

FURNITURE
CHINA 2016

MAISON

中国

家具

CHINA
FURNITURE

中国家具（卷）2016年第3辑

新闻发布会



专辑：

家具展爆棚浦东新国际
世博馆路演设计嘉年华

——2016年第二十二届中国国际家具展览会前瞻



中国财政经济出版社



家店装休在线 1万家高端企业 100万买家

10,000 High-end Suppliers &
1 Million Professional Buyers



不仅仅是生产

“智”造家居，力克鼎力相助

力克可帮助您化被动为主动，以客户满意的价格和交付时间，提供更多的定制产品供选择。我们将帮助您简化整个制造流程，让每一个环节的效率都得以提高。这样您就可以在保证质量和盈利的情况将产品快速推向市场。

“智”造家居，力克鼎力相助。如需了解更多有关面向软体家具制造商的产品信息，请访问 <http://makeitwith.lectra.com/cn>



Chris, 设计师



MAKE
IT WITH
LECTRA



《中国市场经济信息库》系列丛书

主编：彭 森

编委办主任：戴 鹰

《中国家具（卷）》编辑委员会

主编单位 中国家具协会
上海博华国际展览有限公司

主任委员：朱长岭

副主任委员：王明亮

委员：刘金良 张冰冰 陈宝光 蒋鸿源 王 克 牛广霞 侯克鹏
于秀苏 徐关荣 李玉林 李凤婕 池秋燕 白 红 赵国奇
张 萍 冯建华 王苏敏 沈洁梅 吴财锋 邓双环 田建华
谢文桥 黄伏良 龚 莉 陈豫黔 席 辉

主编：陈宝光

执行主编：陈 琪

责任编辑：金 语

校对：王 威

英文编辑：王肇藩

美术编辑：王 骏 张晓莲 周 悦 周 扬

广告、发行部：杨鸿明

广告投放热线：86-21-64371178*2068

投稿信箱：chen.qi@ubmsinoexpo.com
或cq701123@163.com



封面—封底介绍：8月10日，中国国际家具展上海站媒体沙龙在一个充满木香之气的手工作坊内举行，来自沪上20余家媒体参加了新闻发布会。据了解，在上海浦东举办一年一度的“中国国际家具展览会”在竞争中不断创新，从家具行业拓展至大家居行业及生活方式展示。今年展会将推出全新主题，以“Maison Shanghai 摩登上海”之名覆盖新国际博览中心的饰品展区及上海世博展览馆，首展将超8万平方米，而新国际博览中心室外馆面积较去年扩大了35%，所以今年展会从规模上再创历史新高。截至到发稿，参加今年“中国国际家具展”、“摩登上海时尚家居展”及“上海家居设计周”的展商已较去年增加了17%，总数近3500家。

编辑：《中国家具》编辑部

地址：上海市襄阳南路218号 现代大厦6楼

电话：86-21-64371178

传真：86-21-64370982

北京办事处：86-10-87766833

广州办事处：86-20-86679383

海外代理：

美国 cecilia.wu@ubm.com

意大利 seint@seint.com

英国 davidl@lansdowne-media.co.uk

西班牙 eduardo.teixeira@prored.es

土耳其 genc@messe-muenchen.com.tr

韩国 hogun.cha@ubm.com

新加坡 davew.sg@gmail.com

印度尼西亚 promexco@centrin.net.id

马来西亚 davew.my@gmail.com

菲律宾 paloma@eccp.com

泰国 ramol.u@ubm.com

越南 ubmsinoexpovietnam@itec.com.vn

南美 comercial@conceitobrazil.com.br

中东 m.e.marketing@services@gmail.com

澳洲 gfcok@tpg.com.au

出版：中国财政经济出版社

http://www.cfeph.com

地址：北京海淀区阜成路甲28号

邮编：100142

印刷：上海美雅延中印刷有限公司

210 x 266毫米 16开 2.75印张 100千字

2016年9月第1版 2016年第1次印刷

广告经营许可证：3102292040892

书号：45095-0315

定价：25.00元



国际家具出版物联盟成员

• 保留所有版权，未经出版人书面认可，一概不得转载部分或全部内容。
法律顾问：上海申达律师事务所 蔡志龙律师 贾来律师
咨询电话：86-021-58369977

FURNITURE CHINA 2016

第二十二届中国国际家具展览会

The 22nd China International Furniture Expo

展会时间：2016年9月8日-11日

展会地点：上海新国际博览中心 上海世博展览馆

一直在浦东

浦东新国际 & 世博展览馆

Shanghai New Int'l Expo Centre

World Expo Exhibition & Convention Centre



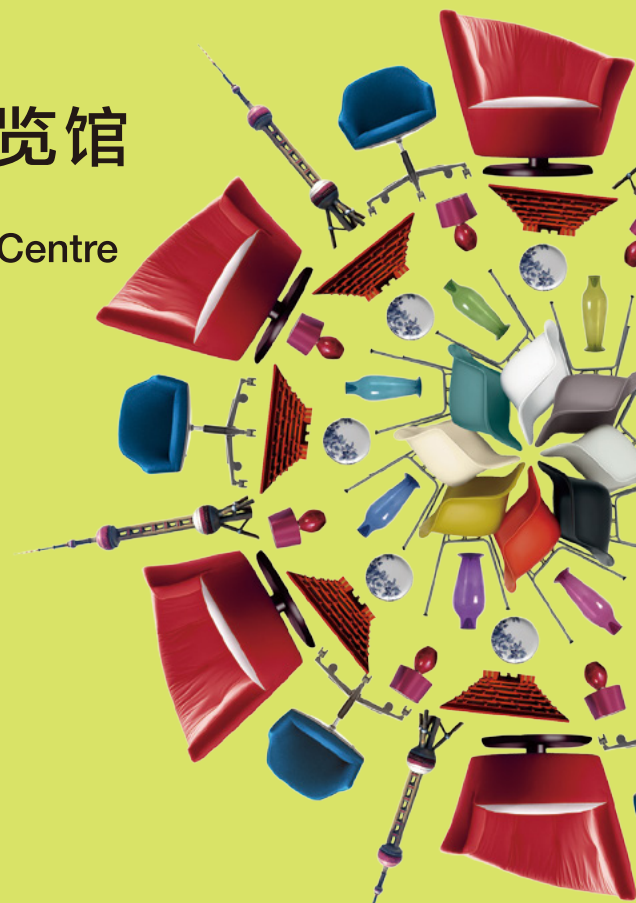
扫一扫 免费索票

出口导向

高端内销

原创设计

产业引领



Contents

2016年第3辑

展会专辑 SPECIAL ISSUE

- 10 家具展爆棚浦东新国际
世博馆路演设计嘉年华
——2016年第二十二届中国国际家具展览会前瞻
《中国家具》
Show preview for the 22nd China International
Furniture Expo (Furniture China 2016)
- 18 参展企业大联播
Introduction of exhibiting enterprises
- 52 “2016年摩登上海时尚家居展”展前预览
Show preview for Maison Shanghai 2016
- 64 “2016年中国国际设计师作品展示交易会”参展
作品选
Selected design products showcased at “Design
of Designers (DOD)2016”
- 72 “2016中国十大好沙发”评选活动参赛产品选登
Introduction of selected products participating
in “China Top 10 Sofa 2016” event



WWW.IMM-COLOGNE.COM/CN

DISCOVER INTERIOR IDEAS



国际室内设计展 2017年01月16-22 日

流行趋势风向标: 科隆国际家具展将为您提供最关键的潮流趋势, 为您开启成功之门。只有在这里, 在欧洲的心脏, 国际家具业务才能实现无与伦比的全球性大汇集, 一次性综合展示家具、配件和室内设计的新资讯——在 LivingKitchen (科隆国际厨房展) 上, 最新趋势和厨房中的创意美食完美融合在了一起。欢迎来到科隆现场一站式了解全球家具市场的最新动态!

科隆国际家具展及其联合展会:



科隆展览中国有限公司 北京市东三环北路8号 亮马河大厦2座0906室
电话: +86 10 6590 7766 传真: +86 10 6590 6139



Contents

MAISON SHANGHAI 摩登上海时尚家居展 世界摩登看上海 家居摩登看世博

2016.9.8-11

上海世博展览馆（浦东）



家具与装饰 FURNITURE & FURNISHINGS

- 82 说说红木那些事儿 陈宝光
Stories about mahogany
板木家具的特点及其优越性
86 宋小川 龙彩凤 李敏秀
Characteristics and superiority of the
furniture made by panel and solid wood
combination
92 演绎戏剧效果 诠释摩登生活——介绍香港设计
师郑仕梁室内设计案例 《中国家具》
Hong Kong designer Ivan Cheng's interior
design case study

82



86



设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

- 100 谈家具材料与造型的关系 刘佳
Relationship between furniture material
and its modelling
106 美国阔叶木技术推进环保与应用 《中国家具》
Promotion of environment protection &
application by the American hardwood
technology

92



同期举办：第二十二届中国国际家具展览会
上海浦东新国际博览中心

主办单位
Organizers



中国家具协会
China National Furniture Association



上海博华国际展览有限公司
Shanghai UBM Sinoexpo Int'l Exhibition Co., Ltd

Contents

经营与管理 OPERATION & MANAGEMENT

- 110

探路家具企业 O2O 模式的运营策略

赵艳丰

Exploring the operation strategy for furniture enterprise's O2O mode
- 114

定制家具市场火爆引起的思考

卢杰

My consideration for the booming contract furniture market



广告目录 LIST OF ADVERTIS

发布单位	页码	发布单位	页码
《中国家具》	封面反手拉页	2016 年摩登上海时尚家居展	7
Jiagle.com 家店装休	封二	2016 年上海家居设计周	9
法国力克 Lectra 公司	1	美国阔叶木外销委员会 (AHEC)	81
2016 年第二十二届中国国际家具展览会	3	浙江温州联通家具配件有限公司	118
2017 年科隆国际室内设计展	5	2016 年第二十二届中国国际家具生产设备及原辅材料展览会	封底

HOME | Shanghai
DESIGN
WEEK 上海家居设计周

第二十三届
中国国际家具展
外围活动

主会场
上海浦东世博展览馆

分会场
上海全城

主办方
中国家具协会
上海博华国际展览有限公司

Main Centre
Shanghai World Expo Exhibition & Convention Centre

Parallel Sessions
Shanghai

WWW.SHDW.COM.CN

2017 9/12-9/15 Only in Shanghai

联系电话
021-33392141

关注微信公众号:
上海家居设计周
获得参与方式

主办方
中国家具协会
上海博华国际展览有限公司

视觉设计
NOVABRAND

家具展爆棚浦东新国际 世博馆路演设计嘉年华

——2016年第二十二届中国国际家具展览会前瞻

The 21st China International Furniture Expo
(Furniture China 2015)
Furniture China 2015 special report

■ 文 《中国家具》



2016年9月8日-11日，在上海浦东举办一年一度的“中国国际家具展览会”在竞争中不断创新，从家具行业拓展至大家居行业及生活方式展示。展会将推出全新主题，以“Maison Shanghai摩登上海”之名覆盖新国际博览中心的饰品展区及上海世博展览馆，首展将超8万平方米，而新国际博览中心室外馆面积较去年扩大了35%，所以今年展会从规模上再创历史新高。截至到发稿，参加2016年“中国国际家具展”、“摩登上海时尚家居展”及“上海家居设计周”的展商已较去年增加了17%，总数近3500家。



2016年的国际品牌馆将展出来自马来西亚、印度尼西亚、比利时、意大利、法国、新加坡、韩国等国家展团的家具品牌，共有26个国家和地区的236家境外企业，其中有Andrew Martin Home、德国整体厨房知名品牌赫德曼、知名儿童家具品牌森堡家私等。国内家具品牌方面，顾家家居、敏华家居、曲美家居、喜临门、斯可馨、左右家私等知名品牌均将最新的内外销家具产品亮相展会。今年新国际博览中心展馆还新辟儿童家具馆，将原先零散在各场馆的儿童家具集中主题展示，参展品牌包括国内外主流儿童家具品牌，如红蛙、松堡王国、PAPAHUG、喜盈门旗下喜梦宝等，以满足市场对儿童家具日益增长的采购需求。另外，在原来客厅、睡眠概念馆的基础上，推出了客厅概念馆，在E4馆集合高端品牌塑造多种客厅风格，探索客厅的多种创意的可能性。

家居饰品馆由原来的一个馆扩大至N2、N5、E7三个展馆，国内饰品行业领军品牌悉数参展，如莱菲、那特、帷澜、UMA、可立特、Global Views、莫克、嘉值、加鼎、朗图、金葵、天下画仓、WWTorre、太阳姊妹等，整体家居品牌的风格更加多样化，工艺和设计上较往年也有提升，而备受关注的灯饰今年将集中在E7馆展示，王凯水晶、鑫华、泰生行、卡利欧碧、新特丽等知名品牌均在其中，地毯部分更有手工毯的展



示。与“摩登上海家居展”遥相呼应，为来自全球160多个国家和地区的买家和观众带来一场精彩绝伦的大家居盛会，打造一个全面展示家居装饰趋势的新窗口，汇集家居时尚创意，展现国际家居装饰界的最新动态，预知家居流行趋势和设计风格的变化的全新平台。在这里，有阿斯顿 马丁豪车与家居的前沿设计与顶级科技；有德国IF设计大奖获得者张祥镐的概念屋；有R.G.F.的明星大片现场演绎；有Mao Creations的餐桌舞台剧；还有最顶尖的设计师为你提供各种风格的家居解决方案……

首届“摩登上海时尚家居展”有300余家展商加盟，展品范围涉及家具、整体家居、陶瓷制品、灯饰、地毯、餐厨用品、面料、布艺、浴室套房用品等，还有智能家居、家居创新方面的团队及工作室加盟的“创客展区”，展示家居领域的创新成果及潮流趋势。据了解，创客展区由被誉为国内“创客之父”李大维策划，展区的搭建就充满了创新意味，隔断全部采用数字方式制造的家具和建筑，大体上分为智能家居体验区、数字家居体验区和创客空间体验区，将汇集国内家居创新领域的先行者和智能家居科技，为传统的家居领域融入革命因子和智能科技。另外一部分的“创客”展示由中国首个创客组织——宝安创客协会和上海博华国际展览有限公司共同召集，由原诺基亚研究院首席设计师颜其峰、黄知秋和但丁河马工作室共同策划，总面积1000平方米的“黄金唱片”展览将邀请艺术家、高校学生展示自己的有趣的作品，各创客团队还以市集的方式摆摊展示作品，现场将搭建200平方米的电子类交互装





置展，为观展的观众带来非同一般的空间体验。

今年展会最大的亮点是以上海世博展览馆为中心的设计嘉年华。已连续举办第三年的“Home Plus生活概念馆”将有10位设计师加盟，真正展现摩登版的生活方式潮流。每年闪耀沪上设计界的“设计师之夜”今年将在世博馆下沉广场户外举办，将运用全新科技让现场呈现炫目缤纷的舞台效果，并邀请亚洲知名舞团参与表演。而新增8000平方米的“中国风 新中式经典设计展”及主题论坛，由国内外新中式风格的策展人担当，以物入微，以式入道，展示独属于中国人的一种以智慧、闲适、领悟和觉醒为主要特征的人生态度和生活方式。并有艺术家、知名花艺大师、媒体人主讲的新中式论坛和东方传统工艺匠人表演穿插其中，成为新中式风格生活方式的开创性展览。展会期间，还有中国手作展示及快闪店等新型的展示模式，与展会历年人气活动的“中国家居设计大会”、“中国家具金点奖”、“中国家具产品创新奖”、“中国好沙发”、“我的态度”设计联展等设计活动，一起将浦东两大展馆打造成国内家居设计界的行业盛会。

而作为家具展外围活动的“上海家居设计周”历经5年的发展已日趋成熟，今年将与红星美凯龙集团的强强联手，规模扩大一倍，由原先的沪上572家联动店铺扩大至上千家，并新加入对新商业概念店铺的推介以及创意空间评选等创意活动，让设计周的影响力传播得更远。据悉，红星美凯龙集团将米兰设计周展示作品“传承 站出来”原封不动地搬至本届展览会上，此主题展览由红星美凯龙携手创基金10位设计大师联合设计搭档，配对10家原创设计领先的家居品牌，以1+1+1的强大阵容，从传统老物件中寻找设计灵感，创新设计作品共同诠释中国人的生活理念。并在9月9日举办的“设计师之夜”上发布设计师“梦基金”，支持中国设计师的原创设计。并在浦东沪南店、金桥店和浦江店举办“第二十二届中国国际家具展览会暨红星美凯龙秋季新品展”，为观众带来更多的采购选择。



已连续3年受聘担任“中国家具金点奖”评委主席的德国红点奖创始人Peter Zec先生将在2016年中国家居设计大会上做题为“中国设计成功之路”的主题演讲，分享其主持中国家具设计金点奖三年来的亲身经历和心路历程；亚洲最具影响力设计大奖金奖获得者、福布斯2015中国最具影响力的设计师韩家英和中国美术学院副院长杭间将与Peter Zec同台对话，交流东西方设计精髓。与之相应的还有新中式生活分享座谈会，《ELLE DECORATION家居廊》编辑总监孙信喜、台湾著名花艺大师凌宗涌、U+家具创始人兼总设计师沈宝宏、知名艺术家郑在东，这四位新中式生活的设计师及艺术家共同分享东方设计美学对于对现代生活、文化、社会的影响。

中国国际设计师作品展示交易会（简称，DOD）已经举办至第五年，去年主办方将其以“我的态度”设计联展统一标识后，更是迅速蔓延全城，成为沪上一个闪亮的设计新坐标，越来越多的原创设计品牌将其作为自己的新品发布平台。

展会主办方将继续推动丰富多彩的“我的态度”系列活动和论坛，为展会增添新鲜的设计活力。届时，新国际博览中心E8A（3号入口大厅）和E8B馆（原P1停车场）将全面展示设计师们的设计作品，原创家居设计的爱好者将亲手触摸体验明星品牌（梵几、吱音、木智工坊、意外设计、本来设计）的新品，有机会与周宸宸、李培新、任鸿飞、蔡烈超等这些年轻设计师面对面交流，是独立设计师走向市场的首选平台。

届时“中国国际家具生产设备及原辅材料展览会（简称，





FMC) ” 将整体搬迁至新国际博览中心，以E6、E7室内馆与E10—E12户外馆形成全面的家具材料集会，便于上下游集中参观采购。展品涵盖木工机械、软体机械、木工刀锯/刀具及配件、家具五金和办公家具配件、涂料化工、软体家具面辅料及配件、家具板材与表面装饰，覆盖新国际2个室内馆，6个室外馆。

中国国际家具配件及材料精品展 (FMC Premium) 将全方位优化展位布局，汇聚家具材料配件业中最高端的品牌和产品，集结海外多国展团倾力助阵，突出创新、设计与潮流的理念，为展商和观众营造更加健康、自由、舒适的采购氛围。

现场FMC还将与水性平台举办第三届“水性化环保家具涂料与涂装研讨会”活动，届时将会请到水性涂装行业重磅人物及应用企业专家到场，实现线上讲座与线下论坛相结合，携手助力我国绿色家具事业的高速发展。

“第三届中国好沙发，寻找中国好面料”活动已于2016年5月开始启动，2016年活动全面升级，上海博华国际展览有限公司和余杭家纺产业协会联手邀请了余杭最具规模的面料企业组团前往广东著名家具企业参观考察、互动交流，包括众望集团、黑蚂蚁等27家面料企业造访了广东的左右家私、米兰家居、敏华控股、联邦家具、皇朝家私等8家实力企业，将沙发面料、软体机械、软体配件、沙发设计与沙发制造企业串联起来，着重推广新材料、新技术和新产品，提升产品品质和设计。

第二届中国家具标准化国际论坛——木家具、床垫、沙发质量安全，由国家标准化管理委员会指导，中国家具协会、全国家具标准化技术委员会、上海博华国际展览有限公司等单位共同主办的中国家具标准化业界最高层次的专业论坛。本届论坛将围绕“家具标准——质量、安全、监督机制”等主题，开



