

中国

家具

展览在线杂志

CHINA FURNITURE

2018年第4期 总期第106期



浦东家具家居双展 设计燃爆9月魔都

——2018第二十四届中国国际家具展览会及

摩登上海时尚家居展专题报道

新闻发布会

MAISON  
摩登上海时尚家居展  
2018.09.11-14  
上海世博展览馆

中国 家具 展览在线杂志  
CHINA FURNITURE

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：徐详楠  
副主任委员：王明亮

委员：刘金良 张冰冰 陈宝光 王克 牛广霞 蒋鸿源 侯克鹏  
何法润 高秀芝 李凤婕 祖树武 唐吉玉 沈洁梅 冯建华  
徐关荣 张萍 谢文桥 陈豫黔 池秋燕 席辉

主编：陈宝光  
执行主编：陈琪  
编辑：文琼 郝文娴  
美编：王骏 张晓莲

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

编辑：编辑部

地址：上海市徐汇区虹桥路355号 城开国际大厦8楼（200030）  
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



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

# Contents

2018年第4期

## 特约评论

汇聚行业力量 探讨发展方向 本刊编辑 1

## 发现行业

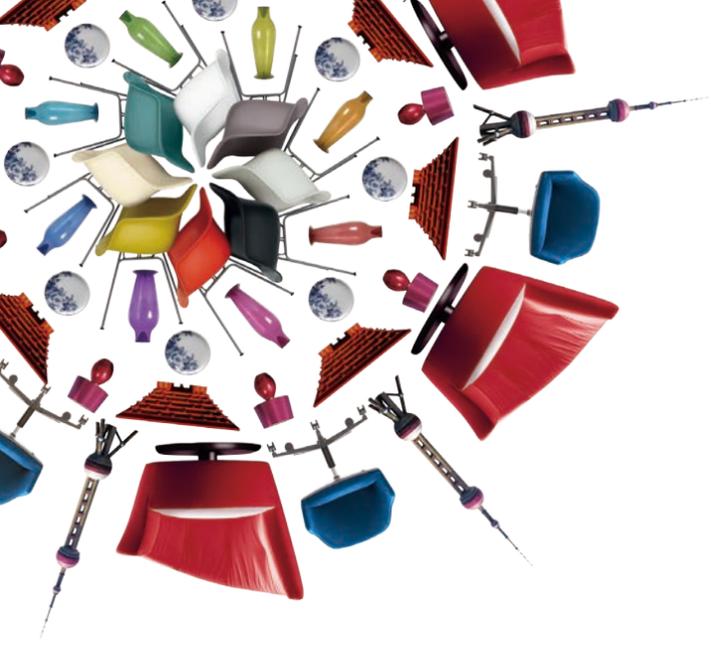
当“定制家具”遇上“互联网” 赵艳丰 5  
频繁开发新产品的企业为什么做不大 许柏鸣 9

## 应用技术

中小户型住宅沙发的简约设计 方菲 郭勇 陈玉霞 刘涛 13  
机器视觉识别在家具制造中的应用 陈浩淼 郭叶莹子 申黎明 17

## 会展天地

浦东家具家居双展 设计燃爆9月魔都 21  
——2018第二十四届中国国际家具展览会及  
摩登上海时尚家居展专题报道 本刊编辑  
“色彩·中国家居” 25  
一场5D色彩的品鉴之旅 本刊编辑  
对话“HOME PLUS设计师之家” 本刊编辑 29  
DOD展新鲜血液不断涌入 本刊编辑 31  
设计馆新登场的部分设计品牌 本刊编辑 35  
设计不朽，第五届“金点奖”评委亮相 本刊编辑 39  
你与浪漫的法式生活距离仅剩“0”米 本刊编辑 43  
这些好用的木质家具全在马来西亚展团 本刊编辑 47  
“中国好面料”为你的设计锦上添花 本刊编辑 51  
这张免费的会员卡将承包你未来一年的设计活动 本刊编辑 55



# FURNITURE CHINA 2018

第二十四届中国国际家具展览会  
The 24<sup>th</sup> China International Furniture Expo

## 2018.09.11-14

上海新国际博览中心 Shanghai New Int'l Expo Centre



# MAISON SHANGHAI 摩登上海时尚家居展

## 2018.09.11-14

上海世博展览馆  
Shanghai World Expo Exhibition & Convention Centre  
[ms.jjgle.com](http://ms.jjgle.com)



同期举办  
Concurrent Event

 **FURNITURE CHINA 2018** 第二十四届中国国际家具展览会  
The 24<sup>th</sup> China International Furniture Expo

### 出口导向 高端内销 原创设计 产业引领 Sourcing Furniture, Decor & Accessories from 3,500 Exhibitors

[www.jjgle.com](http://www.jjgle.com)

   | @Furniture China



微信 WeChat

同期举办  
Concurrent Event



主办单位  
Show Organizer  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.



# 汇聚行业力量 探讨发展方向

■ 文 本刊编辑



8月10日，第二届中国家居制造大会在广东省东莞市厚街镇广东现代国际展览中心举行。大会由工业和信息化部、中国工程院特别支持，中国家具协会和东莞市人民政府主办，东莞市经信局、厚街镇人民政府、东莞名家具俱乐部、广东现代会展管理有限公司承办。工业和信息化部消费品司司长高延敏，中国家具协会理事长徐祥楠、副理事长刘金良、副理事长兼秘书长张冰冰、专家委员会副主任陈宝光，东莞市委常委、副市长张冠梓，国家制造强国建设战略咨询委员会委员及研究室主任屈贤明等领导，以及来自相关行业的协会、龙头企业、专家学者、媒体代表出席了本次大会。大会以“前哨--行业风标创新--制造动力”为主题，分为资本·投资与制造、前沿设计与制造、互联网应用与制造、数字化与制造四大主题论坛。

工业和信息化部消费品司司长高延敏指出，家具制造行业要实现高质量发展，应注重与智能技术的融合，向智能家具制作迈进，应不断推动家具行业的科技研发和跨界融合，加强智能化发展，加强质量和品牌建设。

中国家具协会理事长徐祥楠介绍，2018年上半年家具行业规模以上企业主营业务收入3927.6亿元，同比增长6.96%，利润总额223亿元，呈现出稳中有进的发展趋势。我国经济进入新时代，家居制造行业也呈现出新的特点，



既面临挑战，也面临机遇，行业需要进一步顺应新形势，把握新机遇，主动作为，努力实现快速发展。未来，家居行业发展要注重四个方面：一要注重设计创新，二要注重绿色发展，三要注重智能制造，四要注重品牌建设。

东莞市委常委、副市长张冠梓表示，东莞是重要的家居研发制造和采购基地，第二届中国家居制造大会再次在东莞召开，将为中国制造登上国际舞台做出新的贡献。国家制造强国建设战略咨询委员会委员及研究室主任屈贤明认为，数字化、网络化、智能化制造将在三个方面对传统制造业和家居产业产生重大作用，积极推行规模定制等新模

式、新业态，将使家居产业永葆青春。会上，海尔大规模定制平台运营总监秦施政分享了海尔COSMOPlat平台解决大规模与定制化矛盾的经验以及在家居一体化服务方面的案例；洛可可创新设计集团总裁李毅超分析了制造业的发展趋势；豪迈软件亚太区总监Marc Pfetzing、金田豪迈软件部总经理关敬韬介绍了金田豪迈在无人工厂方面的研究成果。

在主题大会的论坛环节，中国家具协会专家委员会副主任陈宝光、中关村天使投资联盟秘书长、AC加速器CEO徐勇、红星美凯龙控股集团副董事长车建芳、曲美家居集团股份有限公司董事长

赵瑞海、喜临门家具股份有限公司总裁杨刚、厦门金牌厨柜股份有限公司总裁潘孝贞、台升国际集团董事长郭山辉、杭州群核信息技术有限公司(酷家乐)CEO陈航,针对行业关注的投资与融资、信息化和智能化、数字化技术、前沿设计、贸易等行业关注的话题进行了深入的讨论,分享了相关信息和观点。

**台升国际集团董事长郭山辉:**



长久以来,制造业和家具制造讲究的是制造的方式和模式,制造分为大量生产的制作模式,也有少量和多量的制作模式,两种不同的制作模式,引申初步统的管理和技术需求,少量和多件需要大量的管理经验和投入。中国大制造与GDP成长的趋势,还有人民对美好生活的追求方式,制造不取决于是大量还是少量,或者是制造管理是否到位,而是如何提供客户的需求。客户对舒适的需求,对品位装饰装修水平的提高,整个家具业正在进行大量的改变。电子商务对实体店的冲击,制造行业进入革命性的时期。

**曲美家居集团股份有限公司董事长赵瑞海:**



智能制造是重要的事情,因为制造能力和水平是行业的基石作用。智能制造包括服务型制造、智能制造、数字化制造,行业如何真正的解决制造升级,每一条路都可以走,最核心的问题就是



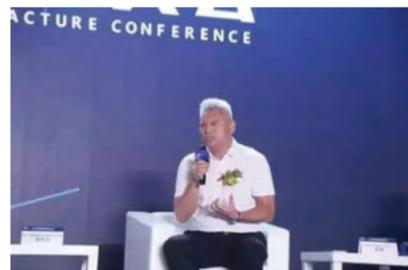
工业管理的软件,还有模型,到底是怎样的流程模型,从消费者到提供服务,模型设计是怎样的。家具品类多,就很难做成高效能的制造体系,我们都在研究和探讨。

**红星美凯龙控股集团副董事长车建芳:**



我们从单一到多元化,这就是适应消费升级。10年前做设计创新联盟的时候,我非常的痛苦。没有一个人,没有一个企业和顾客,愿意为设计买单,我们那个时候,刚刚组建设计联盟的时候,没有人愿意理解。我当时认为,设计师赚家具行业的钱,为什么不愿意为他们服务。你赚的是家具行业的钱,不愿意为家具行业的升级消费服务,这是不应该的。十年前,都不愿意为设计买单,我成为了见证者。现在很多工厂与国际国内设计大品牌和设计师合作,已经形成了一体化。

**厦门金牌厨柜股份有限公司总裁潘孝贞:**



今天过来,学习的内容很多。关于中国制造大会,我讲讲趋势和自己的几点理解。智能制造技术的升级是必然的趋势,姑且不讲定制家具,信息化、数字制造和智能制造已经取得了很好很好的突破,中国定制家具龙头企业的智能制造水平已经走在了世界的前列。哪怕成品家具不愿意大批量的生产,然后囤积来卖,也是按照订单来生产的,很多成品家具往全屋定制方向发展。条条大路通罗马,最后会万众归一。家具产品有一个特点,消费者的个性化需求和选择是一个绝对大趋势。大规模定制,哪怕是单件生产和制造,小品两多品种,能够逼近于大规模制造的成本和效率,可以满足消费者的需求,何乐不为。当下房价高企的情况下,通过我们的定制家具,让我们的居住空间得到充分高效利用。将5平方米的厨房,8平方米的卧

室,使用效率提高的话,就可以创造更多的价值。在驱使下,我们又有了技术手段的支撑,我们庆幸又走在了世界的前面。中国制造大国最终由谁接棒,我认为中国家具制造的大棒还有5—10年以上。中国本身是消费大国,也是人口大国。家具有全产业链优势的问题,还有智能制造的优势。中国有大量的实体经济,中国同时具备信息化人才,两者的优势叠加,国家工业和信息化部本身就是两化融合,众多优势的叠加,家具制造大国这一接力棒,我们手上会抓很长的时间。

**喜临门家具股份有限公司总裁杨刚:**



中国的家具制造变得越来越真诚,一个是对消费者需求真诚的认识。越来越把消费者的需求,时时刻刻挂在自己的心理。另一方面,对自己的能力有更加清晰的认识,这是我最突出的感受。近年来,大家关注的是企业专注于做什



么,全屋家居、定制或者是某个领域,我们的宣传不在是那么多高大上,而是更加诚实的向市场说我的特长是什么。很多新进的企业推动行业真诚的面对自己,我们观察到全球或者是中国有很多的互联网基因的企业进入这个行业,他们用更加务实的价格,真诚的产品向消费者做一个交代,第三方的力量推动我们更加的真诚,面对自己和市场。

**酷家乐CEO 陈航:**



我们从用户的痛点出发,想到未来家庭装修是怎样的效果,传统的软件达不到这样的效果,出图成本高,效率低。我们7年前,希望通过核心技术解决这一问题,我们在国内国外研究相关的技术。专注做了7年的时间,之前装修出图是很奢侈的事情,现在装修不出效果图,就是要流氓,从用户量、数据量、方案数都是全世界最大的。真正为用户

解决问题,需要从所见到所得的过程,我们希望联合其他的行业解决用户的需求。我们的平台上有在座企业真实的用户数据,解决了所见即所得的过程。给到终端用户的体验,这是全行业永远追求的终极目标。





# 当“定制家具”遇上“互联网”

文 赵艳丰



近几年，以个性化诉求为卖点的定制家具行业发展迅猛，市场规模已突破千亿大关，是个不折不扣的大蛋糕。与此同时，日新月异的互联网技术也在不断推动着定制家具行业前进的脚步，以云计算、大数据、物联网为主的新一轮互联网信息技术，被逐渐应用在定制家具行业的生产销售、仓储物流等各个环节中，对定制家具企业实现智能制造、大规模生产具有极其重要的意义。互联网技术在定制家具智能制造中的应用如下图所示。

## 一、大数据、云计算在订单管理和市场分析中的运用

大数据、云计算技术在定制家具行业销售订单处理及客户信息管理中的应用尤为突出。大型定制家具企业月均订单数基本超过10万件，拆分的板件数更是高达几百万甚至上千万数量级，且这些海量数据还在以一定的比值在快速增长，如此数量庞大的数据可应用大数据、云计算这样的技术平台来实现安全、快捷的数据信息处理及存储操作。

举例来说，消费者定制家具时，只需提供房子尺寸构型，即可在企业门店的产品设计数据库中选取家具产品，该产品数据库是以模块化为主的标准化设计体系，通过设计软件开发并构建标准化家具产品或零部件，再根据房子结构和消费者的需求，进行模块化家具产品或零部件组合，最终经过尺寸及颜色调整渲染等设计，定制出全屋家具的基本结构。与此同时，计算机精准计算出产品所有材料数据单及订单总价。消费者一旦满意产品且下单，产品中所用人造板面积、五金件数量等数据以及客户信息将发送至公司生产部门数据库，以最快的速度投入生产。

在整个设计生产和销售过程中，消费者主动参与、个性定制，完全突破了传统行业只有商家设计生产产品的模式，企业缩短了销售时间，提高了订单数据的准确性，及时的信息传递也缩短了产品交货期。

同时，企业通过大数据云计算技术分析客户信息，还可以很好地预测市场发展趋势，使企业对消费者的需求方

向，如产品风格、颜色、价格范围等都有很好的了解，实现了产品优化、精准营销、高效精细服务等。

## 二、VR虚拟现实技术在销售环节的应用

VR虚拟现实技术是一项利用计算机高速处理器让人进入多源信息融合的交互式、三维全虚拟空间的一项技术。目前以头戴式装置为主，也就是通过VR头罩来进入这个虚拟控制。

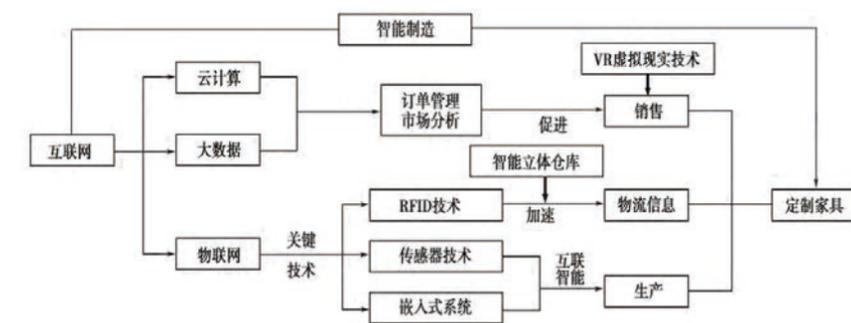
定制家具企业可根据消费者的个性要求，将组合设计好的产品经极速渲染即可进入全景体验。通过VR虚拟现实技术的应用，消费者可以720°的全景动态效果观察到高清装修好的室内空间，给消费者带来全新的互联网家居感受。通过720°全景体验的视觉享受与视觉冲击，一定程度上增加了消费者的购买欲，这对企业的销售有很大的促进作用。

## 三、物联网技术在仓储物流与生产中的运用

物联网应用中主要有三项关键技术，分别是传感器技术、RFID标签和嵌入式系统技术。

### 1. 射频识别技术在存储物流中的应用

射频识别技术(Radio Frequency Identification, RFID)促进了自动化立体仓库向智能立体仓库发展，而智能立体仓库对大型定制家具企业的发展起到了极其重要的作用。每一块生产的人造板都拥有电子标签，在标签表面上打印标签序号及产品名称型号规格，在芯片内记录产品的详细信息。经读写器的扫描读取信息数据的板件由仓库传送装置送到存储单元中，完成入库。仓库中每一块板件的位置、规格、型号、出货日期



