

“设计+定制”开启全屋定制新风潮

“没有设计，何来定制？”这一说法已经成为家居行业内的共识，“设计+定制”也开启了全屋定制新风潮。不难发现，在8月18日至22日第43/44届国际名家具(东莞)展览会中，“设计+定制”贯穿在各个与设计有关的专业展区和活动中。

■新快报记者 毛静



家居场景化设计展场 实现拎包入住的实践之路

“设计与全屋定制、全屋整装、家具制造、市场渠道的深度融合，必定会为家居行业注入新活力，凝聚新力量。”国际名家具(东莞)展览会总经理方润忠告诉记者。何为“设计融合”？除了产品的设计，方润忠认为，“设计融合”是能让消费者将来的居家需求更加清晰的场景化设计。方润忠表示，客户群体趋向年轻化，而他们对“全案”的需求尤为明显。

本届名家具展独特的家居全场景展览现场——无边居所，给到家居企业一个很好的示范。记者了解到，无边居所主题展集合了硬装、软装将设计、供应链、品牌，打造了4个“样板房”空间。仔细留意会发现，在“设计·家”美学空间中水

电是接通的，可以直接复制。不过这已经异于常规的“样板房”，因为所面对的客户群体不只是购房者了，还是高端楼盘、设计师、工程采购商来集采的高端样板。

“用户对精致生活方式的要求，以及对产品颜值的需求使得整个行业越来越重视设计，因此设计师变得越来越重要，同时跨行业领域的关联合作也变得越来越重要。”独立艺术家、著名设计师、万物家联合创始人仲松认为，这次的“设计·家”集成展，更是对装配式住宅、对未来人居生活的探索。实际上，无论是“设计·莞”“设计·家”，这些都是本届名家具展为全屋整装和真正实现拎包入住的实践之路。

■此次展会根据企业需要，面向房地产、设计师、消费者、家居经销商等不同群体，将沉浸式体验效果最大化。

打通家居产业链上下游 促进家居消费市场加速复苏

本届展会以“聚变·家居新磁场”为主题，是名家具展创办20多年来首次“春秋结合，双展合一”。77万平方米的场地中，吸引了全



国1572家品牌家居企业参展，10大展馆亮点各不相同，产品品类囊括一线家具品牌、设计品牌、全屋定制、软体、两厅、中式、实木、儿童、软装饰品、机械材料等。

记者了解到，与第43/44届名家具展同期举办的，还有2020名家具机械材料展。而这也是机械材料展自1999年脱胎于名家具展后，首度正式回归。如何打造完整供应链体系、共建共享大家居市场，成为本届家具机械材料展的重要命题。据悉，近几年来名家具一直积极打通家居产业链上下游，打造完整大家居供应链采购平台。今年五六月份，名家具展就接连举办了两场家居厂商对接大会，拉动内需市场的序曲，积极推动家居消费市场加速复苏。

关注

第四届“夏迪奖” 空间艺术设计作品展亮相安华汇

新快报讯 由广东省陈设艺术协会主办的第四届“夏迪奖”空间艺术设计邀请赛颁奖典礼暨获奖作品展日前在广州安华汇举行。据悉，本次评审增加了空间设计类作品后评审标准随之相应调整，要求更高了，主要表现在“对空间设计类”；审视主题空间所呈现的适用功能给使用者带来的舒适享受以及技术手法的运用。对陈设类和原创作品类：审视“软”与“硬”在空间中相辅相成趋于统一的依存关系和主题艺术效果。为了让“夏迪奖”更专业、更贴近行业发展动向而更名为“空间艺术设计邀请赛”，即在原有“陈设艺术设计类”和“原创作品类”的基础上，新增了“空间设计类”。

本届参赛作品项目数1036项、展板数1464块，同比上届(第三届)分别增加了38.5%和37.5%。值得一提的是，第四届“夏迪奖”空间艺术设计获奖作品展展期将持续一个月，欢迎广大设计师到场参观。(毛静)

林氏木业全面加速新零售布局，帮扶经销商入局

新快报讯 在第43/44届东莞名家具展上，新零售家居品牌林氏木业以“同行”为主题的品牌展馆亮相，围绕新消费、新场景、新用户打造的品牌展馆吸睛无数。此外，林氏木业联合名家具共同倾力打造的“共感”联合空间展，社交等立体多维的互动体验玩法备受热捧。该品牌新零售事业部总经理雷之冠告诉记者：“本次品牌联合空间展中，运用科技、年轻、潮流、社交等立体多维的互动玩法打造沉浸式空间场景体验，重塑创造&数字&社交三者核心价值，希望能借此打通品牌与用户客群的沟通语境，拉近与消费者的距离。”

“年轻化”，“新零售”是林氏木业的品牌标签，也是本次名家具展的重要看点。本次名家具创意展，林氏木业以“同行——寻找中国最强新零售

经销商”为主题，重点围绕新消费、新场景、新用户三大核心实现对人、货、场的重构。其中新用户(人)，旨在提供更个性化及精细化服务，推出多样化的类目。新消费(货)是针对新产品、新品牌、新品类、新供给的新经济消费升级需求，始终坚持用年轻的姿态与用户沟通，打造林氏年轻的营销章法，致力于成为年轻人第一次买家具的首选品牌。新场景(场)聚焦于覆盖用户衣食住行全场景，全面加速林氏木业线下新零售的布局。与此同时，林氏木业新零售布局全面加速，今年计划新增



300家新零售门店，2021年达到1000家全球门店。与线下门店高速度扩张匹配的是全方位的服务支持，林氏木业为经销商提供从选址、运营、店面设计到人员培训等方面的落地措施与帮扶政策，帮助经销商入局新零售。(毛静)