

向往的生活  
在顾家



**KUKA** 顾家家居

顾家家居股份有限公司

电话: 0571-85016024  
地址: 浙江省杭州市经济技术开发区11号大街113号  
邮箱: kuka-shuiwu@kukahome.com  
网址: www.kukahome.com



股票简称  
顾家家居  
股票代码  
603816

上海家具 2023年 4月刊 总第311期

# FA 上海家具 4月刊

# SHANGHAI

# HAI

2023年 总第311期  
上海市家具行业协会  
www.FAshanghai.com



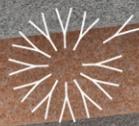
美稷家具 | 设计力量 让办公家具更加人性化

侯正光: 创造理想的设计生态

2023中国家博会(广州)8大设计亮点

封面照片由美稷家具提供





YAVON  
雅风

SET YOU FREE BY U



由你 予你自由

完美办公环境，需要整体和谐搭配，我们有多种可能性的由你

为您打造高效、成功的创富空间

赋予时代的生命力改变传统的造型，创造新颖的风格理念



# 目录 CONTENTS

## 深度 DEPTH

- 美稷家具 | 设计力量 让办公家具更加人性化 6
- YAVON雅风 | 以设计为锚 驶向中国办公家具蓝海 10
- 美勒森 | 始于初心 忠于坚守:设计为“康养新生活”而生 14

## 风向标 BENCHMARK

- 侯正光:创造理想的设计生态 20
- 设计的价值  
——专访“可收藏的设计家具”展策展人卢智闯 24
- 分享·有趣·创造力 探寻原创设计的原点  
——专访设计师朱晖 28

## 论坛 FORUM

- 春日漫谈 | 重新·设计(上) 34
- 勇于担当 共创未来!  
——2023中国家具协会青年企业家银发经济共创沙龙 38

## 前沿 TRENDS

- 2023中国家博会(广州)8大设计亮点 44
- 2023中国建博会(上海)高端定制展馆设计看点 50

## 资讯 INFO

- 震旦家具新品发布 用“善设计”让办公生活更美好 56
- 美勒森集团成功入选“2022年上海市专精特新企业” 58
- NOVAH成都展厅开启 新面貌一睹为快 59
- 莘潮家居第六家居商场即将在马陆开业 60



---

设计源于生活，生活因设计而美好！设计创新既服务于当下，更绽放于未来！在当今数字经济时代的大背景下，智能化、个性化、定制化需求不断增加，设计创新成为可持续发展的重要手段，为家具行业的升级发展奠定了基础，伴随着消费升级，行业复苏，也将构建家具行业高质量发展的新格局。

---

2023“设计之春”落下帷幕，“设计上海”又将上演，一波接一波，将会再次推动上海建设世界一流“设计之都”的新篇章。上海设计不断向世界讲述中国故事、上海故事。通过设计赋能家居领域的产业发展，彰显设计的价值和力量，为我们的生活增添更多的精彩！

---

# DESIGN

# 设计



卷首语

常务编委  
(排序不分先后)



亚振家居



全球家居 品牌典范



上海美稷



强艺红木



PUMEI



美勒森



雅风



顾家家居



文信家具

编委  
(排序不分先后)



博华展览



博华展览



雅轩



爱舒



震旦



雅特兰



诺梵系统科技



多少



龙凤家居



东达红木

战略合作媒体  
(排序不分先后)



安居客



家具在线



搜狐焦点家居

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
红星美凯龙	董事长 车建新
上海文信家具有限公司	董事长 王健
美勒森家居科技有限公司	董事长 张敏
上海强艺红木家具有限公司	董事长 吕国强
上海雅风企业发展有限公司	董事长 谢思琦
上海朴美家具有限公司	董事长 杨瑞坤
上海美稷家具科技有限公司	董事长 戴志勇
华适品牌管理有限公司	董事长 谷海英

编委

震旦(中国)有限公司	董事长 袁蕙华
上海博华国际展览有限公司	董事长 王明亮
上海莘潮家具有限公司	董事长 顾忠国
上海龙凤床垫有限公司	董事长 祝卫良
诺梵(上海)系统科技股份有限公司	董事长 傅天承
上海爱舒床垫集团有限公司	董事长 祝汝华
上海雅特兰实业集团有限公司	董事长 张连昌
常熟东达红木家具有限公司	董事长 王跃峰
上海雅轩办公家具有限公司	董事长 李扬
上海大悦实业发展有限公司	董事长 侯正光

采编主任 陈宇浩

责任编辑 刘俊宏 蔡琼 江南 宏明  
刘彤童 张亮 周晨佳 王佳鑫

视觉总监 徐佳俊

美术编辑 胡立

网络编辑 杨鹏

战略合作伙伴 设计中国

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.FAshanghai.com

承办单位地址 上海市闵行区漕宝路1625号  
星中科创园3号楼

电话 021-64565117



咨询联系请扫描二维码

声明:

《上海家具行业协会简讯》副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

## 美稷家具

设计力量 让办公家具更加人性化

## YAVON雅风

以设计为锚 驶向中国办公家具蓝海

## 美勒森

始于初心 忠于坚守  
设计为“康养新生活”而生





## 美稷家具 | 设计力量 让办公家具更加人性化

文:刘俊宏

随着科技进步和人们对工作环境要求的提高,办公家具设计不断发展创新。上海美稷家具科技有限公司在办公家具领域中以设计和时尚为核心竞争力,获得良好口碑。注重客户体验,致力于成为提供尊贵综合解决方案的服务商。美稷凭借敏锐的时尚潮流洞察力、强大的研发团队和专业的空间规划团队,在现代空间整体规划及家具配套方面,为客户提供精致的个性化服务。

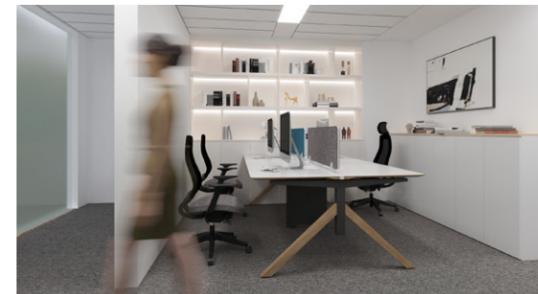
### 协同设计模式

设计一直是现代办公室的重要组成部分。好的设计可以提高员工工作的舒适度和办公效率,同时也为公司营造出富有个性化的工作环境。上海美稷家具科技有限公司不仅注重办公家具单品的美感,更从整体空间的维度思考办公家具形式。为了提升设计能力,美稷在服务客户过程中不断累积设计经验、整合设计资源,深入研究办公行为并积累数据资源,形成自己独特的设计模式。美稷通过探索新方法,满足客户个性化的办公空间设计和装修需求,同时改进和创新传统的设计方式以提供更加舒适、自然和人性化的室内环境。



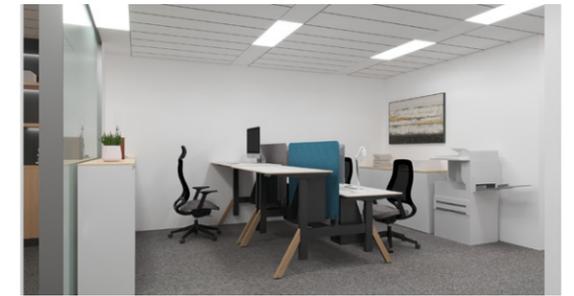
美稷在软装设计能力和室内设计基本功底方面具备优势,并拥有多维度、多团队协作的专业设计研发团队,涵盖工业设计师、软装设计师、平面设计师,以及由建筑设计师、室内设计师、灯光设计师等专业人士组成的设计团队。

美稷遵循功能主义的设计理念,将行为支持、情绪感染和灵动组合等因素纳入产品功能设计,以最大程度地满足用户需求。在软装设计方面,美稷注重通过不同布置方式和颜色创造不同的办公环境,定制化地设计和装修以突显企业个性和品牌形象,并为员工提供舒适、愉悦的办公环境。在产品的设计过程中,美稷从理论场景开始进行调研和 market 分析,概念策划,最后根据工艺技术进行论证和生产,整个设计研发团队共同参与和配合,确保产品独特性、可靠性和优越性。



### 前瞻的办公哲学

最时尚的办公形态,其实就是满足新信息时代办公发展趋势,可以让无序、控制、流动空间、渗透、立体生等元素形成完美的结合,这也是空间里最超前的概念;让用户追求个人意愿的自由最大化,通过更多变的办公家具产品的灵动配置和应用得以实现,这也是美稷一直以来寻求的产



品发展方向。美稷将建筑及室内设计元素与时尚相结合,通过设计将极致应用体现在为客户提供的每一件产品上。

美稷认为,作为一家办公家具公司,需要前瞻的眼光和不断创新的设计思维,才能保持足够新的办公规划思路和方案配置,带给客户更有趣更灵动的办公体验,同时保证自身的产品能够和客户的发展共进。

美稷在为客户进行办公空间规划的时候,更注重适应时代办公发展趋势的“社交”、“互动”和“融合”,并通过合理科学的布局为客户提供极致的办公体验。社交——应该有安静的地方可以独处,充满活力的地方可以合作,以及介于两者之间的一切。美稷一直将宽敞的社交空间作为美稷哲学发展计划的核心,让人们可以随时聚在一起,提供支持、创造和在企业中文化的推广。互动——在办公场所中,员工需要进行的高度协作性质的活动,以满足日益增长的工作效率需求,其中包括漫长的交谈、协作项目、辅助工作、以及快速、即兴的讨论。融合——多元化空间设计其他空间的链接与融合,可以更大程度激发员工的创新激情与动力,并一直延续。通过对空间特性及界域的融合,提升了不同产品的功能使用,这将增加更灵动的模式,使得空间具有成长性与适应性,从而不断提升效率。





## 个性化设计

随着时代的进步和个性化需求的加强，办公家具行业已经从之前的个性化定制逐渐转变为更加注重个性化设计。在这样的背景下，上海美稷家具科技有限公司作为行业中的佼佼者，始终坚持以设计引领，为客户提供更个性化的解决方案。

个性化设计是一种基于客户独特需求而进行的定制化服务，它通过深入的市场调研与行为分析，以及对产品结构、材料、工艺等方面的梳理与优化，致力于为客户打造出完全符合其个性化需求的理想产品。相比于传统的个性化定制，个性化设计更注重创意与缤纷的设计元素，从细节出发为客户呈现真正优秀的品质与卓越的体验服务。

在办公空间设计方面，美稷始终坚持以用户体验为核心，提倡从整体空间角度来考量办公家具形态，精确控制每一个细节，并用创新的设计理念、多元化的材质组合和人性化的功能定位，为不同类型的客户提供更加专业化、智能化的个性化设计服务。例如，针对现代领导者办公空间的需求，美稷以领导力黑色与创新的人体工学为突破口设计了高级定制茶几、电动升降转椅等多种精品，彰显出个性化卓越品牌的含义。

通过以办公空间设计带动办公家具产品设计，上海美稷已经在办公家具领域留下了深刻的烙印。从设计角度出发，美稷关注细节、追求品质，不断推出更加符合客户需求的高品质产品。

## 可持续发展

随着绿色环保意识的不断增强，越来越多的企业家、创业者以及上班族开始关注办公环境的环保问题。为此，一些企业愿意投入更多资金购买更有利于健康的办公家具，例如无醛产品。在这种健康意识爆发的情况下，环保理应成为办公家具产业不可缺席的要素，甚至是一道必须坚守的底线。

作为一家秉持着环保减排理念的企业，上海美稷把可持续发展融入到设计中，利用环保材料、优化生产过程等手段提供更加健康、可靠和可持续的产品。自 2019 年起，上海美稷就开始思考环保材料的可能性，并采用进口的亚麻贴面、再生海绵和水性涂装等材料，以减少空间内的有害气体排放。此外，美稷还与纺织公司合作研制再生尼龙面料的使用，从根源上对环境实现积极的友好效应，形成可持续发展的设计理念。

美稷一直坚定地构建尊崇自然、绿色发展的设计及生产生态体系，秉承绿色、可持续的企业发展理念，在探索环



保材料的同时也在不断努力前行。通过将可持续发展融入到设计中，美稷让产品不仅更加安全和健康，而且更具有环保意识。

尤其是在生产过程中，美稷始终强调环保可持续发展理念，采用先进的技术和设备，推行低环境影响的生产方式，每一个细节都彰显着对于环境的尊重和责任心。这些措施既减少了室内空气污染和室外排放又可以降低商品成本，从此引导着消费者在使用美稷家具时对环境的保护和可持续性方面产生共鸣。



## 深耕办公领域

上海美稷家具科技有限公司以领先的设计理念和手段深耕于办公家具领域，不断推陈出新，不断为客户提供更加健康、环保、优质的家具产品。美稷自主研发产品 GINO 与 YOHO 人体工学椅系列分别荣获 2020 年及 2021 年度中国红棉设计金奖。在过去几年中，美稷深入探索办公家具领域，不断投入资金和精力进行产品研发，以

满足客户不断增长的需求。

美稷自主研发的职员椅、休闲沙发、职员桌、休闲椅等产品，每一件都拥有独特的设计理念和背景。通过研究人体工学原理，职员椅在解决久坐对身体健康带来的危害方面真正实现了突破。同时，考虑到国内市场的特点，在结构和外观方面进行了优化和个性化设计，有效控制商品成本。休闲沙发在行为支持方面注重交流与放松性质，结合使用场景，打造舒适的入座方式和交流空间。职员桌则充分植入中国古建筑设计元素，提高产品使用价值和美学价值。休闲椅则针对消除久坐疲劳和提升观赏性优化了产品结构 and 外形设计。

另外，美稷在 2021 年发布了《中国泛 00 后办公形态研究报告》，对 10 大城市进行调研，收集 9300 份有效样本，并采用多种形式进行访谈。报告深入研究了“泛 00 后”群体的行为、习惯和内心对时代发展的影响，为企业、政府及研究机构等提供科学依据，帮助美稷更好地提升组织发展，打造智能化的空间与办公体验，创造出高价值的产品和服务。