展全方位、多角度的沟通和探讨，同时还将就家具安全与室内环境空气等问题进行广泛交流。在标准化体系建设上分享国内外优秀标准化机构的成功案例；在家具标准技术内容上国内、国外同行之间交换观点，畅谈经验，共同促进中国家具标准化事业持续健康发展。

值得一提的是，“上海家居设计周”是在现有的中国国际家具展上，创建的一个一年一度的项目，每年9月与家具展同期举办，时间延长至一周，来提升行业与城市的创造力。参与者只需要关注微信 (SHhomedesignweek) 领取“设计周会员卡”，便可参与设计周期间的各项活动、展览、工作坊，以及免费领取各项设计周福利等。2016年9月8—14日，上海家居设计周将以“Only in shanghai”为主题联合举办各类设计活动，目前已确定的有：上海玻璃博物馆设计联展、文定生活广场“文化创意时尚沙龙”、上海灯具城“惠民周”，尖叫设计举

办“遇见北欧 移动家居艺术廊”，易乐木艺举办“木艺手工课”，china-designer联合举办“中华手作年”，以及邀请李维、颜其锋等创新先锋人物领衔“创客展”，举办创客高峰论坛等。此外，还将与“设计地图100”联合重磅推出“一场关于新商业的变革‘运动’——2016新浪潮商业大赏”，邀请各领域，多位新、旧商业名家，于“新浪潮商业高峰对话”中华山论剑，在新旧成功商业模式的探讨、碰撞中，为人们指引商业新道路，也将商业大赏推向新的高度。“2016新浪潮商业大赏”史无前例地集结沪上十余家最具代表性新商业概念店铺，以快闪店 (Pop-up store) 的形式，绽放会场。这些城市商业“新生命”的老板、主理人还将为观众献宝，在世博展览馆开展一天的“演讲马拉松”，如何开拓商业新路子，如何开好一家实体店。

城市即展场，上海家居设计周还将联合“设计地图100”精选、发布沪上“TOP100 collection@上海创意空间”，打造国内属于新商业、品质生活的“米其林三星”权威奖项，并带动设计小店、家居店、画廊、买手店、美术馆等实体店资源，同步开展全城设计生活联欢，以coupon、线上线下活动，形成全城品质生活追求者的会场内外同步狂欢。届时，将有100多场设计类活动在上海全城举办，1000多家品牌参与互动，上海城内的一些设计小店、家居店、画廊、买手店、美术馆等也会呈现有趣的设计。从家居大牌到年轻设计师的作品，不同展馆都有各自主题，这场年度嘉年华，让散落在各个角落的展览、讲座、工作坊、派对、酒会等。

(本文配图引用2016年“第二十二届中国国际家具展览会”和“摩登上海时尚家居展”参展商展品图片，特此鸣谢！)



**FURNI
TURE
CHINA
2016**

**2016年第
二十二届中国国
际家具展览会
展商预览**



W1B03-Ligne Roset (写意空间)

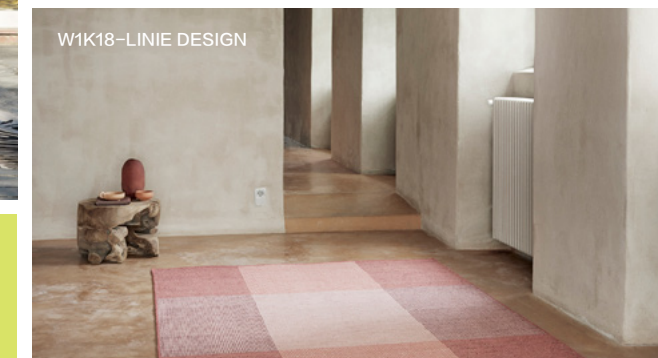


W1A02-Symbiosis

W1H09-Hooker



W1D03-Parisot



W1K18-LINIE DESIGN

参展企业大联播

Brief introduction of exhibiting enterprises

W1A01-Fermob



W1B06-Celio



W1H05-Composad



W1B01-Demeyere

国际品牌馆 W1\W6 【法国展团】【比利时展团】



W1B10-GEM



W1H01-Sifas



W1A03-Symbiosis



W1F36-MCAsia



W1D01/W1H03-Gautier/GAMI



W1H02-Alsapan



W1H06-Gruppo Industriale Buoninfante Srl



W1D36-Eurosa



W1D18-Soul living



W1D26-Chic Casa



W1F28-Star Furniture



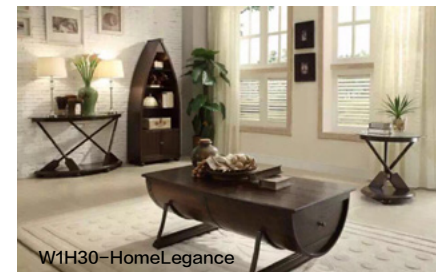
W1H36-Bellagio Asia



W1K08-Ren-wil



W1D20-ACTONA



W1H30-HomeLégance



W1B08-Ebac



W1D28-Unique Furniture A.S



W1F19-EXPO CASA (艾宝)



