

居然之家举办 与广东展上海展错位

# 北京家居展主打国际化

在为即将开展的东莞、广州、深圳家具展做最后规划时，又一个家居展览会被列入这些家居品牌负责人2017年参展日程表。3月9日，居然之家传出消息，将主办首届北京国际家居展暨首届中国生活节。在广东、上海两大成熟家居展会的夹缝中，居然之家主办的北京展将“国际化”作为弯道超车的法宝。

与2016年7月1日举办的BIEFF2016北京国际家具展览会不同，将于2017年6月15日-18日举行的北京国际家居展，居然之家从联合主演，变成了这场家居展绝对主角——此次展会的承办单位为“北京中展居然国际展览有限公司”，该公司成立于2016年6月13日，注册资本500万

元，公司法人是居然之家副总裁任成。

从展会前期规划中，可以看到居然之家主办的家居展的“国际化”特色。在居然之家提供的展区划分图中，专为国际品牌设立的“进口家具馆”位于北京·中国国际展览中心新馆南门口处，占地1.3万平方米，对面便是此次展会另一拳头展馆“原创家居馆”。展会期间，将有包括Cantori、Cassina、Himolla、Bellotti、natuzzi、Mlteni&C在内50余个进口家居品牌入驻进口家具馆。此外，德国“红点”设计大奖机构创始人兼首席执行官Peter与意大利著名建筑设计大师斯丹法诺·博埃里将做主题演讲，博埃里著名作品“空中森林”也将在展会期间展示。居然之家方面还透露，2018

年“红点”设计大奖机构将参展，届时展会将单独为“红点奖”开辟一个馆。

国内不乏成熟家居展会，其中以广东三大家居展和上海国际家具展最为知名。以即将举办的第39届中国(广州)国际家具博览会为例，此次展会面积达75万平方米，将迎来超过3900个家居品牌前来参展，相比之下，北京国际家居展展会规模不及前者1/6。聚焦国际化，正是居然之家在广东和上海两大展夹缝中找到的错位切入口。

“把广东和上海的家具展复制到北京不切实际，这里的硬件条件、配套服务都不如人家。正因为我们起步晚，所以起点一定要高于人家。”在任成看来，尽管也在尝试引

进进口品牌，广东和上海展在国际化方面仍是短板，对于已经将高端进口家居平台家之尊开到全国22个城市的居然之家，国际化将是弯道超车的机会。

不仅从定位上错位，北京国际家居展在时间和空间上同样与已有家居展形成错位，避开在华东、华南客场作战，居然之家将展会落脚在展会稀缺的华北和东北，这里也是居然之家的大本营，方便既有资源调动；瞄准夏季这个空档期，避开春季的广东展和秋季的上海展，让品牌商和经销商不需要为何处参展做选择题。与广东、上海成熟展会的错位，为北京国际家居展留下了相对宽松的成长空间。

北京商报记者 曲英杰

· 行业动态 ·

## 2017居然顶层设计邀请赛开幕

北京商报讯(记者 谢佳婷)孙谱淳、杨崇贤、韦宇欣、周芷、王恒、吴小路等依次上台分享设计作品与理念，黄志达、赖亚楠、连志明、赵虎等设计大师针对作品辛辣点评……2017年3月11日在北京居然顶层设计中

心举办的“与大师同行——2017居然顶层设计邀请赛”，在设计界掀起一种“为生活而设计”的潮流。“居然顶层设计中心运营将近三年，在搭建客户与设计交流平台的过程中，发现很多具有‘为生活而设计’理念的优秀作品，我们希望通过这次的设计邀请赛让这些优秀的设计师和设计作品呈现给大家。”居然顶层

设计中心总经理林莺华表示。在当天的设计邀请赛上，选手们从不同的角度展示为大宅、小户型、庭院等大小空间设计的方案，有的以温暖自信的态度探索大宅的空间布局，有的关注普通人家的生活习惯，有的在农村小镇破旧的场景中做出令人兴奋的设计，每一位设计师都在用自己的专业帮助有着不同需求的人们改变生活，居然顶层设计中心透露，接下来将会在2017年4月、5月分别举办第二届、第三届的设计邀请赛，依然是面对全国设计师征集设计作品。