等都可以在仓储管理软件中快速地查找出来，实现了仓储状态的可视化。出库时，在计算机管理系统和RFID标签的作用下，精准地调出需要出库的板件。在物联网技术下，消费者还可以准确查询到整个定制家具生产、运输的情况，具体可以查询到每一块板件的生产。

### 2. 嵌入式系统和传感器技术在智能制造生产中的应用

在大型定制家具企业生产中，嵌入式系统主要应用于数字机床生产自动化过程的控制；传感器技术则主要应用在自动化生产中人造板重量、含水率、厚度、温度等参数的测量。由于每个个性化定制订单的材料与尺寸都各不相同，日均订单产生几万个数据，也就是说工厂每天要生产几万个板件，这种大型生产传统家具企业难以实现。现在很多大型定制家具企业基本引进了国外自动化生产线，这些生产线大量运用传感器等物联网技术，使生产高度智能化，很好地满足了大规模生产。

在定制家具生产过程中，通过混合排产方式实现板材使用最优化，并且开料后的每块板件拥有它唯一的身份识别条形码，计算机数字控制机床、封边机、排钻机等设备通过传感器技术识别条形码信息即可完成相应的柔性加工工序，快速贴边及精准钻孔，实现从订单拆分到生产、分拣、包装等整个生产流程的自动化智能化。以嵌入式系统和传感器技术为关键的物联网技术可实现产品与设备之间的互联、人与机器设备的互联，大大提高了生产效率和产品质量，减少了人工消耗。



量，减少了人工消耗。

### 3. 发展“五化一体”的定制家具产业体系

目前，互联网技术在定制家具行业中的应用，已初步实现了设计个性化、物流快速化、生产智能化，笔者针对销售、产品可提升方面，提出了定制家具行业“五化一体”发展理念。所谓“五化一体”，是指在已实现的设计个性化、物流快速化、生产智能化的基础上，提出定制家具企业可实现的销售网络化、产品智能化，从而完善定制家具产业体系。

目前，消费者还是需要通过门店客户端向企业定制家具。因此，消费者直接面对企业，即消费者在家足不出户便可以通过手机客户端直接个性化定制家具及产品体验，将会成为定制家具企业销售的新模式。同时，通过设计及技术创新实现家具产品智能化，提高家具产

品附加值，将大大提升企业竞争力及促进行业的发展，笔者建议定制家具企业采用以下策略：

实现销售网络化。定制家具企业应积极开发集个性化设计、视觉体验、自动拆单、精准报价、物流信息、售后服务、产品交流等为一体的手机APP，以满足消费者足不出户，直接在家进行产品设计及定制的需求，同时消费者之间可以在APP上进行产品交流与分享。

实现产品智能化。加强企业产品设计及创新能力，借鉴智能技术在家电等方面的应用，开发及发展智能家具，如借鉴智能仓库技术开发智能存储衣柜，实现智能快速存取衣物，开发具备杀菌消毒功能的橱柜等，从而提高家具产品的附加值。

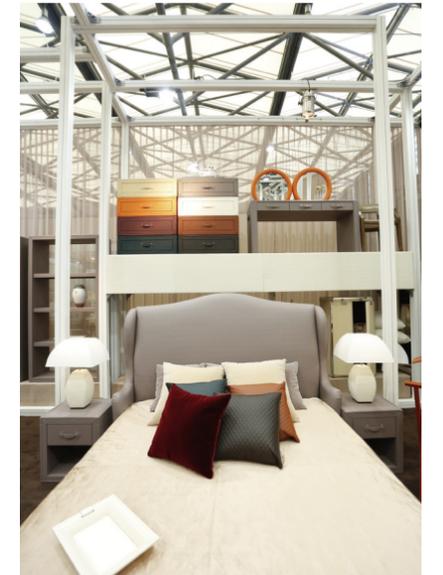
总之，将物联网、大数据和云计算等新一轮的互联网技术应用到定制家具行业的生产、销售、仓储及物流中，对提高定制家具产品销量、加快物流运输



速度、促进定制家具智能制造具有重要的现实意义。广大定制家具企业应不断推进工业化和信息化的深度融合，实现从制造到“智造”的转变，最终形成设计个性化、销售网络化、物流快速化、生产智能化、产品智能化“五化一体”的定制家具智能产业体系。

# 频繁开发新产品的企业为什么做不大

文 许柏鸣



有相当多的家具企业，在新产品开发上很努力，也舍得投入，但就是做不大。其中有两种类型：一是跟风型，即市场上新流行什么就做什么，市场成熟了就不做了，这样似乎比自己创新风险低很多，但只能小打小闹；二是试错型，即所谓的“标杆”企业，不断推出市场上没有的产品系列，不断“试错”，他们或许不肖于“同流合污”，想要闯出一片自己的天地，也许是被逼无奈，因为屡屡被拷贝者击败。然而，无论是前者还是后者，一种残酷的现实结果就是“猴子捡棒子，捡一根，掉一根”，难有沉淀，不长肉。



## 1. 现象

跟风型中小型企业通常利用展会窗口和卖场表现来观望产品研发走在前面的“标杆”企业的动态，加上自己的“判断”进行跟风设计。问题是，如果跟得太紧，万一人家失败则自己也倒霉，因此现在日趋谨慎，看到展会推出的全新类型不会马上就跟，而是会接下来持续观察，还得看看别人有没有在跟，如果别人不跟自己也不跟，如果看到很多企业跟了，自己才跟。但事物都有两面性，如果跟得慢了，就会失去先机，当很多企业都一窝蜂地上了，那么自己的优势也可能就没了。

对于所谓的“标杆”企业，在产品研发上确实投入很多，有的以不断开发新产品来努力“甩开”跟风者。然而，经常会有开发失败的。由于品牌溢





价和新产品在市场上没有参照，所以利润可能相对会高一些，这就能够在很大程度上补偿其它系列开发失败的损失。然而，也会面临两个困境：一是辛辛苦苦开发出来后，被别人模仿、修改和优化后倒过来竞争，新产品在导入期和成长初期其实是不赚钱的，真正赚钱效应要到成长中后期和成熟期时才能反应出来，但没有等到那个时候就被别的企业“半途而击”，相当于在“给别人做嫁衣裳”；二是新产品开发失败的宽容度正在压缩，因为其他企业正在进步，尤其面对科学、理性的竞争对手时，你的一举一动都在别人视野里，他们的成功会建立在你所交付的学费上，而非自己去交学费，所以成功率比你更高，你不得不为自己粗放式、开发的高失败率承担后果，从而开发得越多、越快，则越会让自己步入危险的境地。

## 2. 根源

上述两类企业实际上都是在大众红海市场里的玩家，这样定义对前者没有问题，但后者听了可能会不服气：“明明自己有那么高大上的产品设计开发能力，为什么许老师要把我和那些跟风者搁一起呢？”对不起，因为你们本来就在同一个市场，同一个消费群体。你说你比别人高，高在哪儿？是品质比别人好很多，还是产品比别人更能满足消费者的潜在需求？高端消费群需要的到底是什么，你能说得清楚吗？你的服务和传播能够跟上吗？你的品牌识别性如何？知名度如何？美誉度如何？能够

成为消费者的信仰吗？消费者能以你为荣吗？如果不具备这些条件，凭什么打动高端消费群体？那就是错位，是目标消费者真实需求与你响应能力与方式和策略之间的错位。木桶原理大家都懂，即能装多少水是依据最短那个板块来决定的，无需赘述，但其还有经常被忽视的另一面，那就是高出的那些板块都是你的无效成本，高不成低不就除了削弱你的竞争力外看不到有任何好处。要知道，在红海市场里博弈的是规模和成本，小企业实际上是不具备成本优势的。之所以有些地方、有些企业还能生存，那是因为地方政府的税收、环保等管理还没有真正规范，一旦规范就很难存活下去，而这是迟早要来的事。

所以在大众红海市场里真正的最终赢家，一定是那些把已经或即将成为主流的产品予以优化、定型后依仗着规模和渠道优势在成本、乃至品质和交货期上的优势碾压你的“大企业”。如果你要做差异化，要提升你的层次，那么就必须要全系统切换，就得重塑你的产品研发体系，就必须致力于你品牌价值的提升，树立高端品牌的形象，你自己就得率先成为一个相对的完美主义者，从某种意义上来说，一个五星级品牌是不能对客户说“不”的，你要让你所有的员工都能跟上这种价值观，你得让企业的一切都与价值同步，与风格同步。

大企业为什么在成本、品质和交货期上占有优势？因为有规模，规模是王道！那么为什么能形成规模？这就需要层层分析。

首先，要有相应的市场规模基础。现在大家看到的那些龙头企业，第一批在20年前就已经布局成功了，如全友家居，是全品类的王者，那得有多么远大的战略眼光和非凡的魄力，当外界意识到其强大的时候就已经成为一个巨无霸了；第二批就是在最近5-10年铺垫起来的，在相对细分的领域强势崛起，如慕思和喜临门在寝具市场、定制领域的欧尚索好等。当很多企业一直沉浸在自己有多少增长，赚了多少钱的时候，这些企业瞄准的则是整个市场的格局和发展态势，并无一例外地进行“跑马圈地”，就像猫科动物划分领地一样，多大的领地才能维持其家族的生存空间。

有了市场规模的基础后一定要同步解决产能问题，这是一个都不能少的两



翼。而有了这一对翅膀还不够，还需要有一颗强大的心脏、敏锐的眼睛、快速反应的能力和精准的导航能力。拿破仑有句名言：“战略是驾驭时间和空间的艺术，相对于后者而言我最关心的是前者，因为失去的城池可以重新夺回，而失去的时间却不会再来。”企业强大以后就会实力倍增，手上就有了足够的牌好打。此时就开启树立门槛的征程，如装备密集、人才密集、设计密集、知识密集等，而所有这些都需资金的实力来支撑。中小型企业哪有抵抗能力？

品质为什么也是大企业的优势呢？因为有先进的装备！品质要靠机器来保证，只有高度的机械化才能保证大批量生产的品质一致性，人为因素越大品质越不可靠。这里只谈客观优势，而不涉及品质保障体系，那对所有企业都需要。手工应该用于做机器做不到的事，以提升附加值和建立差异化，而不是用来做机器可以做得很好更有效率的事。市场就像丛林，弱肉强食，就是这么残酷，自然界和生态链正是在这种残酷的环境下不断进化的。

## 3. 出路

现在回到产品研发的角度来看，任何产品都符合产品优化动力学概念，即都会经历三个阶段：流变期、优化期和定性期。大多数中小型企业之所以做不大，就是因为没有从流变期向优化期乃至定型期转化。既吃不到肉，又没有以精益求精的态度去让产品在功能、外型、生产、物流、销售、生命循环等各

方面去优化和雕琢至成熟。要做大就只能向后端迁移，没有任何其它可能性。那么，除此之外，是不是中小型企业就没有出路了呢？答案显然是否定的。中小型企业也有船小调头快的优势，如灵活机动。同时，接下来还有很多机会，这里给出几条不完全的具体出路。

(1) 在细分市场中寻找新的机会  
尽管现在已经有一批强大的龙头企业霸占了相应的市场，但在细分领域尚存空白，如实木家具领域迄今还没有真正的巨头出现，第一阵营中鲜有规模突破十个亿的。一方面，实木家具要难得多，而另一方面行业还在等待有远大理想和抱负、有承载力的企业家出现。其它细分品类同样如此，如儿童家具、老年家具、以设计为驱动的现代时尚家具、健康家具产业、办公家具、酒店或公共家具等，不一而足。市场越成熟，对细分的要求就越高这是铁律，不要怀疑这一点。所以，未来的企业若要做大，如果不是做集成式平台的话只有一种办法，那就是聚焦品类并最大限度地抢占市场份额，做全国，乃至全球市场，芝华仕仅就功能沙发就能做几十个亿就是很好的明证。

(2) 往高端市场走  
国内高端市场目前还是一片准蓝海，玩家还不多，而且也还没有真正做好。具体不在本文展开讨论。

(3) 创新  
创新是永恒的主题，创新可以创造出全新的需求机会，创新要求以设计为驱动。对于普通企业，我们一直主张



渐变革新，更多考虑的是其承载力。而在这里，我们不妨引入根本性创新的概念，那就是彻底颠覆现有产品与市场运营模式。如在电子行业的历史演化中可以清楚地看到这样的景象，即每个时代的风云企业都是完全刷新的。在真空电子管时代的代表性企业是：RCA，GE，Philo；在晶体管时代的优秀企业是：Motorola，Fairchild，TI，以前的成功企业没有一个进入前十名；在处理器时代是：Intel，AMD，STM。还有从打字机来看，起源是1866年Mr. Sholes（一个机械工程师）通过组合当时现有技术创造了世界上第一台打字机，随后1873年Remington（武器生产者）购买了其许可并成为了传统打字机领域的垄断者；但电子打字机的成功者则是IBM，而不是Remington；再后来PC机则是苹果，而不是IBM。

所以，在任何情况下机会不是没有。只是越往后，机会越不是肉眼能看见的，都是在超视距的地方，普通放大镜都恐怕不够用了，要么用“望远镜”，要么借助“显微镜”甚至电子显微镜。而我们就是希望不断给企业提供这些工具和作战的武器，那就是无限而切实有效的知识、思维、方法、工具和模型。既授人以鱼，也授人以渔。前者旨在破局解决眼下的生存问题，而后者才能真正强大、才能可持续。如果企业自身没有这方面的知识其实还不是问题，因为知识是可以获得的，卡住的是不知道你所遇到的那些难题原来是有相应的理论知识和方法可以解决的。可怕的是对知识的价值压根本就不认同或毫无利用知识解决复杂问题的思想意识，这就无可救药，爱莫能助了。家具行业正在从劳动密集型向知识密集型加速转化，快点醒来吧。

天高路遥，我们只有风雨兼程。



# 中小户型住宅沙发的简约设计

文 方菲 郭勇 陈玉霞 刘涛

随着城市化进程的迅速加快，人们生活水平的不断提高，住宅需求量日益剧增。然而我国的土地资源有限，建设需求增大与用地稀缺之间的矛盾日益加剧，再加上我国目前家庭结构趋于小型化和核心化，都表明中小型住宅会成为我国住宅建设和发展的主流方向。

中小户型住宅住户群主要是单身青年和新婚夫妇，这样的住户群面对城市的喧闹和激烈的竞争压力，忙碌的工作和紧张的生活，使得他们更向往一种自然随意、轻松自由的居住环境。中小户型的布置应以简洁、时尚和舒适为主，实用与装饰相结合，同时还要留有空间为住户展示自身个性提供条件。因此在中小户型住宅设计中，客厅这一日常活动休息的重要场所的设计显得尤为重要，但由于中小户型住宅的限制，客厅的面积有限，为这部分住户人群设计简约且能提高客厅利用率的沙发则非常关键。

## 一、简约设计的内涵

所谓“简约主义”，是20世纪80年代兴起于西方国家的一种流行极为广泛、影响极其深远的设计风格。它推崇最简洁的结构、最节省的材料、最简练的造型及最纯净的表面处理，它注重社会的时尚心理，设计师的个性化，简洁的艺术语言，它在简单中追求丰富，在纯粹中显现典雅。

“简约”并不等于简单更不是简陋，它是删繁就简，去芜存蓄，它是经过众多因素的不断组合筛选出来的精华，是将物体形态的通俗表现凝练为一种高度概括的抽象形式。简约设计提倡将设计元素几何化，色彩单纯化，以流畅清晰的线条来表达更深层次的内涵。设计师在创作中，采用客观的态度，尽量使用最少的设计成分和要素，排除自身的感情表现，将更多地感受空间留给消费者。爱因斯坦曾说：“解决问题的最佳途径，必有一种简洁的美”。简约设计在给人留下足够纯净空间的同时也能给人以最直接的视觉冲击和最强烈的内心感受。

## 二、简约主义家具设计的基本要素

### 1. 简约主义家具设计的造型要素

简约主义设计的表现形式是对设计对象进行“量”和“形”的简约化设计，讲求设计的科学性和使用的舒适性

及耐用性，并要求运用最少的表现形式和最低的能源消耗来使设计作品最大限度地体现其整体性和视觉上的完美感受。

采用自然界中的母体——几何形体作为家具的造型基础，是简约主义设计的重要特征。自然界中的任何物体，在经过抽象的简化后都能得到长方体、柱体、球体或锥体等几何形体，如图1所示的几何形体摇椅。几何学的运用是简约主义家具设计师所具备的最基本的技能和设计手段。



图1 几何形体摇椅



图2 藤制家具

### 2. 简约主义家具设计的材料要素

任何家具的造型都必须通过材料来创造具体的形态，不同的材料会对人的生理和心理产生不同的影响。在简约家具设计中，根据设计思想和功能要求选择具体的材料，并通过材料的本质特性来塑造和提炼所需要的物质形态，设计中要充分利用材料的特性，如金属和玻璃等会给人一种严肃、干练、力度大和强烈的秩序感；而木材、竹藤和棉麻等材料所具有的自然而朴素的质感则给人一种温暖柔和、真诚的亲切感，如图2中的藤制的座椅和茶几则显得自然、休闲质朴。

