



上海市家具行业协会 品牌咨询服务项目签约仪式成功举行

2019年2月27日，上海市家具行业协会品牌咨询服务项目签约仪式在上海海世轩大酒店成功举行。诺梵(上海)系统科技股份有限公司总裁傅天承、上海澳瑞家具装饰有限公司品牌总监高玛峰、新冠美家具有限公司总裁许亚芬、文信家具有限公司总经理王健分别与工信部品牌培育专家组组长周宏宁签署项目合作协议。上海轻工情报研究所副所长陈昌宇、上海市家具行业协会秘书长李霞、工信部品牌培育专家组孟鹏老师及新冠美、文信、诺梵、澳瑞等企业代表一同出席了本次签约仪式。

上海家协品牌咨询服务项目是继2018年由工信部品牌培育专家组发起、上海市家具行业协会主办、跨行业协会协办、各行业企业共同参与的“沪、青”、“沪、粤”二场中国工业品牌之旅活动，及在上海轻工情报所支持下上海家协组织的持续半年的“上海家协品牌培育专场培训课”后，2019年上海家协品牌培育的又一落地项目。该项目是上海家协为会员企业完成供给侧改革，实现产业转型升级、提升品牌溢价能力、推动上海家具行业品牌发展的又一举措，有助于推动上海家具企业从产品制造向品牌塑造转型，通过创新驱动、高端引领，做强上海制造，打造上海家具品牌，共谱华章！



● 品牌专家在诺梵、澳瑞、文信、新冠美访谈

品牌咨询项目将协助企业梳理完善品牌培育管理体系，优化企业品牌战略，明确企业品牌发展路径，推动企业品牌战略落地执行。来自中国航空综合技术研究所的品牌专家在2月26日至28日三天深入澳瑞、文信、新冠美、诺梵四家签约企业，通过调研、访谈、沟通梳理等形式，为企业品牌现状、人员管理、资源管理以及原有

管理体系等方面的问题进行诊断分析，并在此基础上为企业解读了建立实施系统化品牌培育机制、实施品牌战略的目的、思路及具体内容。四家签约企业希望通过工信部品牌专家的指导，再次塑造升级品牌，提升品牌竞争力和溢价水平，使企业转型升级踏上新的台阶。

品牌不仅是企业开疆拓土的利器，更是企业持续发展的可靠保障。上海市家具行业协会将不断挖掘上海家具品牌的核心竞争力，发挥上海家具品牌的独特优势，为上海家具行业的可持续性发展助力。

(责任编辑:宏明)





江西省产业集群品牌考察团来沪 调研、考察新冠美、亚振家具企业



在工信部品牌专家周宏宁老师的协调下，由江西省经信委景卫宏副主任带队，宜春市工业和信息化局、樟树市品牌建设领导小组、樟树市金属家具产业集群重点企业考察团一行19人，于2019年3月14日对上海家协品牌企业新冠美集团和亚振家居股份有限公司进行了调研和考察。中国航空综合技术研究所主任周宏宁、中国航空综合技术研究所工程师刘盎然、中国航空综合技术研究所博士李森等一同参加考察与交流活动。



在上海市家具行业协会秘书长李霞的陪同下，江西省考察团3月14日上午来到了上海新冠美集团进行考察交流。上海新冠美家具有限公司国内营销中心总监李雷、销售经理张林盛、市场部经理田晓东率领团队热情接待。在新冠美集团，考察团成员首先参观了新冠美家具展厅。展厅分发展历程与企业文化、办公家具展厅、医养家具展厅三部分。考察团成员边参观边听取新冠美集团工作人员的介绍。新冠美集团孕育三大品牌“新冠美”、“美勒森”和“美勒”。新冠美作为中国办公家具十大领军品牌，一直秉承着匠心精神，全心全意为客户提供优质的产品和空间解决方案；医养家具品牌美勒森，以“为老人健康而生”作为核心理念，围绕老人安居、医养、休闲生活场景，定义医养新生活；美勒，以“灵动办公生活创悦者”为品牌定位，专注中国



个性办公家具领域。在参观中，大家对新冠美家具的企业文化、家具设计、品牌定位、产品质量啧啧称赞。

品牌建设来提升企业竞争力和产品附加价值的，都是值得我们学习和调研的。

参观后，考察团来到了新冠美会议室做研讨交流。上海市家具行业协会秘书长李霞主持了研讨交流活动，并代表上海家协及新冠美对江西省产业集群品牌考察团的到访表示热烈的欢迎。李霞表示产业集群品牌考察团的到访体现了江西省领导对江西家具产业集群的品牌建设非常重视，品牌能够提升企业价值，希望通过今天对新冠美和亚振家居两家企业的考察与调研能够给予江西省家具企业品牌创建有所帮助。

上海新冠美家具有限公司销售经理张林盛介绍了新冠美的发展历程。新冠美集团1997年成立于上海，是一家集设计研发、生产制造、销售服务为一体的国际化家具科技企业，致力于为顾客提供专业商务空间解决方案。连续获得中国十大顶级品牌、上海名牌、上海高新技术企业、中国家具行业优秀企业、绿色供应链评价等荣誉称号，多年蝉联中国国际家具博览会设计金奖。新冠美集团始终签着用最好的产品和服务来实现对客户的承诺，努力实现家具的规模化、智能化、品牌化、国际化，为推动中国家具业的发展尽力尽责。

工信部品牌专家周宏宁老师在致辞中表示区域品牌建设与企业品牌建设是相辅相成的。在上海这个品牌高地里有一大批优秀的品牌企业，上海家具企业不乏其中。在参观新冠美的展厅中，我们发现新冠美对品牌战略与品牌文化有着清晰的规划，而且还高度关注客户需求，并能引领消费。他们是如何通过

在交流活动中，江西的企业家们对新冠美家具的品牌管理运作产生浓厚的兴趣，从精益管理到市场运营，从产品设计研发到产业集群等方面都展开了讨论，新冠美销售经理张林盛、



景卫宏
江西省工业和信息化
技术创新推进中心副主任



张建平
江西阳光安全设备
集团有限公司董事长



熊波林
江西金虎保险设备
集团有限公司副总经理



杨波
江西光正金属设备
集团有限公司总经理



聂建春
江西卓尔金属设备
集团有限公司董事长



田晓东
上海新冠美集团
市场部经理

市场部经理田晓东对企业家们提出的问题做了毫无保留的做了分享。

下午，考察团来到上海亚振家具有限公司，参观了亚振家具海派艺术馆。大家在海派艺术馆讲解员介绍下，对亚振家居品牌和亚振的海派家具设计留下了深刻印象。始于1985年，成立于1992年的A-Zenith亚振家居源起海派文化发祥地上海，自创立之日起，一直专注于富有“东情西韵”海派艺术家居的设计与制作，且定位高端，产品典雅华贵。目前旗下拥有“亚振A-Zenith”、“亚振定制”、“AZ1865”三大



品牌。中国驰名商标、上海名牌、上海著名商标的获得是社会对亚振品牌价值认同的体现；“全国工业品牌培育示范企业”称号的获得代表着品牌培育工作得到了国家工信部的认可与通过。亚振拥有国际一流的设计精英团队，他们以精致尚雅生活方式的研究和设计为核心，形成了亚振的美学之道。

亚振家具上海总经理姚纯做了亚振品牌介绍。亚振家具在品牌建设上实施多品牌战略，在未来，亚振会坚持实施“多品牌+大家居”的战略，以“做文化、做品牌”的“海派生活方式场景”式营销模式，推进“品牌+服务”的竞品战略，实现从单一家具制造商向内容提供商转型。

近年来颇受国际关注的中国著名年轻设计师张周捷也来到现场，与来宾分享了他的数字家具设计思维。他用数码编程设定逻辑，通过计算机设计出无穷无尽家具作品，并用金属制作而成，千变万化，令人称奇。张周捷说：在未来，工业设计师可能就是一台电脑，电脑读取你的需求数据，呈现无可计数的产品方案，当你从中选出最理想结果，某处遥远的工厂可能很快完成制造。在设计师张周捷眼里，这是工业化大生产、互联网时代之后的一种可能生产方式，人们不再面对一堆五花八门却非理想的物品买单，而是在物品尚未制造之前，就拥有百分百的选择权。这让在场的金属家具企业来宾们脑洞大开，纷纷与张周捷探讨金属家具的更多可能性。



上海市家具行业协会秘书长李霞向来宾分享上海家协在推动企业品牌创建方面的经验与心得。

上海市经信委都市产业处徐铭副处长、宝山区经信委董昆科长也专程来到亚振1865园区参加下午的论坛活动。在论坛的交流环节上，亚振股份董事长高伟、上海家协秘书长李霞、上海家协设计专委会秘书长芦蕴以及著名设计师张周捷等与江西省产业集群品牌考察团就考察团提出的“何做好品牌”进行了深入交流。

亚振股份董事长高伟指出做品牌不是一蹴而就的事情，是在企业发展过程中长期积累而沉淀下来的财富。有些企业有品牌意识，却没有正确的品牌运营理念，品牌理念模糊，导致在品牌建设过程中品牌形象不鲜明，削弱了品牌竞争度。也有的企业把品牌架空于产品之上，忽视品牌的载体其实是自身产品的过硬。

徐铭处长在交流中指出企业在品牌建设过程中存在的两个误区：一是企业认为品牌建设必须投入大量的人力、物力，企业不能承受这些，而回避品牌建设。其实做品牌未必要投入太多成本；二是企业把重心放在生产和经营上，最终导致一个好的产品，有好的市场却没有好的品牌，



徐铭
上海市经信委都市
产业处 副处长

董昆
宝山区经信委科长

高伟
亚振股份 董事长

景卫宏
江西省工业和信息化
技术创新推进中心副主任

这样是对品牌价值的极大浪费，这样的产品策略也是不可取的。

最后，江西省工业和信息化技术创新推进中心副主任景卫宏表示江西区域品牌建设到上海来学习，两家企业的调研给考察团很大的震撼，不只开了眼界，看到了最好的设计，而且学习到了品牌创建的知识。品牌对于企业来说，是一种无形的资产，是消费者脑海中对于该企业的印象，好的品牌可以为企业业务的增值带来巨大的作用。考察团一定要把这里好的理念和好的概念带回江西帮助江西企业创新发展，打造区域品牌。

(责任编辑:欧阳舒)





《上海家具》杂志
2019全面升级
行业权威/产业信息/前沿设计/精准投放

广告投放

联系人:刘老师
电话:021-64565117
微信:18217527421
邮箱:martin.liu@dcgcn.com
地址:
上海市闵行区联明路
389号D栋设计中国楼

深度

DEPTH

澳瑞家居

诺梵系统科技

品牌发展

与时俱进



澳瑞家居： 中与西合璧 简与奢并行

文：刘俊宏

【摘要】澳瑞家居源自1993年，凭借深厚强大的海派创新力、风格指引力与品牌号召力，以卓越品质、杰出设计和精湛工艺成为中国海派家居领导品牌之一。2019年伊始，澳瑞家居谋定而后动，在变与不变之间，彰显了大智慧。“继往”与“开来”之间的尺度历来是企业的发展过程中很难拿捏的，澳瑞家居恰恰在这两者之间游刃有余——强调对产品品质与设计的极致要求一直坚持不变，在品牌服务和其他细节上则应进退自如，不断提炼、不断升华，更好地传承一种精神，打造澳瑞家居独有的新古典海派风格，彰显文化内涵、提高生活品质。

【关键词】海派风格 雅致简约 高端定制 健康时尚

海派艺术 向上而生

上海凭借得天独厚的地理优势孕育了独特的“海派文化”，它根植于江南地区传统的吴越文化，并且融入了开埠以后来自欧美地区的西方优秀文化。与这座城市一样，上海的家具一样具有浓重的“海派”气息。虽然海派家具形式各异、风格多样，但它们的血脉里流淌着同一种城市精神——海纳百川，有容乃大。

