



中国

CHINA
FURNITURE

中国家具（卷）2015 年第 3 辑

家具

专辑：

一路向东 世界随行

2015年“第二十一届中国国际家具展览会”专题报道



中国财经出版社



jjgle
家具在线

jdgle
酒店在线

ddgle
装饰在线

xiugle
休闲游艇在线

JIAGLE
家店装休在线
www.jiagle.com

fmcgle
家具制造在线

Qigle.com
清洁产品在线

Denggle.com
灯饰在线

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

提高效率

“智”造家居，力克鼎力相助

提升效率、满足严苛的生产时限并提高生产能力。了解如何最大限度延长正常运行时间、提高流程灵活性以及促进持续改进。

“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>

Lectra



Chang,
生产经理

MAKE
IT WITH
LECTRA



《中国市场经济信息库》系列丛书

主编：彭森 贾杰

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

特邀编辑：钟蓓红 欧阳昌骅 池敏华 董晓瑜

投稿邮箱：chen.qi@ubmsinoexpo.com
或cq701123@163.com

广告与发行

营销总监：高海燕

广告、发行部：杨鸿明

广告投放热线：86-21-64371178*2068



封面介绍：2015年“第二十一届中国国际家具展览会”在位于上海浦东的新国际博览中心和上海世博展览馆同期展出，时间为9月9-12日，展出面积约35万平方米，有来自25个国家和地区的近3000家企业参展。今年在浦东的中国国际家具展一大亮点是有来自25个国家和地区的220家海外品牌，图为西班牙 MARCELO IBAN EZ 公司产品。

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.marketingservices@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 150千字

2015年9月第1版 2015年第1次印刷

广告经营许可证：3102292040892

书号：45095-0270

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 2015

第二十一届中国国际家具展览会 The 21st China International Furniture Expo

9.9-9.12 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

Sourcing Design and Export Furniture in Pudong

展会导览图可至前台领取

Show Guide could be found
at reception



微信 (WeChat)



展会 APP 手机客户端

www.jjgle.com





Contents

2015年第3辑

专辑

SPECIAL ISSUE

2015 年“第二十一届中国国际家具展览会”
The 21st China International Furniture Expo
(Furniture China 2015)

10 展会专题报道

Furniture China 2015 special report

22 参展企业联播

Brief introduction of exhibiting enterprises

66 原创产品选登

Selected products with original design

82 DOD 作品选登

Selected works of DOD



10



22

66



62

WWW.IMM-COLOGNE.CN



Living
Interiors

卫浴和室内设计盛事



CREATE. FURNISH. LIVE.
科隆家具展

2016年1月18日-24日

室内设计精英汇聚一堂。

年初“开门红”：一月份，地处欧洲中心地带的科隆家具展 (imm cologne) 盛大开幕，为潮流趋势和发展动力定下基调。全球家具精粹齐聚 LivingInteriors，这里不但有独一无二的家装理念和无与伦比的室内设计，更有最新颖的卫浴和室内装修方案，您可以尽情体验和探索。



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

评论与综述

COMMENTARY & OVERVIEW

- 92 第三次工业革命和家具业的未来 许美琪
The 3rd Industrial Revolution and future for
furniture industry

经营与管理

OPERATION & MANAGEMENT

- 96 破解家具企业物流的三大“硬伤” 赵艳丰
Remedy for the three major “drawbacks” in
logistics for furniture enterprises

家具与装饰

FURNITURE & FURNISHINGS

- 100 Art Deco—摩登年代的艺术符号 刘慧珏
Art Deco—artistic symbol in modern times
space
104 衣柜风格及选购方式 乔洋
Wardrobe style and selection ways

设计与工艺

DESIGN & TECHNOLOGY

- 108 再造，重新给予生命！ 本土创造
Reborn by BENTU
为完美家居而来
112 “家装4.0”设计横空出世 《中国家具》
DICKSON launches “house decoration 4.0”
design



@DESIGN
SHANGHAI
中国国际家居设计周
SHANGHAI HOME DESIGN WEEK

2015.9.9-15

200多场
设计活动

上海全城300
多个店铺参与

9月相约「中国国际家居设计周」

FURNITURE
CHINA
2015 第二十一届中国
国际家具展览会

2015.9.9-12
上海新国际博览中心 上海世博展览馆

THAT'S
MINE
我的态度
FURNITURE 设计
CHINA 2015 联展
DESIGN EXHIBITION

主办单位



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

官网: www.shdw.com.cn 联系电话: 021-33392141



关注设计周微信
领取设计周福利



Contents

展览与市场

EXHIBITION & MARKET

- 116 美国阔叶木在中国市场保持增长原动力
——第二十届美国阔叶木外销委员会 (AHEC)
东南亚及大中华区年会在南宁召开 《中国家具》
The American Hardwood Export Council's
20th Southeast Asia & Greater China
Convention held in NanNing
- 120 2015 中国旅游饭店业床具发展趋势报告
中国饭店床具研究中心
2015 bedding development trend report for
China Tourism Hotel Association



企业与产品

ENTERPRISE & PRODUCT

- 126 原材、技术与专注引领
春喜硬木厚积薄发——专访青岛春喜硬木制造
有限公司 《中国家具》
Interview with manager Chen Yanling of
Qingdao CX JOY Hardwoods Co. Ltd.
- 128 商海悠游 尊木论道
——“尊木汇”总经理谢小斌先生专访
《中国家具》
Interview with General Manager Xie Xiaobin
of ZUNMUHUI



132 动态与信息

MARKET & TRENDS

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	中国国际家居设计周	7
Jiagle.com 家店装休	封二	美国阔叶木外销委员会 (AHEC)	9
法国力克 Lectra 公司	1	浙江温州联通家具配件有限公司	91
2015 年第二十一届中国国际家具展览会	3	2015 年第二十一届中国国际家具生产设备及原辅材料展	封三
2016 年科隆家具展 (imm)	5	览会 (FMC)	
		鸿昌涂料实业有限公司	封底

亚洲设计 • 亚洲制造 • 美国阔叶木产品

www.americanhardwood.org



KODA公司美国黑胡桃木椅子





一路向东 世界随行

——2015年“第二十一届中国国际家具展览会”

专题报道

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

■ 文 《中国家具》



9月的上海，将成为全球家具行业更为瞩目的焦点。中国国际家具展将与广州家博会秋季展在同城开展，虽然这对两个展会来说是短兵相接，面临竞争，但对于来自国内外的买家来说，更是扩大了中国家具市场，增加了洽商、合作的契机。中国国际家具展将苦练自身内功，完善和发展自身的核心竞争力，力争在集天时、地利、人和于一体的浦东，为广大展商和观众献上一场饕餮的商贸盛宴。

据了解，2015年“第二十一届中国国际家具展览会”继续在位于上海浦东的新国际博览中心和上海世博展览馆同期展出，展出时间为2015年9月9—12日，展出面积约35万平方米，有来自25个国家和地区的近3000家企业参展，与此同时，还有数百家联动的“中国国际家居设计周”、“第五届上海国际室内设计节”和“展店联动”等外围活动，从家具行业拓展到大家居领域。



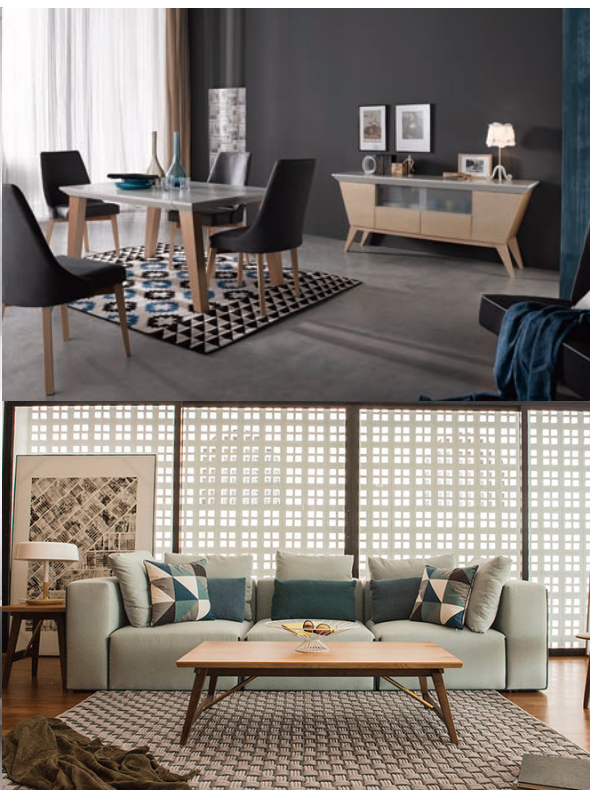
堪称“全球现代民用家具展商最多的商贸展”

根据不完全统计，2015年“第二十一届中国国际家具展览会”的现代民用家具参展企业数量达1279家，创下了历史新高，较上一年增长19.09%，而2015年上半年全球一些大型家具展的官方会刊统计数据显示均没有超过千家（3月份东莞名家具展829家、广州家博会春季展663家，4月份米兰家具展854家）。展会主办方表示，现代民用家具展商数是中国国际家具展览会吸引海内外160个国家和地区近10万观众的核心竞争力所在。而这一核心竞争力是展会自2000年转型“为出口导向型”奠定下的坚实基础，亦是数万亲临中国采购的海外买家的采购需求所推动的。2009年展会制订了“高端内销”的展览方针，将这一竞争力推向了更高的高度。2011年，展会大力倡导“原创设计”，从W5设计馆到DOD设计师作品展示交易会，都将这一核心竞争力推向了全新的层面和高度。





E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



海外品牌为买家带来多元和国际化的贸易选择

2015年在浦东的中国国际家具展还有一大亮点，有来自25个国家和地区的220家海外品牌，展会新增了土耳其和澳大利亚，海外展团共有9个国家，而这些海外品牌大多数是享誉全球的知名品牌，因为在浦东举行的中国国际家具展是他们进入中国市场的第一选择，LigneRoset（写意空间）、Parisot、Alsapan、Sifas、Gautier、Country Corner、Meubar、Evan、VincentSheppard、Verdon等均悉数到场，瑞士和巴西家具企业今年新加入海外军团，可谓是全球风尚、绽放浦东。





E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



沪上一个闪亮的设计 新视点“我的态度”

由展会主办方推动的丰富多彩的设计活动是近几年中国国际家具展的热门话题，为了让这一设计品牌竞争力得以延续，2015年展会主办方将统一规划，所涉及设计元素各类活动展览均标注“我的态度”统一标识，并将延伸至全城，成为沪上一个闪亮的设计新视点。

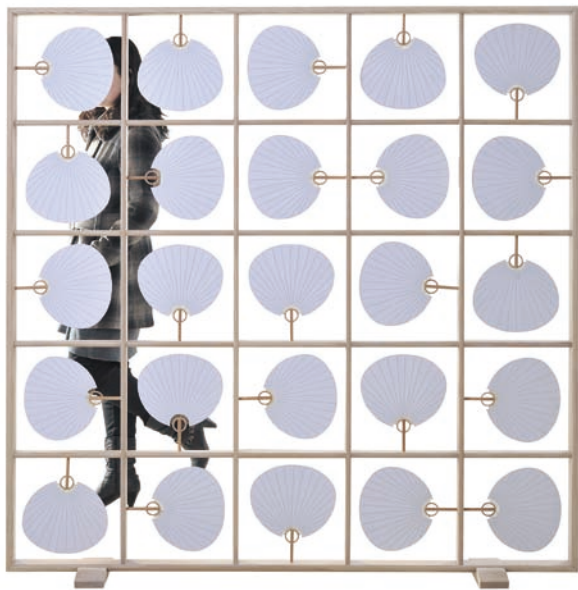
将在展会期间新国际博览中心3号大厅举办的“中国国际设计师作品展示交易会”（简称，DOD）已成为独立设计师走向市场的首选平台，今年有近百名独立设计师和设计机构加盟，其中不乏有被APEC会议选用的恒云木言以及在“豆瓣”上被热捧的吱音，展示面积达到近5000平方米，比去年增加80%。新加盟的设计公司还有：不二设计、BUT设计、初度设计等，更有原创品牌：失物招领、觅途、熏工房、冬官、山舍、摆设、木经阁、谷富、戏出东方等。3年来，DOD积累了近350名独立设计师和设计公司，其原创品牌资源已成为中国家具设计产品交流与贸易的重要平台。

据了解，2015年“我的态度”设计联展的主场在E8B馆毗邻3号入口大厅及E7馆，深圳工业设计协会、中国室内装饰协会年度奖优秀作品、金斧奖展示区、中国国际家具展历届创新奖金奖作品展示区、优秀院校作品展示区以及优秀企业作品展示区都将在这里亮相。

位于E4馆的Home Plus 生活概念馆今年的主题为“俱集”，邀请到设计师吴作光进行设计，并与知名媒体《私家》共同打造，为观众呈现一个“互联网+展览”的家居潮流地带。推出的概念是，人会因某一事物或某一事件吸引而“俱集”于一处，旨在通过家具的集合，吸引来自各个领域的设计爱好者，包括设计师、学生、参展商、消费者等，大家齐聚一堂，以不同生活方式、交流沟通方式在这里汇聚。希望通过这个生活概念馆所提倡的交流互动的生活方式抛砖引玉，启发思考，如何让设计更好地改变人们的生活方式和生活态度。此外，今年还会开辟“新材料发布”区，以材料板的形式作为整个潮流趋势的引导。

中国国际家居设计周（9月9-15日）是与中国国际家具展览会同期举办的外围设计类活动，已连续成功举办了三届，届时将与第五届上海国际室内设计节同期举办，从“家具”迈向“大家居”领域，用设计打通家具、建材、家装、灯饰、软装、艺术、收藏、设计的壁垒，共建大家居设计盛宴。届时，在为期一周的时间里，家具展、展示厅、家居卖场、概念店、个性小店、设计师工作坊、画廊、文化机构都将成为沪上一道靓丽的观展风景线。

主办方将在新国际博览中心对面的喜马拉雅酒店举办设计大会以及设计师之夜，这个活动已连续举办了四届。“设计师之夜”是中国国际家具展的加分活动之一，2015年更将成为声、光、电色交融的盛大派对。据悉，本次“设计师之夜”以蓝、绿、红三种色彩分别喻示“申城之光”、“绿色之旅”和“闪耀之夜”三个篇章，并将金斧奖、创新奖和金点奖的三大颁奖典礼穿插其中，为酒会带来一波波的高潮。





展会专辑 EXHIBITION ALBUM



产业集群的形象代表 将集体亮相 上海世博展览馆

上海世博展览馆2015年做出了大幅度调整，1号馆展出全国40大家具产业集群中质优价美、独具地方特色的高性价比家具产品，包括六大展区：“中国好沙发”、全国家具产业集群群英会、钢铁柔情、实木风情、智慧空间、中式古韵。2号馆FMC Premium打造为高端精品馆，美国、法国、瑞典、马来西亚等多国展团助阵。3号馆：软体家具面辅料及配件、家具板材与表面装饰，其中包括亚洲国际展团、大麻家纺展团、余杭家纺展团、海宁家纺展团等实力展团热情参与。

助推行业升级转型是多年来中国国际家具展的使命和责任，上下游联动以及新材料新技术在家具生产中的应用已体现在主办方展前推出的一系列活动中。2015年，上下游产业联动在浦东的上海世博馆将迎来新高度。有关资料表明，中国家具行业自2003年第一个特色区域命名以来，全国现有37个已命名的家具产业集群，其中绝大多数为制造型产业集群，分布在我国12个省市，其中广东、浙江、江苏等家具制造大省的产业集群占了14个。今年，这些产业集群优秀的形象代表将齐齐亮相世博展览馆，既有生产制造型基地，例如实木家具基地江西南康、山东周村软体家具产业集群、江西南城校用家具基地，也有商贸名城乐从、蠡口、大岭山、西部家具商贸之都武侯等，还有新兴的电子商务特色基地江苏睢宁，古典家具的重地大涌、仙游、玉环、三乡、涿水等均会闪亮登场。本次产业集群集体展示在中国现代家



具史上是第一次，既展现了中国作为世界第一的家具大国的生产、商贸实力，也体现了作为中国制造业重要组成部分的家具产业实现“中国制造2025”的努力和决心。

值得一提的是，作为中国家具协会主办的展会，中国国际家具展览会一直以行业发展和进步为己任，将推动行业转型和可持续发展作为自身的使命，因此，扶植原创设计与推动上下游产业联动也成为近几年展会的办展宗旨和方针，产业集群群英展示会正是在这一大背景下孕育而生的。在展会期间，还将举办一系列的会议活动，共商产业转型大计。9月10-12日将在展会现场举办亚洲家具大会、产业集群群英大会、中国家居设计大会、电商大会，还将颁发中国家具金点奖、家具产品创新奖、金斧奖等一系列奖项。

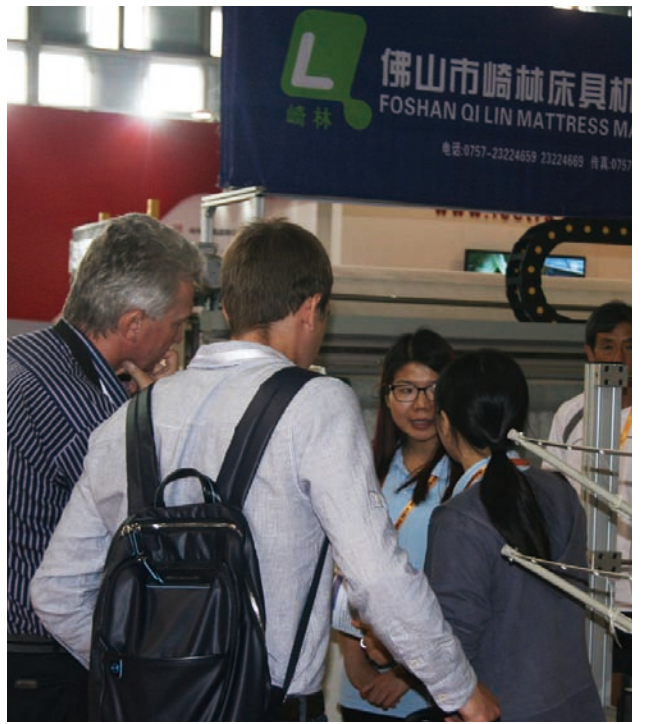
展会主办方还将通过上下游产业联动、设计对接等多项活动帮助产业集群集体提升，助力行业整体转型，推动我国家具从制造大国转向制造强国的发展。此外，由设计师、家具企业、面料企业联动的“中国好沙发”活动第二季目前正在如火如荼地开展中，由三方共同打造的“中国好沙发”将继续在上海世博展览馆展出。

中国家协发起的家具业 制造“机器换人” 大作战

2015年，中国国际家具展览会同期继续举办“第二十一届中国家具生产设备及原辅材料展览会”以及“中国国际家具配件及材料精品展(FMC PREMIUM)”，展会将在上海世博展览馆和新国际博览中心两地同时举办，约700家企业参展。其中，新国际博览中心展品包括：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等；上海世博展览馆展品包括：涂料化工、软体家具面辅料及配件、家具板材与表面装饰等。其中FMC Premium在世博展览馆将全方位优化展位布局，标准展位与光地相结合，汇聚业界国内外高档产品与品牌，以精品馆形象面对目标观众，实现精品配件一站式采购的体验，为展商和观众营造更加开放、自由、舒适的欧洲小镇采购氛围。

值得一提的是，由中国家具协会发起的家具业制造“机器换人”大作战将在展会期间的上海浦东新国际博览中心拉开帷幕，这是首次由中国家协牵头的联动上游家具和下游机械生产设备的展会展会活动，代表中国国产最高木工机械生产水平的江苏江佳、南通国全、江苏力维、济南星辉等企业将现场演示机器加工和工艺。

为了培育大众对木工DIY的兴趣，体现DIY的生活方式，为木工爱好者提供一个线下交流平台，2015年FMC开辟全新的展览板块“Woodfast木工DIY体验及创意展”，将围绕木工DIY重点展示木工俱乐部、DIY设备和工具，并开设达人课堂现场免费教授木工DIY课程。活动得到了沃富特（Woodfast）、上海新境涂料的大力支持，现场将有woodfast最专业的DIY设备的展示与互动，并开展免费木工DIY培训。





越来越多的饰品企业向软装设计服务转型

“中国国际家居饰品展”2015年又有61家新品牌亮相，其中华东地区占35%，参展企业数近200家。英乔实业、上海禾饰、醉美艺术装饰设计、艺芊间、BuySmart、SUBASI HALI、AUTHENTIC MODELS等都将为今年展会的新亮点，为家居饰品行业带来新的采购通路，这显现出上海将成为下一个家居饰品中心，与珠三角遥相呼应。

近年来，越来越多的参展企业正从单一的产品生产企业转型为整体家居的生产服务模式。除了提供系列型的产品，越来越多的饰品企业向软装设计服务转型，为家具企业、室内设计公司提供整体软装设计和采购服务。今年参展的家居饰品企业中不乏一些老牌企业，维维贝拉、福远家居、蒂法、德德、你可居、法诺、迪斯凯、微体等，也有一些新加盟的企业参与，美莎、品诚物齐、新印象等。

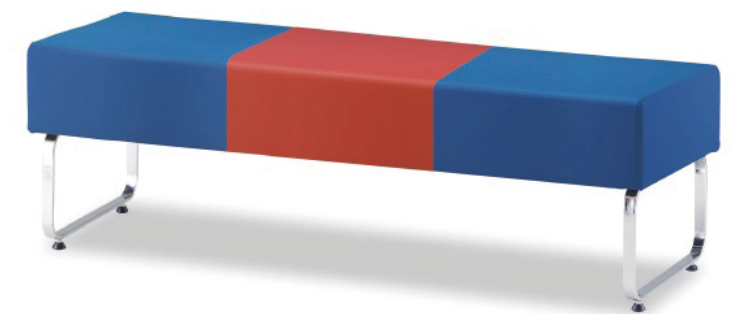




办公家具带来了韩国最in的办公家具新时尚

2015年大韩家具工业协同组合联合会（KFFIC）组团12家展商参加本届“中国国际办公家具展”，产品涵盖了办公椅、保险柜、办公家具等系列产品，带来了韩国最in的办公家具新时尚。据悉，2015年5月韩国衣恋集团旗下Modern House正式进驻中国，上海成为其开启中国市场的首个门户。Modern House是韩国家居生活馆代表品牌，是韩国最早以生活方式为主题的方式运营的家居品牌。