W1K26-Laxmi



W1H18-Koda



W1F22-Jans2en Furniture



W1H20-FFDM



现代家具馆
W2\W3\W7\W10\N8





品牌设计馆 W4

W5H40 - NEW WICKER



W5K20 - 上海雅典娜家具设计有限公司



W5D38 - 德国夏盟国际企业集团(香港)有限公司



W5D48 - The Rug Collection



W5D18 - ACF HOME



W5D12 - LSDCASA-HFH

W5-B22 - 上海矩正家具有限公司



W5B48 - Wayco

W5-B28 - 上海穆标贸易有限公司



W5D10 - 北京挪亚家家具有限公司



W5D06 - BACKYARD



W5H01 - 北京艾迪玛仕经典家具有限公司



W5D02 - 杭州素壳家居有限公司

原创设计馆 W5



W5B12 - TOOU

W5H34 - Bayliss



W5H38 - Javi

W5K18 - 佛山市广鸿不锈钢有限公司



W5K06 - 南通通派木器制造有限公司



W5F18 - HC28



5F40 - A&B Platform Private Limited & Platform Living LLP



W5B15 - 北京袁媛家居艺术设计有限公司

软体家具馆
W8\E1\E2\E3\E9\E10



E1F08 - Alexander & James

E1A01 - 上海多幕家具有限公司



E1J08 - 深圳市禧亚家具有限公司



E1J18 - 惠州市联誉家私有限公司



E1A30 - 嘉善吉美家具有限公司



ZUOYOU SOFA

E1F20 - 左右

E1B39 - 飞腾行有限公司



E1D08 - 顾家家居股份有限公司



E2A20 - 康富家居有限公司



E1B20 - 北京雅伊华家具有限公司



E1H20 - NATUZZI



E2C20 - 东莞欧达家具有限公司



E3D16 - 安吉万凯家居制品有限公司



E3D39 - 天翔实业有限公司

E2E26 - 上海慕辰家具有限公司



E3H12 - 顺德威莱诗家具有限公司

E2B32 - 东莞宜庆家具有限公司



E3B22 - 东莞市美意家具有限公司



E2D30 - 东莞市元宗家具有限公司



E3D10 - 中山凯美国际有限公司



E3A08 - 昶幸（上海）实业有限公司



E3-A30 - 卡舒顿纺织有限公司

E4D26 - 深圳市名家上品家具有限公司



MILAZZO 1512

STRONG TREND
DESIGN A VIVRE, FOR PREVIEW OF NEW
MARKET TRENDS AND TASTES

04 05



E4F40 - 上海世佳软饰家具有限公司



E4H06 - 多曼风情(北京)家具有限公司



E4F12 - 佛山市顺德区杰盟家具制造有限公司

E4F18 - 山东康泰实业有限公司





E4B26 - 东莞恒兆实业有限公司

客厅概念馆 E4



E4F22 - 佛山市致柏家具实业有限公司

E4A01 - 卡帛家居股份有限公司



E4-A03 - 永骏家居有限公司



YJ-5013

E4D22 - IREST

iRest 艾力斯特
——有健康·有未来——

务舱





E4D38 - 霸州市馨晟伦家具有限公司

E4F30 - 东莞市沙田瑞家居用品厂





E5B30 - 惠州金桔家具有限公司



E5-B40 - 上海恺悦家具有限公司

E5A28 - 珠联国际集团有限公司



E5B12 - 深圳市美亚实业发展有限公司



E5D01 - 宁波梦神床垫机械有限公司



睡眠概念馆 E5



E5B11 - 东莞市依莲娜家具有限公司



E5B18 - 佛山市南海区梦诺家居用品有限公司

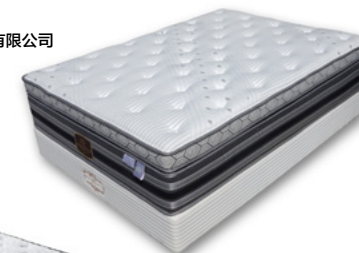


E5-H10 - 上海高贤家具有限公司

E5F28 - 巧琨 (上海) 贸易有限公司



E5D18 - 大连金凌床具有限公司



E5H09 - 麦昆利家具有限公司



E5F12 - 佛山市穗龙家具有限公司



E5F08 - 江苏恒康家居科技股份有限公司



E5J01 - Get Furniture Sdn Bhd



E5J16 - 福乐添 (厦门) 家居有限公司



E5H01 - 东莞市慕思寝室用品有限公司



E5F02 - Reverie



N2C32 - 宁波翔欣家居用品进出口有限责任公司



N2G18 - 合制盛家具制造有限公司



N2G28 - 北京瀚道禅风家具有限公司

古典\新古典家具馆 N1\N2



N2E38 - 溪山清远(北京)文化发展有限公司

N2G38 - 绍兴上虞爱贝拉家具有限公司



N2H30 - 北京素木空间设计有限公司



N2E43 - 雅特佳家具工业(福建)有限公司



N2H16 - 北京市和合行家具销售中心



N1C20 - 宁波天元明清家具有限公司



N1G01 - 宁波市梦莹家具制造有限公司



N1B01 - 宁波阿尔特家具有限公司



N1A18 - 上海宝狮百货有限公司



HFH-N2B12 - 深圳市象形环境设计有限公司



N2A22 - KEPPEL WOOD INDUSTRIES SDN BHD



N2A28
AIK CHEE FURNITURE
SDN BHD



N2B50 - TAMARIND FURNITURE
SDN BHD



N2B48 - MARCOCO FURNITURE
INDUSTRIES SDN BHD



N2B53 - KINHENG
FURNITURE SDN BHD



N2B52 - A&A
CHESTERFIELD SDN BHD



N2B49 - VISTAWOOD
INDUSTRIES SDN BHD



N2B40 - YB WOODWORK
INDUSTRY (M) SDN BHD

家居饰品馆 N2\N5\E7 【马来西亚展团】



N2C38 - SPRING ART
INDUSTRIES SDN BHD



N2B43
GOLDEN TECH
FURNITURE INDUSTRIES
SDN BHD



N2B46 - INCEPTION
DESIGN AND TRADING
SDN BHD



N2C35 - DEEP
FURNITURE SDN BHD



N2B45 - HUP CHONG FURNITURE SDN BHD



N2C40 - DIGITAL
FURNITURE SDN BHD



N2B42 - INFINITY FURNITURE SDN BHD



N2C36 - INSPIWOOD
FURNITURE SDN BHD



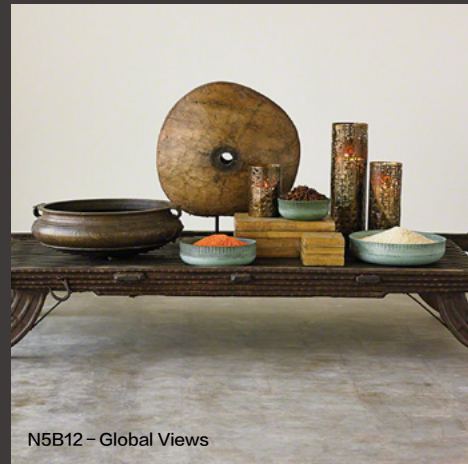
N2C37 - SIMWOOD
PRODUCT SDN BHD



N5A08 - 珠海卓艺工艺品有限公司



N5A18 - 厦门华钰
电子科技有限公司



N5B12 - Global Views



N5B38 - 广州悦启贸
易有限公司



N5C36 - 上海矩乐
文化发展有限公司

家居饰品馆 N2\N5\E7



N5E10 - 深圳市索顿家居艺术有限公司



N5F30 - 厦门市文景汉嘉进出口有限公司



N5D18 - 上海嘉值贸易有限公司



N5C02 - 深圳市米兰映象工艺品有限公司



N5D01 - UMA



N5D06 - The Kings



N5D28 - 深圳市美联
饰界家饰有限公司



N5D08 - Boyteks



N5G26-深圳市丝露花雨花艺制品有限公司



N5G45-潮州辉扬陶艺制作有限公司



E7B24-东莞市装点地毯有限公司



N5F68-深圳市太阳姊妹设计有限公司



N5G16-深圳市欧米亚家居用品有限公司



N5E01-广州市帷澜工艺品有限公司



N5G06-深圳市莱菲花艺有限公司



N5G01-Authentic Models



N5F38-深圳市佛洛伦克家居有限公司



N5F51-东莞协威工艺厂



N5F58-深圳市九九艺术品有限公司



N5H01-InTrading Pvt Ltd



E7B31-EIC



E7B35-中山市博祺灯饰电器有限公司



E7C32-中山市横栏镇高点灯饰厂



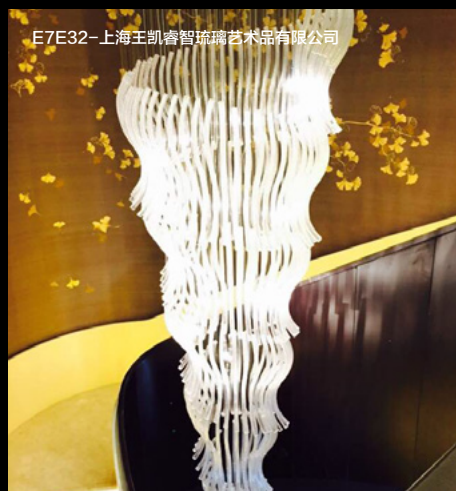
E7E27-Malabar Carpets



E7E50-中山市邦米斯灯饰门市部



E7C42-中山市古镇卡维尔灯饰厂



E7E32-上海王凯睿智琉璃艺术品有限公司



E7E26-Weavers India



E7D28-中山市古镇奥丽维亚灯饰门市部



E7F33-中山市爱珀灯饰有限公司



E7C51-中山市铭锋灯饰有限公司



E7D40-佛山市雷汉尼灯饰有限公司



N3B10 - 河北瑞拉家具有限公司



N3B28 - 鹤山市湘辉实业有限公司



N3B60 - 佛山市澳库玛家具有限公司



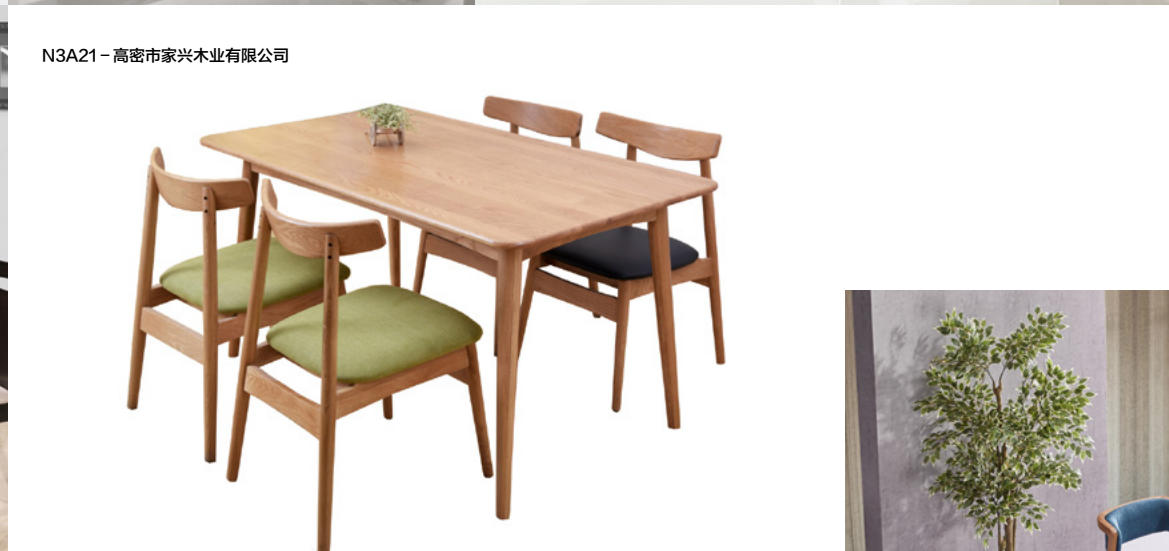
N3G05 - 安吉扬志家具有限公司



N3D46 - 青岛中奥伟业工贸有限公司



N3H11 - Eurospan

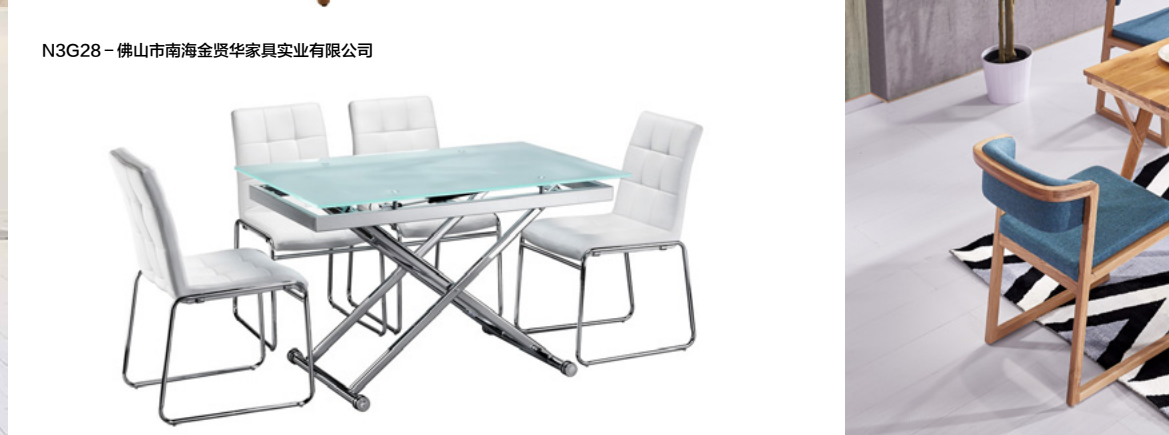


N3A21 - 高密市家兴木业有限公司

餐桌椅馆 N3\N4\N6



N3K22 - 漳州弘拓进出口有限公司



N3G28 - 佛山市南海金贤华家具实业有限公司



N3F12 - 河北霸州永生家具有限公司



N3H06 - 珠海市英特贸易有限公司



N3K04 - 鹤山市优美雅家具有限公司



N4H01 - Haleywood



N3H17 - 腾森家具有限公司



N3H50 - 福建圆山进出口贸易有限公司



N4A28 - 上海百臻家具有限公司



N4K08 - 厦门新技术集成有限公司



N3K10 - 佛山市阳光世纪家具有限公司



N4C42 - 宁波市鑫晟工贸实业有限公司



N4H16 - 佛山市顺德区盛豪美家具制造有限公司



N4D22/N6B50 - 青岛欧森家居用品有限公司



N4D28 - 霸州市思凯家具有限公司



N4G09 - 东莞市雅弗莱家具有限公司



N4C10 - 杭州创一家私有限公司



N4A09 - 宁波弗瑞斯进口公司



N4B01 - 广州亚帝实业有限公司



N4C17 - 上海托图实业有限公司



N4C12 - 嘉兴铭度户外用品有限公司



户外家具馆 N4

N4A12 - 佛山市顺德区俊琪家具实业有限公司



N4-B42 - 台州市东南汽摩配件有限公司



2016年Maison Shanghai 摩登上海时尚家居展 展前预览



H1-D10 - 织遇

“时尚东方” 馆H1



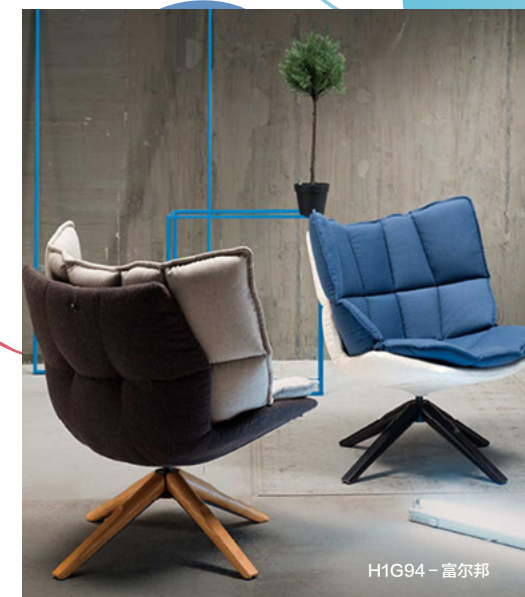
H1D22 - 凤莲



H1B15 - 张祥镐



H1-G124 - 卡舒顿



H1G94 - 富尔邦



H1F38 - 景斯华



H1G120 - 申宝



H1G58 - 托图



N1E06 - 申源

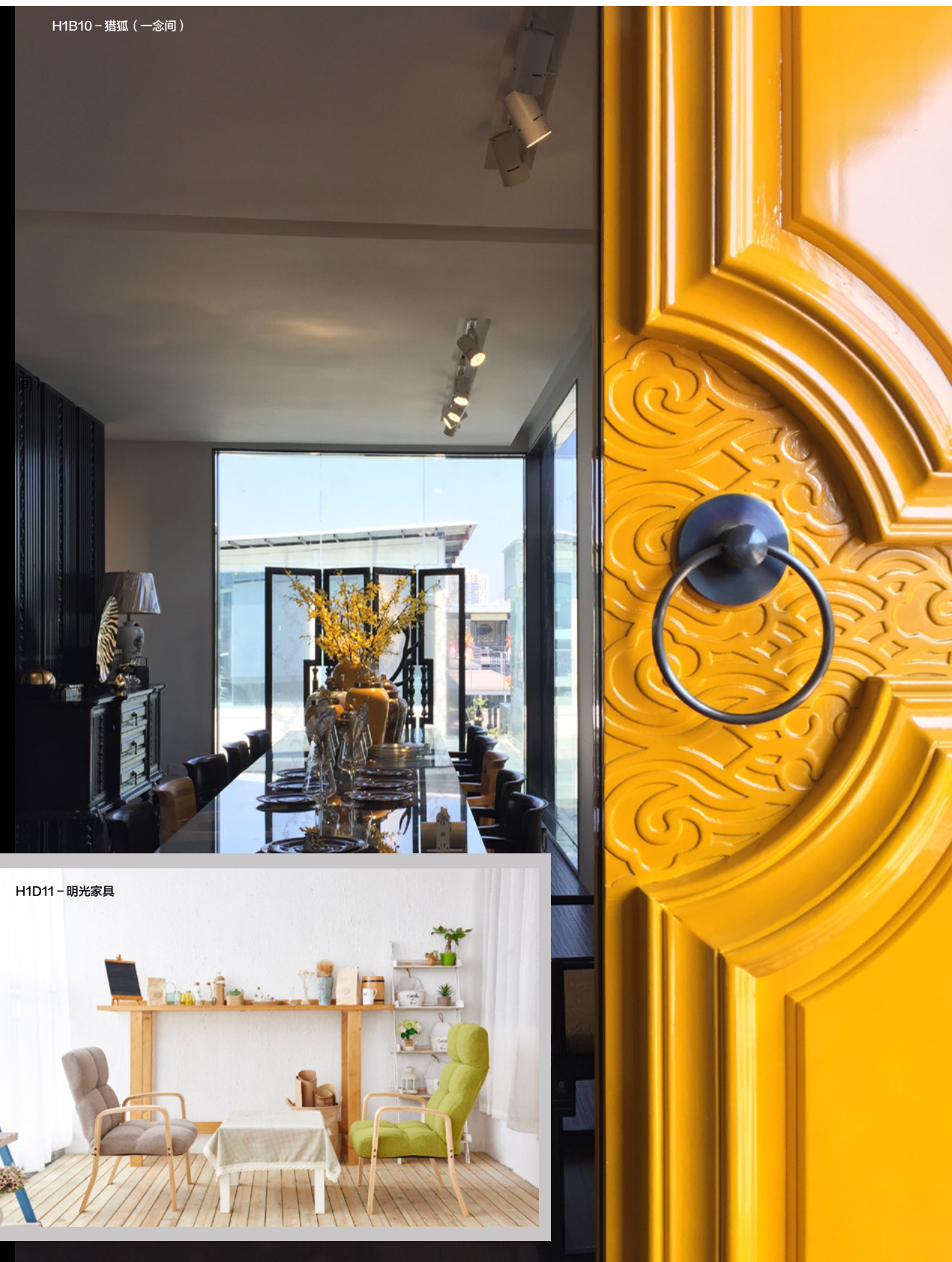
H1A36 - 瑞彤



H1D08 - 飞鸟谈



H1A11 - MAO Creation





H1B32 - 永成



H1G38 - 卡帛家居



H1B28 - 圣豪庭



H1-G102 - 珠海葆盈



H1G105 - 海特



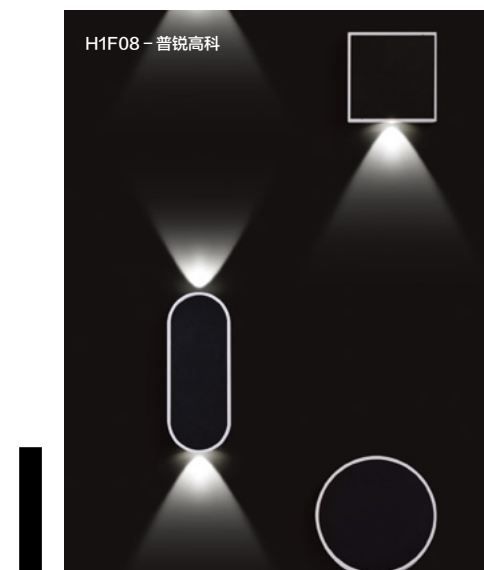
STONES
H1C30 - 瑞丽爱家



H1B06 - 源氏木语



H1B26 - 列奇 (巴厘风情)



H1F08 - 普锐高科



H1G28 - R.G.F



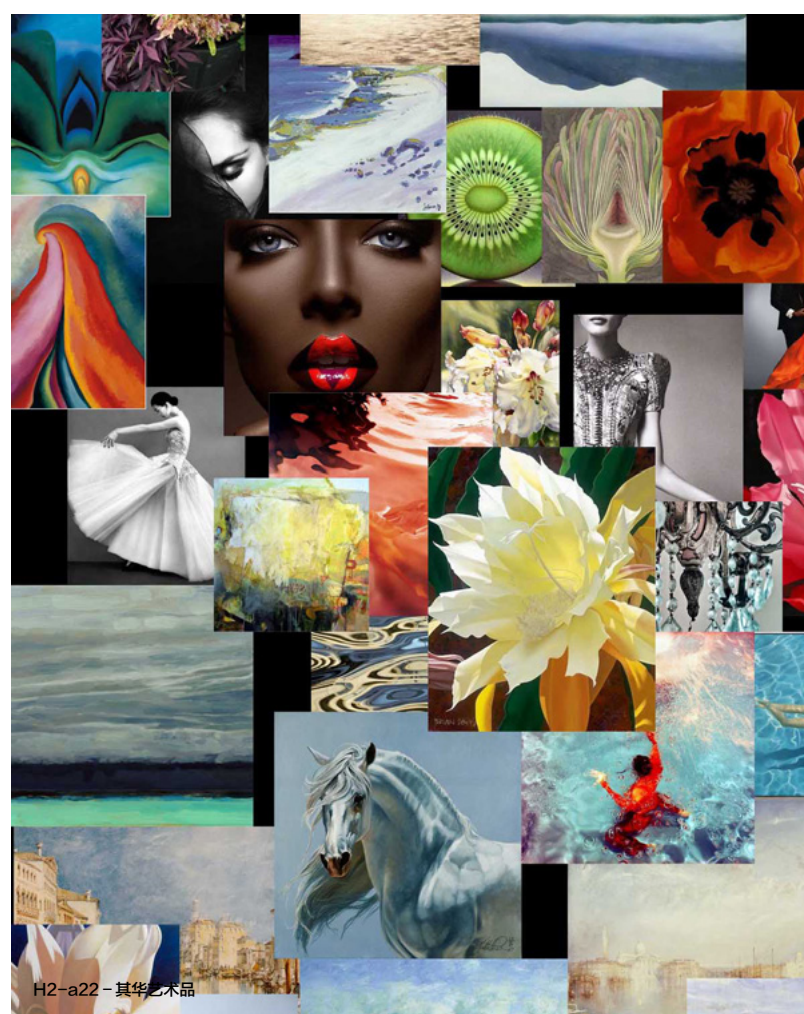
H1F48 - 楷荣

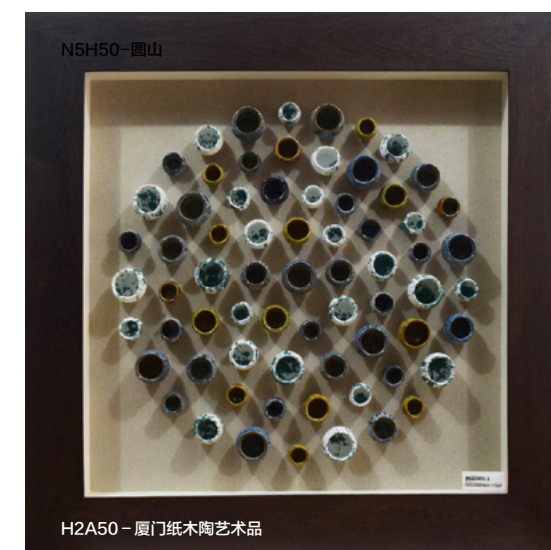
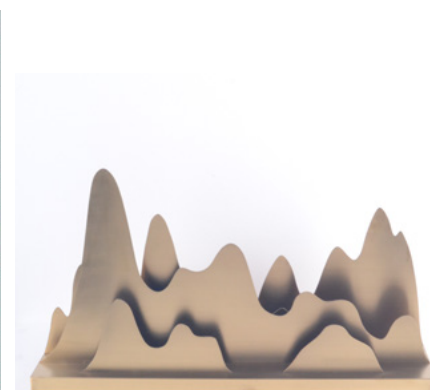


H1F15 - 神鹰



H1G78 - 强洪







“中国风·新中式精典设计展” 及相关主题活动 H3

2016年展会主办方特别推出了8000平方米“中国风·新中式精典设计展”，该区域旨在重新定义新中式家具并精心挑选出典范设计，以物入微，以式入道，展示独属于中国人的一种以智慧、闲适、领悟和觉醒为主要特征的人生态度和生活方式。沈宝宏、侯正光、腓力圃、叶、仲松、赖亚楠、卢涛、温浩等7位当今活跃在家具设计舞台上的策展人在传承中国传统文化的基础之上，用创新精神来演绎现代的生活方式。另外，还有各项主题展示活动。



“传承·站出来”主题展，在2016年米兰设计周重磅亮相后，此次由红星美凯龙携手创基金10位设计大师联合设计搭档，配对10家原创设计领先的家居品牌，以1+1+1的强大阵容，从传统老物件中寻找设计灵感，创新设计作品共同诠释中国人的生活理念。

“金点奖三年回顾展”，由德国红点奖创始人/主席Prof. Dr. Peter Zec担任评委会主席的中国家具设计金点奖是中国家具行业极具影响力的大奖，不断倡导和扶持中国原创设计并逐步使其在世界上树立声誉是该奖设立的宗旨，我们可以看到无数出彩的原创设计作品。



“走出东方”新中式生活座谈分享会，邀请《ELLE DECORATION家居廊》编辑总监孙信喜、台湾著名花艺大师凌宗涌、U+家具创始人兼总设计师沈宝宏、知名艺术家郑在东，4位新中式生活的设计师及艺术家共同分享东方设计美学对于现代生活、文化、社会的影响。

“东方传统工艺匠人表演”有茶道、花道的传统雅学，为忙碌的现代人找到闲趣。因为家居之美不仅仅在于物，更在于沉静下来的心，通过匠人的表演，让你近距离体验手工之美。



/design
of
designers

2016 中国国际设计师作品展示交易会

参展作品选

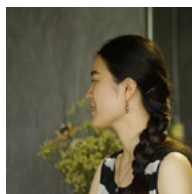
Selected works of DOD

展出时间：2016 年 9 月 8-11 日 展出地点：上海新国际博览中心 E8A 馆



中国国际设计师作品展示交易会（Designer of Designers，简称DOD设计展）是中国国际家具展览会在2012年推出的邀请设计师、设计院校、设计公司参与的展会，旨在为设计师与家具企业搭建有效的对接平台，帮助设计师提升企业管理能力，让更多设计工作室、设计师和设计独立品牌实施经营和营销。且鼓励企业为产品注入更多的原创设计元素，提升产品品质，从而树立中国家具品牌形象和地位。

根据展会“出口导向，高端内销”的发展策略，针对设计有兴趣的终端用户进行中国原创设计理念的普及，提升本土家具品牌在普通消费者心目中的地位和形象。每年9月的家具展期间，主办方将举办多元化的设计活动，组织各类专题论坛，与专业人士和专业媒体互动。希望通过各种形式传达对中国原创设计的支持，让中国的优秀设计走出去，被更多国际品牌所认知，同时吸引更多国外的优秀设计师走进来，把优秀的设计带进来。



展位号：E8A-A02

参展者：无·花

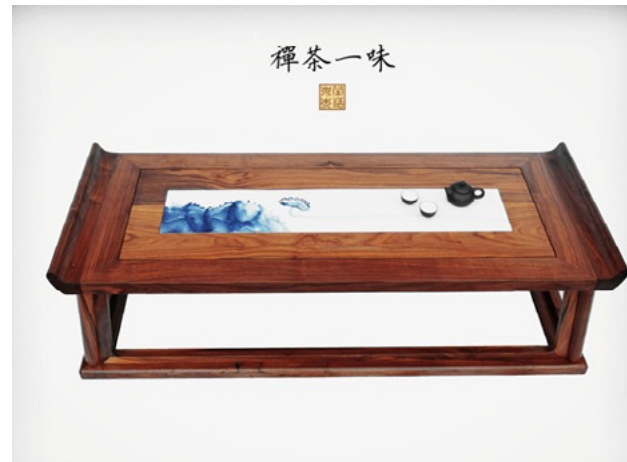
长沙无拘家居有限公司设计师刘畅的“无·花”花器多为自然形态，以种植室内植物为主。设计一半，自然变化一半。



展位号：E8A-A09

参展者：器安

器安（原无有匠造）由建筑师张器安在 2013 年创立的独立家居品牌。旗下所有家具均采用古典卯榫结构，不含任何五金件，材料采用北美黑胡桃木，外表采用免漆木蜡油工艺。



展位号：E8A-A12

参展者：生活本木

生活本木是天润国际木业旗下的原创家具品牌，精选北美优质进口木材来打造一个并非纯商业品牌。品牌创始人兼设计总监



史小倩表示，我们致力于传承中国文化博大精深的美学思想及民族手工艺，以探索东方生活方式，唤起人与物、人与自然、人与自我的心灵对话，让生命回归本真的生活状态。



展位号：E8A-A15

参展者：如翌 ROOY

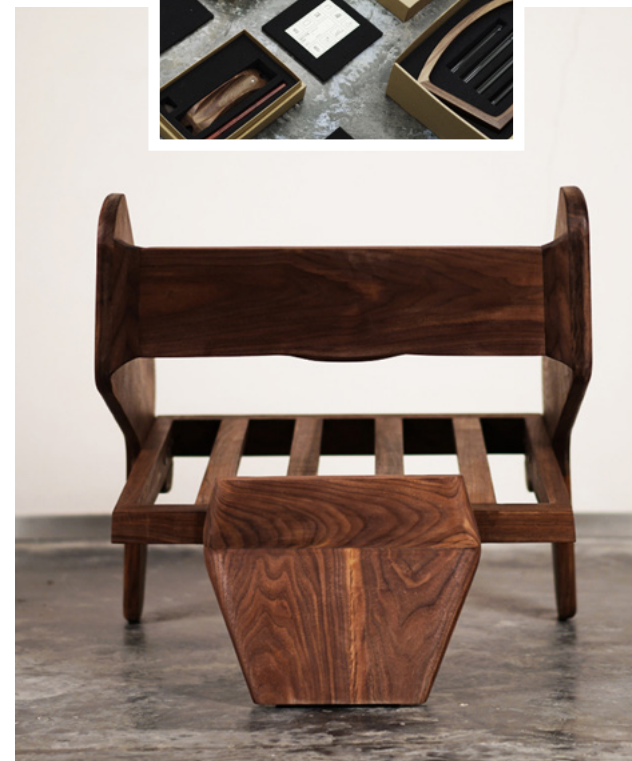
【ROOY 如翌】是袁媛家居艺术设计有限公司在 2015 年推出的一个家居品牌，融合了对传统文化的创新和对当代生活简洁优美的解读，提供了一种优雅细腻又不失时尚个性的生活视角和使用体验。收藏和观赏天然形成的形态各异的石头是中国一种文化传统，“观石”沙发把这种优雅的美学与人体工程学结合起来，让产品饱满的造型与人体的曲线相贴合，兼顾了舒适与自然之美。而作品“轻扇”设计灵感来源于典雅的传统美学。该设计作为空间中的隔断，利用了团扇半透明的遮光特性，在若隐若现中传达出东方的含蓄之美。

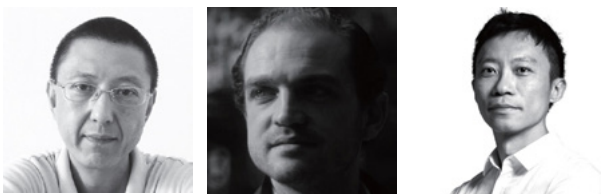


展位号：E8A-A20

参展者：居也

由独立设计师党心宇和小 Q 于 2015 年成立，现有品牌居也和小 Q，居也品牌旨在提供优质的新中式家具及家居用品，QICITA 品牌在材质和形式上做了更多的创新，现有个性化的服配类产品和家居用品。

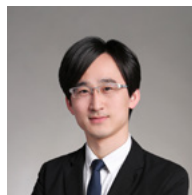




展位号：E8A-B05

参展者：Shanghai Modern

来自不同国度、不同领域的3个人，李承翰、Thomas Austerveil、陈远良怀揣对生活的热爱，对原创设计的执着，“集结”在上海，开启了一段独特的设计之旅。他们就像在原创设计道路上跋涉的行者，将艺术修养和对材料的专业认知融入设计中，一路探索、一路收获。



展位号：E8A-B08

参展者：新怡

新怡 PEIXIN LI DESIGN+ 是独立设计师品牌，设计师李培新在2012年8月创办于上海，关注家具工艺创新和技术研发，具有原创精神，独立思想，通过最新的设计理念带给您无限的生活乐趣。其中“方圆凳子”整体外形借鉴圆润海豚面设计，凳子面为方形跟圆形的结合，凳子面采用人体曲线设计原理，凳子面和凳子腿链接无缝榫卯衔接。