### 3. 简约主义家具设计的色彩要素

色彩是最具美感的形式，在家具设

计中，成功的色彩处理可以给人舒适愉悦的感受，且在一定程度上还可以协调或弥补造型中的某些不足；反之，则会破坏家具造型的整体美感，从而使人引发一些沉闷沮丧的情绪。

家具色彩主要由材料本色、贴面材料的装饰色和油漆的涂装色组成。在简约主义的家具设计中，要求色彩以单色和大面积的纯色为主，其中黑与白是简约主义的代表色，如灰色等原色和无印花、无图腾的整片色彩所渲染的出宁静而内敛的气氛，则能够在纯净的色度空间中显现简约的艺术特征，也更为符合简约的制造和精湛的工艺。总之，在进行家具色彩设计时，应从家具色彩的形成、家具的使用功能和室内环境及人的主观因素等方面进行综合考虑，以获得满意的色彩效果，提高家具产品的审美价值。



图3 家具的色彩设计

### 3. 简约主义家具设计的功能要素

在家具设计中必须首先考虑功能因素，而不能创作出纯概念的简约家具。家具的功能因素包含三层内容：一是基本的使用功能；二是功能的外延，包括物质功能和精神功能两方面；三是从人体工程学为基础进行的舒适性设计。

成功的家具功能设计要对人类的行为和家具使用的特殊性做科学分析，并以人的整个生理与心理需求为目标进行动态的研究创造。造型新颖、使用方

便且舒适实用的多功能家具正为时下现代人所青睐。这类家具集多种功能于一体，占地少、灵活性强、功能转换简便而广受市场欢迎，已成为今年家具业最鲜明的潮流趋势。总之，家具的功能设计，要以舒适和方便为基本出发点，以灵活多变和节省空间为基本手法，以节省材料能源与持久耐用为原则，来满足人们的使用要求。

### 三、中小户型住宅沙发简约设计要素分析

#### 1. 中小户型住宅沙发简约设计的造型要素

中小户型住宅沙发造型的简约设计的任务就是在符合经济实用和家居装饰风格的前提下，尽可能创造出完美的形态。中小户型住宅沙发造型简约设计的艺术形态审美化必须符合美学的规律，充分利用点、线、面和体等家具语言要素为载体，运用多样化的造型手段，使简约的沙发更加符合美学原理，从而满足人们的审美心理。

简约沙发的面主要是由几何图形组成，几何图形规则整齐，简洁轻快有秩序感。在沙发的造型设计中用的最多的包括正方形、长方形、圆形等几种基本形状。其中正方形坚固、强壮、稳定庄严，长方形睿智、理性、有活力，圆形温暖、柔和有动感。形式美的特点和规律，概括起来主要表现为变化和统一，变化给人带来鲜明、醒目、生动、活力、跳跃的丰富感受；统一产生秩序，构成谐调，给人带来稳定、一致和整体的充实感受。沙发是由一定的体量和不同材料构成的实体，常常表现出一定的重量感，因此沙发造型必须处理好家具设计中对称和平衡的问题。

#### 2. 中小户型住宅沙发简约设计的材料要素

沙发用材主要包括框架材料和软体材料，受当今全球低碳环保理念的影响，强调简洁、自然舒适的质感是中小户型住宅沙发材料选用的趋势之一。

沙发的框架结构材料包括木质框架、金属框架、塑料框架和竹藤框架。其中木质框架包括实木框架、人造板框架和实木与人造板结合的框架结构。在进行中小户型住宅沙发的简约设计时，选用木、竹、藤类天然材料，能清晰地保留材料的天然纹理和质感，这些天然



图4 木质框架沙发

材料制成的沙发给人一种自然、朴实、亲切的感觉；而采用纯天然工业材料，如金属、塑料等工业材料所具有的特殊加工性，经巧妙处理，制成的沙发框架会给人一种很强烈的现代美感。

沙发的软体结构按厚薄的不同，有薄型和厚型软体结构两种。薄型软体结构，一般采用布、皮革、绳编、藤编等制成，也有采用薄型海绵和面料制作。厚型软体结构有两种形式：第一种是利用传统的弹簧做软体材料，然后在弹簧上包覆棕丝、棉花、泡沫塑料、海绵和装饰面料；第二种是现代软垫结构，利用泡沫塑料和面料构成。沙发的面料包括布料和皮革两大类，皮革沙发质感好，有自然的纹理，美观且耐磨。沙发面料采用布料最多，织物的轻柔，亲切温和的触感是布艺沙发获得中小户型住宅用户青睐的主要原因。

不同的框架材料和不同的面料搭配会产生不同的视觉效果，如木质框架和布料搭配组合会产生亲切温馨恬静的效



图5 中小户型沙发色彩设计

果，金属框架和皮革的搭配散发优美的气息。

#### 3. 中小户型住宅沙发简约设计的色彩设计

色彩对人引起的视觉效果体现在多个方面，如冷暖、轻重和大小等，在设计时要综合考虑并加以合理应用。色彩可以使人感觉进退、凹凸、远近的不同，一般暖色系色彩具有前进、凸出、接近的效果，而冷色系色彩则具有后退、凹进、远离的效果。在色彩学中，把不同色相的色彩分为热色、冷色和温色，从紫、红、橙、黄到黄绿色称为热色，以橙色最热。从青紫、青至青绿色称冷色，以青色为最冷。紫色是红与青色混合而成，绿色是黄与青混合而成，因此是温色。对于中小户型住宅来说客厅空间偏小，选用冷色和温色可以让狭小的客厅显得凉爽些。如图5中沙发的色彩选择红色，代表了年轻人的热情与活力，在中小型住户群中深受喜爱，色

彩的强烈对比也给视觉上带来一定的冲击。另外还要注意色彩的重量感和尺度感在沙发色彩设计中的应用。

#### 4. 中小户型住宅沙发简约设计的功能结构设计

沙发属于坐卧类家具，供人们生活休息时使用，因此，沙发的设计应兼顾基本功能、牢固性和舒适性，能够为人们提供一个安全舒适的休息环境。

沙发的最基本功能即满足人们坐的要求，且要坐得舒适，如沙发靠背倾角要符合人体坐姿状态下的人体脊椎曲度等。沙发的舒适性是最基本的性能之一，依据人体工程学原理，沙发的设计应考虑沙发的座面高、座宽、座深、靠背高度及倾角、扶手高度及座面靠背的软硬度等方面的内容，如靠背倾角和座面倾角，一般说来，沙发等软体类座椅的靠背倾角越大，休息的效果越好。随着靠背的倾斜，人体的重心逐渐向靠背转移，人体单位面积上的负荷也随之减小，使人体各部分的关节和肌肉处于松弛状态。如果靠背倾角大于110度时，就必须增加头颈部支撑，防止颈部疲劳。因此，在沙发功能设计过程中，要充分考虑到沙发的功能尺寸对人体坐姿舒适性的影响。如图6中沙发靠背有一定的倾角，且设有头靠，可以防止颈部悬空而引发颈部疲劳。



图6 沙发的舒适性设计

中小户型住宅沙发的设计除了满足基本的使用功能和使用舒适性外，考虑到这部分用户人群的实际需要，如对储藏空间的需求，或者当有客人时需要临时增加一张床的需要。这些都是中小

户型住宅沙发设计中常见的问题，需要设计师综合考虑并最终予以解决。由此，沙发的功能组合化在现代沙发设计中应运而生。对于中小户型住宅用户来说，设计的沙发需集休息、储物等功能为一体，解决了空间小所导致的储物空间不够的问题。如图7所示的便是有储物功能的沙发，在保证沙发稳定性和牢固性的基础上，将沙发底座设计成内空式用于储物。



图7 储物功能的沙发设计

另外，考虑到中小户型住宅用户需要临时增加床位，沙发床的设计便满足了人们的需求。如图8所示的沙发床，将底座的内藏钢架拉伸出来后，坐垫翻转即可，使用方便。



沙发的结构需要从沙发的尺寸、稳定性和对称平衡等方面综合考虑。一般来说，沙发的重心靠下或有较大的底面积，从而获得稳定的效果。随着沙发设计的逐渐优化，沙发结构的拆装化与组合成为可能，这不但提高沙发的生产效率，在流通和使用减少占用空间，而且在零部件标准化的前提下，沙发还有望实现能同时适应多种坐姿的设计是其功能设计的一种新理念。



图9 拼接式模块沙发

基于中小户型住宅面积的限制，对客厅中沙发的功能性设计方面要求更高。运用模块化理论设计沙发，使其具备可变性和扩展性，可以提高空间的适用性，满足用户个性化和多样化的需求。设计者根据模块化的设计理论也提出了四种不同的模块化沙发设计模式：悬挂式模块、负载式模块、拼接式模块和混合式模块。如图9所示的是根据拼接式模块设计的沙发，且在沙发侧边设置类似书架的格子，便于人们在沙发上进行阅读和休息。

随着工业生产的批量化，对沙发结构的要求越来越高，零件的标准化和规格化也会给生产和销售带来很多便利，提高生产效率，降低运输成本。

#### 四、结论

中小户型住宅沙发的简约设计绝不是沙发的简单设计，而是对材料、工艺和色彩的更高要求，使得设计出来的沙发从功能和使用舒适性上满足人们个性化和多样化的需求。

随着家具市场日渐成熟，家具设计定制化服务逐渐走向市场。对于中小户型住宅中的家具设计而言，定制化设计无疑会带来很多便利，就沙发设计而言，设计者可以根据住户的人体尺寸、具体需求及客厅空间大小等情况进行设计，这也是人性化设计的重要体现，给人们提供一个安全舒适的休息环境。



# 机器视觉识别在家具制造中的应用

文 陈浩淼 郭叶莹子 申黎明

作为一种先进制造技术，机器视觉识别技术在国外已被广泛应用于电子、制药、印刷和产品检测等工业现场，技术水平日趋成熟。目前国内家具制造领域也逐渐开始重视这项新的技术，新的应用和设备层出不穷。譬如在木质家具配料过程中利用全自动木材测量标识设备自动测量木材的结疤、缺陷和尺寸，并自动识别木材的等级、长度和锯切位置等信息，从而有效提高材料的整体利用率，降低生产的成本，对于提升整个生产系统的自动化和信息化程度也具有极其重要的意义。

## 一、概述

机器视觉 (machine vision)，就是利用数字摄像技术，将被摄取目标转换成图像信号，根据像素分布和亮度、颜色等信息进行各种运算来抽取目标的特征，从而让机械实现类似人类视觉感知的能力。譬如配备视觉传感设备的自动机器人，通过图像感知与自动控制的紧密结合，从而对生产设备实现实时地控制和各种实时操作；具有检测和测量识别功能的机械臂，能够检测出各种产品或材料的缺陷，用于判断并选择物体，应用在自动化生产线上对物料进行校准与定位。

大部分的机器视觉识别系统都能够轻松与计算机集成制造系统 (CIMS) 和其他系统集成，因此对于工厂自动化和过程自动化而言，机器视觉是实现真正意义上的自动化的基础和一种重要的行为控制手段，也是目前计算机视觉 (computer vision) 技术中最具有产业化的部分。

## 二、识别原理与典型系统组成

人的视觉系统通过视网膜采集三维视觉信息，物体的可见部分投影到视网膜上，人们按照投影到视网膜上的二维图像来对该物体进行三维的理解，是眼睛感知信息，经视觉神经细胞传递，至视觉神经中枢处理分析的过程。机器视觉系统便是利用这一原理，通过计算机来实现人的这种对客观三维世界识别的视觉功能。

目前机器视觉识别系统在众多行业和领域都有应用，作为一种高度自动化产品，机器识别设备多采用模块化设计，依据应用的层次不同，可嵌入现有加工设备和生产线中，也可独立为一台

设备甚至一个系统。

虽然不同系统的组成差异较大，但都涵盖以下3个基本的功能单元：

(1) 图像获取单元，包括光源、镜头和相机等；

(2) 图像处理和分析单元，包括相应的分析和控制软/硬件；

(3) 输出单元，包括与制造过程相连的有关系统，如可编程控制器和限位装置等。

此外，利用多种类型的传感器组件和软件包可以扩展机器视觉识别系统的功能，譬如同时对一块物料四面和端部进行识别、X射线、材料的硬度和湿度检测等，这些扩展功能主要依据设备的性能和供应商提供的服务不同而各异。

## 三、机器视觉识别技术在家具制造中的应用

面对家具制造行业的转型升级，大量先进制造技术开始逐渐应用到这一传统的加工领域，作为典型的高技术产品，目前机器视觉识别技术在家具制造行业的应用主要有以下3个方面。

### 3.1 工业检测

机器视觉识别系统能够对木材的材质、表面颜色、尺寸等特征进行识别，结果直接通过系统之间的通信传输后用于控制后续加工，譬如目前广受推崇的优化锯 (图1)，操作者用荧光笔在板材上划线确定缺陷位置，以及等级分界点，然后板材通过配有荧光读取相机的图像获取单元，检测出板材的长度以及荧光标记点位置，根据优选指令，在板材被传送到锯切单元等待锯切前，计算机将这些信息传送到锯切单元，从而优化锯切结果。相比之下，手工锯只能尽可能在锯切时，使锯切点离缺陷近一些，这对操作者来说是非常危险的，且产量也会随着锯切位置的变动而发生波动；而对一个具有荧光笔标线识别系统的优选锯来说，操作者可以迅速准确地识别标志，并且可以在优选锯24小时运转的状态下同时保证具有较高的加工质量和精度。

此外，随着整个家具行业竞争越来越激烈，利润率逐渐变小，家具制造企业很难承受因瑕疵产品造成的高废品



图1 使用优选锯的划线识别功能



图2 独立的木材表面缺陷检测设备

率，品质检验正在融入到整个制造过程之中。利用机器视觉识别系统还能够对生产过程中连续移动的板件表面进行检测，在高分辨率的条件下发现最微小的生产缺陷，譬如检测家具板件的涂饰、贴面和封边效果等（图2）。与人眼识别相比，机器视觉识别的检测结果可靠性高，可直接用作计算机辅助质量（CAQ）系统的分析信息来源。

### 3.2 位置/姿态定位

作为机器的“眼睛”，机器视觉识别最重要的任务便是确定物料的位置，寻找目标点，并按照物料的特征对物料精确定位，输出位置坐标，而当物料的坐标被准确定位之后，常常需要根据前一步确定的位置来完成下一个动作，比如机器人进行抓取、激光头进行切割、喷头进行喷涂等。

绝大多数的机器视觉识别系统都必须完成位置/姿态的定位，这也是机器视

觉应用最多的一个领域。譬如软体家具制造过程中使用的自动皮革排版和裁切设备，利用计算机投影技术将排料结果显示在皮革上，然后按照裁切位置自动引导切割头进行裁切。

国外目前已经研发出带有视觉识别模块的电子开料锯和雕刻机（图3），基于机器视觉的送料和进给系统可以在锯切和雕刻过程中对板件的二维尺寸和具体位置进行精确定位，已指导后续加工。包括工业机器人在内的越来越多的自动化设备投入到家具制造中，机器视觉识别在定位的精度、速度和重复度方面的性能也会不断提高，以适应不同家具产品加工的需求。

### 3.3 过程自动化

如何保证加工过程中物流的顺畅，缩短生产流程的时间一直是企业关心的问题。利用机器视觉可以保证物流的顺

利进行。图像处理可以用于鉴定产品、获取信息并将信息传递下去，通过它可以确认相应的零部件传送到位和正在进行正确的加工工序。譬如目前已被家具制造企业普遍使用的条形码扫描识别技术（图4），扫描条形码信息可以保证加工过程的连续性。扩展的应用还包括OCR（光学字符识别）和手写文字的辨认和检验，以及结合射频识别技术（RFID）实现光学信号和无线信号之间的通信，都是未来企业可以尝试的。

此外，机器视觉特别适合于家具装配环节用于检验产品装配的完整性。由于检验工作性质单一，又要保证很高的生产速度，显然不适合由人来完成。利用机器视觉识别装置，可以通过多个表面摄像机和照明装置在装配过程中或装配完毕后检查零部件的装配是否正确，在某些情况下，甚至还可以同时检验诸如漆膜、孔位等零件的表面特征。



