

I home特别策划—— 遇见生活定义臻品

今年《I home第一家居》首度牵手LuxProperty打造的“遇见生活”艺术生活展于4月19日、20日在上海展览中心成功举办。本次展览首度将汽车领域与家居领域做资源跨界，从出行到居住空间，I home为你诠释臻品生活新意义。



今年4月19日、20日，“I home第一家居”作为发起者提出全新的生活概念，在上海展览中心的第十三届春季臻品展上“遇见生活”精彩亮相。

这不单单是一次产品展，更多的是对一种全新生活理念的新定义。臻品是什么？它们的意义何在？基于此，I home整合了多方资源，将汽车行业植入家居领域中。于是，我们看到了一个融合了出行方式、居住场景、细节灵感为一体的多视角展厅。作为发起者，I home的负责人强调：我们希望通过这一模式为中国的消费者传递一个正确的生活观、购物观。好的东西并不一定是天价，但它一定是要有生活痕迹的。所以我们打造这样一个有体验的全方位展览，目的就是让每个人亲自感受。而将汽车领域结合进家居行业势必是未来的新趋势，这一次，只是资源整合的第一站。”

本次展览的一大亮点在于跨界整合。306平方米的展厅被划分出几大功能区：出行区、客厅区、餐厅区、卧室区、细节灵感区、以及媒体综合区。美国汽车品牌凯迪拉克、德国壁纸品牌舒雅室、买手店Platane、台湾香薰品牌CHANDO香度、世尊家具、华人设计师品牌ACFchiwinglo、软装品牌LINKNOLL用它们的产品构建了一个个真实而舒适的、具有体验感的居家场景。两天的展会让现场的嘉宾在精致、高雅与舒适的氛围中，体验到高端产品的同时，亦感受到艺术人文情怀。比如，每日都有的红酒美食体验，以及传统手工艺人的现场表演。

从出行到居住空间，触摸帮助我们更好的感知生活；从视觉到内心欢愉，情感赋予物件最为珍贵的奢意；臻品艺术真在于此，感受它们，从遇见生活开始。

01 此次LINKNOLL与Platane共同打造的餐客区，运用了绿色植物、壁画、靠垫、椅垫等软装配饰，营造出自然舒适的家居氛围。**02** ACF为参展者打造了一片可以隐匿其中的绿洲，远离喧嚣与繁华。**03** LINKNOLL与锐驰联合，呈现现代时髦的居住空间。**04** 展会现场，络绎不绝的人群。



臻品应当是一种生活状态,可以经得起岁月的推敲,让身心感受愉悦。



“臻品”的意义？ 听听他们怎么说：

臻品，贵在珍贵。那些有触摸感的、有情感的物件无论形态如何，都将被深深打上臻品的烙印。它应该有着很浓厚的人文与艺术价值，经得起岁月的推敲。通过这次展览我们希望能够将“遇见生活”这样一个概念传递给大家，把我们对生活的热爱及感悟带给每个人。

—— lulu & Vness 策展人

凯迪拉克拥有尊贵豪华、卓尔不群的独特气质，而臻品则诠释了高贵奢华、独一无二的贵族风范，两者结合让不同领域的精英都能感受到奢侈文化。

—— 凯迪拉克 参展品牌

所谓臻品，一定是在设计师的精心设计下，经过手工雕琢的富有情感与经历的物件。它不一定很贵，但却能让你在情感上产生共鸣。

—— Platane 参展品牌

臻品不是单纯停留于衡量品质的上乘与审美的标新。适合自己、顺应自我的生活方式才是臻品。它应该具有设计感，融入个人情感，让我有“幸福感”。

—— 世尊家具 参展品牌

它应当是能够给人带来舒心、愉悦的感受，除了奢华与尊贵外，更应该涵盖生活的方方面面。从家具到居家氛围它的体验是三维的。

—— Linknoll 参展品牌

我们希望每个人都能够感受自己所希望的。它是心目中刹那舒心的感受。将自己的感悟融入到生活才能真正感受到真实与自我。

—— 舒雅室 参展品牌

如今，贵和奢侈是一种经济衡量标尺，但这不是生活最重要的部分。真正的臻品应该是舒适的生活方式，从内心出发找到最适合自己的。

—— CHANDO 香度 参展品牌

我理解的臻品应是以注重生活品质和自身身心修养为主的生活方式，甄选彰显品质与内涵的产品呈现给中国的高端客户群体。

—— ACFchiwinglo 参展品牌

在这样一个彰显高端品味的时代，臻品不单纯只是某一件昂贵的奢侈品，而应是有着精湛的工艺和融入自我思想的纯手工技艺的物件。

—— 璞素 支持品牌

真正的臻品应该是摒弃繁复，保留精髓的人性化的设计。关照自己内心的感受，从内心到住行，提升生活品质才是臻品的意义所在。

—— 锐驰 支持品牌

PROMOTION



02

03

04



左页 现代家居演绎完美生活空间。（世尊家具）01 凯迪拉克全新一代CTS系列首次亮相。02 精致的餐具打造奢华浪漫的用餐环境。（世尊家具）03 经典的香氛与精致的陶瓷工艺完美融合。（香度）04 精品壁纸打造的温馨和浪漫的一角。（舒雅室）