

圣保罗 São Paulo

area域第13辑 2011年8月出版

area域丛书编委会 主编

Aflalo e Gasperini Arquitetos

Hector Zamora

Isay Weinfeld

Andrade Morettin Arquitetos

Tryptique

Brasil Arquitetura

Adriana Levisky, Anna Dietzsch

Bernardes Jacobsen Arquitetura

spbr arquitetos

Vigliecca & Assoc.

Biselli + Katchborian architects

Paulo Mendes da Rocha

china

100+13

域

建筑文脉的深度透视

building site

Herzog & de Meuron

interiors

Muti Randolph

design

Estúdio Campana

design focus
transparency

area域丛书编委会 技术出版

工人体育场北路 Workers' Stadium North Road

首都机场
Capital International Airport



团结湖
Tuanjiehu



东四十条
Dongsi Shitiao



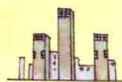
工人体育场西路 Workers' Stadium West Road

工人体育场东路 Workers' Stadium East Road



工人体育场南路 Workers' Stadium South Road

国贸
Guomao



天安门广场
Tiananmen Square



朝阳门
Chaoyangmen



呼家楼
Hujialou



图书在版编目(CIP)数据

Area域. 第13辑, 圣保罗 / 《Area域》丛书编委会

主编. — 哈尔滨 : 黑龙江科学技术出版社, 2011.8

ISBN 978-7-5388-6774-9/TU·673

I. ①A… II. ①A… III. ①建筑设计—作品集—意大利—现代 IV. ①TU206

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第161602号

area域第13辑——圣保罗

出版	黑龙江科学技术出版社
地址	哈尔滨市道里区友谊路66号(150001)
电话	(0451)53642106
传真	(0451)53642143
责任编辑	曲晨阳

制作人	周家斌 熊晓鸽 徐 洲
发行人	赵 虎
副发行人	王 潇
特约主编	田申申
执行副主编	张国岚
编辑	李 征 李 慧
平面设计	周 鑫
制作	北京亚视凤凰广告有限公司

编辑	《area域丛书》编委会
地址	北京市朝阳区工人体育馆1006
订阅电话	13241993732

发行	黑龙江科学技术出版社
开本	889×1194 1/8
印张	32
版次	2011年8月第一版 2011年8月 第一次印刷
书号	ISBN 978-7-5388-6774-9/TU·673
印刷	北京利丰雅高彩色印刷有限公司
广告经营许可证	2301004010122
定价	120.00元

本书内容版权由AREA版权所有意大利Ilsole24ore business media s.r.l.授权, 所有图片和文字未经所有人书面批准, 一概不得以任何形式或方式转载或使用。

Area is the property of and edited in Italy by: Ilsole24ore business media s.r.l. via Patecchio 2 - 20141 Milano, Italy

area

圣保罗 São Paulo

area域第13辑 2011年8月出版 area域丛书编委会 主编

Aflalo e Gasperini Arquitetos

Hector Zamora

Isay Weinfeld

Andrade Morettin Arquitetos

Tryptique

Brasil Arquitetura

Adriana Levisky, Anna Dietzsch

Bernardes Jacobsen Arquitetura

spbr arquitetos

Vigliecca & Assoc.

Biselli + Katchborian architects

Paulo Mendes da Rocha

china

100+13域

建筑文脉的深度透视

黑龙江科学技术出版社

building site

Herzog & de Meuron

interiors

Muti Randolph

design

Estúdio Campana

design focus
transparency

Zumtobel奥德堡照明之“建筑与光的对话”系列沙龙

—2011 Zumtobel奥德堡“人与环境的和谐”照明设计大赛成功启动

2011 Zumtobel China “Humanergy Balance” lighting design awards

2011年6月22日-7月2日，由Zumtobel奥德堡照明与《城市·环境·设计》(UED)杂志社联合主办的“建筑与光的对话”学术沙龙暨2011 Zumtobel奥德堡“人与环境的和谐”照明设计大赛启动仪式分别在北京、上海和深圳三地轮番上演。来自三地的诸多著名建筑师、室内设计师、照明设计师及媒体记者等总计150余人出席沙龙现场。本次系列沙龙活动分别以博物馆建筑、商业综合体建筑及酒店建筑为主题，由《城市·环境·设计》杂志社主编、天津大学建筑学院特聘教授彭礼孝主持，邀请嘉宾紧扣主题，结合建筑设计的典型案例、当前问题，以及建筑设计中照明的独特性等方面展开了学术交流，进而为建筑设计的发展趋势，拓宽了思路。

2011 Zumtobel奥德堡“人与环境的和谐”照明设计大赛

我们

Zumtobel奥德堡照明，是全球专业照明市场公认的著名品牌之一。在电子照明技术及专业照明系统方面是全世界公认的领先者。其总部设于奥地利，在维也纳上市，销售网点遍及全球70多个国家和地区。

多年来，Zumtobel奥德堡集团在设计产品及其应用性时，对于可持续性和能源效率一直有着最为优先的考虑。给客户id提供独一无二的优势源自Zumtobel奥德堡照明方案的创新、技术、设计、人文和能源效率的平衡。

缘起

随着资源开采和环境污染产生的巨大影响日益明显，有关可持续性的话题在社会和经济上已受到越来越多的关注。特别是在建筑环境方面，灯光设计师、建筑师、工程师和建筑开发商们都在想方设法积极地以科学知识、技术创新和创造力，结合自身的强烈责任感和勇气迎接可持续这个巨大的挑战。

我们希望通过灯光给人们带来不同的体验和不同的照明感受，使工作变得更加轻松，沟通变得更为愉悦。设计并勾勒人与环境更为和谐、更为人性化、未来可持续发展的“照明蓝图”，创造更为美好的生活空间。

Zumtobel奥德堡照明“人与环境的和谐”室内照明设计大奖，是专门为那些在照明、建筑设计中对于创造宜居的、为平衡个体需求和环境可持续性发展做出显著贡献的优秀设计方案而设定，于2010年正式登陆中国。期待中国的设计力量为人类创造更为和谐、更为人性化的照明感受。

主题：

Humanergy Balance 人与能源的和谐—追寻的是环境、能源及个人之间的平衡，这个理念将光视作一种工具，它应当最大可能的满足人类需求，同时也最大限度降低对环境的污染。

照明的本质是培养我们极大的幸福感和创造理想的生活，提高人类的生产力，满足感和健康水平。为了实现这个目的，Zumtobel奥德堡照明将生态与经济学科学的均衡结合，并将公司的社会责任感及其客户、合作伙伴及企业理念相结合，提出了创新的照明解决方案。致力于通过光的视觉功能、情感效应及生理效应来评定光的整体效果。并且在国际照明领域全力推广这个理念，期待通过照明设计力量为人类创造更为和谐、更为人性化的照明感受！

荣誉

本次大赛最终评选出金奖4名，银奖10名，和10名未来之星。

优胜获奖者有机会参与奥地利、德国VIP光之旅。行程包括参观Zumtobel奥德堡集团总部以及在德国的重要项目，还包括参观2012年德国法兰克福国际灯光照明及建筑技术与设备展览会。

参赛资格

- 长期在中国境内居住（含港、澳、台）的建筑师和设计师工作者；
- 中国境内建筑或艺术设计院校学生（含港、澳、台）；
- 参赛者可以是个人或团体（团体成员数量上限为3人），每个参赛者只拥有一个参赛名额，参赛作品数量不限。参赛者须确保其是参赛作品的唯一作者。参赛者须确保其参赛作品是原创作品。



