

第 22 届中国国际家具展展后报告出炉

观众人数及展会规模再创新高

明年展会计划作重大调整

□ 本报记者 陆俊 文并摄

第 22 届中国国际家具展及首次亮相的摩登上海时尚家居展于 9 月 11 日在上海浦东新国际博览中心、世博展览馆两地同时完美谢幕。尽管与同时、同地举办的国际家博会贴身肉搏、激烈竞争，中国国际家具展还是以超高的人气获得了巨大成功。根据展后报告统计，展会观众数再创新高，四天共计接待来自全球 158 个国家和地区的买家及观众 119,975 人次，较去年增加 17.75%。但同时，今年海外观众的人次首次下降，为 15,077，较去年减少 21.58%，这主要是受到了 G20 的影响，海外观众入境签证较难办理，另一方面，也与中国家具行业上半年出口处下行通道相对应。

整体展示面积达 85 万平方米

记者从中国国际家具展组委会了解到，览会历经 22 年发展，今年无论展会规模还是展商数都再创新高。展会重磅推出全新主题，从家具行业横向拓展至大家居行业及生活方式展示。新国际博览中心室外馆面积比去年扩大 35%；同



时，展会与红星美凯龙集团强强联手，红星美凯龙浦东三店联合举办第二十二届中国国际家具展览会暨红星美凯龙秋季新品展，展会整体展示面积达 85 万平方米，而参展的展店铺数总数近 3500 家，较去年增加了 17%。

由中国家具协会、上海博华国际展览有限公司以及《ELLE DECORATION 家居廊》联合推出的“中国家具设计金点奖”今年得到了众多品牌及设计师的关注，共有 109 家企业的 354 件作品报名，评选结果于 9 月 9 日晚设计师之夜上揭晓并颁奖。今年，组委会年度大奖花落现代简约设计风格的迪信家具，似乎出人意料。中国设计在国际设计界越来越

有发言权，不仅是新中式，中国设计在现代简约家具设计上也丝毫不输欧美。红点奖主席 Porter Zec，在颁奖中说：“（迪信家具）创造了可以带领我们所有人走向未来的产品，这是一项完全具有创新意义的新发明。同时，我相信这必将使一大部分设计师和建筑师的工作变得更加简单，并且让我们的生活更加充满乐趣。”

“十年展商”再添 34 家

展会的成功，同时离不开一批忠实的展商客户群的鼎力支持，以及展商对展品品质的精益求精。中国国际

家具展组委会自 2010 年起开始为参展 10 年以上的企业颁发“十年展商荣誉奖”，目前已有 252 家企业获此殊荣。今年，又有 34 家企业加入了“十年展商”的大家庭，成为中国国际家具展的忠实合作伙伴，一路走来，也记录了各位为中国家具行业进步所做的努力和贡献。展会现场人潮涌动，正是对展会坚持不断创新与提升的最好反馈，也是对上海家具展高品质的展商和展品的最佳认可。

“中国好沙发·中国好面料”自 2014 年 5 月发起至今已成功举办 3 届，旨在联动上下游产业链，从材料端着手，鼓励沙发制造企业推陈出新，不断提高产品品质。今年，全面升级的活动得到了余杭家纺协会、知名家具品牌和设计师的大力支持，来自沙发企业、设计师品牌、面料企业和软体机械配件等 52 家企业的 93 张沙发在新国际博览中心 E8B 馆展出，主办方特别邀请了中国家具协会秘书长张冰冰担任本次大赛的评审组组长，评委成员还有红星美凯龙董事副总裁车建芳，居然之家副总裁任成，中国家纺协会总设计师王易，和之美家居及玛雅布业品牌创始人沈建春以及广州美院徐岚博士。专家们从外观设计、功能创新、工艺细节、材料应用、价格等角度评判，将分别评选出“十大好沙发”、“十大好面料”。香港皇朝家私送评的

沙发荣获“性价比王”称号，而最具创意奖的获奖企业则花落 ACF，本次评选赛还首次让观众作为大众评委参与投票。据悉，明年的“中国好沙发·中国好面料”活动，主办方将继续深化上下游产业链联动，扩大沙发展示面积，让更多的企业和设计师参与进来，助力中国好沙发的创新与发展。

明年展会计划作重大调整

对于中国国际家具展未来的发展方向，上海博华国际展览有限公司创始人、董事王明亮先生透露，明年的展会将有大变动。所有家居饰品以及 DOD 展将移至世博展览馆，将世博展览馆打造成真正的生活方式大展。新国际世博展览馆将以高端现代民用家具为主，W 馆将与 E 馆对调，为更多的现代家具参展企业提供展位，并吸纳更多精美的原创设计展品，以满足采购商们对现代家具的偏爱。W5 将打造成全新的客厅概念馆，引领众多沙发企业转型升级。而今年备受好评的“中国好沙发，中国好面料”活动明年将在原 DOD 展区 E8A、E8B 全面展示，同时还将展出 FMP 高端面料展，以促进上下游产业联动。