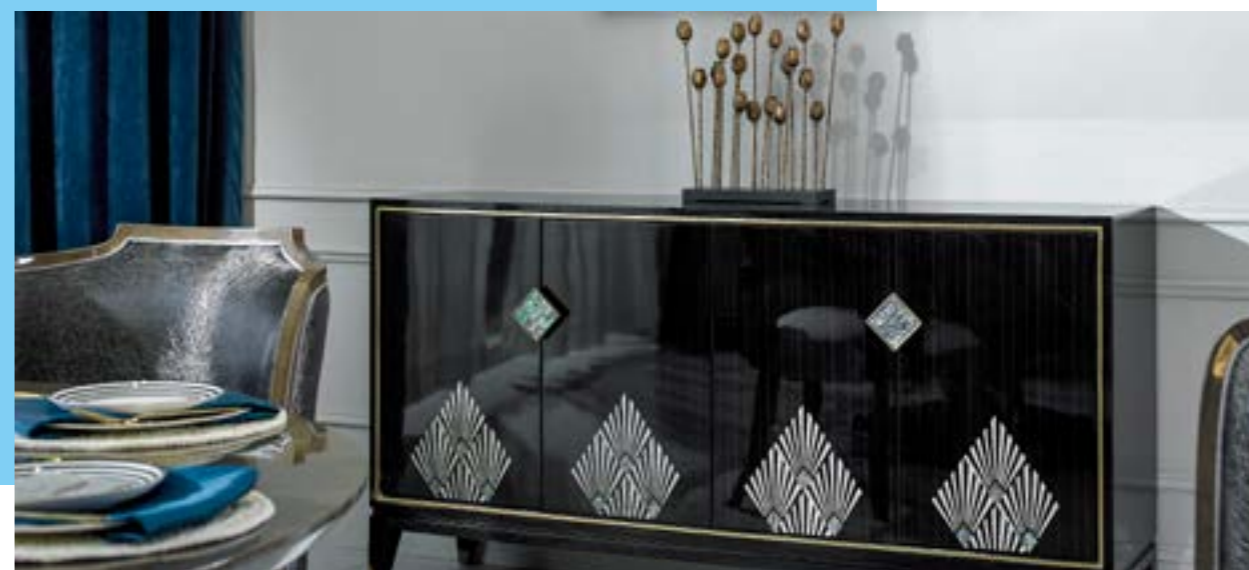
中西合璧，推陈出新。澳瑞家居的新古典海派家具，升华了空间与家具融通后所蕴藏的美感，她不仅仅是一件器物，更是一种生活观念的表达、一种审美品质的象征、一种人生教养的符号。在澳瑞家居26年的发展历程中，从克林斯曼、凯利、贝拉维塔、固装亚奢王、图兰朵到范诗，每一个品牌都始终传递着澳瑞家居对“成功、卓越、时尚、悠享”的生活主张。“新海派”汲取了欧洲家具文化的精髓，传承了上海家具的地域性风格，也蕴含着勇于创新的家具文化。澳瑞认为，他们的家具必须始终站在时尚的最前沿，所以不断与时俱进，开创新的潮流。

譬如图兰朵系列，带有浓郁的文艺气息和浪漫主义色彩。一面是生活，一面是艺术，轻奢定位，凸显个性化的美学观点和文化内涵，更适合当下心态年轻、注重品位的高端时尚人群。简欧风格设计，将欧洲古典的浪漫情怀与现代生活需求相结合，兼容华贵典雅的风格与时尚气质，在沿袭传统的基础上，侧重于追求家具的舒适度与实用性——它摒弃了古典家具的繁复厚重，运用简约流畅的线条，保留天然实木纹理，工艺细腻考究，体现了“简约而不简单”的设计内涵。



又如克林斯曼系列，诠释了高贵、沉稳的新古典主义风格，将欧风古韵与时代精神相结合，使古典家具呈现出更多人文关怀与艺术内涵。本系列在沉稳尊贵的深咖、绛红的色系基础上，配以高贵典雅的银色、白色相糅合，使整体色彩看起来明亮、大方，整个空间给人以开放、雍容的非凡气度。

目前，澳瑞家居旗下拥有图兰朵、贝拉维塔、范诗、亚奢王·固装四大子品牌。“融汇与创新”是澳瑞家居的核心理念，意在向消费者展示全球各地的优质生活方式，引领海派风格不断突破。由其开创的“海派风尚家居”也已经成为当代海派风格潮流的代表。



专注品质 精益求精

“由一艺以往，其至有合于道者，所谓进乎技也。”为了达到“进乎技”的层次，澳瑞家居不仅锤炼出纯熟的技术，更以虔诚之心、严谨之心、创新之心来指导行动，最终进入“积好在心，久则化之，凝念不释，殆与物忘”的境界，打造出一件件精品。多年来，澳瑞家居始终有自己坚定明确的战略定位，品牌中凝聚着独特的文化色彩，这份定力让其能够一直聚焦、专注于产品设计与品质。

澳瑞家居拥有一支由国内外优秀设计师共同组成的队伍，一起进行产品的设计研发。欧美家具历史很长，国内设计师即使出国留学一趟，也无法完全掌握欧美家具的精髓，而团队中的外国设计师则能弥补这方面的不足。澳瑞家居的设计师团队拥有丰富的设计经验，使外国的设计方法与中国文化在相互渗透中碰撞出新的火花。

澳瑞家居紧跟国际时尚流行趋势，从材质、外形、色彩、面料方面入手，确保为顾客呈现流行时尚的居家空间。在制作工艺上，澳瑞家居坚持全实木雕刻，采用纯天然黑檀、桃花芯、红胡桃木皮及地中海彩贝拼花镶嵌，并把中国红木工艺精湛的镶嵌技术应用在了澳瑞新古典主义家具上，秉持纯手工、高品质的原则，堪称家居业的劳斯莱斯。

定制优雅 品味生活

随着人们生活水平的提高，越来越多人开始对生活

品质有所追求。从别墅到酒店，整体家居和私人定制以其尊贵、有品味、有个性的特点备受消费者的青睐。如今，私人定制已涉及多个领域，以海派家具为代表的高端家居产业也早已走上定制之路。从星河湾、世贸滨江花园、虹桥高尔夫别墅到宝莲城超五星酒店，每一个项目都体现了澳瑞家居所追求的最佳材质组合、最理想设计工艺和最高作品质量。

澳瑞家居崇尚艺术，崇尚美，希望把新海派风格的家具带给追求生活品位的精英人士，使海派家具焕发新的生命力。为此，澳瑞家居创立了时尚、高品质定制家居子品牌——亚奢王·固装。其以整体家居为出发点、海派精神为指导、规范化定制和国际化设计为原则，满足个性审美的爱好，兼顾现代生活所需的细节，为消费者带来“成功、卓越、时尚”的用户体验。

澳瑞家居将生活、艺术、设计汇于一体，打造出独一无二的全屋定制的产品。凭借对艺术的执着、对美学的追求、对空间艺术的参透，将全屋定制的概念巧妙植入新海派风格的家居设计中，根据顾客的生活需求量身定制，满足精英人士对欧式生活优雅、奢华、高贵格调的追求。

“亚奢王·固装”通过对整体家居环境的设计，重现欧式帝王生活的尊贵与优雅，为消费者带来欧式贵族的生活体验，实现如同“亚瑟王传奇”般的帝王梦。澳瑞家居的国际团队致力于建立“欧式贵族生活的标杆”。“亚奢王·固装”凭借着它独特的气质、绚丽的色彩、个性的设计、细致的材料运用、时尚的欧式风格等特色，重新定义了现代人对欧式生活方式的追求。



肩负重任 砥砺前行

如今人们已经逐渐熟知并接受这个观点：健康环保的绿色家居是高品质生活的前提。因此，为精英人群提供精致、健康的生活方式，引领时尚、舒适的居家生活是澳瑞家居品牌使命。为推进澳瑞家居的绿色环保理念、践行可持续发展战略、满足市场需求，2017年澳瑞家居投入一千多万元人民币，用于与北大高校科研团队合作进行水性涂装生产线的改造，并突破行业技术难点，使其达到了行业领先水平，为品牌的时尚、健康理念奠定了坚实基础，同时也迎合了澳瑞家居“设计引领气质，匠心苛求品质，绿色环保，极致服务”这一品牌战略方针。

自去年开始，澳瑞家居审时度势，致力于新市场环境下的企业转型。围绕“五个中心、一个平台”的发展战略，“五个中心”即设计研发中心、客户体验中心、营销中心、工艺标准输出中心、智造中心，强调的是公司平台化、透明化。为了打造以设计服务为驱动力，以“时尚、品质、健康”为追求的家具产品，塑造品牌价值，2019年3月，澳瑞家居启动品牌培育计划，在企业内部开展了自我评价工作，不断改进和完善品牌管理体系。

变易知进退，不易是初心。新的一年，澳瑞家居依旧坚持，致力于将那颗叫做“海派风格艺术”的种子，播撒入更多社会精英的心田。不忘初心，使命必达。在新的时代，势必要用新思想、新方法、新思路、新战略打造最优质的产品 & 品牌服务，不断锐意创新、追求卓越、超越自我。澳瑞家居正以出众的品质、精湛的工艺、卓越一流的服务赢得广大消费者信赖。





诺梵系统科技： 纵横与延伸的整合发展之路

文：欧阳舒

【摘要】诺梵(上海)系统科技拥有丰富的办公家具行业经验,已经从传统意义的办公家具供应商,升级为可提供高级定制与办公环境整体解决方案的系统供应商,是产品驱动—市场驱动—价值驱动的倡导者和实践者,秉持“以用户为中心”的经营理念,为现代办公及教育空间产品的发展探索未来。在办公家具行业新的发展周期中,诺梵的业务以提供办公家具和办公环境方案为主,又成立 EDU 教育事业部与 FLOOR 地材事业部,横向拓展集团业务;同时纵向发展 WPS,为用户引入全新价值视角及应用解决方案,深入洞察和理解用户行为趋势及行业变迁,与用户共创价值驱动解决方案,致力于打造全新的行业生态,打造具有国际地位的中国品牌。

【关键词】办公家具 多元发展 创新智能 绿色环保

创造价值 愉悦办公

诺梵(上海)系统科技是集自主研发、制造运营、空间规划、销售服务为一体,致力于提供环保、高品质办公家具和完美商用空间专业设计的高新技术企业,近年来发展迅速,引人关注。本着“让用户心有所属,让组织大有可为”的使命,诺梵致力于为更多人解决工作环境问题,带来极致用户体验,与用户共同创造一个为组织、为个人增值的办公空间。

诺梵的英文名字是NOVAH,源于天文学术语中的NOVA一词,本意为“新星”,同时亦取自于INNOVATION(创新)。诺梵NOVAH,既代表着诺梵人的创新精神,又寓意这个民族品牌是一颗冉冉升起的新星。诺梵系统科技以上海为中心,在全国范围内设立了北京、深圳、南京、济南、杭州等多家直营子公司及服务机构,网络遍布全国,产品远销海外市场。诺梵的空间规划、研发技术、产品销售水平和售后服务能力在全国同行业内处于领先地位,已服务多家国际知名企业的全球化布局项目,是目前中国办公家具行业中最具发展潜力的民族品牌。诺梵已经成功为诸多世界五百强企业、跨国机构、国内高成长性企业提供了办公环境整体解决方案,其中包括IBM、亚马逊、京东、阿里巴巴、BWM、NBA、中国移动、浦东发展银行、ABB、SIEMENS、UNILEVER 联合利华、COCACOLA可口可乐等知名企业。



横向拓展 追梦教育

在科教兴国大前提、城市化加速发展大背景以及全面放开二胎等国家政策推动下,教育基础设施建设掀起一轮新高潮。2016年,诺梵成立了EDU教育事业部,既关注教育空间的发展趋势,也致力于打造最优的学习环境。

2018年夏天,诺梵重塑了复旦大学的闲置空间,将其改造为亚洲青年交流中心,使其成为了现在校园北区的一大亮点建筑。亚洲青年交流活动中心旨在为亚洲留学生和中国学生提供沟通协作空间,整栋建筑经过改造后呈现简约明亮的风格,庭院风景和室内空间既独立存在,又相互融合。一楼咖啡厅、沙龙区和活动室得到了合理的规划,室内作为主要的讨论交流空间,设置有可移