评委团

Peter Dehoff 奥地利照明学会理事长；欧洲标准委员会奥地利国家代表

丁平 英国莱亨迪赛灯光设计合作事务所照明设计师兼总经理

沈立东 上海现代建筑装饰环境设计研究院有限公司董事长

许东亮 栋梁国际照明设计中心有限公司代表，日本一级建筑师

郑见伟 北京市建筑设计研究院灯光工作室主任、总照明设计师

常志刚 央美光成北京建筑设计有限公司（中央美术学院光环境研究所）中央美术学院建筑学院副院长

王锦燧 中国照明学会理事长

王心宴 HBA上海设计事务所设计总监

关永权 关永权灯光设计有限公司总照明设计师

报名方式：

参赛者通过登录大赛官方网站（www.id-china.com.cn）并注册的方式来报名
作品提交周期：2011年6月22日—8月31日

联系我们：

大赛组委会：

组委会地址：北京市朝阳区工人体育馆东门一层1006《室内设计》

邮编：100027

大赛官网：www.id-china.com.cn

电子邮件：hangyou@id-china.com.cn, idc2005@126.com

大赛主办方

奥德堡照明（中国）

上海办

地址：上海市徐汇区田林路192号101室

邮编：200233

电话：(8621) 6375 6262

传真：(8621) 6375 6285

电子邮箱：sales.cn@zumtobel.com

北京办

地址：北京市朝阳区建国路乙118号京汇大厦1207室

邮编：100022

电话：(8610) 6567 8571 / 6567 8572

传真：(8610) 6567 8573

电子邮箱：Roentgen.chen@zumtobel.com

广州办

地址：广州市天河区珠江新城金穗路30号丽晶华庭金莱阁2506房

邮编：510623

电子邮箱：sales.cn@zumtobel.com



High-performance
LED products by Zumtobel
fascinate users with their high efficiency,
excellent colour rendition,
maintenance-free operation and
sophisticated design.

The interaction with
intelligent lighting control systems
creates dynamic solutions
providing a perfect combination
of lighting quality and
energy efficiency.

LED'S
CONTROL
LIGHT

Intelligent lighting solutions
by Zumtobel
strike a perfect balance
of lighting quality
and energy efficiency –
HUMANERGY BALANCE.

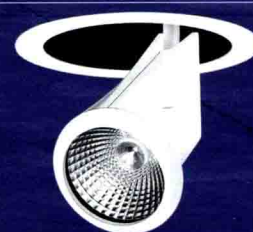
Zumtobel Lighting China
sales.cn@zumtobel.com
Tel: 0086 21 6375 6262
0086 10 6567 8571
0086 20 3825 5935



*The IYON LED spotlight combines a sensuous
stylistic idiom with maximum functionality.
Design: Delugan Meissl Associated Architects*



*Unique optical systems and high-power
LED modules ensure high-quality illumination
of retail areas.*



*Available in two sizes and suitable for use
in 3-phase tracks or as semi-recessed
solution.*

www.zumtobel.com/IYON



ZUMTOBEL

美国阔叶木：涵蕴无穷，构建时尚风格

第十六届美国阔叶木外销委员会东南亚及大中华区年会于南京隆重举行

'US Hardwoods: Substance and Style' American Hardwood Export Council 16th Southeast Asia & Greater China Convention was Held in Nanjing

2011年6月28日500多位木材贸易商、使用者和设计师于中国南京参加主题为「美国阔叶木：涵蕴无穷，构建时尚风格」美国阔叶木外销委员会（AHEC）第十六届东南亚及大中华区年会。今年的年会继续为木材业界提供商贸平台，让业界与美国阔叶木外销商洽商联谊，并有一个由七位来自美国和亚洲的专家小组主持的座谈会，就有关可持续生产的美国阔叶木在设计、制造、贸易等方面的最新发展和应用，进行业界信息和意见交流。

近年，美国的出口量占生产的比重一直迅速上升。据估计，美国现时出产的所有等级阔叶木木材中有三分之一是出口至外地市场。自2009年开始，中国内销市场的发展已经带领中国走出低靡的世界经济困局。2006年至今，中国已经连续多年稳占美国阔叶木进口市场的首位。美国统计局数据局数据显示，美国在2010年出口至大中华地区的阔叶木木材货值接近4亿美元，而2011年首四个月达一亿九千万美元，较2010年同期之一亿二千八百百万美元增长达五成。

美国阔叶木外销委员会行政总监迈克·思诺（Michael Snow）表示：“外地市场的需求不断增长，对阔叶木行业及旗下林木的长远健康发展，实在举足轻重。随着亚洲和其他市场对环保材料的兴趣愈益浓厚，美国阔叶木行业有能力加大生产，满足所需，同时亦毋须苛待林木资源，令各方均享受到互惠互利的好处。”美国威斯康辛大学森林及野生动植物生态系统教授兼木制品专家斯科特·鲍威（Scott Bowe）表示：“由于亚洲的中产阶层急速膨胀，导致环球各地对商品的需求大幅飙升。与此同时，基于环保理由，改用可持续的碳中性材料实在刻不容缓。亚洲对环保建筑和室内设计的需要与日俱增，因此，兼具种类繁多、用途广泛、美观耐用，以及可持续发展等特色的美国阔叶木木材，相信是配合大势所趋的不二之选。”

著名建筑师约翰尼·马什（Johnny Marsh）在采访提到根据建筑特点来确定选材时注重质量而非外表，环保也是选材的重点，而环保不仅指环保材料，包括运输中能源消耗及费用；并同时展示了美国阔叶木在现代建筑上多元化的应用范例。

而家具设计大师约翰·凯利（Johnny Kelly）在采访中则强调家具设计时对材料、功能、特性、环保、舒适度重点考虑；并分享现代家具设计师近年所面对的巨大转变与挑战，例如智能设计、绿色与设计等。

美国绿色建筑LEED认证专业人士及建筑师迈克·思诺（Brain Court）介绍了可持续管理和美国阔叶木的全球化趋势。以及两位来自香港的知名建筑及室内设计师罗颖佳和梁志天则就现代生活更多姿多彩的室内设计范例来阐述生活的艺术为年会作总结。

More than 500 timber traders, users and designers attended American Hardwood Export Council 16th Southeast Asia & Greater China Convention held at Nanjing on June 28, 2011. The meeting theme was 'US Hardwoods: Substance and Style'. Following steps of its precedents, this year's convention continued to provide a business platform for the timber industry, facilitate negotiations and communication between the timber industry and the export businesses. The convention also featured a symposium hosted by seven experts from the US and Asia. The latest developments and applications in such areas as sustainable design, manufacturing and trade of US hardwood were discussed. Industry information and viewpoints were exchanged.

The proportion of U.S. hardwood export in its production has been rising rapidly in recent years. It is estimated that of all currently produced US hardwood, one third is exported to foreign markets. Since 2009, with the development of China's domestic market, China has gotten rid of the malaise of the world economy plight. And ever since 2006, China has been the largest importer of US hardwood for many years in a row. Data provided by U.S. Census Bureau shows that, the US exported nearly \$400,000,000 worth of hardwood to the Greater China in 2010. In the first four months, the export value was up to \$190,000,000, increasing by a year-on-year 50% compared with \$128,000,000 of the same period.

