

品牌故事

澳珀：点燃日常生活之美

□□ 本报记者 张海宁

任何一件经典物品的产生都需要经验、工艺和选择最合适的材料，这三个方面也是澳珀最为看重的。其创始人小杰对生活充满激情，他崇尚道家“道生一，一生二，二生三，三生万物”的理念，将自然哲学与设计相结合，让澳珀品牌走进中国，走向世界。

品牌的创立源于多文化介入

小杰年少时仅接受过7年多的学校教育，13岁时便外出打工补贴家用，曾做过石匠、泥匠、木匠、钳工等许多类别的工作。由于受到职业为平面设计师父亲的影响，小杰自小对设计就有着很高的热情，多年来在社会中拼搏的同时，他从未放弃对设计的热爱。1987年，小杰辞去了当时木工工厂经理的工作，毅然决然地创办了自己的设计公司，实现自己的设计梦想。

“设计是一门深奥的学问，在真正

从事设计行业时我有了更深刻的体会。同时，身为设计师必须无时无刻地丰富自己，只有这样才能做出优秀的设计。”小杰说。于是，在设计公司成立两年后，他留洋澳大利亚的悉尼，走出国门，小杰坚信可以看到更多，学到更多。

对于留洋澳大利亚的经历，小杰笑称为“洋插队”，他说：“因为英语过不了关，还是没有机会接受教育。但是这种经历却让我看到很多东西，明白很多事物的道理。”

在澳大利亚的生活让小杰接触到了西方的宗教。通过了解，小杰认为，区域、生活习惯的差异会产生不同的宗教，但宗教最根本的不是修来世，而是修善心，怀着美好的心愿去度过每一天，这样就会有一种对待事物的正确观点，延伸开就是一种信仰。

所以，小杰在1993年回国，创办了家具品牌并取名“澳珀”。澳珀是澳大利亚宝石“OPAL”的中文译音，寓意着澳珀产品如“OPAL”那样美丽斑斓。同时，这个名字也为纪念在澳大利亚留洋中学到的一切，这种求善逐美的理念也融入在澳珀家具的设计中。

设计是共通的语言

澳珀早在1993年创立时，曾以设计板式家具为主。小杰在机缘巧合下

接触到了乌金木，木材如云似水、如金似墨的肌理让他如痴如醉。因此，小杰全身心投入到乌金木家具设计之中，他喜爱乌金木的气质，希望澳珀也能具备如此的气质。经过多年的积淀与努力，澳珀在2003年成功转型为原创实木家具设计品牌，出品的每件作品不仅独一无二，还流淌着民族泥土的芬芳。

品牌多年来一直坚持以乌金木为主的产品设计，这使得澳珀以无论从审美还是木材的价值方面，其消费群体属于小众，但这部分客户群比较稳定。近年来，澳珀一直处于稳定发展的态势中，这种客户群的稳定便是一种优势，也是让品牌在市场的屡次考验中不受影响的重要因素。

小杰告诉记者，澳珀是一个设计公司，只是比别人奢侈，拥有一个工厂，而不是一般常理中的工厂拥有一个设计工作室。他喜欢做家具，需要有个地方用来做这件事，所以有了工厂，又因为澳珀设计的家具很多人喜欢，于是工场就发展成了工厂。

如今，小杰的工作室拥有近1万平方米的工厂，并且在上海有实木工厂、浙江嵊州有皮具工厂、温州有金属工厂与陶瓷厂，还有一批具有传统手工艺的工匠师傅，木雕师傅、油漆师傅等，这对一个设计工作室来说是奢侈的。

现在小杰可以挑选世界上任何一座都市安家，但他热爱中国文化，将品牌建在了温州经济技术开发区内一幢“有生命的”建筑里，这里是澳珀品牌的设计中心，承载着所有的缘起与梦想。

小杰在设计产品时，经常会被人模仿。对此，他并不在意。“其实看到自己的作品被模仿是一件很开心的事，之所以会被模仿，正是对我作品的肯定，这让我有成就感。所以，在做设计时我从来不会刻意去避免如何不被模仿，我觉

得设计本来就是一种有想法的模仿，这并不违背设计的初衷。”

小杰认为，当今包括澳珀在内的很多原创家具设计还处在初期阶段，如果没有量的积累，很难有质的飞跃。设计师的自身经历、文化修养、地域不同使他们的审美标准略有差异，所以设计出的产品通常会比较自我，但这些都不会成为中国原创设计发展的阻碍。在中国家具历史中，明式家具不仅是中国人的骄傲也是世界的骄傲，有了如此厚重的积淀，国人必定能设计出好家具，不需几年就会有一批站在前沿的设计师出现在世界的舞台上。

在市场打磨中完善品牌

澳珀一直是以专卖店的形式进行销售，通过前期的市场调研，精心选择适当的城市与地点开设名为“澳珀之家”的旗舰店。经过多年的发展，如今的澳珀在全国已有三十几家旗舰店落成。小杰说：“中国是一个多民族且地大物博的国家，面对如此体量的市场，我还没找到一种最好的营销模式，只能按照自己的特点来经营，以不变应万变，这就是澳珀目前的策略。”