动、拼接的桌组和可堆叠的学习椅，可以根据需要形成各种组合，使学生间交流无碍。复旦的师生都可以通过在线预约来使用活动室。

二楼有个多功能厅，平常可用移动隔断隔出相对独立的活动室。每个小空间里通过折叠桌的不同方式拼接，可以搭配成不同的会议形式。而在需要的时候，就可以快速将这三个活动室的隔断收起，桌子折叠，椅子堆叠，整个空间立马换装成礼堂或排练厅。

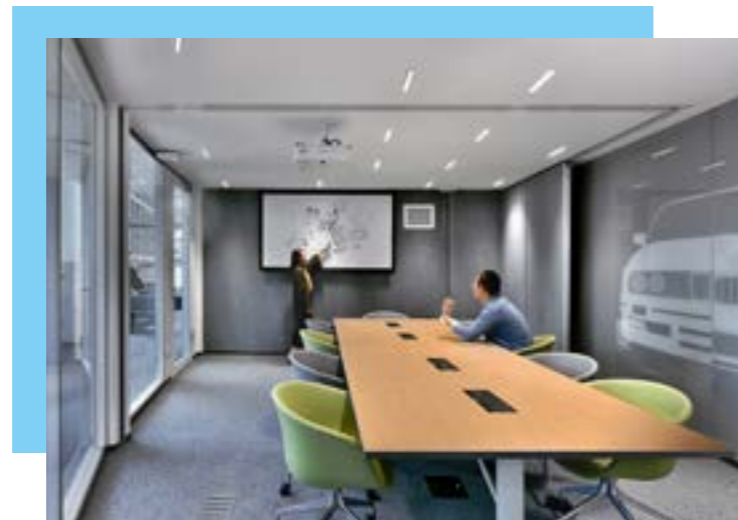
诺梵还完成了东理工大学商学院大楼办公家具及课桌椅项目、上海交通大学家具项目以及广东、江苏、陕西等地学校家具项目。凭借强大的综合实力，诺梵获评“2018年全国学校家具十大优秀供应商”年度大奖。

纵向深入 智汇引领

面对日益激烈的市场竞争，单一方案或单一能力都将缺乏市场竞争力，纵向+横向能力的延展是未来行业竞争力的核心。诺梵不仅横

向新增教育事业部，加速拓展，也注重纵向发展核心能力办公环境整体解决方案，为用户引入全新价值视角

诺梵相信空间产品的价值大小往往不是由其尺寸决定的，而是取决于我们对其背后价值的选择。例如在通常情况下，人们希望在办公室拥有更大的桌面、更大的承载空间，然而大桌面也是对既定空间的占用和活动空间的挤压，拉远了人与人之间的距离，增加了公司的财政支出。诺梵推出的Four Sure Tablet Arm Chair系列则完美地发挥了‘小尺码’的大价值，小巧轻便可移动的设计为多数互动工作带来实际的便利。



诺梵还认为，健康办公并非单一产品或单一行为的倡导，而是适度调节工作与身体平衡，工作者本身理解含义并有意识地控制每日的工作行为才是根本，产品或行为建议只是帮助实现的辅助手段。举个例子来说，在日常办公中，“坐”成为维持时间最长的一个惯性动作，久坐不起的坏处街知巷闻，然而一直站立办公也未必健康——如果不注意适度调节，完善对人体自重的缓冲措施，任何长久的姿态都对健康无益。可以说，好的设计，应该首先是能够自然驱动用户的使用本能，否则也只是理念下的摆设，用户无从得益。

诺梵作为办公家具行业内率先获评上海市“高新技术企业”资质的单位，在办公家具的创新研发工作方面引领着整个行业发展的潮流——不仅在生产工艺和产品设计方面持续突破创新，在市场营销方面也不断追求用户体验的极致化，比如开发Novah Easy Touch来实现一些场景的虚拟现实，让客户来到诺梵展厅就可以达到“所见即所得”的效果。除此之外，公司还升级了诺梵展厅，让人们看到：单调的桌椅板凳也可以变成这样每天8小时围绕我们的灵动写意空间。

立足上海 放眼未来

诺梵创意展厅坐落于上海万荣路的大宁中心广场A5幢，2019年2月23日，“TEDxFuxingPark2019”沙龙就在这里举行，现场超过200位行业精英、知名企业家等社会各界人士与线上

直播间10万人一同在此见证了极度烧脑的TEDx新年沙龙。

创意展厅，也是诺梵的总部所在。其独具创意的LOFT空间设计全面展示了诺梵的环境规划理念，即积极主动的绿色空间设计规划——这使得该建筑获得了美国绿色建筑委员会(USGBC)颁布的LEED金级认证。随着2018年诺梵创意展厅的全面升级，全新WELL认证也已经启动，将环保可持续目标推向了新的高度。

新展厅不光是为了进行产品展示，更是致力于创造真实场景，让参观变成了一段旅程。工位/会议室智能预定系统、智能访客系统、员工健康管理系统的有机结合，也使这个展厅也成为了全面展示诺梵国际领先技术的平台。

诺梵系统科技作为异军突起的上海本土品牌，正努力打造“具有国际地位的中国品牌”。它凭借自主研发技术与创新能力，成为了中国办公家具行业内最具发展潜力的民族品牌之一。诺梵将继续坚持创新、积极进取、开拓快速增长的国内外市场业务；坚持走自主创新道路，实现可持续发展的目标；坚持品牌建设，专注产品品质，努力打造具有国际地位的中国品牌。我们可以看到，在全球市场上，中国的办公家具不再扮演亦步亦趋的模仿者角色，而是成为了真正的创造者。中国家具企业正凭借着远见卓识和强大的自主创新能力，织就全球化的梦想。





老周家居
LAO ZHOU LIVING FURNITURE

阔叶黄檀·现代中式



4006 581 580

大容
CONTRACTED
为/尚/不/骄
老周家居

大容者、汇集精髓
孕育大成，动则惊起风
云变幻，静则闲看
落叶飞花。
该系列产品于尊贵与新
锐之间寻找契合，
使古典和现代之间完美
结合，体现出谦致贵族
的「轻奢」生活态势！



展会

EXHIBITION

三月展会

沪广深

品牌故事

财富热线 / 180 1713 3151

地址：上海市金山区亭卫公路1909号 网址：www.laozhou.com
上海老周红木家具有限公司



设计上海 2019 展

——家居设计新看点

本年度最值得期待的亚洲顶级国际设计盛会“设计上海”于2019年3月6日—9日在上海展览中心隆重举行。作为每年3月亚洲最引人瞩目的设计盛会，“设计上海”开创了亚洲设计领域之先河，本届展会阵容更豪华，内容更丰富，大规模地集中展示全球顶尖设计品牌及艺廊，当代设计、精典设计、厨卫设计、办公设计及全新的新材料及应用板块，令人目不暇接！

开幕第一天，展会便受到了公众的广泛关注，观展人数已达14,400余人，又一次刷新了“设计上海”的首日观众数量。这里汇聚了30多个国家的400余个国内外设计品牌、1000多件首发新品、60余位享誉国内外的论坛嘉宾、10大各具前瞻元素的特别装置、3大引领设计圈潮流风向的行业奖项，探索东西方设计理念，融会贯通。“设计上海”一直同步国际设计趋势，不断推陈出新。每年设计上海的展会中，都汇聚了很多原创的本土品牌，在此，小编为大家呈现设计上海中的家居设计的一些新亮点品牌。



URBANCRAFT

今年URBANCRAFT以更成熟的面貌和产品布局与大家相会展出了他们的全线产品，除了特别版酒红色梳妆台和组合柜之外，“堂”沙发也首次发布，希望能够如中国传统民居“堂屋”一般，给人们日常起居舒适的仪式感。

吱音

吱音的设计互动性很强，就像右图的茶几，实用、有趣，一物多用，可以同时用于吃饭、储物、休闲，尤其适用于小户型。办公桌上打台球，这样1+1>2的设计一定要发出来给众多老板们欣赏一下，平时是办公桌，把搁板立在中间转身变台球桌，优秀的办公环境让人身心愉悦。还有在现场体验的这把椅子，都可以通过手部和腿部的力量，完成躺、坐的姿势，一个适合户外一个适合室内，巧妙设计很有趣，引得不少人前来体验。



HC28

HC28-秉承上乘的手工艺传统，将东方文化的精髓和国际领先的创新设计相结合，倡导优雅、现代的诗意生活，并成为具有国际化视野和高端品质的独特品牌。在本次的“设计上海”展上，HC28携手都汇里双品牌呈现，仿佛打开魔盒窥见双生花。由中国设计师周宸宸担纲设计的展台，以白色为主色调，轻盈优雅。展厅内，融合了极具现代感的餐桌和富有中国风韵的茶室，展现出东西融合和十足的设计活力。

HC28是中国高端的现代家具先锋品牌，以“东西合璧”的独特风格，完美诠释了两种文化的融合。HC28深入传统，研究东方式现代设计的命题，也吸引了来自法国、西班牙、英国、中国台湾、日本和内地的设计师。在HC28融合东西方文化的尺度下，每位设计师都以汇聚现代东方的精神为乐，创造出“东”、“西”融合的生活之味。

MUMOON

MUMOON一直致力于与来自全球各地的设计师合作,为用户提供实用性与美观性兼具的灯具与家具产品。2019, MUMOON与Mario Tsai蔡烈超合作的HOLD灯具系列首发于“设计上海”,与此同时, MUMOON原有产品线新品也将在“设计上海”同期发布。

MUMOON创立于2010年,却拥有超过20年的生产制造背景与品质管控经验。MUMOON对品质有着近乎苛刻的要求,获得了全球各地设计事务所及独立设计师用户的一致好评。



Wenlot (温诺)

桌面的下方设计了分层,好似一个口袋,以便摆放琐碎物件。“口袋”的材料选用了厚度为0.5厘米的牛皮,让“口袋”正好自然下垂,且具有一定的弧度。

Wenlot (温诺) 家居设计事务所设立于上海,是由一支年轻新锐设计力量组成的队伍,打造了一系列原创实木家居。他们的理念是通过重塑和解构中国传统文化元素,结合现代审美、技术及工艺,设计出更符合中国消费者审美和生活方式的产品。同时,注重人性化体验。于是,在设计中更注重材料的环保性,产品的耐用性以及可靠性。Wenlot (温诺) 的产品立足于东方,但加以现代思维进行修饰,令设计生气勃勃,Wenlot (温诺) 希望能够用最满意的产品带给大家最优质的使用体验。

璞素

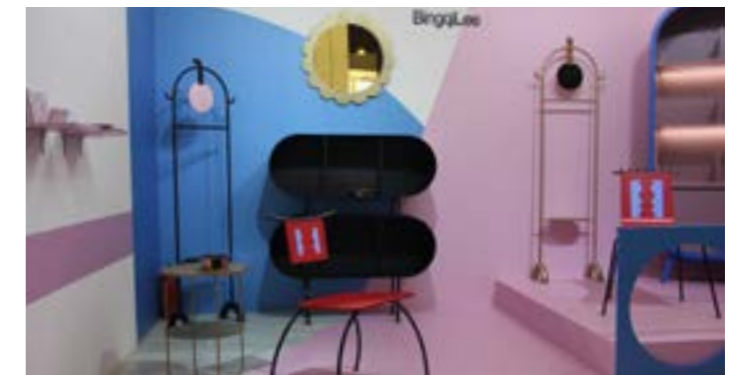
原创家居品牌「璞素」,回溯文人生活经典,并结合现代居住需求,以原创家具为载体,诠释风雅生活美学,致力于打造当代文人家居艺术。在此次“设计上海”展上带来了气度浑厚的博雅酒柜,高低错落、如临水观月的佳悦茶几,明朗利落、大气雍容的虚怀沙发等新品。

璞素在繁闹的“设计上海”展上为墨客们打造了一隅静谧的文人客厅,他们逛累了的时候可以来这里稍稍放空。“文人”设计师陈燕飞说,璞素的家具设计,都基于两个思路——时间和空间。从时间的维度,让家具在不同时间段都可以适用,你30几岁把它买来,到了40岁,当你的阅历增加了,它依然让人感到亲切。从空间的维度,产品一定要照顾到人活动的轨迹,而人的活动往往是无意识的。比如翘头椅虽然没有扶手,但当人侧坐时,就可以把手搭在翘头上。

