

论
释

HOME & LIVING TRENDS

经典住宅的现代变装
山顶上的玻璃屋
餐桌上的最高礼遇

2012年3月刊 ¥20.00



9 771673 791120

中国宽带 CHINA BROADBAND

search trendsideas.com

聚首国外谈设计

很多国际展会慢慢变成了国内设计师的大聚会，国内设计师对新潮流、新事物的接受意愿、接受能力，可能更胜于外籍设计师

90年代，可以说中国大陆对创意、设计等领域的涉足还是一个起步阶段。在中国内地要寻找一些有关设计类的潮流资讯相当困难，几乎没有什么渠道、杂志，或机构专门介绍设计、展示创意后所呈现的作品。我大概是从97、98年开始关注国际展会，当时其实是为了能更多地收集设计方面的讯息，与国际接轨，从不同角度去了解、体会不同设计师对设计作品的理解，从而带来新的创意灵感，给自己设计作品带来启发。

最早关注的是意大利米兰展。其实国外的展会有很多，比如法国 Maison&Objet 展、米兰展、科隆家居展、法兰克福家居展、美国高点展，当然还包括香港、加拿大、印度等展会，这些大大小小展会我都会去看。每个展览都有其不同的定位和亮点，有的展览侧重于商业的，以卖货为主，如美国的展会，就是老客户为主，经销商、代理

商共同参与的订货展。有的以展示新品、发布最新动态、学术交流为主题，如米兰展，也是目前我认为比较有看头的一个展览之一。它的规模很大，覆盖的家居领域也齐全，代表了欧洲主流的家居设计潮流。米兰展既有商业性，又有学术性。同期还有一些概念展、学术主题展、研究性信息，并且在米兰展期间还会在附近举办一些具有代表性的主题类展览，这些都可以让看展览的人从不同的角度、观点去品析自己想要的东西。同样，法国 Maison&Objet 展也值得一去，它主要偏重于家具用品和生活方式的结合与展示，这个展也很值得国内设计师去学习。

展会是全方位信息的集合，我会重点关注一些已经关注的品牌，了解他们每年发展的情况、最近的变化和趋势。巴黎展上，我会关注整体展览对生活趋势、整体风向以及大众生活方式、喜

好的变化。我在创意、设计时，可以通过对国际潮流、欧洲人的生活观念，以及他们目前所运用先进技术的了解，结合中国国内市场的消费理念、传统风俗进行新作品的创想和挖掘。这样可以更贴合国人对生活的向往，从细微处加入新鲜感，并保持我们品牌的特色。

目前已经有很多中国设计师的身影活跃在展会上，现在很多国际展会，慢慢变成了国内设计师的大聚会。可以说国内设计师对新品牌、新趋势、新材料等内容的了解已经不逊色于国外设计师了，甚至对新潮流、新事物的接受意愿、接受能力等，可能更胜于外籍设计师了。也正是这个原因，中国的设计师近几年的成长速度相当得快，很多优秀的作品都让国际设计界感到很震撼，很惊讶。



吴滨
世尊软装集团品牌创始人
无间设计首席设计总监