另外，办公科技体验馆以“科技办公 日新月异”为主题，位于办公家具展主馆E7馆的入口处，参加的品牌有高田、卡贝隆、舒森、盈联、乐孜等。品牌展示、科技体验、论坛分享会，观众可以切身领略科技带给办公环境的改变和效率。



2015年9月，上海将迎来举世瞩目的中国家具行业盛会！
上海欢迎您！浦东欢迎您！



**FURNI
TURE
CHINA
2015**

**2015
第二十一届中国国际家具
展览会**



W1B12-Vincent Sheppard



W1B11-1-Recor

W1A01-Fermob



W1B28 Korea Pavilion



W1A28-Ivena International Pte Ltd

W1馆（国际品牌馆）

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。

W1K11-2-VYM SOFAS



W1K11-3-MARCELO IBAÑEZ

参展企业大联播

Brief introduction of exhibiting enterprises



W1A08-Evan



W1B11-2-Sofabed



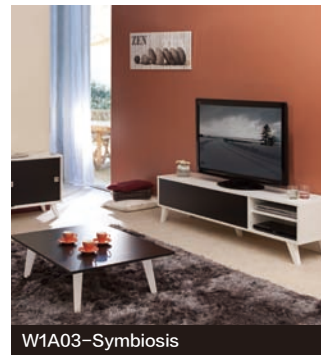
W1F28-Star Furniture Pte Ltd



W1A18-Korea Tech & Art Co.Ltd



W1B06+W1A02-Celio



W1A03-Symbiosis



W1A06-MEUBAR



W1B01-Demeyere



W1B16-Theuns Furniture



W1H18-Koda



W1H02-Alsapan



W1F23-Rowico



E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



W1K10-FRANCO E HIJOS



W1H07-WOJCIK-AGATA



W1H01-Sifas



W1D01-Gautier



W1D36-Eurosa Furniture Co(Pte) Ltd

W1B03-LIGNE ROSET

W1B08-Ebac

W1H36-Bellagio Asia Limited



W1F36-MCAsia



W1H03-GAMI



W1K18-IRIS



W1K12-VIRTUS



W1K06-MECHINI



W1D32-Rare Dragan



W1D28-Unique



W1K11-1-FENICIA



W1K08-REN-WIL



W1B15-BelgoFurn



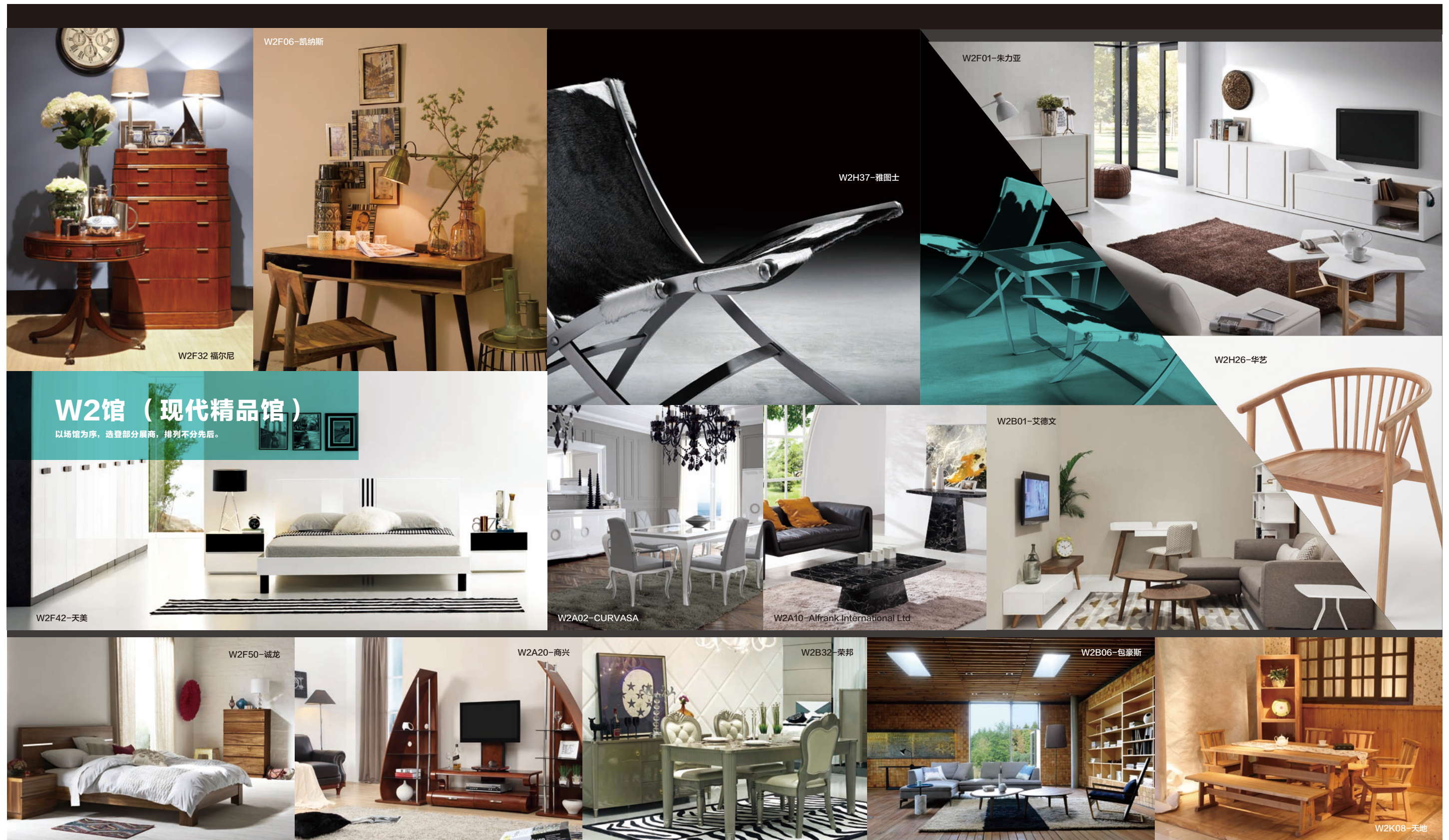
W1K01-ORION



W1B18-D&D



E 展会专辑 XHIBITION ALBUM





参展企业大联播



W3D18-亨斯达



W3B16-欧琳轻工

W3

W3B20-乔逸



W3H50-万航



W3D27-本土创造



W3B01-风华国际



W3D28-斯高



W3H02-长实

W3D10-林登

W3D12-致艺家具

W3馆（现代精品馆）

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。



E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



W4H32-广州拓源

W4馆 (品牌设计馆)

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。

参展企业大联播



W4B28-辉航



W4A20-莫克



Bielago
W4H03-IMPULSES



W4F38-Sharda



W4F18-星威



W4H02-Singapore
Furniture Industries
Council



W4B38-威廉



W4D18-森川



W4F26-宣明典居



W4H30-艺维斯



W4A28-SURYA



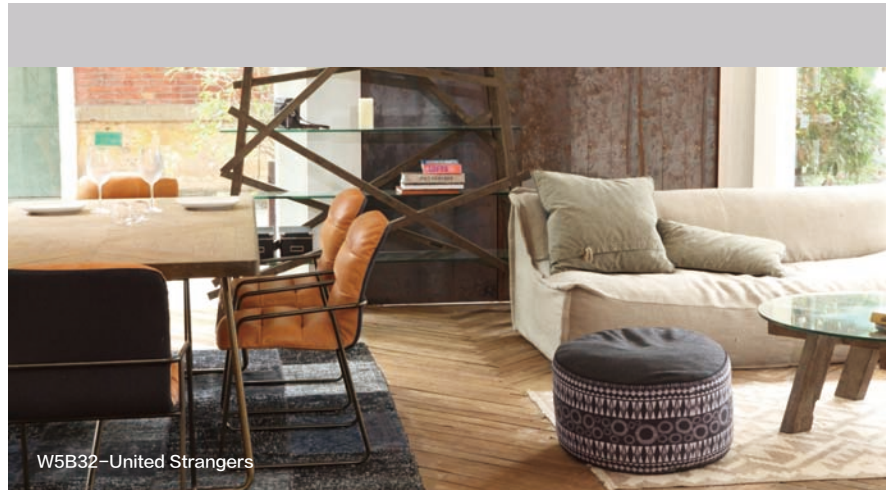
W4F28-喜盈门



W4H24-华意空间



E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



W5B32-United Strangers



W5A05-丰贺群



W5H02-迪信家具



W5B38-弘晔



W5D12-KARE

W5F40-Platform

W5F02-东建



W5D28-巴厘风情 (列奇)



W5B02-科默



W5B42-布加丽



W5馆 (原创设计馆)

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。



W5F06-宜格



W5K06-南通通派

W5D48-The RUG collection



W5D38-夏盟



W5B22-矩正家具



E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



E1J08-深圳禧亚



E1D08-D12顾家工艺



E1馆（沙发品牌馆）

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。

E1B26-Mekaliving

E1F20-左右



E1A30-吉美



E1H20-欧诺雅



E1F08-Alexander & James



Zero Gravity Recliner

E1H12-恒昂



E1J01-安迪柏臣



E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



E2B28-世纪品高



E2D32-威莱诗家居



E2F22-Oumazing International Furniture Pte Ltd



E2E38-美家



E2C36-欧莎

E2馆（沙发品牌馆）

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。



E2D30-元宗



E2F06-康城

E2A16-Diamond sofa



E2B08-裕喜



E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



E3J01-维迪家具



E3H26-翔欣



E3H12-美意家具



E3D10-Kemi

E3馆（沙发精品馆）

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。



E3B01-志豪



E3H20-川洋



E3A08-FortunateSapphire

E3D12-东莞凯骋



E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



E4馆 (客厅概念馆)

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。





E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



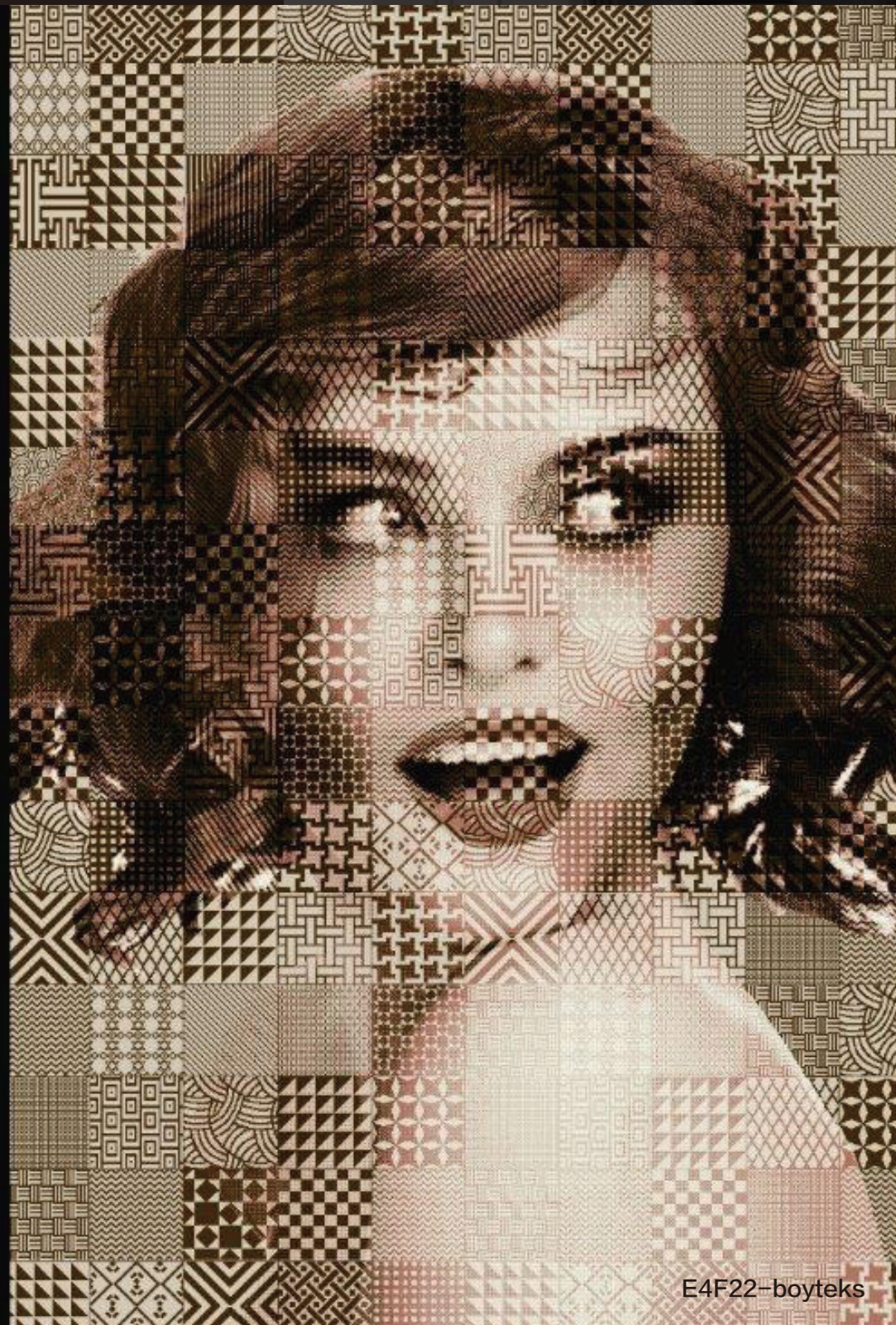
E4H18-深圳德民



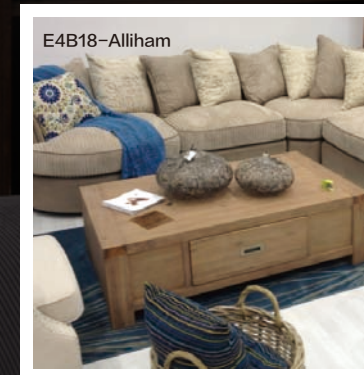
E4F28-贝蒙



E4F30-宝雅思



E4F22-boyteks



E4B18-Alliham



E4H36-庄家万昌

参展企业大联播



E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



E5D26-耀亿



E5B26-福乐添



E5D22-奥妮蒂斯



E5馆（睡眠概念馆）

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。



E5H26-欧风

E5B30-Avante Australia Pty Ltd



E5B20-佛山宜奥科技



E5B01-席梦思



E5F30-盛信



E5F02-Reverie



E5D32-舒福德



E5H08-中深爱的寝具



E5B10-普风



E5B11-东莞市依莲娜



E 展会专辑 EXHIBITION ALBUM



E7F05 Korea Pavilion



E7E10-A 高田



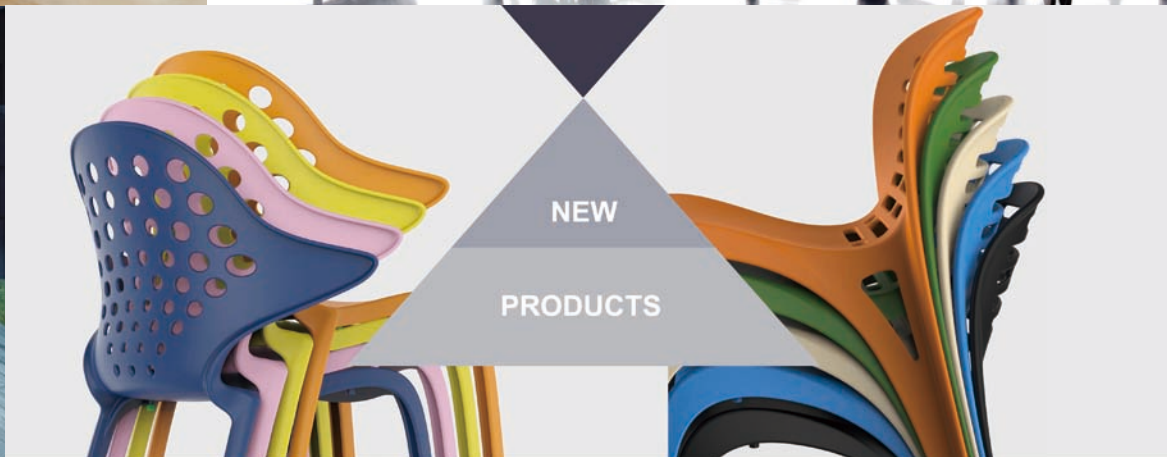
E7C12-南方



E7D25-联胜



E7E10-B卡贝隆



E7D18-中义



E7D09-朴诚



E7馆（办公家具馆）

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。

参展企业大联播



E7C13-双爱



E7D01-三茶会



E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



E7C29-永鼎



E7F15-变形元素



E7E13-斯纳格



E7A04-集大



E7E10-E乐致



E7F01-帝雅思



E7A15-育才



E7D22-美嘉



E 展会专辑 XHIBITION ALBUM

N1馆（新古典馆）

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。



N1C23-宝狮



N1G20-和木



N1B02- N1C12-Turkey Pavilion



N1G11-乐家



N1C16-玛润奇 Monarchy



N1E06-申瀛



N1G01-罗瓦莎



N1A18-富乐居



E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



HFH-N2C03-上海艺芊间家居饰品有限公司



N2A22- N2C40-Malaysia Pavilion



HFH-N2A01-上海雅米装饰设计工程有限公司



N2G33-北京汉资



HFH-N2C12-环球视野贸易(深圳)有限公司



HFH-N2B01-广州市南沙区大岗景昌瓷庄灯饰厂

N2馆 (时尚古典馆)

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。



E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



N2G26-古今



N2G38-爱贝拉



N2C01-仟棵树



N2E26-米高



N2C28-威斯博



N2H01-Albatros International BV



N2E20-北京聚源斋



HFH-N2B12-宁波合美文化创意有限公司



E 展会专辑
XHIBITION ALBUM





E 展会专辑
XHIBITION ALBUM





E 展会专辑 XHIBITION ALBUM





E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



N4G18-铭镜



N4H12-赛瑞



N4G43-双乐



N4G40-索纳尔



N4F50-霸州市中龙
铝制品有限公司



N4G32-临亚



N4F07-H-朝進木業



N4F18-东宏

214



N4A01-Fox Depot



N5馆（餐桌椅馆）

以场馆为序，选登部分展商，排列不分先后。



N5H49-澳库玛



N5K04-优美雅



N5K12-光宇科技



N5B07-珍宝



N5K22-英特贸易



N5H50-圆山



N5A26-搭瓦屋



N5B28-湘辉



N5H25-艾美



N5F01-爱彼高



FURNI
TURE
CHINA
2015

2015 第二十一届中国国际家具展览会 原创设计产品选登

(选登部分展商，排列不分先后。)



United Strangers
展位号：W5B32

【Thread吊灯】

麻绳与金属的缠绕与编织造就这款文艺范独特气质的Thread 吊灯，使得这个系列已超越一个普通的摆设，而成为一款吸引眼球的家具。一盏Thread 吊灯给室内带来无尽的想象空间。

【Brownsville沙发】

United Strangers 的设计师们，都认为sofa不是简简单单的沙发，而是被赋予了更多的意义，因为沙发是家里最好的休憩

之地。忙碌一天后的疲惫身心在这里得到释放，和家人相聚，一起共享天伦之乐。

【Taco椅子】

Taco椅子以摩登复古的风格设计。这款椅子很舒适，无论是在餐桌前或是居室中都能给空间增加美感。

【Door Beam小书架、咖啡桌】

Door Beam 系列是用中国中部老宅拆下

的椽梁缔造而成，每一块木头都蕴含一段独有的沧桑岁月。设计师收集并重塑了这些材料，穿越时空，赋予它第二次生命。这是独一无二的设计，是现代设计与传统工艺的完美结合。

【军用帆布抱枕】

来自美国北卡罗来纳州的旧军用帆布，就是其中之一的设计理念。只想向世人展现最好的帆布材质，有故事的，有价值的，可以赋予新生的材质。



弘晔

展位号：W5B38

这绝对是一个引人注目的椅子，那黑镍五金脚和美观的外形，足以让其脱颖而出。黑色拉链贯穿椅子座包前部，足以衬托椅子的美感和实用性。其设计新颖，毫无疑问，这是充满美丽、足以使其他椅子与它相比较。

【KR03】

黑镍金属五金架框架，强韧的橡筋支撑整个座垫。每个组合件都经过精心的车件链接在一起，精湛的工艺水平造就一流的椅子。多种布艺或真皮可供选择。



【KR05】

铝合金倒模而成的五金脚，椅身可360度自由旋转。整个椅子都是用弯板压模而成，附上天然木皮，金属钮扣，呈现的是不一样的椅子。多种布艺或牛皮可供选择。



E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



布伽丽 展位号：W5B42

旗下主要有牛仔沙发、皮沙发、松木家具这三大系列，相辅相成，自然混搭，共同缔造了西部牛仔工业乡村复古

风的都市生活典范。产品设计的灵感来源跨越了两个世纪的冒险家生活，激发了内心对自由不羁永恒的向往。产品毫不拖泥带水的硬朗轮廓，追求舒适和牢固并存的实用主义，将数百年里冒险家们强悍的内心世界，活灵活现地带到大家眼前。粗犷厚重的木料，结实硬朗的

铸铁，豪迈不羁的疯马皮，和怀旧复古的丹宁牛仔布都是宝加迪产品的主打元素。这些略带沧桑的材质被赋予在各种简练线条和现代形体之下，展现了新旧时代的交织与更迭，正是这种新和旧的强烈视觉冲击，使产品富有生命力之余又蕴含耐人寻味的底蕴。



