TURANDOT 圖蘭朵

美学家居 海派生活

Aesthetic Home
Shanghai Style Life

AUREOLE FURNISHING
AUREOLE
Since 1993
澳瑞家居

FA 上海家具 SHANG HAI

4月特刊

2020年 4月 总第293期

上海市家具行业协会

www.fa-shanghai.com

疫情倒逼企业数字化转型

融合资源 共探行业 助力企业

老上海记忆中的民族品牌

家具企业线上破局

封面照片由亚振家居提供

Prisma 会议桌系列

Prisma | Cast wisdom on work

震旦（中国）有限公司办公家具事业 上海市嘉定区申霞路369号 201818 | 电话：021-5916-1010 | 全国服务专线：800-820-0168 / 400-920-6568
Aurora (China) Co., Ltd. Office Furniture Business Division No.369, Shenxia Rd., Jiading Dist., Shanghai 201818 | Tel: +86-21-59161010
Service Hotline: +86-800-820-0168 / +86-400-920-6568

常务编委企业

（排名不分先后）

A-Zenith 亚振家居

震旦 AURORA

红星·美凯龙 MACALLINE 全球家居 品牌典范

月星家居 YUEXING FURNISHING

AUREOLE Since 1993 澳瑞家居

NOVAH SYSTEM TECHNOLOGY

强艺红木

DeRUCCI 慕思

QUMUN 新冠美

编委企业

（排名不分先后）

白玉兰 MAGNOLIA

老周家居 LAO ZHOU LIVING FURNITURE

龙凤家居

莘潮国际家居 XINCHAO FURNISHING INTERNATIONAL

东达红木 DONGDA SINCE 1973

主办	上海市家具行业协会
承办	设中(上海)品牌管理有限公司
主编	高伟
副主编	李霞　林奋
执行主编	周志洁

常务编委	上海亚振家具有限公司	董事长	高伟
	上海澳瑞家具装饰有限公司	董事长	高中华
	红星美凯龙	董事长	车建新
	诺梵（上海）系统科技股份有限公司	董事长	傅天承
	上海强艺红木家具有限公司	董事长	吕国强
	月星家居	董事长	丁佐宏
	上海新冠美家具有限公司	董事长	张敏
	震旦(中国)有限公司	董事长	袁蕙华
	慕思寝具	总裁	姚吉庆
编委	常熟东达红木家具有限公司	董事长	王跃峰
	上海老周红木家具有限公司	董事长	周仲坚
	上海龙凤家居集团有限公司	董事长	祝卫良
	上海莘潮家具有限公司	董事长	顾忠国
	上海白玉兰家具有限公司	董事长	沈忠民

采编主任	芦蕴
责任编辑	刘俊宏　江南　宏明
	郭倩倩　张亮　路灯
视觉总监	徐佳俊
美术编辑	梁琦
网络编辑	杨鹏
战略合作伙伴	设计中国
	www .designchina.cn
主办单位地址	上海市盛泽路8号宁东大厦13楼C座
电话	021-63737253
	021-63737133
网址	www.fa-shanghai.com
承办单位地址	上海市闵行区联明路389号D幢设计中国楼208室
电话	021-64565117

咨询联系请扫描二维码

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裁、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。

卷首语

数字化

在这疫情之下，
痛苦和损失在所难免。
我们要坚信这场危机终将成为过去，
而留下的世界将永久改变。

在这个新的世界里，
数字化的发展大幅地减少我们出行奔波的必要。
工作将不再只是一个地方，
是一种精神状态。
而我们为了生存在这新世界而塑造、培养的思想将会不同，
也将采用更多的科技于生活中。

商业也会发生翻天覆地的变化，尤其是品牌。
在数字化发展的道路上疯狂冲刺之时，
我们暂且忽视了品牌的价值。
但现如今，
我们必须把侧重点放回到品牌的长期健康上，
对短期指标少一点的追求。

这场危机将加速**数字化转型**，
淘汰落后者并为领导者指明道路。
企业将需以更宏观的战略意识，
更快地跨越剩下的距离且实现全面数字化转型。

疫情结束后的世界，
品牌将发挥更大的价值。
但在不确定性高的危机当下，
却需要奠定一个更好、更有弹性的品牌基础。

没有人能准确地预测并准备这场危机的到来，
更不清楚它的本质。
但品牌宗旨、价值和承诺的紧密结合可以帮助公司对抗多次考验。
品牌需要找到新的灵活性、创造力和决心。
在危机来临的当下以及随后的新世界中，
做得好的品牌将改变消费者对它们的看法，
从非常时期中脱颖而出并获得强大的竞争优势。