上海美稷家具科技有限公司凭借专业团队的原创产品和人性化、时尚、可持续的办公理念脱颖而出，成为中国办公家具行业中的时尚品牌。坚持不断创新、深入研究和顾客需求导向的发展理念，让企业打成为引领潮流的办公空间的打造者。这也表明，只有在创新中进化的企业才能赢得市场口碑并推动整个行业向着更美好、可持续的方向发展。



责任编辑：王佳鑫



## YAVON 雅风 | 以设计为锚 驶向中国办公家具蓝海

文:蔡琼

YAVON 雅风,立足上海的先锋家具企业,是时代变革中在市场重压之下辗转腾挪的务实派,是新消费时代的创新者,也是引领中国原创办公家具的中国力量。

现代办公空间以“协作、相遇、激发、参与”为聚焦点,通过提供一系列相互连接的空间组织,来鼓励员工参与、互动、协作、休憩,从而实现人与人之间的有效连接,在这样自由无边界的办公空间,激发出极富创造性的想法和灵感碰撞。

雅风便是办公家具领域,提供整体办公空间解决方案的引领者。雅风家具 1992 年成立于上海,从事办公家具设计、制造、营销和服务,是国内领先的综合性系统办公家具品牌之一。



### 开拓者思维:空间行为引导呈现结果

作为拥有三十年历史的雅风,在顺应时代变革下,不断升级创新,增添“时尚”“创意”“潮流”的标签,从传统的家具制造商身份,从同质化严重,入门门槛不高的市场状态中脱离出来。

雅风发现在项目实施过程中,装修过程中,设计过程中,不管是组织行为,个人行为还是空间行为,都有一定的规律和模式可寻,所以把功能和场景做成模块化,快速组合变化,基于此打造出效率办公理念的产品。帮助客户实现快速装修,健康交付的办公环境;让模块化空间,适应客户

的使用需求,在便利快捷的空间中提高工作效率;雅风提供的产品不仅仅在于交付使用,也重视空间运营中的管理,利用智能集成的家具,提供电源管理,节能减排;创新突破的把空间做成产品,实现整个办公装修的空间复用,极大降低公司扩张调整的成本。

在大胆创新的模块化概念下,每个组合模块具有很高的灵活性,善于变化,线条简洁明快,组成了商务的主旋律。为了折叠重组或者容易拆卸,每一个细节都经过深思熟虑而设计。

同时,雅风采用德国豪迈的生产线,进行精益生产;德国舒乐公司提供的软件支持将雅风整个生产体系带入工业 4.0(人机互动)。世界前沿技术的加持,为产品品质的进步插上理想的翅膀。

值得一提的是,雅风以研发能力敲开了众多世界闻名的工业设计奖,如日本 GOODDESIGN 和德国 IF 大奖等国际奖项。此外,在安装效率和可持续发展方面也取得了巨大突破,例如,雅风 TWORK 工作位,集成了电力,网络,灯光的工位系统产品,极大地缩减工程施工师傅装灯,装线,装网的流程,原来三天的安装工作可以提速至 20 分钟解决。与阿里合作打造国内首个零碳园区,共同研发低碳家具产品和空间产品获得了碳综合认证可谓名副其实的“全能王”。

### 为时代赋能:倡导自由办公之志

信任来自各行业佼佼者的认可。31 年历史的雅风家具服务了大量的企业,其中不乏国网电力,江南造船,联通这样的国有企业,上海各大院校,各区法院政府机构,养老机构,保险公司等企事业单位,也为互联网企业(阿里美团小红书)各大游戏公司提供个性化需求的企业服务。



雅风的跨行业服务能力,一方面来自产品线的完善,一方面也来自对客户需求的深度挖掘。政府的产品侧重稳重与庄重;互联网企业扩张很快,半年就可能很大变化,所以产品需模块化,可重复利用,快速组装;游戏类的公司需要个性化产品,侧重对人体工学椅,升降座的需求;保险公司发展迅速,扩张快,需要高性价比,结实耐用的产品。





雅风十分重视设计在办公家具领域的重要性，一方面从功能上去解决客户的问题，体验式设计，优化用户体验。另一方面从设计创新上邀请世界各地的设计团队，例如比利时、西班牙、意大利的设计师，针对客户使用场景进行设计，雅风认为产品开发要解决空间需求和使用场景。雅风产品服务于空间，与风格相匹配，并成为表达企业主张和理念的名片。

面对竞争激烈的家具市场，科技所赋予的优势并非不可超越，速度就显得尤为重要，雅风能够超越挑战者的自信也基于强大的研发系统。响应客户的需求，做前瞻性的研发方案，快速去验证市场的反馈。雅风给自己制定的通常标准：办公空间设计定制，平面深化 30 分钟，3D 效果图 1 小时，完成方案 2 小时。在沟通诉求，制定方案，生产制造，配送安装，售后服务上都有统一的效率计划。速度永远是雅风给自己设置的门槛，竞争者也一直是自己。



### 雄踞核心地标：输出中国原创品牌态度

雅风立足上海，其上海展厅既充满时尚前卫，又符合地标人文属性，坐拥整个静安寺最佳的风光视角。雅风认为，展厅是企业最具意义的展示平台，贯穿其自由无界的前瞻性理念。19 层为展示公共空间，设计休息区、家具展示区、灵活办公区和总裁办公室。20 层更具有私密性，是高端品位的空间，被称之为“Yavon Club”，分布休息区、培训区以及户外等区域。



协作和休息展示区域意在突出巧妙的视觉效果，利用金属的、带有冷静质感的工业风材料和带有建筑结构特色的吊顶划分开来，营造一种高级时尚家具展厅氛围。开放和私密的办公区域旨在传达一种温暖的触感，结合开放式的天花和雅风独具特色的可变换墙面材料，在办公区域的环境下，也可体验到居家感的舒适和随性。整个 19 层通过冷与暖两种极致材料的碰撞所迸发出的强烈对比感，以此清晰地划分功能，同时令参观者印象深刻，有身临其境的氛围感。

### 成长向善：数字化企业筑梦未来

中国家具业正在实现惊人的数据化革命。家具工厂里充斥着高科技的气息，自动化、智能化从仓库到生产线，从前端设计到物流配送，无处不在。中国家具人正在创造历史，而雅风有幸成为这一伟大进程的见证者。

企业总是在拥抱时代浪潮中前行，面对当下数字科技与人工智能的发展，雅风始终在做产品与服务同时，敏锐地捕捉社会发展对办公方式的影响和新诉求。

人们的工作方式正在经历巨大变革，随之而来的办公空间也在变化，远程办公，和协作办公成为未来主流。AI 技术融入办公方式甚至成为核心要素，远程的，虚拟的和现实物理场所的构建关系，要求雅风从新的工作逻辑梳理并给出解决方案。

另一方面，企业对物理办公环境的需求更加深入和细化，给产品研发和快速反馈提出更高要求。雅风希望企业是多线并举的，在纵横变幻的市场浪潮中，稳步发展接待住挑战与考验。

雅风认为数字化是未来的发展方向，处在互联网经济时代，线上线下组合缺一不可。通过 AI 做深入研究，让代理商更好地使用雅风的数字化工具，例如设计软件，报价软件，云端的资料软件，帮助代理商去展开营销和销售服务工作。利用静安展厅辐射整个城市，以城市客厅的概念，



用线下活动的形式聚力、聚人、聚气，让展厅成为不落幕的展会。

近年来，雅风除亮相国内外重要展会等展示渠道外，不断打造新媒体渠道矩阵，通过线上形式开展直播，新媒体邀约等行动。在追求高品质尖端技术的同时，作为服务型企业，雅风也积极履行企业肩负的社会责任感和使命——让更多人享受高品质高效率办公空间。

雅风的未来已经初具雏形，扎根上海，深耕华东，辐射全国。向家具行业赛道“广”“深”拓展，依靠优秀的代理商布局市场网络，两者优势互为加强，创造巨大商机。带领全国经销商伙伴，把市场做精，做细，把雅风可持续办公的理念和成果落地，为更多企业创造价值。

一家企业带领，一群同行者跟随，抱着同频的价值观，有效的执行力，道与术上的协同，深耕中国家具市场的雅风，正在创造原创家具的“理想国”。



责任编辑：江 南



## 始于初心 忠于坚守：设计为“康养新生活”而生

### ——专访美勒森品牌

文：周晨佳

“康养新生活”是康养家具品牌美勒森前进的罗盘，“为老人健康而生”是永恒不灭的灯塔。美勒森忠于初心与坚守的26年不是终点，是规范康养家具设计标准、塑造优质养老服务的新起点。

26年潜心研究，专注老年人生活需求；26年提升产品设计，提供定制化产品；这是美勒森在康养家具行业的26年，也是中国康养家具行业的26年。

美勒森品牌已连续多年获得中国十大顶级品牌、上海高新技术企业等荣誉称号，同时于2020年成功通过了两化融合体系和知识产权体系认证，旗下拥有数百项发明专利、实用新型及外观专利等。居诸不息，美勒森一直秉承专注老年生活的设计之心，定义康养新生活，做为老人健康而生的品牌。

## 立足老年需求 寻找蓝海突破口

中国社会的老龄化趋势，老年人对生活品质的注重，使得康养家具行业的发展具有极大前景。美勒森率先提出“康养新生活”的理念，专注老年人的生活，解决不同层次需求，在康养家具行业的蓝海中不断寻求前进的方向。

美勒森能够寻找到康养家具这一市场入口，正是基于对社会环境的洞察。“近年来老年化趋势严重，二十大报告强调发展养老事业及产业。养老已是整个市场和政策所引导的行业。”美勒森企业负责人范徐斌说道，“在可预见的政策支持和现实需求下，康养这一赛道的新风口属性已经逐渐显露。”



作为国内首批进入康养家具细分领域的企业，美勒森快速抓住市场的需求。经过多年探索与研究，美勒森通过与高端养老企业合作，提出“康养新生活”的理念。“我们美勒森以康养家具为纽带，打造优质的养老社区，着重打造不同的生活空间，营造多样的生活方式，为老年人打造一个有质量的生活环境。”



在未知蓝海中前进，从来不是一路坦途。范徐斌坦言：“对我们来说，说是挑战，不如说是一种机会。目前康养行业还属于发展阶段，制度标准、服务体系相对不健全，行业准入标准跟不上市场发展。这也正是我们现在逐步想要完善和突破的方面。”

## 以设计为核心 用细节做品牌

“家具的核心是设计，设计包含功能创意、材质运用、空间融合。”这是美勒森对康养家具核心的解读。经过多年的项目积累和技术沉淀，美勒森根据不同的康养空间和使用群体而设计出众多风格独具且功能适配的产品；相继推出五大空间、十六种系列产品，基本覆盖所有养老功能空间；从细节入手匠心设计，真正做到对老年生活的关心与保障。





相比常规家具，康养家具的设计和制造更为关注使用者的舒适体验与健康安全。随着年龄的增长，老年人眼睛的晶状体开始发黄，导致视线模糊、色彩辨识度减弱。因此美勒森在色彩上多选用识别度较高的暖色调，打造温馨的氛围。同时我们高度关注产品的环保与健康，在材质使用上，全部采用国家 E0 级板材以减少甲醛释放，面料均通过防水，防霉、防菌，防臭，阻燃等性能测试。不仅如此，美勒森对老年人的关注更体现在家具工艺的细节之中。“老年人会出现骨质疏松、肌肉力量变弱，导致行动不便。所以我们会充分考量家具本身的稳固性和安全性，



依据老人的身体机能和行为模式，设计产品的特定尺寸，通过材质的定制组合与工艺细节处理保障老人使用时的安全与便捷。”美勒森品牌研发部负责人田晓东说道，“让家具成为老年人的帮手，让他们更好地体验到家具带来的舒适性。”

美勒森对老年人生活细节的关注从来不是纸上谈兵，而是用时间和设计来证。无论是特殊材料的引入和运用，还是产品结构的细节处理，花费了大量时间与精力，通过内部实验室与外部检测机构的双重保证，确保产品的稳定性和安全性。美勒森基于对养老空间的研究和产品细节的把控，最终形成了颜值与实用、舒适与安全各类系列产品，不管美式自由舒适风格的沐风系列，还是北欧现代简洁的乐弈系列，亦或是新中式风格的茶语系列都深受用户喜爱。



## 设计先行, 追求优质养老服务

如果说康养家具产品是从功能上满足部分养老需求，那么康养社区则是从功能与心理全方位打造养老空间。泰康之家上海申园、成都蜀园、杭州大清谷养老社区……都经由美勒森操手建设。“好的产品只有与空间环境相适配，才能够展现其魅力。”

“泰康之家是中国高品质养老社区的代表，也是我们众多项目中最有代表性的。”研发部负责人田晓东提到泰康之家是最能体现美勒森设计能力的养老社区。美勒森全程参与了项目各环节的设计与实现，经历前期与泰康之家团队共同摸索产品设计，到产品结构验证的多次打样和测

试，再到现场安装与调试，最终能完美实现客户对空间环境和功能细节的高标准要求。

前期的深入调研和结构深化设计为美勒森打造多样化康养社区不断助力成都的泰康之家蜀园结合蜀汉文化，在公共区多运用竹元素。美勒森与泰康之家共同打造的杭州大清谷临近西溪湿地展现清幽江南风韵，更是凭借其优质的养老设计与服务被誉为养老界的“爱马仕”。这都离不开美勒森前期对当地环境的深入调研和对产品设计的标准探索。通过多年来设计案例的积累和规范，实现设计先行，美勒森已经形成一套适合老年人的康养家具设计参数，成为其服务老年人群和客户的最大优势。