## 瑞福睡楷模等联手举办“魔幻盛典”

北京商报讯(记者 谢佳婷)2017年3月19日，瑞福睡、思特莱斯、楷模、思特思乐四大品牌将联合举办一场“约惠 魔幻盛典”，借神秘的魔术表演向消费者传递产品的科技、创新和舒适。

成立于2002年的北京欧亚家科技发展有限公司，无论是在北京运营思国内品牌楷模居品、国际品牌STRASSLE思特思乐等，还是助瑞克赛尔寝具(瑞士)股份公司旗下高端品牌Swissflex瑞福睡在全国攻城略地，都十分成功。2017年2月16日，在正式获得了思特莱斯北京地区的代理权之后几个月，就在东四环红星美凯龙开出北京第一家思特莱斯Stressless旗舰店，将没有一个电子控制按钮，却能根据身体变化而不断提供舒适的沙发及沙发椅集中展出，引人惊呼像变魔术一般。

当天，在精彩的魔术表演以外，欧亚家还准备了动人的优惠活动，四大品牌全场产品均参与折扣活动，除了之前送出的500元代金券以外，还有众多一口价超低折扣商品等待抢购，任意消费加666元还可换购价值3000元的客房专用床垫一张，幸运者更可能抽到大奖。

## 嘉宝莉携艺术涂料亮相北京建博会

北京商报讯(记者 曲英杰)在2017年3月7日举办的2017第二十四届中国(北京)国际建筑装饰及材料博览会上，嘉宝莉携旗下高端艺术涂料品牌“珐蓝邸”亮相，意在开拓以北京为代表的北方市场。

艺术涂料具有花样繁多、高雅奢华的优点，目前嘉宝莉全国已布局了210多个大型质彩艺术漆专卖店，年销售额接近亿元，其中，这款推出于2015年的“珐蓝邸”艺术涂料占据了相当重要的部分。

国内目前最大的艺术涂料生产企业之一——嘉宝莉在产品线上不断探索，早在2010年就试探性地推出3D质彩漆，在改变内墙涂装品类格局的产品上进行了有益的探索。嘉宝莉家装漆事业部北区营销总经理盛勇涛表示，嘉宝莉艺术涂料目前主要销售区域多集中南方地区，此次参观北京建博会，就是为了更好地开拓以北京为代表的北方市场。

## 富兰蒂斯邀国际设计师共话匠心

北京商报讯(记者 曲英杰)发扬中国传统文化中的工匠精神，成为近两年家居行业的一大热点话题。即将于2017年3月16日举办的“2017富兰蒂斯设计之夜”则另辟蹊径，将国际原创与中国匠心融合，邀请六位知名国际设计大师共话匠心。

据悉，意大利著名设计师莫斯马利奥·米那提、美国著名工业设计大师蒂芬·伯克斯、意大利著名设计师莫里吉奥·曼卓尼、意大利著名设计师瓦莱里奥、美国知名设计师肖恩·梅尔文以及富兰蒂斯首席设计师霍永坚，这六位国际知名设计大师将成为此次“2017富兰蒂斯设计之夜”的座上宾，为观众献上一次国际原创与中国匠心的融合碰撞。

此外，北京商报记者了解到，富宝家居集团将在正式公布其国际设计团队的同时，启动一系列国际战略合作，并将联合中装协启动富兰蒂斯设计大赛，征集家居产品原创设计和空间创意设计，选拔新锐设计师。

品牌关注

# 地板九品牌结盟宣布无醛制造

北京商报讯(记者 谢佳婷)“我郑重宣誓，我代表我的企业，自愿加入‘京派无醛联盟’……”2017年3月10日，春光明媚，在“无醛添加·健康中国”京派无醛联盟成立暨新品发布会上，9位老地板人代表着他们身后的欧宝地板、欧曼地板、万宝龙图腾地板、欧陆地板、巴菲克地板、欧彩地板、十二橡树地板、德赛地板、彩信地板正式结盟，公开承诺无醛制造，在地板行业刮起一股“无醛”风。

