

以“定制力量·新耀全球”为主题,寻求“设计+创造”最好的融合

2020中国定制家居行业峰会传递了哪些信息?

8月8日,2020中国定制家居行业峰会在广东省清远狮子湖喜来登度假酒店隆重举行。

本次峰会以“定制力量·新耀全球”为主题,汇集上百位家居行业领袖,充分发挥行业交流合作平台的桥梁和纽带作用,在总结中分析和研判2020年定制家居行业发展趋势。

新方向

广东省定制家居协会会长、索菲亚家居股份有限公司副总裁张挺的致辞开启了峰会序幕。张挺对定制《新方向》做了精彩的主题分享。

2019年,广州市正式被联合国工业发展组织授予“全球定制之都”荣誉称号,受到了国际高度关注与认可。全球定制之都落户广州,意味着定制家居行业向前迈出了跨越性的一步。同时2020年也是定制家居行业迎来新局势的一年,是行业变革创新和转型升级的关键一年。面对新挑战,行业需要新的方向,促进定制家居行业“新”发展,不断增强行业的凝聚力。张挺表示,未来索菲亚将朝“先进制造业+现代服务业”的服务型制造业发展。

尚品宅配集团副总裁、维尚家居总经理黎干站在“新”的角度,为大家带来“新一代人工智能引领下的制造业新业态新模式”的演讲。他认为,当AI应用为消费而兴、为制造而生,家居行业将向智能制造进一步升级和转型,自动化技术、物联网、工业机器人等“硬”技术和大数据、云计算和人工智能等“软”技术真正集成起来,将有机地融于“以人为本”的企业运营流程、管理和决策工作中。

本次峰会的第一场嘉宾论坛以《新方向》为主题,由泛家居圈创始人周忠主持,张挺、黎干共同参与了主题的讨论,他们从不同的维度,结合自己的经验,各抒己见,分享了定制家居制造的智能化、渠道的多元化、产品的环保化、竞争的白热化。



作为本次活动的冠名合作伙伴,韩拓科技陈旨进博士站在技术系统的角度,以“携手共创绿色、粘接美好未来”,介绍了韩拓从胶黏剂到应用设备的一体化专业服务。

《这届年轻人——2020家居生活及消费趋势报告》是一兜糖家居APP创始人徐红虎带来的主题演讲,徐红虎从年轻消费群体的需求偏好、生活方式及消费趋势角度出发,为家居人带来一份反映家居消费领域人、货、场消费动线状态和趋势的全景报告。

新趋势

随着定制家居行业自身的发展和所处经济、政策环境的不断变化,以及新一代消费群体的崛起,市场的整体需求或随时发生变化,“新趋势”正悄然来临。

图森木业总裁王维扬作《新趋势》主题演讲,对定制家居行业的发展趋势提出了质疑,同时对高定是否是未来风口、能否做大规模持自己的保留意见。

TCDI创思国际建筑事务所创始人覃思以“变”为切入点,分析了“从设

计角度如何看定制的未来”并提出“与其更好、不如不同”的理念。他认为现今行业发展面临大变局,以何种心态、技术、方式去应对大变局是个值得思考的问题。

企业应当抓住其中“不变”因素——企业核心竞争力,并顺应市场发展的趋势,进一步洞察消费群体,寻求适合自身发展的稳固之路,从而在变局中站稳脚跟。

第二场嘉宾论坛以由优居研究院院长张永志主持,在以《新趋势》为主题的讨论中,王维扬、覃思从“高定是否为未来新趋势”为切入点,深刻剖析了新趋势这一概念。

全屋定制行业在全球是领先的行业 and 业态,早已实现规模突破。企业只有不断地研究消费者、研究效率、研究真正路径在哪里,才是新趋势,而不是把高定当成解决目前困难营销的概念炒作点。