BingqiLee

首次参加“设计上海”的BingqiLee此次带来了个人代表系列Collection' MIX' 中YI' 01和' YI' 02座椅、' JIA' stand/衣架、' GUI' shelf/柜等作品。该系列在形式上探索和重新诠释传统的东方建筑,家具与装饰元素,为应用在日常和功能性的现代家具。引用和参考古典的彩色搭配和图案来完善整体的设计。BingqiLee以明亮的粉色调为布景,凸显空间中的家具特色。

Bingqi Lee Studio 成立于2018年,创始人李冰琦毕业于中央美术学院,后在伦敦中央圣马丁艺术与设计学院珠宝、家具与陶瓷专业深造。她同时拥有东西方生活和学习的经历,看到了中国传统艺术与现代设计的共通处。她正在努力以当代的审美重新诠释和解读中华传统之美,找到传统文化在当下的生命力,并将其通过现代工艺在家具、家居产品上进行体现。





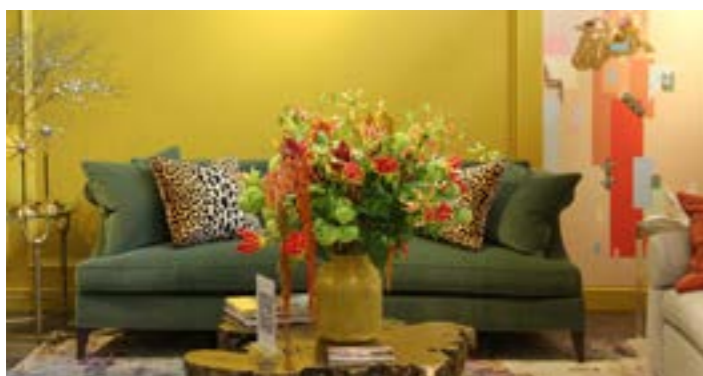
WUU

WUU的展厅无疑是令人惊喜的，完美营造着氛围的STARGAZER行星系列灯具精致异常，个性十足的造型让许多人不禁掏出手机来拍照。WUU继续扩张自己的桌子系统，全新的边桌系列延续玻璃和不锈钢的材质，现代的设计手法与传统的榫卯工艺碰撞，线条简洁却有力。

WUU(物)由设计师陈福荣创立于2014年。作为中国具有代表性的新锐独立设计品牌，WUU以A SENSE OF TIMELESSNESS为精神指引，通过对材料工艺的极致探索与日用需求的审美升级，在考量功能的同时亦雕琢风格，使产品具有良好的使用、审美体验与独特的形式感，在长久的使用中展现价值。WUU以极端理性来表达感性，以不理性锤炼美，寻找、并试图赋予产品与时间对抗的力量。

LUXLIVING

主题定为“艺术狂想曲”的LUXLIVING展厅设计成了一个开放多姿的美式会客空间。参观者被大胆配色和独特的空间创意所吸引，仿佛应邀参加一场热情又浪漫的朋友聚餐。这里剔除了机械式模版化展厅的疏离感和冷漠感，营造出一种舒适自由的氛围，而当你坐在沙发的那一刻，无意间就开启了一段与大咖设计师的对话。



LUXLIVING展厅融合了de Gournay帝家丽亚洲与Ken Fulk设计的首发新品手绘刺绣壁纸——Zodiac Bar，是当之无愧最为博人眼球的highlight。



MLERN 美勒

自从新冠美集团发布“MLERN美勒”高端商业家具品牌以来，该品牌一直受到市场的广泛关注，今年再次站到了“设计上海”的舞台。以“智能+健康”为主题设计的“MLERN美勒”展位空间，完美呈现智能的办公形态，健康的生活模式，在现场还能感受“黑科技”带来的趣味体验。“MLERN美勒”呼吁大家关注生态，关注健康，关注每一个人未来工作和生活的环境。

展品的主角是美勒四大新品之一的“X-BONE”工作站；新品加入了诸多高科技元素，通过科技与产品的功能结合，实现智能办公的工作体系。最为抢眼的细节莫过于“触感升降”的功能，相比于市面升降办公桌体系里面眼花缭乱的升降按键，“触感升降”的运用就如同一股清流，让升降桌多了一种全新的科技体验。手滑触感升降，现场体验用户络绎不绝，在与办公家具之间的互动，仿佛带领大家进入了奇幻场景。



活跃、不拘、流畅的交流空间，弹性与灵动的神韵，正凸显现代化办公空间一种更人性化与生活化的思维。“MLERN美勒”展厅展现了和谐办公生活、活力办公家具、美丽办公空间的真谛。随着生活品质的提升，人们对于健康的要求有了更高的标准，好产品不止需要好设计，其根本更需要好材质。产品展示自然舒适的面料材质，彰显健康的生活品质。

新冠美集团旗下高端办公家具品牌“MLERN美勒”，成立于2017年，专注中国个性办公家具领域，以“灵动办公生活创悦者”为品牌定位，倡导人们“悦享此刻办公”，以“灵悦”“感知”为核心价值，坚持“灵动”“时尚”“创意”的个性主张，致力于成为新一代引领办公潮流的尖端家具品牌。





ABOVE 之上生活

由品牌“Above”设计师张子翰设计的“15°椅”，把中国传统与现代语言进行融合。从官帽椅中提取出了靠背元素。椅面设计上采用了极具现代感的大弧线设计。二者进行交叉，但并不发生接触。让前部的两条椅腿相连，把原本落地的两个点改成一条线，这条线与地面之间形成15°的夹角，可以根据人的重心适当摇摆椅子，这也是作品得名的由来。

Above 之上生活为年轻的中国原创家居设计品牌，成立于2017年8月，两位创始人徐璐和张子翰均为美国罗德岛设计学院硕士毕业生。他们有着共同的对生活创新的期待和执念，希望用设计去探索体验与感受，在传承东方质朴与内敛气质的同时，从细节中展现西方情愫中的率真与奔放，成为真正国际化又充满底蕴的家居品牌。

Haostyle 先生活

正襟危坐开始撩拨粉艳，在铜的薄厚之间洞见过去与未来。先生活是一种haostyle吗？不知道围观的人们心中，是否有答案。先生活不大的展位宛若一幅山水画框，只不过自然之景被泰然的家具所代替。展陈庄重典雅，自带宁静气质。

以文化驱动设计，创造设计的价值以及再定义设计语境。在我们的理解中，这样的研究如果能够扎实，的确能让“文化”成为设计的发动机，在创造设计价值时避免随波逐流，并实现成熟的自我认知，而在“文化”的洗礼下，设计师甚至还可以更大胆地定义设计的边界。



未墨

这是一个温暖安静的空间，其用东方的气质美学营造有意境的空间，用富有艺术气息的手法表现当代生活。在这里人们能完全全静下来感受生活的美好，放空自己的大脑。未墨创造的是很多人理想中的居家环境。

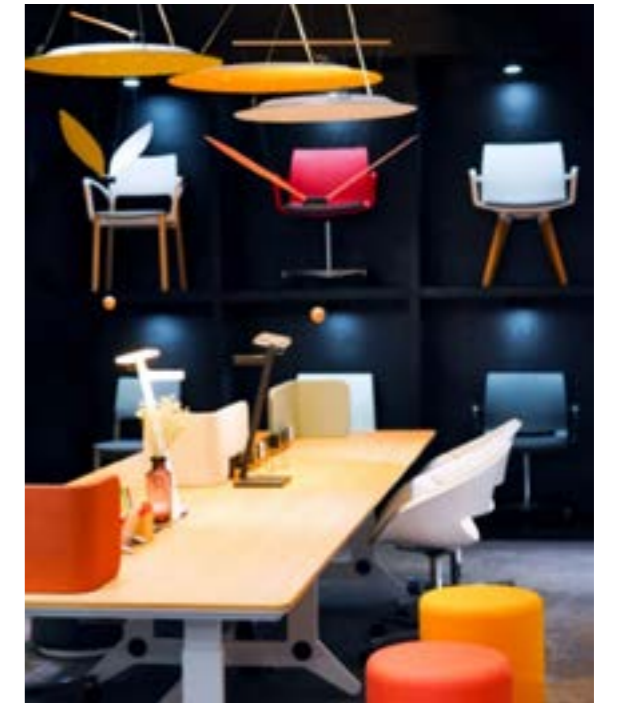
设计师吴滨的家居品牌“未墨”在“设计上海”展上为观众打造了一个具有时光感的空间，糅合东西方之美，展现天然的气息和纹理，让人们在这片空间也能够体会到时光的美好。



MATSU

MATSU玛祖铭立以“Unit”为主力产品，子品牌CHIC携新品Wings惊艳亮相。MATSU多元化的家具设计产品分属于工作区、洽谈区、休憩区与展台区，四大区域各具特色又融合统一。

MATSU此次“设计上海”展台再次邀请了奔驰空间御用设计团队anySCALE任督设计打造，以与展厅风格相近的酷黑方式展现，再辅以同样的半透明聚氨酯板（阳光板）。内含发光体的通透阳光板，与酷黑基调的展台形成视觉的强烈对比感。它就像一条闪烁银光，营造出空间流动及通透感的同时，也带来了神秘夺目而变幻莫测的视觉冲击。



CHIC与台湾新锐设计师Kate Chung钟雅涵独家合作推出动态装置WINGS振翅，随着人们在其中穿梭、拉动，时而轻飘、时而舞动、时而静止，营造了安静缓慢且轻盈流动的交互空间，成了现代所谓“效率工作”环境中的奢侈体验。

unit & unite 单元坪效，和而不同。尊重个体且注重协作的工作时代需要新的办公方式，从分割开的工作位转变成一个多元化的集中性工作站，所有工作形态融合在一起，并可灵活变化，这就要求办公家具也更新换代。而MATSU合作伙伴planmöbel的新品系列unit，将这些多元化的办公需求整合、设计在一套系统工作位中。Unit字意单元，部件，同时也是unite（字意：联合）的一部分，即表达由unit单一部件组合而成的高效工作位系统。

(责任编辑：江南)





来中国家博会（广州）办公环境展 看新时代办公家具设计

时代变迁，科技进步，办公环境越来越受人们重视，个性化与设计感强的办公家具已成为新一代上班群体的选择和未来办公环境的主流。第43届中国国家博会（广州）办公环境展3月28日-31日在广州盛大开幕，设计师、经销商、采购商……全球办公家具从业者纷纷赶来，诠释了新时代人们对美好办公环境日益增长的追求。

本届办公环境展极富时尚与活力，年轻的气息直扑观众眼前，似乎在告诉所有人，设计已经不再单纯属于日常家居，它将慢慢延伸至办公空间，将功能、外观、智能、环保等全面结合，孕育出全新的办公环境。接下来，小编带您走进雅风、文信以及诺梵的展厅，一起感受一下新时代的办公环境。

雅风

雅风全新智能办公系统 IN+ SYSTEM，在广东展首发，为广大客户演绎了智能办公的魅力，吸引了众多粉丝。IN+SYSTEM的配套产品 YAVON 是办公室的智能管家，她由各种智能设备、app 控制系统和后台管理系统构成，适用于多种办公场景。



她自带温度与情感，管理办公室环境，提高整体办公效率的同时又时刻关心使用者的身心健康；她无处不在，又轻巧到无法察觉，发挥作用的同时不占用空间资源。

展会上，雅风还带来了多款智能科技产品，尤其是追光系列班台，更是惊艳全场。她外貌独特，代表着科技美学，优雅造型的背后充满了设计师的殷切期盼：让家具给人温暖和情感共鸣。



智能产品自带的氛围灯也是一绝——雅风突破想象，赋予灯光以思想，让其在各办公场景中智能周到的交流与对话，满足客户的多种需要。在无人办公时，追光系列会亮起灯光，营造幽静的等候氛围；有人办公时则会自动感应用户，调暗灯光以免打扰；在办公达2小时后，它将亮起警示红灯，提醒开启站立办公模式；访客拜访时，前台发出指令后，灯光随之切换成绿光，示意访客的到来。