展位号：E8A-B10

参展者：吱音

吱音是一个富有故事性的文化创意家具品牌，通过发现寻常生活之美，以简而含趣的沟通语言，让家具能够由心思考，并带来会心一笑的共鸣。其中“融化的光”系列家具，除了引进了光的概念，也结合了中式建筑之美，方块的框架造型颇有传统木质建筑的味道，银灰色的融光系列更像是苏氏园林里的白墙青瓦。



展位号：E8A-B18

参展者：纳曲

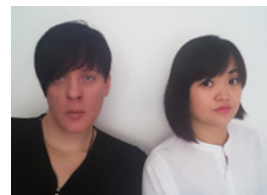
创立独具设计风格的床垫及睡眠产品品牌——纳曲床垫在中国是个年轻的产品，睡眠是每个中国人都追求品质的根本，

作为一个传统行业的产品，从外到内进行一系列符合现代年轻人睡眠需求的人性化的改良。纳曲床垫针对年轻人开发，买得起的高端配置手工床垫，又考虑床垫作为大体积产品设计组合款，分体的承受力部分与独立整体的舒适层部分，可以随机调节体验者对床垫的舒适度需求。

展位号：E8A-B12

参展者：佐尚智诚

在中国，设计师Erik couzy 与其国际设计团队 zsmartdesign（上海佐尚智诚设计）专注为当地和跨国公司做专业的设计和咨询服务。这款名为 vasca 椅子灵感来源于赛车其敞开的背面透露一种艺术张力，设计精湛之处还在于这款椅子更为特别的背面。





展位号：E8A-C07

参展者：本来设计

设计师张飞说：“我们相信，可以通过设计将思想与情感注入产品，让产品变得有‘生命’。我们相信，通过设计会让用户在使用产品时心情更加愉悦。”



展位号：E8A-D03

参展者：失物招领

2008年4月，“失物招领”品牌在北京古老的国子监诞生，于次年成立工作室，除了家具、服装的设计和制作，也开始承接室内设计和空间规划。“失物招领”的家具简单、朴实、平常，尽量使用实木。



展位号：E8A-D08

参展者：自然家

“自然家”成立于2006年9月，由设计师易春友（BBKen）和谭雪娇（Corri）创办，主要从事以天然素材为主的产品设计和室内软装工作。“自然家”致力于发掘环保的天然素材与传统手工艺，以新的思考和设计表现，创作出适合现代生活的自然家品。让自然环保的材料和传统手工艺融入现代生活方式，一直是其工作重点。其产品得到大自然启发并手工制作，充满人性温暖，同时通过设计品生产和设计创新寻求传统手工艺可持续发展的可能性。



展位号：E8A-D11

参展者：倚至尚

在回归中蜕变，在创新中复活。通过木头的蜕变来实现价值判断的这个过程，正是基于这样的逻辑起点，或者说，这些经过创造的木头，其宿命就是用一种禅意或者神性，来满足我们与天地对话的向往。



展位号：E8A-D15

参展者：8 hour design studio

8hourdesign 是创立于2015年的一个年轻的家具原创设计品牌，主要设计产品针对于办公空间，SOHO及公共空间，认为工作是生活的一部分，想通过家具或者空间的设计，让办公变得更有趣。



展位号：E8A-E02

参展者：熏工房

2014年初，设计师童浩找到了罗师傅，在探讨传统榫卯工艺如何应用在现代木艺设计中，甚至争论每一个细节、比例、角度后，两个热爱木材的人一拍即合，决定打造一个更加贴近自然、尊重传统技艺的家具品牌，熏山工房由此而生。目前，熏山工房在美丽的鹭岛厦门建立了集合产品展厅与精细木工房于一体的工作室，并在福建设有专属家具打样、生产制造所，期望通过同时把握产品设计与产品生产，为人们提供更好的家具选择。



展位号：E8A-G11

参展者：梵几

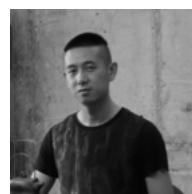
独立家具设计品牌，由设计师高古奇成立于2010年。做实用，坚固，耐用且美，并自然融合在生活当中的家具是梵几自始至终追求的品牌理念。梵几希望重返当代中国人的日常生活，以家具设计为起点，创造多一种生活方式的可能，藉此影响至生活更多层面的审美情趣。梵几注重家具的使用功能及搭配，并进一步提升家具设计的完整性，新品涵盖梵几近年来逐渐形成的两个系列——“禅意系列”和“极简系列”。当下国人的生活受到中国传统和西方的双重影响，梵几从当下中国人不同阶段的生活方式反思家具设计的意义，思考传承的多元可能，不断探索国人未来的生活美学，力求在中式和西化间找寻符合当下的平衡点。



展位号：E8A-F12

参展者：CASA GAIA

CASA GAIA 致力于将传统魅力与先锋创意完美融合，运营多种纺织品及丰富的色彩，制作具有非传统美感的家居产品，将永恒的经典元素融入到当代风格之中。



展位号：E8A-G05

参展者：观闽

在黄文选的童年记忆里，总是萦绕家乡红墙黑瓦，雕梁画栋的深情呼唤。“十间张是伴随我出生及成长的居住空间，其建筑构件、瑰丽色彩和雕刻纹饰就像空气一样，我们无时无刻不活在闽南气息的熏陶之下。这些作品是对故居的留恋，是创意的源泉。”



展位号：E8A-F15

参展者：体物

“体物”是独立设计师赵云于2015年创立的家居品牌，涵盖家居、灯具和饰品。“体物”把“物体”这个词反过来，在冷冰冰的“物”前面强调“体”这个认知和发现的过程，只要用心，一定会发现和体会到生活中不一样的美。产品“衣架”是由两个扁平的“树干”，以垂直的方向用金属榫头连接而成的一个立体的结构稳定的衣架。这两个“树干”就像两个伙伴，相互支撑，相互依靠，一起组成了一个不易倾倒，功能完善，且寓意十足的雕塑般的作品。



“2016中国十大好沙发”评选活动 参赛产品选登

Selected products with original design

展出时间：2016年9月8-11日 展出地点：上海新国际博览中心E8B馆



好面料成就好沙发。越来越多的面料企业转型成品，面料的创新运用为中国沙发设计带来了新的思路。2016年，中国国际家具展继续深化上下游产业联动，将软体沙发产业作为重点发展板块，举办第三届“中国好沙发”系列评选活动，旨在打造经典赛事，激发全产业链的凝聚力、创新力，引领中国沙发走向世界。本次活动由中国家具协会发起，国内知名沙发企业、沙发布企业、材料供应商、设计师参与制作参赛沙发，专家评选团由国内外专业评选机构、各产业基地、政府协会、专业媒体人士、网络大V号等组成，必将为行业带来新的活力。获奖作品将在2016年9月上海家具展晚宴揭晓并颁奖。



顾家家居股份有限公司

参赛产品：KUKA 067、傍山而踞

设计特点：采用具有自然肌理质感的面料

材料使用：木架、海绵、绷带、弹簧、海绵、羽绒、布

制作工艺：软体包制

广东联邦家私集团

参赛产品：GN099 摩登

设计特点：零靠墙，使用国际知名品牌礼恩派功能机架。

材料使用：科技皮 + 配皮，独立弹簧包，功能机架，高密度纯海绵。

制作工艺：精制科技皮 20 万次的耐折，透气。



上海艾宝家具有限公司

参赛产品：M 沙发

设计特点：提及沙发，印象中多以规整的、舒适的印象出现，当然也不乏造型夸张，坐姿各异的沙发。能否有别样的角度来体验沙发，是我们最为关心的问题。

材料使用：磨砂皮、北美胡桃木

制作工艺：实木框架 整体软包

浙江恋家生活家居有限公司

参赛产品：四季沙发

设计特点：北欧调与中国味的碰撞火花，实用舒适的坐感体验，多彩多姿的居家氛围。

材料使用：黑胡桃木、双色布艺

制作工艺：实木榫卯结构



深圳市远远超贸易有限公司

参赛产品：魔方沙发

设计特点：百变魔方，造型动感韵律，彰显激情，让生活多一份无限的可能。

材料使用：3D 立体面布、马来西亚进口座垫、100% 纯实木框架

制作工艺：百变魔方，每一根魔棒都可以任意互换，达到想变就变的任性。





亦央科技（上海）有限公司

参赛产品：落团沙发
设计特点：零件拆装，外形柔软
材料使用：橡木、桦木多层板、桦木实木、
38 高回弹海绵、进口 Gabriel 面料
制作工艺：开放漆工艺、螺栓拆装结构

杭州木佰士家居饰品有限公司

参赛产品：行云沙发
设计特点：沙发强调简约和精细化设计，
将传统概念应用到现代设计中，追求私人空间。
扶手和靠背扁平化设计，其次整款沙发可拆装式平板包装，降低物流运输成本。
材料使用：黄铜、牛皮（布艺）、实木
制作工艺：实木底板卯榫结构，倒斜边流线化设计，黄铜脚支撑，鸭绒填充，
两层靠背结构。



杭州致庭家居有限公司

参赛产品：悦读沙发（三人位）
设计特点：厚重、舒适、实用是悦读沙发的三大特点。
材料使用：沙发主要采用黑胡桃和红橡木两种主材，配上舒适的软包。
制作工艺：整体为拆装形式，采用不锈钢内六角螺杆，做到全实木家具平板包装的最大化。各个分部件主要采用榫卯结构，辅以少量五金和胶合剂。

惠州市博腾家具有限公司

参赛产品：功能沙发
设计特点：颜色简洁亮丽、皮质手感柔和、沙发整体靠背贴合人体背部和腰部。
材料使用：真皮、电动功能铁架
制作工艺：全手工制作



江苏里高家具有限公司

参赛产品：沙发
设计特点：自由随性组合、简约大气、时尚前卫。
材料使用：优质天然棉麻布料，组合沙发，适合小客厅；实木框架、纯实木脚、环保夹板，时尚简约。内芯采用记忆海绵，柔软舒适、回弹效果好。
制作工艺：木质工艺、棉麻布艺

思凯林家居集团

参赛产品：智能沙发 #B1612
设计特点：零靠墙，内置蓄电池（停电时刻使用），手机 App 控制开关、内置音响。
材料使用：全粒面牛皮、礼恩派铁架、东亚高回弹海绵。
制作工艺：皮革工艺、智能系统。



甜桔梗（北京）艺术设计有限公司

参赛产品：风骨 琢系列沙发

设计特点：以现代视角重新定义东方审美，用古典手工艺传承木作精工，去繁复，得风骨。

材料使用：北美黑胡桃木、牛皮

制作工艺：手工制作、榫卯结构



北京万有家具厂

参赛产品：艾米丽亚系列

设计特点：设计理念是将过去和现在之间进行完美融合，既复古又有现代元素，赋予产品丰富的内涵。

材料使用：桦木实木，亚麻布艺，海绵、弹簧五金件。

制作工艺：实木雕刻，榫卯结构，手工上色。



北京雅伊华家具有限公司

参赛产品：沙发

设计特点：集功能、色彩、材质基于一体，厚重大气。可调节靠背，能满足坐卧休息的任何角度。

材料使用：木材、板材、高密度海绵、面料

制作工艺：烘干、下料、钉架、裁剪、缝纫、组装、包装



东莞元宗家具有限公司

参赛产品：爵士风尚软体沙发

设计特点：设计灵感来源于欧洲贵族马车，古典马车的高圆车轮变形为沙发扶手充满动感、美感，结合意大利油蜡牛皮和名贵乌金木，犹如贵族绅士端坐马车，艺术与功能完美结合回归，回归自然纯朴生活。

材料使用：采用非洲乌金木木材，高级油蜡皮 + 高弹性环保乳胶海绵与 PU 定性海绵。

制作工艺：名贵乌金木外木架与高级油蜡头层牛皮的结合，经过 30 多道工序制作完成。

广东志达家居就实业有限公司

参赛产品：“轻美时代”沙发

设计特点：经典美式沙发，通过在制造工艺、材质组合、色彩搭配的再设计，呈现出更具包容性的年轻气质，符合现代年轻消费者的需求。

材料使用：木架、海绵、棉麻面料



力克系统（上海）有限公司

参赛产品：沙发

设计特点：通过三维产品设计和开发，找寻合适、舒适的现代沙发设计

材料使用：梭织面料、天然真皮、榉木、羽毛

制作工艺：产品的设计、开发和裁剪均采用全数字化流程



佛山市致柏家具实业有限公司

参赛产品：艾罗斯沙发

设计特点：造型优美，线条流畅，色调素雅，舒适大方

材料使用：冰花绒面料，高回弹定型海绵

制作工艺：手工打造，彰显尊贵

桐乡市格林纺织品有限公司

参赛产品：马克西缪斯沙发、海沃斯单椅

设计特点：现代奢华

材料使用：棉割绒、不锈钢

制作工艺：手工制作



北京柏伦斯家具有限公司

参赛产品：满天星沙发

设计特点：小资范轻奢风，适合混搭各种家居空间与展示空间。

材料使用：实木框架，高密度海绵填充，割绒面料易干洗。

制作工艺：纯手工打造



嘉兴领地家具有限公司

参赛产品：TU289 沙发床

设计特点：在有限的空间里也能享受舒适的睡眠

材料使用：铁架、布料、三夹板





杭州海嘉布艺有限公司

参赛产品：悠瑞嘉健康环保功能沙发
设计特点：面料及沙发主体设计配色由海嘉及协作的美国顶级装饰布艺设计师合作完成，梦幻般的色彩，简约流畅的线条，展现现代美式的典型特点；同时配备的功能使产品具有良好的使用性。
材料使用：精选优质木材、高回弹环保海绵、绿色环保功能面料、名牌功能电气结构件
制作工艺：布艺沙发常规工艺结合电气功能结构件嵌入

杭州听鸿布艺有限公司家具

参赛产品：休闲椅 (GYQ10082)、两人位沙发 (V196-2)
设计特点：现代奢华
材料使用：比利时进口亚麻面料、澳毛
制作工艺：手工制作



grown **inseconds**
分秒成材

Getting Away from it All 远离尘嚣

It took just **5 seconds** to grow the American red oak and cherry used in this project.

所用美国红橡木及樱桃木仅需**5秒**即可在美国阔叶木森林中自然再生。



查看更多项目，请浏览以下互动网络平台
View more projects like this one in our interactive showcase

www.growninseconds.org

www.americanhardwood.org | www.ahec-china.org

说说红木那些事儿

Stories about mahogany

文 陈宝光

红木，连同红木家具及制品在近十几年以来是个热闹的地界儿，在很大程度上参与了当代财富大戏演出，甚至作为重要杠杆搅动一方，引得媒体及公众格外关注，也令很多需要或不需要，懂或不懂家具的，都对于红木头头是道或津津乐道。一时间，几乎人人都在淘换老家具，个个老板都要买红木，红木和家具的知识却也因此空前普及。



我前两年曾经写过《红木家具那些事儿》一文，其中谈到红木，但不是专题所言并不深入。近来在思考：红木虽因家具而起，却也是独立题材，足足可以说上若干，故此提笔再续一文。



一、怎么来的“红木”一词

本人在前文曾经说过，“红木”一词因“红木家具”而得。历史上，一些地区有将大红酸枝做成的家具叫“老红木家具”的叫法，后来也有“新红木”的称谓。同时，民间为了区别也有“白木家具”的叫法。也是改革开放以后实际生活使用的原因，“红木家具”一词逐步叫开。特别是当代，“红木家具”

广为传播深入人心。

这种叫法其实是比较近代的事情，以常熟一带了解看，时间大致在民国年间，再早不过晚清。之前没有“红木家具”，更无“红木”。这里要强调一句：中国历史上基本是用“白木”做家具的。

由此可以看出，“红木”应该更多是一个文化概念，是因一种使用或民俗而产生发展。也正因如此，在国外没有能够对应名词。rosewood、red sandes、red sandalwood等都不是我们文化概念中的“红木”。目前更多直接翻译成“hong mu”，这样似乎更贴切一些。

“红木”一词能够叫响得益于一个“标准”。改革开放初期一段时间里各种叫法称谓都有，而紫檀、黄花梨等并没有在红木的范围里。统称为“硬木”的有，国外也有称之“唐木”的，当然更多的也用了“红木”。“硬木”一词在木材学里指阔叶树材，与针叶材的“软木”相对应，有国际公认的通用概念，所以很难对应推行。

这个标准即是广为人知的“红木国标”。虽然实际活动中这个标准很难操



作，且争议极大。然而，反对归反对，事情归事情，该标准自2000年颁布实施以后就具有了法律效力，成为“红木”这个词汇对应的官方口径，而且是唯一的，以致说到红木绝对绕不开这个标准。

《红木》国标是由国家标准化委员会发布的，起草单位是林业科学研究院木材研究所，主要起草人有几个，其中有杨家驹。为此，一段时间在圈内颇有名气，十分活跃。标准有一个文号：GB/T18107—2000。据了解，其中“GB”说明是国家标准，“T”是推荐使用的意思，紧接着的数字是其在标准里的序列，最后的数字指明发布的时间，这就是红木国标的基本身份标识。

我不大懂得关于标准的事情，也不是学木材专业的，只觉得标准化委员会批准这样一个标准有些怪怪的。因为这木材是天然生成，个体之间差异很大，不像钢材、塑料、水泥等原材料是人为配比，数据容易掌握控制。虽然很难真正执行，后来的时间里这个标准却成为“真经”，是衡量或曰标定是否红木的决定尺度，以致社会上产生错觉，多数人认为所谓“红木”就是这些。“真经”规定，红木含5属8类33种，也就是说“红木”一共33个树种。

二、真有“红木”吗？

答：真的是有“红木”。

确实有这样一类木材，材料剖开后心材部分呈偏红一些的颜色。但我可以负责任地告诉大家：红木不是真正的红色，我们看到家具的色泽与木材的本色是不一样的。为什么会不一样？消费心理趋势左右了颜色倾向。我们看看到很多成为家具的时候，都比实际红了。这是由于一方面成为商品的家具需要色泽上统一，木头毕竟是天然生成的，就是同一根材料上的木头颜色也会不尽相同，而这可能是很多消费者所不知的。重要的是偏红一些更符合今天这一阶段消费心理需求，家具、工艺品自然就“长”红了。

所谓红木，应该是木头的心材部分，这类树木表面有树皮，树皮下面是一层被称作“白膘”的物质。“白膘”是俗称，有写做“白标”的，本人认为此称似以猪皮下那部分类比形容，用“膘”字貌似更为贴切。树木经制材成为原木，原木中靠近树皮的木质部为边材，材色较浅，

密度较低。靠近树中心的木质部为心材，颜色较深，密度较大。红木类木材心材可用做家具，而边材因结构疏松，强度较低而弃之不用。白膘是树木生长和输送养分的重要通道，质地松软富含营养，也十分容易被虫蛀。然而实际上存在的标准对此有点不同要求，即《深色名贵硬木家具》标准与《红木》标准对待白膘的要求不完全一致，就是后来的《红木家具通用技术条件》也对此有一个态度。红木类木材心边材界限分明，而其他木材界限并不分明，材质差别也没红木类木材那么大。

红木在开料刚刚破锯开的时候由于



氧化的作用，是有偏红，不同树种从浅土红色一直到褐色深褐色黑色都有。时间一长就基本归于土黄色褐色一类，也有一些更加黑重一点，亦非红色。其中特别是紫檀、紫光檀，色泽会更深重。一般说来，紫檀木类的心材红紫，花梨木类的红褐到紫红，香枝木类的红褐，黑酸枝类的栗褐等不一。

三、如何认识“红木”

33个树种包括了那些呢？由于广泛宣传很多地方都有，这里不需重复。我认为，一般消费者或者爱好者可以先不问属的事情，直接从树种入手。反正一共33种，能记多少算多少。由种向上就到了类，就进入了第二个门。这两层了解了以后还可以深入探知属的事情，实际上这对于消费者来说已经没有什么意义，这原本是在知识范围内的事，是不需消费者掌握的。

