。由中国家具协会和上海博华

共同主办的中国家具产品创新奖已持续举办20届。

中国家具产品创新奖是主要针对成套家具产品设立的比赛，着眼点在“产品”与“创新”上。中国家具协会理事长徐祥楠先生，上海博华国际展览有限公司创始人、董事王明亮先生共同颁发了创新奖金奖。

金点奖自2014年创立以来，获得了众多品牌及设计师的关注，已在业界获得了良好声誉。每年参赛的企业络绎不绝，参赛作品数量也逐年

增长，今年更是收到了来自160家企业的453件作品，足以显现行业对于此次评奖的重视。

【R.E.D红】当代红木再设计展中与航管红木合作的蔡烈超，与名佳红木合作的张乙舟两位80后设计师创作的作品荣获2018中国家具设计金点奖金点单品奖。

【R.E.D红】当代红木再设计荣获金点组委会年度金奖，这是金点奖评委团所有评委共同推举的金点奖最高荣誉，2018年度最杰出的设计品牌。中国家具协会理事长徐祥楠先生，上海博华国际展览有限公司创始人、董事王明亮先生，德国红点奖创始人兼主席Peter Zec先生共同颁发了金点组委会年度金奖。

自2017年起，摩登上海时尚家居展联手网易家居奖有态度人物奖项升级为摩

登态度人物评选，呼吁中国设计师用榜样的态度，为中国设计代言。2018摩登态度秀颁奖盛典亮相世博展览馆，历经百万网友投票、专业媒体&展览机构评选、专业评委评审，最终投票选出格调、匠心、影响、跨界、策展、公益、新锐七大奖项2018摩登态度人物。创基金、拥爱设计、上海家协荣获摩登态度公益奖。

此外，更有创意花艺合影墙、精致美食、主题啤酒车、旗袍秀、爵士&摇滚乐队表演等现场助阵，为设计师之夜增添更多色彩。

上海家具行业协会通过联动会员单位与设计师，促进沟通交流，为行业提供了一个发展的平台；重视设计的价值，坚持原创设计，践行设计创造生活的理念，在引领中国家居发展的道路上勇往直前。

(责任编辑:欧阳舒)





## Youth Collection Show 青春集市

来自45个设计师的100余件作品齐齐亮相“东西不同”，这次真的很不同。一切与主题有关，一切又都是不同的。展览现场最为瞩目的两条龙脉，散发着青春的光芒，引得现场的络绎不绝。

# 2018(:意思:)设计展

——火热! 爆棚! 缤纷! 袭来!

2018年9月的上海虹桥，精彩不胜枚举，而“有意思”已经成为了上海虹桥家博会上的潮流词语。今年意思设计展依然不负众望，带来了令人大呼过瘾的视觉享受。让我们一起来回味一下。

## Designboard 黑板报

现场除了实物作品的展示，还有干货满满，意思展用整整一面墙的干货，解读了当下最热门的设计话题。



## WANWAN Bookstore 万万书店

这里有世界上最美的图书，每一本都是独一无二的思维碰撞。这里有世界上最美的鞋，每一双都是艺术与生活的完美融合。这里备好了最香醇的酒，等着你，一起聊聊有意思的“东西”。



## Workshop Show 工作室

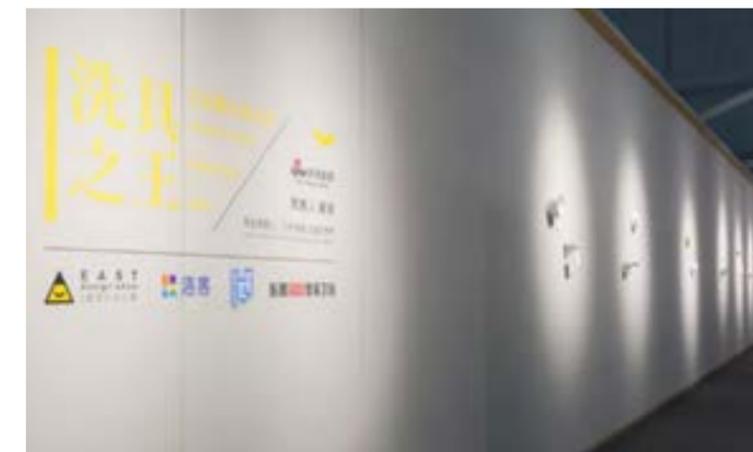
不同领域的工作室，包含建筑/室内/产品/平面/媒体，以“东西不同”为题展示出多个设计：家具/服饰/石材/灯光……组成了空间的多样性，惊艳而有趣，东西不同，才有意思。



