

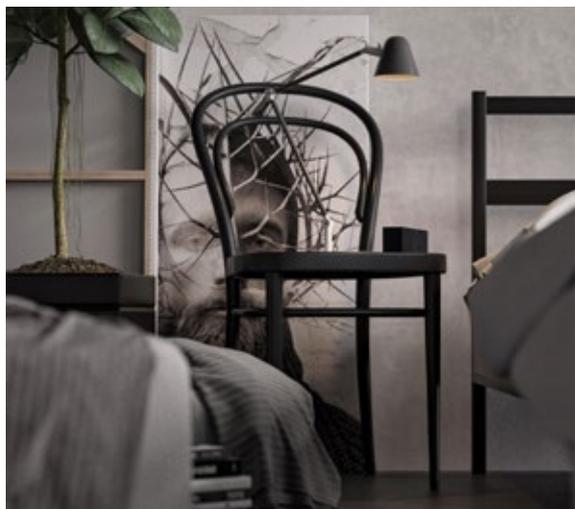


跨越时代的经典设计

设计,这是历史的积累,是任何后来者无法取代的。对于家具设计而言,品类很多,风格各异,但椅子绝对是最能体现家具语言与文化的一种家具形式。

椅子所扮演的标志性、典型性角色已经发展成了某种自我应验式的预言。通过对经典椅子的审视,我们似乎可以窥见家具的演变与发展。

一个时代,一种经典,这些经典椅子见证了家具的繁荣,也见证了家具行业的发展壮大,它们可以被取代,但绝对不能被遗忘。接下来,为大家选取古今中外最具代表性的几把经典椅凳,并做简要描述,你可以从中发现如今市面上纷繁多样的椅凳,很多都有它们的影子。



索耐特椅

1859年,索耐特成功地推出一种仅仅由6块蒸汽挤压曲木、10枚螺丝和2个垫圈组成的椅子。价格低廉且制作快捷,体型轻盈又经久耐用,加上易于组装和运输等优势,以其德语昵称“消费者”(Konsumstuhl)而闻名的14号靠背椅迅速成为19世纪最为成功的工业产品之一。

它是第一件组装家具,称之为现代家具的开创者毫不夸张。这种椅子同一系列量产的曲木组合而成,连接处由螺丝拧紧。作为咖啡馆、酒吧等公共场所常见的摆设,索耐特靠背椅可能是历史上最著名、最高产,并且含量义最为丰富的椅子之一。

蝴蝶椅

两片弯曲定型的纤维板,通过一个轴心,反向而对称地连接在一起,连接处在座位下用螺丝和铜棒固定。这种造型很像是一只蝴蝶的正在扇动的一对翅膀,这张凳子因而就取名叫蝴蝶凳了。

它的设计者柳宗理算得上是东方设计的启蒙了,关注手工艺,并把它们带到世界设计展台。

Y椅

Y椅最鲜明的特色就是融入了中式家具中“明代圈椅”的特点。椅背的Y字型去繁就简,结合了意象上的抽象美与人机功能,体现出轻巧而活现,时尚而隽永。

作Y椅的木材有白蜡木(国人称为水曲柳)橡木、胡桃木,因为扶手是热弯工艺,所以这3种木材是最合适的材料,它们的木纤维都很长,也就是细胞很长。



蝴蝶椅



Y椅

LCW椅

LCW椅可以说是为第二次世界大战后美国日益膨胀的年轻家庭量身打造的一把椅子,由埃姆斯夫妇设计完成。

夫妇俩最初是想用弯成一定角度的一整片板材来构成坐面与靠背。然而,当胶合板被弯曲成一个锐角之后非常容易折断,于是他们只得把坐面与靠背分开,并用一条有着优雅弧度的“脊柱”来连接。

通过这把由5块锻压复合板材料组合而成的LCW椅,埃姆斯夫妇把现代而造价低廉的设计风格带到了迅速发展的美国市场上。

阿尔瓦阿尔托椅

阿尔瓦·阿尔托在建筑设计领域的知名度比家具领域要大,但是家具领域又是公认的大师。只能用天才来形容了,这把将近100年的作品,确立了如今悬空躺椅的基调,在宜家等地都四处可见其改良的身影。不得不说,是一个创世纪的设计。



LCW椅



阿尔瓦阿尔托椅



埃姆斯躺椅



圈椅

埃姆斯躺椅

这把奢华的躺椅及其配套脚凳的设计灵感源于英国传统的俱乐部椅。但是，除了享乐主义的意味之外，查尔斯还有其他的想法，查尔斯·埃姆斯曾经写道，他希望能够设计一把“像棒球手套一样既好用、又令人感到温暖亲切”的椅子。

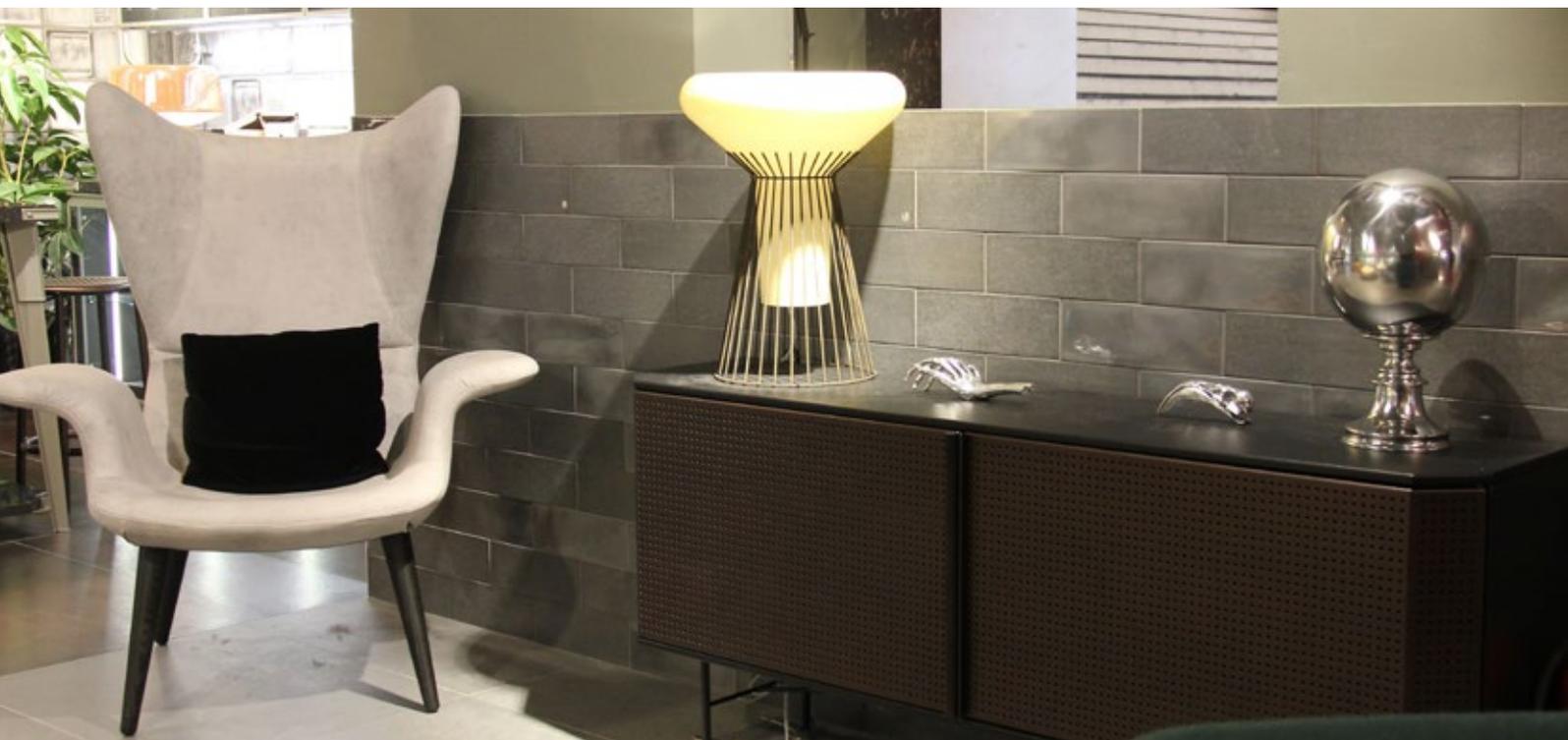
这把670号躺椅实际上由三部分结构组成——头靠、靠背与坐面，每个部位都由五层胶合板与两层巴西红木单板组成。扶手部分则创造性地运用了减震垫，这是他们在10多年前就曾经使用过的一种技术。椅身坐面的装饰材料也很有特色，它们是用拉链固定在椅子上的。

圈椅

圈椅是明代家具中最为经典的制作。明代圈椅，造型古朴典雅，线条简洁流畅，制作技艺达到了炉火纯青的境地，“天圆地方”是中国文化中典型的宇宙观，不但建筑受其影响，也融入到了家具的设计之中。

圈椅是方与圆相结合的造型，上圆下方，以圆为主旋律，圆是和谐，圆象征幸福；方是稳健，宁静致远，圈椅完美的体现了这一理念。从审美角度审视，明代圈椅造型美、线条美，与书法艺术有异曲同工之妙。

(责任编辑:宏 明)



深度

红星美凯龙

认真“玩美”

白玉兰橱柜

设计创生活之美

文信家具

精益求精

莘潮家居

创新消费体验



ADCC Dunhuang
Humanities Design Week
ADCC敦煌人文设计周

Media Conference
新闻发布会

中国·敦煌
2019.10.24 - 10.28

主办方: 

联合主办: 敦煌市委市政府

战略合作机构: 

承办方: 

在场·演讲·敦煌 联合发起机构:  

媒体支持机构:   

特别支持机构: 敦煌市文化馆  历历如绘(北京)国际旅行社 神的文化·自然画卷

品牌支持:    

品牌支持: 

敦
煌

Dun
Huang

A
D
C
C

Dunhuang

文
化
设
计

Dunhuang

周

2019

10.24

- 28

—

—


全球家居 品牌典范

以设计之名 认真“玩美”

敦煌人文设计周在场演讲 × 红星美凯龙 M+

由ADCC生活艺术学院与M+中国高端室内设计大赛联合发起的敦煌人文设计周——在场演讲×敦煌“为敦煌设计”于2019年10月27日成功举办。

从遇见敦煌,到为敦煌设计

莫高窟的存在,让敦煌的沙漠有了文化光芒,让敦煌的自然有了学术的背景,但更重要的是它还建构着中华文化复兴的自信,它的命运一直都折射着中华民族的时代脉搏。从常书鸿

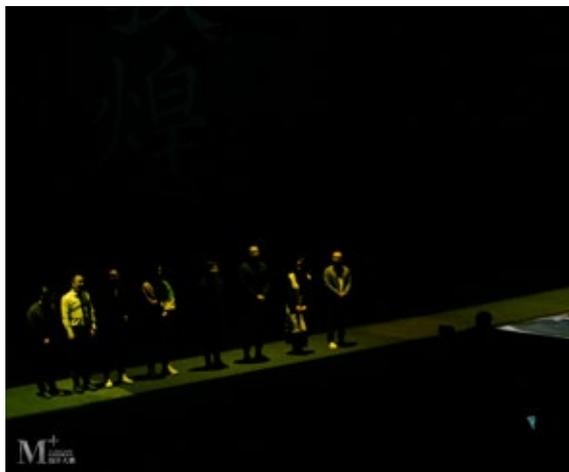
开始,一代代敦煌儿女对敦煌文化进行抢救、保护、研究和传承。直至当下,文化复兴和文旅产业的蓬勃让敦煌再次成为文化艺术大IP。

但也带来了新命题:如何传承发展敦煌文化遗产让传统更具当代性?如何焕发敦煌文史和艺术与当下对话?与未来对话?