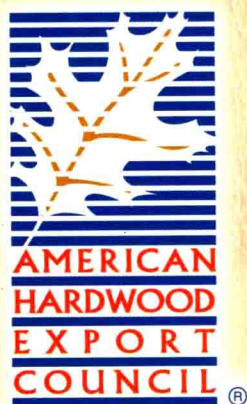
Michael Snow, the Executive Director of American Hardwood Export Council said: 'the growing demand in foreign markets is important for the long-time healthy development of hardwood industry and its related timbers. Although the interest of Asian and other markets toward environmentally-friendly materials is increasing, American hardwood industry has the ability to increase production to meet the need. However, it should not be harsh to forest resources, so that all parties can enjoy mutual benefits.'

Wood product specialist and Professor Scott Bowe, who specializes in forest and wildlife ecosystems at University of Wisconsin, said: 'the rapid expansion of middle class in Asia has made the global need for commodities soaring. At the same time, it is urgent to replace traditional materials with sustainable carbon-neutral materials. In Asia, the need for green buildings and interior design is increasing, thus US hardwood featuring diverse, beautiful, durable and wide usages is the very choice which is in line with the trend.'

During his interview, Johnny Marsh, the famous architect, mentioned that it should determine the wood according to architectural features, focusing on quality rather than appearance. He said that environmental protection should also be the focus when choosing materials, and environmental protection refers not only to the using of eco-friendly materials, but also to energy consumption during the transportation and related costs. Johnny Marsh also demonstrated multiple application examples of American hardwood in modern buildings. Furniture designer Johnny Kelly emphasized in his interview that we should put emphasis on materials, functions, environmental protection and comfort during the design of furniture. He pointed out enormous changes and great challenges faced by contemporary furniture designers in recent years, such as intelligent design, green design and so on.

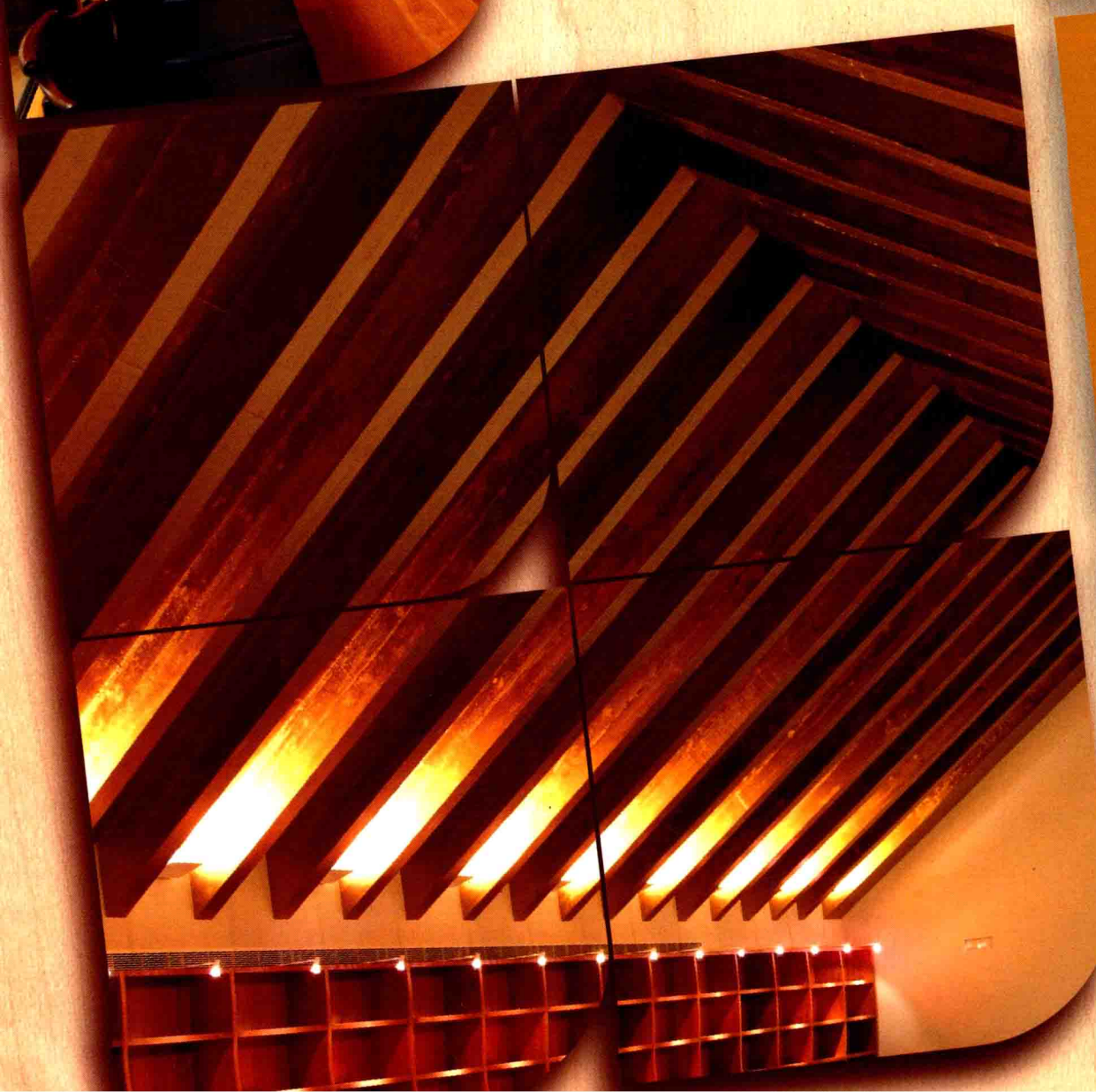
LEED-certified U.S. Green Building professional and architect Brain Court introduced the sustainable management and the global trend of American hardwood. Luo Yingjia and Liang Zhitian, famous architects and interior designers from Hong Kong, delivered the closing speech respectively by illustrating the art of life through interior design examples which make modern life more colorful.





爱尔兰
EU Veterinary Office
**美国白橡木、
白腊木**

**发挥创意
演绎空间**



西班牙
Navarra General Archive
**美国樱桃木、
硬枫木**

美国阔叶木外销委员会
东南亚及大中华区
香港夏慤道12号美国银行中心1305室
电话：(852) 2724 0228
传真：(852) 2366 8931
电邮：info@ahec-china.org
网址：www.ahec-china.org



品味极致的独运匠心 探究巅峰之作背后的力量

——Made By Design 顶级品牌联盟2011德国工厂之旅

Origin Ingenuity Ultimate, Explore & Discover The Premium Spirit Of 7 Luxury Brands From Germany

——Made By Design 2011 Factory Tour

2011年6月，在德国7家经典室内设计行业顶级品牌的盛情邀请下，来自中国大陆、台湾以及新加坡的设计师、建筑师与业内几位资深媒体人一道自北向南，奔赴历史悠久的德国古镇，参观了其所属的总部工厂、博物馆、概念展示中心；同时也走近了平日里在我们这些外人看来颇具神秘色彩的工匠大师们的生活和工作。这也是继“Made By Design”品牌联盟2010年3月首次“德国设计之旅”之后再度携手国内外知名建筑师、设计师进行总部原厂的探访活动。通过为期两周的切身体验和实地感受后，设计师、建筑师及媒体同仁们对于诞生于德国的工业设计精髓又有了彻头彻尾的新认识，此行的每一站都将最地道的“匠心独运”之精神透过那些永恒经典的细节表现传递给了每一位造访者。这将近半个月的探访之旅让每一位受邀人都强烈地体会到了在工业科技高度发达的现如今，若能使一个品牌如常青藤般历久弥新，如夏花般绚烂夺目，一定少不了对于“以人为本”的设计精神的追求与执着。整个参访行程尽管短暂，却在每一个参访者的心中留下了无法忘怀的回忆。那些打磨出大师之作的机器，那些掌握着世代相传技艺的双手，那些在高度集成化生产线上一丝不苟的检测系统等等，无时无刻不给人带来对于“严谨，扎实，追求完美极致”的专业态度和将“设计的科学”最大化的钻研精神。