巴厘风情（列奇） 展位号：W5D28

Bali's 灵感源自人间天堂一印度尼西亚巴利岛，一个充满热带风情的神秘国度。经提炼和优化后，无论家私或饰品在选材上，除了保留了原有的民族特征和元素外，造型和使用方式更趋于现代和西化，使之更贴近我们的生活。

天然的竹、木、草、石与极简的造型相结合，没有雕琢的痕迹，一切都显得如此真实，自然。源于生活而高于生活，也许这就是“巴厘风情”系列产品的设计者所追求的境界……

其中“宋院南禅”茶空间系列尝试将古代文人墨客的禅茶之道以时尚、简约的形式进入现代人的生活，当天然的竹、木、草、石与极简的造型相结合，没有雕琢的痕迹，一切都显得如此真实自然。





E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



东建
展位号：W5F02

【BC363】
厚实的座垫与靠背,粗旷的外框,结实却柔软舒服,靠背底下整片再生革,就好像是披了燕尾服优雅的绅士,外型斯文却强壮有力。

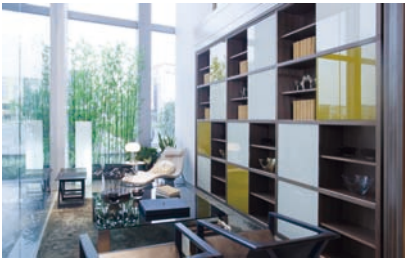


【BC391】
逃脱传统基本款椅子,不锈钢折弯处直角方正,拍打软包面料使其平顺,螺丝锁上座垫,端端正正,取而代之,再生革捆绑住不锈钢,不锈钢处弯角平顺,坚毅耐用又特殊。

【BC392】
不锈钢圆管底座,勾勒出整体线条,软包坐垫倚靠着不锈钢,完美的倾斜角度比例,像是慈祥母亲伸出双手从后面环抱着。



【BC393】
平光黑烤漆底座,土黄色皮条扶手,皮条嵌入黑铁底座缝中,搭配的天衣无缝,为此产品最大特色。座垫稍稍向后倾斜,同时兼顾时尚与舒适。



迪信
展位号：W5H02

【DFO7088 书柜】
结构分层简单,色彩运用统一,让书架具有简单、工整和大气等外观特征。结构分层设计得工整和有序,不仅简化了书架的结构带来简约工整的美感,而且由于这种工整的分隔方式,大大的增加了书架的储物能力;在颜色上,框架结构采用全胡桃木纹理,滑动门板的白色和芥末黄色,整体色彩的运用与结构在力求简单上形成统一,同时这三种颜色的搭配,给人以温暖和大气之美感。书架的奇妙还不仅如此,滑轨之上的双色门板,可以自由滑行,还可以自由拆卸重新组合,你可以随自己的喜好对书架进行重新“规划”。

【DFT6262NB 方餐台】
不加修饰的木纹,从桌子的圆心向四方延展。如火焰般的姿态,仿佛在热情而生动舞蹈;又如山脉一样延绵悠长,仿佛也在述说着优雅。不论是视觉的冲击,抑或材质的质感,都给人以耳目一新的奇妙。内圆外方的餐桌,通过自己的美丽纹理,述说着餐厅主人的自信与大方。围聚在内圆外方的餐桌上,与家人,和朋友,沿着飘渺而淡淡的木香,共同记录欢聚的美好。





E 展会专辑
XHIBITION ALBUM

南通通派
展位号：W5K06

【略影客厅系列】
传承宋代简约风格，结合现代设计理念，使整套家具更具时代感。



【文心雁栖椅】
“文心”者，器为文之用心也。此宽椅材质为牛皮配红木运用传统榫卯、生漆工艺圆融而出。椅子整体既具篆书文字之宽舒瘦劲之美。



【文心竹影椅】
采用古时家具中常用的梳背元素，S梳背的设计融入现代形制中，不仅线条舒缓流畅，坐感舒适，细品更具竹月风窗弄影之姿。



【子慕香几系列】
子慕系列香几高低丰瘦不一，造型洗练，取古典家具中直腿内翻马蹄元素，苍挺又不失灵动。崇尚文人质朴之风，舍弃浮夸造作，回归自然璞真。凸显木材本身的纹理，仅以圆方线条追逐东方文化滋养之大美。木工匠人在取材时小心合理的使每块木材都能木尽其用，构件组合线条变化间都彰显斧斤之拙的严密榫卯工艺。整体观感动静结合且结构稳固。



新嘉华
展位号：W5K18

【办公桌】
桌面是灰色钢化玻璃，柜子是MDF板喷白色高光PU漆，钢管电镀的。包装方式：一套入一箱，现在实尚设计，实用。

【拉伸桌】
材料是MDF喷白色高光PU漆，钢铁支撑铁架是烤漆的。包装方式：一套入2箱，现在实尚设计，实用，可根据消费者所需使用拉伸。



【餐桌】
桌面是MDF喷白色高光PU漆，脚是进口橡胶木，涂油。包装方式：一套入2箱，现在实尚设计，实用，适合配6个椅子。



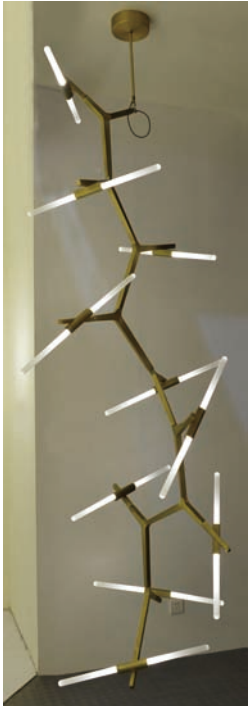
E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



夏盟
展位号：W5D38

【1161】
千丝万缕，柔情似水，却有着刚性的周身，刚柔并济。环环相扣，圈圈缠绕，灯光穿过隧道般的灯体，深邃而神秘，意蕴无穷。

【1153】
灵感源自树梢的精细分支结构，每个枝桠都会长出新生命，象征蜕变，新生，希望和坚毅。风格硬朗有型，同时有着工业时代的复古风貌。



【1149T】
流光溢彩，优美弧度，黄金比例的灯体展现了匀称美与和谐美，镜面般清晰的灯罩反射出亮丽的光影，灯光摇曳，熠熠生辉。



【1179T】
奇特的外观令人耳目一新，灯光照射效果更令人叹为观止，光源集合在其内部，两边半开口的造型透出光影，神秘而新奇，设计感十足。

【1162】
岁月的齿轮，边角尖锐的光芒，表达着时间无情第一，提醒我们珍惜时间。刚性特征十分明显，与男主人坚毅，性格相适应，放置于任何房间都会是一个令人印象深刻的存在。



矩正
展位号：W5B22

富渥得品牌家具是典型的新古典主义风格的家具。新古典主义风格瑰丽而非浮华，妩媚而不失端庄，拥有者标准式的古典美。新古典主义风格在每一个细节都拥有典雅、端庄的气质；线条的起伏，强调雕刻的立体感，它已成为一种理念，一种完美生活的衡量标准和一个美学范畴，这是追求完美的一种结果。而令人欣喜的是，这种完美并不是遥不可及的，而是艺术与生活的浑然一体。





展会专辑 EXHIBITION ALBUM

辉航

展位号：W4B28

【HE-335L、HE-385L、HE-030CL】

对于纯真，现代人有很多看法。有人认为纯真在这个社会里是没有生存的余地的，所谓“纯真”，只是用以取悦另一群有钱并且有欲的人的方法。辉航势必打破经典休闲椅的纯真，我们爱复古、爱粗狂，真皮的面料加上纯手工喷漆拉丝的铝皮，再打上附有质感的拉钉，使整张椅子瞬间给你一种粗狂，但狂野中不失它原有的稳重。



【椅CHE-400 茶几CHA-002L】

魅力来源于由内而外的深邃与和谐，减掉了高背后，不失原有的舒适感，再通过洗水牛仔布和纯手工穿接棉绳的搭配方式，瞬间散发着一一种持重而唯美的现代气息。



【椅HE-377B(1.2.3人位)、HE-381B 茶几CHA-010】

休闲沙发不再是运用单纯的材料集合而成，凝聚了文化、理念，给用户带来舒适感、认同感、安全感。辉航更是让一套经典沙发给予了新的生命力，特有的皮加上独特的花样车线，配上自制改色的木脚，椅子更是完美。辉航对椅子的改造，不仅给你视觉的震撼感，更给你人性化的舒适感！



【CHE-413、CHE-030C】

色彩鲜艳的磨砂皮加上特别手工的穿绳方式，让这种新型的搭配，让你感觉不到一丝的不适，天衣无缝的结合给了清新、简约的韵味。



【椅CHE-401、CHE-066 茶几CHA-007】

Egg chair源于1958年丹麦设计师Arne Jacabsen的经典设计，这款鸡蛋椅以有机的外形，一流的舒适感和独特的外形带给人私人空间而风靡全球！而辉航以复古的风格为背景，利用麻布和自制麻绳的完美结合，给予了这款蛋椅一个新的生命，使之更出众。CHE-413延续了蛋椅的设计理念，修改了外形，一款新的休闲椅空降与大众门前，再结合了辉航独有的椅子面料，给你一种震撼的视觉效果，而又不失原有的味道。



【HE-390】

简约是一种境界，洗涤所有繁杂后的唯一风格，因醇后而久弥坚。麻布，一种普普通通的布料，但辉航通过洗水再配上真皮边带加上咖啡色的花样车线，用一种普通的布料，制造出一张不普通的椅子。没有一丝杂质，只有简约，品味才如此深远。



展会专辑 EXHIBITION ALBUM



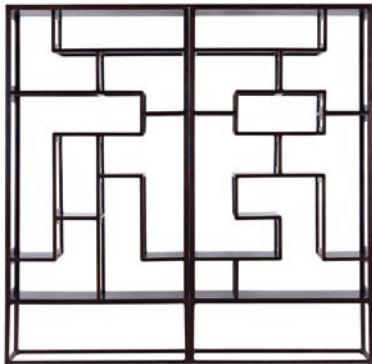
宣明典居 展位号：W4F26

【方圆系列《餐桌椅》】

《餐桌椅》的设计理念为传统与当代之融。设计时去掉餐桌上一切多余部位，摒弃华藻，继之以空灵、飘逸的线条；而桌面底部则采用双包设计，将所有结构件收纳于平整光滑的芯板。简约到极致的造型设计与考究到无瑕的结构设计，将古老的东方手工艺精华与当代审美融为一体。最初形制源于明式桌案，但对其线条设计影响更大的则是《八十七神仙卷》吴带当风的飘逸。设计者将家具线条意象为一条绸带，挥洒于壶门，气息在此婉转、延伸，潇洒、生动。

【《方圆》系列多宝阁】

多宝阁依从文化家居的设计理念，强调融汇古今，以华夏古老的吉祥文化为引导，诠释人与人之间和而不同，既各自独立又相互依存的幸福观。多宝阁不仅遵从《方圆》系列家具以外方内圆的结构件寓意“立身方正，存心柔善”的立世之本，还通过构件间的圆形转角过渡，在提升审美意趣的同时，将进退之间的哲学，舍得之间的智慧蕴含其中。设计时，福字多宝阁打破传统家具惯用的几何对称模式，从不对称中构建新的秩序，形成新的审美体系。福字多宝阁选用来自非洲热带雨林的名贵硬木，采用中国传统榫卯工艺手工制作、打磨，将高尚品质含蓄于家具的每一个细节。



【《方圆》系列摇椅】

摇椅虽以休闲家具纾解、健康、适意为设计主旨，却并未局限于人们对坐具的基础认知。在设计过程中，设计师对“人体健康舒适曲线与美”进行了积极探索，将一年多时间耗用于广泛采样、反复实践，最终得到这款直达人体最高舒适度的唯美造型。以飘逸洒脱的线条营造出一种超然物外的静境。摇椅座面采用传统手工编藤工艺，使舒适度进一步提升。结构件选用来自非洲热带雨林的名贵硬木，不仅为坐具提供了安全性保障，还将高尚生活元素融入家居。



【《自然》系列屏风】

屏风以最具华夏气质的山岳为象，在强调人与自然的关联时，更具一种精神层面的引领，体现出文化家居的设计理念。这一设计灵感来源于对大自然的观察和感悟。屏风为居室中隔断装饰之物，简约方正的形状设计使屏风摒弃了传统的凝重更具现代感，而木之隔、竹之编、麻之纺，不仅具有空灵、变化、通透的特质，还以不同的色彩与质感形成饱满的视觉效果。

拓源 展位号：W4H32

【Ventura high back】

Ventura 高背沙发，高端进口材料组合，集外观与功能为一身，线条简单流畅，风格高尚，适合于酒店休闲区、别墅花园、高端会所等场合使用。



【Ventura Sun lounger】

Ventura大圆床，高端进口材料组合，集外观与功能为一身，线条简单流畅，风格浪漫，适合于酒店休闲区、别墅花园、高端会所等场合使用。



【Ventura lounge】

Ventura休闲沙发，高端进口材料组合，集外观与功能为一身，线条简单流畅，风格惬意，适合于酒店休闲区、别墅花园、高端会所等场合使用。



【Sevilla dining set】

Sevilla 餐台椅，高端进口材料组合，集外观与功能为一身，线条简单流畅，是一款极为舒适的餐台椅，适合于酒店休闲区、别墅花园、高端会所等场合用餐、BBQ等功能专区。





E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



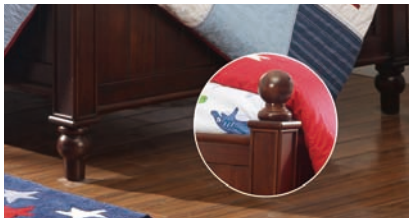
喜盈门
展位号：W4F28



【Elsa-Bedroom for children-儿童卧房系列】
淡雅的乳白色表面，柔美的线条，古典饰品

【Marathon-Bedroom for children-儿童卧房系列】
实木质感的粗砂表面，稳固而厚重的金属感边框，隐形拉手

【Downton-Bedroom for children-儿童卧房系列】
床框和床屏的线性，古典感的床柱，经典的咖啡色



让男孩有一颗勇敢的心
Let boys have brave hearts

勇敢的品质需要培养，一次挫折，一次胜利，站起来，走过去，都是勇敢的表现。Joy乐活空间，不论是床侧的边柜线条，还是整体的拉绳造型，都显示着坚韧与陪伴，与孩子们一同面对生活中的成功与失败，坚定地支持他们勇敢起来。

The quality of bravery needs to be cultivated. When falling down and meet a setback, stand up and get over. All these are expression of bravery. Joy Lehuo Area, no matter about of cabinet legs, or overall rope style, all show bravery and hale. They help children face success and failure in the life, and firmly support them to be brave.

【Bookcase/书架】

表面粗材处理，粗犷实木感，书籍与自然的天然结合



【Bedroom-卧房系列】

魅力原始木纹，古典感金属点缀



【Dining room-餐厅系列】

细腻的粗砂表面，辐射状餐桌脚，与众不同的餐柜



【Puri-Bedroom for children-儿童卧房系列】

独一无二的宝蓝色覆盖面，松软的包布床，前卫的铆钉元素，骷髅头拉手



【Living room-餐厅系列】

粗犷粗砂表面，厚重实木条，铁片点缀



【System bed-系统床】

多功能，自然。



【Bunk bed-双层床】

简单的线条，沉稳的颜色，空间利用



/design
of
designers

2015 中国国际设计师作品展示交易会 作品选登 Selected works of DOD



竹影椅

设计师：张 强
搭脑设计婉转且富有层次，配之传统疏背元素，构件组合线条变化间都彰显斧斤之拙的严密榫卯工艺。整体观感动静结合且结构稳固。

且听风吟 屏风

设计师：史小倩
且听风吟，就是一种久违的感觉，心动、风动、一种对自然界的禅意体悟，需要你从纷繁喧嚣的世界中抽身出来，静心的来听风吟唱……



云萍



设计师：袁 媛
灵感来源于水中的浮萍，轻盈灵巧又充满了生机。打破传统的大桌面设计，大小错落的茶几面组合体现了别致的空间感，同时可让物品分类陈列于茶几上。



vasca

设计师：Erik couzy
这款独特而美丽椅子，出自荷兰设计师 Erik Couzy 之手，其犀利的造型灵感来源于赛车，其设计精湛之处还在于这款椅子更为特别的背面。敞开的背面透露出一种艺术张力，绕着这个椅子走一圈。你会发现这是一个有趣的在不断变化的面。每个角度看过去都会有变化，甚至到一条线……



床垫 —— 组合款



设计师：John Chen
现代都市年轻人工作压力大，亚健康突出，睡眠缺乏。床垫是健康生活中非常重要的产品。考虑到床垫做为大体积产品，设计组合款——即分体的承受力部分，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。如：分体的基础+骗硬的环保棉；分体的基础+舒适的乳胶；分体的基础+环保棉+乳胶+羊毛。随意搭配，方便好用。



Frank Chou Design Studio

设计师：周宸宸
为产品服务，那么先成为家具工程师，再成为家具设计师。只有依托家具工程师的知识对目标企业、目标市场、生产能力等进行客观的评估，才有可能做出精确的设计产品。家具设计是工业水平以及精神追求达到一定程度后，相结合的一种方法学。两大方面都是家具产品设计师的必修课。





E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



单梁品牌

设计师：单华标

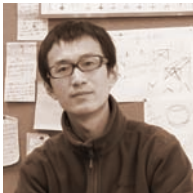
单梁致力于倡导历久弥珍的品质生活概念，专注于当代红木家具的设计和生 产，在秉承传统文化、工艺的基础上，着重探索现代的演绎。结合现代的材料、审美，对传统的红木家具进行改良。力求在简约的形态中寻求精巧的细节。同时单梁为消费者提供红木设计家具的私人订制服务。



小蛮腰衣帽架

设计师：赵 雷

木智工坊极简主义时期的代表作，它的美感来自精心设计的旋转结构。为了实现类似“小蛮腰”的优雅比例，设计师运用参数化软件模拟了不同旋转角度的效果，经过多重比较后才得以定案。它的形式极具艺术感，又足够精炼，可以超越时代和潮流，成为经典。



BELA DESIGN 本来设计

设计师：张 飞

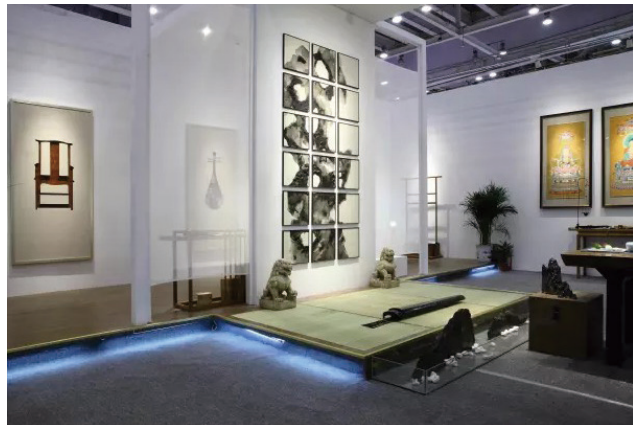
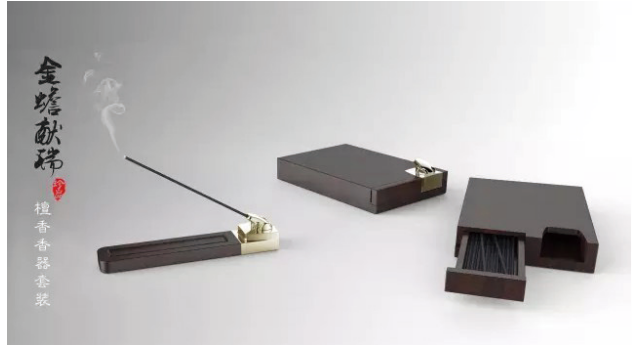
我们可以通过设计将思想与情感注入产品，让产品变得有“生命”。我们相信，通过我们的设计，会让您在使用产品时，心情更加愉悦。

我们坚持所有的原木都符合 FSC 论证，我们相信好的原木将可能会成为你一辈子的好朋友。

不二设计

着眼于中国优秀的传统手工艺，致力于通过设计创新与智能科技元素为传统手工艺带来新生命，这个凝聚着文化精髓的品牌，从一诞生就注定与责任和担当有关。

以倡导禅意生活方式为理念，让人们有更多的机会和选择来置身其间，让艺术走出博物馆，走进现代生活，让高冷的传统文化变成温情的生活所需。就像在设计风格典雅别致【不二】生活馆，在茶香袅袅中，每个人都被这里宁静淡然的气氛所感染，但似乎又远远不止这些。





E 展会专辑
XHIBITION ALBUM



山形

「山形」SHANXING 是一个创立于 2012 年的独立家具品牌。「山形」的作品包括家具、家居用品、皮革制 品，及与家有关的物品。



十竹九造

设计师：杨剑、陈肖宇
源于对竹子的热爱，我们共同选择做一件安静细微的事情，于角落里自在开放，默默悦人，却始终不引起过分的热闹和关注，保持独立而随意的态度，对于十竹九造来说，这就很好。我们用竹材来完成每件原创产品的所有重要组成部分，竹本身是可持续性速生植物，所用原材料供应充足，因而从源头上，我们就为您节省产品原材料的支出，让价值体现在工艺上；同时想让更多人享受到我们的产品，所以坚持自主设计、生产、通过网络直接销售，避免出现各种中介代理费用，因此使产品价格更低。



独钓纸巾盘

设计师：党心宇



失物招领

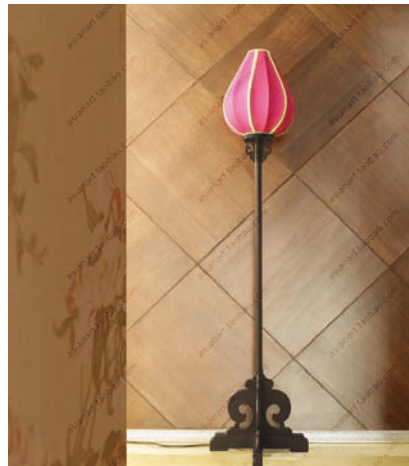




E 展会专辑 XHIBITION ALBUM



摆设



烹工房



太阳神



褶皱灯

设计师：辛瑶瑶

褶皱纸灯的特点是表面有突起的自然纹理叠加交错，如同自然生长的藤蔓覆盖整个灯的表面，交织的纹理起支撑作用，同时带来装饰效果。





E 展会专辑 EXHIBITION ALBUM

观云系列

观云系列 —— 花几

一枯一荣，即是因果，一起一坐便是生活，当下生活只顾埋头向前走，早已没了观云的心情和浪漫，借云抒情，让云彩抽象掠过，让气韵流转其间，家具脱胎于传统制式，姿态谦逊平和。

