



家居产业周刊

Home Weekly



欢迎关注
家居周刊订阅号

D1-D4

2014.12.11

总第392期 今日4版 每周四出版
新闻热线 64101916
主编 吴厚斌



年终盘点

2014中国家居设计告别花瓶形象

“从根本上说,国内外设计并没有太大的区别,最大的区别就是态度。”著名设计师梁建国的这一论断折射出中国家居设计的现状。从今年初居然之家助推中国设计借米兰展亮相世界舞台、开设顶层设计引入国际大师工作室,到年底红星美凯龙创新设计联盟周年庆、三个设计品牌在卖场开出实体店,从曲美将获得大奖的设计作品系列“万物”专卖店开进万达广场,到百强、华日、天坛等家具企业围绕设计做出精彩纷呈的创意,一个明显的信号在家居行业闪现:2014年中国家居业对于设计的态度实现了突破,使设计不再是花瓶式作秀,而是进入了人们的实际生活。

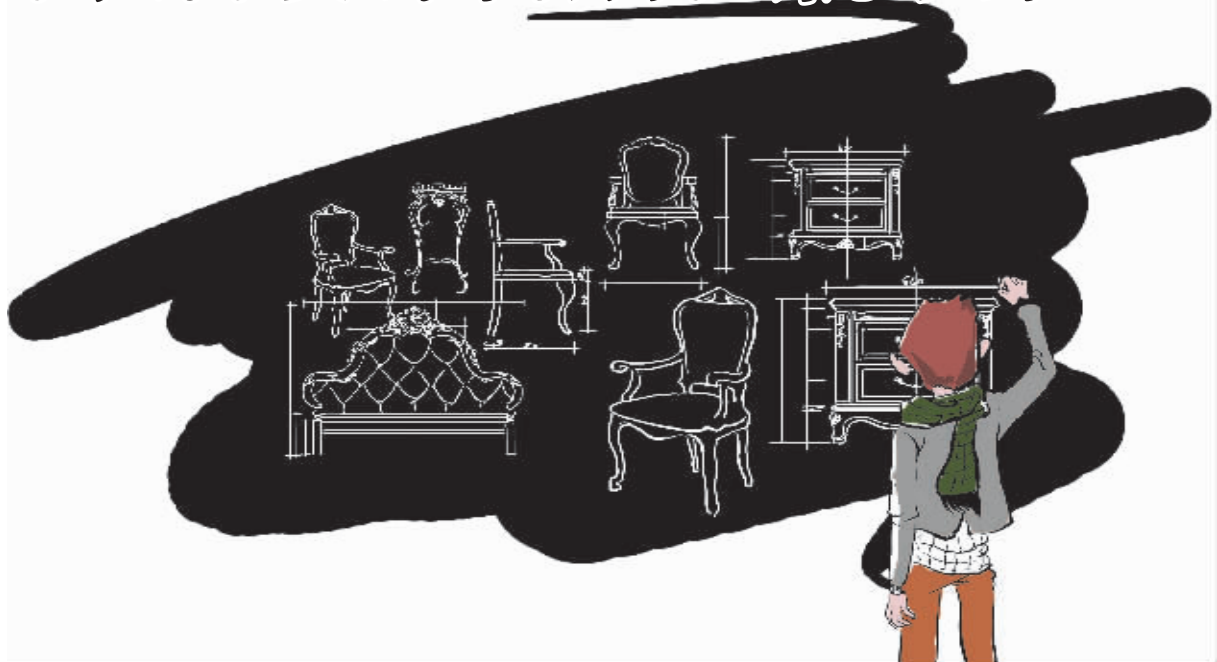
家居巨头助推设计

“中国不缺乏设计,只是没有机会展示。”2014年4月8日,居然之家总裁汪林朋在意大利米兰发表演讲,言语铿锵,不乏自信。

当天,世界瞩目的米兰家具展开幕,在意大利最高学术殿堂米兰大学,一个名为“Y——居然·中国设计进行时”的设计展首次将中国设计作为主角,接受来自世界各国设计师和观众的欣赏、审视和批判。尽管它们还存在着让作品更接地气、将概念变为实用作品等问题,但却打开了国外设计师了解真正的中国设计的大门。此次设计展的全程支持者和赞助者就是居然之家。汪林朋宣称,作为家居行业的代表性企业,居然之家有责任去帮助设计师们走出国门,让世人认识、批评他们,最终认可他们。“中国经济已从量变转向质变,要实现中华民族的伟大复兴,践行中国梦,中国设计将率先走出国门,打出自己的名片。”