## Sanitary Ware 洁具之王

去年新浪家居带头端起“杯具”，把“杯具”设计成别人眼里的喜剧。今年“杯具”换了“洁具”，又一次发动设计圈征集100个作品，以巨墙为载体，铺开“洁具”之王，没有做不到，只有想不到。细看作品时，会发现半个设计圈的设计师都来现场“蹲”马桶了，不得不说今年的号召力一如既往的强。

(责任编辑: 欧阳舒)





# 2018 DESIGN DREAM SHOW 引领创意之巅

随着第42届中国国家博览会(上海)的开幕,2018 DESIGN DREAM SHOW 当代家居潮流观念展(简称DDS)终于闪亮登场啦!本届DDS由创新设计联盟的23家国内一线家居品牌,以不同寻常的展示方式表达当代家居潮流的观念与态度。

在现场可以看到,本届开幕式颠覆了观众对传统家居的感官印象,超大的弧形展示墙,随着婀娜多姿的现代舞者白裙飞扬,LED屏立柱开始点亮各个品牌LOGO,垂直展示品牌家居的代表力作剪影;交相辉映。通过光与影的艺术,展示家居创意先锋们对当代设计的解读与诠释。

创新设计联盟秘书长唐琳表示,创新设计联盟已经走过了5年的历程,联盟带着中国的原创设计从走出中国,走向世界,最终回到中国。这漫长的五年也是联盟从探索到沉淀,最终得以融合的发展历程。

现场,以“创新设计联盟主席”身份出席活动的车建芳称,“九年前,我就开始关注设计。最初,没有人愿意为家居行业的设计买单,这让我很痛苦。我就邀请国内家居行业的龙头企业,让他们到国外参观学习,坚定他们走设计路线的信念。”她表示,“红星美凯龙从无到有,一直都在做设计的先行者,我们愿意为设计买单。”



老板、曲美、九牧、左右、联邦、索菲亚、帝标、箭牌、法恩莎、七彩人生、慕思、雅兰、好莱客、TATA木门等23个家居品牌携带设计王牌纷纷亮相。来自厨电、地板、卫浴等领域的品牌也加入到这场设计大show中,让置身其中的人们,感受设计创意的变幻之美,感受中国家居生活之美。

本届DDS展览的主旨是“新创意运动”,意在传达家居先锋们对行业的引领和启蒙,颠覆消费者对传统家居的感官。在DDS展区入口的艺术装置,寓意启蒙;展区的前厅,寓意探寻;展区的后厅,寓意创意广场。展厅主体将每一个抽象想法,具象为一个个别致唯美的空间。它们如同一个个创意使者,无声或有声地与其他品牌一起,进行创意设计的讨论与传播。并让置身其中的人们,感受到设计创意的变幻之美,共同提升中国与国际家居生活之美!

(责任编辑:欧阳舒)

# 赴艺术之悦 赏生活之美

## ——2018 吉盛伟邦艺术生活节悦动金秋

9月,又一次艺术之旅盛大开启,2018吉盛伟邦艺术生活节如期而至。每一个平凡的日子,每一个居家的日常,因为艺术的点缀,变得更有意义。一把椅子、一张桌子、一盏灯、一张地毯,一副挂画,都是艺术的再现。

吉盛伟邦家具村,主题型、休闲型、世界级行业中心,集展览、采购、直销、信息交流于一体,展示面积达42万方,拥有14大主题馆、580家旗舰店的世界家具市场总部基地。家居艺术尽汇于此,梦想生活近在眼前。为了让人们生活在艺术里,2018年艺术生活节中村上派开幕酒会、甲椅丙丁艺术展、啤酒电影节、潮酷音乐节等活动让人流连忘返。

### 艺术之旅·浪漫启航

9月10日村上派开幕酒会,同赴艺术之夜,共话村上未来。又一年村上聚首,2018艺术生活节开幕酒会[村上派]在家具村盛大启航,一线家居品牌负责人、权威行业协会、业内专家、设计师、知名媒体人济济一堂。