观己系列 —— 书架

静坐在茶香袅袅中细品书香，怕是最惬意不过，书架融入古建筑琉璃花窗的经典图案，夜深还照读书窗，书窗外，是一册纸书，书窗外，更是深远的远方。

观己系列 —— 角几

沏香茶一杯，静思小憩。“几”沿是受民居琉璃花窗造型启发，小心地寻找合适的比例与长度，用细腻的方式表达出典雅的气质。



花几



花几



书架



角几



观己系列——餐桌、琴椅
汲取古民居屋檐之精华，整体线条大气灵动，与古琴尺度相符，却自生一番，风前月下扶心琴，此时无声胜有声，的境界。

善善
观观
己己
人人
者者
观观
心心

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

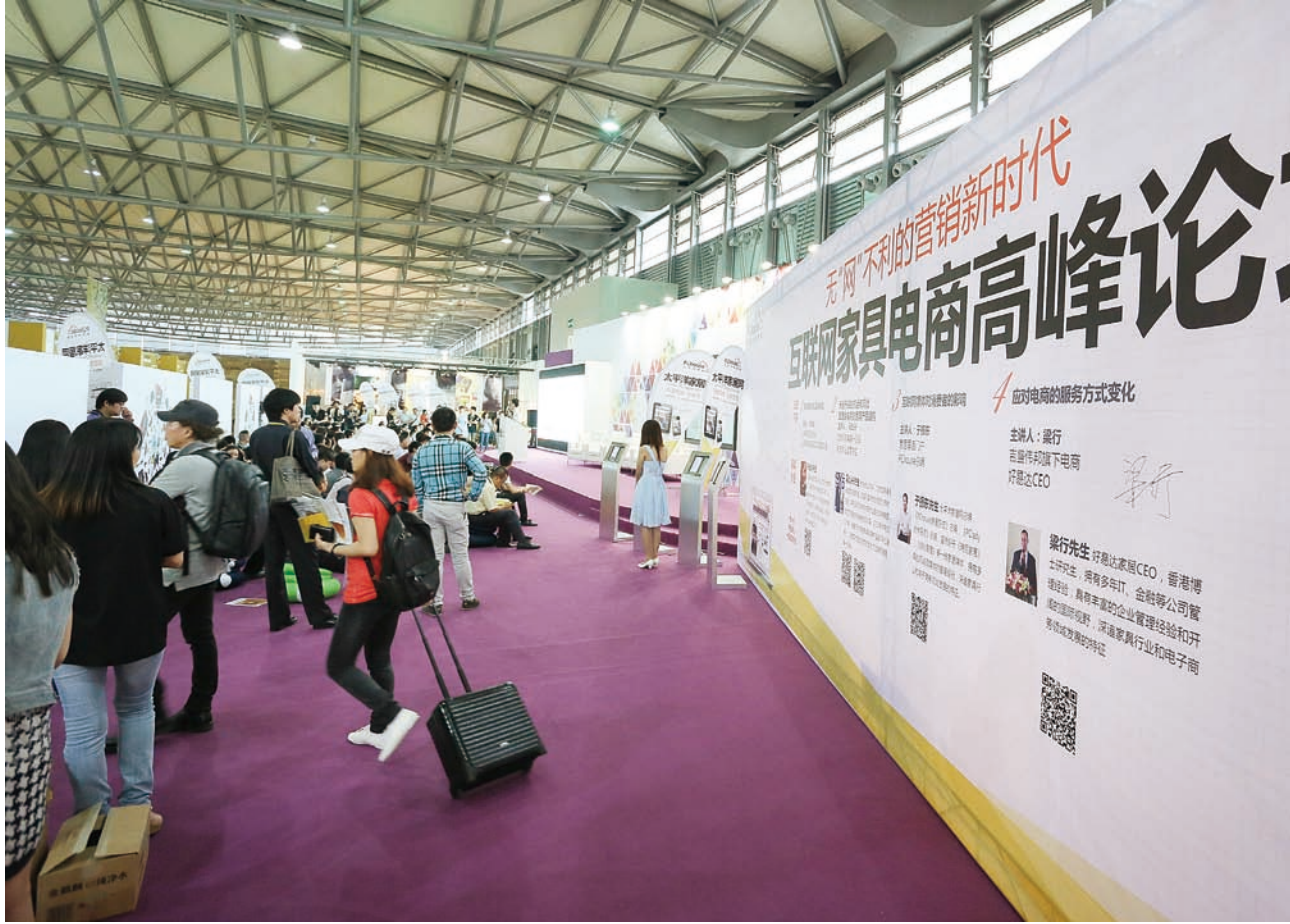


第三次工业革命和家具业的未来

The 3rd Industrial Revolution and future for furniture industry

■ 文 许美琪

摘要：“第三次工业革命”是指通讯革命与能源革命的汇合。通讯革命指的是互联网时代的通讯与以前相比发生了革命性的变化，今天有23亿人可以发送自己的声音图像，更加直接地联系在一起。能源革命指的是“新能源”——太阳能、风能、潮汐能、生物质能源等等“分散性能源”正逐渐取代传统的煤炭、石油、天然气等“集中性能源”，发生着革命性的改变。而二者的汇合则是以前者管理后者，使人类的社会、政治和生活形态产生革命性的变化。第三次工业革命已经预示着大规模的城市、集中化地使用传统化石能源的生产方式和生活方式已经不合时宜。既然第三次工业革命将带来人们聚集方式和居住方式的深刻变化，那么显然家具的生产方式、销售和物流配送方式、消费方式就会相应地发生巨大的改变。



美国著名的趋势学家杰里米·里夫金(Jeremy Rifkin)于2011年推出了他的《第三次工业革命》一书(中信出版社, 2012年)。他是“第三次工业革命”的始作俑者。其实, 杰里米·里夫金对中国的读者并不陌生, 早在1990年我就读到他和霍华德(Ted Howard)共同撰写的著作《熵: 一种新的世界观》(上海译文出版社, 1987)。这本著作是继1972年美国马萨诸塞理工学院的丹尼斯·米都斯领导的一个17人小组向罗马俱乐部提交了一份《增长的极限》的报告, 对当代西方增长的文化进行了批判。报告指出, 由于地球的能源、资源和容积有限, 人类社会的发展和增长必然有一定的限度。用倍增的速度去求得经济和社会的发展, 注定会使社会在物质和能源方面达到极限, 给人类带来毁灭性的灾难。

与《增长的极限》相比, 《熵: 一种新的世界观》涉及的领域要广泛得多, 而且意义更为深远。作者把熵这个物理学的概念广泛应用于哲学、心理学、经济学、政治学、社会学以及西方文化的各个领域。作者在此书中预告了

牛顿—笛卡尔科学观的死亡, 驳斥了鼓吹不断增长的资本主义经济思想, 但最后却得出了历史是一个不断倒退、衰亡的过程这个悲观结论。

但可喜的是, 杰里米·里夫金并没有因此而沉沦, 今天他又推出了《第三次工业革命》, 使我们在他曾经预言过的黯淡未来中又重新看到了人类的希望。

什么是“第三次工业革命”呢? 简言之, 它是通讯革命与能源革命的汇合。通讯革命指的是互联网时代的通讯与以前相比发生了革命性的变化, 今天有23亿人可以发送自己的声音图像, 更加直接地联系在一起。能源革命指的是“新能源”——太阳能、风能、潮汐能、生物质能源等等“分散性能源”正逐渐取代传统的煤炭、石油、天然气等“集中性能源”, 发生着革命性的改变。而二者的汇合则是以前者管理后者, 使人类的社会、政治和生活形态产生革命性的变化。

通讯革命与新能源汇合, 可以形成分散式、合作式的能源。“分散式能源”同目前“集中式能源”的煤炭、石

油、天然气等主要能源的区别在于: 传统能源获取的成本很高, 必须借助规模化、从上到下和垂直化的架构; 分散式能源则随时随地可以获得, 每天的日照、风吹、粮食、海水甚至生活垃圾都可以转化为能源, 大多数人都可以接触到“分散式能源”。现在欧盟都已经认可这一模型, 并试图建立起支撑第三次工业革命的5大支柱: 支柱一是变燃烧碳基化石燃料为使用可再生新能源; 支柱二是重新认识构成世界的一砖一瓦, 将每一处建筑变成就地收集可再生能源的“迷你型能量”采集器; 支柱三最难, 涉及储藏, 要将氢和其他可储存能源储存在建筑里, 利用社会全部的基础设施来储藏间歇性可再生能源, 并保证有持久可依赖的环保能源供应; 支柱四是利用网络通信科技把电网转变为智能通用网络, 从而让上百万人可以把周围建筑产生的电能输送到电网中去, 实现资源共享; 支柱五涉及运输, 要形成以可再生能源为动力的插电式、燃料电池型电池构成的交通运输网。更重要的是, 必须把这些支柱集合到一起, 因为它们单个而言是没有意义的。例如美国在一地



C 评论与综述 COMMENTARY & OVERVIEW

造太阳能电厂，在另一处造电池厂，这些设施花费了巨资却没有成效。

有人认为，欧债危机表明欧盟需要以信息技术为核心的“新经济”已经是第三次工业革命了，而能源革命则是第四次了。杰里米·里夫金认为这是不对的，人们对历史演进存在着很大的误解。两者都属于第三次工业革命。只有当通讯革命与能源革命结合，才会带来经济样式的巨变。新能源革命需要通讯革命来管理。回头来看，在19世纪，加速发展的印刷技术生产出了可供阅读的材料，管理起以蒸汽、煤炭为动力的能源；20世纪，把电力和电话结合在一起，才有了后来的变化。现在人们明白了，信息技术可用来管理分散的能源，通过能源网络把它集中起来可以实现共享。例如一个类比是，数以百万计的年轻人在互联网上分享音乐，导致唱片公司销售收入跌至冰点。这时唱片公司才真正体会到这种技术的威力所在。能源也可以通过这样的方式来分享。

第二次工业革命至今以来，人类社会并没有发展成一个理想完美的社会，相反却是问题越来越多。资本主义和社会主义都面临着巨大的挑战，在许多方面还不能自拔。人们在寻找出路。第三次工业革命将通过基础设施建设，带来成千上万的工作和生意。这些基础设施自身也可以创造出新的商业模式，比如3D打印。二战后，美国经过第二次工业革命而成熟起来。但是在1900年代，美国已经开始为第二次工业革命建造基



础设施。经历了1929年的大萧条和随后的战争以后，1950年代，艾森豪威尔总统开始了美国的州际公路系统的建设。这是美国历史上最大的公共项目。1950到1980年代，产生了大量的工作岗位，美国进入非常繁荣的时期。之后，就是最近20年的衰退。很少有人知道，美国之所以能够有积蓄、能消费，用的其实就是第二次工业革命积累下的财富。现在，不仅是美国，全世界范围内的第二次工业革命都已经达到顶峰，开始走下坡路了。出路就是第三次工业革命。第三次工业革命后的基础设施建设完成以后，它会为所有的人提供一个竞技场，让每一个人都参与其中。这既不是资本

主义，也不是社会主义，两者都有，甚至超越了两者。因为它要求每个人都是创业者，创造信息和能源，生产产品。

现在，中国政府和一些经济学家们热衷于城镇化和工业化，但是，真正的问题在于能否摆脱传统的中心化思维方式。换之以一种分散化、水平式、合作式的思维方式来组织商业。这是划时代的变革。对于中国这样一个有13亿人口的大国来说，如果不转移到水平式的思维方式上来，那就不会有什么出路。现在，我们必须像以前生产信息那样来生产能源，这就要求我们把思考范围扩展到全球经济、政治空间。对亚洲而言，在向第三次工业革命的转型中，关键要看哪个国家能够在传统的国内市场完成相应的基础设施建设，并且让它们运转起来。不再像以往那样出口一个个单独的部件，而是将整个基础设施技术出口出去。实际上，人均资本投入只能解释经济增长中的14%，过去20多年的研究表明，其余的86%则取决于热能动力的效率。归根到底，经济活动是从自然资源和物质储备那里获得能量的，而不是凭空产生的。一门生意的成功与否同劳动力成本的关系已经不大，真正重要的是能源成本。所以，在这个不稳定的过渡期——第二次工业革命正在消亡，第三次工业革命初生，能源成本就成了关键。第三次工业革命是一种全新的经济模型，为21世纪提供了新的可能性，让人们更快地提高生产率，解决气候问题。正因为此，欧盟首先开始投



入到第三次工业革命的怀抱。

说到这里，第三次工业革命与家具业的关系究竟是什么呢？

首先，第三次工业革命已经预示着大规模的城市、集中化地使用传统化石能源的生产方式和生活方式已经不合时宜，是到了行将就木的时候了。如果说，19世纪的第一次工业革命带来了城市化，20世纪的第二次工业革命带来了郊区化，使城市周围出现了很多郊区，那么，第三次工业革命则会使得们的居住地分散化，城市规模会变小，人们不一定要聚集在一起了。

其次，既然第三次工业革命将带来人们聚集方式和居住方式的深刻变化，

那么显然家具的生产方式、销售和物流配送方式、消费方式就会相应地发生巨大的改变。大规模工业化的生产方式是否会还能继续存在下去呢？销售方式是否还能用大规模的专业市场的方式呢？配送物流是否需要用互联网加上运输工具通过信息处理中心快捷地进行呢？分散居住的人们有相当多的人是在家中办公的，他们还要能自己生产汇集能源，可想而知他们对家庭办公家具、家庭娱乐用家具等等会有与现在大相径庭的需求。这一切难道不预示着家具业的根本性变革吗？在一个走投无路的今天，有一条新路会把我们引入美好未来的时候，我们难道还要对踏上这条道路再感

到犹豫吗？

【编后语】第三次工业革命是以互联网为核心的产业革命，它持续开创出许多前所未有的新兴产业和超乎想象的商业模式，深刻改造着第一次工业革命和第二次工业革命所开创的所有产业，当然其中包括家具产业；改造着人们的生活方式，改造着金融和贸易运行模式，甚至改造着人们参与政治生活的基本方式乃至人类的政治生态和政治制度。这一切都被我们周边的无数事实不断表现着和证实着。因此，我们整个行业的从业者都要从这个基点来考虑个体和行业的生存和发展。这就是本辑发表这篇综述的理由。



破解家具企业物流的三大“硬伤”

Remedy for the three major “drawbacks” in logistics for furniture enterprises

文 赵艳丰



我国的家具企业一般都过多的重视生产和设计，不太重视物流的建设，基本上是到了严重影响到企业的效益时，才想办法对物流进行改革。笔者可以用“原始”这个词来形容国内家具企业物流管理的现状，没有专业的物流管理人才，没有专业的规划，信息系统落后，经常发生仓库爆仓、找不到货、送货延迟、作业效率低、交货不及时、配送途中经常被盜等物流管理问题，严重影响到家具行业的发展。本文以H公司为案例来详细说说，目前国内家具企业的物流管理究竟“伤”在何处，以及如何“疗伤”，希望给相关企业带来借鉴。

H公司是黑龙江的一家大型家具企业，现有员工3000多人，销售网络覆盖全国30个省市，拥有500多家专卖店。该公司的物流模式为中央仓模式，哈尔滨、上海、北京、广州、武汉、沈阳有小型的城市仓，主要负责自营城市的门店配送。H公司使用自主开发的OMIS系统（一种运行管理信息系统），OMIS系统对企业进销存的管理只能满足销售和物流的基本要求，在物流管理方面目前存在不少问题，特别是仓库的管理。



“硬伤”之一：物流模式落后

H公司的物流模式为中央仓模式，全国只有一个仓库，由哈尔滨中央仓收集工厂生产完工的家具产品，再发往全国各地的经销客户和各城市自营的门店。中央仓模式的仓储成本相对较低，但配送成本高，库容每年不足，物流时效低，旺季作业瓶颈严重，商品全国漫游造成门店缺货率高。

仓储成本低是因为全国只有一个仓库，根据作业功能需要规划收货区、发货区、待检区、退货区等，且同时必须产品类别进行储存的规划，整体感觉非常拥挤，所以分仓模式的仓库面积比中央仓模式会大50%以上，自然成本会高一点。但中央仓模式存在旺季收货和发货的瓶颈，每到五一、十一、元旦、春节这些销售旺季时，仓库都存在收发货瓶颈，经常造成客户的严重投诉，因为仓库爆仓，大量货品不能及时入库，因订单量是平时的5倍以上，所以有大量的货品不能及时出库。这种情况从2010~2014年一直困扰着H家具物流的发展。

配送成本高是因为H公司有几个工厂在外埠，约40%的外埠加工的产品运回哈尔滨，再由哈尔滨运往各地，产生两次的运输，增加了运输成本。随着销量的增加，这种情况会越来越多，若是分仓模式运输只有一次，中央仓模式有近一半的产品产生2次运输。因运输的成本大于仓储的成本，所以总体成本来说，分仓模式的成本低于中央仓模式，但企业的发展必须达到一定的规模才能体现分仓模式的成本优势。

物流时效低也是因为中央仓模式的根本原因，因中央仓模式全国只有一个物流中心，全国生产的产品必须运回哈尔

滨，由哈尔滨运往全国各地，约有半数的货品产生回程运输。原本在华东生产的产品只需要1天的运输，但中央仓模式需要5天的时间，所以整体的物流运作效率很低，且大大低于同行的物流效率。

“疗伤”方案

H家具的物流模式为中央仓，全国只有一个物流中心，因此弊端很多：旺季集中交货时，仓库不能及时收货，更不能及时发货，且外埠集中交货，物流成本高，物流时效低。为解决该公司物流模式面临的问题，我们先来了解一下家具行业两种物流模式的特点，如下：

	适用	特点
中央仓模式	适用于工厂集中的家具企业	门店时效慢，且随着总仓的面积随着发展不断扩大，物流效率会出现瓶颈
区域分仓模式	此模式适用于自营门店多，销量大，生产计划性强的家具企业	门店及客户的配送时效快，仓储和人力成本高，配送成本低，且库存控制是关键



经营与管理 PERATION & MANAGEMENT

因此，随着H家具年销量的逐渐增大，尤其是这三、四年销量的爆发式增长，其公司的物流的模式必须改变为区域分仓模式，实施分仓模式可大大提高公司的家具物流效率。由于分散作业，每年五一、十一、元旦、春节旺季的收发货瓶颈可解决，虽然增加了仓储成本，但减少了回程和二次运输，总体成本是降低的。区域分仓模式不但可以提高效率，同时也降低了成本，在实施区域分仓模式后，可为其公司未来的快速发展奠定坚实的物流平台。

“硬伤”之二：物流成本高

当下，很多的家具企业都临时组建或者雇用零散的车队来进行运输配送，往往导致商品配送不及时和商品交接有问题，常发生货物丢失或由于出货仓标签和货物不匹配等问题，且这种模式自营或非专业的物流配送比专业整合配送的物流成本高30%以上。

有些企业想尝试将物流业务外包，由专业的第三方物流公司来承担物流配送业务和仓储管理。但由于目前我国第三方物流公司的发展较为落后，特别在专业的门店配送和专业的家具物流仓储方面，很多第三方物流公司并不熟悉家具行业的服务要求，没有专业的家具物流的信息系统，作业人员没有家具行业经验，且企业没有针对家具行业特点的物流管理规定，造成它们所提供的物流服务水平低，作业效率低，投诉多，成本高，不能满足到家具企业对物流需求。而且第三方物流有不同的类型，有的专营危险品、设备、国内专线、城配、蔬菜、药品、快消品、家电等，要保证物流服务的质量，物流公司的选择非常重要。若选择不慎，不但没有减低成本反而增加了成本。有些的家具企业盲目选择第三方外包，造成物流成本比自营还要高，且物流服务水平没有得到提升，并导致企业重新回到自营物流的老路上来。

H公司之前就是因为第三方物流外包的选择失败，导致了该公司不得不自己进行物流活动，这就使企业花费了很大的精力和时间用在非主营业务的物流环节，造成了企业资源不能集中发挥作用，也是业内大多家具企业自营物流普遍的存在状况，造成家具行业物流管理成本高的主要原因。



“疗伤”方案

H公司的物流仓储均是自主管理，管理人员的专业水平低，物流经理只有高中水平，仓库的主管只是中专水平，多年来管理模式一直没有变革。在公司高速增长，仓库的管理问题越来越多，且管理者也不知道如何整改，盲目增加人员，而员工的流失率又大，造成整体物流作业效率低。公司天天在招人，而人员又天天在流失，刚熟悉公司仓储业务，人员就流失了，员工的工资成本也在不断上升，从2010年人均2000元，上升到2014年3500元。

为提升效率降低成本，物流外包是较佳的选择。国外的知名家具品牌Knoll(诺尔)和Vicente Zaragoza(维森特)、都是将物流进行外包，目前国内专业做家具企业物流的物流公司譬有天地华宇、宝供物流，他们有专业的管理团队和专业的家具企业物流信息系统，可与企业进行数据对接交换。而家具企业每年需要养10—20名IT专业人才，每年需要几百万的信息维护费。物流外包管理可减少企业的管理难度，企业可专注于设计和销售，同是可减低企业的物流成本，企业的物流配送、仓储和信息系统均由专业的物流公司负责，不再为缺人担忧，将物流的风险转移给物流公司。

国内目前只有少数几个家具企业将物流外包，大部分家具企业都是自主经

营仓库，大的家具企业通常外包给宝供物流，一些较小的电商家具企业外包给天地华宇。其它公司没有外包不是不想外包，而是没有合适的专业物流公司，大部分家具企业的物流管理存在非常多的问题，也是苦苦坚持着。随着国内家具行业的不断发展和家具企业物流的需求，在引进国外专业物流的基础上，预计未来3~5年，家具企业物流外包将是个趋势。