在33种里也不是都需要一下认知的，因为其中有很多木材平常基本见不到。

本人在圈子里混了多年，一些树种也就是在样本上见到，实际生产销售中基本没有。有一些就比较常见，如“海



南花梨”，俗称“海黄”，在国标里“降香黄檀”是也。又如“小叶檀”，通称“紫檀”，即“檀香紫檀”。再如“老挝大红酸枝”学名“交趾黄檀”。近几年用的比较多的“缅甸花梨”，对应的名字是“大果紫檀”，“非洲花梨”一般对应“刺猬紫檀”等。

让人晕的是一个树种往往有很多叫法，有学名，是正规叫法，有俗名，是通常叫法。还有就是木材商为了销路故意起的各种名字，所以仔细观察就会发现市场上所标不是什么“花梨”就是什么“紫檀”，主要往这两个种类靠。就如“卢氏黑黄檀”吧，它的类是“黑酸枝木”，属是“黄檀属”，俗称“大叶紫檀”，还有一段时期称之“海岛紫檀”，就这几个名字往往搞得人们一头雾水。

由于木材鉴定困难的原因，相当通常的做法是只标明到类的名称。当然，近年很多逐步直接标明到树种了。所以我们的消费者要知道什么是“类”，好在“类”只有八个，费点劲也就费了吧。

作为一个普通消费者能不能不依靠仪器或外部条件直接判断出是否红木？答：不能。不要说普通消费者就是爱好者也不行，这是由于木材识别的特殊性造成。我们换个角度来看待，如果在市场上买不锈钢材质或塑料材质的商品，我们能够一望而知其材质标号情况吗？同样是不能的。问题只在于实际上能不能监管，或者说有效监管能不能实行。

那么，作为一个消费者如何识别红木制品呢？这些树种应该是有一些明显特征的。

首先，这些木材一般比较重，由于其气干密度大，同样体积的木材要比一般阔叶木材重很多，因此手感是一个外在指标。第二，没有明显的成长年轮。因为我们只用这些木材的心材，有说法

这是木材细胞已经死了的部分。我更看重这些树木基本生长在没有四季变化的地方，缺少明显季节转换就很难看出在其身上留下的岁月痕迹。第三，不管色泽偏哪些，这些木材颜色总体来说是比较深的。所以，有一个名词叫“深色名贵硬木”来泛指红木或硬木。

想要真正认识33种红木比较困难，其中经验很重要。单凭视觉判断只能是平常说说而已，不能作为正式依据，而正式的鉴定甄别只能通过仪器。因此，消费这类商品除看外观之外一定要有严谨的销售合同，一定要有产品质量证书。

四、标准的问题在哪儿？

《红木》标准自出台以来就没有停止过争议，也许还没有哪个标准有过这么大的异议。前两年提出重新修订，争论再起，其间有一篇文章印象深刻，题目叫《扼杀红木产业的千古罪人》，不知何人撰写。我以为，任何事情的存在都有一定的合理性。对于解决一个时期木材市场的混乱，这个标准起了很大作用。同时，在“红木”的旗帜下统一了称谓，使得红木一词广为人知，为当代红木家具的发展打下基础。

但是，为什么有这么多的不同意见呢？据观察大致有这样几个原因，其一、不严谨。你看关于树种范围其中是这样表述的，“……此外，上述5属中本标准未列入的其他树种的心材，其密度、结构和材色符合本标准的也可称为红木。”一句“也可称为”坑了多少人。十几年以来的实践证明这句含糊的话是无法阐述和延伸的。对此还有一个更荒唐的解释特抄录共赏：“……由于生长的立地条件不同，同一树种木材的密度、材色、管孔分布类型、纹理、结构等都有不同程度的变异，即使同一树株，在不同的树高和树径部位的木材也



有差异，特别是印度紫檀的密度和材色变化甚大。这就是说，已列的33种以内的树木的木材，即使是经过树木学鉴定是正确的树种，凡未能达到规定的必备条件者，都不能称为红木。”遗憾的是有人这样认识，也是遵循这个准则实践的，而这实质上否定了标准的可行性。其二、实际操作性太差，如前所述，没有仪器无法鉴别，然而难就难在，就是有仪器也不一定搞的清楚。其三、面向的对象是过去还是现在没有搞清楚。其实今天使用什么木材做家具或工艺品，与故宫里的家具是什么材料的并没有什么直接关系，一个标准就现实需要而为之本足已。其四、也是最重要的，没有分清做学问著书立说与公共文本的区别。做学问需要的是把知识弄清楚，是个人的事情，搞复杂或简白都没关系。标准是做什么用的？是用来执行的，使用的，是生产者生产制造的依据，是消费者购买的规范。总体说来是公共的，通用的，需要清晰、简洁、能操作。如前面引用的那段话，从知识层面上来讲或许是正确的，但放在解释标准上则是错误的。法律也是很深的学问，如果宪法、刑法都弄得这么无法解释似是而非，在实际使用中还能判断执行吗？

但是，需要客观地说，标准提出的红木条件，即：树种、导管/管孔、气干密度、材色，简单说是“密度、结构、材色”，是十分可贵的，意义不一般。

五、“红木”美在哪儿？

红木美吗？这是一个问题。

所有关于美的概念都属于文化的范畴，并不是木材本身，是我们几百万年进化中，与树木共同成长相依相偎产生出来的感觉。树木是人类依存度最高的物种之一，可以这么说，几乎每一棵树每一块木头看着都是美的。那么，红

木美在什么地方？首先，红木的质量密度能够产生相当的美感，这种美感是基于对材质的充分信任而存在。然后是其美丽的纹理吸引了我们，没有一棵树的纹理是相同的，红木树种的纹理变化无穷。同一树种有变化，不同树种更有不同。通常所说的“鬼脸”、“瘿木”，都反映了红木木材纹理上变化产生的吸引力。再就是对于光线折射所产生的美感。由于这些木材的密度和含油量，加工后的折射光十分抢眼，是红木材质吸引人的要点之一。如此云云。

也有将不同颜色的红木比做男性或女性，以表达木材阳刚阴柔，此有一些道理。然而这些比喻要依附家具工艺品的造型才会更有感觉。

其实，对红木加工施艺所产生的美感才是最根本的吸引力。可以说，红木加工以后所衍生的一系列文化，包括制作、审美、使用等，是中国传统文化最典型的精神结晶，是我们民族神魂的折射和物化，所以我一直认为：红木制作的家具以及工艺品具有永恒的魅力。

就以打磨工艺为例，我们的红木家具和工艺品，最终要经过2000目以上水砂纸反复打磨方能成就，如同婴儿皮肤的细腻感和温润如玉的感觉正是这样出现。打磨，把红木这种木材的材质美充分表达出来，树木的生命形式通过这道工艺得以转换，以人文美的方式于世间再现。换言之，通过打磨工艺，精神就出来了。再换一个角度说，如果不是我们这个民族的秉赋和爱好，红木的这种品质可能就永远荡然无存无所体现。

红木，原本意义上的主要产于中南半岛。主要是越南、老挝、泰国、缅甸、柬埔寨等国的资源。早期泰国、越南还比较多，如泰国称为“香红木”的木材在上世纪六七十年代就比较多用。在广东调研证实，历史上越南的木材更多是通过陆路进入中国。进到二十一世纪大量则是老挝、柬埔寨、缅甸的，现在这里也接近枯竭。越过海峡就是印尼、巴新、东马、文莱的资源，今天更向非洲、南美延伸。由于生长周期的原因，红木树种、木材资源锐减和匮乏已经成为不容忽视的课题。

红木，中国人专门挑出来的木头，是因我们的爱好独特标的物种，也是这个星球上最优秀的物种，我们对她还知之甚少。珍惜吧！千万不要因为无知和贪婪而导致其泯灭。

板木家具的特点及其优越性

Characteristics and superiority of the furniture
made by panel and solid wood combination

文 宋小川 龙彩凤 李敏秀



从广义上来定义，板木家具是实木与人造板混合制作的家具。而狭义的板木家具是指其框架及主要零部件采用实木，而其他如侧板、低、顶、隔板等非受力及展示部位用表面装饰过的人造板制作。

板木家具把传统生产工艺与现代生产工艺相结合开发出既具传统文化内涵，又具时代特征，把新设计理念与民族特色的结合的中国现代家具，迎合人们的“回归自然”的心态，对于舒适生活空间的向往和追求。板木家具的推广和发展将为家具行业的可持续发展提供新的平台和创造有利的条件。

一、板木家具的特点

板木家具的实木部件生产工艺路线比较长，成本也比较高，从选材、烘干、指接、拼缝等都有严格的要求，如





果某道工序把关不严，则会发生开裂、变形、松动。人造板部件大多采用0.5毫米薄木饰面，木皮的色彩和材种常顺应流行趋势而变化，常用的有樱桃木、胡桃木、桦木、柚木、水曲柳等树种，具有工艺路线短，成本低的优点。其中采用2毫米厚的木皮饰面的人造板部件表面效果好，用手指扣击板面有实木感，是饰面中的上品，这样既达到了实木效果，又节约木材降低了成本。板木家具的加工综合了实木家具的加工工艺和人造板家具的加工工艺，主要由干燥、配料、薄木饰面、机加工、涂饰几

部分组成。薄木粘贴的好坏直接影响产品的外观质量。此工序重点是控制薄木粘贴质量，若粘贴不牢涂漆后薄木将起鼓。

二、板木家具的优越性

家具是居家生活中必不可少且至关重要的生活必需品，人类有80%时间在室内度过，家具产生的污染对人体造成危害系数最大，选择环保材料设计制作家具将最大限度地降低污染源。家具的生产对天然原材料和能源的消耗量巨大，因此其原材料使用和生产过程与环

境保护息息相关。生态环境的危机激发了公众生态环境意识的觉醒和提高，人类对家具的需求观念已不再停留在仅仅获得更多舒适的产品上，更加关注人类整体的生活质量、生存环境，把崇尚自然、返璞归真、重视环境保护、注重生态平衡，更理智地选购那些既有利于自身健康又不污染环境的绿色产品。

1. 板木家具造型的艺术性

家具的艺术性体现了家具的欣赏价值，现在很多人购买家具不仅是购买它的实用，还购买的是他的艺术价

值。也就是说更加注重外观所得到的美的享受。板木家具是实木与贴木皮的人造板相结合的产品，在形态方面简洁、流畅、端庄、优雅，极具时代感；在色彩上面自然、均衡、和谐，给人一种亲切、温柔、高雅的情调，并且具有实木的质感，在适应高效生产的同时，又能体现传统家具所具有的立体感与自然的纹理。这样使其具有实木家具的档次和板式家具的时尚，朴实的平民化材料，演绎出非凡的美感，极具品质感和价值感，朴素与简约共存，传统与现代共生，材质肌理的突现，增添了视觉上的

冲击力，是时尚、现代和传统的完美结合，再加上绿色环保的优势，深受人们的喜爱。

2. 减少浪费，提高材料的利用率

国内天然保护工程的实施，林区禁伐、限伐后，我国家具生产的木材原料日趋紧张。在这样的背景下，采用人造板与实木相结合制造的板木家具在保持实木质感的同时节约了原材料。因为板木家具中的人造板大多由加工剩余物（边角余料）或林区采伐剩余物加工而成，能够减少对资源的利用，减少废弃物排放，从而提高木材的利用率，降低消耗。最终达到改进和修复地球环境的目的。

3. 延长使用寿命

相对板式家具来说，板木家具中增加了实木成分，其框架或主要受力部分采用实木，不仅提升了家具的美学价值，而且因为实木具有更强的支撑力使得家具更经久耐用，延长其使用寿命。

4. 易回收利用

家具所用材料的品种偏多，不仅会增加产品加工和装配的难度，而且给产品报废后的回收处理会带来不便，从而造成环境污染可能性增大。这是因为材料间不易分离，无法得到高纯度与高等级的回收材料，从而造成资源的浪费，因而降低了产品的环境友好性。而





板木家具使用的材料种类较少，便于零件的生产、标记、管理以及材料的回收。其废弃的木质部件可以通过以下两种途径进行处理：首先，可以作为优良的制浆造纸原料。其次，可以通过燃烧进行资源化利用。主要途径包括两个方面，一是燃烧产生能量。为了运输方便和提高热利用效率，可做成各种形式：如木片、木球、高能颗粒及压缩的固体燃料等；二是将木废料经过热解、汽化得到供燃用的油、气体和木炭等燃料。

5. 简化产品结构，提高生产效率

结构工艺性差的零件不仅加工工艺复杂，耗费工时，容易出现工艺废品，而且需要专用的工具才能加工，增加了设备损耗和制造专用工装的资源消耗。板木家具在满足产品功能要求的前提下，简化产品结构，用现代生产工艺制作的圆榫或方榫以及五金件代替传统的较难加工的榫形，不仅易于加工，提高了生产效率，降低废品率，而且可减少资源消耗。



6. 对人体生理、心理的调节作用

板木家具是实木与人造板相合制造的家具，木材是家具制造应用最多，也是家具制造业沿用最久的材料，具有易加工、质轻、强度高以及天然的纹理和色泽，因而博得人们的青睐。除些优点外，国内外木材科学学者对木材色调与心理图像之间的关系、木材纹理与人的生理之间的关系等进行了深入研究。研究表明，木材表面所呈现的1/f波谱的性状给人以自然、舒适的感觉。木材率高的居住环境（空间）能够增加居住者的温暖感、安全感和舒畅感，而无木材或少木材使用的生活空间，如混凝土、钢结构住宅，人们普遍感到郁闷，心里感觉多呈压抑状态。另外，木材中含有多种抽提物（萃取物），一些木材的抽提物具有香气和清新意爽之感，选用这类木材用于室内家具和装饰所构成的人居环境有利于减轻工作压力，适于娱乐和休憩。

7. 提供良好的视觉环境

木材相对其他材料具有视觉上优越性，主要表现在木材具有柔和的自然光泽。通过对木材视觉物理量与感觉特



性的研究表明，木材具有吸收紫外线反射红外线的功能。虽然紫外线和红外线是肉眼看不见的，但对人体的影响是不可忽视的，强紫外线刺激人眼会产生雪盲病，而人体皮肤对紫外线的敏感程度高于眼睛。木材可以吸收阳光中的紫外线，减轻紫外线对人体的危害，同时木材又能反射红外线，这一点与木材会给人带来温暖感有直接联系。再者，木材对光线具有漫反射的功能，能减轻直射光线对人眼的刺激。当强烈的太阳光

照射到贴有白色磁砖的建筑物上，强烈的反射光线会让人眼睛张不开，这是因为白色磁砖片对光线的反射率达70%~80%，而人眼感到舒服的反射率为50%~60%。木材是多孔性材料，表面会形成小的凹凸，在光线的照射下，会呈漫反射现象而吸收部分光线，所以会使令人眩晕的光线变得柔和。因此，木制桌面、墙面等对于工作人员的视觉神经刺激最小，有益于视觉清晰和保养视力。

演绎戏剧效果 诠释摩登生活

——介绍香港设计师郑仕梁室内设计案例

Hong Kong designer Ivan Cheng's interior design case study

■ 文 《中国家具》

参加2016年9月份摩登上海时尚家居展 (Maison Shangha) 的香港设计师郑仕梁先生 (Ivan Cheng) 深受中西方文化的熏陶，有着丰富舞台设计背景的他酷爱新古典主义，在其擅长的18世纪欧式设计风格中融入新的设计元素，以自己独特的视觉和新颖的构思在其设计领域中不断创造出一系列优秀作品，以其恒久的魅力和多年形成的个性思维在他的设计生涯中锲而不舍，创新无限。

他的设计理念是以专业实践铸造经典永恒的设计作品，精心缔造标新立异的生活空间，创建奢华美妙的居所氛围。其代表作之一《杭州千岛湖滨江希尔顿度假酒店》充分诠释了他的创作构想，中欧风格兼具舞台动感无不渗透在作品的各个细节当中，如酒店大堂处处散发着新古典主义风格的气息，又凸显现代富丽堂皇的恢宏气派，彰显出他设计之独特性和多元化风格。



梦·上海

项目地点：上海市闵行区金色西郊城

项目面积：160平方米

主要材料：黑胡桃木，并以紫色、乳白色，以及皮革的金色色调搭配融合，使得这个上海度假别墅的深色调更加富有特色。

“一次不经意的出差到上海，发现了她独有的城市魅力，喜欢上了她多元化的文化底蕴，本想寻觅一处度假的场所，于是花了心思精心的装点一番，却意外的成为我在上海梦的起点，在这个喧嚣城市找到了属于自己的平静之所，让我能够更深刻的感知属于上海的文化……” 郑仕梁先生如是说。

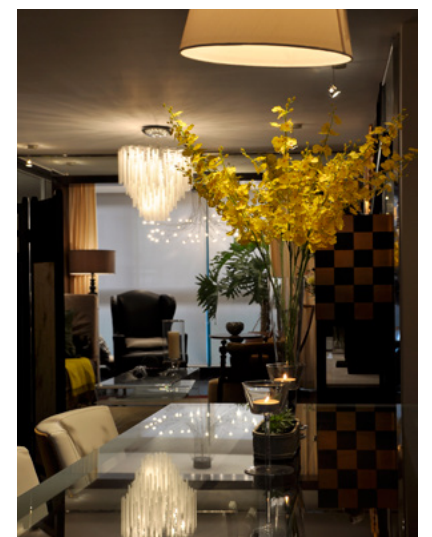
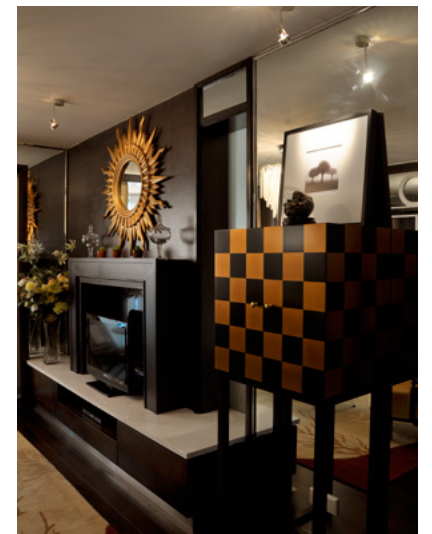
房间的装饰以黑胡桃木为主，配以梨黄色的墙面及绿色、紫色等大胆的色彩点缀，再加上意大利灯具温和而又明快的灯光，更像是舞台创作的延伸，让

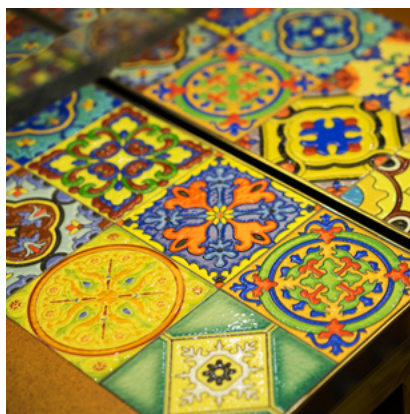
心情得以宁静，灵感得以激发，还有些悠闲。门口用铜像人头配以菩提插花做装饰，似乎看到了希腊神话中的酒神戴欧尼修斯 (Dionysus) 守护着这个空间。当然，阳光的温暖与明亮让身心放松，所以将通透的露台以镜子与客厅相隔，令房间的采光十分恰当。郑先生说：“我比较喜欢18世纪欧式的设计风格，因此把电视墙装饰成一个简欧式的壁炉，是我对中西文化新的诠释；摆有泰国抱枕和毛毯的沙发，和富有30年代老上海风情的座椅，表达着各种色彩的碰撞与融合，怀旧而又和谐。客厅与书房间相隔的磨砂玻璃，不仅把光带到了书房，更是中西合并的延伸；书房内麻布装饰的中式清朝座椅和欧式风格的牛皮地毯，在形成鲜明对比的同时，更突出了中西文化的交融与内涵。”

上海是一个多元化的大都市，这一

点在餐厅可以表现得一览无遗，富有创意的餐台是由书桌改建而来，餐桌旁的不仅是现代的餐椅，更具特色的是富有浓郁中国味的龙塌，将现代与古典，欧式与中式糅合得淋漓尽致。而龙塌上方是现在上海最火的画家之一刘宝军的代表作系列《抽烟斗的女人》中的一幅，这份慵懒的神情成为了房间恬静之美的点睛之笔。色彩的运用更延伸到了卫生间，黑、白、蓝对比的色调表达了一种爵士的风格和黑白的视觉吸引力。