图3 具有视觉识别模块的雕刻机

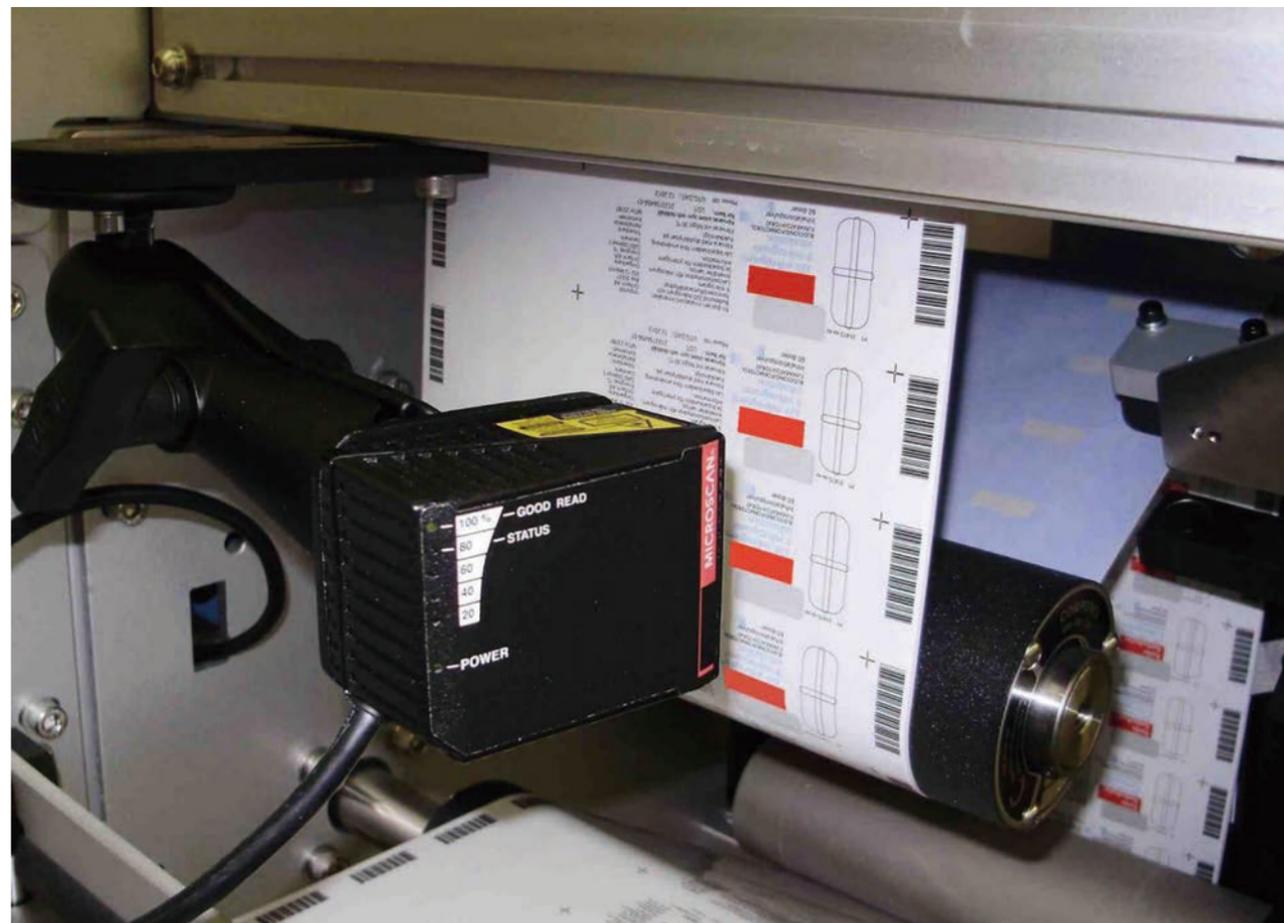


图4 条码/文字信息的扫描

## 四、结语

面对家具制造业竞争加剧、人工成本压力加大的现实环境，企业为了提高生产效率，降低人力成本，工业生产和管理中的某些人工环节正逐渐被机器代替。

机器视觉识别系统最大的特点便是提高生产的柔性 and 自动化程度，尤其是针对木质家具制造这样的传统制造行业，一些不适合人作业的、危险操作、依赖人的视力难以满足加工要求的场合，或是长时间人工检查产品质量效率低且精度不高，用机器视觉检测的方法则可以大大提高生产的效率和自动化的程度。而且机器视觉易于实现信息的集成，是实现计算机集成制造的基础。

总之，随着机器视觉识别技术自身的成熟和发展，以及家具制造行业工业化和信息化水平的不断提升，可以预见这项新技术将会得到越来越广泛的应用。

# 浦东家具家居双展 设计燃爆9月魔都

## —— 2018第二十四届中国国际家具展览会及 摩登上海时尚家居展专题报道

文 本刊编辑



多如牛毛的家居类展览会，总有那么几个是不容错过的。比如每年九月，上海浦东，Furniture China&Maison Shanghai，中国国际家具展览会&摩登上海时尚家居展，更多人亲切的称它“上海家具展”。尽管落脚黄浦江畔的“家具相关展”早已经不只一两个，但在关注家居领域多年的资深人士看来，它才是当之无愧的“最大、最全、最专业最好看”——这是日前《北京青年报》家居专版一篇题为“全球家具展多到脑回路塞车，九月浦东我们年年不放过”的专题报道片段。

据报道，一路践行的创新与持续飙升的人气相辅相成，积极备战的参展商与四面八方的观展者心意互通。中国国际家具展在办展这条路上自我迭代、稳步行走了25年。今年9月，将再次用设

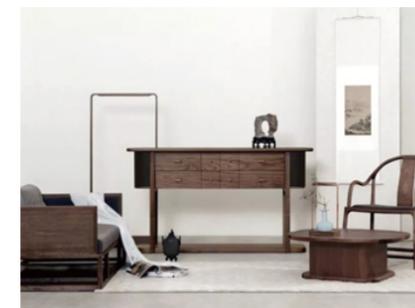
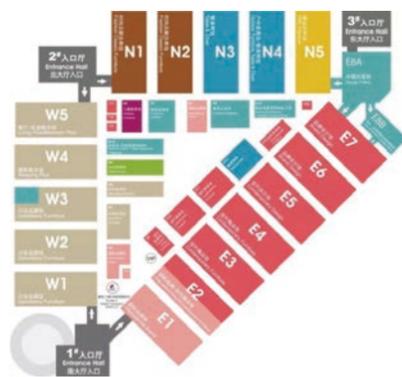
计串联起家具、材料、软装、艺术、色彩，呈现生活的别样风景与设计的无限可能。展现行业内一年中最耀眼突出的硕果，表达生活里最真挚美好的愿望，搭建业内对外对话交流最开放的平台。

今年新国际展区将有共计2175家海内外家具品牌参展，其中1342家现代民用家具品牌，设计品牌129家。值得一提的是，今年中国国际家具展将形成 E5、E6、E7 三个设计馆的新格局，为观众带来更多的优质设计品牌。重点对E5馆进行调整：淘汰了不具备资格的品牌，

引进一批新的原创设计品牌。作为现代设计馆的E5，全馆共有46家品牌，其中14家为首次亮相，比例达30%。而E6、E7作为品牌设计馆，也提升了好产品的筛选标准，共有83家品牌，其中14家新品牌入驻。来自亚洲的设计品牌 Stellar Works、携梁景华DESIGN系列产品亮相的门川家居、Hothing和信、木美、La casa等，都将现身九月的上海。备受关注的曲美家居、HC28家具、艾宝家具、DOMO life&nature、Xue、U+家具、素家居、迪信家具、再造、漾美等将会如约而至，锐驰、亚振、楷模、TRECA等大品牌也将实力占场，给观众带来精彩的家居新作。

将展览定位“国际”，一边积极搜罗筛选全球优质参展品牌，一边用国际化面貌吸引国际观展者到访，成为中外家居设计文化的纽带与桥梁，同样是中国国际家具展不断前行的初心与动力。

今年9月，中国国际家具展将会有来自24个国家的220家品牌悉数亮相，其中包括6大国家展团：意大利Veneto





大区、法国、比利时、土耳其、韩国和马来西亚。与此同时，将有14家新品牌加入，包括来自挪威的NORDIC、德国的QUADRATO、迪拜的DECOART Dubai、新加坡的Commune等等，北美家居品牌Ashley也将回归展场。涉猎展品的地域延伸到了中东、南美，覆盖全球家居设计。展会主办方表示：“中国国际家具展不仅展示国际顶级奢华的家居奢侈品，让观众直击国际家居界最新风尚和潮流生活方式，更是海外品牌在中国寻求合作发展的首选平台。”

去年，“色彩·中国家居”项目在第二十三届中国国际家具展览会上正式启



动，其对于色彩在家居中的应用可能及未来流行趋势的预判，收获了不少设计爱好者的目光。2018年，“色彩·中国家居”仍旧继续，主办方上海博华国际展览有限公司将推出“色彩解码”的概念，通过三个“一”（一个展览、一场论坛、一份报告）来演绎色彩在家居行业的应用和未来发展。展览方面，将邀请卢涛和翟音作为策展人，中国美院色彩研究所所长宋建明为总策划。整个展览在E8B-D60展区进行，有意带给观众一场沉浸式色彩的体验。

展览由8个室内色彩情景间和几个色彩互动体验间组成，展现未来3-5年中国家居业的流行色。将通过家具、家居、配色上的搭配与调整，以景入情让观众深度感受这8个色彩空间。这8个色系两



两组组成4大色彩主题——绽放、生长、回归、成熟，预示着一种生命的轮回。

在中国国际家具展举办的同期，中国家具高端制造展（FMC 2018）也将上海新国际博览中举行。致力于打造汇集全产业链的大采购平台，FMC 2018面向中国国际家具展2700余家家具制造商，展现家具板材板块、家具面料和皮革、软体家具材料与部件等各大板块，希望为家具生产、装饰装修、工程应用领域，提供精良装备和材料，从而实现上下游产业的无缝连接，成为业内上下游专业贸易平台。展会现场，包括法国木材及木产品出口协会、美国阔叶木外销委员会、美国针叶材协会、大韩家具产业协同组合联合会以及瑞典木业等展团，以及专注于大理石台面的威洋石材、韩国著名彩色公司FORESCO CO.LTD（福瑞斯克）等都将前来参展。主办方也将重点打造高端家具半成品版块，进一步丰富家具全产业链版图。

在摩登上海时尚家居展的现场，更

年轻、更鲜活、更妙趣横生的画面将迎来诸多目光。渴望激发人们对未来生活的无限想象与憧憬，希望满足大众对于设计灵感的期待与盼望，第三次在上海世博展览馆表达自我，摩登上海时尚家居展显得自信满满。7万平方米的展馆面积，将为天马行空与奇思妙想提供舞台。

体现生活方式+设计理念，一直是摩登上海时尚家居展所践行的方向。被不少人视为展会中的网红圣地，Home Plus特色展区也即将迎来五周年。本届的主题为“·INFINITY”，寓意“纳万物于无形，融万象于当下”。用“有形、有界、有纷杂”的现场，塑造“无形、无界、容万象”的世界。策展人吴滨、曾建龙，联合沈雷、喜、陈林、孟也、仲松、朱哲琴、赵清、叶韦廷、陈幼坚、刘宇扬12位跨界设计师、艺术家将为观众带来一场集音乐、摄影、生活、色彩等诸多跨界元素于一体的空间大秀。

## SO. WHERE NEXT 知然而后



2008年，中国国际家具展坚守出口导向、高端内销，并向原创设计做转型，打造了中国原创设计师作品展示交易会平台DOD。十年后，一场意为“创造者的创造” Creation of Creators的“COC”特展即将揭幕。由中国国际家具展创始人王明亮和Frank Chou Design Studio创始人及创意总监周宸宸联合发起，邀约马来西亚华裔设计师腓力·叶共同策划，邀请来自杭州的陈飞波、来自台湾的曾熙凯、来自意大利的Giancarlo Tintori、来自英国的Ian Douglas-Jones在内的24位/组

COCer们参与。落脚摩登上海时尚家居展的“COC”特展，将第一届主题定为“（知）然（而）后（SO-WHERE-NEXT）”，展区将由展示区、论坛区和文化互动区三部分组成。至于到底精彩与否，就等9月揭晓。



尽管两大家居展会在14号落幕，但在上海这座设计魔城中，诸多外围展将延续至9月16日。意犹未尽的小伙伴可以继续去周围逛逛。不缺创意、不缺点子、不缺设计。据了解，设计周主会场落地摩登上海时尚家居展，也将联合支点创艺PIVOT ART推出首个以水、自然、艺术为主题的“复合业态联展”，引进新的商业形态；分会场设在文定生活和FOR天物空间，举办“文定讲堂”、“插画节”等系列活动，一同在9月魔都将设计裂变，传递人与设计的关系。同时，将有100+设计品牌及生活方式概念店加入，让上海家居设计周成为城市级的大型设计活动。9月13-14日，将有多部设计巴士从摩登现场，开往城市各个角落，打造N场看展、逛店、玩乐的设计之旅。

展前的热身环节，同样是中国国际家具展及摩登上海时尚家居展的重头戏。展会落在9月，线上预登记早早



在3月份就已经开通，等待大家前来报名。此外，签证服务、观展攻略、展讯EDM定制等服务也早已准备就绪。与去年类似，展期中各种班车仍将全面覆盖，时隔5分钟，实现即到即走，分分钟在两展间穿梭。针对展会的“常客”，主办方还推出了国内常客卡、VIP等服务，现场开设了专属通道、VIP休息室。此外，今年展会预登记系统也全新升级，为观众未来几年能快速预登记做了优化。一次注册永久使用该账号，实现一次预登记，年年观展。同时入场环节引进全新设备，依靠机器进行人脸识别随时进出展馆。同时上海家具展还推出了家饰生活APP，拉近展商与观众的距离，可以提前预约到心仪品牌的项目负责人见面，实现与展商时时沟通交流。

作为展会创办人的上海博华国际展览有限公司王明亮先生始终保持着对设计以及市场的双重热情，也正是因此，从微观到宏观，从国内到国际，从家具到产业，他为上海展作为一个先进展览会的要求和期待高过更多人——“出口导向，高端内销，原创设计，产业引领。”在任何一个关注家居业现在和未来的人看来，这16个字里面，包含着责任，更饱含着热情。他表示：“创新是一个积累的过程。而这些年里我们伴随设计界积累的能量，将在未来十年得到释放。未来家居行业的提升，不是数量上的提升，是质量与设计上的提升。”





# “色彩·中国家居” 一场5D色彩的品鉴之旅

文 本刊编辑



## 缘起·色彩解码

这场与色彩、家居有关的展览，缘起于上海博华展览有限公司创始人、董事王明亮先生，在去年他提出了“用色彩推动中国家具创新升级和时尚化”的理念。于是，就有了2017年上海家具展EB8展区的“色彩·中国家居”项目的启动仪式。

这场关于色彩与家居的碰撞，一启动就是长达3年的战略合作。由来自法国的色彩大师让·腓利普·郎科罗教授担任项目的总顾问，中国色彩研究专家宋建明教授担任总策划，名汉唐设计有限公司和北斗星色彩研究所作为执行团队，对色彩趋势进行研究、整理和发布。主旨是用色彩引领家具行业流行趋势，推动家具行业产业升级。

虽然2017年的“色彩·中国家居”项目在整个展会上俘获了一片掌声，论坛区甚至一度爆满，人潮涌动。但对于策展团队而言，2018年才是最为关键的一年。今年的“色彩·中国家居”才是真正意义上的首届，是要向行业、产业、观众、设计师等专业观众交出色彩答卷的第一年。



在过去的一年中，策划团队实地调研了全球知名的展览，如米兰国际家居展、科隆国际家具展、法国第一视觉面料展等，对权威色彩机构进行了研究，如PANTONE（潘通）、CAUS（美国色彩协会）、RAL! COLOURS（劳尔色彩）等，通过色彩归纳、冷暖色系区分、家族配色及对2018-2019流行趋势进行推导和深度研究，梳理出了流行色趋势的结论。

本届展览“色彩解码”的主题就这么横空出世了，背后是主办方与策展团队一次又一次的讨论与研究。“色彩解码”像一把钥匙，带我们开启色彩的“谜团”之门。在进行色彩普及教育的同时，进行流行趋势的预测。到2019年，甚至2020年，我们将把“解码”的主题不断延续，进行更深入的探究。最终，希望色彩主题能够深入到制造业、社会群体和消费者生活中。

## 缘续·如何解码

这一次将推出“色彩解码”的概念，通过三个“一”（一个展览、一场论坛、一份报告）来演绎色彩在家居行业的应用和未来发展方向。

### 【一个展览】

这场展览可以说是本届“色彩·中国家居”的重头戏，主办方与策展团队都倾尽全力去筹办。特邀卢涛先生和翟音女士作为策展人，中国美院色彩研究所所长宋建明教授为总策划。整个展览在E8B-D60展区进行，带给观众一场沉浸式

色彩的体验。

整个展区只有一个入口与出口，是一气呵成的单向循环的参观动线，区别于以往展会上的特展，设计与手法其实是采用了当代艺术的概念。融入装置创作的手法，摒弃了传统展览中装饰性的展示手段，将整体背景调性调暗，加强对色彩的展示，将基础调性与演示基调分离。

展览共分为四大色彩主题：绽放、生长、回归、成熟，预示着一一种生命的轮回。其中，每一个色彩主题都有其对应延伸出来的2组色系，一共8组色系，每组色系都会有专属的色彩情景间。

“绽放”都说一年之计在于春，而在F君的印象里，春天是属于粉色的。它充满生机、生命力，万物复苏，一切都欣欣向荣。所以，毫无悬念，绽放是属于樱粉色的。樱粉色系是时下流行的一大色系，特有少女情怀的粉色让空气都是甜的。每每樱色绽放，犹如胭脂少女浅浅一笑，又似豆蔻年华，含苞待放。“生长”是属于这个时节的，万物过了懵懵懂懂的发芽期就开始奋起直追的生