文信

上海文信家具有限公司是一家专业生产系统办公家具、商业空间家具、橱柜部件家具的制造厂商，其产品气质极致简约，风格突出。文信致力于研发全场景办公环境解决方案，因此，公司非常注重员工工作体验，尽力为员工创造高质量、有尊严的工作环境，让员工在办公时更有动力和成就感，提高工作质量。此次参展，文信除了带来办公系列产品外，还带来板材及配件进行展览，旨在宣传营造绿色健康的办公环境。

这套办公桌有着平稳的升降功能，能够满足各类使用者和各类工作性质对桌子不同高



度的需求。独特的工艺,人性化的走线和材质的完美结合,彰显了产品的实用性和美观性。让工作环境更舒适,更智能,更灵活,从而提高工作效率和品质。

美观实用的外观设计和功能设计,让工作环境变得更加愉快和舒适。更多样化的色系和材质的选择,利于打造具有个性化和创造力的办公空间。展会现场,文信布置出若干套风格各异的办公模拟环境,凭借办公系列家具时尚的款式造型,吸引了众多参观者的目光,展厅观众络绎不绝。



诺梵

诺梵参展办公环境主题馆的主题是 Work Is @ Choice (从心选择)。从心选择的工作模式,正是反映了办公产品、办公空间与环境美学的迭代升级,办公产品与办公空间的模块化研究、物质功能与精神功能研究,将 Novah 从传统意义上的办公家具供应商,升级为可提供包括高级定制与专门供应服务的综合解决方案的系统科技综合服务商。

偌大的展厅被布置成项目会议区、专业论坛区、头脑风暴区、决策主管区、专注工作区、自由社交区、贵宾沙龙区、新式共享区等八大区域,同时还设有主题表演台和主题艺术墙等。展馆的规划布局总体思路也是对现代办公生活方式的完整演绎。

这个四米二的大长桌是新式共享空间的主体,置于开放空间中,可以用于洽谈或个人临时办公,也可容纳多人会议。可以看到,这么长的桌子只有左右各一个的支撑脚,底部像一个船底造型,把横梁和走线都隐藏了起来。支撑脚的四根脚柱都可以内部走线,更加简洁安全。桌面上可以选择双翻线盒或电力轨,电源方案更合理多样。

主题艺术墙,立体发光字体与彩色底图由不同的材质形成对比,主要突出了整个主题展的

slogan——WIAC (Work Is A Choice 从心选择 @ 工作),细看彩色底图正是由 Novah Workplace Solution 的 8 种行为价值点组成。

在项目会议区,可以看到是 fabricks 新的应用形式,兼备项目会议桌和会议准备区的功能,适合于 6 人以下小型项目会议或个人专注办公。搭配的是丹麦原创设计的椅子,隔断是采用吸声材料,在进行小的会议或办公的时候作为隔音降噪的轻隔断,能明显有效提高工作的效率。

Flexbox 模块化快装设计,可组合成不同大小隔间,迎合

各种不同场景的要求。半封闭式私密空间,整体吸音棉包裹,达到听觉和视觉的遮挡,满足个人专注办公和私密性交流。空间内配备坐具或腰靠,站姿、坐姿的灵活切换,灯光、电源、台面配置全面,满足舒适办公需求。

有研究表明,人们更倾向于选择有顶的空间,会更加有安全感。这是一款对空间进行合理利用的多功能产品,适用于设置在开放休闲的空间。可在顶部配置灯光,绿植,增强用户体验,使整空间更为舒适温馨。当用于个人独立办公时,绿植是你的天然保护罩,舒适且安心;进行短时接待和洽谈协作时,更加开放惬意的空间能促进彼此间的交流。

(责任编辑:宏 明)





龙凤家居

龙凤寝居 龙凤床垫 龙凤·棕榈湾 龙凤沙发 龙凤·生活Life



更懂东方人居生活



自1955年以来

我们秉承传统



一直以来为大众制作

精良朴实的产品

 上海龙凤床垫有限公司
SHANGHAI LOONGFUNG MATTRESS CO.,LTD



地址：上海市松江区新格路558号
免费热线：4008-219-063
网址：www.longfengpai.com

风向标

设计师品牌

悦享生活

心之所向

WINDVANE



越设计 越简单 悦生活

张玮

厦门一横一竖设计工程有限公司总经理兼设计总监

厦门D.HOUSE设计生活体验馆及锅炉咖啡品牌创始人

ALITTLE设计家居品牌创始人。

获奖荣誉：

2016年厦门年度文创企业；

2017年艾鼎奖年度十大杰出设计师；

作品“D.HOUSE”2017年艾鼎奖建筑设计金奖；

2017年40&40杰出设计青年。

张玮是厦门顶尖的设计师之一，设计形态丰富多元。他擅长将空间结构特点与功能使用特性完美结合，用最少的动作做出最佳效果，实现空间最大价值。他长期从事商业空间的设计和规划，在2014年创建了“厦门一横一竖设计工程有限公司”，把对生活的理解融入物品、家具，用场景来呈现家居和相关的事物。通过组合这些物件，每个消费者都可以DIY属于自己的家居空间。他们更像在建立一个系统，在这个系统中，顾客可以很方便地去打造属于自己的家。

用新生代视角理解生活

2015年，设计师张玮第一次来到厦门华美卷烟厂的旧锅炉房，一眼就被它古旧的气质吸引，于是很快便租下了这里。在他的手上，旧厂房变了样，成了“锅炉咖啡”。老厂房的外立面还是和之前一样，没有动过分毫，而内部划分出了茶室、咖啡馆、艺术馆、酒吧和其他功能区域，成为了一个综合性生活空间。他用设计作为商业驱动，孵化本土新兴商业业态，“锅炉咖啡”就是他孵化成功的新概念人文咖啡馆。

2017年张玮把对产品的概念独立出来，成立“ALITTLE Studio点点工作室”，设计研发新概念家居产品。ALITTLE 是“A”和“Little”的合体，即“一点点”的



意思。他认为，很多事物好坏就在方寸之间，差那么一点点，结果就大不一样。ALITTLE希望通过一点点的设计，为人们的生活带来一点点的改善，也许美好的生活就差这么“一点点”。

张玮认为，中国人生活中有一个概念误区，就是需要很多的柜子来作为收纳空间，物欲的膨胀让人们渴望拥有更多东西，并且要有更大的空间来储存。这也许是从物资匮乏的时代得来的经验，但在物资日益丰富的当下，这就不是储存，而是囤积——囤积的东西多了，自己都忘记了有什么，这是现代人身上一种普遍现象。

老一辈中国人喜欢大，各种地方都要求大，房子要大，冰箱要大，橱柜也要大。然而，一生过去了，家里仍然还有很多没用的东西存放着，其中一些甚至从来没有使用过，这是传统观念的束缚。今后的年



轻人不会再有这样的束缚了，因此他们就不再需要这么多储物空间。新生代将有一个全新的概念，就是东西尽量挑自己喜欢的，目之所及都是实用的、钟爱的物品，利用有限的空间去放置喜欢的物品，节约更多的空间和时间来享受生活。生活本来就很简单，过剩的物品便会成为生活的负担——毕竟任何关系都是双向的，你拥有了物品，物品同时也占有你。而当你意识到自己与身边的家具物件产生双向关系时，便能感受到物的灵性，同时也会更注重生活中的细节，专注提高自己的生活品质。

只有充分考虑当下年轻人的生活状态，理解他们的生活需求，才能设计出时代的好家具。张玮希望他设计的家具既能节约空间，又能使储物一目了然。让人们喜欢使用这样的家具，愿意在其中整理衣物及其他物品，以此真正实现家具的价值。

用设计规划生活

“作为设计师首先要尊重空间本身具备的特点特质，你才会更了解和感受它的优点和缺点，才能发现它的那些美，然后用最简单的一些手法幻化出来。而不是一开始就把自己的主观意识强加在这个空间里，”张玮说道：“我不相信在不了解设计对象的前提下能够设计出很好的作品，哪怕设计出来了，它也未必是能真正打动人心的。”

在“设计上海”展上，我们看到设计师张玮用自己设计的家具，把十几平米的空间打造成了青年公寓。“简洁的设计让生活变得简单而精致。”张玮带我们参观他的展厅，边参观边介绍：“通过设计，我们把这一理念在空间中呈现出来。假设这是我



们的家，一个套房，我们一进门，这有一个玄关，就可以把随身携带的钥匙、手机等物品放在这里。坐下换鞋，再把一些衣物放在旁边，之后，到这边就可以先喝一杯水。这是一个简易的厨房，有水壶、咖啡机、冰箱、微波炉，其他的洗衣机、消毒柜等可以根据需要置入台面下边。这边是一个办公区，转过来是一个小厨房，之后是卧室和卫生间。”我们看到家居物品的摆放非常紧凑、模块化，因此，每个空间使用起来非常充裕。可以看出，他们在设计的时候尽可能利用公共空间，让物品可以归这个房间，也可以归另外一个房间。

在大城市中，人们工作压力大，生活节奏快，工作之余，还

要去感受更多美好的事物，这就需要更高的效率。然而，现在很多年轻人生活空间杂乱，缺乏条理性，造成时间和空间的浪费。张玮通过设计居家生活动线，配上合适的家具来规划使用者的行为，充分利用家具的功能，整理自己的物品，让他们的生活更加有条理。只有把衣、食、住、行生活每一个环节都理顺，人们才能腾出更多的时间去学习、工作、甚至游玩。享受美好生活，从热爱家居开始。

张玮坚信“简单是一种智慧”，怎样把事物变得简单，把复杂的问题简单处理，在某种程度上就是一种智慧的表现。他在空间用色上喜欢用黑色，认为黑色象征含蓄、内敛、深邃，看似简单，但蕴含了丰富的内容。这种用色理念显示其品牌低调、不张扬，同时又默默呈现了很多细节和品质，比如包容——在黑色背景里，绿色显得很绿，红色又显得特别的红，哪怕有一点点别的色彩，都显得格外绚丽。黑色，这是他们想要表达的一种态度。

用设计营造生活之美

在参展的作品中，有一款独特的餐桌吸引着人们。张玮介绍，这款餐桌叫做“一桌山水”，创作时是希望能够把山水的意境、山水的风光在餐桌上呈现出来，让人们在用餐时有一个好的心境。这中间一个岛屿的形状，是故意把它打造得像厦门版图——中

间是山，边上是海，显示出这是一个来自厦门的一个小岛。“一桌山水”体现出对环境、对物件、对自然、对生活的一个美的认知。像这样的定制款算是比较艺术性的一种表现方式，针对不同的生活场景，呈现出不同的生活之美。张玮倡导这样一种生活方式，即不提供一种标准，而是希望能给消费者提供多一种的生活选择。

可以说设计师就是设计我们生活的那个人。设计研发新概念家居产品，为当代年轻人提供简单轻巧的实用家具，是创建ALITTLE品牌的目的。张玮在设计中注入自己对生活和家的理解。他一直在思考，能不能为客户设计出那种既能达到一定的审美高度，价格又在可接受范围内的家居产品呢，于是他们就开始做定制化设计——根据客户的预算来选择不同的材质，进行定制，同时一点点引导客户，让客户认同他们的理念，让美来得更加简单一点。张玮对于自己要走的路，有着明确的目标和坚定的信心。对于他来说设计就是他的生活，对于设计，他有着无可比拟的热忱。

“只做最适合的设计”这一理念让他受到用户及业内人士的一致好评。虽然在物质极大丰富的今天依然缺少最合适的设计，但总有这样的人在用自己的坚持和原则告诉我们：什么才是合适的设计，什么是美的状态——他就是设计师张玮。

(责任编辑:刘俊宏)



目之所及 心之所向

——设计,用视觉传递认知感受

邱思涛

QIUdesign 创始人

毕业于英国中央圣马丁艺术学院,视觉传达硕士。曾在朗涛Landor任资深品牌设计师,与众多国际品牌与本土品牌合作,实现本土品牌重塑与国际品牌本土化。专注于用视觉方式传递认知感受,多维度探索研究设计趋势。