2017 年第二十三届中国国际家具展览会仍将在 9 月的第二个星期在浦东举行，精彩仍将继续。

中国家居商城开到加纳

主营家具、家居装潢、电器、办公用品

本报讯 加纳第一家由中国人创办经营的大型家居商城“Save More”，10 月 8 日在首都阿克拉开业，标志着中国企业在加纳的家具家居市场占据了一席之地。商城分上下两层，占地约 3000 余平方米，主营家具、家居装潢、电器、办公用品等，覆盖国内外多个知名品牌。此前，中国品牌的电器、办公用品等多以专卖店的形式在加纳售卖。该商城为更好推广中国品牌提供了一个更具规模的平台。

商城创始人兼董事长吕文龙说，“Save More”将力争为中外消费者提供性价比更优的产品，并以更好的售后服务为特色吸引消费者。他说，商城将为消费者提供家具电器的免费送货、安装服务，以此加强中企在加纳市场的竞争力与口碑，“只要是消费者自己运不走、不方便运的商品，我们提供免费服务”。

一位加纳本地消费者接受采访时说：“我非常喜欢这里的购物环境。让我感到惊喜的是，这里的办公用品十分齐全，竟然连奖杯都可以买到。”

一名在加纳做生意的中国消费者说：“我觉得这里非常适合企业采购，从家具到办公用品一应俱全，并且有很多有品质保证的品牌产品，这种一站式购物形式非常便利。”

中国驻加纳经济商务处参赞李江在开幕式上说：“当下，中国将继续推进中非全面战略合作伙伴关系建设，在未来 3 年同非洲重点实施‘十大合作计划’，并投资 600 亿美元作为资金支持，将在工业化、农业现代化、基础设施建设、金融合作、环境保护、贸易投资、文化交流及和平安全等各个方面合作发展。‘Save More’商城的建立既是中非贸易合作不断加强的成果，也是中加两国未来友好合作的契机。”

（石松 赵姝婷）

荷兰艺术家设计的『雾霾净化塔』即将在京亮相

三十六个小时能净化足球场大小区域内空气



本报讯 近日，由荷兰艺术家和设计师丹·罗斯加德设计的雾霾净化塔正式抵京，将择期向公众亮相。目前，雾霾净化塔正在北京望京进行调试和测试。

7 米高的雾霾净化塔是巨大的空气净化器，通过产生洁净空气为市民提供免费的清新空气体验。雾霾净化塔使用少量的绿色能源和专利的无臭氧离子技术，每小时能够净化 3 万立方米的空气。雾霾净化塔捕捉并收集空气中至少 75% 的 PM2.5 和 PM10 雾霾颗粒，同时以 360 度全方位释放

清新空气，在塔的周围制造出一个环状清新空气区域。

据了解，荷兰设计师丹·罗斯加德和他的团队一起发明了雾霾净化塔。丹声称，只需 36 个小时，这座净化塔就能除掉一块足球场大小的区域内百分之七八十的空气杂质，收集的雾霾颗粒将压缩成“黑色宝石”并制作成个性十足的戒指。

据介绍，引进雾霾塔的主要考量是基于其警示作用。塔因霾而生，只要雾霾存在，塔就会存在。塔的存在既可以警示，又能推进雾霾的全民共治和持续治理。雾霾得到彻底治理之后，雾霾塔也就会失去其存在的意义。

业内人士表示，目前我国大气污染治理的任务很重，尤其是京津冀地区，目前正处于大气治理的关键时期。环保部陈吉宁部长认为大气污染治理有三个阶段，目前我们正处在第二个阶段、走向第三个阶段，即正在持续治理，下一个阶段有望完全解决大气污染问题。刘国正说，在这样一个至关重要的时期，不仅需要坚定信心 and 持续发力，更需要全民的参与和共治。雾霾塔的巡展活动在此方面会起到一定的积极推动作用。

行业人士分析，虽然雾霾塔本身具有一定的净化空气功能，但对雾霾的治理而言它是治标不治本的。雾霾治理的关键还是要在源头治理上下功夫，一定要下大力气抓好结构减排、产业结构调整、控煤、控烟和机动车尾气治理等措施。但在重雾霾天气期间，雾霾塔有时也会起到一些应急作用，如果我们能在一些公共场所，如大家喜欢跳广场舞的地方放置一座雾霾塔的话，肯定是会受到市民欢迎的。（张 文）

根据顾客需求提出制作建议，再个性化定制

京兰床垫走出一条独特定制道路

本报讯 木质家具定制，如今大行其道。可是殊不知，以生产软体家具、床垫闻名的北京京兰家具有限公司，不仅可以定制，而且已然实行了多年，制定了完善的床垫个性化、定制化解决方案，从设计到顾客需求，到实现过程、流程，京兰已经成熟地走出了一条独特的床垫定制化道路。

顾客个性化床垫产品怎么实现？作为生产企业必须有全系列产品材料、部件——弹簧内胆、毡垫、棕垫、海绵等等，全系列产品等待消费者挑选。有了这些先决条件，再根据消费者意愿，决定产品结构、规格、外观等。