基于这些命题思考,2019年10月26日至27日,在场·演讲×敦煌在“又见敦煌”大剧院正式开启。演讲邀请到敦煌石窟艺术、敦煌舞蹈、敦煌乐器、敦煌当代设计、传统文化与当代表



M+优秀设计师发表主题演讲
2018年Top100
张天、黎易来
2019年Top100
陈熠、鸿飞 (2019和光同喜 梦之队)
王帅 (2019KFC 梦之队)
袁世贤 (2019年获胜战队 张张王牌 战队)
潘悦 (2018年 获胜梦之队 2号空间)
文超 (2018年 获胜梦之队 1号空间)



M+优秀设计师集体谢幕

达等不同领域的师者学者,以全时段集中演讲的方式,分别对话“敦煌文化历史”、“敦煌当下的发生”、“敦煌的未来”。

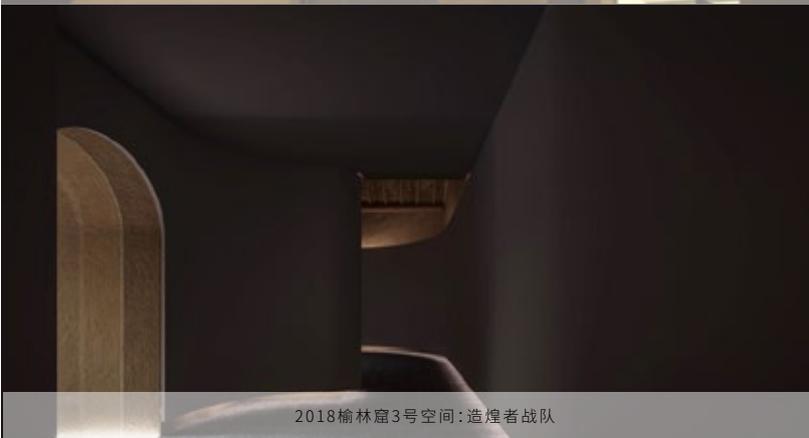
同时,红星美凯龙M+中国室内高端设计大赛作为此次在场·演讲×敦煌的联合发起方,更是从“为敦煌设计”这一主题延展,在演讲中由8位设计师进行了不同主题方向的阐释分享,让我们看到敦煌艺术对中国设计的滋养和中国设计对敦煌文化传承所贡献的力量。



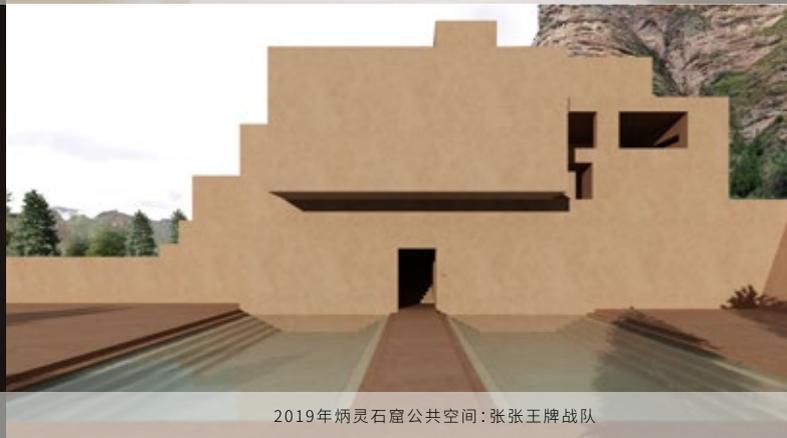
2018榆林窟1号空间:梁师益友战队



2018榆林窟2号空间:神设手战队



2018榆林窟3号空间:造煌者战队



2019年炳灵石窟公共空间:张张王牌战队



红星美凯龙家居集团执行总裁、新零售集团COO
M+中国高端室内设计大赛发起人陈东辉

红星美凯龙家居集团执行总裁、新零售集团COO陈东辉在9月刚刚结束的M+中国高端室内设计大赛颁奖典礼上表示“M+一直致力于打造中国最具权威的中高端室内设计师聚集地。”

经过两年的不懈努力，红星美凯龙M+中国高端室内设计赛已经衍生成为一个M+生态系统，除了竞技平台之外，M+还具有汇聚了众多优秀的设计师的M+星设计平台，以及为



红星美凯龙企划管理中心副总经理
M+中国高端室内设计大赛策展人
宋丹发表主题演讲

设计师提供设计共享空间的M+创客空间、奇遇M+设计游学、M+Talk高端设计论坛等平台。

红星美凯龙企划管理中心副总经理、M+中国高端室内设计大赛策展人宋丹出席了本次艺术盛会，并代表M+设计师大赛现场发表了《以设计之名，认真“玩美”》的主题演讲，讲述了M+设计师大赛关于敦煌的故事。





在榆林窟M+设计大赛1号改造空间合影留念

提及M+设计师大赛，他满怀热情。红星美凯龙作为美的生产者，正是怀揣着对美好的向往，带着M+中国高端室内设计大赛来到敦煌。当M+遇上敦煌，一场饱含着人文情怀与公益责任的敦煌石窟新建计划正在上演。

据悉，“为中国生活设计”M+中国高端室内设计大赛，是由中国家居行业上市品牌红星美凯龙联合家居行业极具产业影响力、行业前瞻性、内容专业性的媒体平台新浪家居共同主办的年度设计盛事。大赛深度聚焦设计、生活、文化、环保、公益的有机融合，集结国内外尖端设计力量，共同推动高端人居与健康设计的纵深发展。

做敦煌守护的在场者

据了解，ADCC敦煌人文设计周，是以敦煌在地历史文化为背书，用人文、美学、艺术、设计、跨界思维重新打开敦煌，用未来的眼光回看敦煌历史，链接敦煌当代，为敦煌的“生长”贡献当代力量。是一场思想、视觉、听觉碰撞的演讲盛宴。

整个敦煌人文设计周汇集10余位人文学者、20余位艺术家、300+设计师齐聚敦煌，通过人文美学大师课、主题演讲、跨界演出、大地创作、艺术、音乐、戏剧、宗教壁画、自然、跨界、实验装置、公益&环保等多元视角与跨界思维重新打开敦煌，以传统文化与当代对话来探讨提取敦煌文化DNA的多种可能性。

敦煌不是符号文化
敦煌以其开放包容开拓了无限的精神疆域
M+中国高端室内设计大赛特别鸣谢
敦煌研究院
第一财经公益基金会
与中国设计力量一起
成为敦煌守护者

文：红星美凯龙提供



白玉兰： 以设计之魂 创生活之美

文: 郭倩倩

【摘要】当前，中国消费者正处于全新消费升级的窗口期，他们渴望更高品质的产品服务，也呼唤着更具审美价值的产品设计。作为一家远销北美、誉满海外的家具品牌，上海白玉兰家具一直以品质为生命，以设计为灵魂，为消费者提供舒适高端的家居生活。自2018年进军中国市场以来，白玉兰将国际厨房理念融入中国家庭的需求及场景，从外观、收纳、功能设计和衍生服务等多角度打造真正适合中国人的好厨房，致力于为国内消费者量身定制符合国际标准的橱柜产品。

【关键词】设计 创新 品质 场景

从奉贤一间小作坊到桃浦第一个现代化工厂再到如今淀山湖畔拥有全球现代化车间设备，年产15万套高端出口橱柜的大型综合体工厂，白玉兰家具已经走过了35年令人侧目的发展历程，赢得了全球众多高端消费人群的倾心。2018年，白玉兰正式回归国内市场，开创了企业发展新的征程，秉承母公司白玉兰被世界认可的高品质绿色橱柜缔造者的初心，更为国内市场更注入了对本土消费者生活方式的理解，以完善的功能，优质五金和周边配套，完整的厨房空间和照明设计建议，贴心的售后服务等打造白玉兰专属的精致厨房艺术的深刻体验。

35年风雨历程，白玉兰之所以在激烈的市场竞争中保持优势，以稳步发展的态势赢得市场，其关键就在于其三十年如一日的对品质的坚持，对设计的执着。近日，上海家具杂志走访白玉兰位于上海虹桥商务中心的办公区，采访了白玉兰Magnolia品牌首席运营官沈哲炜，同这位年轻有为、机深智远的企业经营者展开了一场关于品牌和设计的深度交流。

产品创新，以用户为基

服务北美市场多年的白玉兰，一直以美式家具的形象，在消费者心目中留有深刻的印象。而沈哲炜表示白玉兰并不希望以“美式”这一简单的词汇，把自己框在其中，固化品牌形象。美式虽然代表了白玉兰很大一部分基因，但是多年来白玉兰一直在产品研发上投入心力，坚持自主研发，产品更新迭代，风格之多样，不胜枚举。在美国市场上，百分之八十的橱柜门板造型都出自于白玉兰之手，白玉兰也设计出很多引爆北美市场的产品，正是这种设计创新的精神，使白玉兰在北美赢得了超出同行的市场占有率。

进口品牌引进到国内，其工艺、技术、环保等国际标准的内容虽然高人一等，但是在迎合中国消费者的需求上却容易出现水土不服的情况。相对于很多国际品牌，白玉兰作为面向国际、扎根中国的家具品牌，更了解中国人的生活习惯和烹饪方式，希望从中国消费者的需求为核心出发，为中国人设计出属于我们中国人的厨房。通过对消费者群体的生活习惯与生活方式的深度解读，白玉兰为广大的中国消费者提供贴心合意的产品服务。





在中国家庭厨房中会使用许多电器，但是这些电器都暴露在台面上，而没有好好的收纳到橱柜中，针对这一点，白玉兰就通过分析这些电器的尺寸，重新定义产品的结构，更方便消费者使用和收纳厨房电器。白玉兰还推出了移动的地柜，加入万向轮，更方便消费者移动，橱柜不再是一个建材板块的固定在墙面上的产品。在垃圾分类逐渐普及的当下，白玉兰还开发出了易于垃圾收集、分类的橱柜，简便易操作，更好的满足消费者的需求。不同地区有不同的区域文化，白玉兰通过深度解剖不同地区的饮食文化，结合不同地区的区域文化，推出适合于他们的生活方式的产品。

执守匠心，以品质为先

在沈哲炜看来，设计与品质是并存的，好的设计才能实现好的质量，好的质量才能支撑好的设计，这是两个并不冲突的概念，两者统一在一起得出来的才是品牌。作为一个传统的低频消费的商品品类，家具不像奢侈品那样，追求迅速的迭代更新，白玉兰始终坚持对每一个产品保持一个严谨负责的态度，经过测试以后才会把这样的产品推到市面上去，呈现在消费者面前。其背后是白玉兰对质量的把控，只有品质得到了保证，品牌才能有永续发展的根基，才能真正的赢得消费者。这就需要企业坚守初心，不为市场上风云诡谲的纷繁变动而扰乱本心。

沈哲炜先生表示，白玉兰更注重的是产品的整体性交付，它不仅是橱柜产品自身的完整性，还包括和电器产品的配合要达到完全的和谐和美观，这涉及到线条、尺寸、结构、表面处理等各种细节的要求。白玉兰所有的产品都依照国际一线品牌的标准去做，其背后是对工艺、对精度更高的要求 and 把控。

引领潮流，以设计为本

对于艺术设计的时尚潮流，沈哲炜有着自己的理解。他指出，近年来，极简风格当道，几乎所有设计行业都将其视为艺术设计不可逆的大潮，但是从最近奢侈品牌的大秀中，复古、怀旧风似乎又开始重新风靡。在米兰展上，建筑设计、软装设计、家居设计等也出现了大量使用巴洛克等传统设计语言，以现代的手法表现出来。这给他带来了新的思考，现代设计不是一个推翻迭代的过程，而是旧与新不断交织的过程，在一定的时代条件下，某一种风格可能会特别受追捧，但是总体来说，这里时尚的进程中混合着背后的技术驱动，是工业不断发展、材料不断升级的时代趋势。

作为品牌，应当要善于运用不断出现的新技术、新材料，并结合不同细分市场消费群体的个性需求，把他们交融运用于家居的设计之中。这也是正白玉兰现在不遗余力在做的事情。全

球采购新材料:薄到5mm的百分百天然石材、聚酯蛋白的表面材料、生物基的绿色涂装材料,作为一家定位中国的高端家居品牌,白玉兰希望能够汇集全世界的最优秀、最新颖、最环保的元素,用中国工艺、中国技术、中国品牌,系统化的融合起来,设计出优质服务于最广大的中国消费者。白玉兰已经将一些和设计师跨界合作的创新产品入驻到北京的奢侈品商店和上海的音乐厅内,这些产品都在发挥着它们超越展览之外的价值。

多元发展,创生活之美

今年12月,白玉兰即将于红星美凯龙真北商城布局一家新店,意在开创出一个令人耳目一新的,与众不同的橱柜展厅模式。目前国内现存的橱柜展厅都是动线流的形式,分门别类的排列开来,呈现出一种简单的展示状态,而白玉兰新店在广泛而深入的前期市场调研的基础上,考虑到新的消费需求及消费方式,以情景化的设计为核心,整体空间以独立的、沉浸式的设计理念呈现出来。根据中国房地产的现状,推出不同户型面积的解决方案,通过每个户型及其背后消费者的画像,模拟出不同消费者日常的情景化状态,制定出不同特色的产品。