邱思敏

QIUdesign 创始人

2015年硕士毕业于英国皇家艺术学院产品设计专业,本科毕业于中国美术学院工业设计专业。他曾工作于英国伦敦Samuel Wilkinson工作室,如思设计研究室。2016年他被Perspective杂志授予了全球四十位四十岁以下卓越设计师荣誉,同时荣获了德国iF设计奖、美国Adobe设计成就奖、英国木材设计大奖等国际奖项。

在2019设计上海展上,有一组特别的家具格外引人注目,那就是由设计师邱思涛和邱思敏创作的QIU Design系列作品——Rattan Collection。该作品的亮点在于将藤编与实木完美地结合,创意新颖、做工精美,体现出一种清新脱俗又不乏时尚感的独特风格,令人眼前一亮。上海家具杂志小编借此展会之机采访了邱思敏,探寻了他在设计材料上的思考与实践。

从“竹”到“藤”的尝试

藤条也叫“藤蔑”,质地坚韧、身条极长,是良好的天然编织材料。由于藤条外皮色泽光润、手感平滑、弹性极佳,常常被用于编制藤椅、藤箱等日常用具。藤编制物品种多样、经久耐用,素来深受消费者喜爱。邱思敏一直在思考,如何使这样的老手艺散发出新的生命力,而这组Rattan Collection藤编家具作品正是他的一次尝试,目的是改变我们对藤编家具的刻板印象。

“我们相对来说比较单纯,比较简单。”邱思敏在介绍自己创作时说:“我们在研究竹子的机械化编织时,发现竹子是一种很干的材料,没有弹性,而藤比较有韧性,容易做成曲面,易定型,而且藤的表面是油皮的,有光泽,其强度足以支撑家具的结构。藤在历史上一直都是做家具的材料,只是工艺一直没有发生太大的变化,于是我们就从竹子的机械化编织上找到了突破口,把材料从竹子改成了藤,做藤的机械化编织。后来,我们又进一步优化调整了编制方法,即经纬线用机械编织,斜线用手工编织。在使用机械编织去适应工业化生产的同时,结合手工编织工艺,可以丰富图案类型、融入更多色彩,这样在家具中,藤这种材料就会显得格外新颖。”



邱思敏在藤编功能上也进行了一些突破,把藤编做成墙面挂件、橱柜、椅子以及配套的桌子等工艺精巧的家具,又在藤编的空洞里挂上篮子、盒子,很有特色。

“这些都具备置物功能,可以挂东西。大的篮子、小的盒子,包括镜子之类都可以挂。”邱思敏介绍:“柜子门是藤编的,极具透气性,里面还可以悬挂和收纳物品。把藤编的孔洞当作为挂钩的平台使用,可以根据不同的环境,挂不同的东西,比如:挂上小篮子,钥匙、小杯子、手表、墨镜这些可以放在这个小篮子里,比较容易调整位置;也可以直接挂上衣服、帽子、拎包等比较大件的物品。”

邱思敏热衷——甚至可以说是痴迷于自然材料的产品延伸,他总是从传统材料出发,在此基础上进行创新,然后把这些新思想运用到家具产品设计中。

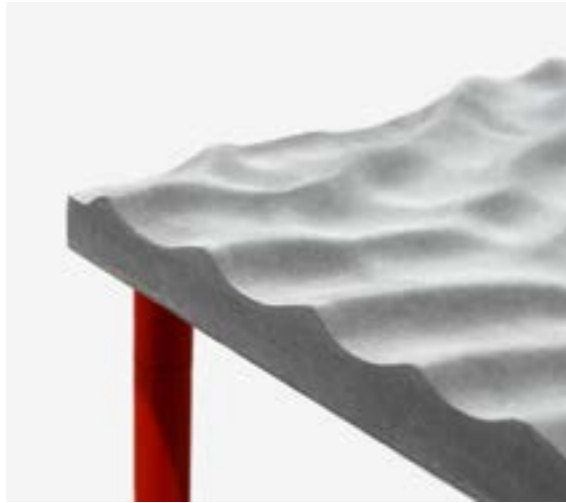


因材施用 化腐朽为神奇

在邱思敏的理念中，“创新”是通过材料的创新来实现产品创新，材料是产品的根本，因此创作也应该回归材料本身。邱思敏擅长表现材料的肌理，将材料自然特点运用于家具创作之中，展现产品天然的个性。他对材料的创新与运用有着更深层次的理解，折射在其创作上，便使作品显得独特而纯粹，有属于自己的情感输出方式。

例如松木，邱思敏就有着自己独特的处理手段。

松木是一种在温带和热带地区生长迅速的软木，因此被定义为廉价木种，在家具生产过程中通常会生产很多边角料。在邱思敏早期的作品中，文具系列、钟表和百叶窗都是使用木工坊回收的松木边角料制成，力求将材料的使用价值最大化。然而他并不满足于此：将材料“用起来”不稀奇，关键是还要“用得精妙”。邱思敏发现松木木质部的管状结构具有良好的透光效果，于是，他就将松木边角料切割成五毫米的薄片，再以镜像排列粘合在一起，创造出透光良好的新结构——如此一来，精湛的手工艺便将废弃的松木边角料变成优雅的高端物件。对此，邱思敏介绍道：“其实每一块被废弃的松木都具有很高的价值，只是这些优势通常被人们遗忘，没有完全利用起来。基于松木材料的自然特性，我们试着使用新方法去拓展其应用空间。”



不过，松木只是一个小小的例子，大自然造物的力量其实远超我们的想象：比如潮汐，比如风蚀。邱思敏惊叹于这种力量，并受到启发，开始尝试用人工方式模拟自然界的力量来创作他的作品。他为此发明了一台机器，四面叶片卷轮扇动水面，通过“人工造浪”来影响水底的沙砾的沉淀，形成自然起伏的肌理，然后用三维扫描制作了一组“波登”潺潺流动般的椅面。他信奉“无为”，让自然去塑造，这种方式被他应用在艺术瓷砖、家具等不同面材的设计上。



在交流中我们发现邱思敏具有很强的独立思考能力，并能够进行深入研究。在做产品设计前他会先从材料研究开始，探索材料更有价值的应用方式。对他来说，只有这样精心思考以后，做出来的项目才可持续。随着研究的进行，材料的应用范围也会越来越广，设计的价值也就越明显。在2018“小红展”上，邱思敏创作的衣架Imperfections object 备受关注。他巧妙地利用了紫光檀木的缺陷，用废弃的木料创造出新的价值——俗话说十檀九空，指的就是紫光檀这一红木家具的常规材料，由于空心问题严重，只有10%的极低利用率。邱思敏反其道而行，利用材料的“缺陷”制作出了天然的衣架，探索新的高价值应用，还以更年轻化的色彩运用和产品设计满足了新生代消费者需求。



独立思考 方显风格

在中英两种不同文化的和不同生活方式的磨合碰撞下，邱思敏的设计作品产生了某种独特的融合性风格。回国之后他慢慢地开始做自己的品牌，2018年，邱思敏和他的合伙人，也就是他的兄弟邱思涛一起创立了“QIU”这一品牌。QIU是一间以“前沿思维”为驱动力的创意工作室，邱思敏做产品设计，邱思涛做的品牌设计。专注于用视觉方式传递认知感受，以

前沿的创意、积极的探索精神为客户提供优秀的品牌与产品设计服务，同时也用独特新颖的视角去创造趋势。他们多维度探索、研究设计，与众多国际品牌与本土品牌合作，以此实现本土品牌重塑与国际品牌本土化。

在谈及设计思维来自哪里时，邱思敏回答道：“我觉得主要还是要有自己独立的思考吧，就是不能随波逐流。我们发现现在大家做的很多东西造型雷同、材质雷同，这些设计就没有太大意义。只有独立的思考，才能做出品牌的风格。”对于创立自己的品牌，邱思敏也充满自信：“我觉得现在市场比较好，用户有更多选择，要求也比以前高了，像我们这种小的独立设计品牌，可以提供很多不同的风格，更精准地满足客户要求。设计是我们的工作方式，但最终还是希望通过设计这个途径，为客户带来真正具有推动性的产品。”

自主开展产品设计研究项目，回归到材料与工艺本身，去挖掘物质更深层的价值。邱思敏的正是这样做的：以富有意义的创意，在延伸美感的同时，去创造满足使用需求的事物。不只是在外型上的观感表述，更是用创意去激发物质内在所蕴藏的巨大生命力。

(责任编辑：宏 明)



开百店·创百年



Development Path
XINCHAO
GROUP

全国知名家居连锁品牌

莘潮家居 心中有家

服务国民居家生活
 打造商家运营平台

HOME CHAIN

Home commercial chained development
 Xinchao Home hearts home
 Serve for national people's home living
 Build operational platform for seller



www.sh-xinchao.com

加盟热线: 021-54409653

沪闵店/春申店/金山店/沪松店/北松店/沪南店/莘潮文化广场/繁昌店/泰兴店/淮安店……

FORUM

原创设计品牌

传承创新

成长之路

论坛



中国原创家具品牌设计成长之路

一年一度的“设计上海”展会于2019年3月6日-9日在上海展览中心盛大举行。本届展会盛况空前，吸引了国内外众多优秀品牌参与其中，为观展者带来了完美的视觉享受和最前沿的行业资讯。论坛活动是“设计上海”不可或缺的项目，也吸引众多观众参与。3月7日主办方请到了北京集美组创意总监、中国陈设艺术专业委员会执行主任梁建国先生，HC28及都汇里品牌创始人厉建伟先生，以及 Frank Chou 设计工作室创始人、新锐设计师周宸宸先生。三位知名的中国设计师共同参与了此次论坛活动，分享了作为中国原创家具品牌领军人物的心路历程。本次设计上海论坛由设计上海论坛策划总监 Aidan Walker 主持。

Aidan Walker: 首先想问梁建国先生，您为什么要做家具设计？

梁建国: 做设计是因为我喜欢设计，从设计中可以找到自己。我觉得现在的人脱离自然、脱离真实，有时候都变得不像是人了，像是鬼了。当今大家都沉迷在虚拟世界中，我希望会有更多人会做真实真诚的设计。

Aidan Walker: 厉建伟先生，您在中国有自己的家具品牌，还有和国内外知名设计师合作的丰富经验。想问问您如何看待当今中国设计？以及为什么您要在中国做自己的家具品牌？

厉建伟: 我早在2005年就有了这样的想法。2005年什么情况呢？人工很便宜，工人的工资一个月不到1000元，好一点



的人工也不过2000元。外国人都到中国来寻找廉价劳力。

我当时做法国企业，在国外参加了很多展会，于是就想，中国人自己能不能做出很有品质的设计？能不能不单单靠价格取胜？我把这个想法跟国外的设计师朋友说了，他说：“建伟，你这个想法太棒了。中国有这么多优秀的传统手工艺，你们又有这么好的文化，一定能做特别优质、特别有技术含量的产品。”我就发现老外有时候比我们更喜欢中国文化，更愿意传承中国文化，更愿意给中国做好东西。

但是他又问我说：“可你会做市场吗？”工厂跟市场好像还不太一样，但是我觉得我还是无知者无畏。虽然这个事情放在今天我肯定不会做，但是当时是可以做的，然后我就一门心思扎进去了。第一个工厂是在北京东南边，不大的一个小工厂，很简陋。当时我去的时候就问朋友，这个工厂离天安门多远，他说28公里。我觉得这个距离还蛮好的，所以我们的工厂就叫“28公里路程”。

去年我们又推出了新的系列，这个角度又不太一样了——HC28可能更多的是东西合并。我想做点更前沿、更年轻、更现代的产品，毕竟我们是中国人，也更是世界人。但是也不能拘泥于东方西方，要放轻松一些，想做什么就做什么，做成你喜欢的东西。希望再过五年、十年，我能实现当时做品牌的初心，就是



中国的产品、中国的本土品牌设计，能够像中国华为一样在国外那么受尊重。

到今天我们在中国有100多家店面，在设计品牌方面还做了一些探索，尤其还跟很多设计师进行了合作，包括跟宸宸。我非常期待将来和杨老师碰撞出什么样的火花，也希望能够通过