所以说，从长远打算，H公司必须将物流业务进行外包，以提升企业的物流整体效率，降低成本。为降低成本和提高效率，必须找到专业的家具物流服务公司，所以标书必须规定参加物流公司的资格和考察内容，投标小组必须严格按照标书内容进行考察评估物流公司的实力和服务水平，决不能走过场的形式。标书需规定物流公司的规模、仓库面积、网点数量、车辆数量信息系统、服务家具企业客户的数量等，并通过现场指标评估和已服务家具企业客户的调查，评估合格的物流公司才能入围投标。投标采用成本占70%，服务指标占30%的方式进行定标。下面举个例子来说明H公司对物流供应商招标的要求：

“投标单位必须具备相关物流企业管理资质(营业执照、税务登记、道路运输许可证、机动车辆登记信息等)，且注册资本不得少于人民币1000万元。投标

单位要求不少于10年的物流领域的经营经验，其中有5年以上家具类产品的运输服务经验，在北京、上海和哈尔滨的仓库各不少5000平方米，年营业额在人民币5000万元以上，不符合本条件的物流商须经过单独资格审核，由H公司物流部调查审核签字同意后才能参加投标。本次投标不接受多家物流商联合投标，中标单位在实际运作过程中不允许再次外包行为，一经发现我司将终止合作。”

总之，我们广大家具企业必须通过专业规范的招标来筛选物流供应商，只有跟专业的家具物流供应商合作，才能有效地降低物流成本。

“硬伤”之三：物流信息化水平低和物流作业效率低

H公司目前的信息系统为自主开发OMIS系统，主要功能有订单、进销存、销售功能，没有仓储货位功能，没有订单合并功能，WMS系统(仓库管理系统)的功能都不具备。所以仓库的管理都是凭老员工的经验，仓库发货员全凭经验在工作，新员工需要3—6个月才能完全熟悉仓库的储存情况，所以仓库的发货效率特别低，经常找不到货或发错货。发货员拿着发货单在仓库里漫天跑，东找西找，因效率低所以作业人员也多，所以仓库内的作业通道经常交通繁忙景象，拣货车堵塞的情况时有发生。

H公司的员工年流失率高达50%，每年有接近一半的人员离职，没有信息系统货位管理的支持下，大量的新员工需要近半年的时间进行熟悉，且在熟悉的期间内很多人因为无法适应高压的工作，往往又选择离职，整体仓库的作业一直处于恶性循环中。

“疗伤”方案

H公司必须引进先进的供应链信息管理技术。笔者认为，家具企业若想经营得好，价格、质量、营销、渠道、物流五个要素必不可少。这五个要素中，大部分家具企业前三要素没有多大问题，但后二个要素渠道和物流都是终端环节，需要有完善的门店管理和完善的供应链管理，特别是供应链信息化的管理至关重要。例如，美国的诺尔(Knoll)公司，这家全美排名第一的家具企业，拥有先进的供应链管理信息系统，包括家



具设计师、市场调查专员、供应商管理专员等共有800多人，从家具设计到成品上市只需要20天左右，这是当下诸多家具企业所追求的榜样，国内企业的周期至少需要90天左右，与世界上先进家具物流体系有着巨大的差距。

因此，为了缩小与世界知名家具企业的差距，H公司必须改善物流信息水平低、缺乏货位管理、作业效率低的现状，必须着手开发供应链信息管理系统(ERP/SAP/RFID/WMS)，使得渠道的库存得到良好控制，减少缺货和积压，实现企业的销售目标。并且要招聘专业具有丰富经验的物流管理人才，聘请专业的管理咨询公司进行调研、规划和改造，建立现代物流模式。只要拥有先进的供应链信息系统，才能提高企业的管理水平，提高企业的竞争力。可以说，先进供应链信息技术的运用，是未来家具行业物流发展的趋势。

加强团队建设，提高员工的归属感。为提高员工的归属感，增强团队凝聚力，H家具的物流部应每3个月进行一次内部物流知识的专业培训，每半年组织一次外训，增进员工之间的感情，提高员工的作业技能。设立季度员工奖项，如新员工进步奖、最佳团队奖、个人先进奖、优秀主管奖等。每季度末根据考评规则，评选各项奖项，并给予1000~2000元的奖金，且作为晋升的优选条件之一。

在经理的KPI指标考核内，规定员工的流失率和核心员工的流失率，让管理者重视员工关系的管理，让管理者想办法减少员工的流失，这样管理者与员工间有更多的沟通互动，总结分析员工的流失原因，找到解决的办法。员工流失的减少，必然会提升物流作业的效率。

建立内部晋升机制。每年根据内部考核情况，对全年表现优秀的员工进



行内部晋升，普通员工可晋升为资深员工，资深员工可晋升为主管，主管可晋升为副经理等。这样让有能力有上进心的员工得到发展，减少员工的流失。在决定招聘某一岗位时，首先考虑内部员工的晋升，当内部员工无法达到任职要求时，才考虑外聘。当员工工作一定时间后，大部分人因为得不到发展而选择离开，实施内部晋升可给员工一个很大的发展空间，同时可提高员工的积极性和竞争性。

实施两班制。目前，H公司的物流中心实行一班制，员工每天平均工作10小时以上，特别是旺季甚至工作至凌晨4点，这也是很多员工选择离职的原因之一。且一班制容易造成员工加班的恶性循环，使得部分员工开始怠工，产生捞取加班费的心态。

应改善为二班制，将收发货分成早班和晚班，每班工作8小时。并根据业务特点，收货员早班人多一点，发货员晚班多一点，因为发货订单通常是下午4点后陆续到达仓库，收货订单通常是上午送达仓库。实施二班制后仓库可连续性作业，可保证当天的发货指令当天发出，当天的收货任务当天完成，且员工不需要连续加班，避免员工疲劳作业，同时也保证了员工的工作效率。

总之，随着国内家具行业的快速发展，由于业务繁重、时效加快、产品周期越来越短、库存积压越来越多，行业竞争越来越激烈，家具企业若想立于不败之地，必须要进行变革以提高企业物流的整体效率。在现代信息时代的大背景下，家具企业必须要学习国内外先进的管理技术和理念，只有通过先进的信息管理系统才能有效提升物流的整体效益；通过改进原有的物流管理体制，不断地突破创新，才能更好地满足家具企业物流快速发展的需求。



Art Deco —摩登年代的艺术符号

Art Deco—artistic symbol in modern times

■ 文 刘慧珏

20世纪20年代，一种新的艺术风格征服了大众，这就是装饰艺术—Art Deco。作为一种摩登艺术的符号，装饰艺术运动可以说是整个设计界的探索，由于在各国的表现形式融合了当地的本土特征，更加多元化，所以很难在世界范围内形成统一、流行的风格。但它仍具有一致的特征，如注重表现材料的质感、光泽；造型设计中多采用几何形状或用折线进行装饰；色彩设计中强调运用鲜艳的纯色、对比色和金属色，造成华美绚烂的视觉印象。



一、Art Deco对家具风格的影响

1. 几何图形的灵活运用

Art Deco 与大胆几何图形和设计有着密不可分的关系，为突出 Art Deco 的家具风格，可以试着运用比较大胆的几何造型装点壁面，直线和曲线交错的几何图案可以立刻吸引众人目光是 Art Deco 的特色，可让家具瞬间活灵活现。

2. 浓郁、丰富的色彩元素

“大胆”对于 Art Deco 来说是一个代表性的词语，利用许多对比色调可让你回到文艺复兴时期的氛围。在这个华丽的时代，色彩永远是塑造情感的重要手段。Art Deco之所以备受人们推崇和喜爱，就是由于它的五彩斑斓和激烈昂扬的色彩塑造。在如今强调个性和张扬独立精神的时代特征下，色彩理所当然成为寄托精神和表达情感的重要工具；

家具设计也不再是一如既往的单色，热烈的红色、温情的紫色、忧郁的蓝色、深沉的黑色以及各种华丽的色彩使家具多姿多彩，充满创意。

3. 简洁、极具装饰性的造型

即使采用的是最简单的基础装修、最不起眼的现代简约家具，却依然能够打造出具有Art Deco风味的家居空间来。而实现这一特色的目标，就是各种颇具工业特色、工艺美术味道的家居装饰品。彩色玻璃装饰屏风、彩色玻璃门等，玻璃元素和装饰图案的应用，也能迅速提升家具的装饰味道。另外，金属、陶瓷、珠宝等工艺美术作品的加入，也能提升空间品味，打造地道的Art Deco家居。Art Deco所体现出来的基于线条形式的强烈的装饰性，在原则上灵活运用重复、对称、渐变等美学法则使几何造型充满诗意和富于装饰性。这种创造方式就是赋予形体“意味”的过程，也是将自己的观念注入设计的过程。Art Deco风格，常用方形、菱形和三角形作为形式基础运用于家具贴面处，创造出许多繁复、缤纷、华丽的装饰图案，亦饰以装饰艺术派的图案和纹样，比如麦穗、太阳图腾等等，显现出华贵的气息。当前的室内设计师沿用了这一风格，设计的家具饰面材质、选料精美，使用镶嵌贝壳等特殊工艺，传承欧洲经典，使其显得高贵优雅。有的家具在深沉的黑色贴面材料中镶嵌洁白的贝壳，画龙点睛，流出七彩光晕；有的用胡桃

木做饰面，饰以看似平滑而色彩浓重的几何图案；腿脚的螺旋纹理依然传承经典，于张扬中内敛温柔。

同时植物的造型也是Art Deco风格设计中的常用元素。在这种风格中通常使用大枝叶大线条的干枝干花类，然而不同于新艺术风格对植物纹样的模仿，而是将植物造型抽象升华为几何造型。经过提炼的图案表现出特殊的装饰性，夸张造型中既保留了华丽的风格又具有强烈的现代气息。



4. 个性材质的搭配

Art Deco风格中对金属、玻璃的运用同样已经成了其灵魂所在，通常情况下，此类材质用于建筑内外门窗线脚、檐口及建筑腰线、顶角线等部位，内部门窗、栏杆、家具细部等。室内设计创造出一种名为Boudoir Style的特殊风格来，奢华与舒适并重，采用多种装饰形成夸张的效果。偏重采用豪华与贵重的材料做主体，还通过青铜、象牙、磨漆等手段处理，以装饰手法强调家居的豪华。家具造型夸张，利用纺织品创造豪华、绚丽的装饰。较有影响的设计师如鲁尔曼，擅长用象牙镶嵌，造型趋于简单明快的几何形，对比强烈；布瓦雷特是奠定法国时装设计国际地位的大师，其室内设计融合了东方装饰手法和立体主义风格。





F 家具与装饰 URNITURE & FURNISHINGS



20世纪西班牙（装修效果图）最知名的鬼才设计师安东尼高迪为配合他独树一帜的建筑设计而做的家居设计。这也是BD Barcelona Design品牌最为人称道的艺术（装修效果图）品之一。

埃及、非洲的自然文化影响了装饰运动，许多饰品受到图坦卡蒙国王的陵墓金字塔的影响，融入许多的象形文字和人面狮身像的设计元素。家具、软装将这些符号元素，埃及风格融入到Art Deco中。

5. 奢华的埃及风



挑选表面鲜艳色调的材质化作回纹饰的曲线线条、金字塔造型元素等，出现在20世纪二三十年代的纽约、上海，Art Deco风格家居中。譬如几何图形在门窗、家具、墙饰上的应用，象征着工业化和科技带来的时代进步；彩色玻璃走出教堂，在灯饰、屏风上发挥出装饰至上的时代主题；埃及、中美洲特色的装饰纹样在家具、饰品上的出现，代表着对古老文化的发掘和想象。Art Deco风格用具有时代精神的装饰元素为现代家庭呈现了上世纪20年代的精神风貌，一种复古而又摩登的装饰效果跃然眼前。

在Art Deco风格时代的旧上海家居中，舒适的美式家具代替传统古板的中式红木家具。实木雕花的框架加上花朵图案装饰的布艺沙发，深红色的座椅，雕饰华丽的美式四柱大床，都具有明显的时代特色。这些复古的家具款式在如今的现代家居中，最能保持Art Deco风格的原汁原味。另外，Art Deco风格在当时是时尚、摩登的代名词，在风格上追求创新、融合，这与追求清新华丽装饰的新古典风格，大量运用个性化几何装饰的后现代风格有着灵魂上的一致性。

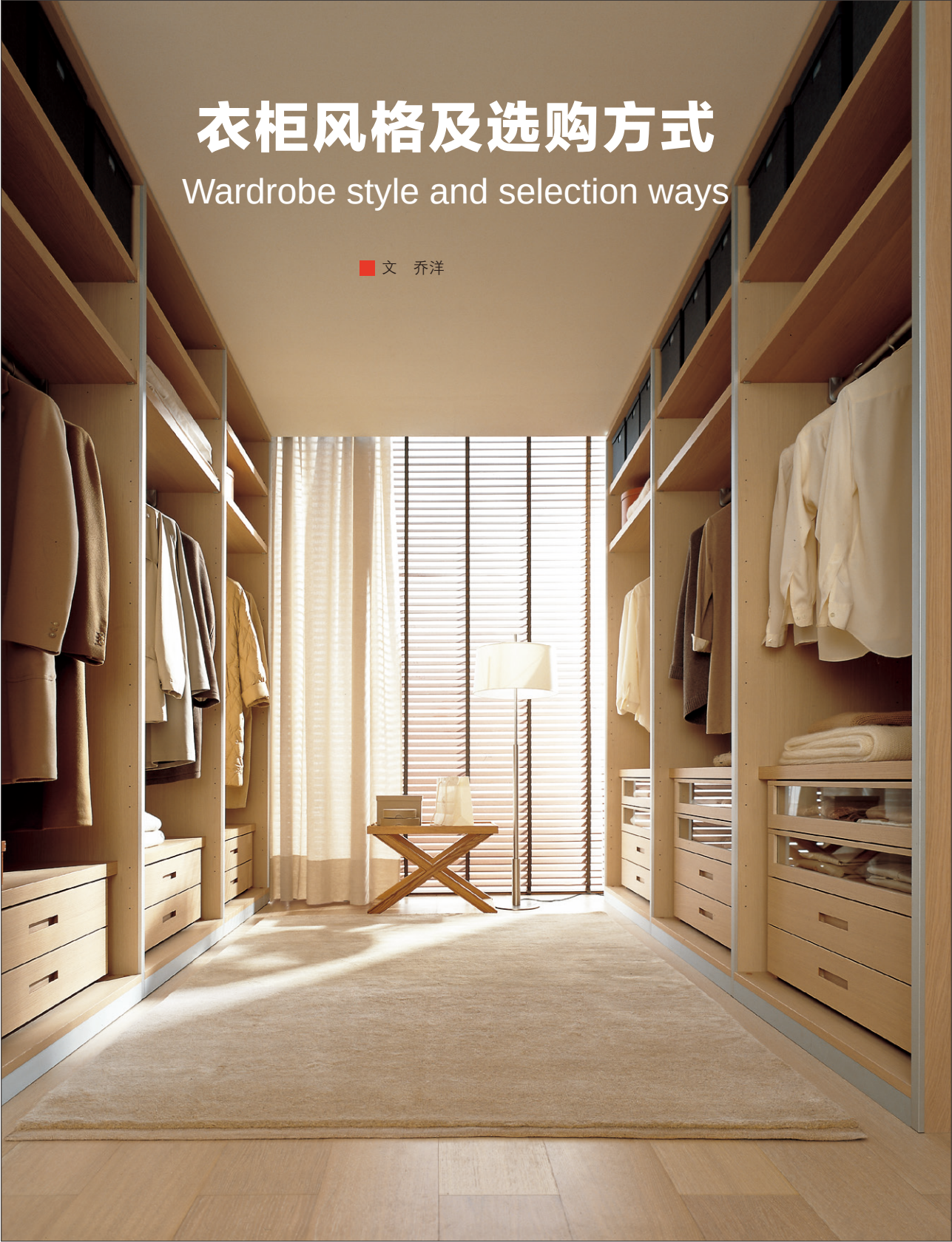




衣柜风格及选购方式

Wardrobe style and selection ways

文 乔洋



衣柜由柜体、门板（推拉门或者平开门）、五金（领带夹、抽屉、拉篮、挂衣杆、层板扣、裤架、镜子、合页等）。一般衣柜柜体由18mm厚的材料来做（刨花板、密度板、实木板、复合多层板、指接板）；而门板（移门则由9mm的木质材料《UV板，双饰面板，波浪板，百叶板，彩绘版》或者5mm的玻璃移门；平开门一般用16mm或者18mm的材料来做）。一般情况五金对于衣柜生产厂家来说，是配套的，自己不生产。也有少数商家自己生产衣柜所用五金。

1. 各类衣柜

从使用上划分衣柜可分为三大类：推拉门衣柜，平开门衣柜和开放式衣柜。推拉门，也称移门衣柜或“一”字型整体衣柜，可嵌入墙体直接屋顶成为家装的一部分。分为内推拉衣柜和外挂推拉衣柜：内推拉衣柜是将衣柜门置于衣柜内，个体性较强，易融入、较灵活，相对耐用，清洁方便，空间利用率较高；外挂推推拉衣柜则是将衣柜门置于柜体之外，多数为根据家中环境的元素需求量身定制的，空间利用率非常高。

总体来说，推拉式衣柜给人一种简洁明快的感觉，一般适合相对面积较小的家庭，以现代中式为主。现代家居装修中越来越多的人都会选择可推拉的衣柜门，其轻巧、使用方便，空间利用率高，订制过程较为简便，进入市场以来，一直备受装修业主青睐，大有取代传统平开门的趋势。

平开门衣柜是靠烟斗合页链接门板和柜体的一种传统开启方式的衣柜。档次高低主要是看门板用材、五金品质两方面，优点就是比推拉门衣柜要便宜很多，缺点则是比较占用空间。

开放式衣柜的储存功能很强，而且比较方便，开放式衣柜比传统衣柜更前卫，虽然很时尚但是对于房间的整洁度要求也是比较高，所以要经常注意衣柜清洁，基本上人衣物都比较多，所以

家居设计师们设计出了开放式衣柜。要充分利用卧室空间的高度，要尽可能增加衣柜的可用空间，经常需要用到的物品，最好放到随手可及的高度，过季物品应该储存于最顶部的隔板上。

从结构上划分衣柜可分为两大类：板式结构衣柜，框架结构衣柜。

板式结构，由不同规格尺寸的双饰面板材组合而成。主要由面板、背板、侧板、脚线、门板构成。其中柜体内包含各种特色小部件有：拉篮、L架、裤架、推拉镜、格子架、层板。

2. 衣柜的板材

现在大家装修过程中很多朋友都选择让装修公司或去整体衣柜定做衣柜，在选择的过程都很迷茫，不知道怎么来看衣柜到底是好还是坏，只听工作人员的介绍就糊里糊涂的定下来了。当衣柜做好后很多朋友反映，衣柜有味儿，或是没多久就变形了，为什么会出现这些情况呢？大家就会想到材料上来。下面给大家介绍一下板材的优缺点。

(1) 实木插接板

实木插接板子在不考虑造价的情况下属于比较好的板材，但是其早就较高，但却又比实木的价格低，不容易在高温下变形开裂，目前比较常见的有橡木插接板、水曲柳插接板和榆木插接板等六七种板材，在环保角度讲，插接板只需要在插接的地方用一点胶，相比木工板密度板比胶是用的最少的，所以相对来说是最环保的。



(2) 细木工板（俗称大芯板）

细木工板是木条用胶拼成的芯材板，然后两面贴薄木后的板材。目前国



(3) 密度板（纤维板）

密度板是木材，树枝等泡在水中一段时间后，打碎压制而成的，是以木纤维或其他植物为原料加上胶粘合而成的，按密度不同，分为高、中、低几种。这种强度较大，耐冲击，易加工，所以也被广泛运用。



(4) 刨花板（颗粒板）

这种板材是以树枝，木屑等碎料加工而成的，胶量较大，成本低。但是强度不大，含甲醛量高，做衣柜时尽量不要使用这类板材。



F 家具与装饰 URNITURE & FURNISHINGS



(5) 多层板(胶合板也称夹板):
胶合板行内也叫做细芯板, 胶合板是用三层或多成板用胶粘合而成的板材, 有耐水, 耐潮几种。它变形小、幅面大、横纹抗拉性强, 被广泛运用到橱、柜、桌椅等领域。这种板材比木工板的胶量大点, 但是做衣柜要比木工板更适合。因为木工板都是条状木条拼接黏贴而成的, 一旦钉子打到接缝初就容易脱落, 横跨度不能太大, 横跨度大的时候很容易变形。所以多层板是最时候最家具用的。



3. 五金配件

(1) 滑轮

滑轮与导轨是推拉门的核心技术部位, 应该现场检验, 看是否推拉轻松、顺畅、灵活、静音。

(2) 铰链

用于连接柜门和柜体, 在平时掩门衣柜的使用中, 经受考验最多的就是铰链。所以, 铰链是掩门衣柜最重要的五金件之一。

(3) 抽屉

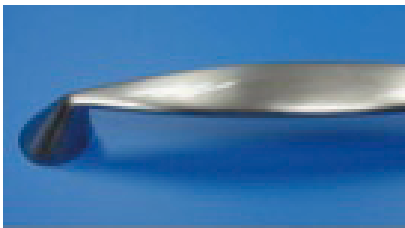
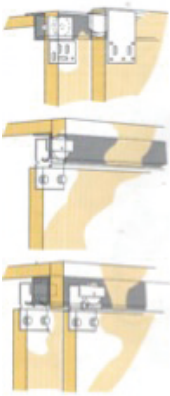
有的业主希望能充分利用定制衣柜分门别类的存放功能, 会考虑增加衣柜的抽屉。这主要考虑衣柜大小, 以便是否增加抽屉。