整间房子在深色调的衬托下，黑白照、金色的铜镜、各色的小艺术品及插花做点缀，不仅让生活品质变得精致，更感觉生活并度假着，因为安徒生曾写道“光是活着并不足够。我们还需要一丝阳光，一点自由和一些花朵。”





贵族·小丑
项目地点：杭州市西湖区文溪鼎园
项目面积：85平方米
家居品牌：富雅（Fullart）、涵山堂（Hanshan Tang）、CASA PAGODA、KARTEL、法诺（Fannou）、稀奇（X+Q）等

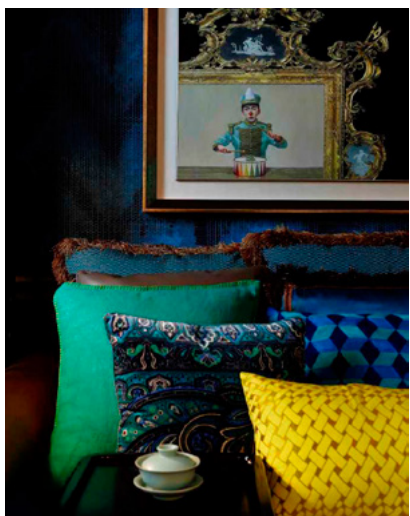
于杭城闹市找寻一隅安静的乐土，偷得半日闲，品味如戏的人生。沉浸在自己设计的戏剧舞台中，设计师以喜剧小丑演绎一个轻松诙谐的欢愉空间，却在不经意间流露出贵族的气息。于灰调中融入蓝色、黄色、紫红色等明丽色块，巧妙而浓郁的色彩调和，营造轻松、活泼、闲适的慢生活空间，感知人生岁月的积淀。

一进门，一曲欢乐的《天鹅湖》（中国当代著名雕塑家瞿广慈作品）迎接着每一位客人的到来。私人订制的醒目彩虹柜是他们绚丽的舞台，菊花头饰的非洲人像则成了他们的乐师，旁边还有美丽的花瓶姑娘为他们伴舞。诙谐、幽默的戏剧画面拉开了这幕舞台剧。

这里演绎的不仅仅是一个设计师的人生，同时诠释了与其他人人生的交集。特别布置的沙龙区，呈现了古代贵族式的宴会场景。设计师亲自设计的3.6米长桌，桌面上拼接五彩的小方砖，演绎贵族装饰的精美与艺术。一款欧式蕾丝系列的座椅《威廉公爵的秘密》放于一端，犹如一位公爵主持着一场华丽的晚宴。形色各异的“客人”围绕着长桌，享用着晚宴带来的美酒佳肴。在如

梦似幻的灯光映衬下，侧边的落地平镜中仿佛站着很多随从，为他们的公爵和夫人优雅地服务着。旁边的陈列柜中，珍藏着富有中国特色的景泰蓝花瓶，花纹为杭州当地常见的红叶，还有很多的陶瓷艺术品，中西文化的结合别有风味。另一侧略带复古皮箱元素的移动酒柜更烘托了几分蒸汽火车时代的怀旧感，如临其境。对面则延续了舞台剧的氛围，“乐师”与大家演绎着经典的古典音乐。

隔着中式屏风，则是另一幕剧。窗边放置些老上海风情的扇形靠椅、异形的咖啡桌、皮质贵妃椅式沙发、法式边柜、蓝红色的石凳，让人浮想起老上海的洋房内，几位打扮精致的青年男女喝着咖啡，谈笑风生，小资情调尽显无



遗。而墙身大幅的黄绿色背景，和空间红中带绿的格调延续了沙龙区的贵族色彩，演绎的是一幕老上海式的优雅剧。

走进卧室，那是另一种静谧和情趣。蓝色调的空间配以金色点缀，丝绒的帷幔与床品，配以小丑画作（灵感概念源自青年艺术家吕延翔作品《蓝先生协奏曲》），五官享受的感觉让睡意顿时袭来。而戏剧化的延生更让空间制造出一个梦幻的场景。巴洛克风格的画框内小丑“蓝先生”充当了一个守卫者，而中式的罗汉床、天然棕的岛民风扇（The Islander Fan）、“船长办公椅”（Captain S Desk Chair）和加拿大艺术家的蓝色抽象画作，似乎都出现在了主人的梦境中，自由翱翔着……

这并非主人的住所，却不时呈现主人曾经的痕迹；这不是主人常住之地，却演绎着主人戏剧人生的舞台片段：我，就是那个“贵族”；我，就是那个“小丑”。

“贵族·小丑”基本是郑仕梁先生为自己量身定制的空间，是第一次用另类的手法来表达和抒发自我感情，反映了设计师现阶段的内在情绪，也许是自身年龄和心态变化的缘故。郑先生说：“里面有我未曾用过的色彩、家具和摆件，于我来说，这是新的大胆的尝试。即使在出差中，这里也有我习惯工作的长台布置，同时适于和其他设计师做小型沙龙活动。其中的些许摆件陈设，颇具小资情调，比如景泰蓝，杭州随处可见的枫叶等元素的注入，以及著名雕塑艺术家瞿广慈先生的作品《天鹅湖》，和海派家具的重新演绎……”

阁楼·戏剧

项目地点：上海市嘉定区中冶祥腾城市广场

项目面积：110平方米

家居品牌：赫顿、海上青花、富雅（Fullart）、CASA PAGODA、KARTEL、稀奇（X+Q）等

阁楼地处誉为“南翔国际居住社区”和“上海市郊第一CBD南翔智地”的商业中心——中冶祥腾城市广场内。在设计面积约110平方米的LOFT空间内，设计师融贯中西元素，运用舞台设计手法创作不同的场景，而又巧妙地融合在一起，光影交错，色彩丰富温馨，凝造悠闲，静谧、舒适的居所氛围。

玄关鲜明的黑白色调相得益彰，在半掩的红色帷帐下，揭开斗室的神秘面纱。为了呈现开放式的客厅空间，设计师特意将吧台，用通透的黄、蓝色贴膜玻璃拼接搭成，在黑白格地砖映衬下，富有浓郁的悠闲时尚现代气息。

设计师利用2米宽的简易隔墙，将狭小的空间分割出客厅和书房区域。于是有观者笑言“空间虽小，内有乾坤”。一边浓烈丰富，一边清新典雅。一墙之隔，形成强烈的视觉对比冲击，犹如舞台转景般鲜明而跳跃着。

在客厅微小的空间，更通过镜子得到最大化的延伸。天花镜面金鱼贴画和地面蓝色地毯，形成上下呼应的海蓝



鱼跃画面。黑白相间中的鸚鵡，昼夜翱翔，纷纷驻足栖息于此。再点缀温馨的蜻蜓灯光，将生活其中的人与自然巧妙地融合。时尚通明的红色KARTELL椅和中式鼓凳，与拐角处的中式梳妆台遥相呼应，并通过设计师精心设计的地毯中三条红线连接在一起，不同的肌理在此碰撞，形成完整的色系搭配。

步入书房，有简洁大方的办公桌，特别定制的胡桃木质斗柜和中式白色书柜，几分复古，几分现代，以其独有的姿态彰显出沉稳而内敛。其间一把设计师原创的深咖啡扶手椅，拥有立体的后背造型。设计师将中式五金件巧妙地与白色书柜糅合，中间摆放着设计师从不同地方淘来的陶艺等饰品。

结合弧形的建筑格局，设计师采用S形隔层收边，营造别致的挑高空间。设计师追逐着自己早年的印迹，将灰镜

与明镜的结合，弧线造型，罗马柱头的运用，和放大的外窗抽象造型，搭配镜前高耸的雕塑（雕塑概念源自罗马尼亚雕塑家康斯坦丁·布兰诺西（Constantin Brancusi）的作品《无尽之柱》（the Endless Column），寓意：从地上向天的支柱，将生命的能量推向无尽的空间，是支撑天空连接天地的支柱。），透过蓝、黄色贴膜玻璃的光线，呈现出古典而明快的教堂空间氛围。

教堂自然有天使相伴。桌上摆放着中国当代著名雕塑家瞿广慈的作品《彩虹天使》，不同于西方的天使，这是中国人自己的天使，展望着中国人自己的未来。窗台下是设计师特别定制的长椅，一款设计师原创的青花瓷圆桌，以古典造型，青花瓷饰面完成。一张高高的中式官帽椅，可转动的海上青花品牌餐椅，一幅安迪·沃霍尔（Andy

Warhol）的毛泽东肖像画，搭配设计师自己设计的中英混搭黑色椅子，背部镶嵌红色旗袍造型陶瓷，后背立体造型，诠释中国从古至今的历史变迁。窗台上的大象饰品，平添了几分稳重而富有灵性。整体呈现的是室内的户外风光，一个中西融合的院落。

站在“小院”环顾，楼梯下是一对“永不分离”的雕塑，还有设计中无意的雕塑——没有扶手的楼梯曲折向上。2F隔层S形收边，仿佛漂浮空中的楼阁。沿楼梯拾级而上，墙壁上是当代青年艺术家本·高夫（Ben Gough）的作品《狂热翼》（Frenetic Wing），如翱翔的鸟儿，振翅高飞；如自由的鸽子，带来平和。

穿过2楼的白色门框，如同舞台布景转换一样，立刻转入卧室空间，进入“花样年华”的格调中。一款设计师淘来的中国老式双人椅，透视出整个卧室空间。床背一面呈左右对称的格局，中间紫黑相间的壁纸，两侧是明镜和黑白衣柜幕帘（以布帘代替柜门，平衡了硬朗的空间），左侧一盏蜻蜓台灯，右侧一盏超现实的帽子吊灯两盏灯光照射下，昏暗而朦胧。床头两个简易怀旧的海派家具，一台老旧的小风扇，在孱弱的灯光下，仿佛来到60年代老上海幽静的弄堂，诉说着一段欲说还休的情感故事。

床的正面则呈现另外一番景象，色彩绚丽多姿，五彩缤纷。一幅电影《花样年华》海报挂画，慵懒的双人沙发椅，一条围巾随意搭在中式衣架上，在抽象的油画（香港艺术家许尤嘉Egon Xu先生的作品《蓝1984》Bleu 1984）和圆形地毯（设计师原创作品）背景映射下，加之通透的蓝色地面玻璃，颇具喜剧效果，宁静而闲适，仿佛影片中的某个镜头在这里重现：“孙丽珍”呆坐在那里，点燃了一支香烟，不抽，只是放在那里任它的烟雾缭绕，盘旋，四散，画面细腻温婉。透过墙壁上的八棱镜，随着翩翩起舞的蝴蝶走进穿越的时光，摇曳的旗袍，昏暗的灯光……

“这是对旧香港的一种情怀，是对花样年华的一种追忆！”郑仕梁先生表示，“阁楼·戏剧”表达了自己对过去生活和现在喜欢的一些记忆碎片。比如角落教堂，天使翅膀，这是儿时关于教堂的回忆。他喜欢电影《花样年华》，特意放置了1张大海报。地处上海，希望呈现一些海派味道，所以他在跳蚤市场找到一些案子作床头柜，以及一些海派的灯具。还有他最近比较喜欢的一些北欧的家具，融合中式的元素，又特意去景德镇购买的陶瓷，跨界设计了一些椅子，地毯等。





爱丽丝梦游仙境

项目地点：北京保利国际秋季拍卖——当代设计品专场

项目面积：120平方米商业建筑空间

如梦似幻的神境，超现实的幻化空间，透过红色人脸造型椅子的双眼，漫游奇妙的自然世界。仙境的设计灵感源自经典童话故事“爱丽丝漫游奇境”（Alice's Adventures in Wonderland）。在3.6米高白色折纸空间内，充满了设计

师现实与梦境的奇思妙想，白与黑的交错使用，大胆采用鲜艳的红色、翠绿、原木色等色彩，赋予空间浓郁的自然化境。在设计师游刃有余的舞台设计背景下，每个区域犹如魔幻的小小舞台，有白兔先生的引路，Alice不停地追问着，飞翔着……

梦境始于鲜红烤漆《Nemo椅》人脸造型，是意大利设计师大卫·诺凡布利颇具戏剧性的作品，透过人脸造型的双眼，从现实穿越到虚幻中，充满谜与

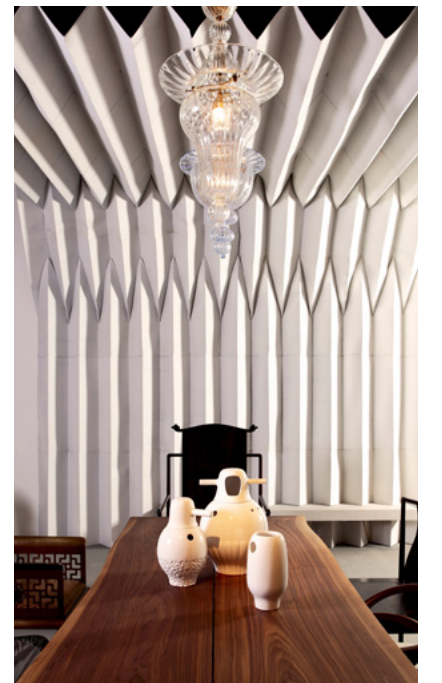


梦的魔幻乐园。步入玄关，在富有弹性与韧性的环保竹材屏风下，摆放着韩国金东郁2008年的摄影作品《塑料综合征4》，画面上的白兔先生仿佛继续着他的使命，想要挣脱人手的束缚，追赶时间的脚步，超脱现实的羁绊，神游于自由王国；黑白相间的三角图案地坪，向前延伸到绘有花草、蝴蝶等昆虫图案的羊毛丝制地毯下，透亮的蝴蝶纱帘，翠绿色丝绸落地灯矗立一旁，斑马纹的沙发椅，原木色的胡桃木四脚凳，正面五光



十色的小丑柜，在线条有序的三角图案衬托下，小丑魔幻支配着第一个梦幻舞台，伴随自然的鸟语花香，Alice和蝴蝶等一起翩翩起舞，欢呼雀跃地玩耍着，飞翔着；庭院中，点点光亮的高大白色光神树下，几把不同形状的银白色《数字手工艺桌椅》，是中国独立设计师代表张周捷先生2012年的最新力作，一幅超现实的画面感油然而生。对面红色公鸡鸣叫天明的来临，Alice停下快乐的飞舞，在光神树的映照下，穿过庭院，深入这个奇幻的自然世界中；餐厅中，线条简单的古今融合的各式冷色调座椅，在3个白色陶罐和天花3盏白色水晶泡灯的烘托下，画面显出几分冷峻与严肃。在这里，Alice重逢了可爱的老朋友们，并了解到自己身负的重大使命，要带领这个世界的居民们，推翻红桃皇后的邪恶统治，汇聚毛毛虫、白兔、疯帽子等，讨论面临的困境，与邪恶的斗智斗勇；餐厅后是衣帽间，鲜艳的红色，醒目而不失典雅。100%真丝的女士红色礼服是来自上海的80后设计师陆坤的作品，喻示了Alice的新生，在万千簇拥下，结束使命封后的画面。Alice静谧地坐在优美弧线靠椅里，在晃动中慢慢醒来，原来这只是一场梦。

离开人脸造型的双眼，却看到了喧闹而安静的现实世界。真实的空间依然存在，新的故事仍在延续着。



谈家具材料与造型的关系

Relationship between furniture material and its modelling

■ 文 刘佳

目前，家具设计材料种类很多，每种材料都有自己自身的特性。材料与家具造型都有着密切的练习，任何一件家具的造型哪怕在图纸当中表现多么完美，但是如果没有选择到合适的材料可以实现它的实体，那么这一家具充其量也只是一个“纸上谈兵”的艺术品，不能真正意义上的家具。因此在家具设计的过程中，设计师必须熟悉各种材料的性能特点和成型的特性，从而才能设计产生除造型和使用性能优良的家具产品。如果没有合适的材料，独特的造型设计就难以实现。家具的造型，很大程度上是收到家具材料的影响。也就是说，家具造型上的特点是由家具材料的性能所决定的。本文主要根据现在常用的几种家具材料的特性，阐述这些家具材料与家具造型的关系。



1 常用家具材料

1.1 木材

木材是一种优良的造型材料，具有优良的特性，在现在是设计应用中仍占据了重要的地位。如（图1）木材质轻坚韧，并富有弹性，在其生长方向即纵向的强度大，是有效的结构材料。质感良好，具有因结构原因而形成的天然花纹和色泽。但比较容易因为各向异性、干缩湿胀而导致的尺寸和形状变化，产生不同程度的开裂、扭曲、翘曲等现象。木材可以适合铣、锯、凿、刨切、旋切等加工方式，相对较易地可以在其材料上进行开槽、钻孔等，还可组合加工成型。同时，木材具有可塑性，木材在热压作用下可以弯曲成型，还可以通过榫眼、钉、胶的方法牢固而较容易地进行接合。



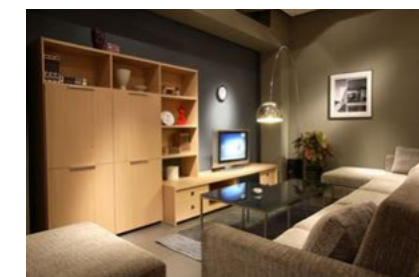
（图1）木材

1.2 人造板

目前人造板是主流的家具用材，在整个家具设计应用中占了主导地位。人造板的产生对于节约木材的资源起到了重要的作用，大大地提高了木材的利用率，并且可形成一定规格的大幅面，结构均匀，方便二次加工等优点，是制造家具的重要材料。最常见的用于家具的人造板材有中密度纤维板、胶合板、刨花板等。

1.2.1 中密度纤维板

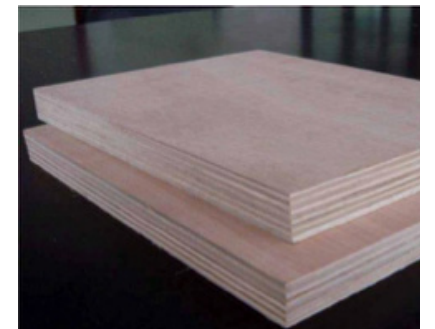
纤维板是以木纤维或其他植物纤维为原料，加入适用的胶粘剂热压而成的板材，常见的纤维板主要可分为高密度纤维板和中密度纤维板。根据材料的特性，应用在家具设计中的多为中密度纤维板。中密度纤维板机械加工性能和装配性能良好，类似于木材，可以进行锯截、开榫、铣削、砂光等。并与其他材料的粘接力强，握钉力较高。板面平整光滑、内部组织均匀、细致，具有较高的力学强度。



（图2）中密度板与中密度板家具

1.2.2 胶合板

胶合板是原木经过旋切成单板后，然后按纵横交错排列以胶粘剂胶合而成的人造板材。胶合板表面平整，纵向和横向强度较大，力学性质均匀，容易加工。由于胶合板的结构保留了木材纤维生长方向的特性，因此，胶合板也具有一定的可塑性，在热压作用下可弯曲成型。



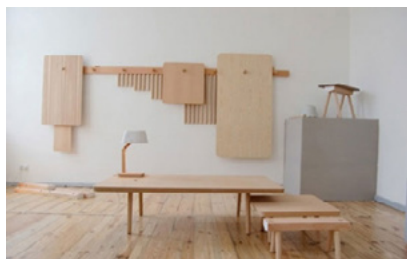
（图3）胶合板与胶合板家具





1.2.3 刨花板

刨花板是以小径木、木材加工剩余物等为原料,加工成一定规格、形态的刨花,施加胶粘剂后热压而成的板材。刨花板密度较大,边缘位置较易吸湿变形,导致边部刨花脱落,握钉力较低。



