

成立设计研究院 闽龙强化艺术陶瓷定制

一双筷子、一盖茶杯、一叠盘子,这些人们日常吃饭使用的餐具没有任何品牌,现在这种局面将被改变。在北京,以国宴菜为特色的无名居将全面更换专为它定制的餐具,定制者就是北京陶瓷艺术馆2019年1月19日全新成立的设计研究院。以北京陶瓷艺术馆设计研究院为基地,闽龙集团将强化艺术陶瓷定制,使其加速走向商业应用、空间陈设和人们的日常生活。

定制替换普通餐具

作为北京陶瓷商会会长、北京陶瓷艺术馆创始人,闽龙集团董事长陈进林下的一步棋,将艺术瓷器推向了餐饮行业。

在北京陶瓷艺术馆设计研究院成立之前,白家大院就已经使用了艺术陶瓷餐具,设计者是清华大学教授、中国陶瓷终身成就奖获得者张守智。近期,白家大院又准备定制以“春、夏、秋、冬”为主题、按照季节变化的餐具,春天感受“竹外桃花三两枝”、夏天体会“小荷才露尖尖角”、秋天放眼“无边落木萧萧下”、冬天领略“北风吹雁雪纷纷”,现代餐饮文化与传统陶瓷文化的巧妙结合,白家大院带给消费者的将是高品质的消费体验。

北京陶瓷艺术馆设计研究院的成立,给另一个北京著名餐饮品牌无名居更换艺术陶瓷餐具带来了契机。“未来餐厅中所有餐具都将由艺术大师设计,无论是盘子、茶具、碗筷,都将采用定制的艺术陶瓷。”无名居董事长李建民毫不掩饰对艺术陶瓷的喜爱:“本来摆在餐厅里就很好看,倘若消费者看中了其中任意一款餐具,可以当即买下,还可以根据个人喜好进行颜色调整。不管是买回去自己用,还是当作礼品送人,都很有意义。”

早在2018年4月,陈进林就推出了以他名字命名的品牌“进林轩”,首次将餐具、茶具纳入定制,以大师设计和消费者参与的方式,打造融实用、尊贵、传承于一体的餐具、茶具定制精品。设计研究院的成立,艺术陶瓷定制餐具、茶具将批量走向市场。

陶瓷融入大师设计

将艺术陶瓷变成餐具,只是闽龙集团进行陶瓷经营转型的一个侧面。陈进林表示,北京陶瓷艺术馆设计研究院将致力于研发具有实用性的艺术瓷器,以定制的方式



北京市文化和旅游局党组书记陈冬(右)与北京陶瓷艺术馆创始人陈进林(左)共同为北京陶瓷艺术馆设计研究院揭牌

式全面推向商业应用、空间陈设和人们的日常生活。

餐厅里更换艺术陶瓷餐具,就是商业应用的重要途径,空间陈设的需求更多。比如在艺术会所摆放的花瓶、雕塑品、园林陶瓷、器皿、相框、壁画等陈设品,都由大师设计,当人们和重要客户在就餐、品茶时讲一段设计这套产品的故事,一方面会让客户觉得很有面子、受到尊重,另一方面或许就有人感兴趣并买下来,摆放在家中,提升家居品位。

至于私人定制,更是前景无限。人的一生总有那么几天是值得纪念的,比如结婚、生子、满月、成年、庆寿,如果能私人定制一套属于自己的艺术餐具、茶具,并在特定位置烧制家庭专属的标识,然后在特殊的日子送出去,必将很有意义、令人感动。又或者把它留给后代,成为独特的物件,那么就可以一代又一代地

传承下去。

北京陶瓷艺术馆设计研究院,是一个设计大师的聚集平台,除了张守智大师以外,还有中国工艺美术大师、被景德镇市人民政府授予陶瓷美术家称号的张松茂,现任景德镇陶瓷学院名誉院长、教授秦锡麟,中国陶瓷艺术大师陆如等。这些设计大师以前只是做艺术品,虽然在业内久负盛名,却不为大众所熟知,作品也只能在小范围内传播,现在他们设计出接地气、与人们的生活息息相关的日用品,再借助北京陶瓷艺术馆展示、推广出去,将会让更多人了解、使用和珍藏他们的作品。

定制提升生活品质

人们最常接触到的陶瓷有两种:日用陶瓷,如餐具、茶具、缸、坛、盆、罐、盘、碟、碗等;卫生陶瓷,如砖瓦、排水管、面砖、外墙砖、卫生洁具等。这些产品都大同小异、缺乏设计感。