(4) 衣柜

有胶条的挂衣架可以起到消音的效果, 有的正规厂家还特别在里面加入加固条, 不仅承重力加强, 而且彰显了成熟衣柜品牌的人性化。

(5) 拉手

拉手的款式很多, 从材质上讲全铜、全不锈钢的较好, 合金、电镀的较



差, 塑料的正濒临淘汰。一般拉手有用螺钉和胶粘两种固定方式, 一般用螺钉固定的结实, 胶年的不实用。全不锈钢拉手和度不锈钢拉手外观差不多, 可用磁铁试出来。

4. 衣柜五金的选购

(1) 检查配件安装是否合理。例如检查一下门锁开关灵不灵;大柜应该装三个暗铰链, 有的只装两个就不行;该上三个螺丝, 有的偷工减料, 只上一个螺丝, 用用就会掉。

(2) 镜子衣柜要检查背部。挑选带镜子类的衣柜, 要注意照一照, 看看

镜子是否变形走色, 检查一下镜子后部水银处是否有内衬纸和背板, 没有背板不合格, 没纸也不行, 否则会把水银磨掉。

(3) 检查贴面衣柜拼缝严不严。无论是贴木单板、PVC还是贴预油漆纸, 都要注意皮子是否贴得平整, 有无鼓包、起泡、拼缝不严现象。检查时要冲着光看, 不冲着光看不出来。水曲柳木单板贴面衣柜比较容易损坏, 一般只能用两年。就木单板来说, 刨边的单板比旋切的好。识别二者的方法是看木材的花纹, 刨切的单板木材纹理直而密, 旋切的单板花纹曲而疏。刨花板贴面衣柜, 着地部分必须封边, 不封边板就会吸潮、发涨而损坏。一般贴面衣柜边角地方容易翘起来, 挑选时可以用手抠一下边角, 如果一抠就起来, 说明用胶有问题。

5. 如何选购衣柜

对于正在布置家居的朋友来说那么, 应该如何选购衣柜呢? 可从以下几个方面进行比较:

(1) 少做层板, 多做挂架。因为衣柜的面积是按立体面积计算, 层板的计算方式是五个面的总面积, 倘若多做几个层板, 价格恐怕非常昂贵。据悉, 如今更多的消费者选择多做几个挂衣杆, 一是实用, 二是价钱较划算。

(2) 质量。闻气味, 好的材料无论有多新也无刺鼻味道;摸封边是否光滑、细腻、附着力强;看五金配件是否打上自己的品牌防伪标识。

(3) 非标准组合方式比标准的贵。因为标准组合已经流程化, 如果要特别订做, 价钱比较昂贵。

(4) 柜门品种与材料花色是否丰富多样。不同的消费观念对应不同的颜色爱好。市场上可供制作推拉门的材料主要有木板、玻璃、镜子及其他一些特殊材料。花色有榉木、樱桃木、枫木、槭木、橡木、黑胡桃、白松木等。有实力的生产厂商, 例如法国索菲亚、富禄等, 能提供近20种木纹花色。个别厂商还推出“一板两色”的新型板材, 类似时尚手机的“彩壳随心换”功能。

(5) 柜门门板的厚度是否丰满厚实, 高度是否足够。推拉门用的木板, 最好选择10mm或12mm厚的板材, 使用起来结实、稳定、耐久;稍差的会选用8mm厚的, 显得比较单薄、轻浮。门板



高度则决定能否装修至天花顶, 要求单块板材高度2.8米以上, 高达天花。

(6) 柜门与边框花色是否一致统一。品牌衣柜柜门的边框、门板出自同一厂家, 颜色纹路可达到完全一致, 配套统一。而杂牌衣柜往往东拼西凑, 只能找到花色相似的板材、边框, 无法做到完全一致。

(7) 轮子是否顺滑、耐压、耐磨、安全可靠。品牌衣柜的滑轮一般选用碳素玻璃纤维(新型高科技材料)制成, 内带滚珠, 附有不干性润滑酯, 故能轻松推拉, 顺畅灵活, 而且承重力大, 耐压、耐磨不变形, 如新标、索菲亚等品牌。滑轮导轨是推拉门的核心技术部位, 一定要慎重选择。

(8) 柜体是否专业、设计是否科学时尚。流行的时尚衣柜柜体, 设计非常科学合理。 往往按照“化整为零”的原则, 开发出几种不同的分柜, 订做时可自由搭配组合。而且, 抽屉与活动层板也可自由增减, 高度可以随意调整, 张扬自我风格, 尽显独特个性, 深得DIY

(Do It Yourself) 一族的钟情。

(9) 衣柜配件是否齐全, 能否提供方便舒适的配套功能。不少衣柜厂商相继推出了实用美观的配件, 例如推拉镜、格子架、裤架、时尚抽屉、拉篮、L架、电视架、CD架、木质衣架等。在这方面, 法国索菲亚是中国衣柜市场第一家推出众多适用配件的厂商, 为消费者的日常生活提供了极大的方便。

(10) 是否选用绿色环保材料。时下用来做家具的人造板材(纤维板、刨花板、胶合板), 因为在板材生产过程中使用带甲醛的胶粘剂, 所以在成品家具中难免含有甲醛成分。如果衣柜的柜门或柜体材料甲醛含量过高, 必将对使用者的身体健康造成不良影响。按国标规定, E1≤1.5mg/L, E2≤5.0mg/L。

(11) 是否拥有专业工厂。为了保证生产, 品牌衣柜大多拥有专业的工厂, 现代化的机器设备, 流水线生产, 现场安装。完全避免了装饰公司那种现场制做给消费者带来的不便。而且, 产品的尺寸数据准确, 结构严谨, 给人一

种整体的美感。

(12) 售后服务如何。衣柜作为家具中的重要组成部分, 与人们生活起居息息相关。所以, 厂商良好的信誉、优质的售后服务就显得非常重要。在订做时, 首先就必须搞清其保修期限有多长。一般要求是不低于5年(最少必须3年以上)。此外, 遇到使用问题时, 能否提供及时、快捷的维修服务。衣柜安装完毕后, 厂商一般会发放保修卡一般厂家的保修期为3—5年。

(13) 最好选择消费者满意、市场认知程度较高的品牌衣柜产品。





再造，重新给予生命！

Reborn by BENTU

■ 文 本土创造



水泥、混凝土不仅可以浇筑城市森林，也可生发出花朵的柔美与冰雪的晶莹，当本土创造的设计师把废渣水泥混凝土运用于生活时，给人们制造了全新视觉体验。

世界上大量的设计堆积如山，并号称“创新力”，但并没有使我们变成更好的人，更智慧，或者更慈悲。那些所谓设计大师们也都在卖力的巡演，贩卖着背后的利益。设计的价值何在？真正的创新力应该意味着渐渐除去无知和贪婪所造成的遮蔽，这才是“新”。

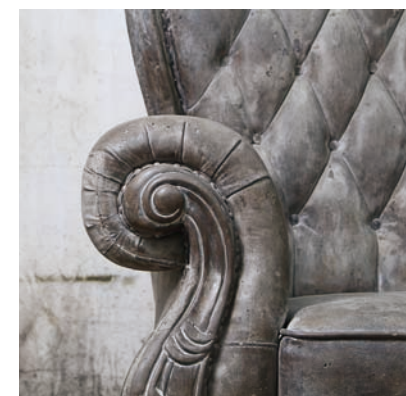
在物质高度满足的今天，过多的设计增加着地球负荷与消耗着地球生命。地球自我调节的脾气，回报人类的将是以灾难的形式，世界上实际已无须设计。

再造探讨一种“工业”与“自然”

的综合可能。关注人类社会与环境废弃物，发现废物独特美感，形成产品到商品，再到用品，注重用品被客户淘汰成为废品后，是否会对环境造成破坏。

以建筑垃圾为“再造”的开端。随着建筑业的发展，我国建筑垃圾的产量占城市垃圾总量的30%—40%，占用大量土地，降低土壤质量。建筑垃圾含有大量硫酸根离子，在厌氧条件下会转化为具有臭鸡蛋味的硫化氢，影响空气质量。建筑垃圾在堆方和填埋过程中，由于发酵和雨水的淋溶，冲刷，以及地表水和地下水的浸泡而渗滤出的污水，会造成周围地表水和地下水的严重污染。利用建筑废料循环再生，日常设计，工业制造，美学呈现，切切实实为人服务，为环境着想。

人人都喜欢自然。自然是什么？一

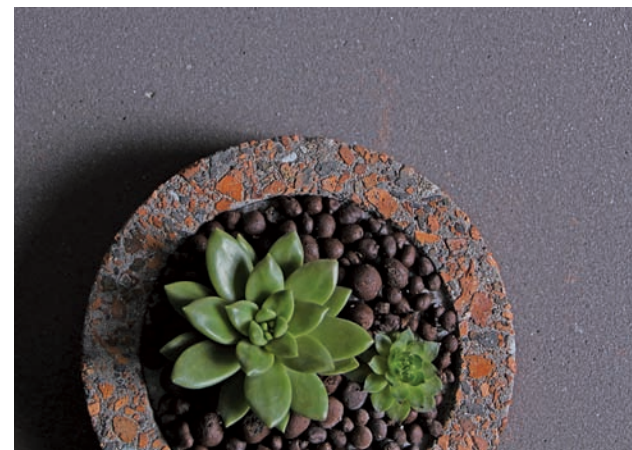


石、一沙、一草、一花，高山、湖泊、大海、沙漠。自然是时光浸泡的痕迹，是生死！再造——用工业化生产造出个性之美，让你使用你的美。用无用之物造出情怀生活，让你关注你的存在。



D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

【本土创造】创立于2012年，是一个年轻充满活力的，具有实验性、探索性、无界限、跨界多产的设计品牌。他们是一群擅长并热衷于使用水泥作为设计原材料的年轻设计师，近几年致力于研究水泥的设计价值，利用废渣的水泥粉灰来进行产品设计。对他们来说，构建事物的一切原材料，一切工艺，一切文化，无所谓贵贱和高低，乃至没有废物和珍宝，用心处，泥土和钻石的价值相等，只要用恰当的设计就能让水泥焕发出耀眼的光芒。





为完美家居而来 “家装4.0”设计横空出世

DICKSON launches “house decoration 4.0”
design

■ 文 《中国家具》



目前，家居装修有包清工、半包、全包等模式，在这些模式下，“设计”往往是一个被弱化的概念。部分装修公司的装修报价中，甚至没有设计费这一项。所以，一般业主的房子只能是随意性、随意为之的快餐式设计，缺乏专业规划和人性化设置，很难实现完美家居环境。部分消费者懂得规划设计的重要性，愿意花重金请大牌设计师做设计，然而，大牌设计师往往又不屑做家装。总而言之，消费者很难获得合理、高品质的家装设计。

有鉴于此，广东迪信家具创始人梁少禧先生利用他对家居、生活、家庭的深刻理解，5000张手绘设计图纸、34年家具设计研发的经验，创造了一种全新



D 设计与工艺 DESIGN & TECHNOLOGY

的家装规划设计模式——“家装4.0”。梁少禧认为，家居环境中，包括家电、家具等产品，这些年来都有较大的改进与发展，唯独“装修设计”本身，仍旧是比较传统的做法。相比之下，国外家装设计已经进入工业化阶段，而国内的家装设计仍旧比较落后。

能不能把装修做得像汽车制造那样严谨、科学、精细、规范，同时又高效？做了30多年的家具设计研发、10年的家装设计之后，梁少禧愈发觉得，95分水准的家具，如果没有95分的家装规划设计，很难达成95分的完美家居环境。他酝酿着一种全新的家装模式已经多年，终于决定在2015年推向市场，希望更多业主可以获得高品质的家装设计，迪信家装4.0由此诞生了。迪信的家装4.0设计，一套200平方米的房子，现场设计只要1小时，但其专业度、严谨度、合理性，均远超一般专业室内设计师。主要特点如下：

- (1) 全屋规划设计由梁少禧亲力完成，效果图“效果”所见即所得，完美实现；
- (2) 把室内装修大部分的工作转移到工厂、办公室提前精细操作；
- (3) 装修施工可以接近0误差：以200平方米的房子为例，迪信装修前将制作接近150张精细图纸，保证装修工人不会出现差错；
- (4) 施工及产品质量问题，迪信全权监督负责。



据了解，从2014年开始，梁少禧已经先后在台州、广州、深圳等地现场为业主提供家装4.0设计服务。2015年3月，梁少禧在东莞名家具展现场设计，吸引全国各地专业买家、设计师见证。34年家居产品研发、9年家装工业化实践经验，让梁少禧练就了一手“极速设计”的神技，30分钟就可以完成一套160平方米住宅的空间规划，一套290平方米的房子，设计只需要50分钟。

在上述四大城市中，除了多位业主

见证梁少禧神技之外，有近千名专业室内设计师争相前往观摩与交流，为梁少禧的家装4.0设计功力背书。此前，经常有迪信粉丝、业主打“飞”不远千里，只是为了得到梁少禧先生的设计。为此，梁少禧决定在2015年联手新浪家居启动“梁少禧家装设计中国行”活动，亲自到北京、上海、广州、哈尔滨、西安、苏州、温州、临沂、宁波、南宁等城市为业主设计房子，推进家装4.0模式的全国落地。





美国阔叶木在中国市场 保持增长原动力

——第二十届美国阔叶木外销委员会（AHEC）
东南亚及大中华区年会在南宁召开

The American Hardwood Export Council's 20th Southeast
Asia & Greater China Convention held in NanNing

■ 文 《中国家具》



“过去十年间中国已成为美国阔叶木产品最大的进口市场，中国大陆、中国香港及中国台湾在2014年总进口额为15.336亿美元，与上一年比较增幅达到34%。现在中国消耗的阔叶木板材占全球美国阔叶木总出口量42.6%，稳居第一位，中美合作前景喜人。”这是6月25日在广西南宁召开的“第二十届美国阔叶木外销委员会东南亚及大中华区年会”新闻发布会上得到的信息。

本届年会在广西召开，与会的业内人士和受邀嘉宾400多人，30多家美国阔叶木外销委员会的会员公司及中国办事处代表将与众多木材商和木材使用者会面及洽谈。此次AHEC年会安排在南宁，因为南宁是广西壮族自治区首府，中国—东盟博览会永久举办城市。自2004年起，每年均会在南宁市举办“中国—东盟博览会”以及“中国—东盟商务与投资峰会”，作为中国—东盟自贸区的前沿城市，南宁市持续完善“南宁渠道”的地缘优势，5个东盟国家在南宁设立总领事馆，近45个国家和地区企业到南宁投资兴业，南宁在参与中国—东盟开放合作中的地位愈加凸显。

据了解，美国阔叶木以其产品多元化、可持续性和环保性受到业界和设计界广泛认同及运用，因而在中国家具产业和室内装饰行业得以保持高速发展，进口额亦因此屡创历史新高。依据2014年在中国市场的受欢迎程度排列，红橡是最受欢迎板材产品，其次是白蜡木、鹅掌秋、白橡、红杨、樱桃、黑胡桃、枫木、山核桃。除板材外，供货商还供应其他产品，如原木、木皮、地板、规格材及木工制品。美国阔叶木产品以其外观自然纹理出众闻名，经合理分级制度检查等特点使其在中国市场广受欢迎。

中国是全球最大出口家具国，2014年出口额高达540亿美元，同时也是全球最大的美国阔叶木进口市场，因此对于制造和设计利用美国阔叶木的前景倍感乐观。美国阔叶木外销委员会行政总监麦克·斯诺在本届年会上做了“美国硬木的事实与数据”主题发言，着重介绍了美国阔叶木的特点和现状。他回顾了去年的市场情况，2014年因为亚洲经济的快速增长，美国阔叶木出口活动成绩非常理想。2014年美国阔叶木板材出口到中国增加了34%，现在中国消耗的美国阔叶木产品及板材分别占全球出口量





E 展览与市场 XHIBITION & MARKET



的三分之一及一半。中国继续巩固其作为美国阔叶木产品的最大市场及作为推动全球经济增长的主要角色。他对2014年的市场状况表示肯定，并希望今年将为加大企业联系力度作出更多的努力，将力求促进美国阔叶木产业发展面积为亚洲木材加工产业长期提供合法、可持续的木材资源。

麦克·斯诺强调，美国阔叶木资源的合法性也是继长期可持续发展之后对亚洲成品木材出口商的又一有利优势。目前亚洲主要的木制品进口市场都指定了相关的法律，禁止那些用非法木材制成的家具及其他木制品在市场上进行交易，包括美国《雷斯法案》（Lacey Act），《欧盟木材法规》（EUTR）和澳大利亚《非法采伐法案》（Illegal Logging Act）。

麦克·斯诺表示，为了向出口商、经销商、专业人士和中断用户提供包罗万象的木制品信息，美国阔叶木外销委员会（AHEC）亚洲计划新近推出。2015年，AHEC已针对亚洲的“双方发展贸易”指定了四项战略。一、推动阔叶木产品新市场发展。针对中国内陆等对美国阔叶木缺乏了解的地区，AHEC将继续提供技术信息、贸易服务并举办技术研讨会。而对于较为成熟市场，则将瞄准专业人士和制造商，通过开展示范项目及设计和建筑研讨会等多管齐下的活动来“拉动”需求。二、在现有市场中推广新用途和新应用。“新市场”并非仅局限于新的地理区域。2015年AHEC将继续积极发掘和开拓潜在的新细分市场，如通过交错层压木材（CLT）开发促进阔叶木在建筑结构中的应用，或挖掘热处理及改性阔叶木的发展潜力，从而在外部应用市场中立足。三、继续倡导环保认证。2015年《美国阔叶木环境形象》（AHEPs）正式推出。该环境形象“工具”融合了美国林务局的合法信息〔《欧盟木材法规》（EUTR）和《雷斯法案》（Lacey Act）要求〕、可持续性数据以及来自AHEC研究的生命周期评估影响资料。只需按下按钮，AHEP便可为每个美国阔叶木出口集装箱准备两页的资料。与此同时，AHEC还将继续为建筑师、设计师和消费者提供美国阔叶木森林管理的信息以及美国阔叶木的环境属性。四、为美国出口商创造互动交流的机会。2015年AHEC将为美国出口商提供一系列与海外买家互动交流的机会。已



经举办的上海国际地面材料及铺装技术展和广州国际家具生产设备及配料展以及上海首届西瓦国际木业展设立了美国阔叶木展台。今年将在亚洲召开数市场研讨会和网上交流会。他希望，本届年会旨在进一步加强以上所述的经济贸易往来，不仅向亚洲出口商介绍美国出口商，还要促进发展美国出口商与亚洲终端用户、建筑师、设计师、本地木材加工业和美国阔叶木分销商之间的联系。未来，为加强美国阔叶木行业、亚洲建筑业、设计业和制造业之间的联系而努力。

美国阔叶木资源可持续发展，且在不断扩大。美国阔叶木外销委员会东南亚及大中华地区处长陈席镇先生表示，随着中国大陆、中国香港和中国台湾房地产市场兴旺带动的内需，家具、地板及室内设计行业得以蓬勃发展，间接为美国阔叶木产品带来无限商机。美国阔叶木外销委员会对中国未来市场持续发展和增长充满信心，并期待与业界继续合作，创造双赢的合作环境。





2015中国旅游饭店业 床具发展趋势报告

2015 bedding development trend report for
China Tourism Hotel Association

文 中国饭店床具研究中心



一、我国饭店床具使用现状 1. 饭店床具市场现状

我国饭店床具的发展一直与我国饭店业的发展同步。根据中国旅游饭店业协会2013年《全国五星级饭店名录》，全年高星级饭店共增加74000间左右客房，平均年增长率为7%，这意味饭店床具的需求量较大，每年会有大至相同的增幅。近几年来，中国出现一股高星级饭店建设热潮，同时一批中国本土和国际饭店集团在中国的大、中、小城市急速扩张，不同饭店集团选择不同市场档次定位战略，全面覆盖型、高档集中型和低端集中型品牌格局正在形成。在饭店业迅速发展的大背景下，饭店床具的市场需求将有效增长，且根据饭店等级不同，对饭店床具的需求也有所不同。

目前经济型饭店管理集团，如格林豪泰、如家、7天等，主要以三星级及以下的经济型饭店作为主营项目。床具的选购上更侧重其耐久性，一般床垫采用精钢邦尼尔弹簧系统，经高温整体热处

理，拉力强劲，提供足够的承托。床托采用硬床托为主，含木床托或钢网硬床托两种。

高端品牌型饭店管理集团（饭店管理公司），如开元集团、锦江国际、首旅建国等，其饭店品牌定位主要集中在五星、四星级饭店及度假村，类型主要以商务、会议型、度假型和主题精品饭店为主。床具选购更侧重舒适型，床垫一般采用独立袋装弹簧系统，弹簧采用防腐防潮纤维布经超声波封口制袋，依照体型个别伸缩，提供体贴承托。填充垫层回应身体微弱压力，确保甜甜的睡眠。床托采用钢网硬床托或弹簧软床托，回弹性、透气性好。床背的款式则根据饭店主题风格制定设计。弹簧软床托再加上床垫就吸收并分散振动力，实现最佳舒适性。

2. 饭店床具品牌竞争现状

与国际饭店集团相比，我国的饭店集团无论是在规模上还是在核心竞争

能力上，都还存在着较大的差距。许多国际著名饭店品牌已在具体的经营中显示出其个性魅力，比如万豪、喜达屋、洲际等，运用旗下的品牌都在我国进行了多种形式的输出合作，并利用自己良好的品牌轻松地在我国获取了丰厚的利润。品牌竞争的背后，是一系列的顾客体验的竞争，饭店床具所对应的睡眠体验，理所当然地成为了竞争的焦点，无论哪个国际饭店管理公司，目前的床具标准都已定型，并且都是5年之前的工艺标准，新材料新工艺年年都在进步。国际饭店管理公司要进行一系列的饭店床具的设计优化，但很困难，在我国船大难调头，目前品牌做得比较好的中资饭店集团有锦江、开元和金陵等，为了提升自己饭店的竞争力，在招投标的基础之上，都推出了具有各自饭店特色的专属饭店床具，紧跟国际饭店管理公司床具标准。就竞争领域来看，在高档饭店领域，外资饭店将继续保持优势，具有国际水准的饭店将成为未来竞争和建设