目录

CATALOGUE

聚焦 FOCUS

疫情倒逼企业数字化转型 ---------- 10

深度专访 DEPTH

红星美凯龙丨融合资源 共探行业 助力企业 ---------- 14

龙凤床垫丨老上海记忆中的民族品牌 ---------- 18

新冠美丨康养家具典范 ---------- 22

论坛 FORUM

家具企业线上破局 ---------- 28

精品秀 SHOW

解锁居家办公，SOHO也能精英Fan儿! ---------- 34

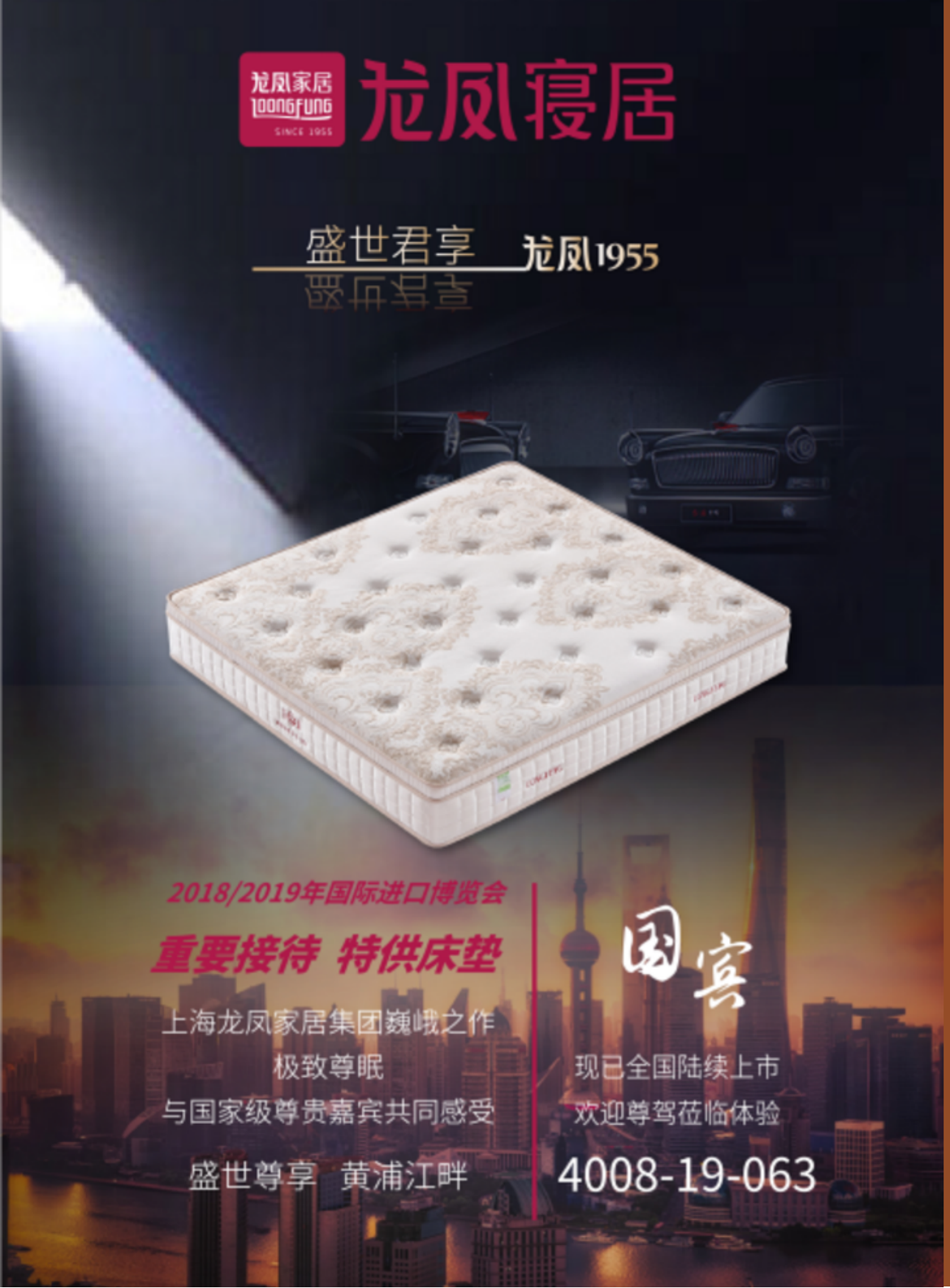
资讯 NEWS

月星首创直播专业培训平台 赋能全球品牌商户44 ---------- 42

震旦家具获“第八届中国医院建设十佳医院家具供应商”称号 ---------- 48

我们在Novah迎接WELL ---------- 52

BAIYULAN白玉兰历时36年打造中国当代理想厨房 ---------- 58


龙凤家居
LONGFUNG
SINCE 1955
龙凤寝居
盛世君享
龙凤1955
2018/2019年国际进口博览会
重要接待 特供床垫
上海龙凤家居集团巍峨之作
极致尊眠
与国家级尊贵嘉宾共同感受
盛世尊享 黄浦江畔
国宾
现已全国陆续上市
欢迎尊驾莅临体验
4008-19-063

聚焦

FOCUS

疫情倒逼企业数字化转型

本次突如其来的疫情使得部分中小企业乱了阵脚，而这部分企业多为传统的非信息化企业，或受制于单一的线下运营场景，或缺乏有效的数字化管理模式，被疫情隔离在孤岛之上。因此，中小企业必须以此为训，打破传统思维的桎梏，用数字化技术赋能企业经营，打造企业数字化运营的创新模式，主动提升创新发展能力。

数字化制造

尤其对于制造业，劳动力的不足及劳动力成本上升，是近年来制造企业数字化转型的原动力之一。此次疫情中，智能化水平越高的工厂，复工的进度和复工效率越高。

以在2月2日提前复工的智能工厂为例，在疫情最紧张的春节假期，仅用1晚准备，就实现了生产的紧急复工，保质保量完成了疫情所需设备的紧急生产，如果是传统工厂，不可能第二天开工；而且复工之初产能利用率已达到80%，并且与传统工厂相比，智能工厂用工人数至少下降一半，生产效率却能提高2.5到3倍。

数字化营销

数字化营销、在线服务、电子商务等，通过线上线下结合，多接触点洞察获取新客户，留住老客户。提高客户体验，以客户为中心，进行业务模式转型，开辟新的业务流，增加收入是硬道理。

目前，各行各业对直播带货一时间都跃跃欲试，从牙刷到火箭，似乎无所不能，无所不卖，对企业来说，只要测试的成本不高，都会想要试试的。对于是不是进场太晚，笔者认为，永远都不会晚，即使你现在才开始做电商，做会员，只要能把握自己的优势去做，永远都不会晚。在平台和领域选择上，抖音、快手、淘宝、小红书、微博、B站等，每个平台都有自己的调性，平台人群很重要，直接决定后期的转化率。

数字化转型

企业数字化能力的构建，涉及到企业的组织架构、经营模式等多方面的调整，不是领导一句话，下面照办就可以的。企业数字化转型，首先要从思想和认知上的进行转型。数字化转型是延长企业生命周期的重要途径，企业领导应该更理性的思考互联网技术带来的商业价值，让业务和技术真正产生交互。

企业数字化转型，就要重新审核并确定数字化转型目标、转型战略以及商业路线图的优先次序；加速转变至手机客户端及电子商务优先的商业模式；扩展在危机中有效的数字化渠道和创新：社交商务、直播、在线客户服务、生产敏捷化和营销科技等，利用新兴技术来获得竞争（以及数据）优势。

疫情的冲击终将结束，但是对社会经济的影响还会持续一段时间。疫情期间，中国企业对数字化工具产生的爆发式需求和由此形成的使用习惯、工作模式、数字化觉醒，在疫情之后还将继续和深化；疫情导致的一些企业收入骤减和现金流危机，亦可以运用数字化手段转“危”为“机”。

红星美凯龙：
融合资源 共探行业 助力企业

4月22日上海市家具行业协会秘书长李霞如约来到红星美凯龙集团总部，与红星美凯龙控股集团联席董事长车建芳进行了深入的交流，共同探讨了当下行业发展之路。

提倡资源分享

在交流过程中，李霞秘书长首先提到了这次疫情对实体企业的冲击，也倒逼企业要转线上电商业务。如何做好电商，这是目前许多企业的期待。李霞秘书长介绍了上海家协通过与百度、腾讯、阿里、京东、抖音等多个电商平台进行了深入沟通，在充分了解各电商平台运作特色及未来发展后，决定聘请抖音电商平台的营销专家为协会会员做线上电商专业讲课，并分享了家协平台与电商平台联手，可以给会员企业带来实实在在的资源价值。

车建芳董事长表示，信息孤岛是资源分享的最大壁垒，上海家协有条件打破信息孤岛，并对家协的与时俱进做法表示赞同。李秘接着介绍了家协通过对企业的走访、调查与座谈，真正了解企业的优势和需求。家协希望通过信息全流通达到产业资源共享，为会员企业提供政府资源、商务资源、活动资源等多方位信息互通与服务支持，助力企业突破、推动行业发展。