坚持设计创新的思想,白玉兰在巩固海外市场的同时,大力扶持国内市场的战略,在国内家具行业升级转型的同时,也在不断顺应时代的发展。一方面,白玉兰通过自主研发,不断扩充产品品类,如新的浴室柜系统、洗衣系统、衣帽间系统等,在产品的造型及颜色上也在不断创新。另一方面,白玉兰还对自身的品牌标准及VI进行更新升级,展现出焕然一新的面貌,希望给消费者提供一站式的高端的厨房生活的服务。同时通



过与欧洲、日本、中国的品牌达成合作,把优秀的高端厨具商品与橱柜一起打包出售,站在消费者的立场上去思考,减少消费者的选择成本。

白玉兰作为中国厨房橱柜领导品牌,以品质为生命,以设计为灵魂,将现代厨房理念融入家庭的生活需求,从外观、收纳、设计和未来衍生等多角度打造最具审美价值并真正适合中国人的好厨房。

(责任编辑:宏 明)





文信家具： 精于制造 忠于品质

文：郭倩倩

【摘要】品牌的根本在于产品品质，对于以制造为基础的家具行业尤其如此，只有品质得以保证，家具才具有成为传世经典的可能。作为一家综合型家具制造商，上海文信家具始终坚持品质为先的发展道路，不断引入新的生产技术与生产工艺，精益求精，创新产品，以人为本，持之以恒，专注客户需求，回馈客户信赖，打造“中国制造”的“德国品质”，不断践行“缔造行业标杆”品牌战略愿景！

【关键词】家具品牌 精益求精 中国制造 德国品质

上海文信家具有限公司成立于1995年，从刚开始几个人的手工作坊到现在的600人的现代化工厂，文信已经发展成为一家专业生产系统办公家具、商业空间家具、橱衣柜部件家具的综合型家具制造厂商，是上海市家具行业制造领先企业、环保标杆企业。文信目前已上海、北京、武汉等地建有4个工厂和1个物流基地，工厂生产总面积达到57000平方米。

文信产品气质极致简约，风格突出，致力于全套办公环境、商业空间和家居空间的解决方案，24年技艺沉淀，100%全产业链品控，高标准、严管理，缔造高品质、高价值，营造出风格迥异的客户整套办公环境的出彩氛围。目前文信已成功与40余家世界500强企业、跨国公司以及全球知名品牌制造商达成深度合作关系，赢得了5000家4s店的拥趸，一些国际知名企业都是文信公司的合作伙伴。

追求德国品质，颠覆中国制造

德国企业就是凭着这种审慎严谨、一丝不苟的做事风格和擅长逻辑分析的特长，成就了戴姆勒、西门子、大众等世界级企业巨头，同时也打造了“德国制造”这个几乎成为产品品质保证的代名词。在诸多德国知名品牌，受到全球范围内的认可、信赖和尊重的当下，作为一家中国自主品牌，与全球产业链顶级合作伙伴构建长期合作共赢关系给了文信非常多启迪和思路。因此文信诞生了一个梦想，以“德国品质”为目标；在中国缔造成为家具行业的“行业标杆”！



品质不是嘴巴讲出来的，品位也不是装出来的，是实实在在、一步一步沉淀出来。文信总经理王健先生常说要“三二一”：要动眼睛，看到至少三年后的德国流行趋势；要悟紧口袋，要有两年的存钱；要动鼻子、能嗅出一年内中国市场的订单情况。老板的眼睛看三年、口袋存两年、鼻子闻一年，其实就两个字稳妥。

文信追求的“德国品质”，在于口碑、风格的连贯性、持久盈利，小而美，规模并不重要；在产品层面，讲究少就是多，简约



不简单，每处细节都经得起推敲。炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力。文信注重细节、制作严谨、绝不偷工减料，使家具不仅仅为储物之用，更如一件艺术品典藏于家中。无论是木材、工艺、五金等，文信人只用精益求精的精神去对待，认真地踏实地践行“德国品质”的每一步。

文信坚持用“德国品质”颠覆“中国制造”传统形象。长期以来，人们提到“中国制造”，都与粗糙、廉价联系在一起，而“德国制造”则是世界公认的“高品质”的代名词。我们无力改变其他行业、其他企业，能够改变的只有自己，文信家具在研发、设计、生产、销售的每一个环节都严格要求自己，一丝不苟，精益求精，肩负着作为中国家具企业为中华民族争光的历史使命。

完善管理体系，提升生产工艺

细节决定质量，质量赢得美誉。文信家具通过智能化管理、数字化生产、自动化加工，不断引进国际领先的先进生产设备和工艺，为客户提供优质实惠、简约美观的家具产品。

智能化管理，让人力最大发挥。文信信仰系统化管理

可以提高公司整体竞争力。先后引进PDM产品开发系统、ERP生产管理系统、WCC数字化生产软件、条码识别系统等，多系统有机结合的管理式，让文信人对于精益生产有了自己独特的理解和诠释。

数字化生产，让品质精于精确。文信引进德国豪迈旗下Esolution公司的数据处理软件的家具生产者，与南京林业大学，金田豪迈共同合作，成为“办公家具数字化研发基地”。数据处理与生产设备无缝连接，在实现高效生产的同时，也重新定义了精致生产的方式，每一个精确的细节都是为了完整家具产品的灵动与耐用。

自动化加工，让设计落于实际。文信引进了日本“AMADA”数控激光切板机和自动上料数控冲床设备生产线、意大利BLM激光光纤切管机，以及瓦格纳自动环保喷涂线，加工生产能力在国内首屈一指，在行业中遥遥领先。数控激光精确锯切、自动上料、数控冲床、激光光纤切管、自动环保喷涂、激光双端封边、CNC控制柔性化钻孔，这些专业高端的加工工艺词汇，实现了文信对办公空间的全新设计理念与定义，开启文信办公的新时代，先进加工技术是确保细节的基础。





坚持以人为本,力求生产精品

产品品位就是一线工人品位,全面质量管理中的人机料法环,人是第一位。虽然无法把中国工人变成德国工人,但文信却在工厂内营造一种德国的制造氛围。

文信十分重视与主力供应商打交道,就是要成为人家的重点与标杆客户。通过邀请供应商的生产顾问对工厂进行规划与设计,大到生产布线、小到转运车、看板、仓库管理……文信尽量与德国样本工厂一致,为实现切实的德国品质做出保证。人家对你越重视,过来的人越多,你学习的机会就越多。豪迈、百隆、乐客、瑞好、爱格等合作企业都对文信员工做过培训。主力供应商本身就是一大平台,买了他们的产品,就等于进入他们平台。你知道谁也在用,用得怎样,有什么心得。

文信内部执行着一种轮流出国制度,将领班与分管分批送往欧洲学习。他们对国外的工厂及设备有了具体的认识和理解,回国后体会企业的目标和意图就容易得多、准确得多。文信家具总经理王健介绍:以前我们做大项目,总觉得甲方在挑剔,简直是鸡蛋里挑骨头。现在做项目,我们就让项目组带问题去国外考察,在源头上找工艺方向。通过访问过德国某知名汽车的总部、参观德国的4S店,我们就能看得懂图纸,理解甲方的想法、更重要的是理解背后的原因及工艺路线,甚至知道谁在此曾犯过哪些错误,最后又是如何走出来的。引进来、走出去,注重创新,坚持如一,再加上文信对中国(板式)家具品质突围的使命感,文信就慢慢形成了今天的这种德国制造氛围。现在,德国品质早已不是王健个人的愿景,而是所有文信人的共识。

“环保,人文,创新,管理”是文信的经营理念,文信全线产品均为进口环保材料,严谨生产工艺,坚持以人为本,力求生产精品。“诚信经营,客户至上”是文信的服务方针,多年来的沉淀积累,积极与各类品牌发展深度合作关系,全范围覆盖市场需求,朝着国际行业标杆企业的目标永不止步。

文信家具用自己的“德国品质”告诉全世界的消费者,在中国,在中国的家具行业,有这样一个高品质的家具品牌,正在朝着品质办公缔造者,国际行业标杆企业的目标不懈迈进。

(责任编辑:张亮)





莘潮家居： 以用户为中心 创新消费体验



文:刘俊宏

【摘要】随着家居企业的不断转型升级，家居卖场也在探索新的经营模式，寻找新的经济增长点。上海莘潮家居自创立以来，本着“诚信经营，顾客至上”的经营理念，现已发展成为投资多元化、商业连锁化、品牌国际化的大型现代企业集团。莘潮家居利用自身的资源优势不断整合，聚合产品，有效定位，通过个性化、人性化的商业空间的打造，不断创新用户体验方式、更新卖场经营模式，为家居行业创新升级探索新的道路。

【关键词】体验 设计 创新 整合

成立于1988年的上海莘潮国际家居,经历了31年持续、健康、稳定的发展,现已在上海拥十二家直营家居商场,全国有十几家合作店,立足上海、辐射华东、放眼全国。注重信誉,强调品牌,莘潮家居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,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。

三十年多来,莘潮家居紧跟时代潮流,为了满足不同生活品味的追求者和更多新老客户的需求不断的更新和引进了众多的知名品牌,改善购物环境,提高服务质量,使其成为顾客心中质量好、品牌全的家具选购平台。

用户中心,创新消费体验

随着消费升级,消费者的成熟,以及年轻人成为家居消费的主力军,家居卖场的传统运营模式已经不能满足当下消费者习惯和消费需求。在整个家居行业转型升级的大趋势下,作为流通领域的家居卖场也不得不顺势而变,应对新变化新挑战。一直以来,莘潮家居始终以建设温馨、和谐家园为主营思想,以提升消费者的居家生活品味为己任,为各类家具建材品牌与消费者之间建立最良好的互动。莘潮家居擅于挖掘消费者需求,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,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是莘潮的经营目标。

在莘潮家居执行董事张晶看来,卖场变革的方向就是要满足客户(厂商及消费者)新的需求。为赢得新的流量,在租赁模式不变的情况下,需要从几个方面做革新。首先,品类品牌有新趋势新变化,对于流量品类品牌,要全面扶持调整。全屋定制爆



发,板式套房骤减,智能家居起来了,整装公司兴盛起来了。卖场是个展示销售平台,始终要让自己有最好卖的货。其次,卖场要不断增强消费者的体验感。消费者来实体店就是要有好的体验,那么什么才是好体验呢?现在的消费者喜欢节约时间,来实体店前最好能让他预览一下,有一个初步了解,这就需要卖场先期做好线上产品展示。来到实体店情景体验要好,中规中矩,没有个性,没有格调,没有可以拍照打卡的地方,是不行的。卖场的灯光布场情景设置最好有网红潜质,让消费者喜欢到情不自禁在朋友圈等社交平台上分享。现在的消费者喜欢一站式购物,那么在配套服务上要跟上,设计选购的服务,自己做或由他人提供都可以。





口碑营销，赢得流量资源

家居卖场作为家居品牌整合的零售场所，具备流量模式。如今流量红利也在逐渐消去，流量成为宝贵的资源。卖场有两类客户，一是商户，二是消费者，但归根到底是消费者，怎样打造一个消费者喜欢的消费场所对于家居卖场至关重要。当下，消费分流正在蚕食各大卖场，作为家居卖场，如何保护现有流量，开辟新的流量渠道成为家居卖场共同面对的难题。

张晶认为，老客户的信息是最重要的资源，对一个老客户的维护成本远远低于开发一个新客户，而且口碑的效益将是长远的动力。当客户的需求得到满足，他要的东西你都有，客流下降的现象就不会发生。用口碑创品牌是最扎实的，家居企业长久发展的根本在于永远做好服务工作。这个服务包括传统服务及创新服务，即要满足消费者的基本需求，又要给消费者超出预期的惊喜，他就会记住你，喜欢你，流量变现就成为可能。

莘潮家居通过对用户数据进行管理，在维护好老客户，以口碑带流量的基础上，多渠道引流，消费者。现在的渠道太多，只能靠勤奋，靠积累，聚沙成塔，没有速成的办法，而目前看肯定是要加大线上引流的力度，结合落地活动，线上线下呼应联动，通过双线营销实现协同推进。莘潮针对目标客群日益年轻化和时尚化的特点，结合消费方式从PC端到移动端的变革，以