在浪漫温馨的灯光里,花卉绿植的簇拥中,老友新朋同赴艺术之夜,共话村上未来。科幻太空舞、梦幻盖茨比互动秀、唯美彩绘舞、燃情DJ等酷炫燃热的表演,为来宾奉上了一个令人沉醉的夜晚。

### 艺术之椅·生活之悦

9月10日-10月7日吉盛伟邦艺术生活节特别展“甲椅丙丁”,特别推出中国艺术家黄薇、碧玉子、胡一威、米恩嘉和墨西哥艺术家Francisco Hauss的跨界创作。如梦如幻的原创艺术椅,通过功能与美学的完美结合,变幻出千种风情万般美貌。各种新奇有趣的艺术装置,打造魔都新晋网红拍照圣地。



### 把酒言欢·嗨翻今秋

9月22-24日啤酒电影节,啤酒海鲜大轰趴,懒人沙发大电影。今年中秋拒绝老套路,给家人来点新花样。露天电影、懒人沙发,和魔都数十个家庭一起草坪赏月,来一场更酷的中秋狂欢。

### 披星戴乐·潮酷不羁

10月1-7日国庆长假吉盛伟邦潮酷音乐节,来自全国的优秀乐队和歌手,联手呈现7天的精彩演出,多种音乐风格让乐迷们体验震撼的视听现场。

(责任编辑:欧阳舒)





# 月星集团30周年庆启幕

## ——家居卖场从“低频消费”转为“时间性消费”

一直以来家居卖场被赋予“低频消费”属性，如何在“新消费”时代中，将其转化为“时间性消费”场所？国内家居业龙头企业月星集团9月8日发布设计驱动的新战略，有望破解这一难题。

9月8日，“三十的月星，更健康，更活力”——月星集团三十周年庆典家居专场在上海月星家居茂举行，月星集团董事局主席丁佐宏携月星集团高管与现场近千名家居人同仁、合作伙伴、协会领导、媒体朋友等共同见证月星三十华诞。

目前，月星正在全力推广“月星家居茂十大中心”的建设，以期用丰富多彩的功能，满足厂商、经销商、消费者在现代家居以及经营方面的多样化需求，使家居卖场这样“低频次消费场所”同样可以成为“时间性消费场所”，实现产业生态的良性互动。

### 中国国际进口博览会“设计，让生活更美好”发布仪式

在活动中，月星集团发布了“设计，让生活更美好”的主题。据悉，在即将举行的中国国际进口博览会上，月星集团与全国工商联将共同举办相关服务论坛及微型展览，将家居文化与设计力量进一步整合，满足新兴消费者对于前沿家居设计的需求。

月星集团常务副总裁顾春峰发言中表示，月星的“三驾马车”——家居流通、家具制造、商业综合体继续乘风启航，打造连接着家居流通、制造、品牌运营商、终端消费者的高效共享、相互赋能的产业生态平台。

活动当天，汇聚家居业青年企业家的专场活动《坐标30》同期在月星家居茂举行。

(责任编辑:欧阳舒)



月星集团董事局主席 丁佐宏先生 致辞



月星集团常务副总裁 顾春峰 作主题演讲



特别报道

REPORT



# TREND POWER OF OA 办公新势力

2018 International Symposium on new era office furniture  
2018新时代办公家具国际研讨会



2018年9月21日由上海市家具行业协会、上海国际创意城市智库主办；密西根中国中心、800秀、设计中国协办的2018新时代办公家具研讨会在800秀会议厅举行。上海市家具行业协会会长高伟；美国密西根州经济发展署国际贸易局局长Natalia chmiko；美国盛飞物流供应链管理有限公司董事长Jim ward；上海国际创意城市智库秘书长潘瑾；密西根州中国中心首席代表邵宁；设计中国执行董事林奋等嘉宾出席会议。同时参加研讨会的有上海家协近40家办公家具会员单位。上海市家具协会李霞秘书长主持会议。