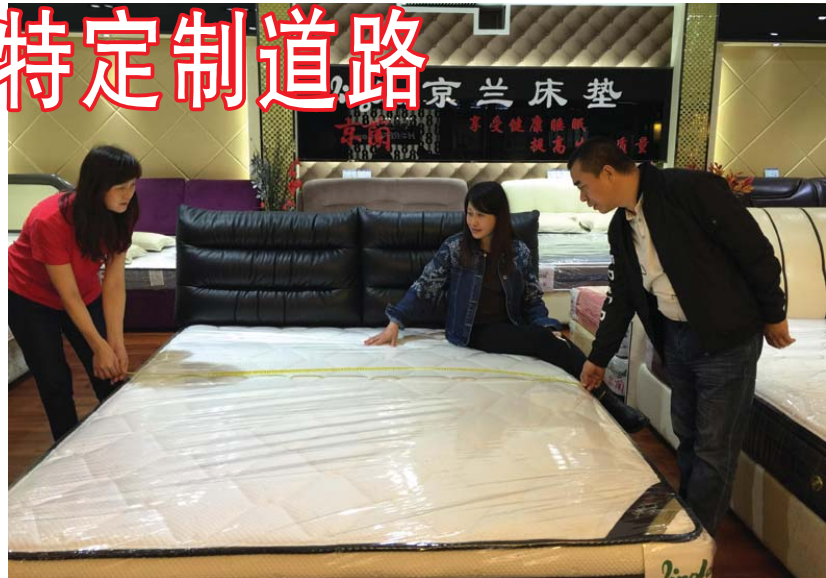
定制家具具有顾客需求在先，再通过流程化管理满足顾客需求。比如软硬度、舒适度、厚与薄。这就如饭店食堂师傅炒菜，如何对每个人的口味了解详细一样，没有工艺、技术、材料这 3 大要素，实现不了个性化生产。设计有百种，不一定款款适合每个人，但一定有一款适合“这一个人”。

从多年积累的销售资料中，京兰人认识到，以后提供和开发产品，没有固定的种类，一个顾客买了一款产

品，录入电脑就是一个新品种。无论是软是硬，是高是低，是长是短都按照他的习惯，他舒服就是好产品。中国人的习惯和外国人习惯不同，人体的重量和软硬成反比。并且需要正确处理好个性化与引导消费的关系，这是一对矛盾体，在这个矛盾处理过程中，在积极建议前提下，尊重消费者选择，消费者喜欢什么样的产品，就给他做什么样的。正像俗话说的，“鞋合适不合适，只有脚知道”。

经过多年产品个性化探索和经验总结，京兰推出了实现个性化流程的步骤：制作建议+顾客需求=个性化产品。京兰人认为，其他家具大多看的是外观，但床垫产品看的是舒适度。因此，对消费者的需求要落实在订单上。在合同上，按照订单要求的规格、材料、软硬度等，并在定型产品的基础上，再进行成本核算给出新价格。

床垫定制一定是多样化的，怕麻烦就不能为顾客做好服务，也就挣不到该挣的钱。据介绍，京兰在每天销售的产品中，40%是个性化需求的产品，也就是说异形产品，其他企业不能做的产品，京兰能做，这是因为



京兰的产品是按照工序生产，而不是流水线的大规模生产。

在当前经济下滑的大形势下，加上北京市场竞争激烈，京兰的竞争力来自哪里？答案就是来自机动、灵活的生产和销售方式，满足消费者个性化需求就是京兰的竞争力。在京兰，做到了前方打仗后方驰援。比如营业员一个电话，传递了消费者的需求信息后问，“这个做得了吗？”，京兰总部的回答永远是：“只要讲出需求，就能做得了。”京兰不仅有全系列产品，还时时关注和推出新材料、新工

艺，组合推出新产品。京兰人认为，有需求是搞研发的动机，搞出研发，才会满足需求。这么多年来，京兰做到了人有我有，人无我有，人有我优，人有我强。京兰是北京最早研发、制造床垫企业之一，至今已经有 30 年历史。过去，京兰在无意中实现定制；现在，京兰有意识地定制，并且形成了成熟完善的体系。从市场到材料，从研发到车间生产，京兰定制体系密切配合形成了一个整体。京兰，在床垫个性化生产中，走出了一条属于自己的独特道路。（祁忠 陆俊）

“中国好沙发”参展作品赏析

“中国好沙发”大赛自 2014 年 5 月发起，至今已成功举办 3 届，旨在联动上下游产业链，从材料端着手，鼓励沙发制造企业推陈出新，不断提高产品品质。2016 年全面升级的“中国好沙发·中国好面料”活动，得到了知名家具品牌和设计师的大力支持，来自沙发企业、设计师品牌、面料企业等 52 家企业的 93 张沙发在新国际博览中心 E8B 馆展出，展出作品具有很高的设计水平。 本报记者 陆俊/摄