精准营销为核心，加大新媒体的宣传和营销力度，充分发挥自媒体在用户互动、黏性联系方面的优势，全面打通集团的官网、官微和移动端的数据资源，实现了用户、商品、营销、服务在线上线下的无缝链接，以一次次活动的成功举办来累积人气。

设计引入，创新推动转型

在“设计创新推动产业发展”的行业共识下，设计已然成为全行业寻求转型突破的必经之路，张晶指出，这是家居行业发展势不可挡的时代趋势，通过在卖场里引进设计公司，家装公司，莘潮也在实现着创新升级。在她看来，莘潮家居作为卖场，和他们并不是对手的关系，而是提供了一个广阔的行业平台，谁都可以在这里跳舞。

每家莘潮卖场都引进了数家家装设计公司，让他们做流量引擎，并串联起数家各品类商户，成为合作伙伴。他们可以为消费者提供免费量尺家居企业有的走家装公司、设计师渠道，甚至让产品直接进入家装公司设计资源库，以效果图的形式呈现在消费者面前等等。即使不进卖场的，也是可以通过联合与互动的方式，针对一些小的家装公司、设计公司，甚至是独立个人设计师，没有充分的展示陈列空间提供给他们，就通过创立共享展厅，共享办公区域，专门为这些小规模客户服务。设计的引入为莘潮集结了发展转型的创新动能。通过设计空间的引入，莘

潮的卖场具备了吸引新生消费群体的创新优势。这些年轻的新一代消费者，为形式新颖、概念新奇，具有设计感的家居空间所吸引，越来越多的感受到莘潮的设计力量。当他们开始不由自主的走进卖场，这些新消费流量，将为莘潮带来蔚为可观的增长空间。

整合资源，发挥自身优势

中国市场已经慢慢回归理性，大家的消费观也在改变，前两年奢侈消费的热潮已然过去，精神文化的大大满足，让消费者更趋向于选择有设计感而性价比又好的产品，而非盲目追究高端品牌和高消费。像日本的优衣库、无印良品等品牌，产品质朴实用性价比高又不缺乏美感，受到了许多消费者的欢迎。今后，这样的家居产品将会越走越好。因此，莘潮在继续为厂商服务的同时，也希望能更深层次的介入到产业中去，最终可以整合设计和制造，做自有品牌。

张晶强调，上海的每家莘潮卖场的体量都在3万方左右，所以综合业态并不适合莘潮。相反地，他们希望把家居做精做深。莘潮以长远的传略目光，计划着创立自有品牌，整合设计与制造，成立自己的品牌运营团队，直接深入市场的第一线。第一步



会整合现有市场上的品牌，来做一个定位较高的集合店，这将成为莘潮从租赁向运营的一次重要转变。

莘潮家居成立至今已逾三十年。三十多年来，不断探索，不断创新。如今，莘潮家居结合行业发展趋势，通过合理的店铺规划，科学的区域划分，同时更加深度地融入新的商业生态，融合新的生活方式，紧跟消费者的步伐，为消费者带来了更多生活上的惊喜。

(责任编辑:江 南)





莘潮国际家居
XINCHAO FURNISHING INTERNATIONAL

Development Path

XINCHAO
GROUP

全国知名家居连锁品牌

服务国民居家生活
打造商家运营平台

021-54409653
400-920-8802

展会

EXHIBITION

算法适用性

几桌?

强艺、艺尊轩

红木精品亮相

长三角

工艺美术精品展



算法适用性 Tables? 几桌? 张周捷全新作品正式亮相 Fab-Union

“几桌?”似一个用餐订座的疑问,其实引向一个有关家具定义的问题——是桌子还是茶几,是由什么决定的?人会说是由体态与尺寸决定的,小为茶几,大作桌子。历来桌与几千千万,是人类日常家具的必需,四脚支撑,平整一面,成桌;平台立起,有地置物,称几。桌几的功能似乎是简单的,却仍在千万设计师的手中层出不穷,“设计”的区别更多体现在形态与尺寸上。当这份人为的差异进入计算机的思维,答案会是无止境的——有多么无限?在这场名为“Tables?几桌?”的展览上便会知晓。

独立设计师兼数字艺术家张周捷在一系列备受瞩目的公共雕塑、动态艺术装置及座椅、果盘等功能性器物之后,带来全新的一组具有“桌与几”家具属性的作品。2019年11月1日,张周捷数字实验室全新个展“几桌?Tables?”正式亮相Fab-Union Space,展至11月24日。

在本次展出的最新作品中,经常会被忽略的桌腿结构被重新定义。改变了约定俗成的四腿或三腿稳定结构,桌腿与桌面不再由独立的两部分组合而来,而是让桌腿自然延展形成桌面

的形状,桌子结构成为一个统一的有机体,由计算机生成。张周捷秉持自身专业的数字创造思维,悉数归纳了现有常见的桌几形式,最终总结出数种适于人们使用、并耐受制造流程的桌腿结构“逻辑”:分别是 Mesh Symmetry (镜像桌)、Mesh Tornado (漩涡桌)、Mesh Voronoi (细胞桌)等几种逻辑方式。

其中基于柱状逻辑的茶几(Mesh Tornado)作品或许最能反映数字设计的有机变化。其结构呈近似螺旋状地盘旋上升,最终向外展开,如同一株花束绽放,自然形成支撑桌面的骨架。这种结构可以在自然界,尤其是树木的生长逻辑里找到回响。树木冲天立地,稳稳落定,茶几的结构也是如此,从底部到顶端的自然“生长”结构就像根须向上长成树干那般浑然天成。这样也便形成了茶几自身的稳固性。三维结构内在还有几种变化方式,既有内外双层的镂空三角面,也有三角面融合曲面连绵成型,不同的三维结构独具数字语言美感,更在实际制造中被金属不锈钢彰显魅力。伴随改变对螺旋扭转直径的设定,小茶几也能扩大为圆桌,形式的可能性无穷。这令整个系列可以适应迥异的定制需求。

ABOUT

张周捷

独立设计师、数字艺术家。

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

他的作品带有鲜明的独立性、实验性和未来性，探索数字形态的演化及制造。张周捷认为，数字语境中的事物可以像自然界万物般生长变化，他所做的即是寻找其中的原理和迹象。他的作品主要关注逻辑的极简性、结果的多样性和不可预见性，这一切都源自他对自然的理解。

其作品在世界范围内广泛展出，并被众多博物馆、画廊及



私人收藏，同时也受到了《Wallpaper*》、《纽约时报》、《Vogue》等主流媒体的关注与报道，并被美国著名商业杂志Fasti评为“2014中国商业年度最具创意100人”。

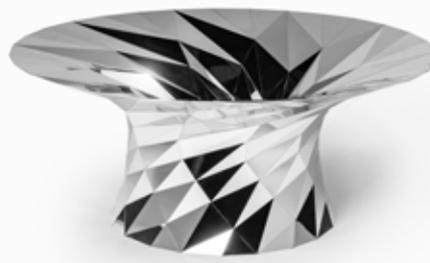


OBJECT #MT-T1-F-L (Mesh Tornado 旋涡桌)

材质: 304镜面不锈钢、低反射玻璃

尺寸: L107 D107 H46 cm

限量版: 10P (8P+2AP)



OBJECT #MT-T1-S-L (Mesh Tornado 旋涡桌)

材质: 304镜面不锈钢、低反射玻璃

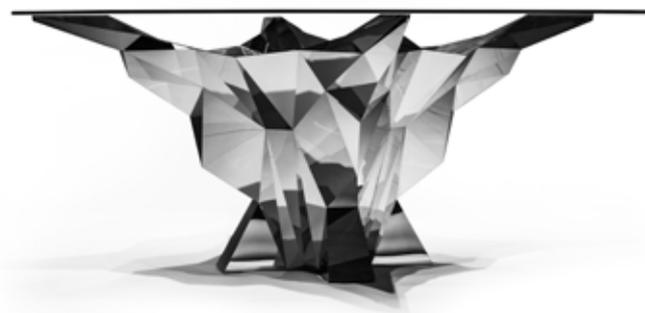
尺寸: L107 D107 H46 cm

限量版: 10P (8P+2AP)





而在另外一组以对称性为主的由多种算法混合形成以的合成桌几(Mesh Symmetry)作品里,上下四个支点彼此联结放射,自然而然形成接近三维梯形的骨架,同时结构的内在富有变化,梯形四面体内部是大小尺度不一的三角面互相连接,形成稳定结构。这是一场点线面之间的游戏,线面变化就像传统游戏“翻花绳”。这个结构逻辑也是张周捷先前一组桌面墙饰系列的延续。



下图

OBJECT #MT-S1-S (Mesh Symmetry 镜像桌)

材质: 304镜面不锈钢、超白钢化玻璃

尺寸: L240 D120 H74 cm

限量版: 10P (8P+2AP)

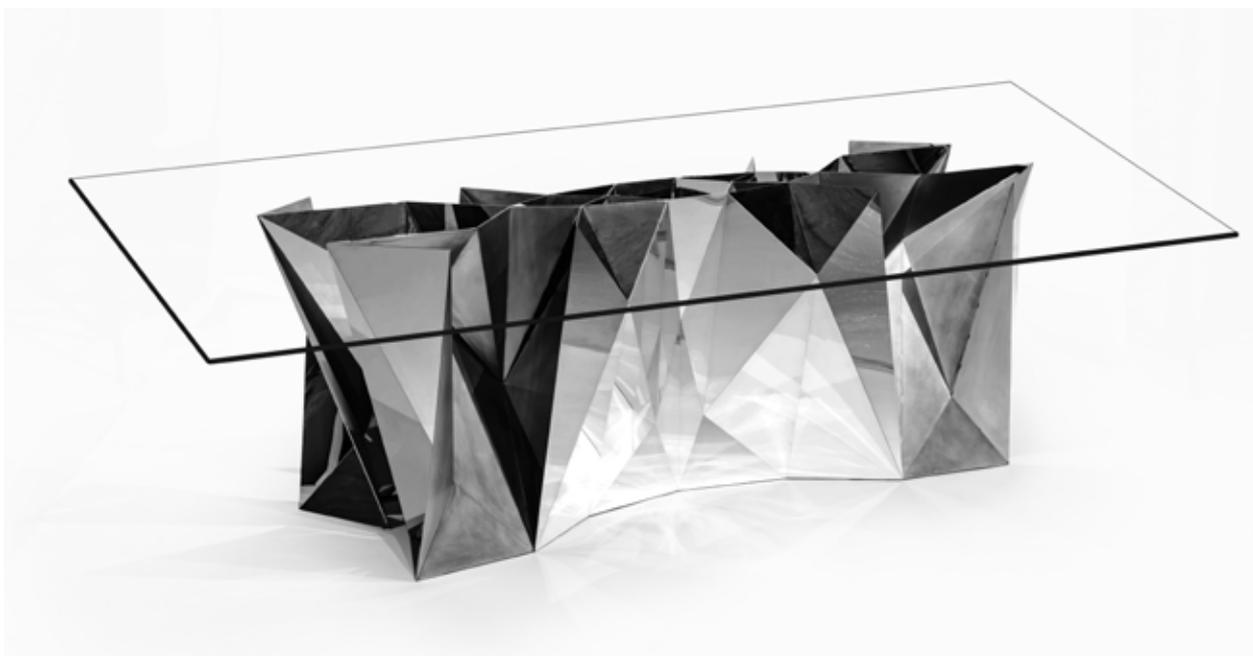
上图

OBJECT #MT-T1-F-L (Mesh Tornado 旋涡桌)

材质: 304镜面不锈钢、低反射玻璃

尺寸: L107 D107 H46 cm

限量版: 10P (8P+2AP)





OBJECT #MT-V1 (Mesh Voronoi 细胞桌)
材质:304镜面不锈钢, 配有可定制多功能插座
尺寸:L830 W210 H74 cm
限量版:6P (5P+1AP)

在本次亮相的作品中, 最大体量的作品“细胞桌”(Mesh Voronoi)“OBJECTMT-V1”由10张独立桌子组合而成。同时, 若将它们沿着桌面边缘拼合在一起, 桌面如同几块分散的大陆重新交汇融合, 长逾8米。最初它们都诞生始于一个图形“母胎”, 计算机先基于室内空间生成了合适的点位框架, 再分裂成“泰森”多边形——隐藏在数字世界里的变化恰似自然大陆冰川在千百年中的分裂、流动与变形。单张桌子满足单人或4人使用, 当几张或所有桌子拼在一起又满足多人及群体交流使用。数字生成的流动之变凝固在金属打造的桌子中, 又令现代的日常交流空间更加灵活。