只有在各自领域里面思考自己的商业模式和迭代,达成一个认识,以理性、科学的态度,才能找到企业的发展道路。

会上,《设计+定制:2020名师优选产品手册》重磅发布,同时举行了“2020中国定制家居产品风尚奖”颁发仪式。

新选择

在定制“新选择”环节,科凡家居总裁王鹰现场为各位嘉宾解读了“难度之下的新机会”。他认为,差异化竞争永远存在,找到有先发机会的起跑线,就是新机会。对于定制行业,系统性的机会可能在变少,但运营性的机会可能会越来越多。

企业发展需要保留底线,分清“可为”与“不可为”界限。无论追求怎么样的产品升级,科凡的底线就是追求途径不通过非工业化的模式。他表示,未来定制行业依然有巨大的成长空间。

空与间创始人周懿分享了自己的创业初心,并浅谈自己对“如何创造独特价值”的看法,“如何创造独特的价值?我想做任何事业都需要思考的这个问题,独特价值往往体现在对顾客或者对社会的价值。”“企业需要创造自身的价值,方可发现市场的蓝海、红海,而真正的价值创造取决于价值创造能力和成本构建能力及核心竞争优势的平衡。”

由新浪家居华南主编叶玲菊主持的最后一个论坛,以定制《新选择》为主题,王鹰、周懿针对新选择这一主题,发布了自己的不同见解。

峰会进行了工业互联网二级节点发布及颁牌仪式、新生万象·美与生活首届中国定制家居行业摄影大赛启动仪式。DTC东泰五金客户经理陈家豪分享了DTC东泰集团未来的发展战略,并表示东泰将放开与客户们的广泛合作,一起共谋发展。

2020年是定制家居行业迎来新局势的一年,也是定制家居行业变革创新和转型升级的关键一年,定制家居行业将共同谋划产业大变革时代的前行路径。

(时健之)

我国主导制定的首个竹子国际标准发布

据8月16日来自国际竹藤中心信息,《ISO21625竹和竹产品术语》国际标准日前正式发布。这是国际标准化组织竹藤技术委员会(ISO/TC296)成立以来正式发布的首个国际标准,也是首个由我国全面主导制定的国际标准化组织(ISO)竹子标准,标志着我国竹子标准化的突破,提升了我国竹业在国际标准方面的影响力和话语权。

我国是全球竹资源最丰富、竹材产

量最高的国家,竹子加工利用技术处于世界领先水平。竹藤产业是我国林业的朝阳产业之一,我国占全球市场份额近三分之二。然而,竹藤产业的发展始终面临着各国市场准入条件不统一、产品质量标准缺失等突出问题。为此,我国向国际标准化组织申请成立竹藤专业技术委员会。2015年,国际标准化组织技术管理局通过决议,批准成立国际标准化组织竹藤技术委员会。2016年,中国

代表团提交的《竹和竹产品术语》《竹炭》和《竹地板》三个新标准提案通过。《竹和竹产品术语》规定了竹子生产和贸易中的加工单元、半成品、成品等各类术语。在国际标准化组织工作机制下,中国方面由国际竹藤中心牵头,联合印度尼西亚、荷兰、埃塞俄比亚、乌干达等国家共同研讨制定,从首次提案至今历经4年时间,最终经国际标准化组织成员国投票通过后正式发布。

国际标准化组织竹藤技术委员会主席、研究员费本华表示,《竹和竹产品术语》国际标准的发布对于完善世界竹子标准体系、高效利用世界竹子资源、突破技术壁垒和贸易壁垒、促进竹产品国际贸易快速发展具有重要意义。随着《竹和竹产品术语》标准的正式发布,《竹地板》《竹炭》等系列产品也将陆续进入最终出版阶段。

(林一)

当代城市家居形态与文化创意浅议

□李兴龙



与人的谐调生态环境中去。因此,设计师要“有所为,有所不为”,凡不该需要的东西一概要舍去,而那些充满文化意境、对人的生活可以增加正能量、能激发人的仁爱情怀的设计理念,才是我们城市生活中永不枯竭的长河和绿洲。