更有设计师表示：“在旅行途中，每一个场景、每一个细节，每一位工作人员、每一件事，都触动着心弦、充满了感动。什么是最能代表德国的设计？只有在切身体验和实地考察后，才对于德国设计的精神感召有了真正的认识。”

这七大德国经典品牌背后的底蕴是产品设计、材质运用以及工匠技师们的精湛手工艺的传承，恒久不变的人性化产品理念是其成功的关键。也正是基于一个缔造更理想更美好的人居环境的初衷，FSB福适博、GIRA吉徠、Villeroy & Boch唯宝、hansgrohe汉斯格雅、GAGGENAU嘉格纳、GEZE盖泽、bulthaup宝图这7家德国经典品牌走到了一起，作为一个完全自发组织的品牌联盟，大家携手一同来打造的此次主题活动在室内设计界引起了不小的震动，许多因故未能参与的知名设计师均表示，“希望在国内能够看到这些品牌的集体亮相，也希望能够在国内看到更多由这些品牌打造的经典之作；同时，如能与这些品牌进行长期合作，将是一次无与伦比的经历和荣耀。”

自2010年12月“Made By Design”品牌联盟的正式成立起，一直致力于为中国的优秀设计师、建筑师们提供互动交流性更强的、设计运用更灵活多样的专业平台，一方面旨在推广德国专业设计的精髓，倡导简约、包豪斯的永恒之美，打造更趋完美的人居空间；另一方面，“Made By Design”品牌联盟还希望通过更丰富的话题来与业内人士分享品鉴，为国内的设计发展注入更多鲜活的生命力。





品牌回味：

第一站：极简奢华——FSB/福适博

1881年，Franz Schneider先生在德国Sauerland开始家具配件的生产。1909年，Franz Schneider先生将工厂搬至Weiser山脉下的Brakel小镇。在那一年，他骄傲地在自己生产的银黑两色门把手上印上了自己名字与厂址的首字母缩写——FSB。从那时起，FSB的传奇历史就被拉开了序幕。

从那以后，无论是在崇尚工业设计的包豪斯（Bauhaus）时代还是在数字变革的二十一世纪之后，FSB一直秉承自己独特的理念——把手是人手的延伸——来进行产品的设计及生产。于是，许多世界顶尖的设计师们被FSB邀请来诠释他们对这个理念的理解，许多独特的制作工艺与特殊材质被FSB探索与运用，许多经典的款式开始广受关注，甚至有些已经被纽约现代艺术博物馆所收藏……FSB所做的一切只是为了让人们在接触到把手的一刹那感受到它的舒适与力量。

先进工艺：

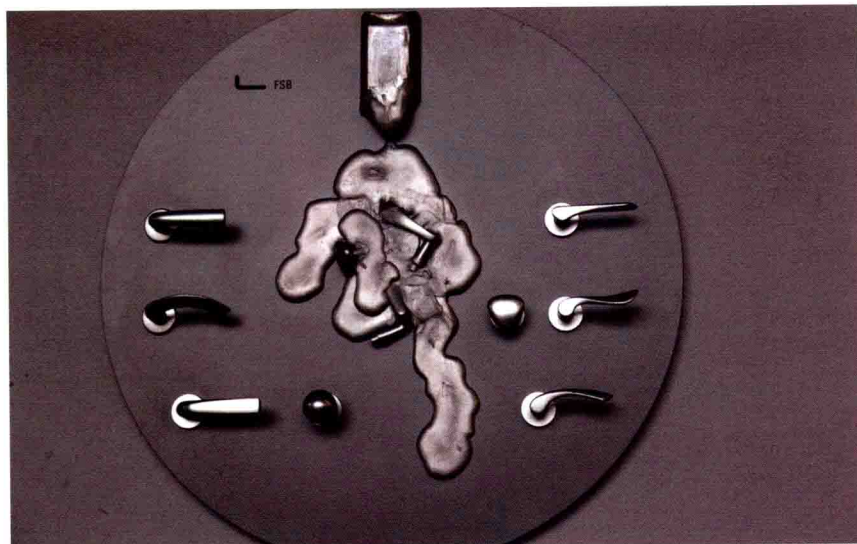
铝合金产品：所有FSB铝合金产品加工工艺不同于国内的阳极氧化，而是使用电溶电解，是铝合金表面氧化层的强度、硬度、耐热性等指标更加优良。所有的铝合金产品也采用实心压铸的制造工艺。

灰铝：在FSB科研人员的不断努力之下，一种新的材质来到这个世界上。灰铝，是在传统铝合金材料中添加了硅原子，它拥有厚重的灰色，以及水晶版的表面，其强度与硬度比普通铝合金强50%，更加耐划。

铝合金静电喷涂：FSB开创新采用静电喷涂的方式将杜邦公司的高级材料可丽耐喷涂于铝合金产品的表面，从而大大丰富了客户对五金产品丰富色彩的追求，RAL色谱中超过100种颜色的选择现在都可以被实现！

不锈钢：所有FSB不锈钢产品的含镍量皆超过了316牌号不锈钢的标准，那也意味着其有更加优异的抗腐蚀能力。每一款具有鲜明设计风格的FSB执手的不锈钢加工工艺皆不同：液压压铸成型、冲压与激光焊接、实心不锈钢自动削铣、三维激光切割等等，但是唯一不变的就是FSB始终采用最先进的工艺来加工所有的五金件。

青铜：青铜产品是FSB最富得意之作。全球范围内几乎不能找出第二家使用青铜作为材质生产五金的厂商。FSB采用92%的铜与8%锡混合的合金用于生产青铜产品，如此配比能使青铜产品拥有出色的抑制细菌功能。更令人感到惊艳的是，青铜产品会拥有自己的颜色渐变过程，随着在空气中的持续暴露，青铜产品会自然地锈蚀，达到一种人工做旧的效果，而且其产生的铜绿非常漂亮，带着一种优雅的金黄色，往往能让人在惊喜中感受到一种别样的享受。