促进产业融合

车建芳董事长感慨道：任何一个企业资源都是有限的，更何况还需要利用外部资源为企业的发展服务。她强调：疫情之下，促使企业合作共赢尤为重要，家具行业独乐乐时代已经过去，只有选择合作，才能走出困境；只有结成利益共同体，整合产业价值链资源，才能创造出更大的价值。她希望企业要考虑自己是处于价值链上哪个位置？自己是否在做发挥自己优势的工作？李秘对红星美凯龙曾在行业社会责任方面的贡献和做法表示赞同和感谢，并希望能携手红星这样的行业头部企业，整合家居产业链上下游资源，关注大家居生态链，实现营销整合、流量整合、产品整合、技术整合、运营整合、服务整合以及标准整合，实现资源集约化、成本最优化，将便捷、实惠带给消费者，合力打造上海家居市场新亮点。

实现共赢价值

车建芳董事长介绍了红星美凯龙在全国经营的428家商场，品牌库拥有超过27000家产品品牌，并与中贸展强强联合成立中贸美凯龙，运营上海，深圳两地的中国家博会与中国建博会，并且联动广州，实现三城五展的战略布局，为品牌方和经销商搭建了对接平台。并举办了“中意设计合作论坛”“中意设计交流展”——“上海-米兰”双城新锐设计师联展等系列活动。李秘高度认同红星美凯龙的战略发展与上海市的“时尚之都、设计之都、品牌之都”相吻合，并希望红星能带动更多制造企业重视设计、重视智能制造，能带领经销商团队走进新零售平台、走上电商新轨道。

李霞秘书长和车建芳董事长一致认为：虽然疫情接近尾声，但是对于家具企业而言，如何更好地“活下去”这场战役才刚刚打响。行业的健康发展，离不开责任大企的带头作用。此次专访，探听他们对于行业的思考及危机下的应变锦囊，给家具企业带来一些新的思考，助力行业逆势破局。

龙凤床垫：
老上海记忆中的民族品牌

老品牌是一座城市的烙印，是一个时代的象征，也是陪伴几代人的记忆。随着时代的变迁，她们有的已经黯然消失，有的仍在低谷，也有的已浴火重生。

2020年4月20日上海市非物质文化遗产保护协会会长高春明在上海市家具行业协会秘书长李霞一行的陪同下来到上海老品牌龙凤床垫参观交流，探寻老品牌新面貌。龙凤家居董事长祝卫良、总经理祝增荣和总经理助理裴海波参加了交流座谈。

座谈会上，龙凤家居集团总经理助理裴海波介绍了老品牌龙凤床垫的发展历史。

“龙凤牌”床垫历史悠久，始创立于1955年，以龙鸾凤鸣而得名。老一辈上海人一定还记得，在上世纪七十、八十、九十年代，只有凭票和排队才能买到一张龙凤床垫。当时的上海人结婚、搬迁新居为拥有一张龙凤床垫而无比自豪！“龙凤牌”床垫成为了许多上海人熟知的品牌。龙凤展厅保留了一张1972年上海徐女士购买的床垫，在2015年上海新闻综合频道报道过这张见证了幸福生活和龙凤产品高品质的床垫。

随着上世纪90年代外资企业的进入，“龙凤牌”床垫渐渐的淡出人们的视线，但是老品牌的记忆却始终让人难以忘怀。

2013年祝卫良和祝增荣先生投入巨资成立上海龙凤床垫有限公司，采用现代化的床垫生产设备和制造工艺，重新恢复“龙凤牌”床垫的研发和生产，上海老品牌——龙凤床垫重获新生！

如今，龙凤家居集团上海工厂占地近50亩，6000平米独立综合办公大楼和近50000平米标准化生产车间。拥有多台先进床垫制造设备，具有30万件的年生产能力。现在，龙凤家居集团在天津、西安、广东佛山也设立了工厂，在上海、北京、天津、江苏、合肥马鞍山、武汉、西安、郑州等地已经开设了300余家的专卖店。产品销往全国各地，深受广大用户的喜爱。

上海市非物质文化遗产保护协会会长高春明从中国传统文化角度对“龙凤”品牌做了解读。龙凤是中华民族的广义图腾、精神象征、文化标志和情感纽带，富有吉祥嘉瑞寓意。品牌中的文化信息，为产品注入更多的情感与信念，寄予着人们的快乐和幸福！

上海市家具行业协会秘书长李霞就当前疫情对企业的影响与龙凤家居董事长祝卫良进行了交流。

祝卫良表示，新冠疫情给家居行业带来很大冲击，从材料成本及销售渠道就能体会到。此次危机中，龙凤能从容应对，主要得益于早期的布局。龙凤床垫从开始线下门店的拓展初期，就开始了线上销售，天猫旗舰店、京东旗舰店坚持自主经营，不断学习和培养团队能力。如今，已经取得了较大的发展。

座谈会前，龙凤家居总经理助理裴海波带领大家参观了龙凤家居展厅。

新冠美：康养家具典范

近日（4月24日），上海市消费者权益保护委员会家具办主任王群率领，市消保委家具办公室负责人赵伟、市消保委家具专家王国祥等三人在上海市家具行业协会秘书长李霞的陪同下，来到知名的康养家具企业——新冠美集团进行调研。新冠美集团康养事业部总监侯伟，康养事业部区域经理张稳、王士林，市场部经理肖林强等热情接待来宾，并陪同调研。

王群主任一行首先来到新冠美康养家具展示中心，深入考察了康养家具。现场，新冠美集团家具康养事业部总监侯伟介绍了新冠美康养家具是如何通过专业的设计、材料的选择、色彩的应用以及制作工艺等几个方面来保证康养家具的质量，满足消费者需求，切实保障消费者权益。

参观之后，大家来到新冠美会客厅座谈，进行了深入的交流。新冠美康养事业部区域经理张稳向大家介绍了新冠美集团。

新冠美家具（集团）有限公司1997年成立于上海，是集家具设计、生产、销售于一体的多元化大型民营企业。

美勒森（MLESUN）是新冠美集团旗下医养家具品牌，以“中国医养家具创新推动者”为品牌定位，秉承“为老人健康而生”的品牌使命，专注中国医养家具领域，致力于提供医养家具和持续创新的健康产品体验。

2017年美勒森携手泰康保险集团联合打造“泰康之家”北京燕园，踏入高端养老社区产业。通过泰康之家燕园的成功合作，2018年又相继服务了泰康上海申园、苏州吴园、武汉楚园等多个项目逐步走向养老家具成熟阶段。2019年与中国太平人寿联合打造“梧桐人家”、与中铁置业集团联合打造 “中铁佰和佰樂”、与绿地控股集团联合打造“绿地国际康养城”等系列高端养老社区。通过不懈努力，“美勒森”将打造中国高端社区医养家具著名品牌。