让“穿越时空”的典藏成为当代时尚的可能

近日,笔者应邀参观了位于上海黄浦区泰康路17号Casa Pagoda精品家居展,与总策划陈女士就当代古典软装与文化创意进行了探讨、交流。

这里摆满了东西方文化的老古董家具、百年陈饰品,仿佛一个典藏迷宫。

据介绍,这个品牌原自2003年由三位合伙人发起成立,每一位均在家居设计和生产销售行业中具有独到的品味和丰富的经验。他们分别来自比利时、美国和瑞士,于2005年在上海成立中国公司,专注于能够再现正宗欧洲时尚设计与亚洲文化完美融合家居软装产品。

据介绍,这些水晶吊灯、真皮沙发、艺术书架、摩纳哥式地毯、古典咖啡桌、大餐桌、风琴式书桌等,都是纯手工制作且有相当的历史岁月,原汁原味保留着上世纪初来自欧亚和地中海的工匠家具精品。在这里,又通过创意,融入当代家居,以实现“历史经典时尚”的新意境,对丰富家居内涵,提升

环境品质、彰显上海设计之都、品牌之都、时尚之都魅力有着很好的充实。

当今家居软装和文化创意,是经常在“变”与“不变”,“旧”与“新”中转换的,旧的东西不等于淹没淘汰,新的东西可以是时尚,但不等于有文化、有价值取向。“群籀虽参差,适我无非新”,在丰盈的艺术化生活领域,经典软装形态只要有新的审美存在,就一定会有新的洞见;只要有创新的眼界,也一定就会有美的发现。中国传统家居文化同样是丰盈优秀的,由此蜕变成新中式,海派家居是多元的,由此演绎成新海派,这些,都是事物发展的客观存在。

笔者看到展厅天花挂着一架复古飞机模型、桌上摆着一台百年老式打字机,还有古罗马式的骑士盔甲、埃及石雕、香薰蜡烛、古铜望远镜、油画以及玻璃器皿等,让人仿佛行走在历史长河,在阅读中想象、在想象中穿越。我以为,今天的软装创意空间,可以进入一个具有博物馆典藏概念的复古+时尚境界,让“穿越时空”的典藏通过创意设计,转化成为东方“巴洛克”是可能的。因此,设计师的创意心、创意情起到了引领作用,以“穿越”为切入点,以“创意”为核心力,把东、西方古典文化精髓点亮当代家居,比如全屋整装、旧改新、美丽乡村、特色小镇以及江南民宿等,皆可穿越,皆能点亮。“艺术境界之广大、和人生同其广大;它的深邃,和人生同其深邃,这是多么丰富、充实!孟子曰:‘充实之谓美。’这句话当作如是观。”美学家宗白华曾经这样说。

其实,这些陈设软装,恰恰为当今

《民用建筑工程室内环境污染控制标准》正式实施

对促进我国建材与家居装饰产业走高质量发展之路有着重要意义

近日,由中华人民共和国住房和城乡建设部批准发布的GB50325—2020《民用建筑工程室内环境污染控制标准》(以下简称“标准”)于8月1日起正式实施,原GB50325—2010《民用建筑工程室内环境污染控制规范》(以下简称“规范”)同时废止。

本“标准”与原“规范”比较,其修订的内容很多。本文仅列其中“室内污染物控制及监测”部分修订内容进行比较简析,主要为以下方面:

(1)增加了室内空气中污染物种类。原“规范”中的室内空气质量污染物是指氨、甲醛、苯、氨、TVOC等5种,而本次出台的“标准”在此基础上又增加了“甲苯”和“二甲苯”,合计室内空气质量污染物各类为7种。

(2)“标准”对室内空气中污染物浓度限值收严。本“标准”中大部分污染物浓度限值比原“规范”更加严格,部分污染物浓度限值甚至比《室内空气质量标准》GB/T18883—2002还要严格。由于本“标准”和GB/T18883—2002标准对室内空气中污染物的采样要求(如采样前门窗关闭时间)不一样,所以并不能直接进行比较。

(3)“标准”对幼儿园、学校教室、学生宿舍等装饰装修提出了更加严格的污染控制要求。本“标准”6.0.14条规定,幼儿园、学校教室、学生宿舍、老年人照料房屋设施室内装饰装修验收时,室内空气中氨、甲醛、氨、苯、甲苯、二甲苯、TVOC的抽检量不得少于房间总数的50%,且不得少于20间。当房间总数不大于20间时,应全数检测。