(图4) 刨花板与刨花板家具

1.3 塑料

大多数塑料容易制成透明或半透明制品,并富有光泽,色彩丰富鲜艳,在适当的条件下不易变色。塑料比金属轻,强度比木材高,可以制作成很薄且坚硬的制品。塑料成型加工方便,可大批量生产,容易进行焊接、切削、表面处理等二次加工,精加工成本相对较低。



(图5) 塑料家具

2 家具材料与家具造型特征分析

家具造型千变万化,根据家具设计中所使用的线性元素,将其造型特征归纳为以下两种形式:

第一, 直线型家具。直线型家具整体主要由直线的元素构成,包括水平线、垂直线斜线等元素。直线型家具令人感到正直,高耸、坚挺有力,平和、稳定、延展、理性的庄重感。

第二, 曲线型家具。曲线型家具主要由曲线元素构成。曲线型家具令人感到以活泼、轻松、优雅、柔和的动态。在曲线的选用上产生了一种韵律般的动感与流畅。

2.1 实木家具造型特征

顾名思义,实木家具所用材料为实木,由于木材的加工特性原因,木材可以加工成为直线型和曲线型的成品。由于木材的工艺性能,可加工成方材。或在其基础上,木材一般可根据材性的相同或相近,进行短材长接,窄材宽拼的形式进行拼接,最后形成直线型的家具。在部分家具设计中,常使用较细的线材构件,使人产生纤细、较为敏锐的感觉,则有的使用较粗壮的线材构件,给人一种厚实、稳健、豪爽、纯朴的感觉。另

外一方面, 曲线型的家具可通过两种手法表现。一是在直线型的构件上,进行刨、铣等工艺,使其外形体现出流畅的曲线美,但这种方法会一定程度上破坏了木材纤维结构。二是使用了曲木技术,通常所说的弯曲木家具,即把所要弯曲的实木加热加压,利用木材具有的可塑性,通过模型和夹具弯曲成型后组成的家具。它抛弃了繁冗的装饰,形态简洁流畅。目前大部分的家具设计中,曲木技术多用于构件当中,如实木家具中的靠背、座位或扶手等。



(图6) 实木家具





2.2 板式家具造型特征

板式家具的采用主要使用了中密度纤维板、刨花板和胶合板。由于刨花板的材性原因,刨花板多使用在一些低档家具当中,而大多数的中高档家具都是使用中密度纤维板作为家具的用材。无论是使用中密度纤维板还是刨花板作为材料,家具造型整体都是呈直线型。垂直线型的造型多用在衣柜、书柜等家具设计中,此类家具形体给人一种庄严、挺拔的感觉;水平线型的造型多用于现在相当流行的低矮型地柜、橱柜、吊柜等家具设计中,此类家具形体给人水平稳、安定的感觉。斜线的造型可用在家具的整体造型或者搁板设计当中,斜线则能给人造成一种延伸的方向感和动感。而胶合板的使用,更多的是使用在模压胶合板的技术应用中。因为胶合板的材性原因,胶合板具有一定的可塑性。因此通过模压技术,胶合板可压制成外型流畅,线条优美的曲线造型。主要体现在两个方面:

第一,整体家具的应用。通过模压技术使用胶合板制作的整体成型家具结构简约,从靠背到座面再到起到支承作用

的地底部,弯度变化大,曲线造型明显。

第二,局部的构件的应用,如座面、靠背或座面靠背一体成型。通常作为局部构件的造型,曲线幅度较小,但同样可



(图7) 板式家具



以产生轻盈的曲线美。如果是座面靠背一体成型的情况,在座面和靠背相。

2.3 塑料家具造型特征

由于塑料最主要的特点是易于成型,通过塑料注塑成型法等工艺,塑料可以发挥一次成型的优势,几乎不受造型条件限制,能塑造出各种曲面,造型多样,打造完美线型。一般而言,无论是整体造型家具还是局部采用塑料成型家具,外型多含圆角、弧线等元素,显线条自然流畅之美。

木材是一种碳储库 美国阔叶木技术推进环保与应用

Promotion of environment protection & application
by the American hardwood technology

文 《中国家具》



2016年6月23日下午第二十一届美国阔叶木外销委员会东南亚及大中华区年会新闻发布会在重庆解放碑威斯汀酒店举行。美国阔叶木外销委员会主席戴夫·布拉姆利奇 (Dave Bramlage)、美国阔叶木外销委员会行政总监麦克·斯诺 (Michael Snow)、美国阔叶木外销委员会东南亚及大中华区处长陈席镇及美国威斯康辛大学森林及野生动植物生态系教授及木制品专家斯科特·鲍威 (Scott Bowe) 以及来自国内外30多家媒体及美国木材商代表出席了发布会。

美国阔叶木外销委员会东南亚及大中华区处长陈席镇表示，举办年会的目的一如既往，旨在进一步推广美国阔叶木于家具、木门、地板和细木工方面的制造和设计应用，会有350家木材贸易商、最终用户、设计师和超过70多位AHEC成员来到重庆。此外，他还透露了近期的一些统计数据，美国阔叶木在东南亚及大中华区的出口量在2016年前4个月仍持续增长，根据美国农业部的数据，出口量同比稳步增长4.4%，达6.21亿美元，其中东南亚地区出口量上涨2%，达1.0009亿美元，大中华区的增长为4.8%，达5.2亿美元。迄今为止，2016年美国阔叶木的全球出口的总价值为11.76亿美元，较2015年同期增长0.4%，大中华区及东南亚地区分别占全

球出口量的44.2%及8.6%。东南亚及大中华地区已占到美国阔叶木全球出口总额的53%。

美国阔叶木外销委员会主席戴夫·布拉姆利奇 (Dave Bramlage) 表示很高兴本次得到中国及东南亚地区的木材行业、设计界、相关协会与团体，以及行业媒体多年来的大力支持。他在演讲中全面介绍了全球硬木板材现状，更清晰地展示了美国阔叶木的所有权、品种、分布、产量和销量以及未来的发展趋势等方面的情况。

美国阔叶木外销委员会行政总监麦克·斯诺 (Michael Snow) 代表美国阔叶木外销委员会欢迎各位嘉宾前来参加第二十一届美国阔叶木外销委员会东南亚及大中华区年会。他表示与行业新老朋友和媒体同仁的共同见证下，在过去的20年见证了中国经济的快速增长以及中美之间日益密切的商业贸易活动。现在中国已成为全球最大的进口美国阔叶木产品的国家，年会在未来在不断推广和加强阔叶木产品应用的基础上，将更加致力于促进不同木材相关行业如木材加工行业、建筑师、设计界和分销商等的商贸联系。他还以“全球的美国阔叶木”为题，对生命周期评价(LCA)标准做出概述，包括AHEC、LCA在烘干木材和平切单板中的运用，使得整个行业都



在本届年会新闻发布会上，美国阔叶木外销委员会行政总监麦克·斯诺 (Michael Snow) 以“全球的美国阔叶木”为题，对生命周期评价(LCA)标准做出概述，包括AHEC、LCA在烘干木材和平切单板中的运用，使得整个行业都朝着更加以科学为中心、更加绿色规范和设计的方向靠拢等内容。

朝着更加以科学为中心、更加绿色规范和设计的方向靠拢等内容。他阐述了木材制造的产品，例如结构梁、窗框、家具、门，有助于长期移除大气中的二氧化碳，帮助减缓全球变暖，长期管理的美国硬木森林在可持续木材生产的过程中为碳封存作出了重大贡献的观点。“具



美国威斯康辛大学森林及野生动植物生态系教授及木制品专家斯科特·鲍威（Scott Bowe）以木制品专家的身份从环保角度对美国阔叶木有关基础认识、森林资源、所有权、可持续性、森林砍伐以及认证和林业挑战做了深入的、专业技术分析的权威演讲。



美国阔叶木外销委员会东南亚及大中华区处长陈席镇透露了近期的一些统计数据，美国阔叶木在东南亚及大中华区的出口量在2016年前4个月仍持续增长，根据美国农业部的数据，出口量同比稳步增长4.4%，达6.21亿美元，其中东南亚地区出口量上涨2%，达1.0009亿美元，大中华区的增长为4.8%，达5.2亿美元。



有天然、可再生、合法的收获和可持续采购产品与非常低的能量体现材料的消耗量，比如美国硬木在越来越关注环境问题的当下有着很大的增长。目前，市场充斥着‘绿色清洗’和其他可疑的环境保护声明，这些通常只基于一个特定的属性，如竹的‘快速再生’，钢或塑料的‘再循环能力的’。而真正的材料对环境影响不能由一个单一的属性叠加，是时候让消费者和决策者们真正比较不同的产品和材料在环境中留下的足迹。”

美国威斯康辛大学森林及野生动植物生态系教授及木制品专家斯科特·鲍威（Scott Bowe）以木制品专家的身份从环保角度对美国阔叶木有关基础认识、森林资源、所有权、可持续性、森林砍

伐以及认证和林业挑战做了深入的、专业技术分析的权威演讲。“美国硬木森林的数量在1952年到2012年间，从52亿立方米增加到114亿立方米，增加了一倍多。由于目前阔叶林的利用率水平依旧非常低，美国硬木供应预测表明，在未来40年内，在不威胁长期可持续性的前提下，收成水平可能从当前的1亿立方米上涨到超过2.5亿立方米的。关于硬木的增长与消耗的分析显示，大多数美国硬木物种都有着强劲的供应潜力，潜力尤为强劲的品种有，郁金香木、红橡木、白橡木、山核桃、硬枫木。”

有关资料显示，2016年1—4月美国阔叶木板材出口到大中华区（中国大陆、香港和台湾）总额为3.916亿美元，



同比增长10.4%。其中，原木总计为1.239亿美元，单板共计为358万美元。2016年前4个月的全球阔叶木板材出口总额为7.45亿美金，其中中国占据近52%（3.85亿美元）。樱桃木显著上升45.9%，黑胡桃木快速上涨29.4%。红橡木保持首位，出口额为1.527亿美元，同比增长23.4%。

据了解，美国的阔叶林分布在美国西部、东部、北部、南部，而在东部最为集中，从北部的缅因州到南部墨西哥湾，再向西穿越密西西比河河谷，其中

尤以阿巴拉契山脉地区是盛产区。美国是经营阔叶林最为成功的国家之一，由于深入贯彻《最佳管理作业》（BMP），美国的阔叶林中的木材得以健康地生长，充满活力，也保存了大量的野生动物的生存繁衍环境和保持了洁净的河水和溪流，提供了许多休闲活动的场所。在过去的80多年里，持续改善的森林经营管理和州及联邦政府的法规，加之公众对造林有了更多的了解和更具森林保护意识，美国的阔叶林资源取得有效的恢复和再生，成就举世瞩目。

美国硬木资源丰富，树种也较多，各硬木树种木材的材面美观、物理力学性能和加工性能良好，广泛用于家具、橱柜、建筑细木工制品、地板、木门窗，是世界上重要的温带木材资源。多年来，美国的硬木森林采取可持续的经营策略，使美国硬木的生产不断上升，立木蓄积量还保持增长。近年来，美国阔叶木外销委员会对美国硬木的可持续发展开展了多个研究项目，促进了美国硬木的可持续发展。其中的经验值得我国借鉴。



探路家具企业O2O模式的运营策略

Exploring the operation strategy for furniture enterprise's O2O mode

文 赵艳丰



中国已进入了电子商务快速发展的时期，互联网也开始从传统PC端变成移动互联网。时至今日，移动互联网已经把中国每一寸土地。有专家预言，用不了几年移动互联网将会霸占中国所有行业，商业大佬马云和王健林也对此作出豪赌。一切信息表明，信息技术的变革已经让人们进入了一个新的互联网时代，这对传统行业构成巨大威胁，并逼迫传统行业必须做出改变，家具行业发展再次面临挑战。很多家具品牌也开始涉及互联网经济，寻求新的突破点，其中一些家具企业已经着手探索O2O发展模式，如何将线上采购及线下体验模式相互结合产生销售，成为这些家具企业研究的新课题。本文以L公司为案例来谈谈家具企业O2O模式的运营策略，希望能给业内带来启示。

实施O2O 模式的背景

L家具公司在北京从事板式家具行业20余年，1995年开始从一家板式家具小作坊发展至今成为北方地区业内领头羊，经销商店面多达上百个。但由于管理层之前对企业的规划脱离了行业发展方向，在南方定制家具大力发展之初，L公司坚持走标准化产品，导致手头客户大量流失。竞争初期，L企业在北方还能保持一定自身优势：例如多年在当地积累的口碑效应、交货期比南方工厂短、售后服务效率也比南方高等。但随着南方企业生产规模不断扩大，很多企业开始在北京周边建厂，L公司的优势荡然无存；同时，很多南方企业开始聘请知名代言人，品牌口碑传播效应非常快，北方消费者认可度逐渐提高，而高额的宣传费用对L公司来讲并不可行。

在产品发展滞后，品牌知名度降低，企业销量日渐萎缩的情况下，考虑到互联网销售在未来市场中的比重，L公司决定改变公司产品发展策略。其一：大力发展旗下的一个盈利项目，即橱柜衣柜项目。其二：大力发展 O2O商业模式，创建新的营销模式。面对市场压力，L公司如何借助互联网平台影响力，结合自己目前的直营店及经销店面发展企业优势，寻求新的增长点，这是O2O模式实施的核心要点。

在国内 O2O 模式早有应用，例如糯米团购、大众点评等等。O2O模式的发展非常适合家具行业的营销模式，这样讲的原因主要有以下几方面：

其一，家具产品需要消费者体验。家装投资在我们的生活中占有相当比重，与服装及日用品不同，可能一生就买两三次。它的成本比较高，使用时间长，所以购买需要慎重，而网络上只能靠图片来展示产品的基本信息，产品的表面纹理、表面处理效果、或者使用便捷性是很难体验出来的。同时家具装修讲究整体搭配，网络上的搭配效果未必与消费者自家搭配效果匹配，看得见、摸不着、搭配需要想象，这些网络销售弊端通过实体店面的体验让消费者有了全新的认识。

其二，家具运费成本高，最后一公里安装至关重要。O2O 模式占据优势，如果采用 B2C 模式，消费者买到商品后发现不适合自家需求想要退货，家具体积、重量太大导致退货成本太高造成消费者网络消费时心存疑虑。同时货到后满足了客户需求，客户还需要自己联系装修师傅进行安装。这增加了客户的安装手续，客户是非专业的，可能会因为

这些因素而放弃网络采购的想法。

其三，家具的售后非常重要，如果相关品牌当地没有店面，可能会造成售后无法及时处理或者处理成本太高，造成商家同消费者相互扯皮的现象。而线下店面可以很好的完成售后服务及处理工作。

其四，现在网络销售假冒产品泛滥，消费者可以亲身体验店面从而鉴别真伪。因为网络是虚拟的平台，很多产品为了吸引眼球，宣传自己的产品原料如何环保，但卖价非常低，这是非常不合理的。如果消费者无法亲临店面体验是很难发现的，等到产品到家的时候可能只会忍痛接受。所以线下店面可以一部分遏制虚假网络销售。

现在，几乎一种新媒体就代表着一种新的销售和渠道，微信、微博二维码的诞生让我们有了更多的渠道去整合目前所拥有的资源。作为家具行业所面临的问题就是如何将传统行业同电子商务结合起来，相信O2O模式会为我们提供更多无限可能。

L公司O2O模式的运营策略

想要实现O2O模式需要两个必要条件，其一就是有成熟的线下业务，其二是需要开展线上业务。L公司线下业务已经非常成熟，所以目前所要做的的是积极开拓线上业务。开展线上业务首先必要考虑的问题是在哪个平台上开展业务；同时L公司开展线上业务后公司的产品策略、价格策略、推广方式、物流策略等都需要作出相应的调整 and 改变。



O2O
服务接入

已整合21项优质服务
57家常用附近服务





1. 线上平台的选择

线上平台一般有厂商自建平台的方式，或者厂商加盟成熟的电子商务平台例如天猫京东等卖场。通常厂商自建平台压力大，而且起初业务经验不足，风险也比较大。所以目前最好的选择是去比较成熟的电商平台开店，因为京东、天猫这些平台已经有庞大的消费群体，客流量不是很大的问题，最大的问题是家具企业如何宣传营销自己，把自己的产品及时有效的推广给目标客户群。

2. 品牌策略

为了侧重突出客户体验的感觉，L公司的品牌策略就是在线上和线下为客户营造一个家感觉。线上为客户提供无限的家居产品解决方案，线下店面可运营为一个家与工作之外的“第三空间”。

好的家具品牌宣传的是回归家庭生活理念，但目前很多家具品牌经销展厅

的销售特点就是冷冰冰的产品展示。L公司充分感觉到客户想要归属感的心态，决心将线下旗舰店店面改造成新的家居体验馆，即集咖啡、读书、烘焙、美食、厨房、软装于一体的社交场所。它不仅代表着绿色环保家具的，同时提倡积极健康的高级生活方式。同时线上店面也可以通过这种品牌方式的建立来吸粉丝，运用微信息公众号、或者微信粉丝群来建立一个消费者喜欢的线上平台。

3. 产品策略

L公司的产品策略也需要随着品牌策略做出调整。除了目前推出的厨房衣帽间定制产品外，L公司需要引进其他一系列家居生活用品，例如马克杯、咖啡、厨房用的餐具、调料架、桌布等等。即可以满足客户体验，同时还可以进行二次、或者无限次销售，使得客户与L公司具有黏性。这对现在越来越讲究生活

品质的80、90后而言是个很大的吸引力，O2O体验店的良好环境体验，将是他们产生消费冲动的重要影响因素。

同时对于橱柜及衣帽间家具产品，L公司将继续保持绿色环保的定位。因为品牌在北方已因此拥有大批忠实消费群体，所以L公司家具将保持绿色环保特色。面对定制家具的冲击，L标准产品将更突出于产品设计使用材料的独特性。定制化产品虽然是根据家庭户型定制打造，但产品原料、设计风格会受很大限制，而标准化家具这方面的限制就会非常小。L公司致力于在产品设计和原料上达到自己的特色，拥有自己的忠实消费群。

4. 价格策略

考虑到目前定制家具的价格虚高，L公司的产品品质比市场上定制家具高，但销售价格比市场定制家具便宜，例如欧派衣帽间市场售价大约550元每平米，而L公司的售价为450元每平米左右。比欧派同类产品低20%左右，但产品原料选用的是德国进口板材，性价比非常高。这在线上品牌将占据很大优势。而欧派、索菲亚等公司产品价格如此之高，主要是由于近些年产品广告投入巨大，同时线上网络全面开花，虽然目前消费者口碑不错，但是面对众多网络端用户的选择，价格还是太高，需要买这类品牌的用户可能会舍弃网络直接去专卖店购买。

同时L公司将积极研究新的进口环保材料，性价比比目前使用的爱格板材高很多，从而降低自己的生产成本，争取那些选购国产环保等级高的消费者。目前L公司使用环保等级为四星级的，是业内使用最好的原材料，成本相应比竞争对手高出很多，近些年因为人民币对外升值有些进口板材的成本也有所提高，L可以在使用爱格板的情况下，同时选择和国内价格差不多的性价比更好的进口原材料推入市场，从而在价格方面能占有主动优势。

5. 推广方式

与传统广告行业相比，互联网广告行业现在具有巨大优势。依赖于庞大数据库信息库，经过精细的数据处理后进行有针对性的推广活动，可以达到事半功倍的效果。互联网公司制作成本只是传统公司的10%甚至5%，也大大降低了广

告成本的投入。O2O模式宣传的重点就是要目标客户得到自己的家具产品信息和公司价值观。

所以做到这点必须要依托于互联网平台，从互联网公司那里获得数据信息，进行市场调研，数据分析，确定受众客户群，通过互联网广告发送到这些人的邮箱、手机上，一方面大大降低了成本，一方面可以直接到达目标群体效果更为直接。