如今康养家具行业正成为中国养老事业的新风口，数字技术影响加强，美勒森眼前是充满机遇的蓝海，也是未知的风险。“康养家具会向智能化、个性化发展。无论之后如何发展，我们都坚持以人为本的初心，使产品的功能服务更好地为老人的健康设计。”以人为核心是美勒森 26 年来不变的坚持，如何更好为人服务是 26 年来持续不断的探索。美勒森的未来从不是一成不变，是变与不变中的坚持与创新，信念如磐，矢志不渝秉持为老人健康而生；朝乾夕惕，做中国养老事业驰而不息的实干者。



责任编辑: 刘彤童

# 莘潮家居 心中有家

建材/家具/电器

全屋定制/软装

一站式购齐



# 风向标

# BENCHMARK

侯正光：创造理想的设计生态

设计的价值  
——专访“可收藏的设计家具”展策展人卢智旸

分享·有趣·创造力 探寻原创设计的原点  
——专访设计师朱晖

【春申店】上海市闵行区春申路2699号

【沪南店】上海市浦东新区沪南路2651号

【花桥店】昆山花桥国际商务城花安路183号

【沪闵店】上海市闵行区沪闵路405号

【马陆店】上海市马陆镇宝安公路3718号

【松江店】上海市松江区茸平路19号

【泗泾店】上海市松江区沪松公路2299号

【青浦店】上海市青浦区北青公路6388号





## 侯正光：创造理想的设计生态

「多少 MoreLess」中国当代家具设计品牌创始人

“设计之春”中国当代家具设计展策展人

文：蔡琼



最是一年春好处,春天仿佛是新的开始,也是抑制不住的生命力量,疫情结束后的第一个春天,第三届“设计之春”中国国家博览会“当代设计展”盛大回归。

一连串数字勾勒出“设计之春”的画像,联合了 22 位知名策展人、带来了 16 个主题性展览、1000 多件创新性新品发布、30 多场研究性论坛活动、4 个专业性奖项,汇聚 100 多位权威性专家学者名人、300 多位先锋性艺术家设计师、100 多个代表性品牌,共聚“设计的春天”。

### 中国当代设计第一展：“设计之春”落地

中国原创家具领域的先行者,上海“设计之春”策展人侯正光认为,“设计之春”和中国国家博览会合作的诞生,一方面来自于和温浩、宋涛几位策展人共同推动行业前进的先锋之力,另一方面来自于对中国家具从低端到高端发展现象和自然规律的深刻认知。

彼时,CIFF 中国国家博览会正处在转型时期,担当着国营巨无霸展览会先进性和生命力的发展使命,将设计作为一个最重要的推动力,原创作为最重要的输出内容,产业的变化,以及代表产业晴雨表的展览业的变换,多方因素加持,“设计之春”应运而生。

“设计之春”起始于 2018 年,由温浩联合侯正光、宋涛联合发起。当被问及为何称之为“设计之春”时,侯正光表示,因为展

览在春天,春天象征着复苏,象征着生命,生机勃勃,设计对于家具产业来说,的确像春天的信号,把存在问题和行业出现的变化,都通过设计的方式转化成一种动力。“设计之春”的出现可谓恰逢其时。

### 设计三部曲：四年三届升级 3.0 版本

2020 年第一届“设计之春”以小品牌集群的方式出现在展览会上,光芒微弱但已经点燃火种。近 20 年来,这是当代家具设计自诞生以来最大规模的一次展览和聚会。外界和行内对第一届“设计之春”的反馈很积极,“欣喜”“感动”“无形中巨大信心”……策展人感受到团结的力量,菌群发酵的能量。

2021 年 3 月,时隔半年第二届“设计之春”发声。数量和质量在迅速提升,经历了 20 年的发展,当代原创家具设计的深度和广度已经有个很大的量级。展览版块扩容,从第一届的两个板块延展形成了“设计中”“生活中”“创造中”“思想中”四个板块,而每个版块则圈定了一群在每个领域深耕的品牌。

侯正光把第二届“设计之春”称为“定心丸”,策展人,主办方,包括参展品牌明确看到展览非常深厚的发声基础,不仅仅是互相给面子参与的事情,而是行业发展的必然趋势。“设计之春”刚好走到这个时间点,为整个中国原创,中国当代设计,做一次阶段性的总结,把它推向另外一个发展阶段。“设计之春”成为当代家具发展的重要时间结点,将被计入行业发展史。





2022 年经历疫情停摆一年,2023 年 3 月第三届“设计之春”盛大回归,在策展人看来,更为独立的展区预示着“设计之春”已成长为一块大磁铁吸引着特定的观众,同时也向外界告知“设计之春”拥有强大的生命力,已经生根发芽。

第三届“设计之春”的步伐迈得很大,内容较以往放大了很多,将艺术,生活的内容融入进去,并从中国原创家具展更名为当代设计展。延展出了时尚版块,意欲打造理想的中国当代设计生态,创造中国当代理想的生活方式,用“设计之春”来创造,来凝聚国内设计艺术力量。今天的“设计之春”已经具备了这样的雏形和能量,似乎可以承载一些更重要的使命和理想。

## 本土艺术力爆发:中国当代文化兴盛

诚如策展人温浩说,横向维度是中国文化创意,纵向维度是中国生活方式。“设计之春”在文化创意与生活方式之间立体构建了展览内容和展现设计魅力。如果说“设计之春”联合的参展品牌已经创造了中国人的未来生活方式,那么怎样的表达才有价值,这是策展人侯正光所思考的重点。

物与人之间,应是一种深谙中国精致之美的生活方式,而对于品牌自身而言,他们也希望让世界看到属于中国的家具艺术——有质感的产品、巧妙的叙事、难忘的体验、愉悦的生活。

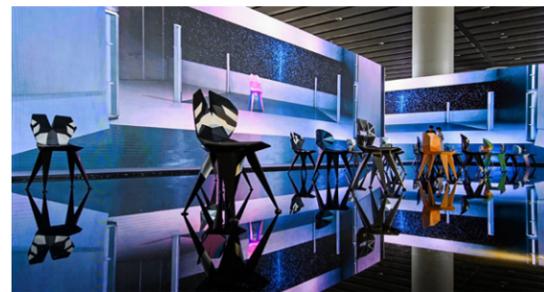
“LIVEin 生活中”版块现场,卢志荣《雨后》,2023,以契合今年“设计之春”的主题“更绿色更友好”。在卢志荣看来,绿色设计不是多种树、多绿化,而是更具使命的。绿色设计是对传统有

感悟、对当下有觉察、对未来有憧憬,从而让我们找回人与物质、人与环境之间应有的和谐。

位于“DESIGNin 设计中”版块中的“三人行”展区。以“观照”为主题,邀请九位设计师联手 ING+、立达信、铂晶艺术三家灯具品牌,直面灯具市场症结所在,力图以作品展现青年设计师们的行业责任与思考。

相较于单个品牌数量的增加“设计之春”更希望强调品牌“裂变”的张力与想象力。如,吴滨、孟也、黄全、曾建龙、仲松、庞喜,联合展览塑造出无时间尺度的空间,呈现当代东方生活状态的时光切片,探讨文明如何在生命的延续中始终生长。“CREATEin 创造中”以 YUAN MUSEUM 为核心,邀请艺术画廊和艺术设计师品牌加入,呈现陶瓷、玻璃、版画、绘画、摄影、雕塑、装置、影像等跨越不同媒介的创作。“设计之春”的使命是创造理想生活方式,秉持艺术、设计、生活三位一体理念而创办的跨专业平台。

品牌的长久力量需要丰满、多维度的叙事支持,正如生活不能只有一面。“设计之春”与中国国家博览会协议履行完成,结束非常友好的合作。未来将以更开放的方式产生新的合作,不管以何种方式,都以独立的形象出现,更好地提升观众质量,给参展品牌受益。



## 原创设计走进生活:「多少 MoreLess」迭代升级

美好生活向往由各种要素构成,最终将指向美好生活方式和水平。侯正光主理的中国原创家具品牌「多少 MoreLess」一直在探索当代中国人生活空间的营造方式。

作为原创家具品牌的践行者,「多少 MoreLess」一直在做民用系统活动家具。目标受众是在当下有一定消费力,也有一定审美主张和个人见解的群体,为他们去打造当代的,也具有中国意境的产品。在侯正光看来,「多少 MoreLess」满足的客群不是按照 70 后,80 后还是 90 后来界定的,而是按照年纪来界定的 40 岁以上的群体。“每一代人都会到达这个年纪,所以品牌应对的是新一代人到了这个年纪后,有哪些需求发生微妙的变化,设计有趣之处就是探究这个变化给出相应的设计方案。多少 MoreLess」更多关注需求的变化,给出符合理念的解决方案。”侯正光表示。

因此在本届“设计之春”上,「多少 MoreLess」首次推出了酝酿 3 年时间的「多少闲室」全新体验式概念店,并邀请了徐文治老师在现场造园,试图在嘈杂躁动的展览现场,营造一个与自然与内心接轨的通道。侯正光说,“喝茶已经成为当下人们的一种社交方式,喝茶的年龄层也日趋年轻,那么喝茶的场景和空间便是「多少闲室」试图打造的每个人专属的精神家园。这也将是「多少 MoreLess」品牌受众年轻化,材料丰富化的一种尝试。”

## 拥抱原创时代红利:少数人行窄路

躬耕不辍,行路不止。从参与者,到推动者,再到国内原创家具的领头人,侯正光的信心来自于国家这 30 年的突飞猛进,整个行业发生了翻天覆地的变化,因为这片土壤的滋养,大部分从业者受益。

从最初原创设计品牌红利,到线上品牌红利,再到第三代的红利变化。无论是做“设计之春”,还是做原创家具品牌,侯正光既有顺势而为的格局,又有全力以赴不遗余力的决心,把行业做到期待的样子。



时代的声音是明确的,中国传统文化驱动中国当代设计。文化基因是中国设计的根源,对于世界而言,中国设计就是具有中国文化和观念的差异化设计,对世界设计有新补充、新发展的设计。

中国当代设计原创领域持续释放魅力和光环,对于想加入中国原创家具设计阵营的年轻设计师,侯正光的意见中肯而又有参考性。在中国家具当代设计里原创依然是非常小的一股力量,还远远没有达到巨型市场下相对应的体量,消费者和市场,对这个群体的关注度和知晓度很低,需要更多年轻人以各种方式参与进来,需要新生力量的介入。

他认为“年轻设计师做这件事的时候,一定要相信自己的判断,尤其是做设计师品牌,必须要有强烈的设计师主观意识,要相信自己的直觉,甚至是执念,否则会丧失设计师的基因和品牌特征。”

侯正光稳稳地把握住了自己原创品牌的航向,并带领一众中国原创设计力量,开始冲向下一个新时代。以少为多,以发现代替创造,中国原创设计的生态环境开荒之路上,成长、转身、变革、重生,我们也期待在行业先行者的带领下,早日构建完成理想的设计生态。

责任编辑:宏 明





# 设计的价值

专访“可收藏的设计家具”展策展人卢智畅

设计师、策展人

毕业于广州美术学院工业设计家具专业、曾任原创品牌多少 MoreLess 品牌总监

文：刘俊宏

设计之春·中国国家博览会“当代设计展”已于3月21日在广州落下帷幕,本次展会鼓舞人心,再创中国设计艺术展览奇迹,三个展馆、五大版块内容,吸引了大量设计爱好者和专业人士前来参观。其中,「可收藏的设计家具」展是其中一个备受瞩目的展览之一,《上海家具》杂志编辑有幸采访到「可收藏的设计家具」展的策展人卢智畅,让我们一起跟随卢智畅通过展览,来看设计的价值。

## 用设计为公益贡献力量

「可收藏的设计家具」展在设计之春“当代设计展”上惊艳亮相。这个展览汇集了12位设计师与艺术家的作品,以西双版纳橡胶木为材料,通过材料、形式、工艺等多个方面的追求,让平凡的橡胶木得以释放出更大的价值。策展人卢智畅介绍:“与其他设计展不同的是,这个家具设计展是一个公益项目,通过展览也将这些由西双版纳橡胶木为材料设计制作的精美艺术家具呈现给公众,提高人们对可持续发展思想和艺术品收藏文化的认识,同时,为促进西双版纳当地的可持续发展贡献一份力量。”

除了在材料运用和可持续理念方面的关注,这个家具设计展的另一个特点是它呈现了一种新的文化形态——艺术品收藏文化。传统意义上,艺术品收藏多侧重于油画、雕塑等领域,但是将收藏的目光转向家具,则是一次尝试性的创新。这不仅为家具设计师艺术家提供了更多的展示平台和收藏价值,同时也丰富了艺术品收藏市场的类型。「可收藏的设计家具」展展示了一些惊艳的、独一无二的家具作品,设计师和艺术家们希望他们的设计创意的家具作品能够被视为艺术品,制作并出售限量版的家具成为了一种趋势。这次展览成功地将这种趋势展现给了广大观众,让他们有机会欣赏到高质量的、独具特色的设计家具。





在「可收藏的设计家具」展这样的平台,设计师和艺术家们可以更好地表达自己的创意和思想,并将其转化为有形的家具作品,以此推动设计和艺术的融合。

「可收藏的设计家具」展览将这些以西双版纳橡胶木设计制作的精美艺术家具呈现给观众,提高人们对可持续发展思想和艺术品收藏文化的认识。同时,在公益项目的支持下,此次展览作品所用的材料——西双版纳橡胶木可以成为更多人关注的话题,从而推动西双版纳橡胶木的应用,为当地经济发展贡献一份设计力量。

## 用设计诠释品质生活

美好生活是每个人都期望并努力追求的。家具作为家居必需品,不仅能够满足人们基本需要,更可以通过设计和工艺制造,传递出一种生活方式和生活态度。设计不仅是视觉上的享受,更是对生活方式的诠释。现代家具设计注重人性化和细节处理,在保证功能性的同时,让人感觉舒适自然。卢智旸介绍:“「可收藏的设计家具」展的一些作品设计灵感也来源于大自然,例如将自然的线条和几何结构与当代设计结合,创造出流线形和流畅曲线的家具,给人带来一种自然的放松感。”

