



ARCHITECTURAL DIGEST. THE MOST BEAUTIFUL HOMES IN THE WORLD 一家一世界

世界各地 春意盎然的家

北京顶层公寓
上海花园老宅
伦敦马威翻新
墨尔本山野木屋

11种木头 饰墙新思路

洗衣、干衣机
换季好帮手

进口家具品牌代理 修养超乎生意之外

北欧、复古、新中式……
新一轮家居小店
讲生活比个性

优雅高阶精英品位
你的家,几十度灰?



SPRING COLORS 春风又绿

家里家外春意融融,挡也挡不住的好心情。

ISSN 2095-1825
9 772095 182152

厉建伟

“设计家”总裁, HC28创始人

从1986年赴法留学开始,厉建伟便与法国结下了不解之缘。他曾经任职于法国最大的家具企业,由此接触到进口家具。16年前他第一个将法国品牌写意空间(Ligne Roset)引入中国,并破釜沉舟向自己投资经销。8年前,他又抓住机遇,创建了源于中国、瞄准世界的国际家具品牌HC28。如今除了自己的品牌,他的公司还代理着意大利B&B以及比利时的齐柏林等品牌家具。本週,白色L形的Charles沙发由Antonio Gitterio设计,方形Surface茶几由Vincent Van Duysen设计,近处的Husk带脚凳则是Patricia Urquiola的作品,以上产品均来自B&B。

从倾尽所有引入喜爱的现代家具,
到凭激情创办自己的家具品牌,
老厉总是剑走偏锋,
先吃螃蟹,却也因此写下了
一个又一个鲜活的奋斗传奇。



厉建伟:东西合璧

在进口家具代理的圈子中,提起写意空间的老厉,可是无人不知。从16年前引领法国品牌写意空间(Ligne Roset)进入中国,到凭着敏感嗅觉创立自己的家具品牌HC28,再到与老东家分道扬镳,最近牵手意大利品牌B&B,他的故事,就像是进口家具行业发展状态的缩影,值得细细品味。

1986年,刚刚大学毕业的厉建伟被公派赴法留学。作为当时凤毛麟角的中国留学生,他思想活跃,总是面带笑容,轻松融入了法国人的圈子,常被称作“爱笑的Mr.Li”。毕业后,他进入一家法国的企业战略咨询公司,在2年异常辛苦的培训、研究、演讲和写报告的过程中飞速成长,还同一位睿智的法国知名社会学家成了莫逆之交。机缘巧合的是,这位社会学家正好是当时法国最大一家家具企业的战略顾问,正是在他的举荐下,厉建伟来到香港,管理那家企业在当地的业务,才走进了家具行业。“当时我们出口一种法式沙发床,那么漂亮的样式,我在内地从没见过,觉得不甘心,就自告奋勇去发展内地市场。”没想到,那些沙发床在上海市场一露面,就获得了非常可观的销售业绩,这也让他对经营进口家具动了初心。

几年后在一次巴黎家具展上,他见到了法国家具名品写意空间,一下子爱上了那些清新现代又品质超群的设计家具。上世纪90年代的中国,对于法国人来讲还是个神秘国度,因此当厉建伟主动向写意空间的品牌方索求中国总代理权时,对方既兴奋又好奇,很快就答应下来,然而在回国寻找经销商时,厉建伟却遇到了大麻烦。“当初我带着家具咨询内地的合作伙伴们,大家都说好看,感兴趣,可是等我拿到代理权冲回国内时,却没有一个人敢接手了。”究其原因,还在于当时国人的理念中,只有那些金光灿灿、雕花繁复的古典进口家具才是奢侈品,能卖出高价,而造型如此简单的现代家具,价格又很昂贵,市场会接受吗?顶着总代的压力,厉建伟就像拿着烫手的山芋无法传递,便下定决心索性倾其所有,自己来经销。“当时我是高学历、高职位、高工资啊,如此不顾风险地去创业,闯进一场赌局,实在是被逼无奈。”他笑道。