(4)“标准”对室内污染物浓度检测点数设置进行了调整。本“标准”中调整了使用面积大于1000平方米的房间检测点数设置。

(5)“标准”明确了室内空气中氨浓度检测方法。原“规范”只对氨浓度检测方法的测量结果不确定度和探测下限有要求,并没有明确可以选用哪些检测方法。本“标准”中明确了民用建筑室内空气中氨浓度检测宜采用泵吸静电收集能谱分析法、泵吸闪烁室法、泵吸脉冲电离室法、活性炭盒—低本底多道γ谱仪法。

(6)“标准”增加了苯系物及挥发性有机化合物(TVOC)的T-C复合吸附管(2,6-对苯基二苯基多孔聚合物-石墨化炭黑-X复合吸附管)取样检测方法,进一步完善并细化了室内空气污染物取样测量要求。

GB50325—2020《民用建筑工程室内环境污染控制标准》是我国目前为止室内环境污染控制最严的标准。据此,清华大学建筑环境检测中心主任张寅平在接受有关权威媒体时指出,室内环境污染的来源很多,装饰装修材料、装修活动和家具会向室内释放多种污染物,主要包含挥发性有机物(即VOCs,如甲醛、苯、甲苯等)、半挥发性有机化合物(即SVOCs,包括多环芳烃等)和有害无机物(如氡等)。这些污染物均可能对人体造成危害,其中,甲醛和苯已经被世界卫生组织所属的国际癌症研究组织(IARC)列为明确致癌物。

据了解,室内环境中的“甲醛”主要存在于板材家具、油漆、涂料等装饰材料中,还有很多纺织品(如床上用品、墙纸、墙布、地毯)在生产中也会用到含有甲醛的助剂。苯的来源主要是建筑装饰中使用的大量化工原料,如涂料、木器漆、填料、胶粘剂,还有燃烧烟草的烟雾、染色剂、地毯清洁剂等。TVOC则从各种涂料、粘合剂、人造板材等建筑装饰装修材料中产生。

有关专家认为,疫情发生前人们比较关注的是室内环境有没有甲醛等化学性污染,如今在这个基础上人们开始重视室内环境生物污染的防控产品及技术。因此,本“标准”的实施,对我国民用建筑工程,特别是住宅装饰装修的环境污染控制、后疫情时代环境生物污染控制等诸多问题,起到硬约束的作用,对促进我国建材与家居装饰产业走高质量发展之路有着重要意义。

(住建部)

一个城市的国际化程度越高,家居形态所折射出的世界多元文化也就越加丰富。丰富的文化环境也必然提升人的品质生活。当代城市家居形态与文化创意密不可分,今天的家居装饰装修市场如此繁荣,一方面是消费升级和科技创新的拉动,另一方面就是文化创意的驱动。

近年来,一些具有历史年代感、有文化创意、有收藏价值的东西方家具、陈设软装“返老还童”,成为当代城市家居环境艺术的重要元素之一。同时,家居形态还出现了以互联网为引领的智能家居,如智能卫浴、智能厨房、智能影视等;涌现出在过去看来与家居装饰无关的产品,比如,钢琴乐器一类、服饰、铁艺、经典玩具模型等,共同形成新时期当代家居文化取向。

我国经济社会进入了新常态,新常态下的当代家居特征是绿色、低碳、环保、健康和文化创意。人居环境审美在近几十年的探寻迭代中重构,由常态到非常态,再发展到今天能够落地、普遍为人接纳的新常态。当代家居软装形态紧紧维系着文化创意,不断得到创新驱动发展,其实就是一个否定之否定的波浪式前进、螺旋式上升的过程。

文化创意提振了当代家居空间档次

2010年上海被联合国教科文组织命名为“创意城市-设计之都”以来,文化创意产业发展迅猛,其中,建筑设计、室内设计为打造上海国际大都市、增强城市软实力作出了重要贡献。当代家居装饰产业在赋能民生工程之广、提振环境品质之美、推进城市进步之方力量,凸显了文化创意在推进经济社会发展、不断满足人民群众对美好生活的向往具有重要地位。