小杰坦言，市场运营其实是澳珀的短板，这是他对品牌自身衡量后得出的结果。“设计是很个人的东西，如果设计师将关注点全部放在市场，对市场一味进行迎合，很容易丢失自身设计特点，然而没有特点的设计很难存活。所以澳珀没有过多地去关注市场，品牌存在的价值是将民族传统与现代生活需要相结合，用家具的形式，将美带给生活。也许澳珀的产品再市场中的所占的份额不大，但我希望影响深远。”小杰表示。

早在2009年，澳珀参加了德国科



澳珀设计在浓郁的古典传统中体现和谐现代感

隆展，这是品牌第一次走出国门，让小杰对澳珀有了更多的反思。澳珀的产品力求体现自然与艺术的融合之美，经过多年发展，其产品获得许多国际同行的认可，但品牌的品质与国际的一流企业之间仍有一定差距，这将作为澳珀一直努力的目标。

小杰认为，做品牌如同修行，“牌”与销售管理有关，而“品”不仅指有品质的产品，还包括企业及经营者对社会的价值观、对美的感悟，他希望澳珀会成为家具行业中的一个民族品牌，被世界看见。

自1993年成立至今，澳珀整整走过25个年头。过去澳珀一直以产品设计为核心，如今，小杰将品牌做了细致的梳理，重构品牌，使澳珀参与到更多为生活方式服务的业态中去。如澳珀旗下澳珀食堂和一裳服装的创立，与西班牙、德国、荷兰等多个品牌及设计师联手的项目等。未来，澳珀将不仅定义为设计公司或产品公司，还要打造成以服务为主题的平台。在这个平台里，澳珀聚集对生活具有相同认知的用户，提供衣、食、住、行一套完整的系统，将美更多地带给生活。

专题

北京国际家居展：用设计与科技创造智慧生活

□□ 张海宁

近日，由北京居然之家投资控股集团有限公司（以下简称“居然之家”）、中国国际展览中心集团公司主办，北京中展居然国际展览有限公司承办的第二届“北京国际家居展暨智能生活节”在北京中国国际展览中心新馆开幕。

本届展会规模为12万平方米，设有两个国际家具馆、软体家具馆、儿童家具/生活软装馆、原创家具馆、套房家具馆、京派家具馆、智能家居/未来生活馆八大主题展馆。北京国际家居展已成为一个全球家居潮流生活方式融合展，构建出未来城市的生活全景，呈现了生活美学的各种可能，展会开幕首日观众突破6万人次。

北京国际家居展亮点频频

北京国际家居展以高端的规格、专业的品质为理念，依托居然之家强

大的品牌号召力和行业整合力，荟萃众多行业顶尖品牌参展。顾家家居、曲美家居、联邦家私等国内一线品牌将继续深度参与借展会推陈出新；深美、先生活、木美、如因等众多原创品牌和新锐设计师也在展会中崭露头角。本届展会的参展国际品牌比例已高达30%，参展企业的原创设计水平大幅提升。

开幕当天，在“曲美家居以旧焕新第六季发布会”上，各类旧物改造让观众脑洞大开，引领大家寻找城市中美好生活方式的幸福范本。蓝鸟家居北欧轻中式“菩提悦”新品说明会，为大家带来一场集北欧时尚与新中式于一体的大秀。flexa美莱莎的“全球红点设计大奖”新品发布会，将较先锋、较优秀的获奖作品带入中国市场。

除此之外，北京27家高等院校联合主办的“BIF设计未来”新锐设计入围展、寺库“life in SECOO给你全世界的美好”、拓者设计吧“十周年

庆典及颁奖典礼”、十街坊“大美设计·曲水流觞”等更多精彩同期活动也纷纷亮相。

居然之家利用居然之家数据库为北京国际家居展进行精准观众邀约，广泛邀约经销商、设计师、设计院校等团组参观，力求打通产业链上下游，确保产销精准对接。

居然之家家居连锁集团总裁王宁表示：“居然之家目前正在抓住互联网时代大家居新零售变革和消费转型的重大机遇，打造线上线下融为一体的智能家居平台，从而加快推进企业从物业管理向大数据驱动型转变。”

高峰论坛为智能家居提供新思路

开幕当天，居然之家与中关村在线联合主办的“智能之家·未来之家”高峰论坛同期举办，前瞻泛家居产业的智能化未来。在E4馆的“美好生活·家智慧生活体验区”为现场观众呈现无限可能的未来生活方式。

“我们在展会中特别增加了智能家居生活云，并专门设置了智能家居未来生活馆，以此体现泛家居未来的发展方向和趋势。这也是我们与中关村在线将本次论坛主题定为‘智能之家·未来之家’的原因。”王宁说。

