



“藤”系列大胆采用麻布材质和孔雀蓝的主色调



“理·享”系列，以中国媒体人为原型，中间一根笔好像对时代的书写

格林福木门：让艺术照进生活

这是一次充满艺术感的新品发布，不再是设计师贾卓站在台上拿着遥控器对着PPT演讲，而是以一场生活的舞台剧入题。1月15日，格林福2019年“炫·境”新品发布会走进了798艺术社区的“小柯剧场”，一出由贾卓自编自导的舞台剧《浮世骄阳》，将观众带入到老北京城最有人情味儿的场景之一——四合院之中。

故事以一对有旧房改造需求的父女为主线，真实地再现了设计师与业主之间的复杂关系，年轻的演员们以精湛的演技、丰沛的情感和投入的状态，在嬉笑怒骂、啼笑皆非的表演中，诠释了作为一个设计师最基本的社会责任感。发布会还用了一个小时的时间展示花艺，在舒缓、悠长的音乐声中，花艺师用一束束花将枯树装扮一新。其实这就是一个设计师创作的过程，枯燥、乏味、反复、漫长，但正是这样的作品才让人印象深刻，也正是这样的设计师才值得钦佩，就像《浮世骄阳》中所演绎得那样，仰望星空的同时也要脚踏实地。

“这部舞台剧是对设计师的致敬。第一次做导演，而且还身兼数职，很累，但是很值得。”表演完毕，既是本次舞台剧的编剧和导演，又兼灯光师、舞美师和音响师的贾卓上台亮相，他穿着一身黑色时装，头戴鸭舌帽，脖子上挂着钥匙项链，一口气发布了三大系列新品——“藤”、“理·享”和“无界”。

“一次在剧场看剧的经历，让我有了为原创音乐人设计木门的冲动。”贾卓以生活中接触的真实人物为创作灵感来源，将他们融入到作品之中，用三大系列、6款

产品将艺术和生活紧密地联系起来。

“藤”，致敬原创音乐人。这个系列的产品原型是“小柯剧场”的老板柯肇雷，名字取自柯肇雷为纪念改革开放30周年创作的歌曲《藤》；“藤”在材质和色彩上做了大胆尝试，以孔雀蓝作为主色调，代表广阔无垠的天空，融入麻布和金属元素，代表广袤无际的大地，树藤扎根大地，努力向着天空生长，把传统的木头、麻布与现代金属交织在一起，碰撞出在时代变迁下，小小的个人对长成参天大树的向往。

“理·享”，表达对媒体人的敬意。媒体人作为事件的亲历者、见证者和记录者，奔波在新闻的第一线，笔下是对时代的书写。“理·享”以一种门的不同拼接和木纹的拼接，表现出平凡世界里面做着一些不平凡事情的人，在中间仿佛是一根笔在记录生活的点点滴滴。

“无界”，打破原有平衡，在“理·享”的基础之上，让四四方方的门有了不一样的美感。门连接的本是两个完全不同的世界，门外冷漠、门内温暖，门外紧张、门内放松，但推开这扇门，在屋内能感受到大自然的丰富多彩，在屋外有了人世间的温情与幸福。

这场发布会被命名为“炫·境”，在贾卓看来，这是对他三年来成绩的一个总结。从2016年的“心·宿”，用传统文化诠释木门之美，到2018年的“若·物”，赋予产品故事内涵，每一扇门的背后都是与人们生活息息相关的“酸甜苦辣咸”，再到2019年第三次发布，定调为“炫·境”；“炫之门，艺之境”，实际上用一句话解释就

是——让艺术离生活更近。

“从2016年到2019年，经历了三年的时间，能以不同的艺术形式来表达是我的开始，但帮助经销商把产品卖出去是我们现在的目标。”站在舞台上，贾卓语速缓慢却很坚定。依托更接地气的“藤”、“理·享”和“无界”三个系列产品，格林福有了更多的底气。

当一个个充满艺术气质的产品走进全国店面，当一个个鲜活的人物将木门变得富有故事性，当艺术照进生活，理想与现实的距离似乎又不那么遥远，格林福再一次用新品宣告了对设计的追求。格林福木门总经理王芬则用了一连串的感谢表达对团队的认可：“格林福还很弱小，但我们会坚持一个品牌、一个企业应该做的事情，那就是原创设计，未来格林福将与设计共融”。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮



“无界”系列打破原有平衡，将门里门外两个世界连接起来

居然之家 Easyhome

天猫 居然之家官方旗舰店

跨年家装节

活动时间:2018.12.30—2019.1.6

1 年货贴心价，88折优惠

2 新年新气象，抽啥来啥旺旺旺

3 嘘星人送礼，1500元天猫专享优惠券免费送

4 居然之家新年有礼，新年换新666

5 你的积分我买单，年终回馈换换换

6 旧家具不用愁，600元现金品类券换新相送！

手机天猫/手机淘宝扫一扫
立即成为居然之家会员