第二站：着眼未来——吉徕/GIRA

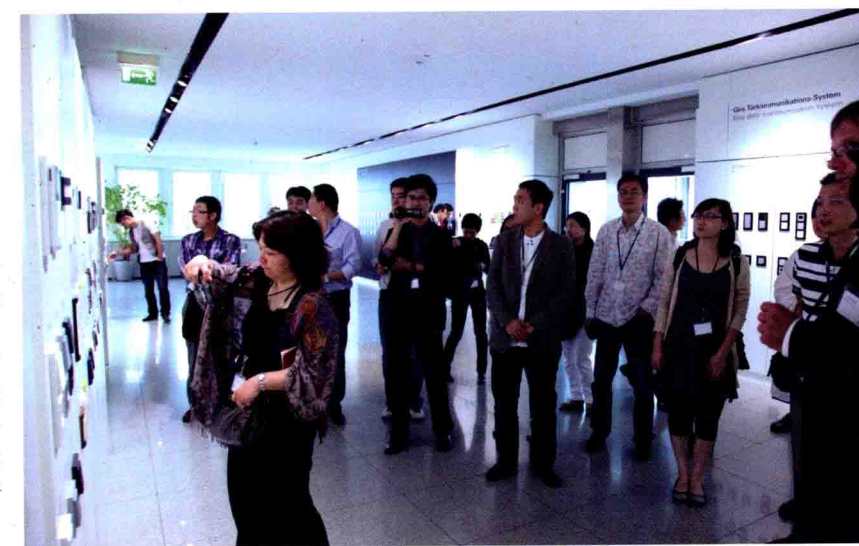
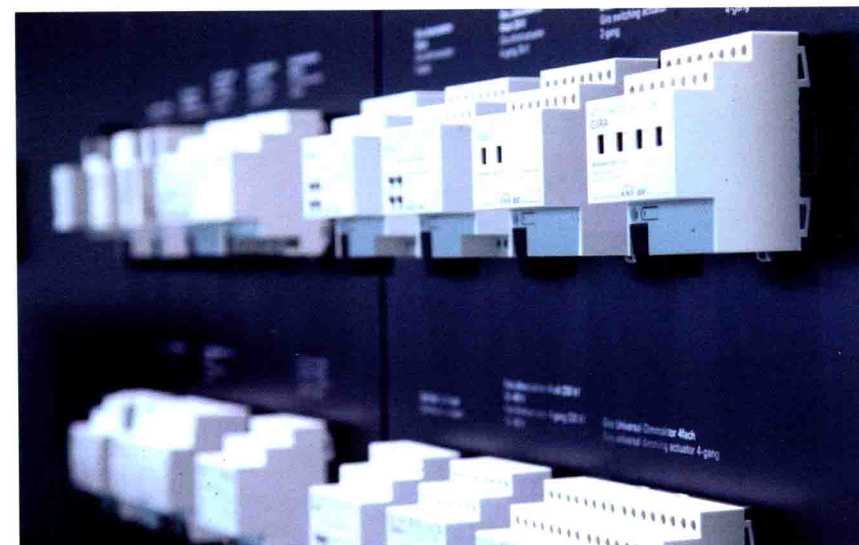
在品牌历史的第一百年，吉徕家族企业的第四代，提出了让自己成为电器系统市场顶级品牌的目标。技术的进步和高水准的设计能力与同时采取与公司直连的三级销售可以说贯穿了整个吉徕的历史，公司的创始人，Gustav和Richard Giersiepen兄弟，已经明确了关于创意创新的重要性-着眼于未来，他们始终认为，他们的家庭和事业都在radevormwald，他们的公司名就是一个很好的例子：吉徕由他们的姓氏以及企业所在位置的首字母组成。

渴望实践，拥有丰富的思想和强烈的创新意识，从开关起家，产品最终覆盖当时几乎所有必须的电器系统，吉徕在20世纪20年代便具有了高超的质量以及优良的设计。在20世纪50年代后期吉徕引领了现代化模块系统的革命。那时，几乎所有的开关都是预先组装完成的。然而吉徕模块化开关系统拥有深远的意义，这意味着一个几乎全新的技术标准被规范化。无论是圆形还是方形的开关，亦或是组合内芯都能使用相同的面板来固定安装。吉徕同时勇于尝试一些新的视觉元素，白色的开关渐渐取代了原来一贯沉闷的墨绿色开关。

吉徕现在也同样直接面向设计师。设计师对吉徕下一代的发展方向留下了深刻的印象，吉徕在1996年引进了“表面开关”，整个按键部分几乎占据了整个面板，吉徕新的开关系列以及其所树立的标准很快被一些著名的开关企业所跟随，然而，吉徕也非常注重产品的附加值，其树立了一系列不同于基础系列的高端系列，旨在以更高的价格满足更好的需求。

吉徕在接下来的10年里系统化的扩大了其顶尖设计，在1970年与设计师Odo Klose教授合作设计了S-Color系列开关。因为在20世纪80年代初，设计师们提出了他们的新需求，他们需要一种能匹配HEWI品牌的明亮色彩的塑料门把手的开关和插座。1985年开始，S-Color系列在市场上收获了多个设计奖项。然而吉徕对于设计师的合作并没有限制自身的产品线，而是渴望在各个方面展示公司自身的理念。著名的品牌公关设计师Hans Günter Schmitz教授给予吉徕全新的形象来诠释公司致力于顶尖设计的渴求。1994年随着新的销售和培训中心的建立，公司的架构也包含了这个新的概念。一年后，吉徕因为其综合表现在North Rhine-Westphalia被授予企业设计和企业管理奖。

S-Color系列从技术角度来讲也是开拓的先锋，他提供了超过一百种电器方面的功能，包括调光，窗帘控制，在吉徕稍后的总线系统中他也提供了按键感应器。这是这所百年家族企业所取得最重要的转变，他已经逐步发展成了建筑的智能系统的供应商。吉徕已经成功的挑战了“智能家居”这一未来概念。吉徕的家庭服务器，智能感应器和信息终端不仅使笨拙的建筑变得更聪明，也让人能更好的控制自己的居住生活。





第三站：品鉴卫浴——唯宝/Villeroy & Boch

262年德国顶级品牌唯宝/Villeroy&Boch在西洋艺术史上为艺术及精致工艺献身，不仅表现独有的艺术原创性，更写下欧洲陶瓷辉煌的发展及演进史。唯宝/Villeroy&Boch同时为人类带来实用性的卫浴革命，提升享受完美的艺术生活品味。早在18世纪，为了提供精益求精的技术和品质，Boch家族开始限制一些产品，例如：花器、墨水瓶、台灯等规格，并将造型和花色标准化，运用简单的造型加上统一的蓝色调花色，相互搭配变化。虽然这样的做法在今日看起来不足为奇，但在18世纪中、末的当时却是一项创举，无论是陶器外形、花样皆有其高度美感价值，而其时至今日仍在工厂的生产线上。

在无数世界各地的名胜中，我们不难发现唯宝/Villeroy&Boch的踪迹。作为世界百家顶级酒店之一，始建于1876年，位于德国法兰克福中心区域的Steigenberger Frankfurter Hof酒店；香港久负盛名的超豪华酒店，面朝维多利亚港的香港半岛酒店（The Peninsula HongKong），其卫浴设计和餐具均来自唯宝/Villeroy&Boch的经典之作，成为完美铸就顶级酒店与经典卫浴陶瓷的融合典范。

随着时间的流逝，唯宝/Villeroy&Boch对于经典的诠释犹如珍藏许久的佳酿，愈久醇香。同时，唯宝/Villeroy&Boch家族认识到只靠特定产品的外销运作，无法确保品牌在全球市场的地位屹立不倒。紧接着，一系列传承了品质与创新设计感的套系产品逐一呈现。从洗面盆、座厕、净身盆到浴缸，从地砖、墙砖和定制取暖到卫浴五金和浴室配件……一切和谐卫浴空间所需的元素在唯宝/Villeroy&Boch都可以找到。

代表着雅致与浪漫情怀的乐贝/La Belle系列；传承20世纪早期朴质风格的豪迈/Hommage系列；独特、奢华的贝御/Bellevue系列；以精简线条，最少耗费达到最大效果的弥曼托/Memento系列；永恒舒适且不乏个性设计感的麦特/My Art系列……“皇室制造商”的雍容奢华在今天得到了全新的诠释。

改革的脚步，一旦迈出，就不会停止。2010年的最新产品宝洁丽/viClean电子座圈盖板，实现了各种智慧功能，用户可使用红外线遥控器调节清洗的水温以及水量大小、座圈温度，节能环保、夜光灯等诸多功能。至此，唯宝/Villeroy&Boch不仅仅是致力于陶瓷和卫浴产品设计的品牌，为使用者带来放松身心的舒适卫浴享受成为了前进道路上的又一个里程碑。