长了，所以必定是一个充满旺盛生命力的色系。绿洲“Nature”是近几年生活在钢筋水泥之间的人们想要重返自然的一种内心呼吁。将大自然的绿意引入室内，在家中营造一片绿洲，获得内心平和的力量；又或是生机勃勃的活力，内心无拘无束，对生活充满希望。

这8组色系我们又把他们对应到了8类代表性的人群上。通过对他们的性格、爱好、习惯等的分析，并结合8个流行色的特点而进行匹配，打造出8个独特的色彩家居情景间。据悉，这次展览邀请了8位行业内有影响力的设计师及品牌，共同打造8个真实场景的角色体验区，其中3位分别是丹麦著名设计师 Hans Thyge Raunkjær，他将给我们带来 Mexarts 漾美品牌的家具情景间演绎；璞素创始人艺术总监陈燕飞为我们打造一间专属茶人的空间；还有来自上海本土设计师雷鸣为我们阐释旅人的生活家居环境。

展览除了有8个色彩情景间外，还会有连接这4大色彩主题的色彩互动体验装置，分别是自然与色彩、生命与色彩、材料与色彩以及城市与色彩，分别通过不同的表现形式，让我们多元地感知色彩，或视觉、直觉甚至味觉。该展区墙面采用了全息投影技术，并借用各类自然元素，如花朵、树叶等将整个展厅打造为一个流光溢彩的沉浸式装置作品，让踏入展厅的所有观众，都宛如置身一个光影交织、充满梦幻又极富未来感的生态空间。

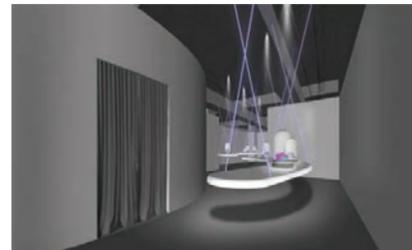
其中“生命与色彩”由4个木制“盒子”组合而成的大型体验装置是该展区的主角。每个“盒子”底边均被切成斜角，光彩由此流溢而出，这些光彩是来自于盒子内侧四面的发光灯箱。人们可循着光彩由斜角走入木盒中，欣赏城市与色彩为主题的图像、感受生命的缤纷。

“材料与色彩”由几束“光线”吊起的白色台面呈曲线状蜿蜒于“材料与色彩展厅”。由于吊杆是由LED光纤缠绕而成，远观就像是几束由天花板投射的光线。精巧的玻璃盒子置于白色台面上，其内放置了颜色各异的不同材料，每一个盒子都仿佛在进行一场关于色彩与材料的科学实验。

“城市与色彩”将画框作为空间叙事的载体，大小不一的画框错落有致地

吊挂于整个展厅中，形成了前后不同的层次，营造出丰富的空间关系。不同的文字与图像在画框内中交错呈现，共同对生活与色彩的关系进行了探讨。

色彩广场的墙面安装了一个棉花糖机，这实际上是一个趣味性极强的互动装置，每一个通过此区域的观众可自行将棉花糖机制作出棉花糖，缠绕于发光的彩色塑料棒，彩色棉花糖像是一朵朵彩色的云，跟随着观众的观展脚步，游曳于整个“色彩解码”的展览中。



#### 【一场论坛】

这场国际色彩论坛将邀请国内外色彩学术专家、行业先驱者的演说和展示，将色彩语言与家居设计进行更深层次的结合，构建色彩情感的家居意境，

提升设计品质。论坛共分为两场，分别是专业论坛与跨界论坛。专业论坛的嘉宾共有4位，他们分别是来自法国、德国、日本以及中国的色彩界大师。



大家对宋建明教授都已不再陌生，2017年的“色彩·中国家居”他还邀请了他的恩师法国色彩设计大师让·菲利普·朗科罗教授来到我们的展会现场做学术论坛和签售新书。他还有一个令人倾慕的身份是中国馆建筑内部总设计师，曾经完成世博中国馆建筑色彩“中国红”设计，以及中国馆顶层“中国馆室内设计”和艺术品创作项目”。



CMG美国色彩营销集团董事、德国雷诺丽特集团首席设计师Monika Haag 莫妮卡·哈格女士，是一位今年新邀请到的色彩界的大咖。她从2003年起负责管理德国雷诺丽特集团沃尔姆斯总部重要部门——设计管理部，凭借专业的木质材料研究背景和多年从事国际趋势领域研究的丰富经验，构建了雷诺丽特流行趋势服务机构“色彩之旅”。莫妮卡女士也是全球第一大色彩集团、全球最大的非盈利性流行色彩预测机构Color Marketing Group(CMG)成员，自2015年起，莫妮卡女士以亚太区董事的身份，将每年亚洲最重要的色彩预测会议引入中国，致力于提升中国设计师在国际色彩流行趋势领域的影响力。



日本DIC集团DIC Color Design,Inc. 产品与色彩设计总监、《亚洲色彩趋势年刊》(ASIA COLOR TREND BOOK) 主编周昕女士，现旅居日本。她精通色彩与工艺研究、国际品牌设计战略策划、产品设计，是中国作家协会会员、上海金泽工艺社品牌设计顾问、日本文部省一级商品色彩设计师、日本经济产业省登录“城市规划专家”、“商业活性化策划顾问”、Social Products Award 设计评审委员、“亚洲生活与设计交流平台”主持人。曾先后在美国COLOR COMMUNICATIONS INC.、日本COLORMARK JAPAN INC 负责跨国企业品牌开发、产品策划与设计。现任日本DIC集团(世界五百强化工集团)DIC Color Design,Inc.产品与色彩设计总监。

#### 【一份报告】

策划团队将对当下色彩和生活方式变化进行观察、分析、研究，联合全球权威色彩机构，通过色彩解码的方式构建中国家居的世界语言，引领中国家居未来的发展方向。

## 色彩分析 X 色彩应用





## 对话“HOME PLUS设计师之家”

■ 文 本刊编辑



7月24日下午，上海浦东家具家居双展的全国新闻发布会正式在上海拉开序幕，这次是在王思聪豪掷34亿打造的7星级酒店顶层举行。来自12位HOME PLUS设计师中7位设计师应邀出席发布会，他们分别是：摩登上海时尚家居展的主策展人、WS世尊、无间设计创始人吴滨先生，HOME PLUS策展人之一、GID格瑞龙国际设计有限公司创始人、董事、新加坡FW国际设计中国区负责人曾建龙先生，孟也空间创意设计事务所设计总监孟也先生，喜舍创始人、喜研Life品牌顾问、喜设计顾问有限公司设计总监喜先生，内建筑设计事务所合伙人、设计总监沈雷先生，瀚清堂设计有限公司设计总监赵清先生，ROUGH CRAFTS改装设计工作室创始人叶韦廷先生。以下是2018摩登展主策展人，同时也是Home Plus策展人之一的吴滨向其他6位设计师发问，通过他们的对话，剧透了今年现场可能展现的精彩。

**【吴滨】**建龙去年的空间有一地的绿豆，满满一柜子的橙子……很有趣味性。建龙这几年和很多家具品牌都合作设计了产品，去年还和音响跨界合作了一款提篮式的音响，市场反响都很不错。你怎么解读今年的跨界？

**【曾建龙】**HOME PLUS对于生活概念的展示是全方位的，应该聚焦不同层面的顶尖设计师，传达一种美学高度。美学并不只是局限于空间，而是有多种组合方式。我们经过多次讨论，最终选择用

“无”的概念呈现。有别于过去我们经常看到的形式，今年的HOME PLUS带来了更多惊喜，甚至有吃有喝有玩。希望观众不只是走马观花，而是融入空间体验，享受时间的维度。吴滨先生为空间做了完善的规划，因此空间的视觉聚焦非常时尚、有趣又兼具美感。期待9月的见证。

**【吴滨】**孟也的风格一直比较雅致。HOME PLUS今年是第三年参与了，第一年是在奔放的红色主题，去年是妖娆的绿色……其实和你很多项目的风格反差很大，当时是怎么考虑的？今年主题是无-INFINITY，你打算怎么诠释？

**【孟也】**在我看来，无-INFINITY是一种神秘感。色彩是自我的释放，设计师可以用自己的方式尽情体现色彩与空间价值观的互动。HOME PLUS提供了这样一个玩设计的机会，希望一直红下去。

**【吴滨】**喜是来自苏州的设计师。去年你也参与了HOME PLUS，当时是打造了一个禅意的茶室，配合枯山水。我们知道喜一直致力于东方文人墨客生活精粹保护，崇尚优雅慢生活方式。今年上半年，你也参与了很多活动和论坛，是不是9月会有新的“东方人文”给我们？

**【庞喜】**去年的设计是我对生活的一种期许。今年考虑到这个“无”的新主题，也是一个新选择，暂时保密，但应该会有点小意思吧。

**【吴滨】**去年在HOME PLUS做的苔藓花园，门庭若市，在热闹的展会现场闹中取静，别有洞天。你是一个内心世界很丰富的人，你兼具奔放和内敛、传统和时尚，你本身就是一个跨界的人可以这么说。你是怎么理解“无”这个主题的？

**【沈雷】**这是我第二次参加HOME PLUS，去年我做的是和苔藓、植物和生活方式相关的空间。因为越来越感受到温度的重要性，所以今年的关键词是温度，关于家具、空间、环境带给人的温度。希望大家通过我的设计，感受到烟雾升腾的生活的温度。

**【吴滨】**生在南京，长在南京这个“六朝古都”、“十朝都会”，这座城市的文化底蕴在你的作品里得到体现。南京的关键词：“江南”、“汉字”和“纸”，也一直是你的作品里的几个关键元素，这次HOME PLUS主题是“无”，你会如何把个人标签和这个主题做结合呢？

**【赵清】**感谢主办方给了我这个机会，将我的第一次跨界献给HOME PLUS。作为一个平面设计师，空间设计对我来说是一种跨界。而我对空间的理解，一方面是物理性空间，另一方面是灵魂性空间。在我看来，今年HOME PLUS12位设计师，营造的是12个空间，也是12种个性和灵魂的表达。我希望可以用平面设计的理念表达“无”的主题——无是什么都没有，也可以是什么都有。

**【吴滨】**你年纪轻轻，创业三年就获得世界冠军与许多各大展的奖项，之后连续得到YAMAHA, BMW, MV Agusta等大厂的欧洲总厂邀请设计制作改装展示车，这是你第一次参与一个设计、生活方式类的展会的展示，你的加入，可以说是室内设计、家居领域第一次将“机车”这种相对小众的生活方式引入进来，你准备9月如何在展会上把这个故事讲好？

**【叶韦廷】**所谓的跨界没有大家想的那么复杂。我理解的跨界就是生活中找到有感觉的东西，把它设计成我们想要的样子。关于9月，大家可以好好期待，我会用某种方式让大家感受摩托车制作方面的独特体验。

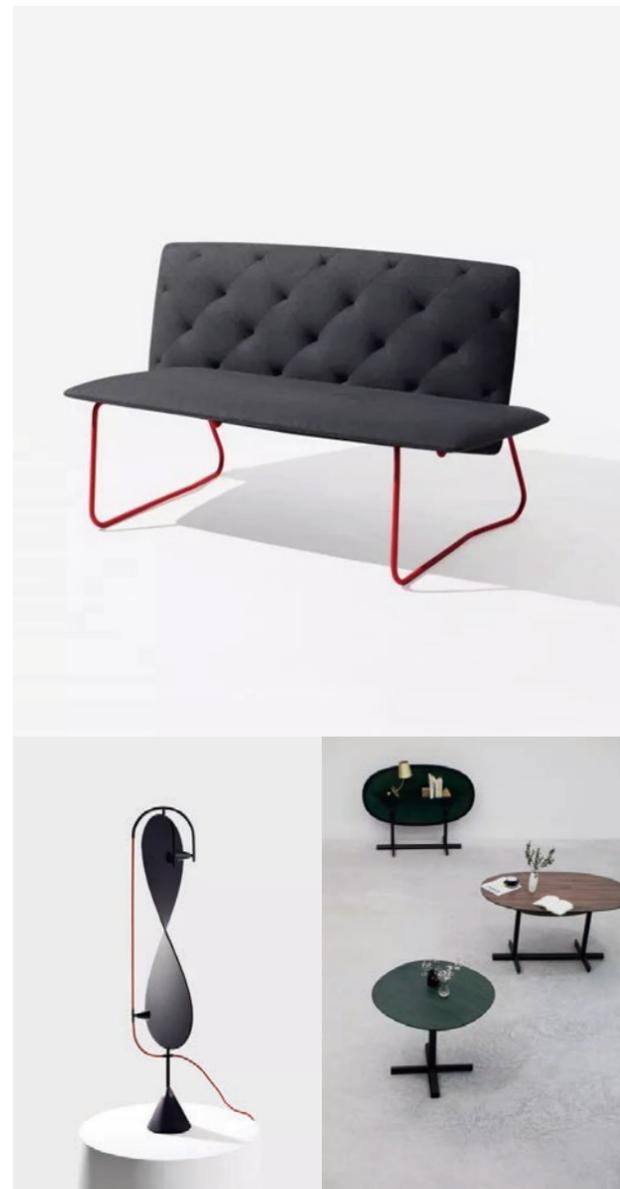


## DOD展新鲜血液不断涌入

■ 文 本刊编辑

今年的中国国际设计师作品展示交易会（简称，DOD展）将全新亮相并带来大批的新鲜血液，你意想不到的品牌都在这里——在《后来的我们》中出镜沙发的CASA GAIA 雅，将绿植种在桌缝里的野木，传统又神秘的漆器品牌漆墨堂。

吱音·展位号：H3D15

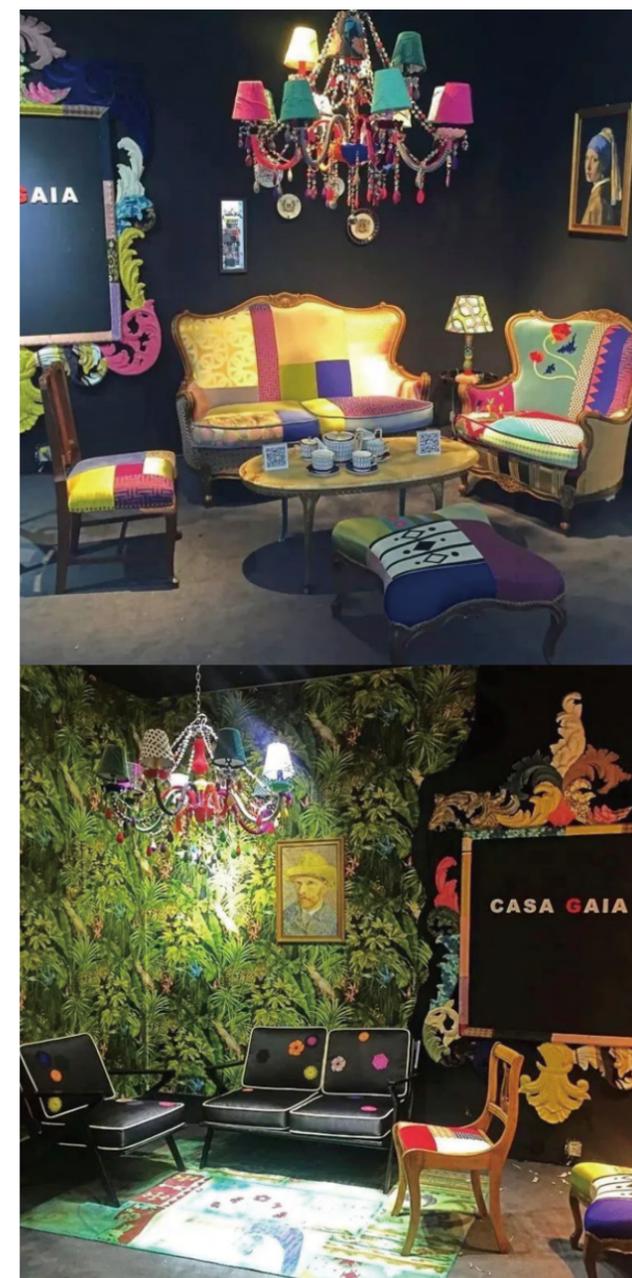


作为DOD的老朋友，充满巧思的吱音是一个富有故事性的文化创意家居品牌，贴心且温暖的设计总是为大家带来惊喜。吱音的家具设计以创意原点为出发点，因此也从不以风格而定义，而是持续不断地创造出温暖有性价比，又可以解决实际问题的创意家居。

盖雅·展位号：H3G45

《后来的我们》中耐人寻味的旧沙发，《定制幸福》中女主角的全套软装陈设，陈浩民、王耀庆同款沙发……这些色彩绚丽、夺人眼球的作品都来自设计师冷伟的原创品牌 雅（CASA GAIA），今年将在DOD展重新亮相。

CASA GAIA重视艺术感和商品格调，通过简洁流畅的艺术语言表达着欧美新个性化家具的唯美意境。如同名字一样，每一件产品都被赋予了一种绚丽的色彩，一种思想，一种境界，每一件都彰显着自己的独特。