在寻求美好生活的道路上,许多人希望通过收藏来获取充满个性和价值的家具。收藏家具不仅可以有效地记录历史时代背景,更能通过一定的价值升值给人以经济帮助。

从设计和可收藏性两个角度来看,作为日常生活不可或缺的物品,家具既能给我们带来便捷服务,又能通过多样化的设计和制造方式打破日常单调,展示人们对生活品质的追求。与此同时,通过优秀的质量和可收藏性设计构建出的价值体系,也让收藏家们用传承和共享回归到生活中,演绎着各自对美好生活的见解。

## 用设计赋予作品意义

在谈到本次家具设计展的策划主题和思路时,卢智旸表示:他希望通过一场展览,达到两个维度的探索,高端用户和可持续材料应用。

在高端用户方面,传统意义上的家具虽然仍然满足着人们的基本需求,但是对于一些追求个性化生活方式的人群而言,家具已经不再只是功能需求的简单实现。相反,他们更注重家具的唯一价值,也就是说,家具需要在外观、材料、制造工艺等多个方面具备极高的品质,使其成为独一无二的艺术品,并且拥有很高的收藏价值。

另一方面,可持续发展成为目前全球范围内的热门话题之一。卢智旸认为,作品创作方面命题引导和创新和可持续材料的运用则是一大趋势。通过新设计创作,将可持续材料应用于家具制造中,不仅可以减少环境污染和能源消耗,也可以使得家具更加环保、可持续。

在展览策划中,卢智旸更多的关注设计定位与材料之间的关系。他认为,虽然在常规认知上,材料的价值与产品的价值成正比关联,但设计师的创作观念、创作形态、工艺特点同样起到很大的作用,限量的设定让作品的价格更凌驾于同样材料的产品之上。因此,本次创作都是基于很常见也很廉价的橡胶木材料,但经过设计师、艺术家的创作,让作品展现更大的商业价值。卢智旸希望通过新设计创作,让作品展现更大的意义。



## 用设计开启新的生活方式

家具设计展是一个汇聚家具设计领域顶尖人才的盛会,不仅可以展示最新的设计理念和潮流趋势,还能够为观众带来美好的生活体验。在「可收藏的设计家具」展中,除了展示具有创意和实用性的设计作品,还包括探讨设计与美好生活之间的关系。

在谈及设计和美好生活时,卢智旸表示,首先,设计是为了满足用户的生活需求。随着时代和技术的发展,人们对生活品质和生活方式有了越来越高的要求,设计也需要不断地适应和进步。因此,设计师必须深入了解用户的需求和生活习惯,通过精心的构思和设计,为用户打造出更加符合他们期待的家具。其次,设计的另一个目的是提升用户的生活品质。好的设计不仅仅是外观美观的产品,还要富含内涵和功能性。例如,在设计沙发时,不能只注重外形,更应考虑使用者的健康和舒适体验。这就需要



设计师有很高的专业技能,融入品牌元素、文化和理念,让家具设计成为一件艺术品。最后,卢智旸提到,好的设计可能会启发用户对生活方式的新尝试。一个优秀的设计作品不仅仅是一件家具,更是一种生活理念和体验方式的呈现。在这个过程中,家具作为家居空间的组成部分,不仅提供了实用价值,同时也是一种排列组合形式的创造性实践。

设计与美好生活息息相关,在展览中我们可以看到各种独特的设计,也从中感受到家具设计产业的进步和创新。卢智旸认为:只要持续推动设计师和消费者之间的沟通 and 协作,相信未来家具设计展上还有更多更好的作品和理念将会被呈现给大众,让人们享受更加美好的生活。

这次「可收藏的设计家具」展是艺术品收藏文化领域的一次尝试性创新,同时也为设计和艺术的融合打开了更加广阔的空间。最后,卢智旸表示,未来的家具设计将更加注重纵向深度,从选材到工艺全链条的设计将得到更为广泛的关注。此外,他希望通过「可收藏的设计家具」,让更多消费者能够认识到设计的魅力,理解家居生活与设计的关系,从而使家具设计更好地融入人们的生活中。

责任编辑:江 南



# 分享·有趣·创造力 探寻原创设计的原点

——专访设计师朱晖

文：王佳鑫

艺术源于生活而又高于生活，好的创意设计更需要融入生活。作为一名原创家具设计师，朱晖多年来始终坚持自己的“设计原点”，抱着分享的心态去做设计，用心去观察生活，致力于中国原创家具设计的发展。

## 走进生活 好设计需要分享

“把好设计分享给更多的人”，是设计师朱晖多年来一直坚持的事情，也是他的品牌吱音一直坚持的。

“观察世界，用设计来解决问题。”在设计师朱晖的设计当中，日常生活是他最重要的灵感来源，很多设计都源自对日常生活的观察。他喜欢观察普通人的生活，同时也注重在不同时期观察不同人群的生活及其所遇到的难题，用设计给出创新的解决方案，从而使设计出的产品具有更普世包容的使用场景，能够被分享给更多不同的用户。

作为国内原创家具设计品牌的设计师，朱晖和他的品牌吱音除了分享设计之外，也会给大家分享他们认为有价值、有趣味的信息和生活方式，他们会留意不同城市的文化，进行提炼，以设计产品的方式呈现给用户，包含但不限于设计，美学，艺术等更多领域。

通过观察来发现人们生活中的需求和难题，用设计给出创造性解决方案，将好创意分享给更多的人，是朱晖过去、现在以及未来都一直坚持的事情。



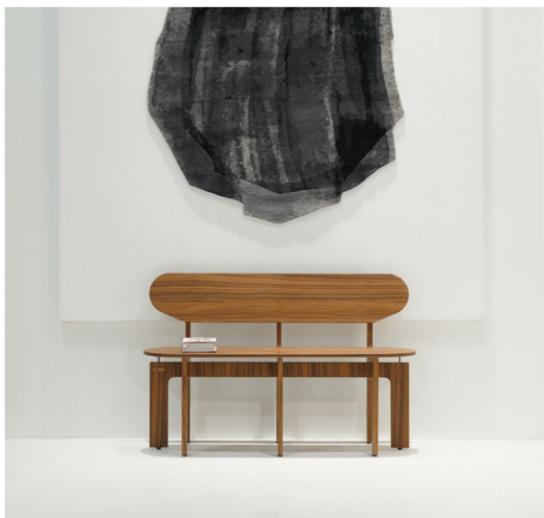
## 敢于探索 让创造力带来惊喜

“吱音”也就是“知音”的谐音，对品牌而言也希望年轻人可以成为“吱音”的知音。从品牌的创立之初，朱晖就在进行一次勇敢的探索。在当时国内家具市场缺少原创设计元素的情况下，朱晖和他的合作伙伴毅然决定探索一条新的道路——创立属于自己的原创家具品牌，做年轻人买得起的原创家具设计。比如早期的「小户型变形记」，不仅关注年轻人在家居生活的功能层面，还关注到年轻人所向往的新生活方式以及寻求与他们在社交等精神层面的情感共鸣。

ziinlife 吱音作为一个创新驱动的设计品牌，也在不断的通过它的创造力去解决用户的难题，探索新的发现。“A lovely surprise to be!”是品牌 slogan，“通过设计解决问题，不局限在任何风格，而是去解决不同的问题。通过创造力吱音希望能给用户带来更多的生活启发，多一个视角去看待一些事物，很多问题都可以有创新的解决方案。”

“别把事情看的太严肃。带着玩的心态，但是要严肃地玩！”这是设计大师“Hans J. Wegner 的一句经典语录，也是出现在 2023 设计之春吱音展位的大师语录之一。这和吱音的理念也不尽相同。“我们始终觉得事情可以有多种解读方式，问题也总能以创新的视角得以解决，所以可以用放松的心态去打开自己潜在的创造力，最后给出严肃专业，有效的方案。”





“艺术始发于自然”，在今年设计之春展上，吱音还与毯言织造一同推出了「开岩」系列艺术地毯，这是一次勇敢的创新。吱音与毯言织造一同在地毯设计中注入东方特有的岩石文化，将岩石和地毯这两种同样以大地为歌的艺术结合，通过尼泊尔古老的匠心工艺表达，推出「开岩」系列，探讨艺术地毯文化中的东方精神，突破地毯的固有形式，创建艺术地毯与空间更立体的对话关系，从而在岩石中生长出更自由且坚韧的生命。

### 永葆初衷 回归设计之心

在今年的广州设计之春上，朱晖作为策展人策划了“单元 MODULE+”数字设计特展。通过这次展览，朱晖也希望设计师们回归更加纯粹的设计思考中在文明的推行中，科技无数次带来生产方式革新，“设计”也一次次将概念承接落地为生产协作方案和新物种，从而消解了科技革新带来的“不确定性”，并将其势能推上更积极有力的轨道，转化为更普世的社会价值。在不确定性的当下，二者互相依承的模式也难免让人产生“脱轨”的担忧，高效驱动下的科技和消费欲望是否会反噬设计，将其推入与社会人文渐行渐远的制式之中？”因此朱晖希望通过「module+ 数字设计特展」，呈现设计师们对以上问题极尽自由的设想和答案，构建未来世界可能的状态。

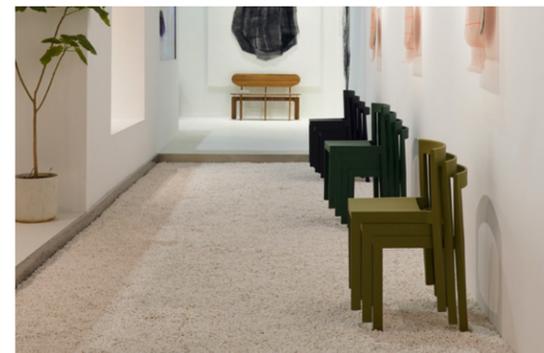


也正是因为这种敢于探索的勇气，吱音每一年都会给自己设置不同的“课题”。近两年的设计探索命题是——设想一下如果吱音回到那个年代，会有怎样的创作？

从一百年前的包豪斯到今天，产品设计是一个不断探索的过程。如果说包豪斯是现代生活的源头，那么 50' 60' 年代的国际主义风格则是第二波现代设计理念的主导潮流。1950-70 年之间，被称为设计史上的黄金年代，既 MCM 年代 (Mid-Century Modern)。今年的设计之春展上，朱晖和他的品牌吱音给大家带来了「50' 60'」系列新品，运用了 MCM 时代最具代表性的材料和工艺，用克制的设计语言，从形式中提取关于日常的思考、质感和善意。致敬经典的同时，探讨经典之外是否还有更多可能性，面对未来新型的变革与冲突，设计还可以发挥怎样的价值？这也是朱晖和他的品牌不断思索的问题。

2023 年也是朱晖和他的品牌吱音共同奋斗的第十年，从创立之初到今天，朱晖和吱音也仍在坚持最初的理念。十年中，有成长、有变化。回看这十年，朱晖和吱音一起进行了许多的探索，从最初的要为年轻人买得起的原创家具，到关注不同人群的生活；在材质，工艺设计美学等不同方向也进行了突破，并创造了多个系列的作品。但不变的是依然坚持“创新驱动”，希望用创造力给日常生活带来惊喜，保持好奇心和前瞻性的探索。正如吱音的第一件作品《信凳》，这款设计在当下依然是兼具了功能实用性，审美价值和技术创新价值的。朱晖认为现在来看这件作品，还是会觉得他们最初的坚持是对的，

作为原创家具设计师，朱晖和他的品牌都在坚持自己的初衷，坚持用创造力带给用户惊喜，坚持做中国家具的“国货之光”。在未来，除了产品设计，还会在商业模式、生产方式上进行深度的研究和创新，表达品牌独立的想法和态度，也期待，朱晖设计师能创作出更多有趣的创意设计，分享给更多的人。



责任编辑：刘俊宏



# 龙凤床垫

床垫 · 软床 · 沙发 · 家纺



置身云境 与美梦同栖

高奢纯享 诠释人文从容

**龙凤68周年纪念版系列新品**

以创新技艺与革新突破

陪伴国人非凡好眠



云境



# 论坛

FORUM

春日漫谈 | 重新·设计(上)

勇于担当 共创未来!

2023 中国家具协会青年企业家银发经济共创沙龙



龙凤家居集团  
LOONGFUNG FURNISHINGS GROUP

4008-219-063



## 春日漫谈 | 重新·设计(上)

在设计被不断谈论,设计品牌如雨后春笋般成长的当下,在全民信奉“颜值比”、“国潮”兴起的新语境下,中国设计与中国制造、室内设计与家具设计、企业家与设计师,各自的思考都有哪些新变化,一起来听这场娓娓道来的漫谈分享。

春日漫谈 | 重新·设计

漫谈地点:2023CIFF家博会(广州)“蔚见”院子

漫谈嘉宾:汉格家具总经理 廖焱文、阅生活董事长 & 首席设计师 麦子、挪亚家总裁 陈志军、GID国际设计创始人 & 董事长 曾建龙、多少创始人 侯正光、蔚见主理人 刘宗亚、戴蓓 Talk 独 sir 家居出品人 戴蓓

### 1、当我们设计展位时,我们在设计什么?



戴蓓 Talk 独 sir 家居出品人 戴蓓

天坐在广州家博会“蔚见庭院”里,看到光在草上微微地跳动,几位好朋友围坐在院子的树下,感觉不到是在展会现场。

以往展会企业展位会摆满各种家具,“蔚见”的展厅却把一半的展位面积让渡给庭院,家具只占到非常小的空间。设计的思考好像不再仅仅停留在家具本身,你坐在这里,有家的场景,春日的感觉,被感染到一种生活的气息。



蔚见主理人 刘宗亚

我和廖总展会展馆设计合作,今年已经是第五年。我们在做设计前习惯先思考一个问题,就是能够带给体验者什么?这次主办方告知我们展商,开展期间展馆是没有主灯照明的。在没有灯的状态下,我们能给到体验者什么?来参观的观众在参观过程会是什么样的状态?