在这漫长的岁月中，所有的成就和发明，不止于产品本身，更是一种精神和品质。今天，唯宝/Villeroy&Boch精益求精的技术，不仅获得了德国工业设计界“奥斯卡”之称的“红点工艺设计奖”，更是成功进驻2010年上海世博会两大展馆。其设计的多个产品实现对生态可持续发展的承诺，达到节水环保的目的。



第四站：百年风云——汉斯格雅/hansgrohe

“方寸之地，匠心独具。”由汉斯·格雅先生于1901年在德国黑森林的希爾塔赫市创建的汉斯格雅（hansgrohe）股份公司正是打造这方寸之地的能工巧将。历经百年发展，汉斯格雅由一家手工作坊成长为在卫浴行业响誉盛名的制造商和全球出口商。在过去的100多年中，汉斯格雅不仅仅造就了一个世界知名的卫浴品牌，也极大地推动了世界卫厨设备的发展进程。企业始终秉承着创新的精神，坚持着“环保、创新、人导、设计”为产品灵魂的企业经营准则，在洗浴文化史上留下了不可磨灭的印记……

汉斯格雅对水和浴室文化的兴趣并非偶然。其对水的态度和处理方式在汉斯格雅生生不息的百年发展中起到了非常重要的作用。从1901年创立时只有三人的手工作坊到今天拥有3000多名员工的国际企业，汉斯格雅不仅对浴室文化的兴趣愈发浓厚，而且还保存了许多历史展品。1997年，汉斯格雅在希爾塔赫的“水—浴室—设计”博物馆建成并向参观者展示浴室文化的700年发展历史。

汉斯格雅“水—浴室—设计”博物馆的历史之旅始于对中世纪浴室的简单了解。卫浴生产车间中展示了自1910年使用的原始工具，使参观者对生产厨房用品、天窗和容器的工艺和技术有所了解。博物馆中具有代表性的浴室包括19世纪的奢华浴室，东欧的预制式浴室以及多彩的20世纪70年代的装饰艳俗的浴室布置，体现了在水处理上的变化以及卫浴贸易的发展趋势。

在历史上，浴缸由铜制成，并被打磨得闪闪发亮或将桃木覆盖在铜上，以显示尊贵与荣耀，但是到19世纪末，只在上流社会保留了几千个。出于卫生的考虑，浴缸的位置逐渐由卧室和更衣室转移到专门设置的房间，该房间同时作为盥洗室。

“水—浴室—设计”博物馆中当然不可缺少“现代杰作”。其中展出了汉斯格雅生产的具有历史意义的配件，如称作“Selecta”的首个可调式手持花洒及众所周知的“VW-Beetle 手持花洒”，它们已被销售了百万次并被竞相模仿；首个彩色装置线“Uno”在1986年获得iF设计大奖。近期，著名的法国设计师Philippe Starck也加入到了汉斯格雅。这位参观者穿越时空，完成卫浴之旅后为汉斯格雅的品牌Axor提供的配件和装置构成的浴室的现代诠释令人赞叹不已。



第五站：迥然有别——嘉格纳/GAGGENAU

在德国黑森林地区有一处世界闻名的温泉疗养胜地——巴登-巴登（Baden-Baden）。1683年，年仅26岁的巴登总督威廉（Louis William）心系民生，希望利用穆尔克河流域的矿藏资源来增加贫困农民的收入。于是威廉决定在距此8公里左右的GAGGENAU小镇建立“GAGGENAU嘉格纳铁制品工厂”。经过近两百年的发展，GAGGENAU嘉格纳的业务虽然得到了扩张，但因其产品品类单一，技术简单而仍就停留在生产铁制品领域中。19世纪中欧洲开始工业化改革，给GAGGENAU嘉格纳带来了新的动力。

1873年，来自法兰克福的商人米歇尔·福录尔西姆买下了“GAGGENAU嘉格纳铁制品工厂”。随后在1879年的一次商品交易会上遇见了来自康斯坦茨湖的年轻炉灶专家泰多尔·贝尔格曼。米歇尔的经营理念非常先进，即使在今天也并不落后，他将工厂的规模和范围扩大，并致力于新产品的研发。贝尔格曼作为一名工业领域的先锋，他的加盟为公司注入了活力。他负责自行车、炉具等新产品研发。这两人的组合为GAGGENAU嘉格纳实现了漂亮的转身，同时为“嘉格纳和贝尔格曼铁制品厂”赢得“创新型企业”的称号。

自1931年，封·布兰奎特家族开始经营Gaggenau嘉格纳，并将其生产范围慢慢从独立式厨房炉灶过渡到嵌入式厨房电器。至此，GAGGENAU嘉格纳迎来了它真正意义上的辉煌时代。

在封·布兰奎特的带领下，嘉格纳人开始知道在厨艺世界里该如何前行。他们梦想创造的就是前所未有的东西——厨房家电！这一革新性的产品最初在欧洲的风行与奥托异想天开的厨房之梦密不可分。而充满激情与勇于创新也成为嘉格纳人的灵魂。

1961年，他的儿子乔治·封·布兰奎特继承公司营运总监一职。20世纪60年代早期，管理层决定：不仅生产竞争对手正在生产的可随意放置于厨房的独立式烤箱和烤炉，还坚持创造GAGGENAU嘉格纳独有的厨房科技——研发及生产嵌入式厨房电器。当首批镶嵌着“GAGGENAU嘉格纳”标志的产品行销欧洲市场时，现代厨房电器的生产才刚刚开始。

从1683年的铁制品厂到现在的世界顶级嵌入式家电品牌，GAGGENAU嘉格纳不仅作为一个品牌在成长，他也是历史的见证者。回顾过去的三百年，GAGGENAU嘉格纳代表了一种百折不挠，锐意进取的精神！正是这种精神与嘉格纳人的激情及创新理念，让GAGGENAU嘉格纳品牌魅力不朽！



第六站：开启乐趣——盖泽/GEZE

德国盖泽公司是门窗开启系统和安全技术系统的顶级企业，引领该行业产品的创新和设计。作为一家历经五代传承的独立家族企业，德国盖泽在尖端技术和产品的研发、制造及销售领域颇具实力，并以其极具前瞻性的发展在建筑工艺领域发挥着举足轻重的作用。德国盖泽以其品质卓越的闭门器闻名于世，同时它也是德国自动门系统市场的领军企业。每天，数以百万人走过装有盖泽TS 5000闭门器的大门，享受着Slimdrive产品系列的自动门系统所带来的便利。此外，德国盖泽旗下的丰富产品系列还包括排烟排热系统(RWA)、新型门禁系统的安全技术、玻璃系统。23家子公司，建立了灵活高效的销售服务网络，并在世界各地拥有2000名员工。在2007/2008商业年度，德国盖泽的营业额高达3.8亿欧元。

在1997年的“Messe Bau”，盖泽推出了其最新研发的平移门产品SL。该产品的门机高度仅为7cm，其纤细的“身材”可与门框型材形成完美的结合，体现了产品功能性与美观性的完美结合。SL的出现，称得上是盖泽产品创新的里程碑。1999年，在Messe Bau，GEZE IGG（一体化全玻璃系统）首次亮相。遍布全球的13家子公司和150个销售网点使得盖泽成为具有产品创新理念的门窗顶级制造商之一。

盖泽凭借着创新精神，独特的经营理念和敏锐的投资眼光，在众多竞争对手中脱颖而出，跻身于德国中型企业100强的行列。同时，盖泽卓越且赋有创新理念的全玻推拉门导轨Vetroslide，在竞争激烈的国际设计竞赛中证实了自身的实力，获得了“红点”奖。盖泽Vetroslide得到了由知名建筑师和室内设计师组成的评审团，在产品外观设计上的一致肯定。