在座谈中，王群主任谈道，政府希望企业能够迎合现在的消费趋势，满足广大消费者的需求。当下中国在逐步步入老龄化社会，未来老龄人口越来越多。人们如何养老，老龄化社会将会产生许多新的消费，而那些更人性化、更舒服、更便利康养家具将会是新的需求增长点。

市消保委家具专家王国祥从消费者的角度对康养家具提出一些建议。毕竟大多数人还是要居家养老，一些人不希望家里像医院一样，所以康复家具与日用家具在外观上不要有太大差异，这样就不会影响家庭生活气息。

市消保委家具办公室负责人赵伟从法律的角度对康养家具提出建议，医疗器械和医疗家具要做好区分，医疗家具不要做成医疗器械。

新冠美集团家具康养事业部总监侯伟表示，“医养结合”作为一种新的养老模式，其家具设计更加缺少参考经验和做法。面对全新领域，公司根据医养家具定制化要求高的特性，快速组建具有丰富产品定制经验的研发团队。在团队人员培养方面也做了一些工作。第一，公司派研发技术人员到养老产业最为成熟的美国和日本市场进行学习参观；

第二，组织研发团队深入养老社区和机构实地了解老年群体生活现状和需求；第三，组织专业沙龙活动，邀请行业协会专家和空间设计师、建筑设计师等交流讨论。

就沙龙论坛等活动，上海市家具行业协会秘书长李霞表示：作为协会可以帮助企业召集一些专家、专业机构从专业的角度，从市场的角度，从企业的角度开展一个关于康养家具的论坛，听听专家建议，探讨康养家具方面的问题。还要从市场的角度做调研，站在消费者的角度来了解消费者真正对康养家具产品有哪些需求。新冠美康养事业部几位领导也表示非常赞同。

上海市消费者权益保护委员会家具办王群主任及行业专家通过这次深入调研，对新冠美的美勒森康养家具在产品品质保障、服务标准高质、全面客户服务以及诚信经营理念所做出的努力给予了肯定。在调研座谈中，对康养家具的发展方向、消费者保障等方面也提出了建设性的指导，更希望企业再接再厉，在提供完善的售后服务等方面继续努力。

论坛

FORUM

家具企业线上破局

为帮助传统家具企业走出当前疫情的影响，发挥平台的力量，上海市家具行业协会线上直播课程与4月28日下午正式开启。首次直播课程针对当前企业线上破局的要求，特邀请到抖音电商负责人Anny讲师，通过多年的电商运营经验给大家分享了家具企业线上突围的要点。

在新型冠状病毒疫情之下，受到创伤的线上线下零售商，都不应该想着去赌一把疫情会很快结束，去等扶持政策，而是应该迈出第一步。这第一步对于线下零售商而言可能是尝试线上微信群卖货，可能是直播卖货，这些之前从没接触过的新事物。

由于疫情导致的线下实体店客流剧减。很多大牌线下店也纷纷涌进线上，做起了区域性的微信群秒杀活动。一些线下零售商，品牌商已经开始在微信群卖货，“粉丝群”、“亲友特卖群”、“VIP福利群”、“内购群”纷纷建立起来。一些商城还推出了“云逛街”服务，集合了所有店铺导购的微信名片。除了私域流量，一些零售商也开始尝试直播卖货，开启了第一场抖音直播，快手直播。

新媒体营销新逻辑

数字时代的媒体变革正在深刻地影响着营销的价值，现在我们需要对营销发出的疑问是：随着新时代的进化，营销具体有哪些变了？在新的十字路口，新媒体营销该如何避过泥潭？

场景：

随着移动支付与网络信息的飞速发展，消费者的消费习惯和行为发生了很大变化，选择商品的途径更多，甚至在挑选的过程中不必进入店面，仅仅在相关线上社区中参考项目信息及评价就可以掌握到自己想了解的信息，这样造成的结果就是线下顾客触点正在减少；

文化：

移动互联网文化有别于传统文化，甚至有别于互联网时代文化，单单是“单身贵族”“单身狗”这形容同一群体却相差深远的两个词，就可以看出当下民众的调侃、娱乐心态；

品牌：

过去的品牌宣传主要围绕“专业、知名、可信赖”的核心来打造品牌形象，但现在的消费者已经不再接这样的“直线球”。消费者接受信息的速度已经不同于上一代的消费者，90后、00后他们接触的新事物越来越多，见识也越来越来多，他们的购买判断往往更加综合性、更加自主性。

消费者在看到营销推广时首先会怀疑品牌营销时给到的信息——“你真的如宣传所说的那么xx吗？”，就算消费者发现商家的确是“专业、知名、可信赖”，但第二个问题又涌上消费者的心头——“这跟我有什么关系呢”。所以说现在没有绝对高高在上的品牌宣传，我们需要做到既高大上又接地气。只有建立与客户之间的联系与互动，才更能打动消费者。

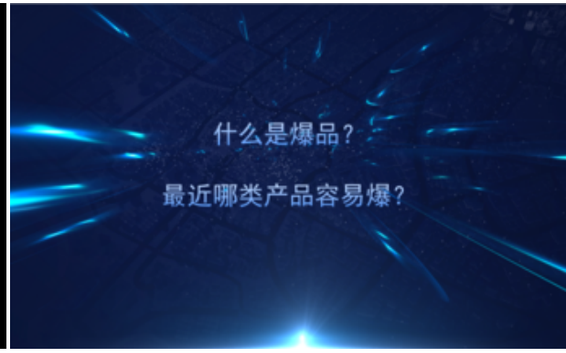
在市场环境的变迁下，作为企业的掌门人与决策者，在尝试一些新的打法和策略时往往会误入误区：目的的扭曲、客群的扭曲、主题的扭曲、渠道的扭曲。

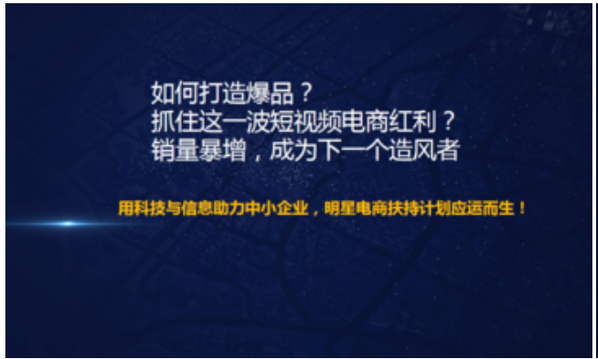
当发现销售的最终目的没有达到时，我们就要静下心来仔细想想以下问题：

营销的最终目的是达成销售，中间目标有哪些？线下客户量很多，如何引流到线上？

当营销从传统时代转向数字时代，新时代营销的任务就变成通过新的渠道创建价值、沟通价值、交付价值。互联网创造的变革已经显现，如果你想赢得年轻人，就一定要通过网络渠道跟他们建立联系。