除了广告媒体方面的推广，L公司在运营中还可以进行很多推广活动，例如特定时间挑出不同类别产品进行活动，刺激客户消费积极性。采购L公司的家具或者橱柜后还可以有很多免费服务，例如免费上门保养，家居生活顾问等等。同时L公司推出使用本公司橱柜10年，免费更换门板的活动，使用十年后自家产品就可以更新换貌，这对消费者来讲是一个很大的卖点。L公司在产品推广中的核心就是：绿色环保，回归家庭。所有的推广主题需要围绕这个概念来讲，让忙碌一天的人们回到家以后切身体会到舒适的感觉。

6. 物流策略

传统家具行业进入电子商务中面临的最大挑战就是：物流中最后一千米的服务。消费者投诉的最大问题就是家具产品的配送安装问题。目前很多淘宝电商的家具品牌不负责送货上门和安装问题，因为这个原因从而消失了很多潜在客流量。为了解决这个问题L公司采取了两种解决办法。

1) 因为L公司主要业务在北方，所以北方地区经销商实力很强，L公司进军电商后对当地经销商并不是一种打击，而是相互合作。互联网平台实现的当地产品的安装售后均有当地经销商来完成。对于经销商来讲也乐见其成，L公司多年来因为外埠产品宣传不到位，所以当地的市场虽然销量不错但还是远远不如国内一些知名品牌，通过这种相互合作的方式一方面增加了品牌知名度，第二增加了业绩销量，达到共赢。

同时在二三线城市，因为销售人员的专业性或产品资源的缺乏性，消费者有更大的需求空间可以去发掘。L的产品从造型上讲究“颜值”，从使用性能上讲究“价值”，从工艺处理方面讲究“细节”，从服务态度上把握好每个“环节”，将这种产品和理念引入二三线城市

相信会挖掘出消费者很多潜在需求。

2) 对于当地没有经销商的，一般都会有比较大的家装公司进入，比如北京的实创家装公司店面基本遍布全国，L公司可以和这些家装公司合作，在家装公司店面设立自己的产品区域。线下销售可以和家装公司合作，线上实现销售由家装公司负责安装和配送。

以上两种方案可以非常好的解决消费者安装问题及售后服务问题。尤其很多消费者根本不专业，家具配件和构造对他们而言是非常陌生的，如果只是网上安排发货，由消费者自己找专业师傅安装或者自己安装，不论产品是因为安装技术不到位产生问题，还是因为消费者不专业导致家具部件损坏，都会给消费者体验带来非常糟糕的影响。这种影响可能导致消费者对网购家具产生畏惧心理，所以物流方式的选择决定着L公司O2O营销模式的成败。

7. 体验服务

体验服务主要指线下店面的的一些内容，L公司可以就公司产品特点简单明了的在店铺网上进行宣传，线下的时候可以采取很多贴心的服务。例如，推出导购宝app，让客户可以自行到店面体验；根据消费金额报销客户一定交通费用，加深客户的体验意愿；同时店内设立很多书柜等，满足很多宅男宅女不愿呆在家里，但喜欢找有家庭氛围的环境看书的意愿；店面的导购员有烹饪经验，可以很清楚的告诉客户，选购厨房用品或家具用品时，销售导购可以根据自己的生活经验对客户提出专业的建议；店面周末推出烹饪课程，适合很多三口之家带着小孩来体验，不用担心因为装修看家具带着宝宝不方便的感觉。

同时来店消费后可以拿到L公司推出的一张会员卡，后续采购家具产品可以享受折扣，同时生日或者纪念日可以得到公司快递的纪念卡或免费纪念品。L公司希望通过以上方式充分增加与客户之间的沟通，并通过客户的积极反馈进一步了解后续产品开发的重点，及服务需要关注的重点。通过这种为客户营造家的氛围，一方面传递家庭价值观，另一方面使得客户与公司具有很强的黏性，这种黏性与其他竞争对手很难破坏的。

8. 专业知识储备

传统家具行业管理人员知识储备不

够，但懂得电商的人可能对家具行业又不了解，所以L公司要发展O2O商业模式必须为该项目匹配合适人才。家具市场上很少有既懂电商的技术人员，又有了解家具市场的资深营销人员，所以L公司首先需要调整人员架构问题，整合两类人才资源。一旦整合成功将事半功倍，一旦失败可能对L公司此次项目造成非常严重的后果。同时对L公司管理层的知识储备也是一次挑战，管理层必须具有敏锐的行业洞察力和学习能力，以至于公司发展遇到困难时可以及时校正方向。

9. 公司资源的分配

L公司在发展O2O营销模式的情况下还需要保持传统店面渠道的投入，所以资金投入对L公司将是一个挑战。同时还是经销商的利益平衡也需要考虑，如果线上销售产品挤压经销商的利润空间，让经销商无利可图也将影响经销商的积极性。同时公司发展O2O营销模式需要看公司店面资源是否足够，对于没有覆盖的店面需要和当地大型装饰公司合作，这些对L公司而言都是新的挑战。

10. 地区试点——全面辐射

L公司并不急于在全国范围内推广O2O模式，公司决定采取“地区试点”的方式。先以北京作为试点，可以先将北京的一两家直营店改为体验馆进行试运营。北京推广成功后再逐步向经销商推广，最终向其他城市辐射。所以前期不用太大的资源投入。待销售渠道辐射完成后，再在外埠成立体验馆，逐步完成系统店铺的改造和O2O模式的全线推广。

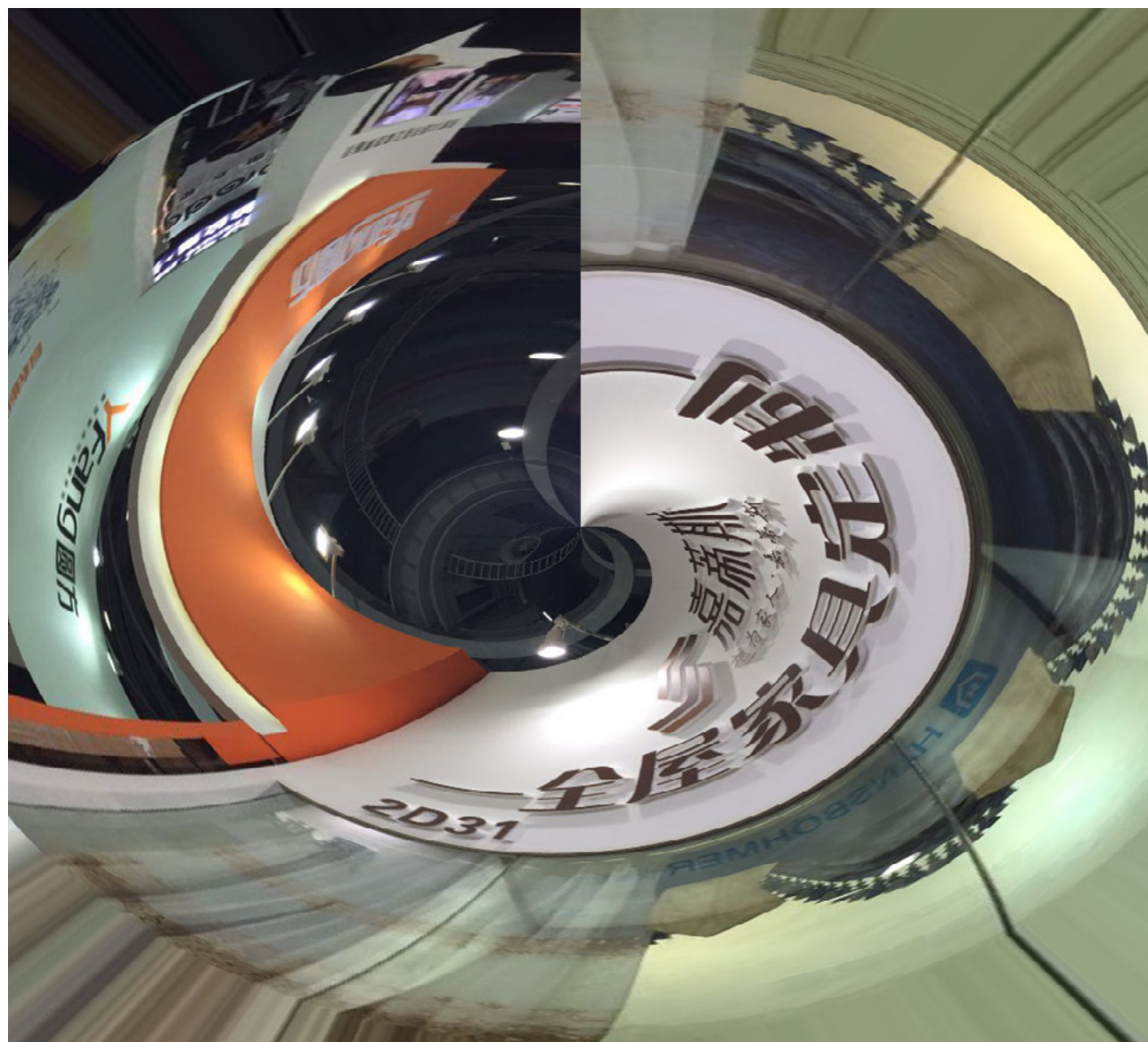
而且，目前中西部家具销量增量明显，跟随国家城镇发展的脚步，相信未来几年中西部的增长率将持续超越东部，例如西安、成都、兰州等，这些增长率比较高的城市将会成为L外埠体验店首选城市。

总之，在现今中国，随着智能手机的迅速发展，互联网的扩张速度远远超过人类的想象。未来的世界将被移动互联网掌控，传统家具企业如何在这个大浪潮中保持生存发展，是现在家具管理者们都需要重视的一个问题。希望本文的案例能给其它家具企业带来启发，让业内管理者们积极地探讨O2O模式的可行性，抓住一切机会对企业进行改革和创新，以在竞争激烈的市场中站稳脚跟。

定制家具市场火爆引起的思考

My consideration for the booming contract furniture market

文 卢杰



2016第六届中国广州衣柜展日前落幕，定制、全屋定制成为本届展会热议话题。据业内专家分析，随着定制家具在商品房及二手房装修渗透率的提升，定制家具将成为家具行业中的细分成长性子行业，未来每年有望保持18%以上的增速。至2020年，我国定制家具市场规模有望达到1606亿元。

业内人士分析，得益于楼市回暖，定制家具未来成长空间巨大。2015年，房地产市场持续复苏，全年累计商品房销售面积增速达6.50%，定制家具市场则充分受益于一、二线城市的回暖及二手房占比的提升。一方面，新房装修尤其是在毛坯阶段装修需求使定制家具优势加大，二手房占比提升更加有利于定制家居市场；另一方面，目前定制家具市场主要集中在一、二线城市，三、四线城市还有没定制家具概念，因此一、二线城市地产市场的结构性回暖将对定制家具更加有利。

定制的概念就像服装的流行趋势一样，仿佛是一个轮回。早在上世纪80年代，市场上就已经有了定制家具，体现在木工上门打家具。几十年后的今天，定制热潮又流行回来了。近几年，定制家具市场越来越热，市场需求旺盛，飞美、尚品宅配、索菲亚这些一开始就专注于定制家具的企业，生意风生水起，这也吸引了很多传统的成品家具企业，百强、意风、红苹果等企业也开始涉足定制家具市场。这次“定制”究竟是一时之兴还是长久之计？

供货周期不再是短板

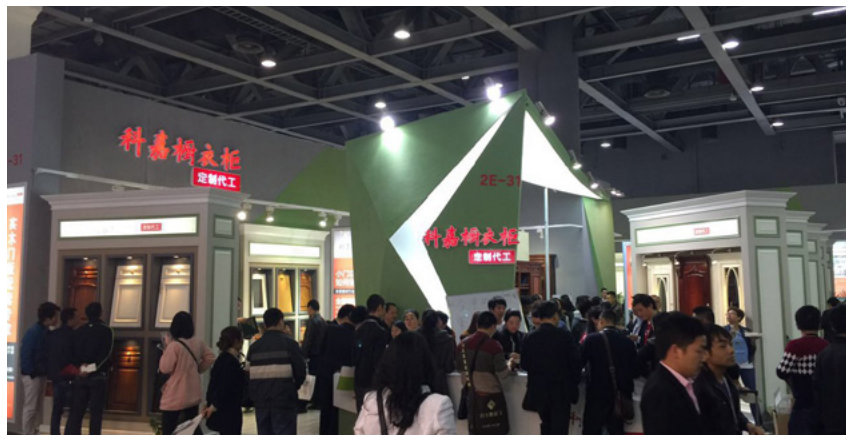
“定制，供货时间会很长吧？”很多消费者提到定制，都会有这样的疑虑。

成品家具大多储备一定量的库存，因此某些畅销款式的供货周期很短。而定制家具的特点，决定了定制家具需要在收到订单后再投入生产，从而使得其供货周期普遍长于成品家具。

“我们原来的供货周期是40天左右。”飞美家具总经理周凯军说，现在不少成熟的定制家具企业已经可以做到15天交货，这与成品家具相差不多，甚至比成品家具具有优势。

“之所以能向消费者承诺15天交货，与定制家具企业工厂管理水平的提高、系统成熟度的提高有密切的关系。”在周凯军看来，企业专注定制这么多年，时间不可跨越，经验不可逾越。

有业内人士指出，目前定制家具容易出现问题的环节往往是设计和安装。市场上定制家具企业的定制能力参差不齐，出问题的很多，如果没有很好的设计和安装团队，消费者很容易吃亏。定制家具可以充分利用空间，增加更多的储存功能，但能否实现这些功能的关键是设计方案，只有科学、合理的设计方案才能真正发挥定制家具的功能。此外，定制家具对安装团队的安装能力要



求很高，特别是对产品的熟悉程度及安装精度方面。

定制与规模化不矛盾

有专家认为，定制家具与整个行业向规模化、工厂化方向过渡相矛盾。从经济学层面考虑，企业要想实现利润最大化，需要规模化生产，而定制家具是个性化产品，无法批量化作业，这就难免会降低效率，影响了企业甚至整个行业实现利益最大化。

更是不愿具名的业内人士声称，定制只是一个概念，从销售的角度来讲，定制就是个噱头，你要什么样我给你什么

样的，具体出什么效果就不一定了。

关于定制家具无法实现规模化生产，百强家具总经理何弘毅告诉大家，这还在于个人的理解。全屋定制是标准产品和个性化定制相结合，这与追求利益最大化并不冲突，因为定制产品里也有标准化部件。

“定制家具也可规模化地生产。”飞美家具总经理周凯军说，飞美2009年就能做到规模化的定制。他指出，定制家具生产企业实现规模化，需要有专门的定制软件，通过软件就可以自动优化订单，合并同类项，一些订单里面加工属性一样的板件可以一起批量生产。

这种数字化系统还可以有效减少因定制带来的材料浪费。“定制家具比成品家具价格高，比例在10%—15%。”何弘毅说，这是因为定制家具涉及到材料浪费。如果加工不能实现数字化，生产定制家具就会费工、费时、费料，就像买衣服一样，买成衣价格便宜，量身定制的价格就贵一些。但经过专业数字化软件优化过的生产流程，便能够有效降低材料浪费，从而降低定制家具成本，而体现到终端就是售价降低。

一时之兴还是长久之计

有业内人士认为，现在定制需求之

所以如此旺盛，与北京部分房子的户型结构不合理、房型不统一有很大关系，消费者为了躲开管线、规避房型的不合理不得不选择定制。但从长远来看，开发商会注重设计户型更合理、更趋一致的楼盘，减少由于老百姓根据需求拆房子拆隔断造成的建筑垃圾和资源浪费。

成品家具企业现在做的家具未必与老百姓的房型相吻合，但是长远来看，成品家具虽然不主推家具定制，但是成品家具企业也可以改尺寸，也在越来越往满足消费者的储物和收纳需求方面努力，以后可能定制家具和成品家具之间的鸿沟就没有现在这么大，定制的火热程度会慢慢淡化。

现在老百姓的审美需求尤其是年轻人的审美需求可能还不是很完善，喜欢家里堆得很满。但是可能随着时间的推移、随着每个人年龄的增长，更崇尚少即是多。举例来说，很多设计师的家，就不会出现太多的定制家具，而是更喜欢用自己搜罗的小物件、植物等来填充空间，也更能留出空间自由呼吸。

现在老百姓的消费观念很多都是快速消费，一件家具不会想着使用二三十年甚至传给下一代，所以定制家具暂时满足了老百姓的需求，所有东西都是唯一性，针对一套房，或许以后人的消费观念会改变，会更追求精致和传承。

聪明的定制家具商家嗅到了高利润的气息，消费者最初对于家具的板材和款式有要求，却又懒的与成品家具企业慢慢协商，就找到了定制家具厂家，定制厂家让设计师与消费者对接，消

费者需求得到满足，家具价格便也高一些。毕竟定制家具与成品家具相比还属于新兴的不成熟的产业，随着行业的竞争越来越激烈，利润便会下降，那时候是不是还有这么多的企业涉足这一行业呢？

全屋定制是未来发展新方向

全屋定制是指家具企业在大规模生产的基础上，根据消费者的设计要求来制造的消费者的专属家具。定制家具的兴起，最初主要集中在定制橱柜、定制衣柜等领域，主要由于国外流行的整体厨房、壁柜移门的传入，以及厨房、衣

柜对房屋空间利用的要求相对严格等原因形成的，随着家具企业生产技术的提高和我国居民对家具消费理念的成熟，定制家具逐步拓展到卧室、书房、客厅、餐厅以及厨房等全屋家具领域。全屋定制是定制家具行业的发展方向，虽然年轻，但已经展示出了气蓬勃的发展实力，在不久的将来，全屋定制将在中国的整体家具市场，必然会成为主流。

定制家具的柔性制造生产，标志了定制家具真正实现工业化定制生产，实现全自动化大批量生产，缩短交货周期，降低成本，生产效率及消费者体验得到最大满足。





十六年励精图治 十六年倾情专注

联通创业16年，矢志专注于家具配件的研发与制造，与中国家具企业风雨同行，共同感受中国家具业的跌宕起伏。在这难以忘怀的16年历程中，我们与中国家具界同仁建立了良好的沟通与协作。正是如此，才有了联通企业今天在业界的口碑和成绩。
面对同行业激烈的竞争，我们深知只有不断创新，才能超越自我，再创未来新辉煌。
联通人，诚挚携手中国家具业，同发展，共辉煌！

品质 联通 未来

全国各办事处联系电话

北京: 010-67375288 / 上海: 021-62458811 / 青岛: 0532-86727209 / 沈阳: 024-85900855 / 武汉: 027-83945227 / 成都: 028-87573560
西安: 029-88367816 / 石家庄: 0311-86815651 / 大连: 0411-84492426 / 哈尔滨: 0451-84027499 / 常州: 0519-85351999 / 济南: 0531-85806800
杭州: 0571-8645-7836 / 福州: 0591-83643337 / 深圳: 0755-28252287 / 佛山: 0757-23879620 / 中山: 0760-88610772 / 东莞: 0769-85915610
郑州: 0371-67397030

浙江联通家具配件有限公司 ZHEJIANG LLTT FURNITURE FITTINGS CO., LTD.

地址: 温州市经济技术开发区中片天台山路16号 Tiantaishan road 16 economic development zone Wenzhou city
Tel: 0086-577-86555511 86555518 Fax: 0086-577-86555500 PC: 325011 E-mail: info@zjlantong.com http://www.zjltp.com

小配件 大不同 小产品 大事业



Provide Best Woodworking Machinery and Furniture Raw Materials
for Furniture Production, Decoration and Engineering Fields
为家具生产、装饰装潢、工程应用领域提供精良装备和材料的优质平台



FMC CHINA 2016

第二十二届中国国际 家具生产设备及原辅材料展览会

2016年9月8日-11日 8-11 Sep 2016

上海新国际博览中心 Shanghai New International Expo Center



微信号 mugongzhan

fmcgle.com 家具制造在线
木工机械及装饰工程专业采购平台



Concurrently with 同期举办
Furniture China 2016
第二十二届中国国际家具展览会

Tel: +86-21-64371178
Fax: +86-21-33275105
Email: fmc@ubmsinoexpo.com
www.fmcchina.com.cn