高伟会长在致辞中表示希望中美两方的办公企业能够有更多的交流，一起探讨如何能更好的服务于未来社会，为办公环境更人性化而共同努力；这样的交流活动很有意义，今后每年最好举办两次类似的办公家具领域专题活动，推动办公家具健康、有序发展。同时预祝研讨会圆满成功。上海国际创意城市智库潘秘书长在致辞中希望通过今天的研讨会给办公家具企业更多的创新和畅想。来自美国密西根州经济发展署国际贸易局局长Natalia chmiko表示，希望通过此次会议交流，能够促进中美两国的合作与更深的发展。



## 主题演讲



主题演讲环节首先由美国盛飞物流供应链管理有限公司董事长Jim Ward带来《办公家具全球趋势》随着时代的发展，办公家具生产企业可以通过提升供应链管理来应对科技和创新发展的变化，以降低企业内部与上下游间的运营成本；并能提升客户体验度。



接着上海新冠美家具有限公司研发部总经理朱礼刚从新冠美的成长史、品牌定位、以及品牌推广模式三个方面为我们呈现了一部办公家具企业的成长史；新冠美紧跟时代的步伐，呈现出一个个时尚的、灵动的办公生活空间；



第三位主题演讲嘉宾是雅风企业管理总经理谢思琦，他为我们解读了公司以产品为导向，推动智能制造、绿色环保；打造系统化、智能化的办公空间的心路历程。

## 圆桌论坛

接下来是圆桌论坛环节，由上海市家具行业协会会长高伟先生、上海国际创意城市智库秘书长潘瑾女士、盛飞物流供应链管理有限公司董事长Jim ward先生、上海文信家具有限公司总经理王健先生、震旦（中国）有限公司总经理黄家麟先生、诺梵系统科技股份有限公司首席市场执行官缪劲峰先生担任论坛嘉宾；论坛主持由设计中国执行董事林奋先生担任。





主持人设计中国执行董事林奋先生提出了论坛的讨论话题：人工智能已经成为国际竞争的新焦点，这也是未来的一个发展趋势。作为上海家具企业，对未来的人工智能或者办公场景有怎样的设想？对于这个行业，企业应该如何从自身的角度去打造自身核心竞争力，对这个行业有什么设想和未来的愿景？嘉宾们从各自的角度发表了自己的看法。



美国的Jim Ward先生从供应链的方面谈起，分享了目前公司对供应链的想法。现在的市场趋势变化得非常快，如云端科技、无纸化办公、信息的分享、大数据等方面都是现在客户会产生的需求，所以供应链对公司很重要。企业关注的应该不仅仅是点对点的信息分享，也要注重客户所要求的联通性，让客户在供应链上面的信息传输更加的简便，可以用不同的方式，不同的项目里面都实现信息的联通。互联网时代是多元化的工作模式，客户的体验也是现在的一个大势所趋。在未来要更加着重完善企业的供应链的过程，主要是如何为客户增加更多的价值，简化客户在进出口运输中所出现的问题，为客户提供更好的服务。

潘瑾女士首先从公共服务平台的角度出发，表示非常关注人工智能的应用，虽然越来越多的机器可能要代替人的许多行为，但还是要坚持发挥自己的创造力和想象力。人工智能再伟大它还是来自于人类的创造，我们的创造力以及创意的设想还是要跟我们未来的生活密切相关。潘瑾女士认为应该更好的发挥行业协会平台的作用，特别是有效的链接政府、企业之间的关系，通过协会的这个平台进行资源的分享和共享，不断的去体现和提高这个行业的影响力跟行业的整合力。



缪劲峰先生从生产力谈办公家具行业的发展：从形式上来说，办公家具要打造真正的创造力和生产力。以前设计界的跨界领域说的是绿色建筑、可持续建筑，都是健康，希望给办公环境里面的人创造一个愉悦有创造力的心情。但这些表象的背后价值还是人和组织。现在客户购买产品时更看重的是价值驱动，最终是要把家具行业看作是生产工具，而不是所谓的空间或者装修范畴。



高伟会长从行业的角度对家具行业的现状进行了分析：办公家具实际上就是为人服务。办公室的设计要融入到主人的办公习惯中，还要把办公台的设计和科技相融合，与智能化相联动，通过大数据分析为目标消费者提供有价值的服务。此外，各个企业间要互动，找到志同道合的伙伴进行真诚的合作，实现共赢。在国际上，我们要从制造大国向制造强国转变，推动产品走向成熟，这是家具行业必须面对而且要做好做实的事情。最后，高伟会长从合作互动出发谈了对家具行业的未来设想。各企业要更好的通过匹配平台互动沟通，进行资源共享，甚至共同创造经济资源。