张周捷始终探索着数字设计语言的变体,有机形式不仅存在于大自然之中,也在计算机模拟事物的过程里无处不在。早在几年前,张周捷开始探索桌几的盘旋变化,而首次成型的实践则在2014年澳门The 13 Hotel酒店中。张周捷数字实验室为酒店打造了一批数字桌几,共计1000余件,因订单量庞大,每张桌子都需手工拼接制作,最终历时两年时间才完成。

也是在这两年间,实验室深度优化了制造流程,在三角面结构上开拓出弯曲拼合的方式,让整体造型更加灵动自然。在本次个展上,酒店项目中的台盆、大小茶几、条桌等作品将一齐亮相,让人体会到数字设计得以融入高端旅居商务情境,同时与本次新品形成对比,从细枝末节里发现数字制造工艺的迭代过程。

本次个展是2019年“环同济设计周”的重要展览单元,同时展览落脚在建筑师袁烽(同济建筑与城市规划学院建筑系教授)打造的数字化建筑Fab-Union Space内,技术创新、数字设计与日常生活之间的间隙都在这些共有的背景中消弭。让我们保留一些想象力,你既可以在展览上感受到全新的数字技术如何打造日常之美,数字世界又如何相通自然,也会重新思考一些约定俗成之物,比方“桌几”的由来。

让我们从有关家具的定义的问题开始——如何区分不同的桌子?你可能会认为这取决于桌子的形状和大小,因为边桌很小,而桌子很大。桌子在人们的日常生活中起着不可或缺的作用,但他们的功能似乎非常简单。但是在设计师的手中,桌子充满了可能性。“设计”的差异在形式和大小上得到了最大的体现。但是,当我们把计算机纳入设计过程中时,设计的结果可能是无限的——这就是我们希望在“桌子?”展览中展示的内容。这次,在展出一系列备受瞩目的公共雕塑,动态艺术装置,座椅,果盘和其他功能性艺术品之后,独立设计师、数字艺术家张周捷以“桌子”为命题带来了他的新作品。

基于其丰富的数字设计经验,张周捷总结了现有桌子的常见形式,最后总结出桌腿结构可以满足用户的需求并在制造过程后表现良好的四种“逻辑”,即:对称、圆柱、四脚结构及对称圆柱。“逻辑”是数字设计的核心,也是计算机运行的线索,因为人们的行动都是在概念的指引下进行的。在本系列中,张周捷还总结出数字设计的新标准:逻辑应该具有“适用性”,因为可以有无数种逻辑,但是如何将其应用于现实世界是真正的挑战。

我们可以看到,对称的支腿适用于四人桌或长桌;而螺旋





形的圆柱支腿则用来构成边桌;对称圆柱的系列支腿结构则适用于多人长桌。而后,借助完美的制造工艺,桌腿结构由三角面和平面的不锈钢切片组成,使整个桌子的弯曲部分显得更加光滑和自然。

现在,桌面只是桌子的基本组成部分。它不需要装饰或用复杂的材料制成。干净耐用的玻璃桌面就可以衬托桌脚的魅力。计算机的大数据和云计算功能又使该系列产品可以满足不同的需求并进行个性化定制。

在本次个展的所有作品中,最大的作品“OBJECT #MT-V1”由10张独立的桌子组成。当它们沿着桌面边缘连接在一起时,就像几个分散的大陆再次汇合,桌面整体长度超过8米。所有的形状都是从原始图形中产生的,计算机根据五点之间的线和面形成多面体,并在随后的演化过程中逐渐分离出几个多面体。这种隐藏在数字世界中的变化类似于数千年来自然大陆冰川的分裂、流动和变形。单个桌子可以供1-4人使用,但是几个或所有的桌子可以组合在一起供更多的人使用。数字的流动在金

属桌子中凝固,这都得益于现在便捷的传媒技术。

本次个展将于11月1日至24日在数字建筑领域代表袁峰运营的Fab-Union空间举办。电脑设计的桌子和建筑本身共同描绘了智能未来的生动图景。

(责任编辑:江南)





强艺、艺尊轩红木精品 亮相长三角工艺美术精品展

为庆祝中华人民共和国成立70周年，积极响应习近平总书记“支持长江三角洲区域一体化发展并上升为国家战略”的号召，紧紧抓住“第二届中国国际进口博览会”的机遇，“长三角工艺美术精品展暨时尚生活用品订货会”，于10月26日-10月31日在世界手工艺产业博览园举办。

本次展会集聚了300位国家级、省级工艺美术大师与艺术家新锐，200余家时尚生活用品优质厂商，共计5000余件套原创艺术作品与生活美器，集中展现长三角地区工艺美术和纺织轻工的最新创意、最佳设计、最优巧工的艺术成果、亲民轻奢产品，以及创作前沿思想。

展出面积达2万平方米，展出门类涵盖雕塑、雕刻、陶瓷、刺绣、珠宝、工艺画、蜜蜡、当代漆器、珐琅和高级旗袍、床上用品、化妆品、丝巾披肩等时尚轻工产品。

在工艺美术类精品展区里，汇集了当今工艺美术界的精品力作，主要展现大国工匠的创新精神和精湛技艺。上海强艺红

木家具吕国强和艺尊轩中国工艺美术大师包天伟的红木精品精美作品也在展会中出现。

花开盛世大宝瓶

富贵牡丹花开盛世，木雕宝瓶礼献中华。一对木雕大宝瓶是“强艺”吕国强总工艺师为了表达对祖国的美好祝愿与热爱而设计制作。有幸在新中国诞生70周年，举国同庆之时，在2019中国工艺美术博览会中展示。

从设计到制作，大宝瓶的每一个细节都体现了吕国强先生独具匠心的设计思想。大宝瓶特地选用色泽淡雅的香榧木与韵味深沉的大红酸枝，使整个瓶身红白映衬，相得益彰。大宝瓶形制大气壮观，内容蕴含深刻。瓶身总高365cm，寓意一年365天盛世平安美好。主题为国花牡丹，命名为“花开盛世”，表达了祖国的繁荣昌盛，太平盛世。宝瓶运用了多种木雕技法，雕刻出丰富多彩，风格迥异的牡丹花，使得作品整体视觉冲击力强，丰富且厚实，绚丽多彩。

大宝瓶不仅气势宏伟，而且布局独特，构图精美。最顶处刻有“祥云”与“双凤戏牡丹”寓意盛世美好吉祥的景象；其次雕刻“万字纹”，寓意祥和，含有我国优秀传统文化万福和万寿之意。宝瓶颈部雕刻了“56朵姿态妖娆的牡丹”，以龙型盘旋环绕在瓶颈，使其表现出“远看是条龙，近看是牡丹”这别具一格的视觉效果，56朵牡丹寓意中国56个民族团结一致。瓶身处雕刻的“如意”、“牡丹”，承载着吉祥如意的美好祝愿；又有4个立体雕刻的“狮子头”搭配铜环，环绕瓶身一周，使宝瓶雄宏庄重，狮子寓意事事如意。宝瓶底部雕刻的是类似莲台宝座的图案，表达民间期待的佛光普照。底座四脚雕有大象头，象头戴花，合乎中国传统象驮宝瓶，彰显天下太平之状景。



木雕版《清明王河图》

紫檀木雕《清明王河图》，长8.08米，宽0.51米，恰为原作的1.5倍，由“强艺”吕国强总工艺师创意，几十位工匠整整花费五年时间精心打造。吕国强先生创作此作品意在赞颂祖国繁荣昌盛，以及对祖国未来大展宏图的祝福！

只有极致的木雕工艺方配极致的珍材，木雕版《清明上河图》精选小叶紫檀珍料打造，不仅体现了吕国强先生追求艺术境界的匠心精神，更体现了《清明上河图》是研究宋代经济繁荣的宝贵资料。

作品整体雕刻精美绝伦，栩栩如生。从图案上看，疏林薄雾映屋舍。斜桥流水伴扁舟。汴河两岸的繁荣祥和之境呼之欲出。整幅作品结构严谨，繁而不乱，长而不冗，段落分明，细细赏之，仿若置身其中。

每个人物、每处景象。每个细节都安排得合情合理，无论疏密、繁简、动静、还是聚散等画面关系，都处理得恰到好处。从技法上看，采用了东阳木雕特有的浅浮雕、深浮雕、透雕、圆雕等手法。选择那些既具有唯美意境，又具本质特征的事物进行雕刻，利用场面及情节淋漓尽致的表现图的精美。



璞玉茶桌

“璞玉茶桌”删繁就简，以直线与圆角为设计元素，造型简约时尚；精选交趾黄檀为材，案面结合了“西班牙岩板”，以手工竹藤做立面中档，视觉上轻松，暗纹中藏着一轮圆月；材料处理稳定，让不同材质连接时准确无误，手工打磨。案面与座面上的白色的岩板如“璞玉”般，体现主人“以茶会友、温润如玉”的君子之德。

四具成堂，取自同一黄花梨原材，背板中段纹如山峦湖海，同列有水墨条屏之绝姿。

这是一场设计创意与艺术表现的激情碰撞，也是一次超大型的高端艺术盛宴与时尚生活用品献礼，更是一次时尚消费收藏艺术的绝佳盛会。

(责任编辑:刘俊宏)

黄花梨镶紫檀高扶手南官帽椅四椅成堂

此四件官帽椅靠背板均由三段攒成：上段落堂，镶透雕龙纹紫檀方板；中段平镶黄花梨素板；下段镶落堂卷草纹亮脚。上、下落堂而中段平镶，与“S”型靠背有异曲同工的设计之妙。鹅脖后缩，弯弧有力。扶手位置甚高，自上而下变化，形似圈椅造型。座面软屉，下设素券口牙子。



风向标

WINDVANE

设计

回归于生活

设计

传承与坚守



生活处处有设计 设计无处不生活

——专访国际著名设计师梁建国

梁建国

国际著名设计师

制造·中 创始人

[ADCC]陈设委执行主任

中央美院城市学院客座教授

2012年被中国陈设艺术委员会授予2012年度“陈设中国-晶麒麟

麟奖”最高荣誉--设计艺术家! 同年, 获得“2012中国室内设计

十大年度人物”的殊荣。2014年又被评为“2014年中国设计年

度人物”。2014年11月与两岸三地的著名设计师携手成立「创

想公益基金会」。

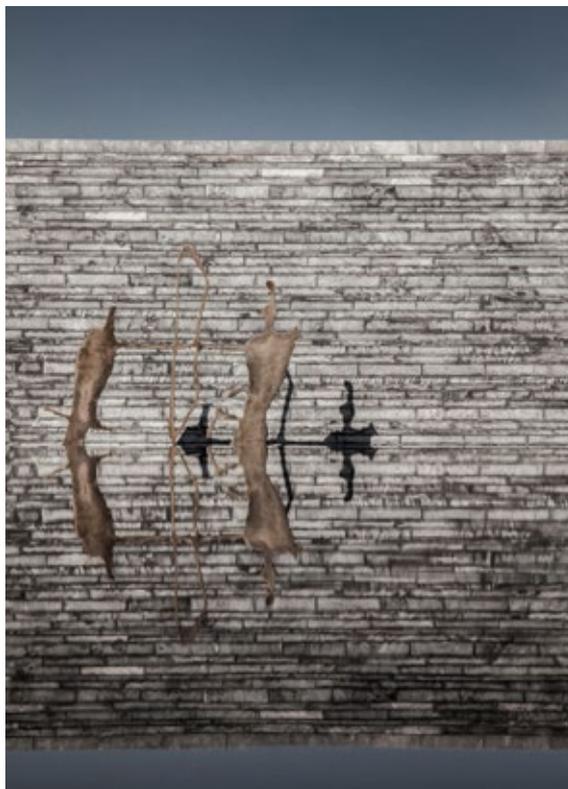
提起梁建国,设计圈里几乎无人不知,各种荣誉加身,被尊称为东方文化设计“国师”。他为人随和谦逊,集设计师的敏锐与文人的儒雅于一身。他的设计作品也以独特的东方风韵著称,文化、自然环境与建筑完美融合,将天人合一的理念发挥得淋漓尽致。骨子里带着“东方情结”的他,一直以极富标识性的设计,深受业内人士的敬仰。

源于热爱,忠于初心

设计里有生活,生活中有设计,是梁建国追求的理想状态。“不要觉得自己每天在工作,要把设计当成日常,当成生活。”设计没有完成时,永远都是进行时。在爱设计的人那里,设计更是一种信仰。自称“阿Q精神,自在在心”的他,几十年如一日,平衡着工作与生活。

