



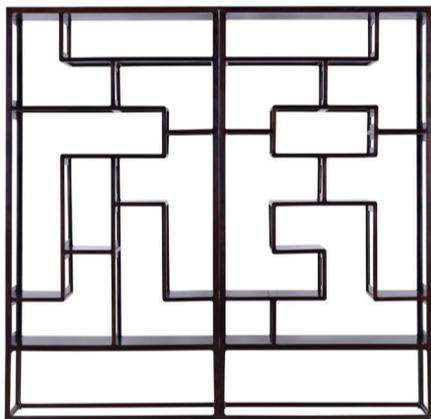
### ● 观岚·屏风

主体结构选用名贵硬木东非黑黄檀，屏芯分别为木质材料的冰裂纹、竹编、麻纺三种介质，形成轻与重、深与浅、厚与薄之间的层次感。而纯手工打造的榫卯结构则体现了这套屏风的精良质感。观岚屏风以最具华夏气质的山岳为意象，三山五岳之意蕴含其中。



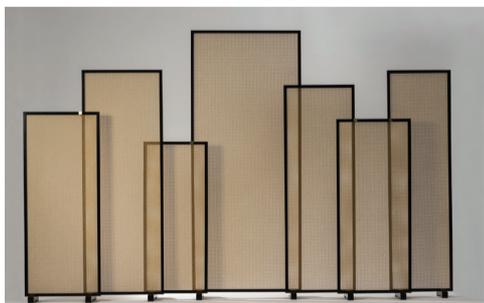
### ● 和美餐桌椅

形制源于明式桌案，去掉多余构件，方正修长的线条，宛如挺拔的修竹。而壶门处弧度的婉转，大有“吴带当风”的飘逸动感。餐桌椅简约到极致的造型与考究到无瑕的结构，将古老的东方手工艺与当代审美融为一体。



### ● 祈福·多宝阁

在对传统设计理念的取舍之中强调融汇古今。以华夏吉祥文化中“福”字为出发点，同时又解构了传统家具惯用的几何对称模式，从不对称中构建新的线条秩序。诠释了人与人之间既各自独立又相互依存的处事伦理，体现了“君子和而不同”。



### ● 竹嵌几何屏风

这款屏风根植于竹制工艺，应和东方人内心对于竹子的特殊情感，边框取材东非黑黄檀，屏芯采用并不多见的东阳竹嵌工艺，以榫卯方式将数以万计的竹片相拼嵌。屏面采用矩形边框，七扇不同尺寸屏面相排列，呈现几何视觉效果。纵观屏面，几何扇形错落，有如层岚叠嶂之妙。



### ● 圈椅

微凹的扇形坐面，结合了扇形官帽椅的稳健与圈椅的灵动，方圆相济，转承有致，沉静中有灵动。凹面又体现着人体工程学的设计，增强了座椅的舒适性。圈椅的弧度、斜度、高度，比列协调，构筑了完美的想象空间，堪称明式家具现代改良的典范之作。

## — 创想 —

设计作为一种语言，设计者的创作初衷为能指，使用者的个体品读为所指，故能滑向更为多维的对话空间。

——傅军民



### ● 景泰蓝托盘

作为景泰蓝公道杯杯托的延伸版，这款景泰蓝托盘保留了杯托的设计和工艺。它们把景泰蓝工艺化繁为简，掐丝形成的冰裂纹，三个套盘叠加，犹如一汪碧水中的层层波澜。掐丝形成冰裂纹，有如层层波澜，自有诗意。



### ● 大漆鼓凳

凳子本是传统家具样式。但此鼓凳将伸缩缝延伸至外缘，突破了榫卯结构的限制，微凹的坐面处理，达到舒适与唯美并举。大漆坐面，与漆制系列家具相互映照。取漆之本，借用雕漆工艺，但空而不雕。



傅军民  
宣明典居董事长、平仄创始人兼设计总监

## QA 生活周刊 × 傅军民

Q: 现在有些手工艺面临后继无人的尴尬。那么对于这些传统手工艺的传承和发扬，你做过哪些思考？

A: 各行各业的传统手工艺都在面临着失传的现状，没有创新与突破，慢慢走到困境。我认为最好的传承和发扬的方法，在于把这些传统技艺与当下生活做有效地衔接。其中，我注重设计，同时也遵循物质本身的美。所以，在传统工艺现代化过程中，我们不是简单地平移，而是取其精髓，再进行传承与创新。就如大漆系列，在传统工艺技术上改进，取漆之本，但空而不雕，于木胎上髹涂一定厚度的朱漆，一天一道，直至百道，最终漆面更为柔韧和具有质感。同时巧妙地通过红与黑的经典时尚搭配，融合福与寿的中国传统文化，达到自然平和，展现出独特魅力。

Q: 你第一次做出的设计产品是什么？有什么故事？

A: 我第一次设计的是几个公道杯杯垫。当时制作这个杯垫的时候，我采用了冰裂纹的纹饰。但是制作过程中，我们产生了跟工厂技术磨合的问题。一是冰裂纹的纹理追求要直。而这在景泰蓝界里是很难做到的。虽然这项技艺在掐丝过程中可以做到，但是在高温烧制后，随着膨胀系数不同，就会产生变形。二是托盘底面追求平整度。单面烧制与双面烧制的平整度都是景泰蓝界的技术壁垒，直到现在也没有得到很好的解决。当做完第一次打样后，景泰蓝师傅就不愿意做了。我不断地求着人家，对方嫌我要求太高。我就说，哪怕是残次品我都出费用。即便这样，对方还是不愿意，我又不停奔波和沟通。其实，这样的过程持续至今。但我觉得很有价值。一方面我也从中得到了乐趣，一方面我还是呈现出了一些完美的产品，让我颇感欣慰。

Q: 你买下一根上好铁梨木大料，却一放就是好几年，当时为什么会购买它？这几年来，后来又如何使用它？

A: 当初购买铁梨木，对我最大的吸引点还是木材的气质。虽然这种木材相对廉价，但这种气质是不曾遇到过的。它那种粗犷的纹理，巨大的棕眼，铁黑的色泽，硕大的芯材、大板，都深深地吸引了我。当时我买完后不知道怎么去用它，所以就放置了一段时间。期间我一直在摸索和思考：如何做一件符合这个木材那种粗犷气质的器物，连闲暇时也在琢磨。我总体思路就是：所有材料要根据物体本身气质来塑型。最后，这根铁梨木做了一个“架几案”。

Q: 年轻人对你们产品的接受度和认可度怎么样？

A: 我们产品定位就是年轻的客户群体。对比传统的实木家具，我们产品的颜色更加活跃，线条造型更加简洁，更加贴合年轻人的审美。现在有很多年轻人都很喜欢我们的产品，也在关注我们品牌，包括市场动态与产品更新。虽然他们现在的购买力不足，我相信他们长大后，一定会成为我们的主力消费群体。

Q: 你想把品牌发展到什么状态，你有怎样的规划？

A: 目前，产品已经具有一定的高度，但是它面临一个商业的问题：我们是做商业品牌，还是做艺术品。其实我们并不愿意做成所谓的艺术品。所以，长远来看，我们是想做一个很好的品牌，把每一件作品都打造好，也能让更多人得到和享受。