

设计再出发:着力加快推进上海国际“设计之都”“时尚之都”“品牌之都”建设

2019 上海设计之都活动周举行



以“设计再出发”为主题的2019上海设计之都活动周(以下简称:上海设计周)于8月30日至9月1日在上海展览中心举行。上海市经济和信息技术委员会党委书记陆晓春、上海市经济和信息化委员会主任吴金城、副主任阮力等出席了30日的开幕式并进行了巡馆活动。该市人力资源和社会保障局、静安区、嘉定区有关领导及有关企业家等出席活动。

吴金城在开幕式上指出,上海市委、市政府高度重视创意设计产业,将其作为服务“制造强国”、服务打响“四大品牌”战略、服务“五个中心”建设的重要支撑力量。2018年上海创意设计产业总产出2630亿、增速达到12.5%,增加值830亿、占全市GDP比重近3%。上海目前加快实施“三大任务、一大平

台”战略,围绕经济高质量发展、市民高品质生活、城市高效率运行,进一步拓展城市能级提升和现代化国际大都市建设的未来空间。下一步将继续推进设计产业发展:一是强化设计驱动,聚焦工业、时尚、建筑设计等重点领域,发展服务设计等新业态,着力建设国际“设计之都”。二是引领时尚生活,深入开展“增品种、提品质、创品牌”专项行动,推进设计咨询、品牌传播等时尚服务业发展,引领健康、绿色、低碳、智能的生活方式,加快建设国际“时尚之都”。三是打造品牌经济,以创意设计为核心,构筑多层次品牌经济发展体系,加快从产品经济向品牌经济转型,大力构建国际“品牌之都”。我们热忱欢迎全球的领先企业、研发设计机构、投融资、高端人才落户上海,共同用设计改变世界,用设计点亮上海。

上海设计周自2012年首次举办以来已成功举办了八届,已成为设计产业的重大盛事,受到社会各界的广泛关注。2017年12月12日中共上海市委、上海市人民政府印发了《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》(简称“文创50条”),其中“发展目标”明确提出要发挥市场在资源配置中的积极作用,推动影视、演艺、动漫游戏、网络文化、创意设计等重点领域保持全

国领先水平,实现出版、艺术品、文化装备制造等骨干领域跨越式发展,加快文化旅游、文化体育等延伸领域融合发展,形成一批主业突出、具有核心竞争力的骨干文化创意企业,推进一批创新示范、辐射带动能力强的文化创意重大项目,建成一批业态集聚、功能提升的文化创意园区,集聚一批创新引领、创意丰富的文化创意人才,构建要素集聚、竞争有序的现代文化市场体系。同时,“文创50条”又明确提出未来五年上海的文化创意产业增加值占该生产总值比重达到15%左右,基本建成现代文化创意产业重镇;到2030年,该文化创意产业增加值占全市生产总值比重达到18%左右,基本建成具有国际影响力的文化创意产业中心;到2035年,全面建成具有国际影响力的文化创意产业中心。

据悉,本届上海设计周展览面积25000平方米,全球十多个国家200家品牌商的新品集中在沪亮相。展览内容围绕“设计再出发”主题,以“设计魔都展”“跨界论坛”“系列活动”和“设计365商业延伸”四大板块为核心,诠释设计的新内涵和新价值,打造一个设计携手文化、艺术、科技和商业的跨界创造舞台,以及设计新理念、原创新产品、商业新模式的发布平台。

(李兴龙)

创意城市 联结世界

第十三届(2019)杭州文化创意产业博览会将举行

以“创意城市·联结世界”为主题的第十三届(2019)杭州文化创意产业博览会将于今年9月19日至9月23日在浙江省杭州市滨江区白马湖国际会展中心举行。

自2007年以来,杭州文博会已连续成功举办十二届,成为杭州打造全国文化创意中心的重要载体,跃居为国内四大综合性文化会展活动之一。本届文博会将围绕深入实施“文化兴盛”行动,坚持“国际化、专业化、产业化、品牌化”办展方向,进一步提升杭州文博会的创意力、品牌力、影响力。据来自浙江省创意设计协会信息,本届文化创意产业博览会将凸显六大亮点:

亮点一:我和我的祖国——庆祝新中国成立70周年主题贯穿展会始终

本届文博会举办期间恰逢中华人民共和国成立70周年前夕,文博会主会场将设立面积约400平方米的主题工艺精品展。届时,30余位国家级工艺美术大师将携70余件精品参展,西泠印社集团也将将在文博会上首次展出向新中国成立70周年献礼的“瑞福新章”70方篆刻印章精品。