我们的平台，诞生出大量的优秀中国设计师。

Aidan Walker:周宸宸先生无疑是拥有很高国内外知名度的设计师。您又是怎么看中国原创品牌设计的？

周宸宸:我认为我们可以把“信仰”作为串联的关键词。比如跟丹麦品牌合作的展位，就先要去了解丹麦这个顶级的品牌文化背后的信仰，思考如何去传递它的面料文化信仰，进行商业解读，最后呈现出所需的状态。

之后，我们再跟中国的品牌，尤其像跟 HC28 合作，其实都是在寻找信仰，这是特别重要的一个过程。有一个信仰来支撑

很多东西，你才能走得持续、走得更远。在 HC28 展位的设计过程当中，我们也是在想：要如何去理解 HC28？如何能够在其中寻找到中国现代精神？

最后的结果就是，我们用非常规的手法把它做成了白色，让大家能感受到它不是冰冷的现代工业品，也不是老旧迂腐的过时品；同时，我们也能够表达出来自己的语言和性格，这就是能够去解读，甚至通过这个设计向外界传播品牌性的思考。

当然我们在做产品的同时也想重新再造一个信仰，即：怎么去寻找下一个新的生活形态。这个听起来很大，不是我们能够定义的，但是我们能够去尝试这件事情。我们自己做了内部研究，得出的结论是：几千年前中国的皇家生活方式非常优雅，而我们现代的中国家具设计，就应该把这种精神提取出来，而不简简单单是器物形态上的东西。

所以这是我们今年想去尝试的方向，我们在设计上海展出的作品，也是想解读这个信仰的状态。

Aidan Walker:梁先生，刚才您说到要让人从鬼变回人，那在目前这个阶段，我们的设计方向应该是怎样的？

梁建国:第一，需要更多地吸收来自世界的力量。我们不能因为自己是个中国设计师、上海设计师，就把设计思维局限在本土上，把其他人都当作斗争的敌人。虽然阶级性的竞争思维是对的，但是当大家抛开这种思维的时候，这个世界才会很好玩，我们发生战争、发生争执就是因为分了阶级性，分了阶级之后就会发生很多的问题。就像以前的开会争论一样的，几个争论的人其实是站在不同的角度、维度讨论了相同的问题，只是讲的话不一样，语境不一样，所以会产生很多分歧。在未来的世

界，大家差别一定会越来越小，世界之间其实没有谁比谁更高级，我们并不是你死我活的竞争关系，如果中国设计师不树立这种观念，就会失去很多的能量。

第二，设计的共性就是一定要美，一定要让自己很开心的活下去，还有一个适当的机会去显示自己的存在价值。比如说现在的 5G 技术，它就是一个具有世界性价值的东西。再比如说索菲亚品牌的家具，它是具有美感的，别的设计师不会因为这个产品不是他自己设计的就不喜欢。当代的设计师不应该总固执于风格，而应该更多地思考生活本身，毕竟设计最终就是服务于生活。

第三，也是最重要的一点：我们不能简单地重复过去。如果再简单重复过去设计就没有价值了。我们遇上了最好的时机，遇上了最好的时代，如果不建构自己的次序、自己的方式，就不能实现自己的价值。我们应该建构我们自己，从而建构这个时代的价值，而不是简单地重复过去。

Aidan Walker:那应当如何找到自己的风格，需要东西融合吗？

励建伟:回答这个问题以前我回应一下风格的问题。我认为，一个风格的诞生一定是先有产品，再定义风格。比如新中式，并不是先创立一个“新中式风格”，然后再按照它做设计，而是反过来，先做设计，再谈风格。

第二个我说一下，刚开始的时候跟法国、澳大利亚包括瑞士设计师合作，现在和中国年轻设计师合作，在这个过程中我能感受到他们是有区别的，最明显的区别是什么呢？这个外国设计师比较简单直接：你想用什么材料，他就用什么材料做东西；家里能做什么东西，他就根据情况做一个很好的设计。



而中国设计师更喜欢先从文化层面、哲学层面以及各种精神层面找落脚点，然后再到具体的产品设计当中去。这就是文化对行为的影响，但你也不能说孰高孰低：有时候外国设计师给你做一个设计的时候，讲不出什么高深的理念，但是做出来的事情是很棒的。

还有人总认为西方文明更发达、更现代，但其实西方人也十分尊重博大精深的中国传统文化，尤其是在艺术领域，中国的传统技艺为世界文化的多样性提供了巨大的能量，这是我们要传承的。

当然我在做品牌的时候也强调：一定不要为了传承而传承，而是要真心地表达你的设计。我们常说要做一个好设计，那什么叫好设计呢？不光是美，还要有适用性，首先要满足功能上的需求，其次才是满足美观上的需求。不但好看还要耐用，这才叫好设计。

而且传承并不意味着不思进取：最好的传承一定是走向进步的方向，而不是往后看。要把看过的东西变成历史、变成经验、转换思维，然后思考如何在这个时代下重构出新的东西——创新并不是凭空出来的。

归根结底，一切设计都是要符合社会发展方向的，包括现在说的国际化、现代、本土之类的，所以自己去理解社会运转的方式，去做就好了。

来源：设计上海
（责任编辑：张亮）



时尚瞬息万变，唯有经典永存。



电话：021-5894-0203

邮箱：hs_hs_furniture@163.com

地址：上海市浦东新区川周公路5605弄68号

网址：huashanjj.com

传真：021-5894-0203

资讯

NEWS

亚振家居

文信家具

白玉兰橱柜

震旦家具

老周红木

界意

强艺红木

斯林百兰



世界技能组织主席一行参观 AZ1865 盛赞亚振家居“工匠精神”

2019年3月7日,世界技能组织主席西蒙·巴特利专程来亚振家居AZ1865上海综合体验中心视察,南通市人社局副局长蒋洪涛、精细木工项目中国技术专家组组长余继宏博士、广州市轻工技师学院相关领导等一行陪同,亚振家居股份有限公司董事长高伟率高管团队、第45届世界技能大赛亚振参赛选手一行热情接待并陪同参观。

参观中,西蒙先生在看到各种精妙榫卯结构时赞叹不已,认为这一高超技艺体现出博大精深的中华鲁班技艺。在他看来,这些家具的设计、制作可以与欧洲顶级的家具制作商相媲美,是中国制造水平不断提升的体现,透过亚振对设计与制作的极致追求,看到了中国制造越来越强大的信心与希望,中国的民族品牌完全可以走向国际市场,让更多的人鉴赏。西蒙先生高度评价了亚振的“工匠精神”,在他看来,亚振并不是简单的以产品数量取胜,而是专注对细节的精益求精,把一件事情做到极致。对细节的追求体现出一个企业的“工匠精神”,也反映出一个企业技能水平的高低。

在座谈中,他高度褒奖了亚振选拔培养年轻技能人才的机制,并寄语亚振世界技能大赛参赛选手,认为未来的世界是属于年轻人的,正是通过他们的努力、创新,让大家能够实现更美好的生活。

高总在讲话中也特别强调了企业在选拔培养年轻优秀技能人才的工作部署,作为海派家具制作技艺非遗传承保护品牌,亚振一直专注传承、弘扬海派非遗技艺,在他看来,要实现这一

目标,必须要选拔培养热爱家具行业,努力钻研、钟爱学习的优秀的年轻人才,通过技能评级考试等有效的机制,以传帮带的形式,给他们更大的平台展现自己,确保企业能够持续储备一批高素质的技能人才。

(责任编辑:欧阳舒)



文信家具迎来世界知名企业 爱格集团主席一行参观交流



2019年3月15日,世界知名企业爱格集团主席爱格先生率领团队一行5人莅临上海文信办公家具参观交流。莅临嘉宾分别是:爱格集团主席Mr.Michael Egger/迈克·爱格先生、爱格集团销售与市场营销总裁Mr. Ulrich Buehler/乌尔里克·比勒先生、爱格集团海外业务总监Mr. Georg Prager/乔治·普拉格先生、爱格中国区总经理陈艳敏女士、爱格中国区饰面产品销售经理华逸云先生。文信家具总经理王健先生、副总经理唐明辉先生、企划部总监水玉泉先生等率领团队热情接待。

在交流中,文信总经理王健先生向爱格先生介绍了文信家具近年来取得的成就及未来发展目标。文信目前已上海、北京、武汉等地建有4个工厂,1个物流基地,工厂生产总面积达到57000平方米。未来,还将在成都、广东建厂。文信是最早使用

爱格产品的厂家,2004年便开始与爱格合作,至今已有15年之久。王健先生介绍文信家具60%的板材在使用爱格人造板,而且每年采购量在不断增加,预计2019年生产采购需求量将达到600集装箱,目标在2020年需求量要达到1200集装箱。

爱格先生称赞了文信团队,有积极思考的老板,还有优秀的成员,同时也表示文信的发展规划与爱格两年内翻一翻的发展规划相符。他认为要完成这一目标,还需要有像文信这样优秀的合作伙伴一起达成。在订单交货期、生产产能、产品质量、测试技术以及采购价格等方面,双方进行了深入的探讨。爱格集团不仅关注销售业务,更关注客户需求,也非常重视中方提出的问题。爱格先生表示要多听取中方的建议,在改善工厂、提高效率、降低成本等方面如果有做得不好的地方也要向优秀企业学习。

随后,爱格集团主席爱格先生一行,兴致勃勃地参观了文信家具展厅和工厂,仔细观察文信家具使用的板材、家具的做工,板材木纹,表面光泽等。文信家具办公家具、橱柜受到爱格先生一行的好评。在交流中文信与爱格集团均表示以后可以加深交流,合作共赢。

(责任编辑:江南)



白玉兰金春绽放 新设榜创新盛典·白玉兰设计之夜

2019年3月23日,首届新设榜创新盛典·白玉兰设计之夜在上海如期举行。本次活动是全国工商联家具装饰业商会设计师委员会携手白玉兰Magnolia Kitchen,以“创新驱动品牌升级,设计创造美好生活”为主题,旨在寻找设计新力量,从沪上发起的一次设计行业盛典。

本次年度设计盛会共颁发了50位创新设计师、设计机构和20个创新品牌。白玉兰以技术研发为核心,改造橱柜表面水性漆涂装工艺,带来全新一代绿色厨房产品,受到组委会一致的认可,领衔荣登年度创新品牌。

白玉兰全程冠名此次创新盛典·白玉兰设计之夜。全国工商联家具装饰业商会设计师委员会执行主席彭政先生亲自向白玉兰颁发了新设榜战略合作伙伴证书,标志着白玉兰将与设计委联手,立足新设榜平台,不断培育发掘创新设计力量,对接产品设计开发、品牌传播与商业化的全面合作。

上海白玉兰家具有限公司白玉兰Magnolia Kitchen品牌总监沈哲炜先生向晚宴到场的三百位来宾发表致辞,介绍了白玉兰如何用三十五年不断努力,从成立初始约600m²的木作坊,发展到如今伫立在美丽的淀山湖畔,一间拥有6.5万m²的现代化橱柜旗舰企业,为大家揭开了这家因掀



起家具行业绿色革命而蜚声国际和国内家具行业的神秘面纱。

沈哲炜先生表示未来,白玉兰将继续推进双轮驱动的战略,加强以上海为企业品牌总部的建设,加强与政府、协会的交流互动,加大与本土创新设计力量的跨界合作,将白玉兰建设为拥有更强大的“新品牌、新设计、新理念、新人才”的拥有新动能的成熟品牌企业。

沈哲炜先生透露,白玉兰将参加五月份即将到来的KBC上海国际厨卫展,并宣布未来将以上海作为全球新品首发地区。希望从上海,引领全球橱柜行业的更高标准的工艺要求和时尚趋势。

(责任编辑:张亮)



CHCC2019 直击 | AURORA HEALTH CARE

“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”(以下简称:CHCC)于2019年4月13日在四川·成都世纪城新国际会展中心盛大开幕!被誉为“亚洲医建第一会”的CHCC邀请了众多医疗行业内的领军品牌参展。此次,震旦隆重呈现AURORA HEALTH CARE,全方位提供专业医养环境家具解决方案。