企业运营者、决策者应驾驭当下的技术潮流，掌握新媒体工具、数据挖掘、市场分析、分层技巧、因素分析技巧等，并利用这些新媒体来挖掘潜在用户，从而对企业运营提供指导。





活动策划三板斧

活动营销的方法有很多步骤是环环相扣的，但核心亮点更离不开新营销时代下的三大特征：自黑、好玩、有人性。

自黑：不仅是一门技术活，更是一种社交。虽然有商家担心自黑会有损品牌的“光辉形象”，但从心理学角度分析，自黑是一种变相示弱，打破对方的戒备心的行为，从而拉近双方的距离。

好玩：“娱乐至上”“娱乐至死”等关键词已经备受关注，似乎所有的人都在大信息时代下的潮流中沸腾、沉浮。在这个泛娱乐化的时代，商家要以清醒的态度来抓住该趋势。

有人性：不论年龄、不论身份层次地位，每个人一生都在追求“懒惰”“贪婪”“虚荣”“色欲”等心理的满足。那么在营销上，就需要通过以上几种心理角度去总结用户行为的目标是什么，然后我们通过“文案、广告、音频、视频等”去为用户绘制更清晰、更明确的“蓝图+梦想”。

企业运营者、决策者应驾驭当下的技术潮流，掌握新媒体工具、数据挖掘、市场分析、分层技巧、因素分析技巧等，并利用这些新媒体来挖掘潜在用户，从而对企业运营提供指导。

面对现实和理念的双重变化，在变与不变之间，商业该如何取舍？历史告诉我们，如果不能跟上时代的潮流，那么就会被时代淘汰。

创造你的办公空间

第一首选是书房，如果拥有一间独立的书房，那么在家办公就已经成功了一半。一张简约、美观的书桌加上一把人性化设计的写字椅，瞬间让你远离“丝竹之乱耳”，重燃工作激情!

如果没有独立书房也没关系，客厅或者卧室照样能变身办公空间。床到工位的距离从来没有那么近过，省去了通勤时间，让上下班状态无缝衔接，这时构建一个临时办公区就非常关键了。

解锁居家办公，SOHO也能精英Fan儿!

家是永远的庇护所。只要家在，心就能安定下来。想必经历过这个特殊春节的你更是深有体会。

复工的节奏已逐渐加快，但疫情尚未真正远离，“宅家SOHO”俨然成为了当前主流的办公形式。当然，在家办公其实也是一场自我修炼，想要舒适而高效地在家工作， 对你的居家环境和家具配置也是一个小小的考验。今天，让我们来共同解锁“在家办公”的几重境界。

腾出清爽的一隅空间，尽可能将办公区和生活区相对分离，收拾出一块整洁可用的桌面，即使临时召开电话会议也不用慌乱无措。营造一个良好工作的氛围，是提高在家办公效率的开始。

在家选出你“合适的固定办公区”，把座椅与电脑键盘的高度调整合适，能让你更加“坐得住”。一旦进入你的“小小工作室”，大脑自然的就进入工作状态。

每日上班仪式感

在家办公和在公司不同，在起床之后的半个小时内马上进入工作状态对于刚从假期回归的你来说，稍显困难。这就需要我们保持工作中的仪式感。

比如，早起花几分钟给自己准备一杯通勤期间的日常饮品，一杯热咖啡，便能唤醒你的状态，开启元气满满的一天。

虽然是线上工作，但是也要注意自己的仪容仪表，保持饱满的精神状态。所以，请在每日开工前，换下宽松慵懒的居家服，穿上一身精神舒适的衣服，以此提醒自己要开始工作了。

桌上不妨放一个相框、一束花，或者台历，或者任何对于你而言“赏心悦目”的装饰。美的环境产生的愉悦感、幸福感，是潜移默化的。能让人情不自禁地想在这个小区域里多呆一会。一个小小的花卉瓶插，有时便可以治愈你的所有焦虑，减少一点浮躁。这样的仪式感会把你带入工作状态，提高你的工作效率。

固定时间管理
自律成就效率

保持专注，是提升效率的前提；保持专注，往往让我们事半功倍。

工作分轻重缓急，在家办公更需要按照工作内容的重要程度加以排序，制定一个To Do List清单并记录在纸上或电子设备上，严格按照计划完成工作。这样的清单把工作任务分解量化，落实起来也更容易。

只有清晰地区分好工作时间和休息时间，远程工作，才会既有效率，又能劳逸结合。

下班的舒适区
合理饮食劳逸结合

主食、蔬果、瘦肉、鸡蛋、牛奶等食物都要摄入均衡，这是维持人体免疫力的基础。在肺炎流行时期，又要尤其注意增加优质蛋白以及新鲜蔬果的摄入。

坚持每日锻炼，可以是简单的一分钟踏步走，也可以是一分钟深蹲、有氧运动或拉伸运动等。工作一段时间后，简单的运动能够让人恢复精力，长此以往，有助于保持良好的状态。

（图文由亚振家居提供）

WELL™ come to NOVAH

INTERNATIONAL WELL BUILDING INSTITUTE™

WELL BUILDING STANDARD™ AT GOLD
WELL建筑标准金级认证

NOVAH LOFT OF INNOVATION, SHANGHAI,CHINA
诺梵创意展厅

Loft A5, Daning Central Square,No.700 Wanrong Rd, Shanghai,China
中国 上海市 静安区 万荣路700号 大宁中心广场A5幢

www.novah.cn

资讯 INFORMATION

加油“55”节 夺回100天 月星集团“百千万亿行动计划” 月星首创直播专业培训平台 赋能全球品牌商户

为响应助阵上海“五五购物节”，拉动内需，促进消费，让广大消费者走出疫情阴霾，迎接心灵阳光。月星集团宣布，自5月1日起，在月星集团旗下全国环球港及月星家居推出“加油‘55’节，夺回100天”的“百千万亿行动计划”。计划组织月星集团旗下200+环球港购物中心和家居商场，携手3000+品牌及万家商户，发放共30亿消费券。“五五购物节，全城打折季”让利于民，促进消费。直播云开播媒体宣传，包括直升机，直播从天而降！

5月1日下午两点，由月星集团、上海电影艺术学院、全国工商联家具装饰业商会联合主办的“悦动云端·星生力量”月星直播云开播仪式暨上海电影艺术学院直播孵化、实训基地揭幕仪式在上海月星环球家居生活MALL成功举行。

全国政协委员、全国工商联常委、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先生视频致辞；全国工商联家具装饰业商会执行会长、月星家居新零售连锁集团总裁许惊鸿先生、月星家居新零售连锁集团执行副总裁胡利杰女士、上海电影艺术学院院长江泊先生及众多行业品牌、设计师大咖应邀出席。解放日报，新浪网等数十家媒体现场报道。本次线上发布会受到广泛关注，效果总曝光超200万，原生直播间总曝光近10万，短短4个小时抖音累计在线观看量已近百万，新浪直播近20万，得到行业内外一致好评！