在这个“庭院”里,我们用了很多拱形。如果是在一个度假型的酒店,我们会用直线,

让它显得更建筑、更恒久、更经典,但是当下大家来到这个展馆,更多的是需要一种力量,有触动的点,回去以后还能够记住、能够传播。所以我们做了黑色苍穹下舞动的曲线,希望它既有连接又有跳动的感觉,既有安静的状态又有一种欣欣向荣的力量感。

我们在思考展会里的隔墙是否一定要用石膏板之类的材质?所以我们用了金属网格,像混凝土一样,但是里

面又有轻盈的纸,这就是我们现在看到的几面半透明纸墙。这是思考材质的矛盾性和展会的暂时性形成的结果,我们觉得不需要很多的资源也能够做有意思的事。

“重新·设计”在我看来更多的是对当下的一种回应,因为很多东西都是已经存在的,产品已经过剩了,家具也好、沙发也好,你要思考的是怎么用不一样的家具去唤醒人们当下的需求。



汉格家具总经理 廖焱文

我喜欢轻松的东西,希望我们的家具也是这样,轻松一点,自由一点。刘老师和我彼此高度信任,展厅年后才开始筹备,时间很紧,但我一看到刘老师的设计,就马上决定了。

设计是品牌的灵魂,没有设计很难有后续的高品质,设计可以四两拨千斤,希望展厅形象的呈现、家具的创新,是一些好玩且有意思的。我是做家具生产出身,认为设计是多样性的,可以是外观,也可以是功能、材质、色彩、舒适性等等。每个企业都有每个企业的基因和自己的优势。可以着重去做自己优势的地方,并不断循环。我更关注舒适性,没有舒适性的设计,我一定会排除掉。

戴蓓 Talk 独 sir 家居出品人 戴蓓

我在阅梨总部的某个大仓库里看到过一个白房子,就像把一个房子搬到一个展会里,让人身临其境的家的感觉,让我耳目一新。麦子是从哪些方面去考虑展厅的设计和“重新设计”这个词的?



阅生活董事长 & 首席设计师 麦子

天坐在这个环境里,我觉得特别放松。院子里一些有肌理的石头,就像在海边一样,有海风微微吹到脸上,坐在树底下,踩在沙子上,有一种儿时在海边玩的回忆。

我觉得做设计,其实是把内心向往的或者忘却的回忆找回来。总有一些东西,无论是哪个时代,哪种社会背景,都能勾起同样的情怀跟情感。今天我们一进来就有一种亲切感,因为人最早人都住在洞穴里,沙子、石头,风吹动地上的草都是生活的记忆。

### 2、漫谈:重新设计

阅生活董事长 & 首席设计师 麦子

我是一个家具工厂老板,也是设计师,当年学油画,还写诗,所以我做家具比较不客观。我是企业老板,我觉得这个设计好就可以做,不用咨询很多人的意见,也不会去做市场调查。如果请一个设计师,找市场部、技术部去评审,出来的东西未必是你想要的。我想做什么就做什么,这是我的幸运,当然也可能是工厂的不幸。

关于设计，我有三点想分享：

Point.1: 做家具就是在做独立人格。每个品牌都有自己的优势，每个企业家都有他的追求，但是现在市场变化太快，每一次展会都会有很多新的东西出来，然后服务商会告诉你，今天做这个明天做那个。

以前我很勤快，展会从早上看到晚上，连续好几天。近几年我不怎么看展，不太关注市场的变化，因为大家一起做的事情，未必是就消费者需要的。好像竞争对手干了你没干的事，你就有落后的感觉，他们乱求医你也跟着乱求医，企业这样做下去会很焦虑。

每一个企业都要有独立思考的能力，如果没有自己的独立人格，有可能会丢掉自己最宝贵的东西。

Point.2: 让设计回归本质。本质就是回归简单、回归品质、回归生活。我觉得设计不是加更多好的东西，只要把讨厌的东西拿掉行了。无论设计得多炫，多有文化属性，如果不好用、不耐用，就不是一个好设计，要回归品质。

Point.3: 做设计一定要站在时间的维度上。现在呼吁可持续发展，环保设计，但行为上却是鼓励消费，用完就丢。家具是耐用品，起码要二三十年才能孵化一把经典的椅子。所以不要做畅销产品，最好是做“长销产品”。

今天大家都在讲设计，就是当大家都在讲设计的时候，其实都不了解设计。哪一天我们都不聊工匠精神，我们的产品可能做得很好；如果设计成为我们的日常就不需要再谈设计。

#### 戴蓓 Talk 独 sir 家居出品人 戴蓓

想起一个场景，大概五六年前在米兰家具展期间布雷拉美术学院附近一条很普通的街道，著名设计师加埃塔诺·佩谢 (Gaetano Pesce) 经典之作“偏见的囚徒”UP5\_6 扶手椅就放在那条街上，那时是傍晚，夕阳照在椅子上，一个女人牵着一只狗经过，她坐在椅子上跟狗玩，她走了之后，又有小孩爬到椅子上，有很多人经过那把椅子。似乎我们很渴望的“设计”在意大利是一种日常，有关设计的场景在中国好像要专门去一些地方和某些人有关，以打卡地、“拗造型”的场景存在。那么，近几年中国的设计语境有改变吗？



#### GID 国际设计创始人 & 董事长 曾建龙

过去中国的制造业老板或者投资者，他们对设计的认知没有那么深的时候，随时可以拿来主义的时候，他们就是认为设计没有价值，到今天整个社会在颠覆整个生态，品牌慢慢走过成长期要去建立自己的品牌辨识度与价值主张的时候，设计就是唯一的砝码。这个时间点刚好是设计师崛起的时候。过去市场增量的时候，生产都来不及交付，哪有时间去做所谓的原创？

中国企业在这三年里因为没有办法出国获取创意，倒逼着只能关起门来做内心的生活设计。把内心的感知，对生活的态度，倒逼进企业，我相信出来的产品会有温度的，有灵魂的，而不只是塑形。这三年来每个企业都在憋招，都在让自己的产品回归到自己的语言，我觉得是好事。

今天的设计可以看到很多裂变，我觉得是一种希望。比如我们把去年要参展的产品全部换掉，今年展会重新来一遍，我觉得这也是一种态度。在时间足够的时候，要大胆舍去过去。市场不缺家具，市场缺有灵魂、有趣味的生活家具。生活家具，一定要带来可传承的概念。比如我们今天去买中古家具，在几十年前它是出于刚需。因为匮乏，从古典转换到包豪斯的时代，很多设计师跳出来设计家具，不是要跑量，不是为了创造，而是为了匹配空间的当代性。

“重新·设计”其实就是一个新的迭代，要重新去定义自己对家具的思考，对生活的思考，怎么用新的主张、新的态度去鉴定你认为可以传承的设计价值。我觉得家具的环保不是材料的环保，而是让家具延展它的寿命周期。这些家具是伴随你生活的，它有包浆的，有温度，有痕迹。作为设计者或者企业家，除了增量市场之外，能不能去构建一个品牌的生活态度或者品牌的价值主张？作为一个室内设计师也是产品设计师，我在重新思考空间、人、物三者关系，怎么能一直延续。

#### 戴蓓 Talk 独 sir 家居出品人 戴蓓

这个词很好：做生活的设计。今天我们今天的语境已经不再是产品设计本身，更是一个生活方式的设计，它所带来的情感连接或者共鸣。第一届设计之春，我问侯正光老师，你觉得中国设计的春天来了吗？他说，我很讨厌大家用一种很悲悯、很同情的语境去聊中国设计。现在四五年过去了，这种情绪是有所缓解吗？



#### 多少创始人 侯正光

有一件事我记得特别清楚，2009年，我们第一次开店在上海吉盛伟邦，我们对面是锐驰，做锐驰的老韩问我，你这个店怎么样？我说：一直亏，你们呢？他说：我们一直赚啊。我问那怎么办？他跟我讲，老侯你别着急，你是原创，没事儿。就这么一个迷魂汤灌下去，灌到现在我都相信，原创可以亏钱没关系。用这个故事来回应戴蓓的提问，就是到底原创设计要不要被同情？要不要被悲悯？肯定不需要。这个迷魂汤一定是糖衣炮弹，糖衣可以吃掉，炮弹一定要打回去，否则就是自欺欺人了。

无论是原创也好，设计品牌也好，还是说原有的行业品牌转型成一个设计类的品牌也好，底层肯定是商业，都是商业逻辑，只是用不同的面貌在呈现。商业必须要有利

润，这是一个非常明确的道理，跟原创设计没有太大关系。

我认为设计就是在解决问题，解决新问题，解决真实的新问题。新的需求具备几个约束条件，它是一个新的需求，它是一个真实的新的需求。有很多伪需求也会制造出很多所谓新的设计。

需求是非常理性的东西，没有太多虚的，就是在解决功能的东西，新的功能需求。比如茶家具现在这么火，是一个以前的需求被淹没，然后这段时间又重新翻出来，从一个可有可无的需求变成刚需，那设计师就解决这个问题，用不同的方式来解决它。形式感，到底美不美，尽管定义很多，但你得解决它。你还要解决成本问题，品质问题，可持续的问题，这几个问题只要解决一个，设计基本就成立了。我觉得设计始终在这样一个逻辑下，没有太大改变。

去年上海展，蔚见特别精彩地就出现了，特别地让我有印象是那个巨大的隧道，一个洞在展厅里，后来看朋友圈，宗亚做了一个贵州的洞穴酒店，这次展厅又是一个洞。

#### 戴蓓 Talk 独 sir 家居出品人 戴蓓

这是一个巧合。刚刚麦子老师说第一印象也是个洞。可能是在我的潜意识里的吧。

#### 多少创始人 侯正光

我的感觉也是这样，他有线索有脉络道家说洞天福地，我觉得“洞天”这个词很好。人是从猿猴进化来的，潜意识里对洞穴是有安全感的，尤其是大山洞，能通天的那种，它是有能量的，我们进来之后都会觉得安全，我觉得这个洞可以继续做下去。



责任编辑：宏 明



## 勇于担当 共创未来!

——2023 中国家具协会青年企业家银发经济共创沙龙

3月19日,2023中国家具协会青年企业家专业委员会年会在广州成功召开。作为由中国老年保健协会、中国农博会(广州)、花样乐园、晚安家居共同主办的2023中国银发经济创新峰会暨中国社区居家养老主题展的一部分,本次中国家具协会青年企业家专业委员会年会聚焦银发经济,青年企业家们分享了长寿时代背景下消费结构的转型,深入探讨家具行业如何更好的为银发产业赋能。

世界家具联合会秘书长、亚洲家具联合会副会长兼秘书长、中国家具协会副理事长兼秘书长、青年企业家专业委员会主任屠祺,广州市家具行业协会秘书长陈允,海太欧林集团医养中心总经理王晓志,青年企业家专业委员会执行主席:深圳市左右家私有限公司出口事业部总经理黄元浩,晚安集团执行总裁、花样乐园创始人陈泽岑,青年企业家专业委员会主席团主席:郑州大信家居有限公司董事长庞理、广东省和砚家居有限公司总经理陈琼芳、西安福乐集团总裁田田、广州市番禺永华家具有限公司总经理陈国伟、广州阿凡达家具有限公司执行董事王天兵、天津市美之林家具有限公司董事长宋文彬、成都诸葛家居有限责任公司董事长叶晓亮,青年企业家专业委员会委员等60余人参加会议。会议由中国家具协会副秘书长、青年企业家专业委员会秘书长解悠悠主持。



解悠悠副秘书长主持会议



屠祺秘书长致辞

世界家具联合会秘书长、亚洲家具联合会副会长兼秘书长、中国家具协会副理事长兼秘书长、青年企业家专业委员会主任屠祺 致辞。

在年会讲话上,她指出,青年企业家是行业发展的重要力量,为中国家具事业的发展带来无限希望。左右、晚安、大信、中泰龙、福乐、永华、海太欧林、联乐、金虎、大清翰林、伍氏兴隆等企业代表追求卓越、积极作为,创新发展、推动行业进步,彰显了青春正能量。在当前这个变化中的世界,大家要顺势而动、乘势而上,敢想敢做敢为,继续在“建立朋友圈、链接世界;承担责任、引领行业发展;勇于奉献、追寻价值”三个方面开展工作,中国家具协会将与大家携手前行,共同奔向美好的未来。



陈泽岑总裁 主题演讲

会议同期举办了中国青年企业家银发经济共创沙龙。晚安集团执行总裁、花样乐园创始人陈泽岑作主题演讲《长寿时代的新经济》,他详细分析了养老产业的发展前景,分享了晚安家居推动社会力量参与公益事业的实践案例,创建花样乐园的初心、使命和愿景以及花样乐园的5H运营模式。

他认为,青年企业家是非常重要的中坚力量,更应该发挥主动性,呼吁大家共同担当社会责任,用好自身及企业的资源,为银发群体服务,探索养老产业发展新思路,赋能银发经济新时代。陈泽岑总传递了向上、向善的能量,表现了新一代青年的责任感及担当,受到现场青年企业家的认可和称赞。





王晓志总经理 主题演讲

海太欧林集团医养中心总经理王晓志作主题演讲《CCRC模式下康养家具设计与应用》。他介绍了持续照料退休社区的概念、核心功能单元和该模式下的家具设计理念,并以海太欧林产品为实践案例,分享了养老家具未来发展和市场前景。

晚安集团执行总裁、花样乐园创始人陈泽岑就青年企业家共创银发经济主持对话,深圳市左右家私有限公司出口事业部总经理黄元浩、郑州大信家居有限公司董事长庞理、广州市至盛冠美家具有限公司营销总经理赵博、广东省和砚家居有限公司总经理陈琼芳、西安福乐集团总裁田田参与对话。

郑州大信家居有限公司董事长庞理提到,传承是最伟大的坚持,家具企业要坚守设计引领,从中国的传统文化中找寻设计主张;要推动工业化和信息化的高度融合,实现大规模定制和个性化服务;要重视消费体验,开拓广阔市场,积极开拓发展新赛道。



陈泽岑总裁 主持对话



庞理董事长



黄元浩总经理

深圳市左右家私有限公司出口事业部总经理黄元浩指出,前进道路上要坚守科学合理的发展,左右家具始终坚持“左右沙发 沙发专家”的品牌定位,在专注的领域用心钻研、创新发展。作为青年企业家,大家要努力探索、担当作为,打造中国人自己的生活方式,向世界展示和输出中国文化。



赵博总经理

广州市至盛冠美家具有限公司营销总经理赵博表示,银发产业的未来市场空间巨大,要探索细分市场或全产品线的设计研发,做好银发赛道消费人群研究和市场拓展;相互合作,整合产品、营销、渠道等资源,共同开拓第二增长曲线。同时要感恩父辈、感恩社会,积极承担责任,回馈和反哺社会。



陈琼芳总经理

广东省和砚家居有限公司总经理陈琼芳表示,当前家居行业市场逐步细分,专业化程度越来越高,需要企业脚踏实地、深耕细作。中泰龙集团秉承“诚信、服务、品质、创新”的理念,开拓东方美学、高端中式品牌“和砚”,致力于民族文化复兴,提供以传统文化为载体的生活方式。



田田总裁

西安福乐集团总裁田田表示,福乐集团因时制宜、因企制宜在传承中突破,开发智能床垫,布局智能和医养家居。青年企业家要在协会的大平台下,利用行业资源创新融合,承担起推动行业发展的担当和使命,服务当下的美好时代。

中国青年企业家汇聚,共创银发经济,传播中国家具文化,传递青年企业家精神,为社会和国家贡献有意义有价值的青春力量。未来,陈泽岑将以晚安家居花样乐园为起点,号召更多优秀青年企业家进入银发赛道,为国家、

社会贡献力量。

青年一代有理想、有担当,国家就有前途,民族就有希望。活力向上,未来可期!