展览与市场

EXHIBITION & MARKET



的重点，自然会引发饭店床具品牌产生相应的竞争，如：SHANGRI—LA香格里拉酒店集团指定SIMMONS为所管理的饭店专业床垫供应商，HILTON希尔顿酒店集团指定SERTA为所管理酒店的专业床垫供应商，开元旅业集团通过招标方式确立SLEEMON喜临门和KINGCOIL为所管理酒店的专用床垫供应商等。从而在饭店业开创了床具品牌的个性选择，为各自的酒店打造了个性的睡眠特性，以鲜明的饭店好睡眠特色留住最忠实的常客，是各大饭店管理公司之间竞争的终极目标。从饭店床具品牌竞争来说，只要进入国际饭店管理公司的供应商目录，就是床具品牌发展的巨大成功，各大床具品牌都在竭力争取各大饭店管理公司的认可，从而赢得发展的先机。总体上看，国内饭店床具品牌明显滞后于国际品牌，还需通过不断努力增强国内饭店床具品牌的核心竞争力和市场影响力。

如今，饭店管理集团床具使用现状是：用国外品牌在国内贴牌生产的床具，成为了一种多数买家认可的品牌，如Simmons、Serta、Slumberland、Kingcoil等，占领高端饭店床具领域半壁江山，甚至一些国内中档饭店也同样使用贴国外品牌的床具。其实，国内床具知名品牌如SLEEMON喜临门（上市公司）、雅兰等产品品质与国际品牌相当，且性价比更优，但目前在高星级饭店所占市场份额仍然较低。现状是区域品牌主导消费市场，品牌属地化特征明显。床垫行业目前是分散的高度竞争市场，由于中国的广阔地域，加上床垫的运输成本，

导致领导厂商如喜临门等积极布局中国市场，喜临门家具股份有限公司在全国成立了3个床垫生产基地（成都、北京、绍兴），形成相应的竞争优势。

	Simmons 席梦思	Intel 爱登堡	Intel 爱登堡	Intel 爱登堡	Intel 爱登堡
注册资金	3.15亿	OEM代工	OEM代工	USD 100万	USD 100万
中国生产基地	绍兴、北京、成都			哈尔滨、上海	上海
年产能	300万件			25万件	12万件

高星饭店使用的床具品牌，基本在上述的5个品牌中选择，生产技术差异很小，各个公司的年销量和规模效应决定了每件产品应承担的相应成本费用，价差主要是体现在这方面。当然，中国饭店业的投资者和管理者，由于惯性思维，有偏好使用国外品牌的习惯。同时，理性的投资者和管理者也不少，性价比是他们这一类采购者选购时考虑的关键项。

3. 饭店床具存在问题

（1）同质化现象严重

目前我国的大部分饭店对于所选用的床具还停留在中低水平阶段，而其中同质化较为严重，大部分的饭店选择床垫都以产品的耐久性为主，对于饭店床具的安全性、舒适性、可操作性，没有引起足够的重视，从而导致所选用的床具功能雷同，对于健康、环保、护脊、防火、透气、安全、舒适、可操作性等功能没有有效地体现，正因为这样，很多品牌饭店即使花重金装饰硬件和提升服务态度，也无法改善客人对于好睡眠的基本要求。

国内饭店管理品牌虽然不断优胜劣汰，洗牌调整，但尚未建立起品牌核心优势。国际饭店管理公司所带来的国际床具标准，正在成为国内饭店学习的对象，但仍有部分国内饭店为了吸引客户和提升入住率，陷入比入住价格、比折扣等恶性竞争，使饭店床具竞争环境变得复杂，所以饭店床具的精准定位和科学选择显得尤为重要。

（2）饭店床具采购成本上升

近年来，不少饭店选用的床具出现产品质量不稳定、原材料采购成本高，选购高性价比床垫困难的问题。成本越来越高，而行业效率不能同步。

饭店的采购成本上升，对于床具企业来说，控制合理成本是一个挑战，以客户为导向的营销模式和生产运营的卓越绩效、小单元条件生产管控模式，才可以只有靠降低营销成本、能源成本、物料成本、运作成本、管理成本、人力物流成本、竞争成本等。

当然这也就刺激床具行业的革新，运用科技创新的武器，采用低能耗的新材料，不但可以有效控制和降低产品生产成本，在环保意识风起云涌的今天，绿色客房已经从创新走向了成熟，还会成为现在消费者青睐的绿色环保床具。

（3）饭店床具质量问题

饭店床具采购成本上升，带来某些不良床具企业为降低成本，而出现降低产品质量的现象。采用产品的材料档次降低，例如一些弹簧床垫，徒手重压弹簧床垫表面出现簧响，就说明弹簧有质量问题。弹簧是否经过防锈处理，弹簧是否生锈，是否是全新材料还是回收再生料作为衬垫料等一些外观无法发现的质量问题。还有床具产品做工问题，涉及一些凹凸不平，及弹簧断裂现象。

饭店所选择的床垫品牌的树立能够引发住店客人的消费偏好，增强住店客人的认同感和对饭店品牌的忠诚度；在床具选购上选择知名的专业饭店床具品牌才可以保证品质。

4. 2015—2016年饭店床具市场需求及发展动态分析

星级酒店经营状况逐步出现二极分化，但区域差异较大；由于过去十年房地产的黄金时期，过度投资后导致今后二年房产配套的酒店数量剧增和分化；2014年起，房地产投资明显减速，中国资产泡泡在慢慢散气；市场需求量和竞

争同比不确定因素大大增加。

采购需求在2~3年内出现回落应是一致预期，高端酒店增长势头已经出现拐点。

饭店床具市场大小，切合中国饭店业的投资经营环境，从可预期的2~3年饭店床具市场展望，中国新建饭店及存量饭店的定期改造所产生的床具市场需求可持续发展，但高星饭店的投资受到宏观经济变化的影响。中低星级的饭店由于受众更广，受到宏观经济影响不大。中国旅游业的持续发展，例如：如家、华住、格林豪泰、尚客优等经济型酒店集团，吸引了中西部地区的投资者加盟；经营有特色的饭店及个性化饭店出租率一直居高不下，也拉动了饭店床具的发展。同时，饭店之间的竞争加剧，对于供应商来说，如何创造出新设计产品，给饭店带去最佳性价比的床具将是饭店床具市场发展动态的显性表现。不管采用哪种品类的床具，需求最关注的就是莫过于关注床具安全性、舒适性、耐久性、操作性4个方面。

安全性：就是要没有破损没有异物混入，床托的背面不能有突出起物，环保清洁。

舒适性：要根据宾客的各个年龄和体格差异，来提供适合的支撑力的床和床垫。单间使用135CM左右宽度床垫，大床房使用180CM—200CM左右宽度；床具的高度决定了操作和起床时的便利性，60CM左右的总高度比较合适；最大的前提就是：不能有异味异音，通风良好且卫生；

耐久性：10年质保是前提，每天有不同的人起床入睡，所以床垫和床托的强度和耐久性必须优秀，且能长时间保持新状态的产品。

操作性：饭店床具要在注重客人感受的同时也要便于服务人员操作，提高清理客房的工作效率，整体床具的可操作性，特别重要；主要体现在床垫、床托设计的轻质化，床托万向轮的合理布置；直接决定了整体床具的操作灵活性；床具这方面的细节是否具备，可以反映出一个饭店的管理能力及床具品牌供应商的设计能力和专业性。

市场需求	五星级饭店	四星级饭店	三星级饭店	经济型酒店
床垫弹簧	独立袋装弹簧	独立袋装弹簧	BONNEL弹簧	BONNEL弹簧
床垫高度	30—32CM	28—30CM	24—26CM	22—24CM
床托高度	20CM	20CM	20CM	20CM
床脚高度	10—12CM	10—12CM	10—12CM	10—12CM

从入住宾客偏好的角度来说，由于每个人的睡眠习惯不尽一致，饭店床具首先要满足的是尽可能地适应大多数人的睡眠预期，就是通常所说的床舒适度定位在橄榄球型，二头小中间大；极端偏软和极端偏硬的床垫需求是橄榄球型的二端；软硬适中，才是适合最广泛宾客的实际状况。

二、我国饭店床具发展变化趋势

1. 需求发展趋势

人体健康的三大鼎足是充足的舒适睡眠、均衡的饮食和适当的运动。人们对舒适睡眠的强烈需求带来是国际化舒适睡眠标准床具的普及。

首先就是睡眠舒适标准化，不管是国际床具品牌还是国内床具品牌，设计以房客睡眠舒适性为首，针对饭店房客人群分类开发，包括触感舒适、高弹性，严格按照生物力学科学设计，具有均匀、贴身的承托力，压强均等，维持人体脊柱正常的“s”形生理曲线，保持脊柱的颈、胸、腰段的天然弧度从而使人体各部位肌肉（尤其腰背的肌肉）放松，达到很好地缓解疲劳，保证睡眠质量。

其次，就是饭店床具品类标准化，包括床架、床垫、床上用品，根据客房不同类别进行标配，随着床具的多样化、个性化发展趋势，不同客房可以进行主题性标配，同时带来饭店管理集团良性竞争。

再次，匹配健康舒适睡眠采购系统，此系统是健康睡眠测试分析系统提升版本，系统可进行房客压力均匀分配的测量和控制分析，通过对各种性别、年龄、体重、体形的人进行测试，综合各类数据统计分析，在到系统数据库内找到房客的理想舒适床具，饭店销售客房时便可轻松依照房客自身状况找到饭店内质地承受力及软硬度最适合的床具，以达到完美的舒适睡眠。

最后是床具选择品牌化，当睡眠质量成为酒店新课题时，舒适标准床具的普及将改变饭店床具行业恶性竞争，规范饭店床具市场，同时带来国际和国内床具品牌的洗牌，推动饭店床具行业的进一步发展。

2. 技术发展趋势

随着IT技术等高新技术的发展，客房床具的创新也尽显高科技的踪迹，行

业信息化、网络化、智能化将成为新的趋势。未来饭店床具将瞄准新材料、新设备、新技术的大量采用，这将更适应饭店房客对新型床具的需求。饭店床具行业要在稳中应对变化，稳中追求创新，朝着功能多样化的模式发展，具备多功能的床具在同等情况下更具市场竞争优势，这是未来饭店床具发展的必然趋势之一。

新材料，如发光材料、变温材料、可散发香气的材料将改变传统的饭店床具用材；天然环保低能耗材料，贴近自然、回归自然的床具，将赢得广阔的发展空间。饭店的不断智能化，将打破以往的经营理念。还有从颜色上，以稳重、朴实、素雅为特征的自然色调将成为主流。

新设备，一些创新功能结构的出现，将使用新的科技设备，如智能化数控手动电能转化控制等，将带给宾客在饭店床具使用功能方面的新体验与新冲击。

新技术，如高新科技床垫气体弹簧床垫，全数码电子技术监控，打破传统钢丝弹簧，调节气压达到有效调节各种人群所需求的软硬舒适度等等。床架上增加床头功能结构，把一些叫醒、音乐灯光催眠、功能托盘等植入床头结构中，这将使床具更却低碳环保和方便使用。

“安全、健康、环保”3个理念和6个标准开始深入人心，落实绿色客房产品理念，趋势走向为低碳环保路线，追求个性化、人本化、细微化的床具睡眠服务。饭店床具自然健康多功能成为主流。饭店床具技术革新，将逐步落实饭店绿色客房理念，提高和促进饭店睡眠品质。同时带来饭店床具行业洗牌，规范行业秩序。

2014年9月10日，喜临门携全球首个智能床垫健康睡眠系统在上海新国际博览中心隆重亮相，这一颠覆行业的传统开启了睡眠3.0时代，传统睡眠时代即将走向历史，寝具行业也必将迎来一次颠覆性的变革。

肩负人类睡眠重任的床垫在潜移默化地进行着这样的进化：从第一代睡眠系统告别硬板床开启弹簧床垫时代，到第二代睡眠系统开始运用排骨架等人体工程技术进入贴合人体生理结构的手动调节时代，再到不仅符合人体工程学同时兼顾睡眠环境学并通过智能





原材、技术与专注引领 春喜硬木厚积薄发

——专访青岛春喜硬木制造有限公司

Interview with manager Chen Yanling of
Qingdao CX JOY Hardwoods Co. Ltd.

■ 文 《中国家具》

历经三十年沉浮发展的中国传统家具属于劳动密集型产业，长期以来手工作坊的生产模式越来越不敌人工成本的飙升，时常导致生产企业入不敷出的尴尬局面。基础产业自动化程度不高，发展就越受阻，就越迫切需要新的突破与转型。当实木生产面临内艰外苦之时，缘何春喜硬木会最先占领市场高地，博览刚需？

在国内，由台湾林氏父子创立的青岛春喜硬木制造有限公司是实木家具生产厂家和专业备料合作非常成功的企业代表之一。成立20余年的青岛春喜硬木，坐落于青岛胶州胶东镇台湾工业园，在业界享有“世界级实木拼板企业”的美誉，多年来一直致力于实木拼板与集成材的生产工艺，其通过世界领先的自动化设备，为家具、装修、建筑等行业的客户提供稳定优质的基础材料。

春喜硬木每月将美国提供的数千立方的优良硬木经过切割、等级筛选与排板等一系列工序，做成符合家具厂需要的拼板等级尺寸，继而运输到国内外的家具厂生产高端的家具。企业效率据粗略估计，相当于生产1个集装箱的拼板，运用高科技的自动化生产设备，耗去2—3个集装箱的木材，却提供了可供生产10个集装箱的家具，如此默默耕耘的良心企业，真正地实现了厚积薄发。

精良的原材供应做稳品牌

中国是全球第一大木材进口国，完善的木材供应链是国内木材加工业重要的支撑。春喜硬木的总经理林恒毅谈及



企业最初挑选木材的时候坦言，十几年来跑遍各锯材厂，深入了解不同产区，木材的特性以及各种气候条件下的木材成品，最终敲定将专注于品种众多、具有可持续性、锯切烘干过程科学管理的北美硬木，这颗悬着的心才安然落地。美国阔叶木作为实木生产的优质选择，有超过100亿立方米的资源，品类众多，且每年采伐速度远低于其生长速度，符合可持续发展的模式管理。春喜硬木看到了美国供应商的实力，目睹了良好稳定的原材品质，用科学的方法对木材进行“优化”处理来服务全球实木生产出厂家，并取得了良好的效益。过去一度被国人称为赤杨长期误解的黄金桤木（赤桦），供应商按照美国硬木板材协会（NHLA）权威的分等规则基础，对桤木进行用途与外观的分等，让其从一定程度上更适用于某一类家具的制作需要，使基本的销售规范促成共同的标准来保障买卖双方的利益，透过春喜硬木的稳定拼板供应，也让这个有淡蜜温润表面

色泽的木材，在全球重要的实木家具材料中占有一席之地。

在实木家具生产专业分工领域，欧美和日本行走在世界前端。春喜硬木在行业历经多年，最终站稳了顶尖的位置，无疑和其选择了一流的原材料、选择与管理最好的原材供应团队是分不开的。春喜硬木赞同美国硬木合理有效地利用森林资源的概念，透过林总经理每年亲自走访美国各硬木供应商了解其生产过程，深入探讨每个作业流程，在木材颜色、等级、供应量找寻最符合需求的窑干锯材，透过长期合作降低因材料价格浮动对客户的影响，为其制造拼板服务量产厂家的前提。春喜靠着领导团队睿智的目光以及为客户严格把关原材料质量的坚持，用事实与高端客户的支持证明北美硬木的优质特性，也为自身发展打下了非常好的市场基础。

先进的生产工艺做强品牌

要想做强品牌，首先就要有先进生

产技术和工艺的支撑，没有过硬的自动化设备能力是不具有长远的发展实力的。与德国一流设备供应商威力的合作，为春喜硬木提供了坚实的技术支持。在全行业尚停留在比较低产低效的状态下，春喜已经率先迈出了技术变革的第一步。林总在访谈中提及了一台曾成功助力公司转型升级的贵客之一：德国威力旗下的格列康指接机，正是由于林总长远的发展眼光，这台代表行业尖端技术且价值不菲的机器最终受用于春喜的原材料加工生产，不仅提高了产品的精度，减少了往日客户对拼板与集成材设备胶缝的投诉，而且节省了大部分的劳动力，降低了加工成本，帮助春喜实现了开源节流和转型升级的蜕变。

在春喜硬木的厂区，你不会看到传统木材加工业漫天飞舞的木粉，也不会看见杂乱堆积的木材，你所能看到的，只有上万立方米的堆放得整齐有序的板材库存和高速运转的世界最先进的自动化设备。细节彰显完美，扫描设备上板材等级的分类，计算机上细致到每个订单的规格和锯切方案，高效的加工效率和进料速度，站在春喜面前，它的成功，你便不会有丝毫的质疑。

林总说，当焦点都聚集在实木生产企业所在乎的问题上时，他最认可“优化加工”的概念。作为具有国内领先的专业备料加工技术的企业，根据订单规格备料最大程度减少资源浪费，加速后段加工来增加产品的附加值，同时通过大小批量的规格完善整体备料方案，从而更加弹性地应对市场需求的骤变。先进的技术不仅让春喜硬木收获颇丰，还让其凭借效率优势领先于国内其他同行，许多业内人听到春喜硬木100名员工每月能有远超1500立方米的产出都倾羡万分。不过，在林总看来，他们还未将设备能力发挥到极致，在未来，他们希望产能进一步提升到每天3000平米的成品以服务更多客户。

专注精神让品牌赢得市场

春喜硬木从最初对美国硬木进行加工、拼板输出到欧洲各国的实木家具制造企业，到如今将延伸服务国内的实木生产厂家与各种拼板和集成材需求，不断扩大企业的客户群。从外贸向内销转型，越来越多的国内需求相拥而上，是专注于技艺的精神，独创完善管理机制的精神，让春喜硬木的品牌变得更加厚重与沉稳。



与德国许多实木家具制造厂及知名品牌合作数年来，林总发现实木家具木质自然，彰显着家具淡淡的内在美，其较高的耐用性与收藏价值近年来受到消费者的钟爱，但中国消费者在面对家具用料表面时，更倾向于喜欢光滑干净的木材表面，而不是木材的自然纹理。这也造成国内企业进行实木生产时，材料的利用率不佳形成浪费以及生产效率低落，而企业逐年上涨的成本更雪上加霜地增加生存困难。春喜硬木综合不同客户的订单提供可持续的高质量、固定的成品与稳定的交货，让选择与春喜硬木合作的企业，在效率链条的实时滚动下，不仅轻松且高效地缩短交期、倍增产能，在其他企业还在担心上涨的人工成本与管理费时，直接拨开市场的层层涟漪，做大市场。

春喜硬木除了良好控制质量与交期的稳定外，也注重专注服务的深度与广度。对订单的解读，春喜会反馈出专业的信息，将客户的需求罗列清楚，明清

账目，使客户真正从心里放下芥蒂，实现双赢。进货入库，专业备料，自动指接，修边拼板，抛砂磨光，成品出货，一系列生产工序井然有序，用最少的人发挥最专注的精神，用最有效的程序做最精致的产品，这是春喜硬木落落大方展现给世人的企业姿态。

自信的企业，永远有着向上生长的生命力，永远在不满中学习与改善，参与与赞助各展，借鉴各领头企业的优缺点，并不断吸纳海纳百川的文化来充盈企业的自身发展。春喜硬木作为本次2015FMC首届WOODFAST木工DIY体验及创意展的活动支持方，其将为木工爱好者现场提供实木材料制作实木家具，让越来越多的人走入木工爱好者这个圈子，传承家具文化与生活并肩同行的理念。如今的春喜硬木已做出了诸多让人羡慕的做人业绩，厚重的企业积累逐渐融入春喜的血脉，正让它蓬勃有力，相信在未来，它还能给予我们更“澎湃”的喜悦。



商海悠游 尊木论道

——“尊木汇”总经理谢小斌先生专访

Interview with General Manager Xie Xiaobin of
ZUNMUHUI

■ 文 《中国家具》

中国人不仅用木、爱木，还赋予了木制品深厚的文化意味。对木材的打磨加工和精雕细刻，记录了数千年的中华文化与历史。一件件巧夺天工的木制品、木家具以及或雄伟或精致的木建筑，都承载着中国人的智慧和中华数千年的文化底蕴。在日新月异的现代社会，寻一隅可以体会时间在年轮上沉积的观木之处，静静观摩数件巧夺天工的良匠佳作、体会木艺文化魅力，那么尊木汇便是这不二之选的观木之处。在这里，就让我们一起走近“尊木汇”总经理谢小斌先生，走近“尊木汇”的木文化世界。



木制品（艺术品）全景图展示

据谢总的介绍说，尊木汇国际艺术广场按照“初生的树，再生的木，大生的精神”三个层面来规划。通过博物馆、艺术馆、艺术会所、文化休闲街等汇聚成为上海名木艺术文旅商新地标，集名树、名木、家具、木雕、木建筑为一体充分展示木自然之美，木工艺之精，木文化之魂。初步形成服务消费者和企业的木制品（艺术品）全景图。

据了解，上海木文化博物馆建筑面积13000多平米，由木文明展览馆、红木科普基地、红楼梦文化艺术经典家具馆、古木文化馆、国家工艺美术大师馆及精品展厅等六大板块构成。馆内有会展中心、DIY体验区、休息区等公共配套区，是中华人民共和国濒危物种进出口管理办公室珍稀木材教育培训示范基地、上海市级科普教育基地，上海消保委红木消费者教育基地等。博物馆集名木科普、木雕艺术、家具建筑、文化传播于一体，有机地将原生态名木文化与木雕工艺相融合，引导一种尊木爱木、木尽其用、可持续发展的价值观。