王健先生从制造工厂的角度谈起现在的市场契机：目前在探索的是数字化的生产和智能制造。首先进行数字化生产，然后第二步就能够智能制造。当然这个过程投入也是比较大的，但是要跟上人工智能AI的步伐，还是要在制造上面下点功夫。王健先生用简单的语句说出了最朴实的道理：做制造业也好，做公司也好，只要静下心来认认真真的去工作，肯定会有收获。

办公家具市场过去跟现在的主要差别在于现在是以人为本。黄家麟先生分析了办公家具的发展趋势。现在办公场景生活化，生活环境商务化，商品的研发和开发首先要坚持以人为本，现在办公环境逐渐变成了一个社交的环境，变成了一个移动办公的环境，随着科技的导入办公环境将变得更场景化。但这些趋势归根结底还是以人为本，创造更大的生活价值。科技导入的趋势已经显现，但科技不是这个行业所擅长的，在横向产业的产品上可以做横向延伸，在产业特殊技能方面上做垂直整合，做符合市场的需求的产品才能够真正受益于消费者。黄家麟先生还从企业的角度出发，认为各个企业应该把自己的强项发挥出来，寻求多元化。其次，一定要定位好企业的社会责任，就是节能、环保、减碳，在生产时就坚持健康的理念，那么生产出的产品也一定能够让消费受益，所以定位就是要节能环保，产出更好的内部产生效益的商品跟产品。



办公家具行业很长时间没有聚在一起探讨一些前瞻性和互动性的问题，今天的会议是非常有意义的交流，嘉宾们的畅想分享为我们未来的生活提供了无限的想象力。最后，林奋先生对论坛做出了总结：现在就是我们办公家具行业新势力的开始，紧跟时代步伐，让生活更加美好。

(责任编辑：孙裕)



# 质量提升 助力卓越的全球城市建设

## ——2018 上海“质量月”活动开启

9月1日,质量月活动正式开启,今年上海的活动主题是“质量提升助力卓越的全球城市建设”。为深入贯彻实施《中共中央国务院关于开展质量提升行动的指导意见》和市委、市政府《开展质量提升行动的实施方案》,全力打响上海“四大品牌”,有力支撑上海“五个中心”和卓越的全球城市建设,按照国务院、市政府相关部署,结合本市实际,2018年9月“质量月”期间,上海市各部门、区域、行业、企业要紧紧围绕本市发展战略、重大活动和重点工作,广泛开展质量提升、质量宣传、质量整治、群众性质量活动等多层次、多渠道、覆盖面广的活动。



### 2018 上海“质量月” 重点开展以下四方面活动

- 1、开展质量提升行动,打响上海“四大品牌”
- 2、开展质量宣传活动,营造良好质量发展氛围
- 3、开展质量整治行动,保障首届中国国际进口博览会举办
- 4、开展群众性质量活动,提升市民质量获得感

### 2018 年上海“质量月”活动口号

开展质量提升 建设质量强国  
提升供给质量 建设质量强国  
建设质量强国 迈向质量时代  
共行质量战略之路 共筑质量强国之基  
夯实国家质量基础 加强全面质量管理  
强化全过程质量控制 提升供给侧质量水平  
开展“质量月”活动 建设卓越全球城市

标准引领质量提升 品牌建立质量信任  
严谨细实保质量 精益求精促发展  
质量提升助力“四大品牌”建设  
质量铸就品牌 服务促进发展  
提升供给质量 创造优质生活  
共建卓越质量 共享品质生活  
向质量要效益 以质量求发展  
弘扬工匠精神 推动品质革命  
强化质量意识 提升服务质量  
追求卓越 崇尚质量

上海市家具行业协会积极参与企业质量建设,开展品牌培训,实施品牌之旅,组织各大家具卖场开展服务质量培训,开展“全屋定制”贯标。

(责任编辑:宏明)



一月星集团制造

演绎品质豪宅的高雅格调

品鉴热线>上海普陀区澳门路月星家居茂3F梵思豪宅  
品鉴电话>021-32270651/18916172722