责任编辑:张亮

spacein 雅轩

Create  
well-being workplace

系统家具 | 休闲家具 | 学校家具 | 配件 座椅

SPACEIN

前沿

TRENDS

2023 中国家博会 (广州)  
8 大设计亮点

2023 中国建博会 (上海)  
高端定制展馆设计看点



上海雅轩办公家具有限公司  
电话: 021-51082835  
邮箱: mk@artlandspace.com  
地址: 上海市金沙江西路568号B栋10层  
网址: www.spacein.cn



## 2023 中国家博会(广州)8大设计亮点

第51届中国国家博会(广州)于2023年3月18-21日在广州盛大举办。本届家博会深化“全展设计”理念,呈现当代设计、全案设计、软装设计、户外原创设计、办公环境设计、商业空间设计、材料美学设计等诸多亮点,不一而足,致力以原创设计促进行业转型升级。下面跟随我们一起来感受这场家具届盛事。

### 亮点一、设计不重样

D2M Lab 设计样是一个全球设计交易平台,本届以“100件中国设计师坐具设计”为主题,将三大精彩板块一起呈现给广大观众。

展馆的入口采用纯木色与黑色搭配,前台天花开口搭配顶光,仿佛是一扇天窗,阳光落入空间,为相对封闭的入口提供了透气的空间。穿过通道,豁然开朗让人倍感震撼。

一百张形形色色的设计师椅子以整齐的阵列摆放在眼前,每一张椅子都拥有一个专属地台,如同模特,在聚光灯下展现着自己的美。

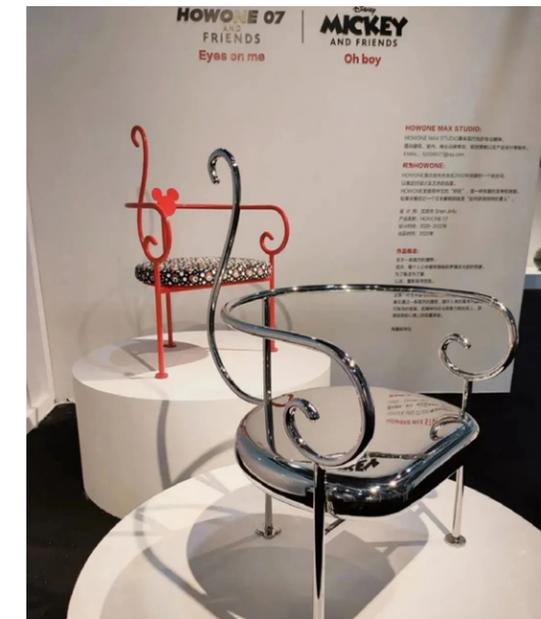


每一张椅子都出自著名设计师之手,彰显着强烈的个人风格。不论是长颈鹿椅幽默荒诞的多元文化冲撞,还是GODI矮马极致点线的天才灵感结构,无一不透露出设计师对创作的极致态度和对美学的高度追求。



漫步穿梭在方阵之中,仿佛在与一百个不同的有趣灵魂对话,尝试品味坐具中包含的激情与灵感。

穿过第一板块便来到了“设计集市”。每一个小小的隔间都藏着蓬勃的设计能量。



HOWONE 07 的诞生是关于一条“尾巴”的猜想。

极致的线条结构提炼,赋予了这件作品无限的可能性。重新思考了东方文化和明式圈椅的趣味,融入现代艺术的元素,让这件作品承载了更多的人文价值。

同时,与迪士尼的联名,相信能为它吸引到更多的粉丝。

设计本身便是灵魂的一次表达,再小的创作也能发出洪亮的“声响”。D2M Lab 设计样就像是一个喇叭,让一阵阵独特清脆的“设计之声”传播得更广更远。

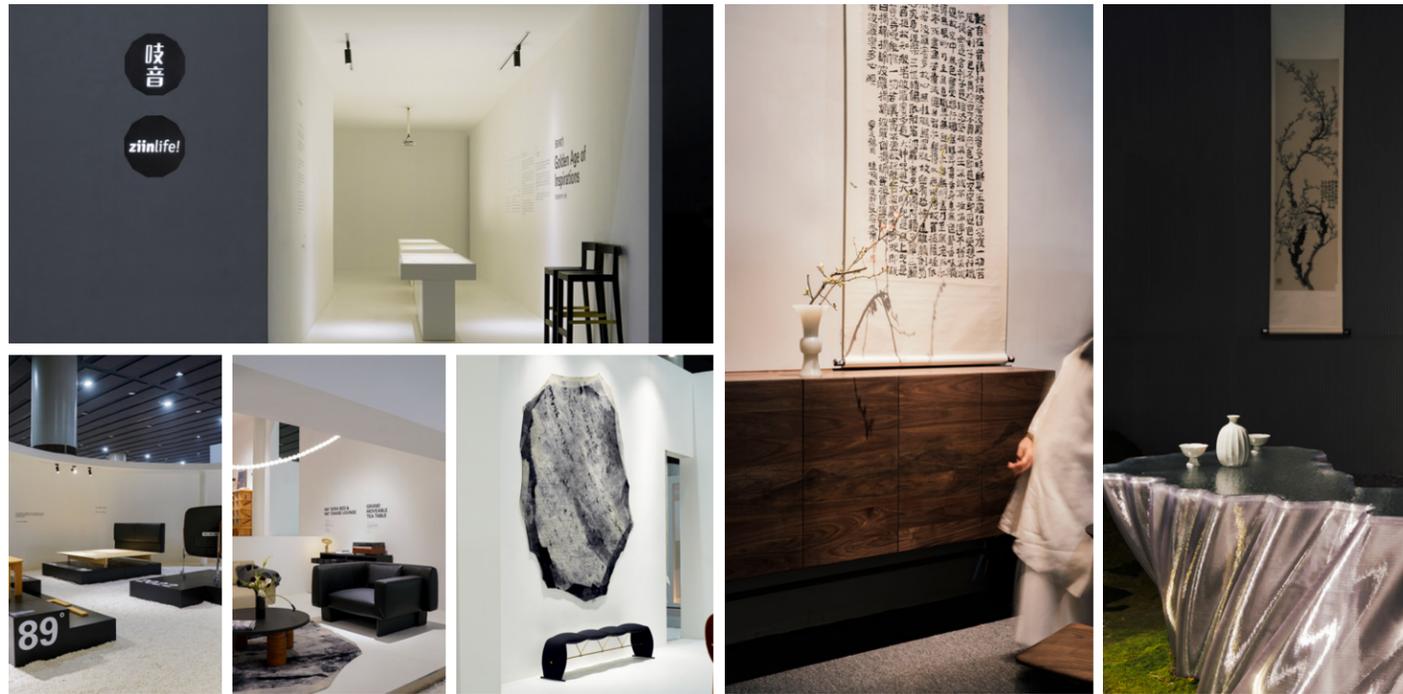


## 亮点二、吱音

借着第一届“设计之春”，吱音首次亮相广州已经过去多年。今年吱音以数个巨大的白色“箱子”，带观众回到那个灵感迸发的年代在进入展馆前观众会领取到一份“特别文件”里面记载了多件产品的结构简图，颇有老式工程图的感觉。

穿过长廊，进入一个铺满了白色小石的圆形展厅。展出的便是之前“文件”中的产品。这几件产品为致敬复古主题，从结构、形式等多方面，将五六十年代的独特元素融入其中。洁白的长廊左侧是客厅空间。“乘”系列家具灵感来源于明代家具的重要结构“枨”，选用原木色，更加贴近自然。简洁清晰的结构，抹去了繁冗的装饰，同时加入小巧思，增添趣味性。开岩系列地毯还原了天然矿石的表面纹理，用黑白灰进行层次的变化，不规则的形状让产品更具天然属性。

吱音一直都以另类的角度切入生活，用设计发声，打造出了独属于自己的格调，创造属于品牌的灵感时代。



## 亮点三、超越时光

中国漆，八千年。不止久远，更具温和、包容的天然属性，质如美玉，谦如君子。如何让大漆再度进入生活，需要设计师对大漆工艺全心理解和热爱，从材质、肌理、色彩、筋骨等多种角度提炼设计语言。经过多年磨合，璞素发现，大漆的自由和广阔远超预想，从色彩上来说，它可以极尽斑斓，却又如此内敛；从质地上来说，它兼具温润和坚韧；在时间中，大漆的美感流动变幻，实用性与观赏性合而为一，这也是大漆数千年来，能在中国人生活中占据一席之地原因所在。

璞素也因此坚信，大漆能以无限灵动优雅的姿态，重返当代日常生活。此次“设计之春”璞素中推出十多款大漆家具，品类包含案、几、柜、桌、凳等。从古典审美里获得精神，从当代艺术中汲取灵感。与大漆传统工坊深度合作，突破想象的界限，挖掘传统工艺的先锋表达，让每一件艺术家具都兼具艺术表达和实用精神。

此次，展陈布置也采用艺术展览的形式，独立呈现每一件大漆艺术家具，观者可以更直观感受大漆艺术家具的色彩之美、气韵之美、线条之美。生活的艺术和艺术的生活相融，呈现具备东方美学高度的美学空间。超越千年时光，以手抚摩，以目欣赏，以心感受，与璞素一同见证中国漆艺家具全新绽放。



## 亮点四、多少闲室

作为中国原创设计师家居品牌的代表之一，多少 MoreLess 一直在探索当代中国人生活空间的营造方式，而这次带来的“多少闲室”，还特别邀请了徐文治老师在现场造园，在更整体、更亲近自然的生活空间中品茗、交谈。

“多少闲室”是一个物理空间，同时也是一个心理空间。从物理上来说，她以茶书房为载体，在这个空间里，我们会见客人、与家人共处、与好友交心、与自心独处。在此处，我们发现了属于中国人的精神世界。在当下这个高度信息化甚至虚拟化的世界里，我们突然发现每个人都需要一个锚点，而“多少闲室”正是试图打造这个属于每个人自己的精神家园。

家，可让身放松，也让心愉悦。偷半日之闲，于家中一隅，读书、品茶、独处或雅聚，怡然自得。一盏茶，气朗神清；一本书，思绪悠游。或许还有一瓶花，一炉香，一幅画，一张琴……“多少闲室”以器载道，关照使用者的精神诉求，提供朴实而精致的茶室、书房家具，让更多中国人的家里都能有一处安顿自我的空间。

“如意”茶室包括“如意”茶桌、“万象”茶柜、“竹马青梅”茶椅及“若水”茶椅，打造出一个包容度极强的空间。“我们的产品乍看之下似乎很简单，实际上每一个设计都是在试图解决生活场景中的真实问题。”主理人侯正光说道。

## 亮点五、观照

《三人行》设计展致力将设计师、企业、市场三者联动，以探索具有开拓性的产品设计为目的。此次设计展以“观照”为题，探索人、灯光以及空间的关系。

梁晨的“纸岩系列”采用了自主研发的材料“纸岩”——由草本染色纸浆制成，外观与质感与岩石一样，质轻耐用。表面对光线进行漫反射，渲染出温暖柔和的氛围。



“叶落”是一组吊灯组合，各个单元秩序排列，安静恬然，可以无限延伸。大美不言，我们抬头，光线穿过叶间隙隙，轻柔的照明正是设计师想实现的“另一种观照”。

“空集”灵感来源于符号  $\Phi$ ，一根发光的灯管加上一个发光的圆圈，通过四根金属丝连接造型轻盈，如同悬浮在空中，体现了技术与精致美学之间的平衡。



“Terra”以简约流畅的线条，将建筑独有的力量与仪式感带入空间，逐渐演变成生活中的一种感召。犹如希腊神殿般建筑感的外形，赋予光一种秩序与克制。

“火山”系列灯具表面金属模拟火山岩质感，不规则的孔洞中露出微微红光，危险而又迷人。

每一件灯具似乎都住着一个精灵，用自己的方式精心料理着小小容器里的光。藏在光里的不仅仅是一个灵感，也可能是一段故事，一种情怀。



## 亮点六、打印世界

单元 MODULE+ 展位以纯白为背景,展示着多件极具设计感的作品。

既有纤维编织的既视感,又具备现代建筑的体积感,难以对这件作品做一个清晰的定义。一种属于现代的秩序感包裹了这一件件形态各异的展品。这种极具层次感的视觉效果,源于作品是固定单元的堆叠的本质。



