



“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 孔文莹



“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

居然之家官方旗舰店

装房子 买家具  
线上线下 我都来居然之家

手机天猫(手机淘宝扫一扫)  
立即成为居然之家会员

# 跨年家装节

活动时间:2018.12.30—2019.1.6

- 年货贴心价, 88折优惠
- 新年新气象, 抽啥来啥旺旺旺 最高9999元
- 喵星人送礼, 1500元天猫专享优惠券免费送
- 你的积分我买单, 年终回馈换换换
- 居然之家新年有礼, 新年换新666
- 闲云家具不用愁, 600元现金品类券换新相送!