2014年12月6日,家居行业另一巨头红星美凯龙在其发源地常州举行了第二届全球家居联合峰会,其中一个重要的环节是庆祝创新设计联盟成立一周年。这个有着芝华仕、顾家、曲美、非同、荣麟、喜临门等近百家主流家具企业参与的创新设计联盟,将设计创意作为最大的主旋律,鼓励企业研发原创产品,红星美凯龙不仅给予资金支持,还提供展示空间。作为联盟发起人,红星美凯龙副总裁车建芳也认为,“中国的家居行业不是没有自己的设计,只是中国设计不为外界所了解”。她承诺,除了带领中国家居行业以新形象向国际市场进军以外,红星美凯龙还在有意识地培养中国设计力量,努力把中国设计做大做强。

在被誉为世界家居设计及展示“奥斯卡”与“奥林匹克”盛会的米兰国际家具展上,无论是中国设计师还是中国家具企业一直都扮演着看客的身份。2014年,伴随着居然之家、红星美凯龙两大家居巨头的推动,国外设计师也开始关注中国设计。这说明中国家居行业对待设计的态度已经发生改变,原创受到尊重,抄袭就是耻辱。



设计产品走上前台

如果过去人们说设计,不过是摆在工作室里中看不中用的花瓶的话,那么2014年里,众多与设计相关的实体竞相亮相,大批具有创新性的设计作品走上前台。

2014年7月25日,居然顶层设计中心正式开业,揭开了梁志天、梁建国、踞宾、戴昆四位大师打造的实景样板间的神秘面纱,几个月之后被誉为意大利“设计教父”的朱利奥·卡贝里尼(Giulio Cappellini),也走进居然顶层开出了一个“年轻、时尚、为中国人设计”的体验店——朱里奥·卡贝里尼之家。汪林朋认为这是中国设计最好的年代,也是中国设计最坏的年代,希望居然顶层能够成为一个模板,消除设计师拿回扣的潜规则,将最大化利益让给消费者,并引导人们尊重设计,为设计付费。“顶层设计中心不是作秀,是真心花巨资打造的,希望设计界利用这个平台,好好形成交流、探讨与思索,带动整个设计行业和产业提升、进步。”在开业仪式上,汪林朋的讲话略显沉重又充满希望。

2014年8月23日,国内首家设计“外脑”——柠檬设计咨询(北京)有限公司正式开业,专业为家居企业定制一揽子设计解决方案,补足其设计短板。从企业自己培养设计师到专业设计机构为工厂设计,标志着家居行业正在迈向精细的分工协作阶段。

2014年11月7日,“木美”、“先生活”、“多少”三个设计师品牌同时在北京红星美凯龙东四环店开出实体店,让消费者可以亲密接触,开业当天就卖出了一把价值4万多元的椅子,不仅彰显出设计师品牌市场拥有巨大潜力,而且影响着消费者对家居设计的态度发生改变——认可设

计的价值,并愿意为设计买单。

随着一个个设计实体机构的诞生,2014年宣告了设计不再只是幌子,而是进入了人们的生活。

家居企业争当“行动派”

2014年11月,两个与设计相关的事件,让家居行业充盈着创新的正能量:一个是曲美家具,将其获得国际大奖的“万物”系列专卖店开进了新开的北京通州万达广场,成为众多时尚品牌中亮丽的一员;另一个是百强家具旗下的国际品牌欧罗汇,举办获得世界知名红点奖的欧洲家居设计作品展,让中国设计师和消费者共享一场设计大餐。

知名企业争当“行动派”,让设计有了坚实的沃土,彻底告别空中楼阁。除了曲美、百强,可圈可点的企业还有华日、天坛。华日家居选择比赛与市场高度结合的机制为企业选拔优秀设计师,发起“2014华日家居中国设计挑战”;天坛家具将目光投向了校园里的学生,在北京林业大学开启“寻你·校园好设计”——“天坛·北林”杯首届首都大学生家具设计大赛,通过与北京的设计院校合作举办家居原创设计比赛,挖掘新生设计师,为家居设计融入新鲜血液。设计师成为企业争夺的对象,设计作品被赋予了创新的特征,中国家居设计也就体现出更多的价值。

梁建国称,“从根本上来说,国内外设计并没有太大的区别,最大的区别就是态度”。在居然之家、红星美凯龙的倡导下,在众多企业付诸行动的2014年,中国家居业对于设计的态度实现了突破,使设计不再是花瓶式作秀,而是进入了人们的实际生活。

北京商报记者 谢佳婷/文 贾丛丛/漫画