Moreover·展位号: H3M05

今年新登场的Moreover是由设计师夫妇Roger和阿莫回国创立的原创意设计线上生活方式品牌。2015年起, Moreover以富有设计感且品质上乘的两款茶巾和一款帆布袋, 从美食圈开始口口相传。如今, Moreover主营北欧简约现代风格的整屋家居软装产品, 正在努力为国人带来兼具美和实用且售价不高的家居好物。



熹山工房·展位号: H3L09



熹山工房创立于2014年, 是设计师与匠人合作的创立的实木家具品牌, 设计师将精湛的传统工艺与现代设计结合, 用双手创造着符合现代东方的生活方式。除了设计各类实木家具、家居用品, 熹山更希望通过将中国传统榫卯工艺与现代家具设计融合一体, 让人们能够在居家生活中回归质朴、感受美好。

BLUE FISH·展位号: H3K30



儿童家居品牌 BLUE FISH专注于土布材料, 专为儿童打造一个属于自己的质朴美好世界。自然又环保的土布, 蕴涵着几百年来劳动人民成果的辛劳。其中十二生肖的儿童椅就被赋予了属于自己的色彩, 明暗搭配, 每张椅子还都设计了一个小机关, 使椅子更显童趣, 给予了孩子们探索的好奇心。比如子鼠椅, 它的双眼可以转动, 让孩子坐的同时还可以玩乐, 一举两得。

野木·展位号: H3M03



2009年, 热爱艺术设计的父女两自地下车库创立了这一家具品牌。他们不守常规, 渴望打破传统的行业模式和设计风格。对家具设计风格和制作理念有自己独特的坚持和理解, 用反其道的心态设计制作家具, 敬畏自然的态度选用木材。于是, 废弃的木料变成了好玩的家具, “不补”系列呈现了破裂裂痕不可复制之美, 青翠的苔藓从裂缝中冒出来, 浪漫至极。

将造·展位号: H3R03

无疑实木家具是可以陪伴一生的器物, 同样崭新亮相的品牌“将造”则是由学现代设计的儿子和手艺精湛的传统木作匠人的父亲一起创立。从爷爷辈就开始做木匠, 代代继承祖业的他们深谙传统家具制作工艺, 试图将中国传统木工技艺与现代设计碰撞、融合又再造, 做“好用耐看的手作家具”。



艾舍人·展位号: H3M15



来自中国台湾的人文光饰Xcellent Design (艾舍人设计), 简约又充满意境, 给人以无限的视觉想象, 仿佛做着经久不息的美梦。下图充满想象力的“新月”灯, 通过旋转的动态结构, 描述了一份更贴近于生命本质的美。

# 设计馆新登场的部分设计品牌

本刊编辑

今年上海家具展的设计馆将由原先的E6、E7两馆扩充至E5、E6、E7三个馆的新格局。设计品牌达到历年之最，一场中国设计大秀将在此拉开帷幕。这里有亚洲的首个全球设计品牌 Stellar Works，门川家居将携梁景华DESIGN系列产品，Hothing和信，镜观，VV CASA等，还有木美、Lacasa等这些颇受欢迎的家具品牌的回归，预示着上海家具展在诸多家具品牌心中的地位。

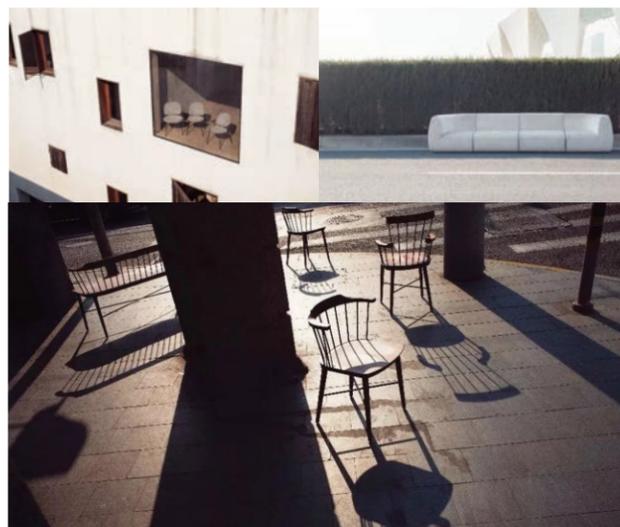


## 门川 展位号：E6E26

历经八年探索之路，创始人及其团队联合中国两岸三地顶级一线设计师，推出高品质、高质量的全新品牌——“门川家居”。门川家居整体设计以创意、轻奢、简约风格设计为主，融合东西方文化之精华，创造出和谐、舒适和不受时空限制的空间。此次门川将为我们带来梁景华DESIGN系列产品。梁景华先生的设计追求创意、永恒和灵气，擅长融合东西方文化的精华，强调品味和谐、舒适，务求提升生活素质，为人们带来幸福、愉快的环境。



## Stellar Works 展位号：E6D12



Stellar Works 是引领精致文化和亚洲美学复兴的设计家具品牌，从经久不衰的手制作工艺和传统文化产业中汲取灵感。在设计态度、作品形式及应用性上，完美糅合了传统与现代制作工艺、以及东方与西方的艺术元素。Stellar Works的设计优雅而不失新颖，秉持匠人精神的同时从不停止在工艺上创新，致力于让不朽的经典设计重新绽放光芒，从而打造出具有文化意蕴的当代成像。

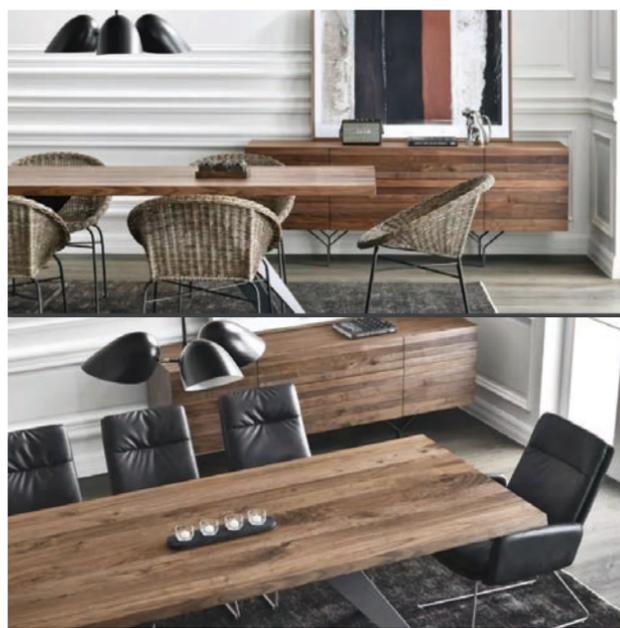
## Maxmarco木美 展位号：E5C01



Maxmarko最初是设计师陈大瑞先生建立的家具研发中心，旨在通过该平台探索与创造真正独特、富于灵感的当代中国设计。2010年的春天，Maxmarko木美作为家具品牌正式在北京成立。其中无界沙发与以往框架被隐藏的沙发结构有所不同，以裸露金属框架为主体，起支撑作用的同时也是一种装饰。设计师用新的视角，重新审视家具的结构，用自己独特的设计语言去定义沙发。而这组多边形边几，材质结合大胆前卫，三种形状大小不一样的桌面，形成不同的组合状态，给你多种使用体验；也可将边几拆分，搭配不同的家具单独使用。



## Maxmarco木美 展位号：E5C01

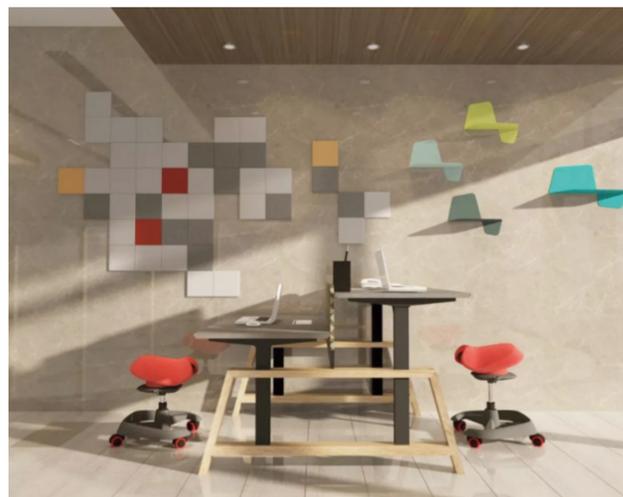


一章 展位号: E5E12

Avanti.one浙江一章家居有限公司自始至终都坚持不可妥协的质量与创新,公司前身走过传统制造、国际代工时期,将进入自主专业设计、自有品牌。一章始终稳扎稳打,朝永续经营的方向前进。中文命名以「浙江一章」为期许,期待打开浙江家居迈进国际的第一篇章:英文命名的灵感则来自意大利语中代表启程语前进语意的「AVANTI」,其象征着品牌前行、完美与精进的形象。

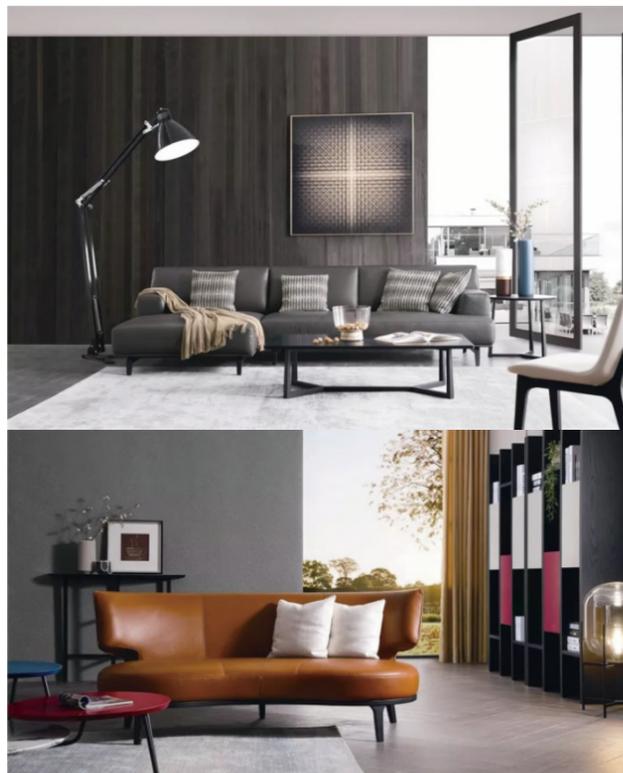


Maratti 展位号: E6F20



Maratti是时尚办公形态引领者,创造了具备完整生态系统的原创家具,装点办公空间及生活各个角落。他们的原创成果巡展于芝加哥、科隆、迪拜、东京、上海、广州等全球各地。Maratti 30%的价值是制造家具,70%的价值是创造和输出全新办公生活方式。Maratti灵感空间产品系列和KEEP INSPIRING理念为各行各业的优秀企业实现全新工作方式和颠覆式协助关系。Maratti与全球顶级室内空间设计师一起为优秀企业打造具有专属风格的梦想办公室。如今,梦想办公室案例已遍布全球,在每一个城市都是引人注目的时尚焦点。

VV CASA 展位号: E5E20



VV CASA隶属于康宝家居集团,康宝从1989年成立之初一直深受全球消费者的喜爱和信赖,是亚洲最大家居生产企业之一。康宝旗下的VV CASA新北欧系列是全行业唯一的跨界融合,推崇将简约、舒适、人文、自然融为一体,以致力于美化人类居住空间为使命,为消费者带来简约而不简单的生活方式。

裕喜 展位号: E6E12

裕喜家具有限公司是中德合资企业,旗下品牌B&MCASA, KC, SCOMTE等,产品定位中高档全屋配套家具,属于意大利极简风格。裕喜设计总部设在德国,佛山展厅8000平方米,共五层楼涵盖4个不同系列产品,其中, B& M CASA 有着全广东最全的产品体系,是一站式家具采购的首选。



镜观 展位号: E7B26

镜观家居秉承东方家居美学,遵循宋式家具至简之美,由国际红点奖获得者孔武亲自设计,还原风格至简清明、典雅平正的宋式家具。镜观为君子雅士提供灵动宋代遗风的家居氛围,传递清雅含蓄、端庄丰华的东方人文艺术。本着对卓越产品的纯净执念,镜观恪守“零边材,全芯材”的选材标准,以最优质红木黑酸枝芯材,遵循不打钉原则,采用近二十二种复杂的榫卯结构,品质可百年传承。

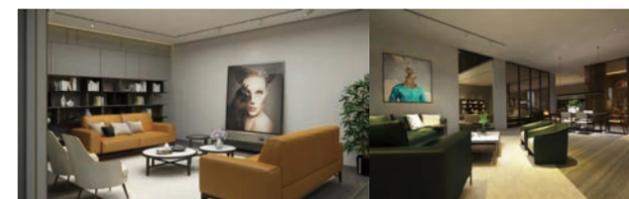


凯萨尔 展位号: E6B30

设计,少即是多,减即是加。凯萨尔给我们呈现的,是充满自然情怀的家具。为了展现实木家具所包含的大自然元素,他们努力将设计师的想法削减至最少。在不破坏树木原本模样的情况下,再通过设计将大自然的味道和感觉散发出来。



和信 展位号: E6C01



Hoting和信是一家集研发、生产、销售、专业终端运营为一体的高品质家居生活解决方案的供应商,专注于现代与简约、时尚与精致的家居领域。不玩概念,不炒作,无噱头。从不拘一格的外观设计,到极致的细节处理,和信将顶级原木、金属、天然石材、意大利进口皮布完美融合。和信秉承对家居的热爱,对品味生活与品味人生的追求,带来比小资更精致,比奢华更自由的现代轻奢家居。

# 设计不朽， 第五届“金点奖”评委亮相

■ 文 本刊编辑

一年一度的中国家具业重磅大奖又要来了，你想看到国内最优秀设计师的原作品吗？那就一定要关注2018金点奖最新动态。中国家具设计金点奖是由中国家具协会、上海博华国际展览有限公司以及《ELLE DECORATION 家居廊》联合主办，是中国国际家具展览会上的一项重要奖项。旨在推动中国家具产业发展并坚持扶持原创设计、关注运用传统元素和工艺的品牌或设计师，被誉为中国“红点”级别的设计大奖。金点奖自2014年创立以来已迅速在业界获得了高度关注和良好声誉。5年的时间，金点奖共收到420家参赛企业多达1191件作品的参赛报名，成为中国家具行业极具影响力的大奖之一。



在2017年的金点奖评选中，评委们更多地关注到设计师如何去诠释和运用中国的传统文化。评委们感受到了中国设计在中国家具行业里可喜的回归，无论是企业还是消费者都表现出了对中国生活方式的自信。今年金点奖将继续起航，而每年的评委阵容都是最让行业内外人士充满期待的。



除了以上这4位常驻评委外，还有4位业界当红人士，今年主办机构邀请到了陈幼坚、杭间、蒋琼耳和吴滨。

### 【陈幼坚·中国香港著名设计师、品牌顾问及艺术家】

他的头衔有很多，中国香港著名设计师，中国香港设计教父，世界十大设计师之一。“我的创意来源，支撑力量源自于文化的底，有文化底 支撑的作品才不会过时。”

陈幼坚先生在艺术上追求完美，以“东情西韵”为创作之道，将中国、东方的文化和西方糅合，让中国传统文化得到重新的演绎，继承并发展下去，这也是每个中国设计师应该做的。在过去的48年广告及设计生涯中，陈幼坚带领公司荣获本地及国际设计奖项超过600多个，其「东情西韵」设计风格深受国际设计界推崇，为年轻一代设计师带来深远影响。2017年获香港DFA (Design for Asia) 颁发世界杰出华人设计师奖项。自2000年起，更从平面、产品、室内空间设计走向艺术领域，其作品均于香港、上海、北京、大阪、新加坡、芝加哥及米展出并为世界各地艺术机构及私人收藏。他还是2015年米兰世博会中意城市馆策展人之一。通过创意精妙的空间与影像，浓缩了上海的生命魅力。



### 【杭间·艺术学博士、中国美术学院副院长兼国美美术馆馆长】

杭间长期致力于工艺美术与设计史论研究，是中国工艺美术学系统性研究的开拓者和最早将传统造物提升至思想层面进行理论阐述的学者。现为浙江省民间文艺家协会主席；中国民间文艺家协会理事；中国美术家协会理事、理论委员会副主任；中国工艺美术学会理事、理论委员会副主任等。

他先后出版了《中国工艺美术思想史》、《中国工艺美术史》、《中国传统工艺》、《手工艺的思想》、《设计的善意》、《设计道——中国设计的基本问题》等在社会上产生广泛影响的著作，主持整理出版了国内规模最大的中国古代物质文化研究丛书《中国古代物质文化经典图说》（11种）和《中国现代艺术与设计学术思想系列丛书》（18种），最早引进日本

民艺作家盐野米松的著作《留住手艺》在中国出版，并与中央电视台策划拍摄了8集工艺文化纪录片2017年《留住手艺》面向国内外发行，产生持久的社会影响。近年来，他提出“设计的民主价值”理论，策划了一系列国际国内重要手工艺和设计展览，以实践推动传统工艺的现代化转化。