梁建国认为,做设计关键是态度。态度是要比天赋更加可贵的品质。做设计不是一件简单的、一蹴而就的事情,设计师需要有脚踏实地、持之以恒的态度,当你静下心来去做,自然会收获回报。在这个过程中,还要有直面失败的勇气,“只有经过教训,才能获得进步的阅历”梁建国说道。

以纯粹的热忱,做纯粹的设计。作为一位“美学者”和“思想者”,他一直主张设计为人民服务,解决问题是他设计中永恒的课题。在梁建国看来,保持设计的活力,关键在于热爱设计,亘古不变的热忱。也正因此,梁建国老师犹如圈子里的长青树,枝繁叶茂,不断有好设计被创作出来。



神形兼具,自然东方

有人曾参观梁建国老师的作品,说到:“那是一种很难用言语形容的感觉,一种气场的包裹感,人和空间相融合的体验,让我迷恋。”这就是梁建国老师作品的魅力所在,东方主义的要义是“神”,不是“形”,讲究神韵,让人感到舒服和喜欢,便会想要留下来。





在梁建国看来：“一草一木，都是呼吸着的，非要人为的去干扰，就会打乱它们的呼吸节奏，设计就会显得不和谐。”东方美的体现并不需要刻意为之，应该让它从泥土中自然“生长”出来，没有刻意的文化符号堆砌，自然造景、就地取材曾多次被运用到他的设计中。这是他反复强调的“设计再生”的重要性，是一个可持续化发展的体现。

梁建国的设计理念归结为：20%的过去，50%的当代，30%的未来。20%的过去，孕育着中国传统文化的基因，展现的是对于中国传统文化与地域文化的探索与尊重；50%的当代，是着眼于服务对象的需求，探索符合当代人生活方式的设计，与此同时，要让历史留下我们这个时代的烙印；而30%的未来展现了设计的前瞻性。

梁建国认为，我们生活在这个时代，不能简单地重复过去。“我们必须用我们今天的方式去呈现中国传统文化的美，留下我们这个时代的烙印，一百年后，后人才能看到我们这段时期，究竟留下了什么。我们这一代设计师，才有了我们存在的意义。我们应当思考，当下的生活是怎么样的？什么才是符合今天的社会、科技、经济的好设计？什么才是真正的快乐？如何以一个空间为载体，潜移默化的传达一种生活状态，从而正向影响一个人的生活。”

梁建国对传统的中国文化有着匠心独具的运用，传统元素+现代手法，形成新感觉。通过对传统文化基因的提炼，结合现代手法以及工艺，从而形成符合这个时代的气质。他以更当代、更国际、更圆融的手法演绎着端庄的东方式内敛，为传统赋予新的生命力。





在探索设计的过程中，梁建国老师也深受古代中医学的影响。在阅读许多中医书籍之后，梁建国老师感悟道：“设计正如望闻问切，也讲究因地制宜，中医讲一人一方，设计也是如此。”除了研读医学书籍，梁建国老师还精研于文学、哲学和宗教学，这些都成为他设计的不竭源泉。中国人讲究“盈满则溢”。这种生活美学体现到梁建国的设计当中，则表现为适其时，取其中，得其宜。取舍适度，注重空间留白处理。同时，他还强调材质质感，不同的材质不同的触感和情绪感受，材质也是有温度的，可以营造不一样的氛围。

以人为本，回归生活

家居设计，一定要解决人的问题、生活的问题和社会的问题，这是设计师的天职。就像孔子所说：“老者安之，朋友信之，少者怀之。”以人为本，乐善好施。

在中国人的眼中，家庭相亲，邻里相近，就是中国家庭的理想生活。怎样在空间布局中促进家人“凝聚”，怎样让社区里的人感受到邻里间的温暖，都是设计师应该考虑的事。另外基于不同客户的不同需求，不同背景。户型小，家具就要精致一点，比例尺寸要小一点；空间大，家具就要大气一些，开放一些。造价上该花的钱要花，不该花的就不会花，贵的家具不一定就是好的家具。

在梁建国看来，家居设计在于对美好生活的反馈。人类发展到当下，“设计”的意义不仅仅在于有效的解决问题，更在于对对象崭新未来的思考和行动。需要缜密的观察，需要批判性

的探究，以及创新的设计理论和实践。

在以梁建国为代表的国内顶级设计师的引领下，东方主义美学以及中国文化下的设计思想，正逐渐影响着全球对东方艺术之美的理解。他正在用他的方式，重新建立这个行业的新秩序，为当代的精致生活推动和努力。

(责任编辑:刘俊宏)





传承经典设计 坚守中国文化

——专访艾宝家具品牌总监陈峰

陈峰

艾宝家具Expocasa 全球品牌总监

毕业于清华大学美术学院工业设计系

中国明清家具收藏家

出生于家具收藏研究世家，自幼喜爱中国文学、书法绘画以及明清家具。2000年创立的“中国明清家具网”曾被雅虎评选为当年“中国每月之星优秀网站”。



工业设计出身的陈峰，在清华大学美术学院求学期间，师从被誉为“中国工业设计之父”的柳冠中、清华大学美术学院院长鲁晓波等设计大家。作为将包豪斯体系引入与实践第一人，柳冠中先生一直倡导我们应该更多地去关注包豪斯不断开拓、不断发展的精神，不要单从所谓的风格角度去研究形式，去设计成品。这一观点使陈峰深受触动，因家传渊源，自幼喜爱中国文学、书法绘画以及明清家具的他，通过系统学习与实践当代工业设计理论，将西方当代设计的包豪斯精神与中国源远流长的传统美学相结合，形成了他融合包豪斯精神与中国艺术人文的设计理念。

在百年包豪斯到来之际，上海家具杂志采访了陈峰，让我们跟随陈峰先生来梳理一下包豪斯与中国艺术人文设计以及艾宝家具的脉络。

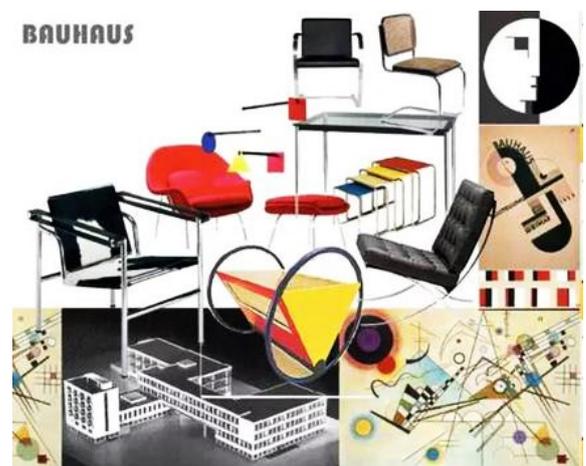
包豪斯：核心是其精神

“我是学习工业设计的，当时把包豪斯体系引入中国并加以实践的，被誉为中国工业设计之父的柳冠中先生就是我们的导师。”陈峰介绍道：“柳教授一直提倡的包豪斯精神，不要单从所谓的风格角度去研究，去设计成品，我们要继承的是包豪斯的精神。”

包豪斯尽管只存在了14年，但是其历史作用可谓巨大而深

远，一方面体现在对现代主义设计思想的建立、传播和实践的影响；另一方面是对现代设计艺术教育体系建立的影响。包豪斯就是现代主义真正的开始，是基石。包豪斯真正的伟大之处是——让由简单的形式组合成的产品，变成了一个国际上公认的审美趋势。

包豪斯是一个宣言，它开创了一个时代，我们应该更多地去关注它不断开拓、不断发展的精神；另一方面，它仅仅只是个开始，不可能去预见无限的未来，如果有人说它已经过时了，其实就是忽视或歪曲了这种精神。包豪斯的核心并不在于设计本身而在于精神。包豪斯的精神是“用设计来改变社会”，这也是它最重要的历史价值。



明式家具：中国文人精神的物化载体

艺术相通，跨越时空，包豪斯对中国艺术有一种隔代的相望与认可，陈峰这样认为。中国的书法绘画艺术拥有了享誉世界的极高的艺术高度，受全世界认可的中国明式家具，亦是如此。明式家具材美工精、典雅简朴，以其结构上的合理化与造型上的艺术化，充分展示出简洁、明快、质朴的艺术风貌，并善于将雅俗熔于一炉，雅而致用，达到美学、力学、功用三者的完美统一。

明式家具是“古典美的”，尤其是那些风格简洁的文人家具，不但是造型优雅且极具张力，内涵亦颇具文人美学意境。同时，明式家具又是“最国际的”。中国明式家具在精湛的工艺之外，艺术理念与表达却是非常现代的，与后来欧洲包豪斯所推行的现代设计风格亦是如此异曲同工。而且明式家具更讲究使用最好的材质，这一点上包豪斯还远未达到。明式家具是一件承载天地人、精神与物质合一的伟大设计。包豪斯是三百年后对中国明代人的致敬，之后又出现了多位现代主义大师，如：北欧一派的汉斯·瓦格纳，他的骨叉椅-Y Chair，也向明式家具致敬的杰作。

当今中国，在经济高度繁荣的同时，也在呼唤着中华民族优秀传统文化的复兴。当下，传统文化的再次兴起刚刚起步，只



有对历史了解得越多，才会有底气，人们的心态才会越来越平和，越来越开放。中国文化复兴要从精神做起，只有寻求到精神原点，才能真正做到文化上的自我认同及复兴，这种精神的唤醒也体现到家具行业。

艾宝家具：东西合璧继承创新

陈峰有志于将其文化、艺术、设计、营销美学多年的宝贵经验融入艾宝家具之中。在其带领下，艾宝旗下两大品牌“唐堂”与“NOW & FUTURE今致”的设计团队，除了对传统文化深入研究，也吸收国际化的思考模式并展开了无边界的设计思考。产品设计早已不再是文化符号的拼贴，而是对中国文化更深入地探索。

在陈峰的影响下，“唐堂”与“NOW & FUTURE今致”的设计很自然地受到中国明式家具的启发，并不是简单的“型”，艾宝





吸取的精华就是“美”，而这种美也正是中国明式家具文人气质的独特体现。以明式家具材美工精、简约雅致的艺术风貌为灵感，同时融合现代建筑设计中的材料、比例、立体构成、面料潮流等元素，打造当下舒适、简约、时尚的生活空间，让设计回归本真、回归生活。

今致Now & Future, 以“感性几何”为设计语汇, 也是对包豪斯强调感性与理性的协调统一, 提出的“形式追随功能”设计法则的一种诠释。今致产品在满足人机体验的同时, 通过将感性的曲线、曲面与建筑设计中那种理性的几何分割相融合, 让立体构成要素的点、线、面、体, 以移动、旋转、摆动、扩大、扭曲、弯曲、切割、展开、折叠、穿透、膨胀、混合等不同运动变化的形式体现在家具的设计中, 构成一个感性与理性结合的有机体, 意指未来并为当下提供正向的鲜活的生活立场。

当代家具由不同的材料组成, 表达的设计理念相当宽泛。信息技术不断的发展, 新材料新技术不断进步, 家具设计与制作进入的多元化的全新境地。艾宝“唐堂”与“NOW & FUTURE今致”构想的当代生活是多样的, 变化的。伴随着时间和空间的变换, 在产品设计中既有随性率真的一面, 又有庄重典雅的一面。不在于强调现代设计中的平直和极简, 而是从遥远的艺术作品, 或是遥远的国度中提取灵感, 并将当下的感受和情感注入其中, 进行重新诠释。一部分过去的记忆和一部分当下的现实; 一个西方的观点和一个东方的态度, 构成艾宝对当下生活的认知。

艾宝家具坚守“中国的精神, 世界的形式”! 在中国原创设计的不断求取, 艾宝家具已经成为原创家具行业的中坚力量, 多年来的实践活动, 让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, 融世界先进的设计理念和博大精深中国传统文化为一体, 制造出属于中国的高端家具品牌产品。

(责任编辑:郭倩倩)





上海家具杂志 2020全面升级

行业权威/产业信息/前沿设计/精准投放

编委扩大中……

联系人:刘老师

M/T: 021-64565117

M/P: 18217527421

地址:上海市闵行区联明路

359号D栋设计中国楼



FORUM

企业现状

未来思考

跨界

融合

创新

论坛

BREAKING

家居企业红利的破与立

THE BREAKING AND BUILDING OF HOUSEHOLD ENTERPRISE'S DIVIDEND

上海家居现状与未来思考

BUILDING

主办 |  上海市家具行业协会  上海家协青联会 协办 |  FA SHANG HAI

家居企业红利的破与立

上海家居现状与未来思考论坛

2019年对于上海家具行业来说注定是不平凡的一年，中美贸易摩擦对进出口家具的影响，网络科技的发展对传统企业的变革，线下渠道的萎缩对销售额的影响都在不断的加大。与此同时，过去的人口红利、管理红利、流量红利、市场红利都在消失，家居企业如何走出困境，未来的红利在哪里？