以蔡烈超的这件作品为例,单一的积木结构单元自身便能独立,当多个单元同时出现,则能形成另一种视觉感受。这些复杂且高度重复性的结构都是由 3D 打印进行实现。当科技与设计相碰,现代设计的大门将会面向更多精彩的世界。

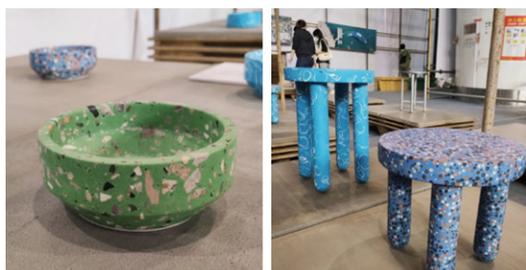
## 亮点七、“废弃”的设计

可持续发展的理念越来越深入人心。在这个连手机都不送充电器的年代,有那么一帮人,他们盯上了一堆废品。

万物混凝,本土创造。自 2011 年成立以来,本土创造就一直以极具实践性与创造性的产品,还原材质最原始的美,其中以清水混凝土产品最为大众熟知。

此次展出的产品中,在混凝土的基础上,又多了更多的玩法。原本简单朴素的混凝土表面出现了生物感、艺术性的纹样。凌乱与随机带来的美感,让人不禁走近端详。

近观才发现,这些花纹带着你我“日常生活”的影子。塑料瓶、吸管、咖啡包装……大部分这些生活中被人随意丢弃的物件进入混凝土再加工,竟唤起了它们的第二次美丽人生。



乐活则以一种不一样的形式展现对可持续发展的思考。整个展位被绿色的废弃大塑料瓶包裹,就像是气球一般,美丽却脆弱。入口的大桌上展示了废弃材料再生而成的各种材料。在绿墙背后,是一张由冰块搭成的沙发。它裸露在环境之中,感受着热量,感受着人流,一点点融化。这过程安静,但却真实存在,就像南极的冰川。而在“沙发”跟前则是两排瓶子,里面装着的是创作者对温室效应的反思与对消费主义的批判。



## 亮点八、众木为林

设计,家居,院校,大赛,人才,这几个关键词共同作用,会诞生什么?从天马行空到落地成型,考验着创作者的各项能力。看设计,看绿色,看实力,看未来,高校学子们在此次展会又给我们带来什么惊喜呢?

华南农业大学以“吱晓”为主体,以三组卧室家具产品,打造了一个现代潮流睡眠空间。

以牛油果清新色彩作为主色调的《悠游》系列,将青春与活力注入睡眠空间。圆润的造型消除用户一日的疲惫,饱含自然气息的色彩则孕育着一个甜美的梦境。

以荷为灵感来源的《荷塘月色》系列则将现代设计的轻盈美感与花叶相结合。以花瓣造型提炼的床体,如同一双手,呵护着睡眠者。多种材质的运用让视觉感受更加丰富,符合当下年轻群体审美。

《枝己》系列运用实木与皮革,以轻量化设计打造“露营”般轻松体验。暖色调色彩搭配,将温暖和希望倾注与作品之中。皮革编织形成的肌理感为设计带来了更多层次的感官体验。

上海同济大学以“90 层绿——咖啡与曲奇的午后”为主题,创作了一系列环保家具。以咖啡渣为原料,制作出托盘、酒柜板凳、茶几等多款形式各异的家具。对咖啡产业的可持续发展进行思考,将废料再利用,形成一件件极具建筑感的作品。

高校永远是一个灵感迸发的地方,学子们大胆地假设着世界的无数种可能。也许每个人都只是一个小树,但是当千千万万的家具学子相集合,也能构成一片生机勃勃的森林。



走出展馆,感觉属于家居界的春天真切到来了。没有束缚,没有上限,只有无限的创造与机遇。

责任编辑:周晨佳



## 2023 中国建博会(上海) 高端定制展馆设计看点

3月22-24日,为期三天的2023中国建博会(上海)在上海虹桥国家会展中心圆满闭幕。作为今年华东地区的首场建材家具展,2023中国建博会(上海)高端定制主题展区人气高涨,3天的展会期间始终排着看展长队。今年上海建博会,高定品牌馆展现出对材质、工艺等细节处的创新升级,进一步深化“少即是多”的设计理念;从一方面,高定展馆体现出更多元化的产品风格,并展示出了完整的一体化解决方案,并各具特色精彩纷呈。下面我们带大家走进2023中国建博会(上海)高端定制主题展区,一同看看高定展馆的设计看点。

### 三只喜鹊

#### 雅奢 & 潮奢 演绎多元化高定生活

三只喜鹊将雅奢和潮奢两种截然不同的高定生活,以极具冲击力的方式展现在人们眼前。

此次在中国建博会(上海)首次亮相的“爱德琳”系列将木质、金属、玻璃、石材、皮革、布艺等材料巧妙融合,搭配奢石系列的玛瑙绿、劳伦黑,通过材质与肌理的冲突、平衡诠释出极具视觉冲击的“简法”栖居空间。

厨房空间采用法式的优雅设计,混油工艺饰面搭配精巧的把手,于细节处点缀出高贵气质,通顶橱柜不仅造型大气,内部储物空间的设计更是考虑了不同的收纳需求,让人能够体验到人性化带来的便捷与舒适。

衣帽间在细节处体现着设计师的小心思,皮革与木饰面及玻璃的混搭是时下非常流行的方式,但是三只喜鹊将皮革的应用从岛台、抽屉内部一直延续到收纳柜处,在材质上的



延续保证了空间上的整体感。同时,反S型的拉手,利用错位的设计手法带来一种“意想不到”的效果。

除此之外,三只喜鹊此次还推出了其智能高定品牌—后浪非浪。后浪非浪融合了更多智能操作方式,可电动开合的电视柜、伸缩岛台、升降储物架、感应式首饰盒保险收纳柜……极具科技感的操作方式让这个系列将“潮奢”生活演绎得淋漓尽致,使得生活在彰显品质的同时多了些“玩味”与“有趣”。



### 玛格·极

#### 极之所见 不止美好

玛格·极此次的参展主题是“极之所见,不止美好”以“极见·浪潮”、“极见·光澜”、“极见·本色”三大主题亮相。

整个展厅外立面采用全游艇线条设计,搭配线条灯光,不仅与极简的外立面相得益彰,更为观展者形成舒适的视觉导向。犹如一艘游艇的前台占据C位,成为整个空间的视觉焦点,也成为了这里的点睛之笔。

G系列产品可以说是玛格·极在此次展会上的重头戏。餐厨空间呈现出意式美学,高光琉金门板与奢石台面结合,珍稀木皮点缀进口编织皮革,将奢华感演绎得淋漓尽致。客厅空间通过包裹工艺将天然木皮与金属、木材完美融合,同时从居住者的生活习惯与需求出发,对空间的尺度和形式美感进行把握与平衡。



卧室和衣帽间作为私密空间,玛格·极在空间布局、配色以及产品设计上都以低调的形式呈现出不露声色的意式之美,让使用者在这里能够彻底放下疲惫得到身心的极大放松。



## 图森

### 聚焦年轻群体 打造高定空间魔方

在图森展厅里，你会觉得品牌的每一个设计都在不断触及消费者的“爽点”。

据悉，此次图森 PUCINI YOUNG 年轻系列的产品设计全部出自 90 后，产品细节设计创新满满，整体呈现更为多彩、实用、活跃、独立、多变！在展厅布局的 5 大空间中，可圈可点的创新之处，传达着品牌对于精致生活的理解与执著。

萌宠区域的展示，也是迎合当下“它经济”背景下养猫人士的家居空间需求。

衣帽间岛台的双向抽屉设计，也更符合实用性的原则。

同时，此次展出的洗衣房空间也是好评如潮，空间内将洗衣、烘干、悬挂、熨烫的环节优化在同一空间，合理布局的柜体空间还可收纳更多的清洁用品，可谓做足了功夫。



## A8 空间

### 品牌首秀 揭秘隐奢生活

A8 空间此次的展品中均可以看到不同形式的圆角设计，这不仅取自 A8 空间的品牌 LOGO，更通过圆角消除了生活中的安全隐患，同时也迎合了 A8 一直强调的“安全感”。

此次 A8 空间的产品在饰面上给人带来众多惊喜。一入门的厨房空间，吊柜上的波浪纹以凹凸触感表达出山影效果，而地柜则采用水波纹饰面与之遥相呼应。另外，客厅电视柜的柜门是一幅由 5 种木皮手工拼贴的山水画作，如此精妙的工艺，可谓将“低调的奢华”完美演绎，同时也正符合此次 A8 提出的“近山水 境无界”的主题。

国潮衣帽间中的背景墙将木皮与彩贝相拼接，将现代设计与传统手工艺做了完美融合，从而独创出属于这个时代的全新设计风尚。而这种将东西方属性融合的方式，也让人们开始真正反思什么才是属于当代国人的高定生活。

## 欧琳

### 好工艺 引领家居潮流

欧琳以 29 年的品牌底蕴充分展示了自己对新设计、新技术、新工艺、新材料的把控能力。欧琳定制家居有很多新材料、新工艺的运用让人们眼前一亮，欧琳展品精湛的弧形工艺，也给人们留下深刻的印象。欧琳通过烤漆工艺，做出了不锈钢质感的门板，感觉很硬核。还有欧琳把皮革工艺运用到门板上，像做衣服一样做定制家居，很有肌理感，很有质感。



## 圣象家居

### 以系统化产品构建轻高定生活

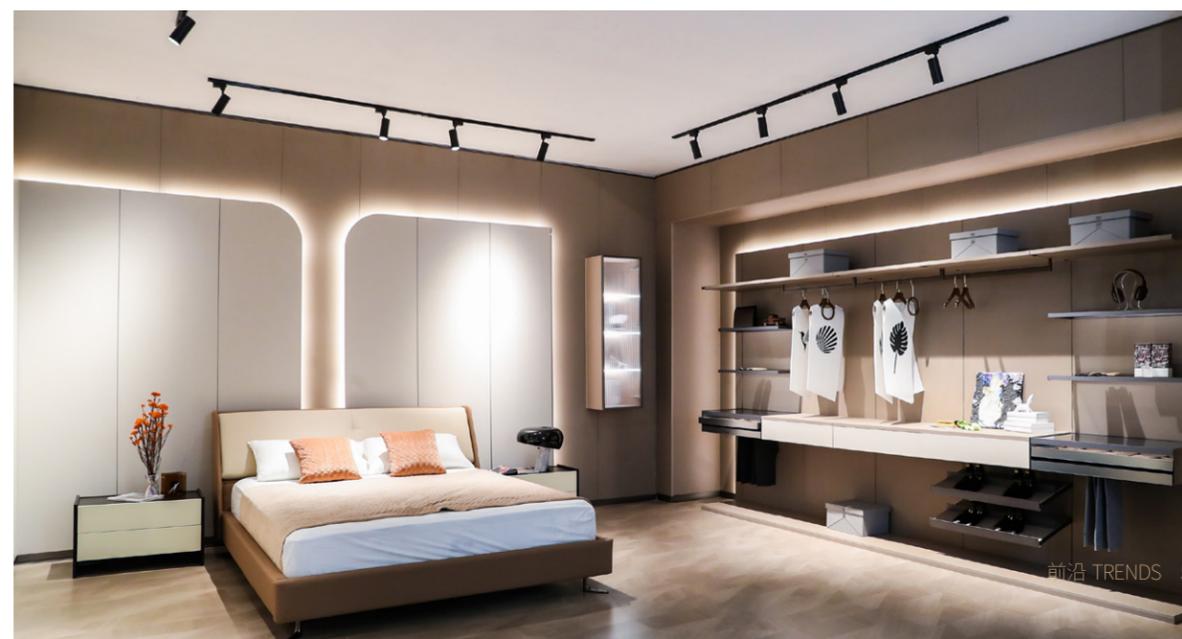
圣象家居以系统化产品构建轻高定生活，此次圣象家居以轻奢为基调展现木之美学，同时推出地、门、墙、柜、配产品系统为用户打造具有融合性的多元空间风格。全屋定制展馆内，圣象家居以低饱和度的莫兰迪色在层板、侧板、罗马柱、墙板中渲染，塑造纯净、绵柔的极简氛围。实木结构工艺创造的高级形态，展现了“木”在家居中的高度可塑性。

圣象家居全屋定制展馆客来福家居高定品牌——革物亮相中国建博会（上海），客来福·革物展厅以“轻·新中式·定义高定”为主题，带来水漆工艺新品：客来福·革物·翰墨系列产品采用黑胡桃山纹深+灰蓝色+茶白色调加入创新水漆工艺，赋予产品通透质感，呈现出清雅的居家环境。



另外，此次圣象家居将低饱和度的莫兰迪色应用在层板、侧板、墙板中，塑造出纯净、绵柔且具有治愈性的空间氛围。

责任编辑：宏 明



INTEO

资讯



雅特兰

精制 · 才精致  
开启幸福家居生活



SHANGHAI YATELAN GROUP CO., LTD.