“此次月星直播云的开通，将为月星全球商户在当前新零售语境下提供展示产品、品牌的新平台、新工具、新方法，致力于打造家居行业“云导购”、“网红直播”的孵化基地，赋能全球品牌商户，成为家居行业最新的社群直播营销IP！”

作为此次战略合作的另一方，上海电影艺术学院将为月星直播云提供专业的直播培训导师、专业的直播培训课程以及专业的直播带货主播、以专业助力家居行业品牌开拓直播营销新渠道，以专业赋能这次跨行业合作的盛事！

疫情期间，作为坚守实体商业服务的代表企业，月星集团不仅推出了“一保两免三减半”扶持政策及火雷节、口红节等促消费组合拳，近日又再度发布“加油‘五五’节，夺回一百天”的“百千万亿行动计划”，本次月星直播云开播仪式正是上述计划的再深化与再拓展，旨在践行月星集团“把美好生活带入每个‘家’”的企业使命。

“环球港+月星家居=美好生活，伴随着月星直播云的开播，月星将搭建起行业内首个线上播货专业培训机制——环球星主播课程，培养全国10万+‘云导购’及‘网红主播’，赋能全球品牌商户。”

“月星直播云将会是未来业内不可或缺的营销工具，能让我们品牌在这个大热的风口浪潮下笃定前行！”简合国际总经理雷旻在发言中对月星直播云大加肯定。

恩宏建筑设计，意大利设计协会成员，GU architects 创始人顾恩宏先生、伦敦艺术大学切尔西学院室内与空间设计硕士、东方卫视《梦想改造家》特邀设计师李楠女士、未来智慧生活科创中心创始人徐辉先生、环球星主播导师、上海市演讲与口语传播研究会高校委员会秘书长、上海市朗诵协会理事陈静女士、东方CJ主持人安迪女士也分别从各自专业角度，向各位到场嘉宾分享了对于月星直播云的展望与期待！

仪式最后，全国工商联家具装饰业商会执行会长、月星家居新零售连锁集团总裁许惊鸿先生、月星家居新零售连锁集团执行副总裁胡利杰女士、上海电影艺术学院院长江泊先生、上海电影艺术学院常务副院长是科圣先生共同为上海电影艺术学院直播孵化、实训基地进行揭牌。此次两者的跨界战略合作，将为直播带货专业化、平台化助力，携手全球品牌商户共创直播营销新时代！

发布会结束后，月星直播云的开播首秀在上海月星环球家居生活MALL火热上演，不仅有A.R.T低至两折的舒适沙发椅套组，更有高端意大利进口品牌超两百万的奢华橱柜，满足各类消费者的不同需求，还有各类红包折扣券抢到手软，吸引了近百万观众在线观看、互动，近距离感受了月星独有的泛家居生活美学。

后疫时代，美好生活仍要继续。月星集团将以此次月星直播云开播仪式为契机，用实际行动为全球品牌商户赋能，助力家居行业冲破疫情阴霾。同时积极响应上海政府“五五购物节”促消费、提信心的号召，拉动内需，搭建全新线上消费体验场景，让城市重现旺盛“烟火气”，真正实现把美好生活带入每个“家”的企业愿景！

震旦家具获“第八届中国医院建设十佳医院家具供应商”称号

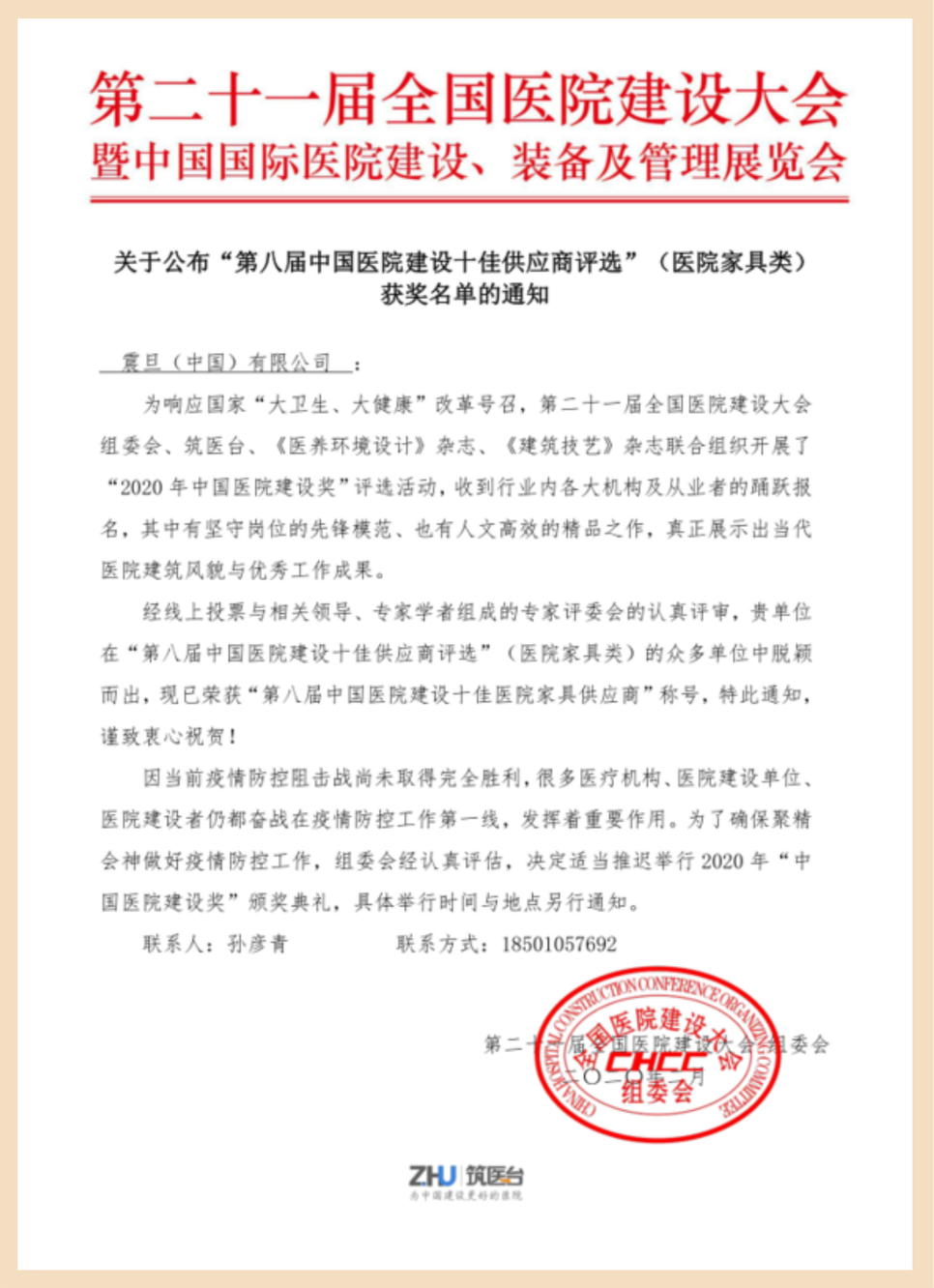
由第二十一届全国医院建设大会组委会、筑医台、《医养环境设计》杂志、《建筑技艺》杂志联合组织开展的“2020 年中国医院建设奖”评选活动结果已于日前揭晓，震旦家具凭借“以人为本”的Healthcare系列产品荣获“第八届中国医院建设十佳医院家具供应商”称号。