2019年11月1日上海市家具行业协会携同上海家协青联会及《上海家具》杂志聘请了国家工信部工业品牌培育专家孟鹏先生、港大家居总经理邓建伟先生、设计中国执行董事林奋先生等三位行业专家在设计中国定造生活馆成功举行了《家居企业红利的破与立——上海家居现状与未来思考》为主题的论坛活动。楷模家居、澳瑞家居、莘潮家具、新冠美、吉盛伟邦、白玉兰等三十多家上海家协会会员企业总经理及企业代表参加了论坛活动。

上海市家具行业协会秘书长李霞，上海家协青联会会长张晶分别致辞。

李霞秘书长在致辞中指出，当前，中国经济正处于深化改革的重要阶段，与此同时，上海乃至整个中国家具行业也正在面临着行业洗牌、产业转型的重大契机。在这样的时代背景下，只有能够抓住市场先机，把握消费趋势，积极寻求突破的企业，

才能在升级转型中赢得行业红利。本次主题论坛活动包括嘉宾分享和圆桌讨论两个环节。

张晶会长在致辞中表示，这两年很多在讨论如何变革的问题，这普遍反映了大家的焦虑，我们身处前所未有的大局局中，先行者也是在摸着石头过河，我们需要思考、辩论、更重要的是实践。今天请来专家与大家分享与探讨，希望大家带来思考与灵感。



另一方面,国内的人口红利逐步丧失,产业产能过剩,竞争日益激烈,恶性竞争给行业带来伤害,而家具企业的规范化管理、运营成本又在不断上升。在这样的双重压力下,家具企业要通过深入分析市场现状、消费者需求和企业自身优势,根据市场需求,按需制造;将企业经营的重点转移到消费者身上,从生产导向模式转变为市场定制模式;改变了以往“厂家生产——顾客购买——厂家发货”的传统思维链条,转而以“客户使用场景——物流发货——生产设计”的形式,重视用户的场景体验,以用户为中心,赢得了消费者的心,也就赢得了市场,取得了竞争优势。

此外,邓建伟还强调,家具企业应当树立国际化的视野,要用好上海这一国际化设计之都的城市金名片为企业增加优势。

林奋

从品牌设计与创新的角度出发,设计中国执行董事林奋发表《家居品牌发展与创新驱动》主题演讲。他指出,做品牌要有敏锐的判断力,要从纷繁复杂的市场信息中,找到品牌发展的突破口。品牌溢价能为企业带来源源不断的价值增长,是品牌可持续发展的基础,是品牌获得忠实用户的不二法门。品牌的培养是一个长久的事情,不是一蹴而就的,需要用心用力,长久稳定的做下去,不能因为消费市场的一些风吹草动,品牌定位也摇摆不定。

品牌的溢价要靠设计来实现,家具设计需要的不是艺术设计思维,而是工业设计思维,也就是说,家具设计不能曲高和寡的空谈艺术,而是要结合消费者的需求,解决现实中的一些问题,设计思维再怎么高级,不能受到市场欢迎的家具产品终究不能长久。家具是与人们生活息息相关的,提倡的是一种生活美学,家具设计是一门现实的艺术,而不是一门虚幻的艺术。

近几年,房地产市场的不景气,家具企业增长状况不佳,市场需求下降,电商的发展也在不断冲击着实体经济,许多家居卖场门可罗雀,客流量锐减,行业洗牌成为不争的现实,如何吸引顾客成为所有家具行业必须直面的问题。想要破局需要做到三点:新、智、融。新,一是指新消费兴起,这就需要我们研究年轻一代消费群体的消费行为方式,以家居体验的形式,创新经营模式,获得发展的先机。二是指产品创新,要创新产品生产工艺、造型风格、产品品类以及经营模式,为品牌注入生命力。智,指智能科技,智能家居是家居行业的未来;互联网里蕴含着家居行业的无限商机;区块链技术也将为家居行业开创新模式……对新技术的运用能够使企业获得行业领先地位。融,即融合,在家居风格上,东西方的融合,将会带来更为消费者接受的产品;渠道的融合,线上线下渠道的融合,会扩大家居品牌与消费者的接触点,扩大市场占有率;产业融合,行业跨界,会为家居行业拓宽思路,获得更大的发展可能。

三场精彩纷呈的主题演讲后,论坛集结了行业先驱、品牌模范、营销专家,展开了一场别开生面的沙龙论坛。上海家具行业协会秘书长李霞与刚刚发表过演讲的孟鹏、邓建国、林奋三位一起,在《上海家具》杂志执行主编周志洁的主持下,同业内资深的和新锐的企业代表深入交流企业发展的方方面面,共同探索家具企业红利的破与立。

楷模家居运营总监李曦:确实,最近几年红利的时代已经过去,家居企业感受到运作的艰难,一直战斗在终端的一线市场的楷模家具也有感同身受。楷模家居一直提倡做优质生活的提供者针对不同年龄段的消费者提供一个整体方案的搭配。近来家居卖场客流变少了,楷模就通过以人为本的策略,培养终端消费者,以导购设计师化,专业的角度为客户提供针对性





服务,同时为老客户提供深度的售后服务,实现品牌的口碑传播。相对于促销形式的服务,楷模更多的是精耕细作,以精细化、专业性的服务,聚焦与客户本身,关注客户的实际需求。终端的销售人员不只是一是要卖产品,还要将空间、审美和生活方式推介给消费者。

新冠美家具品牌经理肖林强:成立于1997年的新冠美,从办公家具到酒店家居再到医养家具,旗下有美乐、美乐森两个品牌,美乐主营高端办公家具,定位高端市场;美乐森,主营医养家具,通过对国内外医养家具行业的考察,在国内市场上占领了医养家具的一片蓝海,成为医养家具的领军品牌。在多年的企业经营中,新冠美看到了品牌对于企业的重要性,付出了很多的人力和精力在品牌运营上持续投入。

莘潮家居总经理张晶:家居市场上的三大角色的卖场、经销商、制造商,近年来都在发生转变。其中最大的改变就是,有能力的家具企业都在做整合,做大家居。经销商正在通过软件或线上平台的开拓,自主供应链品牌的开发等实现整合。卖场的整合,一是往综合性的方向发展,吸引客流量;二是拓展新的部门;三是通过运营吸引客流,并分流给各商户。谁能把资源更有效率的利用起来,谁就能首先突围。

设计中国执行董事林奋:在品牌的发展中,设计创新有着极为重要的作用,企业要把设计师这一重要角色发挥好。设计中国也期望能够提供一个设计师和企业交往互动的平台。品牌的发展,首先要的思维上找准自己的定位。同时,品牌的培育不是一朝一夕的事情,要花时间用心去做。家具企业在基本信息的整合传播上要做到位,要结合实际的市场现状,以市场调研的数据为依据,去做具体的品牌策略。

港大家居总经理邓建伟:在竞争日益严峻的当下,地球村带给人们全球购的消费方式,人们在哪里都可以买到全球各地的商品,但是,贸易壁垒一直存在,我们只能去迎头应对,直面挑战。这需要以产品为基础,并且不断增加品牌的附加值,有品牌溢价,才能实现更高的利润率。要根据品牌现在的发展阶段,在什么阶段做什么事情,同时要了解消费者,知道消费者的具体需求,只有这样才能迅速的做出反应。

澳瑞家居总经理高玛峰:当前的市场竞争总的来说就是品牌核心能力的竞争,把产品做好,把设计做好,是家居企业发展的核心。借助持续性的产品开发,延长产品线,并通过设计为产品赋予更多附加值的内容。将产品作为品牌强有力的支撑点,结合品牌优势,以高附加值,形成自身的独特优势,才能让消费者倾心。

国家工信部工业品牌培育专家孟鹏:产业整合是现在家具行业的一大趋势,通过整合能够发挥更大的协作效应,甚至形成行业生态,实现价值最大化。作为制造行业,我们一方面要盯着自己的资源,对自身要有足够的了解,认清自己的优势和不足,同时也要向外看,通过跨界整合行业内外优势资源。品牌创建一定是稳扎稳打,一步一步地往前走的过程,逐步形成自身的核心竞争力。毫无疑问,行业的红利是能够预期的,未来,家具行业将会朝着更为健康、有序的方向发展。

通过嘉宾的主题分享和论坛探讨交流,本次论坛活动加深了参会者对企业红利的认识,同时也引发了对企业未来的思考。只有能够把握消费心理、抓住市场先机,勇于创新,才能找到企业红利新的爆发点。

(责任编辑:路 灯)

2019 跨界 融合 创新 主题论坛

2019.10.26 上海



跨界、融合、创新论坛

创新是产业升级的原动力，设计是企业发展的常胜军，设计创新在国家经济发展的过程中发挥着举足轻重的影响力。在创新已然成为国家战略的当下，如何发挥好创新设计的驱动作用，调动各行各业的激情与活力，汇聚社会各界的创造力，显得尤为重要。在以设计为基础的工业美术领域，创新更是重中之重。

10月26日，跨界、融合、创新论坛在上海召开，泛长三角城市工艺美术产业发展战略联盟主席陈跃华作为论坛致辞，中国美术学院、上海设计学院院长、博士生导师范凯熹，上海区块链技术研究中心主任、同济大学区块链研究中心主任马小峰等发表了主题演讲，来自全国各地的学界专家、业界代表济济一堂共同参与了这场行业盛会。

论坛分享



陈跃华
泛长三角城市工艺美术产业发展战略联盟主席

陈跃华

泛长三角城市工艺美术产业发展战略联盟主席陈跃华出席了活动，并为论坛致辞。他表示：希望这个论坛变成一个思想的大碰撞，我们说思想走多远，人才能走多远，艺术创作、产品设计、企业经营，树立正确的思想是首要条件，思想创新，人才能更新。先进的思想能给创新带来源源不断的灵感源泉。思想引领的创造、思想引领的产品必然是经久不衰的。大师的作品之所以有贵气，而不只是匠气，就在于他的作品有着深厚的思想内涵。我们希望能够形成一个工艺美术资源的集结，使我们的资源能够更好的调配，使资源能够在创新上集聚。现在市场进入了一个生长、催化的领域，实现思想、创意、作品与产业的有机的结合。当前，设计在产业中发挥着重要的驱动作用，我们的文化思想以及瞄准市场的行为一定要在设计中才能得以实现。要建设名副其实的上海设计之都，工业设计、建筑设计、时尚设计的方方面面，

生活的、艺术的、文化的、商业的等等领域都要将设计融入进去。我们应当思考，近两年，色彩和造型的潮流走向是什么？怎样将视觉传达与市场有机结合，实现其应有的贡献？怎样解决工艺美术国际化当中的金融问题？



范凯熹
中国美术学院、上海设计学院院长，博士生导师

范凯熹

中国美术学院、上海设计学院院长，博士生导师范凯熹教授发表了《新时代工艺美术生态与业态的国际视野》主旨演讲。他指出，当前，中国的工艺美术还处于半封闭的状态，发展空间十分巨大。要实现工艺美术国际化的战略，首先就需要改变原有的理念，我们要厘清手工艺、设计、工艺、美术等相关的概念，也要在时代的背景下不断扩充自己对工艺美术的理解。产业要先做大，之后再往做强的方向转变，未来社会，设计不断普及，工艺美术品的价格将会持续下降，我们要认清这一点。智能制造，智能设计开始出现，工艺美术“无人设计”与“无人制造”的时代即将来临，互联网、物联网、人工智能、3D技术等正在改变着我们设计、制造销售的方方面面。工艺美术的发展必须适应国家一带一路战略，工艺美术外贸势在必行，我们必须树立国际视野、总结工艺外贸经验、坚持国际品质、加强国际合作。当前，工艺美术行业同质化严重，经营模式陈旧；企业和从业人员观念传统，人才青黄不接；对新时代工艺美术的内涵和外延缺乏前瞻性的认识和研究；对新技术、新观念的掌握还远远不够……行业内部存在着各种各样的问题，工艺美术亟待变革。