**【蒋琼耳·「上下」首席执行官及艺术总监、中国当代设计师】**

2009年，蒋琼耳创立当代雅致生活艺术品牌「上下」，并出任首席执行官及艺术总监。蒋琼耳与「上下」致力于向世界推广中国的精湛手工艺，传承中国传统文化并推广中国当代设计，糅合东西方文化的精髓，创造21世纪全新的当代生活美学，其当代设计作品被世界各博物馆收藏。多年在欧洲游学和创作的经历赋予她国际的视野和开放的思维，双重文化的背景让她的创作自由舒展，既葆有对传统的尊敬，又海纳百川兼容并蓄。

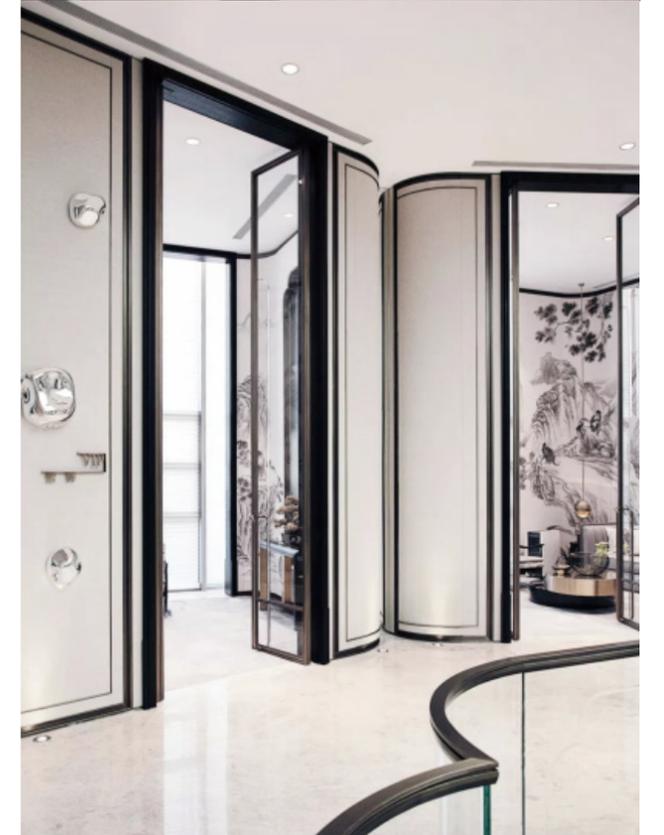


2017年，「上下」“犀皮漆天地盖盒”为伦敦大英博物馆收藏；在上海获颁2017中国青年创新领袖峰会“时代精神人物奖”；「上下」“大天地”系列碳纤维椅荣获2017 CIDA中国室内设计大奖“产品设计奖”。

**【吴滨·著名设计师、WS世尊、无间设计创始人】**

他是W+S世尊设计集团的创始人，无间建筑设计的设计总监，清华大学客座教授，还是得过许多国际重量级设计大奖的设计师。2017年，荣获美国Best of Year Awards（2017年度最佳设计大奖）金奖；2013-2017多次入选世界权威奖项ANDREW MARTIN；2016入选美国杂志《INTERIOR DESIGN》中文版名人堂第十届正式成员。

在众多头衔中，吴滨更愿意将自己定义为设计师，“这是对自己艺术创作的认同”。许是自小习国画，师从张大千的关门弟子伏文彦，不难看出这种深厚的传统艺术功底给吴滨现在的设计创作带来了深远的审美熏陶。



# 你与浪漫的法式生活 距离仅剩“0”米

■ 文 本刊编辑

法国人的品味不仅仅停留在对街区的建设上，法式生活艺术一部分的家具也不例外，它拥有着法国人特有的完美和感性，最追求的就是极致的品质。还记得前两年中国国际家具展上法国品牌展位的盛况吗？今年，法国家具工业联盟代表GEM再次携手旗下12个家具品牌赴约，不远万里，只为你而来。



GEM 展位号：E1B06

法国家具工业联盟代表GEM已连续多年组织法国展团参加中国国际家具展了，这次法国展团由12个品牌代表以“My Furniture is French”为主题展出。法国家具行业国际部门GEM是一个致力于帮助法国制造商在出口市场上推广其品牌的组织，为法国家具行业建立全球出口市场的战略方面起着核心作用。“My Furniture is French”代表着一个法式家具品牌想呈现给全世界每个家的一种生活价值，用兼具法式生活艺术同精湛工艺的家具装点世界上每一个家，展现出高雅和洒脱的完美结合。本着一如既往地拥有创造性和创新性为目标，他们通过与许多设计师合作，并深入研究如何应用新材料和新功能，旨在设计出更加现代化的产品。



Ligne Roset 展位号：E1B03



拥有150多年历史的Ligne Roset写意空间，是法国国宝级的家具品牌，代表了优雅的生活方式，是奢华的代名词。Ligne Roset因其与最前沿的当代设计师携手合作而闻名，多年以来，为了在各个家具展上的潮流发布，欧洲几十位设计名师的作品都会提交到Roset公司的研发中心。该品牌也为客户提供了生活方式的选择，将其家具产品系列结合了装饰性配件、照明、地毯、纺织品和其他物品，已经具备专业工艺和能力来构造和强化全球范围的分销网络。

GROSFILLEX 展位号：E1D03

Grosfillex不仅是一个全球性的公司，同时也是一个在法国有着90年历史的家族企业，有着浓厚的企业文化，从一个木制的手柄工具家族企业成长为一家提供各种树脂产品的全球组织。Grosfillex公司在设计、开发、生产和销售家用和商用树脂产品方面建立了卓越的品牌声誉，为整个行业树立了一个卓越的标准，在每个层面都有严格的质量标准。现在Grosfillex拥有1200名员工，向80个国家和100多个海外客户供货，拥有5个生产基地。他们忠实于自己的价值观念以及与自己紧密相连的市场需求。如今Grosfillex公司有50%的产品出口海外，在不断的发展过程中逐渐成为各种产品线中独具代表的领导者。

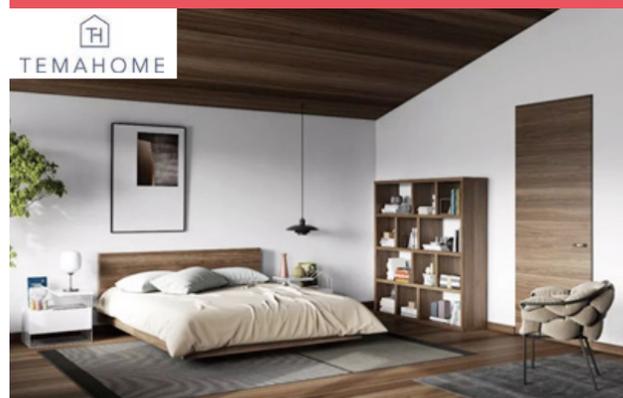


FERMOB 展位号：E1A01



法国色彩缤纷的金属花园家具制造商FERMOB，创造并制造出精巧的户外家具和配件，让人乐在其中。FERMOB是一个鼓舞人心的品牌，它为自己拥有的独立、自由和生活乐趣的形象而自豪。凭借其丰富的灵感，FERMOB已成为行业中领先地位的户外空间设计专家。优秀而精致的设计，为FERMOB具有创造力、性价比以及社会责任的品牌价值保驾护航，这一点吸引了巴黎的卢森堡花园、美国的星巴克咖啡店和哈佛大学、日本的乐高乐园以及中国的故宫和昆山杜克大学等机构与他们的合作。

TEMAHOME 展位号：E1A02



TEMAHOME提供设计家具，让世界各地的每个人都可以自由地美化、装饰自己的家，以创造他们想要的独一无二的居住环境。专为在线销售而设计的TEMAHOME家具，无论是在电子商务还是传统路径销售中总会精心包装，认真对待每件家具、每位顾客。无论您需要何种家具，TEMAHOME都为您提供各种适合您预算级别的适配产品。

DEMEYERE 展位号：E1B01



已有100年历史的Demeyere，位于法国北部，他们非常重视产品的质量。每年售出的家具有540万件，新品约400个，需要通过1150次质量检测。每年在75个国家售出超过5000件，Demeyere已成为平板家具的主要生产商。Demeyere的内部设计部门创造了具有吸引力的产品系列，具有强烈的个性，完全符合其客户、分销商和最终消费者的现有需求。

Celio 展位号：E1B08



自1952年成立以来，对创新和高质量工作的热情一直是Celio Furniture发展的动力。如今，坐落在法国西部的Celio Furniture拥有200名员工，专门设计和生产高质量的卧室和衣橱系统、书柜、电视设备和壁纸，他们在这些领域声誉极高。他们的愿景是提供更创新、更实用、更实用的产品，以满足最挑剔的客户的需求和期望。

GAMI 展位号：E1C01



Gami拥有超过40年的专业知识，是法国制造的家具品牌。定价适中，具有欧洲风格，为您创造一个现代家居风格的家，是法国家具分销市场的主要参与者，定位于传统和现代家具，尤其关注年轻的生活环境。Gami家具由专业的设计师团队设计，灵感来自欧洲风格(北欧、乡村、比利时或浪漫等)。

GAUTIER 展位号：E1D04

Gautier家具在法国和全球发展势头强劲，其中很大一部分归功于家庭对创业精神和挑战的热情，并且极具有公益意识和敬业精神，他们将家具生态设计置于生产过程的核心。他们的文化源自其在儿童卧室方面的专业知识。如今，戈蒂埃是欧洲

领先的当代家具制造商，是“时尚法国生活”的代表，在全球范围内拥有115家门店。



PARISOT 展位号：E1C03



Parisot由法国设计师和制造公司成立于1936年，如今已成为国内市场一家领先的工业公司。由于高效的工业生产，公司已成为一个强大的国家工业集团，其专业技术、技术多样性和商业地位使Parisot成为当今市场的领导者之一。每年有近300万件产品在Parisot的工厂设计和生产，符合最严格的环境标准。

EVOLUTI 展位号：E1D02-A

成立于1959年的EVOLUTI是法国制造家具的重要参与者。Evoluti的目标是让人们能够以合理的价格，拥有一个美观、实用、高质量的家庭环境。通过控制整个价值链，从设计和工业生产到物流管理和商业支持，Evoluti为每个客户提供一个完整的、个性化的服务。Evoluti是法国Ameublement公司的成员之一，拥有NF质量认证(在安全性、可靠性和耐久性方面最为严格)，以及FSC和PEFC认证。



Weber Industrie 展位号：E1D02-B



Weber Industries是一家成立于1922年的家族企业，位于法国东北部的阿尔萨斯省，专门为大众市场生产家具。他们拥有4个生产基地、600名员工，生产家庭家具、床垫、床头柜、厨房和浴室家具。

Weber Industrie 展位号：E1D02-B



Sifas认为简洁是真正优雅的基调。在设计和建筑中，保持简洁是最困难的。在过去的50年里，Sifas为户外家具的造型提供了简洁、干净、优雅的线条。在设计、生产工艺、材料选择等方面，Sifas已经成熟了自己的理念，并始终把质量和舒适度放在考虑范围内，以适应各种气候和时间。

也许现在，就是离梦最近的时刻了。法国并不遥远，GEM就在上海家具展等你，一起感受科尔马小镇的浪漫。



## 这些好用的木质家具全在马来西亚展团

文 本刊编辑

**位**于N2馆里的19家马来西亚展团的展商，可谓是势头强劲，不仅展商数量多，而且以优质的木质家具见长。马来西亚气候湿热，植被茂盛，当地的家居风格也很独特。

### FIRSTFLAMES 展位号: N2A28

FIRST FLAMES SDN BHD于2006年成立，已成为马来西亚家具的领头制造商之一。FF团队了解每个市场都有自己的独特性和不同的需求，他们也始终致力于提供高品质的产品与服务。



### PIAU CHEZ 展位号: N2C35

標緻有限公司作为家具制造商在家具行业已有20多年的历史。他们的团队强烈反映了马来西亚在基于板类的制造商中的发展和进步，其中包括刨花板 (Particleboard) 和密度板 (MDF)板材料。他们的产品赢得了本地和海外客户的信任。他们与经验丰富的团队一起积极拓展出口市场。



### ECOMATE 展位号: N2B36

益閣是一家马来西亚家具制造商。他们专门生产以刨花板为制作原料的室内家具。他们的目标是提供顾客优雅，有吸引力和更优质的家具。客户的满意度是他们的首要任务。他们的产品已被美国、英国、欧洲、澳大利亚、新西兰、中东、南美、印度和一些亚洲国家所接受。



### TAISHI TECH 展位号: N2B52



TAISHI位于马来西亚柔佛 株巴辖区，生产人造大理石和高光泽亚克力门板的知名制造商。用于厨房桌面的人造大理石和厨房橱柜门的高光亚克力门板分别以品牌名称“ACELITE®”和“NAXOS®”。TAISHI新产品N Veneer实木纹板终于进入国内外市场，性价比的优势及材料的可塑性 将提供室内设计师另一宽幅震荡的选择，开展传统与时尚的自然系木色家具，打造自然生态宅。

### INCEPTION 展位号: N2B50

INCEPTION创艺设计及贸易有限公司专注于家具产品的开发与创新，打造革新家具设计，并且可以根据客户的需求，提供个性化设计方案。创艺的家具设计风格简约，并将现代元素与本土传统文化完美融合。



BE WOOD CRAFT 展位号: N2A22

BE WOOD CRAFT SDN BHD万荣木业有限公司提供样式丰富的高品质木制家具，并有超过15年的历史。他们的每个产品系列都设计精美、风格独特。



HOMEJS 展位号: N2B33

HMOEJZ爵士家具有限公司成立于2002年，作为一家涉及各式木材制品生产的综合家具制造商，通过十几年的努力，爵士家具已成为世界一流的餐厅家具生产商。作为木制餐厅家具及休闲家具领域的专家，他们丰富的经验能不断地为所有客户生产最优质的产品。



LY 展位号: N2B35

LY Furniture Sdn Bhd (友俱有限公司)是马来西亚领先的木制卧室家具制造商和出口商之一。LY拥有约40年的家具行业记录。



KEPPEL 展位号: N2B38

家宝，位于马来西亚，麻坡家具原生产基地，拥有20多年卓越的实木家具生产经验，专业开发现代及简约风格的北欧时尚家具。



AIK CHEE 展位号: N2B42



益群家具制造厂是一家拥有24年家具生产经验的木制餐座椅专家。现今本公司出口到世界各地超过30个国家，主要市场是南美洲，北美洲，中东和东南亚等。

YEOAIK 展位号N2B43

YEOAIK杨奕木业有限公司坚持优良的品质，周到的支持服务，以实惠的价格为世界提供一流的家具。



FENGYUAN 展位号N2B46

丰源工业有限公司已经有超过二十年的历史，是一家专业生产餐厅家具、客厅家具的马来西亚家具制造商和出口商。



SF FURNITURE 展位号N2B48

SF家具是一家经营了15年橡胶实木餐桌椅生产商，拥有丰富的生产经验，对于产品的研发设计都具有要求。公司每年可向海外市场发送300条货柜或更多，主要销售市场为欧美国家，中东国家以及东南亚地区，中国市场是他们在接下来看好的主要市场。马来西亚橡胶木具有广大的竞争力。



MYHOME 展位号N2B55

MYHOME我家家具工业有限公司专业生产餐厅家具、休闲家具和酒吧凳，目前，产品主要出口至美国、加拿大、英国、澳大利亚、欧洲、中东等地。



TSS FURNITURE 展位号N2C36

20多年来，TSS Furniture已成为优质国际家具制造商和出口商。他们专业制造餐椅、柜台高度套装、吧椅套装、旋转凳套装等家居家具。在TSS Furniture，终极设计是他们坚持的理念。他们致力于以更优惠的价格、质量和交货时间来提供优雅的家居家具产品。“TSS GO GREEN”不断致力于环保、可再生领域，在国际上保持领先地位。