第七站：厨房建筑——宝图/bulthaup

自1949年创立品牌至今，bulthaup设计及出品的厨房厨柜系统，一直是厨房行业领域的顶级典范，并不断领导厨房设计及技术革新。跟随社会的不停演变，bulthaup 努力配合人们的生活模式，及钻研建筑技术，旨在创造和设计崭新的厨房空间，令厨房变成优质生活环境的一部分。bulthaup 推出的产品，结合简约且永恒的设计、超凡的工艺、最顶级的材素以及人体工程学，适合不同尺寸大小的空间，缔造跨越时间、空间的厨房美学。

bulthaup引领厨具革命风潮的傲人成就，自Martin Bulthaup于1949年创立品牌开始。简约耐看的线条设计，与细致讲究的制造技艺，成功为bulthaup品牌确立鲜明形象。至20世纪80年代初期，创办人之子Gerd Bulthaup继承家业后，锐意将bulthaup发扬光大。深受极简美学思想包浩斯（Bauhaus）理念洗礼的他，邀请著名设计大师、Ulm设计学校创办人之一的Otl Aicher携手合作。Aicher被公认为奥林匹克运动会的视觉形象之父，他为1972年于慕尼黑举行的奥林匹克运动会设计海报，更利用简洁的图像元素来设计完整的标志系统，此套标志，不但成为日后各届奥运形象设计的蓝本，更影响至公共空间的标志使用。根据一份为bulthaup作的研究，Aicher 于1982年推出《The Kitchen for Cooking》（Die Küche zum Kochen），阐述了一种崭新的厨房哲学：厨房不仅因煮食而存在，更是家居生活的一部分，厨具设计也格外注重配合人体工学和实用性。

bulthaup发展进程中的历年，都会推出不同的系列，日后均成为里程碑式的典范。20世纪70年代推出的 c12厨房系统(system kitchen)，为现代厨房下了全新的定义。厨房系统，在当时来说，属于非常崭新的概念，是根据人体工程学来对厨房空间作整体策划，而不是从单一个厨柜的角度出发。这个「厨房系统」的概念影响非常深远，启发整个业界及主导了日后高级厨房的设计。1982年，bulthaup 推出“butcher block”，首创了家用厨房中的中岛(island)设计。1997年面世的system 20系列，就带来了「活动式厨具」的突破性概念，是市场上第一个针对流动性很高的用家的厨房系统。所有厨具单元都安装独特滑轮或支撑脚，让厨具能自由移动，独立灵活摆放。我们在工厂和展厅分别看到的bulthaup b3系列产品，利用了一直被忽略的墙壁，将其作为一个可以被“设计”的空间，开创了“悬浮式橱柜”的概念，创新结合了轻盈、简约与实用功能等三个元素，实现从地面转至墙面的厨房设计革命，新生活形态。悬浮式概念主要利用具有极大承载力的功能墙面，在这墙面上悬挂厨房内的用具，彻底打破过去厨具完全依赖地板、摆放受一定限制的缺点。此悬浮效果只有配合 bulthaup 的超凡工艺才可以全面展现。参观下来，超凡的工艺、精密且人性化的设计、以及上乘的材质选择，是对 bulthaup最强烈的印象，这也自然能够理解为什么bulthaup会成为专业厨师及烹饪爱好者的首选家居厨房品牌。



国际建筑大师对话梅溪湖

International Architects Contribute Their Wisdom to Meixihu

2011年6月25日，由长沙大河西先导区管委会主办，方兴地产（中国）有限公司承办，意大利建筑杂志《area》中文版《域》杂志协办的“长沙梅溪湖国际文化中心方案宣讲——国际建筑大师对话梅溪湖”活动在湖南长沙喜来登大酒店举行，分别来自奥地利的汉斯·霍莱因建筑事务所、意大利的阿克雅建筑事务所、法国的保罗·安德鲁建筑事务所、奥地利的蓝天组建筑事务所和英国的扎哈·哈迪德建筑事务所的世界顶级建筑设计团队齐聚长沙，展示他们精心创作的梅溪湖国际文化艺术中心概念方案设计，并对梅溪湖规划进行点评；同时，参加这次活动的9名评委也都是国际、国内著名的建筑设计专家，包括评审团主席国际著名建筑大师矶崎新，及评委团成员著名建筑设计专家工程院院士何镜堂、工程院院士魏敦山、工程院院士周福霖、2011深圳双年展总策展人Terence Riley、湖南大学建筑学院院长魏春雨等。本次活动的举办对梅溪湖国际服务区的建设乃至长沙城市国际化进程产生了重要的推动作用，这是中国建筑界一次高规格的盛会，众多“普利兹克建筑奖”获得者聚首同一个城市、共同关注同一个项目，在国内尚属首次。

宣讲会开始之前，梅溪湖地区的总体规划设计方Atkins首先为大家介绍了梅溪湖区域情况。梅溪湖地区将是一个高强度的城市区，内含国际商务区、教育区、文化艺术区、商业区、研发区、能源中心等多种功能。他在介绍区域情况同时，也从规划方的角度提出了对建筑的要求。随后开始的宣讲活动中，首先讲述设计方案的是阿克雅建筑事务所创始人Marco Casamonti。接下来依次是蓝天组建筑事务所合伙人Wolf D Prix，汉斯·霍莱因建筑事务所创始人Hans Hollein，保罗·安德鲁建筑事务所合伙人Thomas Richez及扎哈·哈迪德建筑事务所合伙人Patrik Schumacher。

梅溪湖国际服务区位于岳麓山下，北倚枫林路、东临二环线、西靠三环线、南接桃花岭，规划面积14.8平方公里，分为创新研发区、文化娱乐区、TOD混合利用区、高端居住区、中央商务区、低碳邻里社区、码头混合区、混合居住社区、混合利用区等9大功能区，按照科技创新中心、国际商务中心、国际文化艺术中心、国际居住中心的定位，到2018年，梅溪湖国际服务区将建设成为河西新城的城市中心。

(特别鸣谢：感谢Zumtobel奥德堡照明对《area域》杂志的长期支持！)

“Scheme Presentation of Changsha Meixi Lake International Cultural & Art Center - International Architects Contribute Their Wisdom to Meixihu” activity was launched in Sharaton Hotel, Changsha, Hunan on June 25, 2011, which was hosted by Administrative Committee of Changsha Great Hexi Pioneer District, undertaken by Franshion Properties (China) Limited and co-organized by Chinese edition of Italian architecture magazine Area. Internationally A-list architecture design teams got together here namely Austrian Hans Hollein Architecture Studio, Italian Studio Archea, French Paul Andreu Architecture Studio, Austrian architecture studio COOP HIMMELB(L)AU and British Zaha Hadid Architects, and they presented their dedicatedly designed plans for Meixi Lake International Culture & Art Center and gave comments on the planning concerned; Meanwhile, nine judges present in the activity were all internationally and domestically distinguished architectural design specialists, including internationally renowned architect Arata Isozaki, the Chairman of the judging panel as well as He Jingtang, a famous architectural design specialist and a academican of Chinese Academy of Engineering, Wei Dunshan, academican of Chinese Academy of Engineering, Zhou Fulin, academican of Chinese Academy of Engineering, Terence Riley, Chief Curator of 2011 Shenzhen Biennale, Wei Chunyu, Dean of College of Architecture of Hunan University, etc. who are members of the judging panel. This activity has played a vital role in promoting the construction of Meixi Lake International Service Area and even the urban internationalization of Changsha and this is a high-level gathering in Chinese architecture field. This is the first case in China for so many “Pritzker Architecture Prize” winners to make appearance in one city and focus on one project.