智能家居行业是在传统家居的基础上进行革新，将原本家庭各项功能的实现由分散和独立的机电控制转变成了集成和互通的网络化管理和控制，为用户节省时间、人力成本，提高工作效率，带来更大经济效益的同时提高生活品质。

高度集成化、智能化和泛家居家电化，使得智能家居行业产业链长、产品种类多、销售渠道多样化，单一企业在此行业很难独步天下，企业间的跨界合作将成为未来行业发展的

主流趋势。

慧聪集团总裁、中关村在线董事长刘小东说：“如今，智能家居市场已经超过1500亿元，未来还将以不低于50%的速度成长，整个的革命更多是基于你的客厅、厨房、卧室，每一个生活的场景，基于旧的生产关系改变。”

融合东西方生活方式与美学

本次论坛邀请百度、阿里、腾讯、三星、海尔等泛家居的行业企业代表，共同探讨新技术新技术为家居产业带来的深刻变革，为消费者带来的便捷，共同预测智能家居产业的未来发展趋势。

在“智能之家·未来之家”峰会上，多系统运营商、物联网生态圈玩家、家装企业、互联网企业、家电企业、智能家居企业等智慧家庭生态圈企业可以多维度、更深入地沟通交流，充分发挥各自优势，加强合作。为消费者提供智慧、安全、便捷的智能家居产品的同时驱动家电和家装行业的产业升级。

中国信息产业商会秘书长张安安表示：“相信智能家居产业迎来了新的发展机会，根据有关市场研究机构预测，到2022年全球智能家居市场规模将达到1220亿美元，年均增长率将达14%。智能家居市场前景广阔，但不能忽视的是，目前智能家居行业依旧是机遇与风险共存。”

如今，人们对美好生活的向往凝聚在“家”中，而“家文化”也理应与北京这座文化大都市息息相关，北京国际家居展承载了中国人的东方家庭文化、美学、温情，寄托了中国家居人的家国梦，借助居然之家的深厚资源和责任感，已经成长为融合东西方生活方式和生活美学的行业大展。

新空间

文旺阁：开启木作艺术体验之旅

□□ 本报记者 裴秋菊

还记得《神笔马良》里马良画的水车吗？古代门楼是什么样的？古代乐器有哪些？古代的马车、洋车、轿子和船是什么样子的？在位于北京市通州区台湖镇东下营村南开发区的“文旺阁木作艺术博物馆”中，你都可以看到。这些精美的木制老物件有没有让你对中国传统的木工技艺充满了好奇？想不想进一步了解中国木文化艺术？

近日，首都博物馆“木艺匠心”主题活动在文旺阁木作艺术博物馆拉开帷幕，馆内迎来了一批特殊的参观者——50多个亲子家庭的小学生及其家长，让他们在这里感受中国传统木作的风采，体验非物质文化遗产的魅力，传承木作技艺，开启木作艺术体验之旅。

在儒家经典《礼记》中，木作属于“六工”之一，是中国古代三百六十行中的重要行当，也被称作营造行。在中华文明的历史上，木作起到了重要的作用，无论是建筑、机械、生产工具，还是生活用具，木制器物都具有独特的地位，继而木匠也被称为民间手工艺五大匠之首。

在博物馆的木作展馆中，不仅有木作的起源知识，还有榫卯结构、家具、漆工、农具等相关木作的系列展品。这些展品都是馆长王文旺收集的木物件，大到房屋建筑和灌溉工具，小

到生活用具，各种木制老物件所展现出的精妙，让每个参观者都能感受到古人的勤劳与智慧，更加深入地了解我国丰富的木器文化知识。

当人们厌倦了冰冷的钢板、水泥、玻璃等材质时，回归到一块块大小不一的木头上，用最传统的工具和手工艺雕刻出生活的温度。在参观展品的同时，人们更希望自己可以亲自动手，尝试组装一把小凳子或拆装一个榫卯部件并了解其机构。所以，在木作DIY的亲子活动中，参观者在体验馆内利用最原始的动手工具，亲手敲敲打打、精雕细琢，为自己的木制作品注入灵魂，创造独有的专属回忆的木器。

“无论是拆解榫卯和鲁班锁，还是木材识别、做拓片、织布等体验活动，让所有参与的孩子和家长们可以亲身体验。同时，中华木作技艺与文化也会植入每个孩子的心灵，让木作文化得以代代传承。”王文旺表示。

经过近10年的积累，王文旺整理出数十个系列展品，包括古代榫卯结构的实物展示，明清以来的各类漆器，甚至还有不同地区的儿童车、各行各业的工具行头等。王文旺表示，近期，他将集中精力整理出以大运河两岸古代建筑的门窗及当地居民的家居生活用品为主题的“运河人家”系列展品，以及与古代战争有关的云梯、战车等古代兵器为主题的“古代兵器”系列展品。



孩子们正在用原始工具打造属于自己的板凳



北京国际家居展聚集众多参观者