亮点二:意大利风情——国际参展机构及展面面积再创历史新高

今年文博会将继续设立“国家主题日”,邀请意大利作为主宾国组织开展一



系列意大利文化的展示和交流,展示面积达1000平方米,内含设计制造、时尚配饰、日用家居等近60个意大利品牌。除此之外,本届文博会还邀请了意大利、法国、俄罗斯、日本等53个国家与地区的400余家境外文创机构、企业参展,国际展区面积较上届扩大一倍。

亮点三:长三角文化圈——致力于推动城市群之间的文化交流合作

据悉,本届文博会将致力于推动城市群之间的文化产业交流合作,共筑“长三角文化圈”,大力推进长三角区域一体化发展。上海、南京、苏州、合肥等城市将应邀参展,参与文博会相关重要活动,还将成立国内首个“城市文博会联盟”。目前已有13个城市申请加入联盟。

亮点四:思想的文博会——构建

“专业指数发布”矩阵,深耕品牌内涵

去年,杭州文博会首次构建“专业指数发布”矩阵,在业内成功打响了“思想的文博会”品牌。在此基础上,今年本届文博会将继续邀请知名文创机构与企业共同举办20余项重点论坛和专业指数发布活动,进一步深耕“思想的文博会”品牌内涵。届时,将在展示展览文化创意产品期间,同步举办第十三届(2019)杭州文博会开幕式暨中意文化创意产业高峰论坛、2019新中产消费指数报告发布会、2019杭州·台湾“创意对话”创意、杭州市数字内容产业及时尚产业发展指数发布、2019创意城市社区营造创新大会、2019长三角设计协同创新中心院长论坛、第六届(2019)中国创意设计峰会等系列活动,体现文化创意

产业对促进社会经济发展、增强城市软实力的重要作用。

亮点五:新锐力量——青年新匠人人才培育平台作用更为突出有效

本届文博会将为青年设计师、青年艺术家、“新匠人”等青年群体搭建创作展示交流平台,此外“新燃点”——发现设计新力量暨首届杭台两岸新锐创意设计展和论坛等活动近将专门设置3000余平方米的“新匠人”创作专区。中国美术学院等在杭高校将组织师生携精品力作亮相文博会。

亮点六:创意新农——首次设立文化创意新农展,助推乡村振兴战略

本届文博会首次把助力我国乡村振兴加以体现,以此进一步贯彻落实国务院提出的提高农业领域的创意和设计水平,推进农业与文化、科技、生态、旅游的融合。据悉,文博会将集中展示富阳、临安、淳安、建德、桐庐等地文创企业研发生产的特色农产品、手工业产品、传统名品、创意礼品等各类创意农产品。

“文创+农业”主题思想,将生动诠释“绿水青山就是金山银山”的哲理。创意新农,助力乡村振兴、打造新时代新农村的丰富创意成果成为本届文博会最接地气、集聚人气、展示风采的展览空间亮点。

(李兴龙)

彰显建筑装饰产业工匠精神新风采

河北建工装饰荣膺第三届京津冀职工职业技能大赛奖

已实际操作的技术能力。河北建工集团工会领导亲临现场慰问,极大地鼓舞了参赛选手夺魁的士气。

瓷砖比赛现场,选手们纷纷拿出看家本领,测量、裁切、贴砖、勾缝、细化……一切井然有序地进行,选手们必须在在规定时间内和规定区域内完成铺贴任务。瓷砖铺贴比的就是细致,只有全

面照顾到每一个细节才能脱颖而出,对细节精益求精地处理,体现的正是“工匠精神”。经过将近4个小时的激烈角逐,评委从立面垂直度、表面平整度、阴阳角方正、接缝直线度、接缝高低差、接缝宽度和饱满度等多个方面进行现场实测评价考核,给出评分,最后以理论考核成绩与实践考核成绩为依据得

出综合评分。

本次比赛,为一线匠人师傅们提供了一个展示个人手艺、相互交流技术和经验的平台,工匠精神得到了弘扬,施工队整体技能水平得到了提升。本次比赛也将为行业新的铺贴标准制定和发展起到推动作用。

(牛晓琳、王志广)

装配式装修风口当下,集成吊顶如何顺势突围?

装配式装修成为家装建筑行业的“热门词汇”。何为“装配式装修”?装配式装修,指的是将工厂生产的装饰部品、部件在现场进行组合安装成型的装修方式,它有利于节约资源能源、减少装修污染、提升劳动生产效率和质量安全水平,是实现全装修的必然趋势,也是推进建筑产业供给侧结构性改革的一项重要举措。

装配式装修,是机遇!

