

## YOHO MALL 畅游 6 大梦幻主题场景



即日起至 2020 年 1 月 1 日,位于新界元朗的 YOHO MALL 以童话、华丽、甜蜜及缤纷 4 大元素在场内打造 6 大场景,3000 个少女系粉红泡泡打造的“BUBBLE LAND”、以人气小动物设计的 6 米高“旋转木马白日梦”、可以和 2.5 米高玩具熊结伴同游的“毛毛熊胖您行”等等,将共同营造梦幻的岁末购物氛围。此外,The Point by SHKP 会员逢星期一至五当日以电子货币消费满 800 港元,可换领价值 50 港元的 YOHO MALL 购物现金券一张,消费满 10000 港元,则可换领 350 港元的现金礼券一套。

## SOFINA 苏菲娜 风干物燥防脱妆

干燥的季节,护肤要义除了要重视给肌肤保湿补水,也要留意因干燥而引起的浮粉、起皮等脱妆现象,影响白天的形象。SOFINA 苏菲娜日前推介能长时间防止肌肤因干燥引起起皮现象的映美焕采滋润保湿妆前乳。这款妆前乳拥有甘油、玻尿酸等高效保湿成分,质地犹如美容液般滋润,可在面霜之后帮助肌肤锁住水分,同时让粉底更加服帖,并增加持妆时间,让你不再畏惧傍晚脱妆。此外,这款妆前乳还拥有 SPF15/PA++ 防晒配方,日常通勤无需再涂防晒霜。



## 富邑葡萄酒集团 携手山姆深化合作

富邑葡萄酒集团日前与美国沃尔玛旗下高端会员制商店山姆会员商店宣布升级战略合作,山姆会员商店成为 Penfolds 奔富珍藏系列 Bin 23 独家销售渠道。Bin 23 是 Penfolds 奔富红葡萄酒中充满活力的特色酒款,名字来源于黑皮诺葡萄酒熟化的地点——玛格酒庄第 23 号酒窖。2018 年份 Penfolds 奔富 Bin 23 更是集合了多个凉爽气候特色产区的一款创新佳酿,亨蒂产区黑皮诺的芳香和结构感,塔斯马尼亚产区黑皮诺的紧致和规整,阿



德莱德山区黑皮诺的浓郁度、重量及丰韵等等产区特色,都次第绽放在酒液中,展现各种黑皮诺葡萄酒复杂的特征。

## 2019 DiD Award 致敬引领创新的设计

2019 DiD Award (东莞杯)国际工业设计大赛日前举行颁奖典礼,共评选出产业设计奖、泛家居产业融合奖、智能终端产业融合奖及产品创新奖三类奖项的金奖、银奖、铜奖及优秀奖共 54 项大奖。据了解,“DiD Award (东莞杯)国际工业设计大赛”是全国首个以城市命名、政府主办的大型国际工业设计大赛,迄今已举办 15 届。本次大赛以“设计引领创新”为竞赛主题,邀请了德国 IF 国际论坛设计有限公司总裁 Ralph Wiegmann 及多位重量级专家学者和设计大



师担任评审委员。在颁奖礼上,Wiegmann 为参赛选手献上了一场充满激情和诗意的总结词:“设计师这个职业总是充满挑战的,同时需要时刻保持能量……保持耐心,以后总会设计出很有名、受欢迎的作品,相信自己,相信未来。”

## 专访深圳市广田建筑装饰设计研究院院长彭海浪 破文旅产品同质化的局, 说到底还是创造力的问题。

刚从意大利交流完毕回来的彭海浪院长,毫无旅途倦色,话题自然从广田集团的新业态文旅开始。谈起广田集团旗下子公司广田设计院的新业态发展以及弄潮其中的心得及经验,彭海浪如数家珍,眉飞色舞。

作为一家拥有 2000 余名设计师的设计机构,广田设计院在建筑装饰设计类机构 50 强中排名第二,具备领先业内的专业建筑装饰设计能力。同时,依托广田集团在施工方面的独有优势,广田设计院所设计的作品均具有极高的落地性。“设计+施工”,是广田设计院的核心竞争优势,也助推广田设计院作品备受业界认可。



■广田设计院院长 彭海浪



■改造后的黄山北海宾馆



### Talk Q=新快报 A=深圳市广田建筑装饰设计研究院院长彭海浪

Q:您怎么看文旅产业与建筑设计之间的关系?

A:文旅产业和建筑设计息息相关,它不仅仅包含游乐项目,还包括了旅游度假产品、度假酒店等等。文旅产业很特殊的一点是,它本身就是和时间互相呼应的作品,时间的痕迹是人类办不到的美景,这一点很特别也很美好。

Q:您觉得当下文旅产品在设计过程中有哪些要注意的地方?

A:我觉得设计首先要符合当下,符合需求,应当根据消费者的需求而设计,再高一点是引导消费者的需求,从而能引导先进的生活方式。

近几年来,广田设计院承接了很多大型项目的设计,比如黄山北海宾馆这类文旅酒店,像深圳国际会展中心这类大型公建,像阿里巴巴总部办公楼这类商业大厦等,都是根据不同需求设计的。

文旅产品在设计过程中需要注意

的一些问题,我觉得首先的一点是产品要有特色,要根据不同的需求去打造。

另外,如何加强文物保护利用和非物质文化遗产传承,对设计师来说是功在千秋的事情。我希望设计能少一点伤筋动骨的东西,可持续发展的设计才是值得提倡的设计。

最后,任何设计都需要连贯性。以酒店为例,通常酒店大堂经过设计不会特别差,但如果没有很好的连贯性,体验感往往会败在告示牌、桌布或碗碗碟碟里。

Q:在您看来,目前中国的文旅产品设计有哪些新趋势?

A:这和旅游产品本身的变化特点有关系。以前大家是旅游,每个景点走马观花。现在的我们喜欢度假,对美食、娱乐有了更高的要求,这就需要有相应的场所相匹配,而且对空间、对私密度都会有新需求。

文旅产品其实也是遵循市场化的作品,广田做了很多尝试,尽可能地走出同

质化的瓶颈。怎么破这个局?说到底是个创造力的问题。我最近看了《哪吒》就非常激动,因为我看到了文旅产品 IP 的出路。

产品 IP 化是文旅产品设计终极目标,中国的文旅产品已有这个意识,但远远不够。大 IP 的产生需要很多的艺术家和设计师来共同研发,同时要有勇气不被快节奏的商业大潮裹挟着往前走,要有深挖精神和伟大的创造力。

Q:除了文旅新业态,最后再跟我们简单介绍一下广田设计院目前的情况吧?比如设计院团队、主打业态等?

A:广田设计院由国际创意设计中心、国内各设计领域专家、高级顾问团队、八个综合分院、轨道交通专业分院、文旅专业分院、幕墙专业分院以及机电、灯光声学专业所组成。业务范围覆盖面广,不仅仅是文旅,还包括建筑规划设计、机电设计、幕墙设计、园林景观设计、室内装饰设计等,总之,可以提供设计一体化服务。