文化创意最核心的是“创造力”,在于最大限度发挥人的创造力。“创意”是产生新事物的能力,这些创意又是独特的、原创的以及有意义的。所以,当今家居装饰产业高质量可持续发展的要领,其核心还是离不开文化创意。

“创意”或者“创造力”包括两个方面。第一是“原创”,这是前人和其他人没有的,完全是属于自己的首创,比如京剧、昆曲、武术就属于中国原创的。第二就是“创新”,它的意义在于虽然是别人首创的,但通过改造升级,形成新的内涵,给人以新的感觉。

当代家居装饰同质化现象普遍,硬件装饰过于“有为”,环境空气质量污染严重,给节能减排带来了负重。另外,当代家居装饰的创意要素不足、不高、不谐调,明显缺乏历史文化审美的延续性和可再生性的审美穿越。软装似乎没有一个主题语境,原创、非原创,创新,非创新之间的界限很模糊。这些都是今天这个产业发展路径中的短板,而这个短板只能靠创意和创新来补齐。

设计师提出“轻硬装”“重软装”是靠谱的,但对消费者来讲又很迷惑。事实上这种提法是不够全面的。所谓“轻硬装”是相对于过去只顾空间六面体的材料堆积,而不知“装饰与人对话”的美感认知,所以要做些减法。“轻硬装”并不是轻视,而是对空间六面体更加重视其功能、智能、绿色、环保和文化创意。今年疫情发生以后,人们更多关注“卫生安全”,于是又有了新的装饰要素。“轻”相对于“重”而言,比如,过去市民喜欢用昂贵建材装修,有的材料属于星级宾馆、酒店用材。从普遍意义上看,这类装饰是过度的装饰。所以,我们的设计师要剔除一些“无为”“不需要”和“缺少文化要素”的装饰,要更多地从“文化创意”题材上做文章。

所谓“重软装”就是重视“家文化”的体验和对人的关怀,说到底就是要人们回归到人与空间、人与自然、人

整装空白得到了不可替代的充实。据悉,这里即是一个东西方家居文化交融的展示窗口,又是一个提升居家环境品质的创意平台。展厅对面是石库门旧式里弄的“田子坊”,许多老上海、在沪生活的老外,都成了这里常客。

在跨界融合中守正出新

当代家居形态与文化创意的显著特点是跨界融合,在守正中出新。

“守正”是指完整地继承人类所创造和积累的科技成果,在此基础上“出新”;“出新”的要旨是创新,我们提倡在完整继承的基础上,敢于挑战,善于探索,正确看待失败,尊重个性发展,逐步建立超越前人的水平。今天的家居空间无论你怎样经营打造,都是一个由万物赋能而融合着的整体。

家居装饰产业链涉及建材、家具、家电、灯饰、建筑五金、轻纺、工艺美术等众多门类,由门类细分出来的行业又很多,比如,石材、陶瓷、木材、涂料、地暖、吊顶、布艺等等。在打造智慧城市、新基建的形势下,这些门类产品除了自身要蜕变外,更重要的是跨界融合,把单一的产品附加在其他产品上,形成一个新整体。这样才能守正出新,才能做强做大。比如,大白兔奶糖尝试进军护肤日化市场,颇具“网红”气质的香水、沐浴露一经问世,便受到追捧。其母品牌冠生园将这样的尝试概括为“守得住经典,当得了网红”。又比如,现在一批互联网软件公司在5G的带动下,纷纷瞄准智能家居,由此诞生了智能卫浴、智能吸油烟机、智能燃气灶等智能体系的创新。

事实证明,当代家居形态与文化创意离不开跨界融合,多元形态要靠文化创意牵引。跨界和融合已成为最为常见的一种模式,几乎所有行业都在主动接受跨界融合的洗礼。因此,用新目光看当代家居形态与文化创意的关系,其实也是在不断理顺文化认同、科创赋能、协调中和、提振审美的关系中守正和出新。