这9个品牌的掌舵者并非地板界的大咖级人物，但他们挑战的却是堪称地板行业顽症的甲醛。

“近年来，地板行业甲醛超标事件频发，地板作为家装主要材料，对室内空气质量的控制具有举足轻重的作用。”在发布会上，中国木材与木制品流通协会副会长兼木地板流通专业委员会会长李佳峰表示。

对甲醛发起挑战，是这9位深耕地板行业超15年的老地板人深思熟虑后的决定。“他们知道自己有几斤几两，要想实现弯道超车，要想未来不被淘汰出局，只有一个办法抱团取暖，于是他们摒弃同行是冤家的陋习，结盟做无醛添加地板。”提起2016年11月25日高铁上的畅聊，欧曼地板总经理、京派

无醛联盟理事长鲁波仍然兴奋不已，那次他们在从邳州回京的高铁上兴致勃勃地聊着无醛工业园的未来，聊着甲醛的危害，聊着当前市场的困境以及未来的发展趋势，也聊各自的困惑与苦楚。抵达北京，九大品牌商立马展开行动，抓无醛产品研发，对400多家专卖店进行统一部署，统一联盟产品标识和标价，一切都向着“自然绽放、野蛮生长”的期许有序推进。

发布会上，无醛芯强化木地板和无醛制造超三层实木锁扣负氧离子地板两类“无醛制造”新品揭开神秘面纱，靓丽的模特以

动人的“地板秀”展示新品的时尚与环保，将活动推向高潮。无醛芯强化木地板独家采用国际领先的“无醛树脂胶”，实现了芯材加工过程的无醛添加，从源头上实现了地板的环保品质不仅让极致环保成为可能，更为木芯的品质带来质的提升，地板稳定性能大大提高，更具有超强的防水防潮功能；无醛制造超三层实木锁扣负氧离子地板不仅环保等级高，而且使用超三层结构和锁扣拼接，确保地板不开裂、不拔缝、不变形，还能释放负氧离子，将它铺在屋里就像生活在森林里一样。

# 第十六届中国国际门业展现三大趋势

北京商报讯(记者 曲英杰)在2017年3月14日开幕的第十六届中国国际门业展览会暨第四届中国国际集成定制家居展览会上，强调东方文化特色、整合资源完成设计和突出年轻化成为中国木门发展的三大趋势。

从多个知名木门品牌推出的产品设计理念中，均可以看到对东方文化特色的借鉴。如霍尔茨木门以龙凤檀木为主要材质推出的新品“中式风情”，这种将中式审美与时尚元素相结合的设计理念，也可以在TATA木门的展品

“一樘时尚的中国门”感受到。辉乐豪铜门推出的三款铜门新品均展现了浓厚的东方情结，五行系列铜门，直接从中国金木水火土五行文化中汲取设计灵感；清华门铜门，运用国内地标性建筑作为创意来源；如意门铜门将中国传统文化中的吉祥如意祝福与门结合。楷模木门旗下的原木门品牌“朴拙原木定制家居”，将清代家居元素融入现代木门。

整合各种资源突出设计化，是中国木门行业呈现的第二大趋势。辉乐豪铜门新品五行系列铜门借

鉴外脑创意，总设计师贾旭是“设技思维”自媒体创始人、大连非同软装文化艺术设计公司创始人、上海设技思维文化艺术设计顾问有限公司董事长。TATA木门2016年发布的新品“新视觉3D木皮门”由海外合作团队开发，另一款“暖芯门”外观设计来自设计大师戴昆。

尽管融入了大量东方、古典元素，年轻消费者始终是这些木门品牌的主要消费群体。霍尔茨木门推出的“蓝色沙漠的诱惑”和“公主to女神”两大新品系列，分别将荒漠中的独

特温情和娇嫩粉红混搭冷静雅灰作为设计理念，抓住年轻消费者对个性和蜕变的渴求。为了进一步贴近年轻消费群体，TATA木门将年龄作为一道招商门槛，“要求经销商年纪在30岁左右，最多不能超过35岁，年龄之外，斗志也是我们经销商综合考察的重要指标。当然，TATA的核心理念专注我们也将招商过程中反复强调，地级市一级经销商我们要求必须完全专注于TATA，县级市经销商需尽量专注。”TATA木门董事长吴晨曦表示。