装配式装修有八大系统,包括集成地面系统、集成墙面系统、集成吊顶系统、生态门窗系统、快装给水系统、薄法排水系统、集成卫浴系统、集成厨房系统,而集成吊顶正是其中之一。

2017年住房和城乡建设部发布《“十三五”装配式建筑行动方案》,提出到2020年,全国装配式建筑占新建建筑比例要达15%以上。各地方也陆续出台装配式发展规划,超过20个省市已出台相应补贴政策。国家政策的大力支持鼓励和激励,对集成吊顶行业来说绝对是利

好消息!

集成吊顶,吊顶模块与电器模块相结合,在标准范围内可实现自由组合搭配,集成吊顶的模块化组合、健康环保、快装等特点与装配式装修理念完美贴合。集成吊顶的生产制造全部在工厂,在家装现场只需要按图纸直接安装就行,板材电器直接扣在龙骨上,现场不需要大量裁切、打洞等复杂工序,在绿色快速施工的同时,也大幅度缩减了装修时间,降低了人工成本。

装配式装修,亦是挑战!

装配式装修成为新风口,必然引发大量的家居建材企业涌入,除此之外还有房地产商、装配式创业企业、定制家居企业等都试图争夺这个市场。那作为集成吊顶企业该如何在竞争中突围,抢占更大的市场份额呢?

——创新发展。创新是企业发展的不竭动力,唯有不断创新,才能长远立足。集成吊顶企业可在现有业务范围

内,不断做精做深,在产品、服务、营

销等各个方面做创新努力。

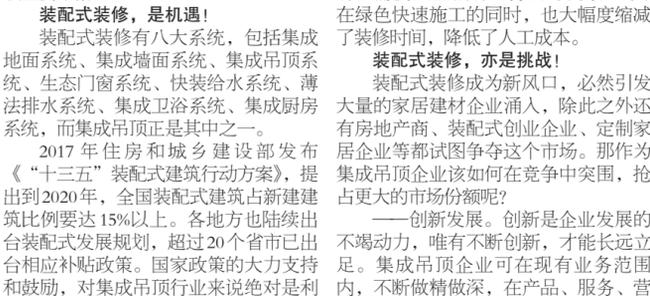
——合作赋能。跨界合作是现在、未来的主流趋势,不管是经销商还是集成吊顶企业都可与房地产商、家装和其它品类企业,如瓷砖、木门、软装、橱柜等品牌实现跨界合作、异业联盟。精装房政策的影响,与房地产合作,工程

渠道、设计师渠道的扩展不容忽视。

——转型升级。集成吊顶企业亦可拓展自身业务,朝着整装、全屋定制方向发展,目前也有越来越多的吊顶企业在这一方面开始转型升级,进军橱柜、木门、软装等领域。

建材家居的集成化品类,因其材质特性、安装方式等成为装配式装修的重要组成部分。伴随环保政策的不断推进和市场需求的不间断升级,装配式装修将成为主流的装修方式之一,而集成化建材家居的发展,也必将促进建材家居行业的转型升级。

(徐同和)



互联网技术发展、存量房需求上涨以及消费升级,使家居装饰的业主对家居装饰产品消费偏好逐渐分散。家具企业也紧跟消费趋势实施分散的销售渠道,从早期入驻卖场、与地产商合作的单对多销售方式,逐渐转为多对多的“广撒网”流量聚合模式。

在新模式的环境下,家居行业的设计师“身兼数职”,在为客设计家居空间的同时,还肩负着家居装饰产品的销售职责。未来,或有更多家居设计师登上家具销售舞台。

放在以前,这实属罕见。按以往观念来看,设计师和销售承担的是完全不同的工作职能。当下,不同工种职能间的模糊与融合,似乎让家具销售市场彻底走向杂乱无章的“碎片”时期。不过,这正是定制行业乃至整个家居装饰行业发展的必经之路。

消费偏好发生重大变化

消费观的改变,带来的是消费者对家具产品需求的转变。80后、90后消费者对个性化的需求和“一站式购齐”的消费习惯,促使定制产业萌芽和发展,也促使“原创设计”“个性化定制”成为家具行业的热词。一些国内外家装改造类节目备受年轻人追捧,其背后体现的也正是当代年轻消费者对“个性化”和“设计”的追求。

