

Change The World By Design

用设计改变世界

在吴滨看来，用顶尖的设计去影响行业的方向，用一流的软装定制服务高端人群，才是世尊家居的目标。

文/王闻

若把时间回溯十多年，昔日的上海滩设计界“第一枪手”，现如今世尊家居CEO、W. design香港无间设计设计总监吴滨肯定想不到自己原来除了醉心于设计外，在家居软装的经营管理上也能闯出一片天地。

吴滨的上海滩设计界“第一枪手”称号绝非浪得虚名，早在20年前，上海的承包商们请设计师画效果图，一张图纸的市场行情在200-300元间，而吴滨那时的价码就为3000元，尽管比市场价足足高了十倍，但他依然受到承包商们的热烈追捧。

在浪迹“枪手”的岁月里，吴滨用赚来的第一桶金，开始尝试着通过各种路径寻找项目，进入到承包商行列中。在27岁时，他承包了人生第一个五星级酒店的施工，在为酒店挑选家具的时候，吴滨看遍了广东的工厂，但要么价格太高，要么对产品不满意，找遍广东竟然挑不出一家合适的家具厂。

“那时10月份去的，家具厂就说年前不接订单了，当时给我的震撼非常大，东西那么差，生意那么好。”吴滨说，所以后来在一次去意大利的交流中，同世尊家居一拍即合，双方决定合作在上海设厂。

但是，让他万万没想到的是，头五年工厂竟然一直不赚钱。在这段被吴滨称作是“黑暗时期”的时光里，甚至某段时间每个月吴滨都要从家里拿出20万元



来补贴工厂。

“有一天一个日本公司想要收购我的工厂，我也答应了，而且那一天在浦东的酒店里面等着签协议，但因为一些特殊的变故最后没签，到第二天我就不卖了。”吴滨说，在等待期间我想了很多，最后还是决定不卖，幸好当时也让我在最黑暗的时候看到了黎明。



吴滨所谓的“黎明”，说的是从那个时候开始“设计费”概念在中国的接受度越来越广。

“2004年的时候，我跟另外两个合伙人在香港开了设计顾问公司，那时候好的地产商都开始接受设计费。”吴滨表示，这也形成了世尊目前的三大业务板块：室内设计、软装和家具用品。

据他介绍，世尊家居的商业模式现在是以设计为制高点引领潮流，在为开发商做的样板房中，对客户进行引导，再进行软装的私人定制，最后销售世尊家居艺术廊里面的家居产品。“这样就能把设计成果转化为量落地，带来的效益是三级放大。”吴滨补充道。

在吴滨看来，用顶尖的设计去影响整个行业的方向，用一流的软装定制来服务高端人群，才是世尊家居的目标。

“我们绝不迎合市场，因为考虑迎合的话永远在被动状态。”吴滨说，两三年前世尊家居就在研究后星河湾时代豪宅应该是什么样子，大家开始关注心灵的需求，不再是充满了舞台感的东西。从文化诉求上来说，肯定是要有东方的审美在里面。

为了做出东方味道的设计，他选择了很多显性的东方元素去表达。但他慢慢发现，真正的东方味道并不是“刻意”营造，而是可以像水墨画中讲求的意境，看不出一丝东方的元素，却能展现东方的神韵。

“我希望在西方与东方之间找到一个平衡点。”吴滨把这个平衡点称为新东方设计语言，既有西方的主流观念，又有东方的传统和东方人独特的审美。吴滨的设计风格正在改变，如同中国设计，正在摸索着属于自己的语言，而这一切，都只是刚刚起步。☑