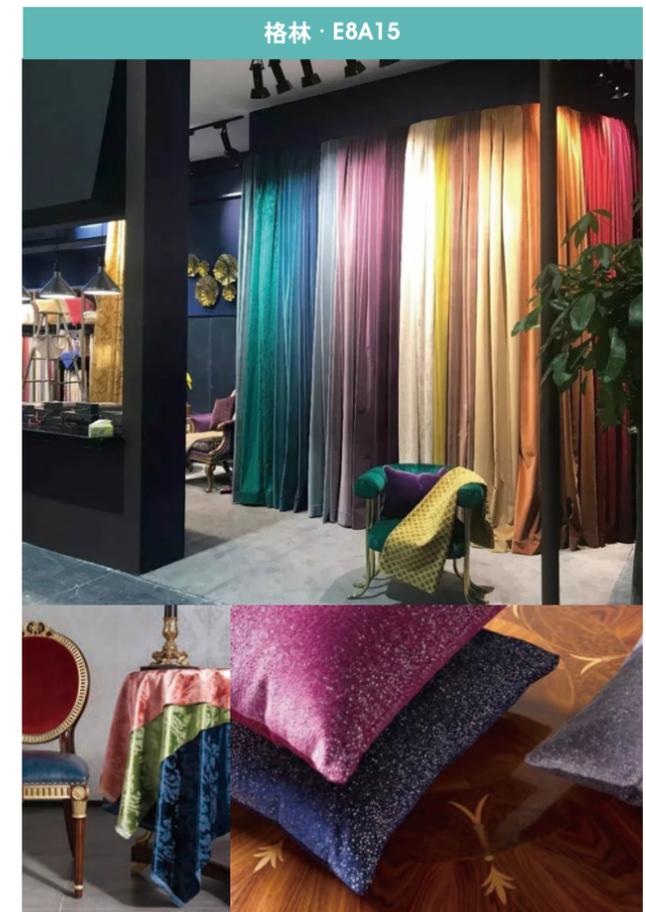


# “中国好面料” 为你的设计锦上添花

文 本刊编辑

2018中国国际家具展览会就要盛大开幕了，作为其中重要的板块之一，今年中国家具高端制造展（FMC China 2018）以产业优势布局家具业，形成家具皮革、五金、面料、板材表面装饰、软体部件、化工等强势板块的同时，更是突破行业材料及工艺瓶颈，引入高端家具材料、半成品加工以及智能软件开发等全新领域。

从展览面积上，今年的FMC共有6个馆和展示区：家具皮革馆（N7馆）、家具五金馆（N9馆）、板材表面装饰及化工馆（N10馆）、床垫布/乳胶家居和材料馆（W10馆）、中国好面料馆（E8A/E8B馆）、高端软体机械区（W3馆），涵盖多品类多层次家具原辅材料，展商数达640余家，高端制造再升级，展品更精细。



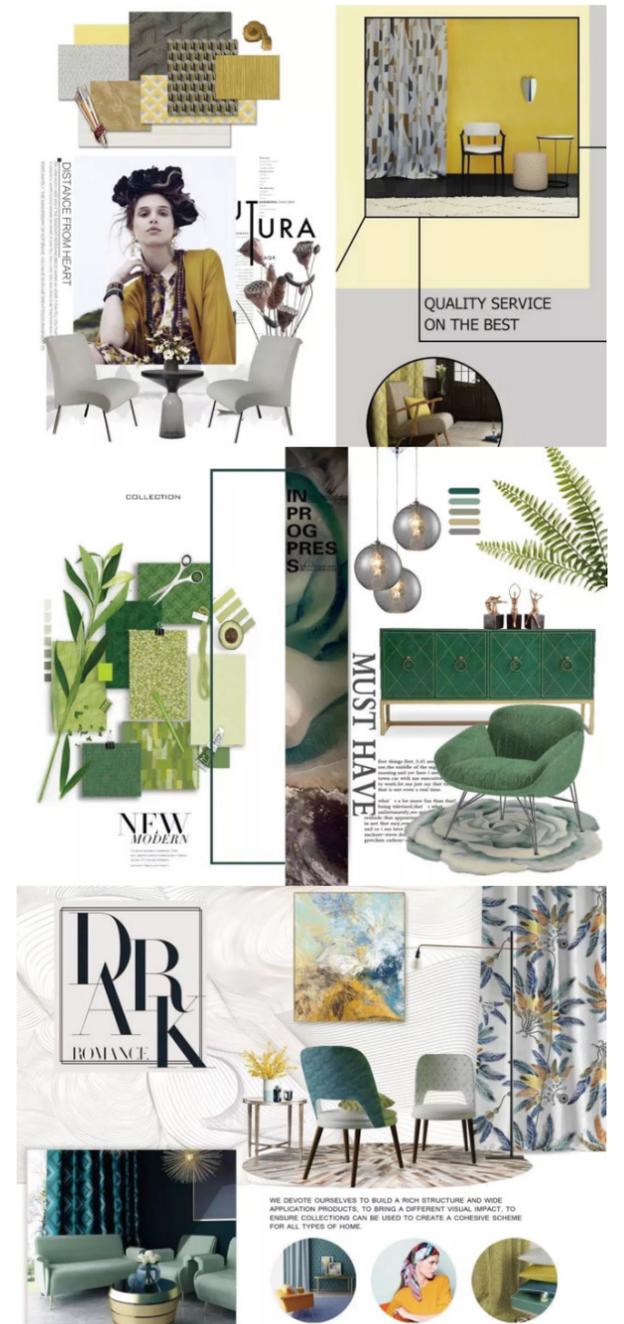
丝绒是一种有着平整紧密底面、复杂而耗时生产的高端面料，因此在过去的时间里一直与财富和奢华有着千丝万缕的关系。格林品牌通过原料、工艺和后处理等不同方法创造出设计感十足的创新绒布面料。

格林品牌致力于高端割绒面料的研发设计和生产，为国内外客户提供高端的割绒面料和专业的定制服务，产品包括家具沙发面料、窗帘面料、软包面料以及各类适用于室内软装设计的高端割绒面料；产品一直坚持采用优质原材料制成，提供颜色、工艺、设计感、性价比更为优秀的绒布面料。

## 千百荟·E8A89

千百荟品牌率先引进世界顶级的织造设备——ALPHA与STAUBLI，提供给客户品质更稳定的产品，真正做到“中国价格，欧洲品质”。

FMC多年来始终关注和致力提高展商品质，每家展商都是业内的佼佼者，如千百荟品牌荣获了“2017年度纺织十大创新产品”、“浙江区域名牌使用单位”、“中国布艺家居十大新锐品牌”、“最佳布艺知名品牌”等业内认可和荣誉奖项。



天屹·E8A27

天屹品牌产品涵盖床上用品、窗帘、靠垫、桌布、小家居等多个品类，凭借专业的团队设计、研发能力和专业化的设备，一直是整体软装布艺的领导者。

法国是装饰艺术的发源地，颐佳爱设计师提萃法式风格之精华，将法式窗帘独特的浪漫情怀融入到家装之中，提升生活格调，其款式及品质深受中外客户追捧。



艾是·E8A01

艾是墙布凭借巴黎、慕尼黑、纽约等世界级设计团队，在行业首家提出色系墙布概念，颠覆了墙布行业设计花型单一的现状。

艾是 (ARTSKY) 以时尚、现代风格为基调，以“简约、舒适、品位”为设计理念。五大产品体系、七大主流风格满足不同空间需求。



舒雅达·E8A28

舒雅达品牌主营窗帘布、沙发布、雪尼尔等，是高精度提花面料领导品牌。高精度窗帘为特色的“帛越”品牌、以高精度花边为特色的“花想容”品牌、以及以高精度工程为特色的“素唯”品牌，都赢得了国内外买家的青睐。



雅士居·E8A57

雅士居旗下品牌ARCHROLL艾屋吉屋，于2010年在英国萨里成立，专注于提供高品质的现代和传统英式面料，如真丝、提花、雪尼尔、平纹、棉质、麻质、涤纶和各种混纺，再生和人造织物、粘胶、人造丝、聚酯、尼龙、腈纶、亚麻等。



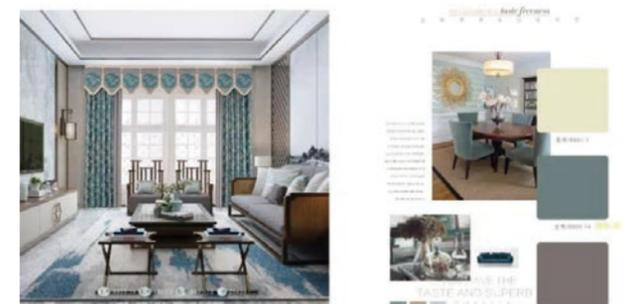
菲摩斯·8A83

菲摩斯集设计、开发、销售为一体，专业于装饰布面料生产，品牌引进意大利及德国工艺织造流程，产品远销欧美及中东地区。



金色彩龙·E8A29

品牌引进意大利工艺流程，主要生产高精密提花布等各种装饰面料，时尚的设计、优良的品质，使产品为欧美、中东、日韩、东南亚等国和地区的用户所青睐。



除此外，还有“博旺 (E8A07)”、“顺利 (E8A55)”、“梵歌 (E8A77)”、“念家 (E8A91)”、“玛雅布业 (E8A51)”、“宜侃纺织品 (E8A87)”、“Sunnycat (E8A53)”、“恒立布业 (E8A21)”、“伊诺纺织 (E8A25)”、“康泰纺织品 (E8A61)”、“奥赛德布艺 (E8A81)”、“田森纺织品 (E8A85)”、“蒂朵 (E8A55)”等知名品牌为观众带来优质、精良的展品。



## 这张免费的会员卡 将承包你未来一年的设计活动

文 本刊编辑

作为“第二十四届中国国际家具展”外围展的上海家居设计周，我相信大家一定都不陌生。上海家居设计周作为综合性的设计类活动，集合了9月两大家具设计展会以及上海全城的家居店、工作室、精品店、办公空间、商场、艺术园区、美术馆等多个品牌、活动与空间，打造一场看展、逛店、玩乐的设计之旅，为大众寻找内心有共鸣的生活方式。



HOME DESIGN WEEK Shanghai 人与设计 Man and design



今年的上海家居设计周将进行全面升级！不再局限于摩登现场H2馆的主题展，还有2~3个外围分会场，几十家全城联动店铺以及一系列的设计活动，还有全面优化的设计巴士，带你畅游上海设计。

为了让广大观众更加全面地享受设计周所带来的所有设计福利，上海家居设计周今年还推出了上海家居设计周会员卡，集合了设计周期间部分参与展览、上海家居类或生活方式类门店及品牌活动福利。福利包含部分展会的免费参观门票报名功能、部分门店及品牌提供的到店礼及折扣福利的体验，以及一些限时活动的免费参与。即刻领取，即时体验。观众可在创建设计周会员卡账户后，通过购票、预约或免费参与的形式，选择报名自己感兴趣的设计活动。最值得期待的是，今年的上海家居设计周会员卡内，活动与福利都将不断更新，观众可以凭会员卡参与一整年的设计活动。一卡在手，设计活动全有，想知道具体有哪些设计活动？

### 【看展】

#### 1. 中国国际家具展

时间：2018年9月11日-9月14日  
展览地址：上海市浦东新区龙阳路2345号新国际博览中心  
福利：凭设计周会员卡门票0元购

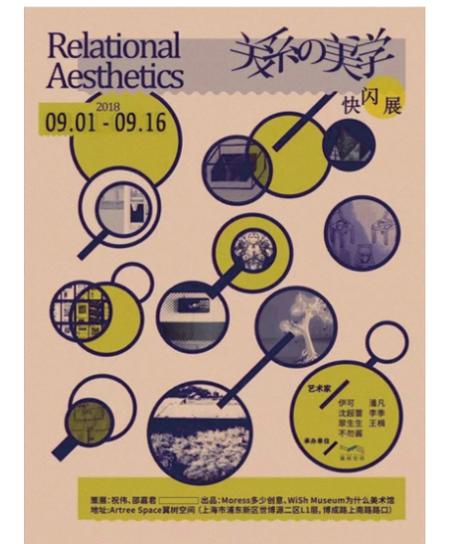


#### 2. 摩登上海时尚家居展

时间：2018年9月11日-9月14日  
展览地址：上海市浦东新区博成路850号上海世博展览馆  
福利：凭设计周会员卡门票0元购  
同时，还可免费参观百位设计师到场的中国原创设计师作品展。

#### 3. 关系の美学 快闪展

策展人：祝伟、邵嘉君  
艺术家：伊可、潘凡、沈超蕾、李季、翠生生、王楫、不勿酱  
福利：凭设计周会员卡免费入场



翼树空间9月将呈现快闪展——关系の美学，此次展览将围绕人与人关系背后更深层的潜意识进行艺术探索。究竟是我们通过不同的关系美学，去触达最深处自己；还是通过自己，去处理每一种关系？当我们在讨论这潜意识背后所隐藏的“神秘”关系可能性的时候，七位参展艺术家通过乌托邦式的想象，诉说他们对关系的理解。

### 【逛店】





100以上外场联动个性店铺，懂生活，有概念，搞活动，送福利。

**【活动】**

**1. 半木·新品发布会**

时间：2018年9月12日（暂定）

福利：凭设计周会员卡预约参与发布会



2006年由吕永中先生创立于上海，致力于当代东方生活方式的高端原创家具与生活品牌——半木BANMOO，今年将在设计周期间举办新品发布会。2017年我们的设计周会员有幸在半木之家聆听了吕永中老师的设计分享，今年的新品发布会将会成为一个新的期待。



**2、燕山工房XI SHAN WORKSHOP：以设计师与匠人为核心的原创实木家具**

福利：凭设计周会员卡购买家具可享9.7折优惠

**3、艾宝家具：现代时尚家居艺术的精华**

福利：凭设计周会员卡到店可免费领取艾宝纸砖1个

**4、吱音生活馆：富有故事性的文化创意家居品牌**

福利：凭设计周会员卡到店可享免费拿铁，买家具送琥珀相框（仅限前十位）

**5、亦取家居：去了解你对家的每一种的设想**

福利：凭设计周会员卡定制家具可享9.5



折优惠。下单满额可赠指定懒人沙发一款

**6、MUMO木墨：制作简单、自然、环保，可以使用很久的物具**

福利：凭设计周会员卡可享免费到店小礼品。凭会员卡购买家具满一万五千元可获福袋一份

**7、BROWNIEGALLERY STORE：将摄影及视觉艺术带入生活**

福利：凭设计周会员卡可享店内饮品买一赠一

**8、NININIO生活方式概念店：新晋生活方式概念集成店**



福利：凭设计周会员卡全店产品9折（除咖啡食物外）

**9、SQUARE IN HOUSE：中国的家居界的Colette**

福利：凭设计周会员卡可享受店内产品9折优惠

**10、折叠咖啡：发生在咖啡馆内的跨界探索**

福利：凭设计周会员卡店内饮品8.8折

**11、AND COFFEE：可能是魔都静安寺最佳景观位**

福利：凭设计周会员卡店内指定饮品8折（小白-澳白flat white）

**12、FRESHIGH：年轻有活力的果汁饮料品牌**

福利：凭设计周会员卡店内饮品8折

2017年设计周第一次开放了设计巴士初体验，观众报名踊跃。2018年设计之旅巴士将增加班次与开放时间，带领观众去到上海更多的设计场所。

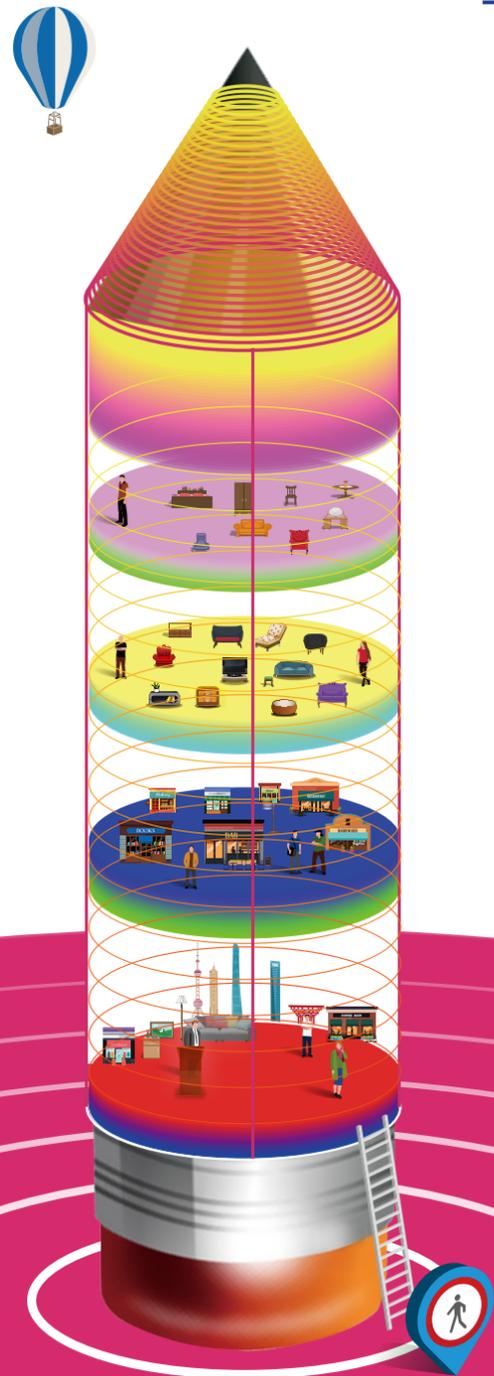


# 这是一场看展逛店玩乐的设计之旅

上海家居设计周  
2018上海家居设计周  
9月11-16日 上海浦东世博展览馆&上海全城

MAISON Shanghai  
2018摩登上海时尚家居展  
9月11-14日 上海浦东世博展览馆

FURNITURE CHINA 2018  
第二十四届中国国际家具展  
9月11-14日 上海浦东新国际博览中心



HOME DESIGN WEEK  
Shanghai  
上海家居设计周

上海浦东世博展览馆&上海全城  
2018年9月11-16日



HOME DESIGN WEEK



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