与成品家具先设计、后销售的模式不同,定制家居设计师销售的并非产品,而是一整套解决方案和服务方案。因此,定制企业必须拉近设计师和消费者之间的距离,降低沟通成本。

定制家居设计师需要先链接到消费者,综合考虑消费者的职业、日常工作习惯、休闲娱乐习惯,深入了解消费者居家日常的每一个细节,然后才进入设计和生产。

此外,由于一二线城市房价因素影响,部分年轻家庭选择以小户型、特殊户型房进行过渡,这更需要设计师将房屋的每一个角落都利用到位,实现收纳、实用、美观等多项要求,让住房面积发挥到最大使用程度。

原有供应不能满足需求

在这种情况下,定制家居头部企业正陷入高不成低不就的尴尬局面。部分定制企业虽然拥有大量订单,但其“定制”往往并非根据屋主个人习惯进行个性化设计,而是从企业现有方案中进行挑选和整合,将个性化定制转化为“模块化搭配”以供消费者选择,很少能具体细化到每一个角落。

其原因一部分在于头部企业订单多、设计师无暇分身;另一部分则在于定制家居行业对设计师的需求日渐增长,但家居设计师人才仍处在短缺状态。

同时,大量无资质培训班的出现亦使定制家居设计师水平良莠不齐。很多设计师仅经过几个月甚至几周的培训草草结业,拿着头部企业给出的搭配方案便能轻松上岗。

在定制行业刚起步的时候,这种模式还体现不出自身短板。如今,多数消费者已不再买账。

新中产阶级很愿意为设计和服务付费,“个性化方案”千篇一律显然不是他们想要的结果。消费者逐渐从“品牌导向”变为“设计导向”。信息渠道的扩张,亦使消费者能更方便、更直观地感受家居设计的力量。买家资源由此分散到各个平台。在这种现状下,定制企业被强行拉入同一条跑道:谁家拥有更多优秀设计师,谁家的设计师能够更准确地把握消费者需求,谁就能够赢下这一局。

给中小企业提供了新商机

这给中小定制企业提供了新机会。如今,不少中小定制企业开始重视设计,猛打设计牌,提供设计师一对一设计服务。

与头部定制企业推出的“免费设计”噱头相比,这种客户专属的设计师显然能够给消费者提供更好的设计服务。企业能够提供精准、优质的服务方案,消费者自然流向这些中小企业。

中小定制企业也能够给予设计师更多自由发挥的空间,设计师凭借自身能力拿到订单并给出解决方案,也能反过来推动企业发展,形成良性循环。

而全屋定制及整装涉及到家具、家装、软装室内搭配等诸多细节,消费者希望“一站式购齐”,家具企业自然也希望“一站解决”。当定制家居设计师成为统筹大局的规划师,家居产品的融合销售特点将会更加明显。材料、家装、家具产业之间的壁垒亦将被不断瓦解。

当然,家居装饰行业“碎片化”的背后仍然有马太效应作祟。随着时间推移,大量资源还是将涌向头部企业。在经历市场淘汰、行业趋于标准化之后,设计师人才仍将大批量投身头部企业和大中型企业。

家具装饰产品经销商广开门店,一家独大的梦想已成往事。当“设计驱动”正式成为家具行业的主流,家居装饰行业的销售模式也正式进入转型期。未来,活跃在定制家居销售市场中的,或许就将是这些家居设计师。

家具装饰产品销售渠道下沉、营销模式增加,家具门店走出卖场,进驻购物中心、大型超市甚至开设路边店,种种迹象表明家具市场销售渠道正在不断分散,从抱团聚合形态走向分散的碎片化经营。

(时健之)

规范行业 发展产业

家居装饰智能门锁消费指南正式发布

8月25日,“中国智能门锁行业质量与消费”新闻发布会在北京召开。会上,中国五金制品协会首次发布《智能门锁消费指南》。指南共22条,对什么是智能门锁、智能门锁的功能、优缺点、安全性、适用性等方面进行了通俗易懂的阐述,并在选购渠道、价格、购买流程等方面为消费者提供了参考依据。

据了解,我国智能门锁行业从2001年开始起步,2014年之后智能门锁的供应链开始日趋走向成熟,产业分工配套也开始逐步完善。到2018年行业进入了爆发期,市场规模接近200亿元,行业供应链开始走向专业化。

中国五金制品协会理事长石曾兰指出,智能门锁是传统锁具与智能化技术相融合的集成创新产品,随着智能门锁普及率的不断提高,产品的质量稳定性、可靠性和安全性等方面的问题,也成为社会关注热点。

中国日用五金技术开发中心主任毕智涛表示,智能门锁的标准体系经过了十几年的发展,已经初步形成了具有我国特色需求、居于全球先进水平的标准体系。国家标准、行业标准、团体/地方标准、企业标准体系相互支撑基本形成。“智能门锁的质量提升,必须是全产

(孙红丽)