1999年,厉建伟在中粮广场开了第一家写意空间专卖店,位置不算很好,店面也只有100多平方米,又被周边金碧辉煌的古典家具店重重包围,然而借着中粮的品牌效应,再加上店面设计新颖别致,写意空间一问世就大受欢迎。“店员那时候都不想回家睡觉!还经常有人扒在我们的橱窗外面盯着看。”厉建伟笑着回忆道。“那时候卖家具真是容易,经常是客户走进来,指着我们整个一片客厅区域说:‘就这一套,一模一样不要移动,我全要了。’除了零售业务,他的团队在那段时间还做了数不清的高级小区样板间,浩瀚的一片行业蓝海,他恣意地赚到了创业的第一桶金。

而对于品牌的传播,他也很早就谋划起来。从国内最早的时尚杂志《生活速递》创办伊始,他就投入预算,提供国内难得一见的高品质图片,带品牌至少登上过三四次杂志封面。5年来,他对品牌

形象一贯重视,为写意空间牢牢锁定了在进口家具中的主流地位。

在厉建伟看来,现代家具的品牌不论号称自己有多么悠久的历史,真正的大发展都是在20世纪五六十年代,这是得益于海绵、塑料、钢材在那一时期的大量应用;而八、九十年代全球化扩大了市场,它们才迎来又一次绽放,成为国际品牌。这是大势,谁都无法超越。“从欧洲到美国到中东再到远东,市场总是慢慢迁移,新千年以后它显然已经进入了疲惫期,所以现在各大品牌推出的新品中,已经没有什么真正令人惊艳的东西了,这也正是我们的机会。”

敏感地嗅到机遇的气息后,厉建伟便着手创建自己的家具品牌HC28,至今已经8载有余。“年年看国外的家具展会,觉得那里的东西真漂亮,再看我们国内的展会,只能感慨差距太大。”难道中国就做不出好的现代家具?怀着一种执拗的心,在对工厂、技术、材料一无所知的情况下,他便热情地开始了建厂创牌的事业。“当时真是因为不懂才敢做,要是像今天经历了这么多,知道会如此地劳心耗神,当时肯定不做了!”他笑道。为了做出源于中国文化,又带有国际视角和现代感的家具,他邀请了法国设计师Francois Champsaur来华合作,还专门买了一本王世襄的明清家具专著送给Francois去细细品味。HC28的第一批成品在中粮广场面世时,虽然配套性不高,个性十足,但品质感和设计感都在业内深受好评。

如果你问HC28的精髓是什么,厉建伟会毫不犹豫地回答:东西合璧。“我们的家具,并没有传统的雕花、造型等具象的中国元素,但是要有东方文化的神和魂儿在里面。一看就是从明清家具中扒出来的东西,我们肯定不做。”除了设计,一个成功的品牌必然有自己在制造上的过人技艺,比如B&B靠它的沙发内框,写意空间靠软包品质,HC28则在软包和烤漆上做了功夫,为此专门从法国聘请了一位技术厂长,吸取别人200年工业历史中积累的经验,如今很多项生产工艺已经具备国际水准。朋友们说,HC28的风格,就是老厉的风格,融贯东西,注重品质,这让他非常欣慰。

现如今,当年的幸福蓝海已被行业内激烈的竞争染红,还能拼什么呢?资金实力、运作能力、市场容量,厉建伟说三个因素兼得才能生存。去年与写意空间友好拆别以后,他转而牵手意大利名牌B&B,延续着自己进口家具代理商的身份。现在外国品牌方对中国市场和经营者都已不再陌生,总代理这个角色显得愈发“鸡肋”,所以如今他选择只做B&B在北京的经销商,然而不管继续发挥家具代理的看家本事,还是做HC28去追求理想,在他看来,一直以来做着跟美相关的行业,被现代设计所包围,这都是对内在美的一种修行。吃饭、购物、旅行中,虽然不奢奢华,但他对品质、真实和美感的要求亦不会流俗。回到家中,1990年代初在香港买的家具,伴着上世纪末写意空间的产品,如今又多了几件HC28的纪念款,这些都是他生活旅程中的重要片段,经历过时间的考验,还要继续积攒和流传下去。