荣誉证书

兹聘请震旦(中国)有限公司担任中国医疗保健国际交流促进会医院规划建设与后勤保障分会 理事单位

此聘

中国医疗保健国际交流促进会
医院规划建设与后勤保障分会



第二十一届全国医院建设大会
暨中国国际医院建设、装备及管理展览会

关于公布“第八届中国医院建设十佳供应商评选”（医院家具类）获奖名单的通知

震旦（中国）有限公司：

为响应国家“大卫生、大健康”改革号召，第二十一届全国医院建设大会组委会、筑医台、《医养环境设计》杂志、《建筑技艺》杂志联合组织开展了“2020 年中国医院建设奖”评选活动，收到行业内各大机构及从业者的踊跃报名，其中有坚守岗位的先锋模范、也有人文高效的精品之作，真正展示出当代医院建筑风貌与优秀工作成果。

经线上投票与相关领导、专家学者组成的专家评委会的认真评审，贵单位在“第八届中国医院建设十佳供应商评选”（医院家具类）的众多单位中脱颖而出，现已荣获“第八届中国医院建设十佳医院家具供应商”称号，特此通知，谨致衷心祝贺！

因当前疫情防控阻击战尚未取得完全胜利，很多医疗机构、医院建设单位、医院建设者仍都奋战在疫情防控工作第一线，发挥着重要作用。为了确保聚精会神做好疫情防控工作，组委会经认真评估，决定适当推迟举行 2020 年“中国医院建设奖”颁奖典礼，具体举行时间与地点另行通知。

联系人：孙彦青　　联系方式：18501057692

第二十一届全国医院建设大会组委会
二〇二〇年二月

CHCC 全国医院建设大会 组委会

ZHU 筑医台

除此之外，震旦家具被聘请担任—中国医疗保健国际交流促进会医院规划建设与后勤保障分会理事单位。

震旦与筑医台及CHCC全国医院建设大会组委会合作多次，包括作为副主编单位之一参与筑医台组织的《医用家具设计与配置指南》第二版的编写，作为医疗行业内的领军品牌之一参展“第二十届全国医院建设大会暨中国国际医院建设、装备及管理展览会”。

为适应快速变化的医院环境，震旦凭借多年积累的家具行业专业技能与经验知识，建立了一个专业的医养家具品牌—Aurora Health Care，旨在为每个医疗客户营造一个先进的、以人为本的诊疗环境。已为石药集团、厦门大学附属心血管医院、上海市第一人民医院等医药行业龙头企业和众多三甲医院、养老机构等提供全方位多样化空间家具解决方案。

INTERNATIONAL WELL BUILDING INSTITUTE™

NOVAH LOFT OF INNOVATION

SHANGHAI, CHINA

HAS FULFILLED THE REQUIREMENTS OF

PRECERTIFICATION

UNDER THE WELL BUILDING STANDARD® AT THE FOLLOWING LEVEL:

GOLD

DOCUMENTATION HAS BEEN SUBMITTED AND REVIEWED, DEMONSTRATING AN INTENT TO DESIGN AND BUILD A HIGH PERFORMANCE WELL PROJECT.

MARCH 2020

S. RICHARD PEDRIZZI, CEO, INTERNATIONAL WELL BUILDING INSTITUTE

MAHESH RAMANUJAM, PRESIDENT & CEO, GREEN BUSINESS CERTIFICATION INC.

我们在Novah迎接WELL

也许我们无法得知疫情结束的具体日期，但对人们生活方式以及生活观念产生巨大的影响，这一点是毋庸置疑的。在此期间，有些需求并非那么显而易见，比如说：我们如何让久居的室内环境更有利于人的身心健康？

据调查当代人类有90%以上的时间都在室内消耗，WELL认证也由此在美国诞生。2015年3月绿色建筑认证协会（GBCI）和国际WELL建筑研究院（IWBI）正式将WELL建筑标准引进中国。

而突如其来的灾难不仅加长了在室内活动的时间也让健康一词再次成为焦点，作为建筑空间系统规划专业领域的Novah，也必定要为人在建筑环境的健康做出更多努力。

Novah上海展厅从设计之初，就依照WELL认证标准而打造，每个细节都展现出了对人的关怀，在这个特殊时期Novah也向前迈了一步。而WELL认证也不是单调的条条框框，是有无数暖心细节堆叠而成的极致室内环境。

WELL认证的制定者始终相信，在钢筋混凝土所包围的室内空间里，人类虽然获得了物理意义上的庇护，但显然还有更多其他维度值得被关注，包括空气、光与声音等这些长期以来被忽略的元素。

随着科技的进步和设备的迭代，应该以和往常不同的样貌呈现，建筑不再以矗立姿态呈现，而是以温存的姿态围绕着人类。

AIR空气

除了抵御外来的雾霾侵扰（PM2.5），抵抗室内污染源同样重要：不良的建筑材料与肉眼不可见但却危害严重的有毒气体TVOC，以及因为人群聚集而出现的二氧化碳等。所以从最初的选品开始，Novah就确保家具的环保性，使用空气质量检测系统监测展厅空气状况，通过新风系统和空气净化系统进行处理，并配置绿植辅助吸附有害物质。

WATER水

先进的直饮水处理系统和细致到位的日常维护，Novah展厅公共区域内的饮用水质量是高标的，同时Novah还为了来店客户定制了同样高标准的瓶装饮用水，总之这里的空气和水，都可以让你完全无虑。

LIGHT光

对于人类而言，光是一种双面介质，一方面，光的存在让一切工作变得可视而可及，另一方面，不合适的光源则会让照明变得毫无舒适性可言，甚至会影响视网膜和角膜的健康状态，而对于长期在室内伏案工作的现代人类而言，合理而优质的照明，是仅次于空气和食物的需求。

展厅内的照明系统在WELL认证的规范下，经过精心设计与光源选择，光源通过白色天花板产生的漫反射带来舒适的照明体验，身处其中，完全无需担心惯常的直接光源所带来的视疲劳，还有自动感应控制灯光等更智能处理，同时兼顾光源的节能标准。

MOVEMENT运动

WELL认证对于运动的解读，绝非在室内加置一些健身器械那么简单，在更前沿的理念下，运动状态应该和工作状态如影随形，比如办公区域内合理的动线设计，可以让用户进行不自觉地走动从而避免久坐。