新时代工艺美术呼唤着新创意、新价值、新题材、新形态、新平台、新工具、新零售等的出现。正确理解传统工艺美术优点，结合时代特征，对推动工艺美术的发展和解决工艺美术设计问题具有重要作用。工艺美术的价值不只在在于其审美价值，其图形符号背后还蕴藏着深厚的象征意义，现代人对美好生活的向往和期盼，工艺美术的传统主题得以扩大，衍生出许多旁支左系，我们也应当在传统的基础上，衍生现代主题的延伸内涵。工艺美术的发展历史经历了手做设计、收工艺设计劳作、现代工艺设计制作、计算机辅助设计制造、人工智能辅助设计制造、人工智能设计制造六个阶段。我们现在啊处于智能设计制造刚刚起步的阶段，新兴技术和工艺美术具有不可分割的联系，物联网、区块链、自动识别技术、生物仿生技术、高性能的3D/4D技术、移动机器人与智能机器人等为我们提供了解放设计制造生产力、创新营销与交付方式的无限前景。

新时代工艺美术需要新型人才维持，首先就要顺应社会需求，培养新型国际化工艺美术师。TOP的人才要有批判创新、创意的思维，有高级的想象力和丰富的情感表现力；AI发展方兴未艾，面对这一技术先知先学者为王，AI技术是解放设计劳动力和生产力的新动力，它将为设计师解脱加班加点的烦恼，工艺美术企业、大师、名师将会面临着重新洗牌的新机遇。

未来工艺美术市场有着这样的趋势：人人爱玩工艺品、人人会做工艺品，人人收藏工艺品。工艺美术产品无污染高品质低成本扁平化，礼品与包装更趋个性化，使用起来更加简洁方便，给人更加美好的审美体验和收藏乐趣。新时代工艺美术的营商环境也在发生着变化，总部经济、平台经济、电商经济将成为未来发展的三大趋势。工艺美术业经过四十年的快速发展，正在聚集国内外工艺美术的产业要素资源，形成了工艺美术与设计、制造、科技、商业、金融、外贸、文化、旅游等多业融合的新兴业态，正朝着产业化、高端化、国际化领先优势的大工艺美术格局发展。





马小峰
上海区块链技术研究中心主任
同济大学区块链研究院院长

马小峰

上海区块链技术研究中心主任、同济大学区块链研究中心主任马小峰发表了“区块链与工艺美术交易国际发展现状”的演讲。他强调，区块链是数字经济时代的新型基础设施。区块链技术多方共同维护一个不断增长的分布式数据记录，这些数据通过密码学技术保护内容和时序，使得任何一方难以篡改、抵赖、造假。区块链具有点对点交易、全网分部保持、多方共识记账、块的链式结构等特点。区块链以点对点的价值流通、分布式的信用体系、多方参与的激励机制以及数据存证、溯源的功能对行业发挥着巨大的潜在变革作用。

因电子数据易删、易改、易复制等特性，现有网络安全技术难以保障互联网上高价值数据的高效安全、广泛有序流转，因此互联网上的价值交换依然依赖于金融专网完成最终的价值转移。此外，因为数据产权的原因，数据仍以国家或者机构为界，形成孤岛，数据之间难以形成协同效应。作为信任机器，区块链技术创造了一种新的范式，连接金融服务所涉及的各参与方，能够打破数据孤岛，提高数据安全性，降低交易成本，增强风险控制能力，这也是区块链技术备受关注的的原因所在。

在世界上艺术品除了艺术价值，还更多赋予了投资等金融价值。艺术品交易有这么几个特点，一是私密性与公开性，买家在交易过程中，希望保护其购买隐私。但是在之后变成卖家时有希望能证明自己之前的购买路径。二是鉴定难，市场上大量存在仿制品，哪怕有交易链条回溯，藏家也有意愿先出售仿制品保留真皮品，防伪验证往往需要一整个系统支持。区块链应用在艺术品交易领域，体现在三个阶段：ICO乱象时，通过锚定艺术品交易的空气币项目；利用区块链不可篡改性，把交易流程、交易链条上链存证；利用区块链上的密码学解决方案，把拍卖的过程用智能合约或者隐私拍卖的形式呈现。

未来区块链和工艺美术的结合还将更加深入：手机 app 通过区块链技术，让艺术家、收藏家和交易商可实时验证作品出处；区块链结合其他技术鉴别艺术品真伪；通过智能托管合约为拍卖行遏制违约行为；通过区块链实现艺术品份额化投资、交易；改变现有交易模式，实现点对点分布式交易。总之，区块链作为一门蕴藏着无限可能的新技术，构建着数字经济新型底层技术，助力工艺美术流通交易新模式。

(责任编辑：路 灯)



资讯

用歌声向祖国献礼

家协 4A 复评

企业调研座谈

震旦 55 周年

NEWS



上海家协青联会用歌声向祖国献礼

9月29日上午,上海家协青联会的成员和上海市家具行业协会秘书处的成员来到上海徐汇滨江绿地广场,他们手中挥舞着五星红旗,合唱歌曲《我和我的祖国》,用激情澎湃的歌声表达对祖国母亲的热爱之情。

“我和我的祖国,一刻也不能分割,无论我走到哪里,都流出一首赞歌”,在上海家协青联会的成员演唱下,每一句歌词都充满热爱,每一个音符都充满敬意,心中涌起的是对祖国母亲深深的爱。为庆祝中华人民共和国成立70周年,上海家协青联会迎来了一项特别的活动,用歌声向新中国七十华诞献上一份祝福。本次活动由上海家协青联会、上海市家具行业协会联合主办。



上海家协青年联合会是由上海市家具行业协会组织倡议、会员企业的青年企业家联合发起的,旨在推动上海市家具行业协会会员企业的青年企业家之间的学习成长,针对共性问题,互动交流、碰撞出思想火花,为家具行业的蓬勃发展探寻蹊径、创造价值。

上海家协青联会成员年轻有为,均在家具企业中担当重任。他们充满激情,同时又满怀爱国之志,奋斗在家具行业一线。他们用勤劳和智慧谱写家具行业篇章,为祖国贡献自己一份力量。



(责任编辑:路 灯)

上海市家具行业协会接受上海市社会组织评估院专家的 4A 复评工作

2019年10月10日上海市社会组织评估院专家组莅临上海市家具协会,对于上海家协进行规范化建设工作的评估。上海家协秘书长李霞携秘书处全体成员共同迎接专家组的到来。

此次社会组织等级评估的内容分为“基础条件”、“内部治理”、“工作绩效”、“社会评价”共4大部分,146个具体内容,总分为1000分。家协秘书处全体成员作了认真的准备,在完成日常工作的同时积极开展迎评工作,聘专人组成复评小组,向优秀兄弟协会取经、学习,经过6个月系统的梳理,完成了资料准备工作。



评估环节,首先由李霞秘书长围绕评审内容介绍协会四年来开展的工作,协会除了在规范行业、服务企业,发展产业方面开展了一系列工作外,还开展了一些特色工作包括:“品牌建设”、“设计引领”、“创新驱动”。并强调要加强党建工作和分支机构管理工作以及职业技术专业培训。随后,评估院专家们根据秘书长的介绍,对现场材料分别进行了仔细、认真、严格的检



查,当场在基础条件、内部治理、工作绩效、财务管理、社会评价5个方面进行了专业、详尽的检查和沟通确认,并进行闭门合议打分。

在反馈环节,专家对于协会开展的工作给予了充分肯定,认可协会基础条件扎实,组织机构完善,职责明确,制度健全。制定了中长期的发展规划,重大事项可以做到民主决策;根据章程的规定每年召开会员大会,每年召开两次以上的理事会。协会在服务会员,服务政府方面成效显著。财务管理规范,财务的基础工作完善。并且开展了品牌建设,设计引领等特色工作。同时专家也根据满分1000分的具体要求提出了协会需要进一步加强的方面。专家祝愿家协越办越好,在已有的基础上登上更高的台阶。

李霞秘书长代表家协秘书处感谢专家们的点评,也感谢专家们专业的评估和分析指导。通过今天的评审将使我们进一步的明确了今后工作中的重点和方向。也表示将尽快把应该完善的方面落实到位,把协会工作做的更规范更有价值。

(责任编辑:张亮)





上海家协展开行业调研之座谈会

2019年10月18日、10月28日，应上海市经信委都市产业处要求，上海市家具行业协会分别在亚振家居1865园区和[多少]M50品牌店成功召开2019年上海家具产业发展调研工作之第一次、第二次行业座谈会，共30多家企业派代表参与调研交流座谈会。

两次座谈会聚合了家具制造业企业、家居流通平台类企业、设计类企业、红木家具企业、办公家具企业等各大品类的代表性企业。座谈会现场气氛热烈，与会代表就中美贸易摩擦大背景下行业寒冬的应对方式展开讨论与分享。

会前，上海家协秘书长李霞携项目组成员做了认真的准备，包括会场选择、布置、摄影、会议材料等准备工作，使座谈会顺利召开。

会上，李霞秘书长围绕2019年上海家具产业发展调研工作的必要性做了详细的说明，调研报告项目由上海家协特聘行业专家彭亮教授主持。彭亮教授和企业代表就目前家具行业现状、企业发展瓶颈、问题与困惑、及希望得到政府支持等诸多方面展开讨论。企业代表围绕上海家具产业及周边地区家具制造业现状和需求踊跃发言、积极讨论，为行业调研报告提供了珍贵的一手数据和有效依据。



制造业企业代表认为家具行业30多年的高速增长时代已经过去，应重视升级发展制造业，在环保达标的基础上适当保留绿色工厂；流通平台类企业积极思变，策划改变目前类商业地产的运营模式，更好的和品牌统一战线、互相赋能，同时积极试水线上线下结合、效率更高的新零售模式。

以出口为主的企业在中美贸易摩擦的大背景下，或迁厂至东南亚国家以回避倾销制裁，同时谋求转型，努力铺开“一带一路”及国内销售渠道；或开拓新兴品类，与合作伙伴优势互补，寻找破局点。

总而言之，上海家具行业各类企业在行业寒冬期积极思变，但仍有许多困难需要在政府支持下解决，因而在关键时间节点开展上海家具产业发展调研重要且必要。企业代表也纷纷肯定上海家协对于行业发展的有效促进作用，并对调研项目表示全力支持，期待日后与行业协会增加交流。

通过交流、互动，大家一致认为，家具行业与人民美好生活休戚相关，应该是长青产业，前行的路上有风浪、有险滩，它恰恰需要企业用品牌的力量不断完善自我、提升能级。

(责任编辑：路灯)





庆祝震旦迈向第55年!

震旦集团在上海震旦国际大楼举办迈向第55年悬挂金蛋仪式。

震旦集团创办人陈永泰先生、董事长袁蕙华女士、周启正常务董事及各产(事)业部主管、同仁约80余人受邀出席参加,共同庆祝仪式。

活动中举行了隆重的仪式。创办人陈永泰先生悬挂第55颗「金蛋」,象征震旦集团正式迈入第55年,寓意震旦蒸蒸日上、追求永续经营。创办人表示:震旦已走过漫长的历程,始终稳健进步、不断创新,并勉励同仁为「震旦第一」持续努力!



随后,主管和同仁在欢快的音乐声伴奏下共唱《集团之歌》,并举行切蛋糕仪式,祝愿震旦再续辉煌。

迈入55岁的震旦,将以更加稳健进步的姿态、创新进取的精神,秉持「创享美好办公生活」为使命,在「同仁乐意、顾客满意、回馈社会、追求永续经营」的经营理念下,致力为顾客打造高效、人性、智慧、环保的办公生活解决方案。



活动最后,创办人陈永泰先生、董事长袁蕙华女士与主管、同仁们分享苏绣「震旦第一」的意义,并在苏绣前合影,庆贺震旦迈向第55年!

最后,祝福「震旦55,成就飞舞」;
携手同仁持续务实创新,迈向百年企业!
祝福「震旦55,十分幸福」;
回馈社会,传递十分的爱与幸福!

(责任编辑:宏 明)

U & M

We create the value of comfort.

QUMU 新冠美

美勒森：以人为本 用心专研

从“心”开启康养新生活

MLE SUN[®] 美勒森

新冠美集团(总部)

地址：上海市青浦区崧秀路168号
电话：86-21-59754678 59754969
传真：86-21-59753967
邮编：201703

美勒家具科技产业园

地址：江苏省海安市城东镇黄河东路88号
电话：0513-88368777
传真：0513-88368111
邮编：226600

客户服务热线

电话：86-21-50327777
800-820-1962
400-820-1962
网址：www.qumun.com