专业团队 · 放心省心 · 质量保证 · 材料环保  
定制服务 · 物流服务 · 装配服务 · 售后服务



震旦家具新品发布  
用“善设计”让办公生活更美好

美勒森集团成功入选  
“2022年上海市专精特新企业”

NOVAH 成都展厅开启  
新面貌一睹为快

莘潮家居第六家家居商场  
即将在马陆开业

服务热线 021-3365 2588

公司地址：上海市奉贤区金海公路3265号



## 震旦家具新品发布 用“善设计”让办公生活更美好

顺应未来混合办公趋势及企业可持续发展的需要震旦家具于近日在沪举行2023年新商品发布会,共计发布19项系列新品,包含主管空间、教育空间以及全新升级的 activa 灵动办公解决方案。同时震旦办公生活旗舰展厅获铂金级 WELL V2 认证殊荣,由 IWBI 中国区副总裁吴正锐于发布会中授证,并邀请 AECOM 中国大陆区室内设计与建筑副总裁赵亦晨分享“未来办公空间”趋势,以可持续发展的空间设计,协助企业实践 ESG。

### 未来办公空间设计 实践企业可持续性发展

此次,震旦家具新品发布会主题为“Will Well 善设计”,秉持「向善设计」的理念,结合顾客需求及未来办公趋势,期望通过善设计,提出支持今天和未来工作方式的空间解决方案。震旦家具创新中心总经理高日菖表示:震旦的愿景是「让办公生活更美好」,从 Better Work , Better Life 到 Will Well 善设计,震旦家具的价值主张始终围绕以人为本,提供以用户为中心的办公解决方案,以及更美好、更健康、更自然的场景体验,激发员工价值,促进企业共同迈向可持续的未来。

AECOM 中国大陆区室内设计与建筑副总裁赵亦晨表示,震旦 Will Well 善设计与 AECOM 坚持的可持续发展设计理念不谋而合,未来办公空间趋势,如何以「空间解决方案」作为设计的载体,实现环保、减碳;未来如何将办公场景融合绿色 ESG,是企业的课题与挑战。

### 震旦展厅荣获铂金级 WELL V2 认证

震旦积极导入 WELL 健康建筑标准,荣获铂金级

WELL V2 认证肯定,于新品发布会当天,由 IWBI 中国区副总裁吴正锐进行授牌颁证,见证震旦家具在绿色建筑领域迈出坚实步伐。

吴正锐说:“衷心感谢震旦积极把 WELL 健康建筑标准引入健康空间和对健康办公理念的支持,同时由表祝贺震旦办公生活旗舰展厅高分获得铂金级 WELL V2 认证。”

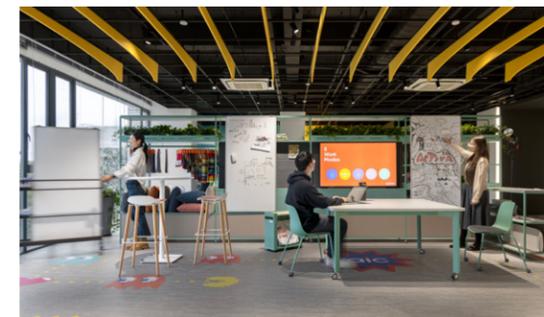


震旦集团财务长吴俊(左一)、震旦集团资讯长吴彤(左二)、AECOM 中国大陆区室内设计与建筑副总裁赵亦晨(左三)、IWBI 中国区副总裁吴正锐(左四)、震旦家具创新中心总经理高日菖(右三)、震旦家具产业销售事业群总经理刘建伟(右二)、震旦家具产业廖登熙总经理(右一)出席授牌仪式。

### Activa Lab 全新升级体验混合办公

应对日益加快的数字化转型,企业组织需要建立敏捷团队,以实现加速创新。全新改造的 Activa Lab 未来办公实验室,以“灵活性”和“多样性”作为主要设计策略,希望通过打破空间限制,重塑更加融合、多元的工作场所,促进团队高效和幸福,给予更多人性化体验。

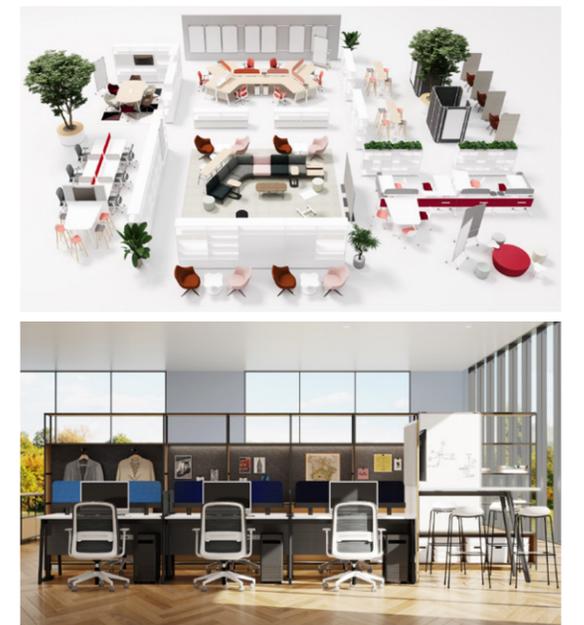
震旦家具产业销售事业群总经理刘建伟说:疫情的发生,加速全球办公室面貌的转变,未来办公场景需要兼顾效率与员工的健康及幸福感,震旦将 Will Well 善设计理念延伸至办公场域,主张「绿色办公·健康生活」。



### 震旦新品 兼具灵动与美学

#### Swift Collection 打造灵活多变的创意空间

Swift Collection 是企业迈向灵活型组织,拥抱未来的钥匙。作为震旦家具 activa 理念的新产品,Swift Collection 系列涵盖 Swift Hub 中央走线系统、Swift Frame 架系统、Swift Board 白板系统,围绕灵动、人性、模块化的设计概念,协助企业改造流程、重塑组织,让团队打破边界,建立链接,创造互动,激发思维,让工作更得心应手。



### 主管空间系列 东方美学经典再现

面对纷繁复杂的市场环境,如何能够真正做到处之泰然,淡泊明志?震旦“禅风”风华再现打造「观自颐」主管系列,包含主管桌、会议桌、展示柜、沙发和茶几,共同为领导者量身营造东方美学办公场景,寓意在禅意中栖息,收获平静和平衡。

随着后疫情时代的变革,混合办公需求值得被重视和关注。震旦家具通过 activa 灵动办公解决方案,协助用户在专注 Focus、协作 Collaborate、学习 Learn、社交 Socialize、放松 Relax 等五大办公模式中做到协同运作提升企业效率和满意度,让办公室成为愿意停留的地方,用“善设计”实现环保、无醛、健康的办公空间,让办公生活更美好。

责任编辑:刘彤童



## NOVAH 成都展厅开启 新面貌一睹为快

蝶变跃升，焕然一新，2023 年新年伊始，在四川省成都市武侯区联邦财富中心 2 号楼 10 楼 1001 室，诺梵成都展厅以全新面貌开门迎客。当诺梵遇上天府之国，会碰撞出怎样的奇妙空间？

## 美勒森集团成功入选“2022 年上海市专精特新企业”

根据《关于开展 2022 年创新型中小企业评价、专精特新中小企业认定和复核工作的通知》(沪经信企〔2022〕776 号)，经专家评审和综合评估，2023 年 3 月 24 日，市经信委公布了 2022 年上海市专精特新中小企业名单(第二批)。美勒森集团成功入选“2022 年上海市专精特新企业”。



联通、国家电网、中国银行、建设银行、德邦证券、国药集团、复星集团、华为科技、美团等众多国内外 500 强企业单位达成长期战略合作。并且与泰康集团、中国太平保险集团、保集控股集团等知名企业联手打造泰康之家、太保家园、太平梧桐人家、富椿余山等众多高端养老社区。

此次入选上海市“专精特新”企业，充分表明了政府对美勒森品牌综合实力的肯定，是鼓励也是鞭策。未来，美勒森将坚持技术创新，持续提升品牌力与渠道力，用数字化系统协同办公、协同智造、数据共享，助力企业数字化转型升级，发挥行业引领示范作用。

“专精特新”企业是专注于细分市场、创新能力强、市场占有率高、掌握关键核心技术、质量效益优的示范企业，具备专业化、精细化、特色化和创新型等特征。“专精特新”企业以专注铸专长、以配套强产业，以创新赢市场，是中小企业群体中的优秀代表。

作为家具行业知名品牌，美勒森始终践行“关注人性化的空间需求和用户体验，提供高效、舒适、健康的家具系统解决方案”的使命，扩大优质供给，提升消费需求结构适配性。

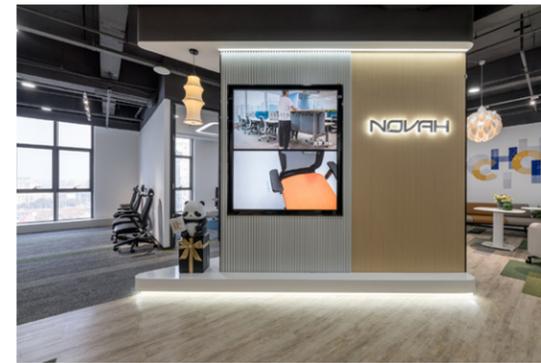
在大力发展数字经济的时代背景下，美勒森集团依靠数字化创新技术，从设计、生产、营销等多维度成功实现企业数字化升级转型，建立了具有竞争力的数智生态体系，并且将规模优势转化为生产与获客、服务能力的领先。

多年来，美勒森始终坚持“匠心缔造美好生活”的品牌理念，深耕家具行业，打造专、精、尖的美勒森品牌形象，连续多年蝉联中国办公、酒店、适老家具十大领军品牌。

经过二十多年沉淀，美勒森集团先后与中国电信、移动、



责任编辑：王佳鑫



入门处，亮眼的 NOVAH 品牌墙与成都特色元素熊猫、麻将相映成趣，对每一位来访者表达真挚的欢迎。

继续深入展厅，形式各异、特点鲜明的办公场景、家具产品一一展现。

舒适温馨的 Warm Landing，创造了一种宾至如归的氛围；沿窗而设的开放沟通区，温暖明亮，小规模协作适宜在此处进行，自在的气氛更容易激发员工灵感。

需要更加专注、聚焦？不妨来体验下诺梵屏风系统工作站，



为长时间专注的员工提供健康、私密的工作环境，成为他们创新的温床；高规格的正式会议室则更适用于集体的聚焦，当每一个与会者为共同的目标出谋划策，势必产生不可轻视的能量。

近年来，健康办公的理念受到关注，在设计空间、选择家具时考虑员工健康、福祉，已成为了不少企业的必备选择。在成都展厅中，展示了多元健康的诺梵家具产品，如可以调节高度的升降班台、符合人体工程学的座椅等，为客户打造真正的健康空间提供丰富的产品选择。

成都展厅作为诺梵成都的窗口，未来也将通过展厅更好地去传递诺梵的办公理念，传递诺梵价值，服务好以前、当下和未来的客户。

今后，我们希望通过场景化的展厅空间供客户体验，让更多客户置身办公场景中，帮助客户打造个性化办公空间，提升工作效率，增强企业价值。



责任编辑：江 南



## 莘潮家居第六家家居商场即将在马陆开业

在上海市嘉定区宝安公路和永盛路的交汇处，一座银白色的商场格外醒目，客流量络绎不绝，这就是即将在5月1日正式开业的莘潮国际家居马陆商场。

莘潮国际家居马陆商场位于上海市嘉定区马陆镇宝安公路3718号，临近轨道交通11号线马陆站，是莘潮国际家居在上海开拓的第六家家居商场，总建筑面积约30000m<sup>2</sup>，包括负一楼共计有6层，涵盖了家居全产业链的所有品类，是集装饰设计、家具建材、陶瓷卫浴、软装电器为一体的大型家居生活卖场。项目毗邻麦德龙超市，项目内负一楼还打造了莘潮首家——莘潮书吧，逛累了可以在莘潮书吧看看书、喝喝咖啡，尽情畅想未来美好的居家环境，给消费者带来不一样的家居购物体验。

莘潮国际家居马陆商场的开业是嘉定区商贸发展中的又一个商业地标，它将是马陆镇的一张新名片、新的打卡地，有力带动区域经济发展。5.1正式开业之际，不仅凸显商场优良的硬件设施和优秀的服务品质，更要强化品牌宣传及线上线下营运推广，全力实现“开门红”。

### 莘潮特色营销模式

**主动营销：**每年二次以上大型爆破活动，四到六场专项营销活动，战旗所指，所向披靡！

**感动服务：**家装设计沙龙服务、专业家居导购服务，酒店式迎送服务，5S服务标准。

**新媒体引流短视频直播线上商城微信形成矩阵发力精准覆盖有效人群。**

**体验消费：**项目与综合体其他业态形成有效互动，提升消费体验，打造休闲、娱乐、购物一站式家居MALL。

**精准营销：**关键社区开拓与储备，定期举办社区公益活动及爆破活动，精准突破。

开业期间，将有多项福利优惠活动，欢迎随时前来体验！

### 莘潮国际家居简介

莘潮国际家居成立于1988年，经历了35年持续、健康、稳定的发展，现已在上海拥有八家直营家居商场，全国有十几家合作店，莘潮立足上海、辐射华东、放眼全国，2022年启动百店计划，立志于5年内完成拓展百店的宏伟目标。

莘潮国际家居擅长挖掘消费者需求，致力为消费者营造温馨舒适的购物体验：对各商场精准定位、合理规划品类、精挑细选品牌美化购物环境营造家居文化打造极致体验为了把各商场打造成区域内最受消费者信任与喜爱的家居商场的目标，不断努力。

公司注重信誉，强调品牌，在市场经济的大潮中努力提高自身的形象并且努力打造自己的商业品牌，以最强势的姿态立足于家居领域，公司本着“合作共赢、诚信至上”的经营理念，为顾客、厂商、经销商、开发商提供优质产品和服务。

责任编辑：刘彤章

康养医疗·商务办公·高端酒店·智慧教育·创意设计



#### 美勒森家居科技有限公司

Mlesun Furniture Technology Co., Ltd  
地址：江苏省海安市城东镇黄河东路88号  
Add: 88 Huanghe East Road, Chengdong Town,  
Hai'an City, Jiangsu Province, China  
电话/Tel: 0513-88368777

#### 上海美勒森家居科技有限公司

Shanghai Mlesun Furniture Technology Co., Ltd  
地址：上海市青浦区赵巷镇崧秀路168号  
NO. 168 Songxiu Road, Zhaoxiang  
town, Qingpu District, Shanghai, China  
电话/Tel: 021-59754969

MLESUN 美勒森

WWW.MLESUN.COM  
客服热线：400-820-1962