可调节高度的坐立两用办公桌，结合同样可调节高度的显示器支架，则可以让运动在工作中被不经意间完成。

办公椅的选择同样重要，从大脑到颈椎，从脊柱到腰椎，都值得被温柔以待。Novah展厅内的所有办公椅，除了给予身体各个部分更全面的依托以外，还兼顾外观设计等必要需求。

THERMAL COMFORT热舒适

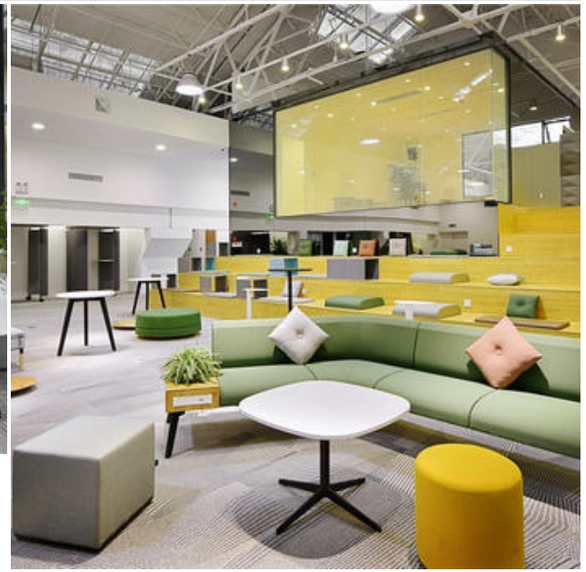
WELL认证对于热舒适度的定义，也并非局限在温度要保证适宜这个单一维度，因为湿度的变化可以带来体感温度的骤变，Novah展厅搭载了室内空气展示面板，可以同时进行温度与湿度的实时监测，还会显示即刻空气中的甲醛与二氧化碳浓度，给予用户更安全快捷的舒适体验。

SOUND声环境

除了空气、水源、光照和温度之外，决定室内环境优劣与否的另一个重要因素，显然是声环境。对于公共环境中的声学处理，一直以来都被忽略，但是越来越多的科学研究表明，噪音可以显著影响工作状态和身心健康，所以Novah展厅内的基准格局按照声学原理来划分，经过专业考量建筑空间内与声学有关的无数动态因素，并使用先进的可附墙体吸引材料与吸音产品，同时确保吸音材料的环保性与装饰性。

MATERIALS材料

“材料”也是受关注的重镇——任何一种和室内环境相关的材料选择，都受到WELL认证的关注与审视，WELL也有严格的规范，旨在最大范畴内保障室内用户的健康与安全。Novah品牌的家具均符合环保标准，并结合空气净化系统为环境提供保障。



MIND精神

人类在公共环境内的精神状态，同样是WELL认证对建筑空间的考量重点，无论是天花板的高度，还是色彩的舒缓性，抑或室内随处可见的艺术品带及的释然感受，以及在敞开环境中的私密性，都是受关注的重点。Novah展厅可以为员工提供短暂栖息和独坐沉思的时空，并配合可倾仰座椅如3.60支持午睡，配置自主研发的电话亭可以让人们有机会从公共空间中抽离，创造私人空间，从而缓解情绪和放松心情。

COMMUNITY社区

在物联网日渐发达且与更多民众生活进行关联的当下，任何建筑和空间都不是单一和独立的，而是兼具了辐射性与穿透力，Novah上海展厅为人与人、人与环境之间带来联动，并提供全般的舒适体验创造更完美的社区。

BAIYULAN白玉兰历时36年打造中国当代理想厨房

近日，BAIYULAN白玉兰橱柜红星美凯龙真北店盛大开幕，以全新高端橱柜演绎当代中国人的品质生活方式。上海BAIYULAN白玉兰家具有限公司BAIYULAN白玉兰品牌主理人沈哲炜先生、红星美凯龙上海真北商场副总经理李永博先生等嘉宾出席开幕典礼并发表讲话，与在场设计师、合作伙伴和各界媒体共同见证BAIYULAN白玉兰品牌又一里程碑式发展。

历经36年匠心传承，BAIYULAN白玉兰品牌正以一个更加全面的品牌身份，为中国高端橱柜市场的各类客户提供更加全面的产品和服务，并期待与更多志同道合的合作伙伴携手打造属于中国人自己的当代厨房。

梦始之初：打造国人橱柜品牌

从1984年的上海奉贤的一个家具作坊，发展为一家集合设计、研发、制造、销售和服务的国际橱柜品牌，BAIYULAN白玉兰连续多年稳居中国出口橱柜品牌在北美市场销量第一的宝座，助力数百万中产家庭构筑美国梦。

在品牌“绿色发展，双轮驱动”战略的领导下，未来BAIYULAN白玉兰将继续以绿色化生产、顶级材料工艺和国际化创新设计，引领中国当代理想厨房。

逐梦之路：从民族品牌到世界品牌

此次BAIYULAN白玉兰橱柜红星美凯龙旗舰店的盛大开幕无疑是品牌的又一里程碑式发展，标志着BAIYULAN白玉兰以国际化民族品牌的身份全面进军中国高端橱柜市场，跻身国际橱柜品牌之林。从2017年BAIYULANBAIYULAN白玉兰橱柜开始进入本土市场，到2018年首家中国门店落户上海，再到如今强势登陆红星美凯龙旗舰店，每一步发展都印证了BAIYULAN白玉兰对打造中国人自己的世界橱柜品牌的强大信心。

位于上海红星美凯龙真北南馆二楼B8180的旗舰展厅，精心打造并以当代审美创新勾勒出了一幅幅以厨房为中心的理想生活画卷，通过细节化场景设计和BAIYULAN白玉兰橱柜“去繁复，再设计”的理念，演绎多种当代中国厨房生活方式。

在BAIYULAN白玉兰独具美感的橱柜设计背后，是深受行业认可的品质和匠心工艺，为客户提供稳定可靠的高品质体验和消费保障。BAIYULAN白玉兰专业的销售服务团队，更以定制化服务灵活配合客户需求。

梦方开始：未来，已来

BAIYULAN白玉兰凭借其深受行业和国际市场认可的工艺和品质，立足中国市场，逐步搭建起合作伙伴和销售渠道网络，深耕中国高端橱柜市场。目前，BAIYULAN白玉兰已与国内众多设计事务所、地产商达成合作伙伴关系，并在郑州、北京形成经销代理商网络，未来将进一步拓展。

未来，为打造符合中国人审美和使用习惯的厨房，BAIYULAN白玉兰与当代中国知名设计师展开设计和项目合作，希望将他们对当代国人的洞察和审美，通过严苛的工艺与制造标准变为现实。

深耕当下，未来可期。作为一个以匠心传承，坚持品质、创新和环保的品牌，BAIYULAN白玉兰期待能在未来，与更多有相同品牌发展理念的合作伙伴，致力中国智造，以民族创造打造属于中国自己的当代厨房。