陶瓷在生活领域中的运用也远不止如此,只不过做工精美的陶瓷大多过于昂贵,很多人都接触不到。闽龙集团以北京陶瓷艺术馆设计研究院为平台,以设计定制的方式,从两方面突破这些痛点,提升生活品质。

一方面,艺术大师们将陶瓷设计出来,通过餐厅、艺术会所等渠道进行推广,让消费者们近距离感受高端的陶瓷艺术,如果消费者喜欢,可以买上一套,或摆放在家中珍藏,或当作礼品送人,更喜欢的话,还可以私人定制一套,这样艺术陶瓷就真正走向了大众、走入寻常百姓家。

另一方面,在日常生活中,艺术陶瓷带给人的感受也完全不同。俗话说“民以食为天”,在吃饭时,端着为自己专属定制、由大师精心设计的碗,就会有深深的归属感,生活的情趣将会更高,生活的品质也会随之提升一大截。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

行业动态

集美家居抢夺年货商机

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)备年货、迎新春是中国的传统文化,距离春节仅剩不足半个月的时间,集美家居定慧桥商场推出多重促销活动,抢夺年货商机。

2019年1月14日-17日期间,消费者在集美家居定慧桥商场购物即可获得一张面值100元的新年礼券,1月18日-28日,消费者进入集美家居小程序注册会员也可免费领取新年礼券,拿着新年礼券到集美家居定慧桥商场,可直接抵扣合同单金额。需要注意的是,凭单张合同单或进入集美家居小程序,仅可领取一张新年礼券,且只限会员领取;新年礼券单张合同实付金额满1000元后即可使用1张,2000元后可使用2张,以此类推,单张合同单最多使用3张。

随着新年脚步的临近,装饰家已经提上日程,集美家居定慧桥商场携手一线家居家电品牌,给消费者带来实惠的购物体验。活动期间,众多贺新春爆款将齐上阵,包括窗帘、灯具、小五金、餐桌、餐椅、电视柜等,数量有限,先到先得。此外,在集美家居定慧桥商场购物的消费者可享受消费实付金额1:1的积分,凭积分可在商场“积分赠奖超市”免费兑换家居家电商品。

强化零售市场 森鹰门窗谋新增长点

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)前20年销售额翻了110倍,后20年森鹰门窗何以继?近日,在新加坡“2018成长与持续”论坛上,森鹰门窗董事长边书平给出答案:“森鹰的前20年,从700万做到7.77个亿,平均复合增长率是28%,森鹰的后20年将加强拓展零售端。”

创始于1998年的森鹰门窗,是中国首家通过PHI(德国被动式房屋研究所)认证的木窗企业。专注于铝包木窗的研发与制造,为客户提供专业的建筑外窗、阳光房、幕墙的系统配套方案。在极端气候频发的当下,为每个家庭制造一面“透明的墙”,让客户体验“极限降耗、极美生活”的室内环境。在生产规模上,森鹰门窗在哈尔滨、南京设有两大生产基地,服务全国。哈尔滨工厂总占地面积24万平方米,其中,4万平方米建设为超级节能的被动式工厂,已获得德国被动房研究所(PHI)认证,南京生产基地位于江宁滨江开发区,将于2019年正式投产运营。

2018年,在森鹰进入门窗行业的第20个

年头,专注工程领域耕耘的它突然思考零售市场,起因是转战A股受阻。“2017年森鹰寻求从新三板转到A股上市的申请被否决,很大程度上在于开发商欠款导致的应收账款太高,做零售市场则是先收款后发货,风险能够降到最低。”边书平将目光投向了随着换窗商机兴起的零售市场。2018年,森鹰门窗推出TS118超安全系列,甄选澳洲红木为主材,配以防弹抗砸玻璃,性能优异、美观大方,针对南方市场最新推出的F86江南美系列,整体外形看面细窄而深,集欧式风情与江南美景于一体,全面满足客户的个性化定制需求,同年推向市场的F110超薄系列、C95明清大宅新中式系列等新品取得不俗销量。

此外,森鹰门窗零售渠道向深层次扩展,整体零售经销商从单纯量的提高开始走向质的转变,在取消了一些经销商的经销资格后,加大了对现有经销商的培训力度,着力培养一批有实力、有渠道的“大商”。