此次展会展出三大空间区域,门急诊空间,治疗、处置空间,公共空间,涵盖诊桌、诊疗柜、诊疗床、沙发茶几等兼具功能与设计的商品。全面展示AURORA HEALTH CARE现代、科技、实用的医疗空间解决方案的内核。

检查室不再只是进行医疗检测和治疗的场所,也是一个相互咨询和学习的场所。不论在医生办公室、紧急护理中心、手术中心或急诊室,检查室都是一个忙碌、高效的空间,为使用者提供可以创造互



联、称心和有效的医疗体验。

治疗、处置空间包含病房、治疗室、护士站,是长时间提供医疗服务的空间。现代的治疗、处置空间侧重结合现代化设备,营造居家般温馨舒适的专业医疗环境。灵活的模块化组装方式,功能设计紧凑,确保物品和药品被快速制备以为病人治疗,简单的设计为病人营造舒适环境。

公共空间包含医疗场所中各种室内外提供人们等候、交流、休憩、阅读、餐饮、咨询等支持现代化多样、便捷高效的服务空间。

三天的展期,震旦展位吸引了络绎不绝的人流量,其中不乏很多优秀的医养专业人士。医疗行业正快速、全面地升级中,而这正是改变的关键时刻。AURORA Health Care,一个专业的医养家具品牌,努力营造一个先进的、以人为本的疗愈环境。

(责任编辑:宏明)



重构当代中式生活 老周家居闪耀名家具展

3月16-20日,第41届国际名家具(东莞)展览会圆满举行,本届展会,在当代中式品牌主题馆中,凭借着对中国文化的极致淬炼和升华、对经典元素的解读与重构、对现代生活的精准理解,老周家居创作出一批适用于当下轻松、自由的家居氛围,又富有隽永耐品中式文化底蕴的家具产品,在广东家具展上大放异彩,颇受专家学者以及参展观众的好评与青睐,取得不俗的成绩。

本届展会,在新中式品牌主题馆中,凭借着对中国文化的极致淬炼和升华、对经典元素的解读与重构、对现代生活的精准理解,老周家居创作出一批适用于当下轻松、自由的家居氛围,又富有隽永耐品中式文化底蕴的家具产品,在广东家具展上大放异彩,颇受专家学者以及参展观众的好评与青睐,取得不俗的成绩。

老周家居今年产品定位就是主推现代中式品牌,做融入现代中式气息的整装,完善包括文化家居在内的一条龙服务,用最好的材质、以精益求精的态度去打造高品质家居。

作为当代中国“唯一一家红木家具产品线最齐全的企业”,老周家居从传统红木家



具牌——老周红木,到融合“民国风”和“巴洛克”、“洛可可”风格的欧式红木家具品牌——周家公馆,再到新海派、新中式品牌“春舍里居”,一路披荆斩棘,开拓不断,突出体现了老周家居的创新能力和匠心品质。

近年来,国内现代中式家具市场发展迅速,当家具市场的主力军逐渐从“60、70后”转为“80、90后”,传统古典家具的市场也开始被强调极简、舒适的现代中式家具所占据。老周家居作为国内资深红木家具企业,自然看到了市场趋势,因此早在2016年就倾力推出了新中式家具1.0版本,并收获了不错的市场口碑。而这一次,老周家居延续辉煌,在2019年重新定义新中式家具,将宋式美学传承至现代,推出了更符合市场发展方向的现代中式家具产品。

这一代现代中式系列产品皆选用阔叶黄檀(黑酸枝)材质精心打造而成,以黑为主色调,配合软装素雅而又不失时尚的色彩衬托,整体显现出简约、时尚又不失奢华的感觉,同时,在设计上除了充分运用人体工程学保证精美和舒适之外,更融入了中国传统文化精髓与智慧。

(责任编辑:宏明)



深圳家具展 JOYS “界意” 展现美学态度

一年一度的深圳时尚家居设计周暨34届深圳国际家具展3月19-22日在深圳盛大举行。作为有国际影响力的商业设计展,深圳时尚家居设计周自然少不了设计师的作品。他们凭借对生活的热情用自己的方式去表达满腔的喜爱,这一份热爱化成产品,化成对美好的坚持。

在新锐原创设计师和设计机构参展作品中,JOYS“界意”参展作品不是特别抢眼,没有讨巧的设计,但是,在您沉下心来慢慢体会时,会发现他们的产品更加适用也更耐用,而且非常耐人品味。JOYS“界意”主张没有界限,所以外观看起来没有特别的地方。



JOYS“界意”,介意的是生活美学旋律中不和谐的音符。他们希望突破设计的界限,打造更具有质感的生活。界意并不为吸引眼光而设计,他们认为设计应该服务生活本身,努力让那些美丽的手工细节成为独特的记忆,让品质可以经得起时光的考验。

JOYS“界意”不倾向于直接塑造某种标签化的设计风格,而认为每个空间的风格由主人一个又一个选择组成,最终体

现的也应该是客户独特的美学态度。下面让我们一起体会一下JOYS“界意”几款参展产品:

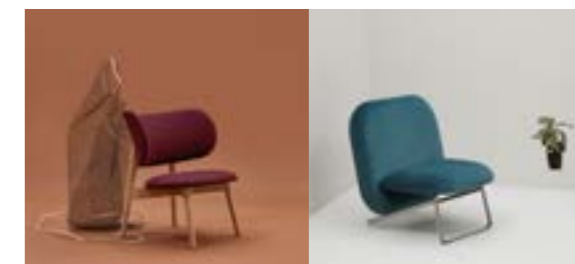


“云”沙发,是一组沙发,包含双人、三人。设计通过饱满圆润的三维立体的变化曲线,勾勒出富含温暖情感的元素,为空间注入亲切欢迎拥入的感觉。

“大狐狸”是一款系列休闲椅。狡黠自在的姿态搭配简洁优雅的外形,环抱式的背部设计带来意外的舒适坐感。

“吐司”椅是一款休闲座椅。简洁的设计线条和简单相交的结构关系,让入座者保持一种自然的舒适姿态。

(责任编辑:刘俊宏)



强艺红木赠送文房四宝给金汇镇文化展示馆

2019年3月22日下午上海市奉贤区金汇镇文化展示馆开馆启用仪式暨“汇”文化美谷艺术节开幕式正式拉开帷幕。强艺红木董事长吕国强受邀出席此次活动，并为金汇镇文化展示馆捐赠了一套红木的文房四宝作为开馆贺礼，预祝金汇镇的文化活动事业蒸蒸日上。

为了丰富居民精神生活，创造良好社区文化氛围，上海奉贤区金汇镇社区文化活动中心积极投入建设文化展馆。在金汇镇文化展示馆中，强艺红木家具送展的一帆风顺、子孙桶、百鸟朝凤、垂轩读易、世外桃源、文房四宝、关公等红木作品在格外亮眼，引来众多观众的驻足观看。奉贤区以及金汇镇的领导对强艺红木家具董事长吕国强翘手称赞。

吕国强先生作为强艺红木创始人、首批上海家具艺术大师，始终秉承着“厚德载艺”的工匠精神，坚持着家具的“材真、工善、意韵美”。所谓“材真”，即是对原料的精益求精，公司采用东南亚国家进口正宗名贵紫檀木、红酸枝木、鸡翅木、香枝木、花梨木等为原辅材料，由资深工匠进行对花。所谓“工善”，即是对做工的执着追求，除了对雕花工艺的精细琢磨外，强艺红木还坚持采用明清家具的榫卯结构，例如明暗双榫的“鼻头榫”做法，与传统工艺完全一致，给家具进行“双保险”——这是外行人看不出的门道，但如此细节正是匠心的最好体现。



所谓“意韵美”，即是对艺术的深刻理解，强艺红木吸收发扬中华优秀传统文化的精髓，把东阳传统的纷繁与复杂的雕刻工艺，巧妙地糅进了红木家具设计之中，使得自己的产品在保持历史本色的基础上与时俱进，仿古而不泥古，创新而不离法则，兼具古典家具的雅致与现代审美的时尚感。

此次赠送的红木文房四宝也集中体现了强艺红木对传统美学的吸收与践行。以竹为主题，颇有淡然、超脱之气节，显示了吕国强先生对产品气质的追求：不迎合、不取悦，秉持自我，脚踏实地。正是这样的理念使得强艺红木做的不仅仅是商品，更是精湛的艺术品。

(责任编辑：欧阳舒)



方寸之间 百年世界 ——悉数斯林百兰百年历史

一百年，可以给这个世界带来多少改变？繁荣蓬勃的互联网诞生不过50周年，AI人工智能的提出也才半个多世纪光景。而有一个来自英伦的品牌，不仅陪伴世界走过了百年，也亲身参与了这百年间世界的高光时刻，它就是——“斯林百兰”。

“以革新，延续经典”，对斯林百兰的百年而言，从来不是一句口号而已。这一百年来，斯林百兰以其精湛工艺和尊贵气

质服务了英国皇室家族。1955年，斯林百兰获得了伊丽莎白二世勋章，被女王钦定为皇室御用品牌；1965年，斯林百兰再次受到皇室成员的青睐，得到了伊丽莎白二世女王母亲的授勋。

深受贵妇们拥戴的斯林百兰，这一百年来，始终致力于为人们提供高质量的舒睡体验。从50年代开始，斯林百兰就在全球建立了超过30多家工厂和经销商机构。在斯林百兰步履不停地整合全球资源的同时，更多关于舒适睡眠的奥秘被成功解锁。



1966年英国世界杯夺冠，斯林百兰为当时最著名的球员们打造了睡眠系统，开创了睡眠与体能恢复理念的先河。同时期，跟随着航空航天事业的发展，一直坚持创新的斯林百兰成功研发出了独创连锁弹簧专利技术，为人们提供了更好的舒睡体验，迈出了床垫的一大步。70年代，斯林百兰又推出了连锁弹簧床垫，获得了巨大成功，成为当时风靡英国的高品质睡眠标志之一。1987年，斯林百兰成为最早进入中国市场的国际寝具品牌之一，为中国人民送上美好的英伦舒睡体验。1994年，能够加强对身体的舒适支撑，且静享睡眠的斯林百兰减压袋装连锁睡姿弹簧 (PPS) 成功问世了，将人类舒适睡眠体验带上了新的高度。

从1919年到2019年，斯林百兰创立一百周年，迎来了无上荣光的百年诞辰。方寸之间，尽显百年风采，斯林百兰“以革新，延续经典”，未来，值得期待。

(责任编辑：江 南)



上海家协青年联合会启动

上海家协青年联合会是由上海家协组织倡议、会员企业的青年企业家联合发起的。旨在推动上海家协二代(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;2019年2月28日下午,在诺梵家具展厅,上海家协联络了近20家企二代(青年企业家)出席了上海家协青年联合会启动。

上海家协通过前期的调研、征讯、报名,莘潮家具张晶、亚振家具高银楠、白玉兰家具沈哲炜、澳瑞家居高玛峰、亚特兰家具张炜祎,自愿成为上海家协青年联合会的核心筹备人员,并在启动会上分别向大家作了自我介绍,均表示愿意为“青联会”提供所需的资源和服务。

上海家具行业经过几十年的积累,第一代家具人的成功经

验既感染了年轻一代家具人又给他们带来了各种困惑,大家聚在一起,将会是一个有共鸣感的群体,很多有意义的事情都可以发生,也将擦出火花;成为一个有意思的团体。

参会的青年企业家们纷纷表示愿意参加家协青联会,愿意为青联会出一份力,并且提出了各自的建议;也期待未来有更多优秀的行业青年都加入到这个团体,共创精彩。

经过讨论会议确认青联会的使命是:让资源在这里流动起来并产生效益;让思想在这里碰撞起来并产生火花;让情感在这里凝聚起来并产生友谊;确认青联会会长由莘潮家具张晶担任,未来青联会将组织观展、考察、社交、培训、讨论等活动。

(责任编辑:张亮)



上海24届国际厨卫展
N2E23 5/27-30



白玉兰
MAGNOLIA

THE KITCHEN BREATHES



Kitchen & bath china 2019

会 呼 吸 的 厨 房