百花齐放 书写个中传奇

另外，“尊木汇”红木体验会所集群，20多家来自全国的红木行业巨头，

集体展现各自风采。古色古香，徽派韵味十足的元亨利黄花梨艺术馆；上品橡木艺术馆的代表藏品——小叶紫檀忘岁禅椅，如是禅椅，如是禅意，让陈席其上的智者，身心尘外远，岁月坐中忘；航管康雍乾艺术馆的“康雍乾”系列红木家具藏品，以三代御用家具为创作原型，将提炼出的清朝宫廷元素运用到现代家具制作中……还有以香道文化为主题的馨斋阁沉香文化艺术馆、以紫檀文化为主题的思兰红木艺术馆、以展现现代东方人文品位的青风东方现代人文会馆……在尊木汇 红木体验会所集群里，各具特色的艺术馆集群将整体开放，各主题艺术馆萃取中式风格的特征，表现各自对清雅含蓄，端庄风华的东方式精神世界的追求。

艺术手工街，集中式、禅意、休闲、自然等各种风格的木艺家居及陶瓷、紫砂、书画、沉香工艺品等，是宜商宜教宜乐的文化休闲街区。在2015年4月，为期一个月的“尊木汇”木艺嘉年华暨洛阳九色牡丹展、汤兆基牡丹艺术特展在尊木汇国际艺术广场启幕，作为打破传统的一次创新跨界融合，将牡丹“花王”和全球独一根的“木王”越南黄花梨老料布景装扮结合，花王木王争奇斗艳，演绎出一段段美妙浪漫的花木



“尊木汇”总经理谢小斌先生
接受媒体记者的采访

情缘。随之而来的“感受鲁班学堂手作魅力”、淘宝文化艺术节、“尊木聚乐部手串制作体验活动”及尊木论道各类主题论坛等精彩活动，都在传达着尊木汇始终如一的人文情怀。

谢总自豪地表示，“尊木汇”以探索“尊天下艺术、汇雅士风尚”为理念，首创集艺术馆、会展中心、投融资



E 企业与产品 ENTERPRISE & PRODUCT



服务于一体的商业模式，为中国艺术品行业玩家、商家、藏家打造互动平台。探索形成红木产业的“交易价格公道，企业诚信品牌，商品价值发现”的现代服务业特色功能园区，从而对社会传播木的知识，木的文化，木时尚，木生活，提供木产品和教育休闲园区，传播弘扬民族文化，倡导仁爱精神和可持续发展观。倡导尊木爱木的行业道德，木尽其用的企业精神，提供全新的商业模式。对上海而言增加一个新的独具魅力特色文旅商地标。对企业而言，是木行业品牌发展的助推器。

突破传统商业模式 拓展文化商业新价值

在谈到中国红木行业当前与未来的发展模式和方向时，谢总认为：红木行业从量变到质变，从文化吸引人，文化带动旅游，形成一个产业链。“尊木汇”在探讨文化产业的模式，用战略性眼光突破传统的“产品-研发-销售-市场-品牌”的商业模式中存在的瓶颈问题，发现并发掘未来的发展趋势。同时，随

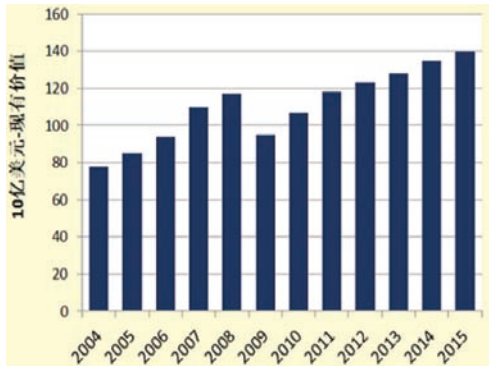


着消费群体发生的变化，80、90后的人更喜欢现代化的，舒适性更强的产品。所以原来的模式已经不适应红木家具市场了，现在我们在寻求营销模式的突破，第一，改变传统的卖场模式，站在消费者的角度去想，消费者需要什么，我们提供什么。人有一种文化的需求，这种文化的需求是精神层面的需求，所以产品导向引导社会导向。第二，互联网时代，开体验馆，不管是线上的还是线下的都是一个体验的概念，而且更强调的是线下的。大数据也就是客户需求，通过采集渠道，知道客户的需求在哪里，如果采集数据的渠道够广，那么就可以做定制款的，从不同的渠道采集到相同的需求，这样就可以降低成本，减少库存。当然，有实力并且志同道合，具有经销商的战略眼光、定位与我们未来发展的趋势不谋而合的合作者入驻是我们一如既往的要求。





M 动态与信息 ARKET & TRENDS



过去 5 年中国家具总产值占全球 50%

《全球家具》是位于意大利的家具行业研究协会 CSIL 每季度出版一期的杂志。通过对全球 70 多家大型经济体的家具贸易数据进行分析，该杂志最新一期对国际家具行业发展现状进行了回顾。研究报告指出，2013 年全球家具贸易总额为 1280 亿美元，占全球所有制造品贸易总额的 1%。2013 年家具进口大国包括美国、德国、法国、英国和加拿大。

2004 至 2008 年间，全球家具贸易额持续上涨。这主要归因于美国家具进口市场需求强劲。而英国、法国、德国和加拿大进口量则小幅上涨。在 2009 年经济危机期间，全球家具贸易额有所下滑，但随后在 2010 至 2013 年间又不断回升。这主要归因于北美地区和新市场木制家具进口额的增长。尽管德国和英国家具进口总额有所增长，但这期间欧洲家具市场额仍然低迷。

2014 年全球家具贸易总额实现增长，CSIL 预计 2015 年将进一步增至 1400 亿美元。在世界范围内，目前家具进口渗透率（以进口所占消费量的比重作为衡量结果）约为 30%。

据 CSIL 数据，2013 年家具出口大国包括中国、意大利、德国、波兰和美国。2004 年至 2013 年期间，全球家具主要出口国的地位发生显著变化。中国取代意大利成为全球家具第一大出口国，意大利排列第二。2004 至 2013 年间，中国所占全球家具贸易市场的份额从 14% 增至 38%。2009 年至 2014 年间，中国家具总产值翻了一番。2014 年中国占全球家具生产总量份额超过 50%。同时，美国和印度家具生产总产值增长有所放缓，德国家具生产则处于停滞状态，意大利则呈现下滑的趋势。另外一个重大变化是越南作为家具出口国地位的转变，即从第 15 位跃升到第 6 名的位置。

就中低收入国家而言，各个地区家具生产总产值也各异。CSIL 指出，2009 年至 2014 年间，南美、中东和非洲家具生产总产值处于稳定状态。唯一——一个家具产值实现增长的地区是亚太地区。过去 5 年间亚太地区家具总产值几乎翻了一倍。据 CSIL 数据，2014 年全球前五大家具生产国为中国、美国、德国、意大利和印度。

全球家具市场互联网营销能力提升

美国 Allied Market Research 发布的报告称：未来 5 年，奢侈家具市场复合年增长率（即一项投资在特定时期内的年度增长率）约为 4.1%，截止至 2020 年，销售额将达 270.1 亿美元。尽管欧洲是最大的高端家具市场，但由于可支配收入的

增加所驱动的需求，预计亚太地区增长最快。而互联网营销能力的提升，甚至连家族家具企业也能到达更广泛的全球消费者。

Allied Market Research 数字营销主管 Vikram Singh Mehta 说：“由于空间限制不断增加，尤其是城市中，采用模块化橱柜的家庭持续上升，由此可见这种家具需求的明显增长。而多功能家具有望在 5 年内实现巨大增长，因为其可用于多种目的——不仅有助于消费者管理空间、节省空间，还能减少购买单用途家具。”

亚太、拉美、非洲，尤其是中东等新兴市场的酒店业对奢侈家具的需求强劲。综观世界范围内，2014 年家具全球总销售额的 2/3 来自直接消费者，直到 2020 年仍将主导市场。这些顾客关注身份和样貌，这也将影响他们对家居软装的选择。

耐用、经典外观的木制家具需求增长，目前占据市场的 24%，金属材料其次，但玻璃预计是截止至 2020 年增长最快的材料，主要是酒店和商业家具的需求高涨。塑料由于美观度不足、环境污染等原因，预计需求将进入停滞。虽然消费者对皮革感兴趣，但由于运用方式有限，政府对皮革进口的管制，都抑制了市场的发展。

环保理念和居住空间的缩小增长了对生态友好、多功能家具的需求。而未来 5 年，预计灯具的年复合增长率高达 8.3%，高于其他奢侈家具，主要受旅游和会议酒店需求的驱动。

尽管近 10 年来，技术突破对全球室内设计产生了显著影响，但未来创新将彻底改变消费者和设计师之间的关系。行业专家认为，3D 视觉和串流直播的发展将允许消费者通过互联网更为直接地参与室内设计。对于品牌来说，把这些新科技应用到互联网和移动市场战略相当重要。

而家具品牌正在寻求将店内环境搬至互联网的方式。可资借鉴的范例有：互联网交易市场 1stdibs 通过手机应用重现画廊和古董店的体验，用户可以通过这个平台浏览分布在全球各地的 2000 多家设计、艺术和收藏品卖家的门店并直接购物。

可达性是移动应用的关键，而 1stdibs 的 App 通过互联平台还原了跳蚤市场那种随便逛逛，不经意间收获惊喜的体验。Vikram Singh Mehta 说：“这个市场上多数公司都是家庭式经营，他们需要正确的战略来拓展业务范围。与室内设计师合作有助于公司在潜在或目标客户中建立认知度，这有助于扩展市场范围。在线零售是市场趋势，并且为公司扩大消费者基础提供了平台。”此外，报告还强调，与室内设计师合作有助于家具品牌提升消费者认知度。

全国家具展览会座谈会在伊春举办

2015 年 7 月 30 日，中国家具协会主持的全国家具展览会座谈会在黑龙江省伊春市召开，中国家具协理事长朱长岭、副理事长刘金良、副理事长陈宝光、伊春市相关领导以及全国 30 多个家具展览会主办方、承办方和相关家具协会主要领导参加座谈会。

会上，朱长岭理事长致辞并作全国家具展览会发展现状报告。朱理事长对与会代表的到来表示欢迎和感谢。报告重点分析了中国国际家具博览会（上海）、中国（广州）国际家具博览会、深圳国际家具展、国际名家具（东莞）展览会、成都家具展的主办方、面积、参展企业等情况。对地方性展览会及展贸



一体化的家具展览会进行分析。朱理事长在品牌推广、贸易交流、产业链配套、国际交流、信息发布、设计提升、行业组织活动等六个方面详细介绍家具展览会推动行业发展的作用，对家具展览会的主办单位情况进行说明。朱理事长对贯彻国务院《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》的体会进行报告，从指导思想、科学发展、信息化、行业协会作用、组织水平、交流合作等方面把控家具展览会的办展方向，并根据行业特点给出专业化、创新模式、设计提升、行业发展等几点意见。

中国（广州）国际家具博览会承办方中国对外贸易广州展览总公司副总经理陈旺辉、中国国际家具展览会主办单位上海博华国际展览有限公司北京办事处经理池敏华、苏州家具展览会承办单位赵艺学商务策划机构董事长赵艺学分别对广州展、上海展、苏州展的办展经验和收获进行交流发言。

朱理事长最后表示，中国家具协会大力推动家具展览会的发展，适时通过内部刊物为各展会做宣传，在《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》中提出的展览业体制机制不完善、改革滞后等问题。他肯定了家具展主办方取得的成绩，表示家具展的市场化、专业化、国际化程度走在全品类展览会的前沿，展览会在短期内集各种资源于一体，是行业人员交流学习的平台。建议各省市家具协会包括中国家具协会应重点抓办展工作，转变服务方式，明确展会定位，了解国家最新政策。同时，家具行业应该形成合力，拓展外出办展渠道。

深圳家具采购实行第三方监理

近日，深圳市政府采购中心推出改革新举措，在市本级范围内对家具类政府采购项目实行“第三方监理战略合作伙伴制度”，以加强采购监管，有力保障政府采购在家具类别上的质量要求。据市政府采购中心工作人员介绍，实行该制度是继去年商场供货模式改革等采购领域六大改革后又一重头戏。

家具类政府采购项目一直是各单位政府采购中的主体项目之一，深圳市财政委员会近日印发《关于家具类政府采购项目实行第三方监理战略合作相关事宜的通知》，决定在市本级范围内对家具类政府采购项目实行第三方监理战略合作伙伴制度。这一改革举措的推广，前期已经有了良好的试点基础。深圳市首次试行家具类项目第三方监理战略合作伙伴制度是在 2013 年 2 月，2014 年 3 月进一步扩大试点范围，主要在高校和医院进行试点推广。鉴于试点单位对家具监理制度较为认可，且监理机构在确保家具质量上发挥着较为重要的作用，市财政委与市政府采购中心于近日决定，将家具采购监理制度推广至市直各单位。

据了解，按照相关要求，预算金额在 50 万元以上（含）的家具类项目须引入第三方监理，采购单位可从中标的家具监理机构中自行选择合作伙伴。而预算金额在 50 万元以下的，则不强制执行监理制度。家具监理机构的工作主要包括前期咨询服务、编制家具质量验收标准、深化设计图纸及打样样品的评审、生产的监督抽样与检测、出具货物的质量验收报告等。

在执行家具类政府采购项目时，采购单位与家具类项目第三方监理战略合作伙伴应按规定签订采购合同，其中必须明确所选择的服务项目、监理费用、服务要求和完成时限等。而在项目验收后，采购单位需填写《履约情况反馈表》，将履约情况及意见建议反馈至政府采购监管部门，作为对监理机构考评的重要依据。市政府采购中心相关工作人员还介绍，在保修期内，如果家具出现非人为质量缺陷，监理机构需要承担连带责任。采购人向家具生产厂商和监理机构追究责任，监理机构要协调家具生产厂商立即解决，如果是涉及违法违规行为的，家具生产厂商和监理机构都要受到处理处罚。同时，市政府采购监管部门也将对家具类项目第三方监理执行情况进行实时监督检查。在合同履约抽检过程中，如发现监理机构未履行监理职责的，如监理机构不落实环保标准等，监理机构要承担主要责任，监理机构出现两次未履行监理职责的，将取消其监理资格。

南康家具一季度电商交易额破 10 亿元

近年来，江西赣州南康区大力发展家具电子商务，家具电商迅速崛起，形成了光明电子商务创业孵化园、泓泰家具电子商务城、北方大厦、城市一号等电子商务企业聚集区域，办公面积超过 10 万平方米，集聚了近千家家具电商企业和 200 多家配套企业，从业人员 1 万多人。2015 年第一季度，该区电商交易额达 10.24 亿元，预计全年交易额将突破 50 亿元。

据悉，南康电子商务起步于 2010 年。2014 年 3 月，赣州市入选第二批国家电子商务示范城市，南康发展电子商务政策导向优势更加明显。2014 年 8 月，南康家具市场被省商务厅授予“省级电子商务示范基地”称号。目前，南康已顺利通过了“国家电子商务示范基地”评审答辩，有望成为全省第一个国家级电子商务示范基地。



M 动态与信息 ARKET & TRENDS

在发展电子商务上,南康具有产品供应链优势。南康是家具产业发展的聚集区,有 7258 家家俱生产企业,6500 多家家具经营户。作为全国第一的实木家具产品供应地,2014 年广东顺德等地家具电商在南康采购产品达 60 亿元以上,南康电商发展空间巨大。

四通八达的物流快递也是南康发展电子商务的优势。南康有 256 家物流企业,线路 630 多条,能到达全国大部分县级城市,国内知名快递企业基本入驻南康。同时,该区有建成占地 1000 亩的中国(中部)国际物流商贸城,以及完善的物流配送体系(物流企业+当地配送服务公司),能解决包括家具在内的电商产品的物流运输、上门配送、安装等一系列问题。

为加快电商产业的发展,南康区财政每年安排电子商务发展专项扶持资金 1000 万元,出台电商扶持政策和人才引进政策。政银企联袂打造 9 大公共服务平台,建成了家具产品检测中心、进境木材监管区、商贸物流城、光明电商人才孵化基地、智慧城市(云计算、大数据服务)等公共服务平台项目,为基地内电子商务企业提供全方位的公共服务支撑。目前,占地 20 亩的南康国际电子商务中心已完成规划设计,正在建设,建成后将成为南康的高端电商运营中心。尤其值得一提的是,2014 年南康建成了全国首家内陆新型口岸——赣州进境木材监管区,让南康有条件成为国际货运集散地,为跨境电子商务发展奠定了报关、报检及国际物流的基础。目前,跨境电子商务平台已进入实施阶段。

橱柜企业转型全屋定制需从实际出发

近年来,很多橱柜企业都打出了“全屋定制”、“大家居”的口号,些企业从单一品类延伸到多个品类的经营,不断的扩充占领市场的步伐。从企业的角度来看,紧跟市场需求无可厚非,但是企业也需要从实际出发,衡量“全屋定制风”的可行性,只有这样,后天的发展才不会走向畸形。

当下,定制家居主要分两类产品,一个是大众化的定制产品,主要是可以规模化生产的板式定制家居,还有一类是定位于中高端的全屋实木定制,部分企业也采用板木结合的产品。然而,通过市场调研发现,虽然很多企业打出了全屋实木定制的概念,但真正做到全屋定制的还不是很多,主要是产品还很单一,不够丰富。很多号称做全屋定制的企业是从做木门延伸进来的,仅仅增加些简单的橱柜、衣柜就喊全屋定制,但实际上还有很大的差距。

除此之外,还有业内人士指出了一个有趣的市场现象:在定制家居方面品牌竞争十分激烈,各大品牌都在不同层面进行着各种较量,但也有一些实木定制品牌把定位拉的极高,号称一个单子要做到百万、几百万,同时开一个店的投入也非常大。这种一年接不了几单,接一单吃三年的极高端定位虽然可能有市场,但做大其实很难,也不是一般经销商能做得了的。

很多企业是在造概念,与定制拉扯关系,实际上要做好真正的定制“基因”很重要。业内人士表示,做定制家具的企业做全屋定制更要优势。全屋定制产品实际上是将产品从“定制柜”向“墙”“顶”“地”做了延伸,形成从定制家具到橱柜,衣柜,墙板,吊顶等的全屋木作系统,其中定制家具最复杂,难度最大。

所以,定制家具厂家具备极强的定制基因。如果从简单的

定制行业转型做全屋定制难度会非常大,交的学费,花的时间会更多。另外,做全屋定制最需要的是成熟团队和长时间经验的积累,再加上设计和服务的不断提升,这样的企业才会跑的快、跑的远。因此,橱柜等家居企业亟需产品、服务等内功的修炼。

红木家具产业发展问题远未消弭

中山的红木家具集群产业,在全国闻名遐迩,是中山市一张亮丽的产业品牌和文化品牌。近几年来,针对红木家具产业面对来自浙江、福建、广西等地越来越强劲的竞争,中山市包括大涌等相关镇区提出了诸多的对策,尤其是市政府将大涌镇作为集群产业转型升级的示范镇来抓,市长亲自挂帅,并出台了《中山市大涌镇产业转型升级发展规划纲要(2013—2020 年)》。很快,红木家具产业发展出现了重大转机,镇区和商家信心大增,市场一派兴旺,发展前景一片光明。

尽管如此,中山市红木家具产业发展的问题却远未消弭。主要体现在三大危机。

首先是“新常态”的危机。与以往的社会状态相适应,前几年,中国的红木家具市场也出现了严重的“虚高”,从红木资源,到红木产品,价格高得离谱,与实际价值相去甚远。进入“新常态”之后,这种异常状况风光不再,价格逐步回归常态。这是正常和很好的事情,但对于商家来说,无疑是一个很不容易跨过去的“坎”,挑战极大。如果应对不好,则容易酿成危机。

其二是红木资源的危机。红木的生长期极为漫长,动辄几百年。如今,中国,包括各个国家,都十分重视资源和环境保护,红木资源越来越显得宝贵,控制越来越严。中共中央、国务院最近出台了《关于加快推进生态文明建设的意见》,对红木资源保护和利用也将产生重大影响。红木家具产业要在这种新形势下继续发展,就必须调整思路 and 战略,否则就难以为继。

第三是工艺人才的危机。红木资源越来越匮乏和宝贵,对红木家具的工艺要求也就越来越高,几乎要求每一件产品都要做成艺术品,这样才对得起古人、今人和后来人。这就需要有一批高水平的工艺师。东阳,一个小小的县级市,已有国家级工艺美术大师 9 名,浙江省工艺美术大师 36 名。中山的工艺设计以至技术工,一直完全依靠浙江东阳、福建仙游等地,即使到今天,这种状况都没有丝毫改变。然而中山从 2013 年开始才尝试评选市一级雕刻大师,省级、国家级大师则为零。近几年来,不断有外地的工艺师和工艺技术人员回到他们的家乡去创业,自己做红木家具老板,这种情况还在继续且有蔓延的势头。我们假想一下,如果哪一天在中山的外地工艺师和工艺技术人员突然一下子走光了,那中山的红木家具产业肯定会一下子倒塌。这绝对不是危言耸听,绝对是真正意义的“盛世危言”。

红木产业工艺的灵魂是人才,红木产业的核心竞争力。中山市红木家具产业最大的危机,正是缺乏这种核心竞争力。培育自己的工艺师,需要一个漫长而艰苦的历程,但无论如何都要抓紧做。与此同时,也要从市里的高度,抓紧出台专门的政策,稳定和利用好外来的工艺师和技术人才队伍。只有这样,才能应对挑战、破解危机,才能真正使中山的红木家具产业永远立于不败之地。

Provide Best Woodworking Machinery and Furniture Raw Materials
for Furniture Production, Decoration and Engineering Fields

为家具生产、装饰装潢、工程应用领域提供最精良装备和材料的优质平台



FMC CHINA 2015

第二十一届中国国际 家具生产设备及原辅材料展览会

2015年9月9日-12日 9-12 Sep 2015

上海世博展览馆 Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center

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 2015
第二十一届中国国际家具展览会

Tel: +86-21-64371178

Fax: +86-21-61154988

Email: fmc@ubmsinoexpo.com

www.fmcchina.com.cn





中国木器漆 世界影响力

欢迎致电：0757-25381777



高点漆

高点木器漆用户群：

木门、楼梯、卧房家具、客厅家具、橱柜、卫浴柜、整体家具、
办公家具、酒店家具、展柜……