Atkins, the general planning designer of Meixi Lake Area gave an introduction to Meixi Lake Area firstly before the presentation kicked off. Meixi Lake Area will be an intensive urban area integrating diversified functions like international business district, education area, culture & art area, business area, R&D area, energy center, etc. He proposed requirements for buildings as a planner when introducing general information of the area. Marco Casamonti, who is the founder of Studio Archea, was the first to illustrate the design plan in the presentation activity followed by Wolf D Prix, copartner of architecture studio COOP HIMMELB(L)AU, Hans Hollein, the founder of Hans Hollein Architecture Studio, Thomas Richez, copartner of Paul Andreu Architecture Studio, and Patrik Schumacher, copartner of Zaha Hadid Architects.

Located at the foot of Yuelu Mountain, adjacent to Fenglin Road in the north, the 2nd Ring Road in the east, the 3rd Ring Road in the west and linking with Taohua Mountain Range in the south, Meixi Lake International Service Area boasts a planning area of 14.8km² and is divided into nine functional zones, namely innovative R&D zone, culture & entertainment zone, TOD mix zone, high-end residential area, CBD, low-carbon neighborhood community, wharf mix zone, residential mix zone, utilization mix area. Based on its orientation to be the technology innovation center, international business center, international culture & art center and international residential center, Meixi Lake International Service Area will be built into the urban center of Hexi New Town by 2018.

(Special thanks to Zumtobel for its long-term support for magazine Area!)



1. 活动现场
2. 评委团
3. 梅溪湖区域规划设计方Atkins在介绍梅溪湖地区
4. 保罗·安德鲁建筑事务所合伙人Thomas Richez在讲设计方案
5. 扎哈·哈迪德建筑事务所合伙人Patrik Schumacher在讲设计方案
6. 蓝天组建筑事务所合伙人Wolf D Prix在讲设计方案
7. 汉斯·霍莱因建筑事务所创始人Hans Hollein在讲设计方案
8. 阿克雅建筑事务所创始人Marco Casamonti在讲设计方案



重新解读：时代的标志

2011北京设计师沙龙活动

Reinterpretation: a sign of the times

2011 Beijing Designers' Salon

2011年6月23日晚，由Invista英威达与东帝士集团联合主办，美国《室内设计》中文版杂志协办的2011色彩流行趋势之“重新解读：时代的标志”设计师沙龙活动在北京工人体育场《樽》会所成功举办。尽管活动当晚遇到了北京今年以来最大的一场暴雨，城市交通几乎陷于瘫痪，多条城市主要道路由于积水无法排除导致断桥断路交通限行，但活动仍然吸引了众多的设计师朋友先后到场，积极踊跃地参与到每个环节中。

活动现场，英威达作为全球最大的综合纤维和聚合物公司之一，通过其专业的行业研究分析及宏观的视角对2011年的色彩流行趋势进行了分析与预测。Invista市场部经理金莹女士进行了题为“重新解读：时代的标志”的主题演讲，为设计师带来了来自全球的前瞻性的思考和对色彩趋势的根源及设计趋势的更多探讨，受到设计师的一致好评。

活动上，作为中国首家绿色环保地毯制造商的东帝士集团也为设计师带来了一场环保主题演讲。其从环保材料的选择到生产过程中能源的利用再到产品使用后的后续处理循环利用，均秉承环保理念并将这一概念融入到每个环节，令到场的设计师们印象深刻。

在沙龙活动中，主办方还特别策划了创意DIY环节，将活动气氛推向高潮。游戏环节要求参与者用各色不织布，通过剪裁、粘贴等简单工艺，完成自主创意制作。主办方为设计师准备了织布、剪刀、胶水、别针等简单的工具，并提出无限定主题，由设计师自由发挥想象。设计师们个个跃跃欲试，创意在活动现场无限蔓延。出乎主办方所料，设计作品不仅包罗万象、形式丰富，而且设计师们将主办方的特点体现在作品中。如刘润泽设计师用三块织布设计了一款沙发，并寓意沙发的座椅部分表示Invista英威达，靠背部分表示东帝士，中间的交叉设计代表美国《室内设计》杂志，意为桥梁。该创意被Invista市场部经理金莹女士进行升华：沙发的座椅和靠背两部分分别代表东帝士和设计师，美国《室内设计》杂志是中间的桥梁，而背后的支撑是Invista英威达。这一解说，得到在场人们的热烈掌声，设计师们理解了材料研发者在设计背后默默无闻的付出与支持。现场还涌现出很多创意设计，设计师们设计制作了环保袋、笔筒、粘贴画、花束、立体家具组合等作品，甚至有设计师结合当天暴雨的天气制作了拖鞋、帽子等应景的设计，每位设计师和所有的来宾一起分享自己的构思、创意，各种天马行空的想象中处处体现了环保、绿色的理念，也很好地迎合了这次活动的主题。

沙龙在设计师们开心的笑声中落下帷幕，设计师们将作品互相赠送，快乐放松得像孩子一样，主办方也收到很多设计师赠送的作品，表达出双方美好祝福的愿景。

The designers' salon with the theme of "2011 Color Trend Release, Reinterpretation: a sign of the times", organized by INVISTA and Tuntex Group and co-organized by Interior Design China magazine, was successfully held in "Zun" Club on the night of June 23th in Beijing Workers' Stadium. Although Beijing's traffic almost came to a standstill because of the biggest thunderstorm this year and many major roads were blocked due to collected water, the salon still attracted many designers coming.

INVISTA, as one of the largest integrated fibers and polymers companies around the world released in the salon the 2011 color trend through professional industry research and analysis and macro point of view. Ms. Jin, the marketing manager of INVISTA, made a splendid presentation on the topic of "Reinterpretation: a sign of the time", which brought designers forward looks and thinkings about color trend and also explored the root of color trends and design trends. The speech is sang high praised for by the designers.

In the salon, as the first green carpet manufacturer in China, Tuntex Group also made a speech on Green. The selection of the Eco-Friendly Material, energy recycling in the production process, and even the recycling treatment after being used, all are based on the concept of environmental protection, which was very impressive to the designers.

The designers also actively participate in the DIY part, with the use of nonwoven fabric of different colours, to finish creative production. The design works were unexpectedly diversified and vivid. Some designers integrated the characteristics of the organizers in the works. For example, a designer called Liu Runze created a sofa with 3 pieces of cloth. The seat of the sofa represented Invista, the back referred to Tuntex, and the middle part was Interior Design China, which meant the bridge. The creation was elaborated by Ms. Jenny: the seat and back referred to Tuntex and designers respectively, and the brace on the back was Invista. This explanation won great applause from the designers, showing the designers' understanding of the unknown efforts and support of the product developers. The creative works also included reusable bags, pen container, flowers and tiny furnitures and etc. Some designers worked out slippers, hat and boat out of the inspiration of the thunderstorm.

Every designer showed great interest, and they also shared their ideas, creativity and imagination which reflected green idea.

The salon ended up in very nice atmosphere. The designers gave away their works to each others as happy as kids. The organizers also received many gifts from the designers, with mutual good wishes for each other.



1.东帝士东熙（上海）地毯贸易有限公司的郭而荃



2.Jenny金莹女士分享2011年色彩趋势的主题演讲



3.设计师利用不织布制作的创意作品



4.设计师享用樽会所美食与美酒



5.活动签到现场



6.设计师冒雨前来参加活动