

## 2019 上海时尚家居生活展主题文

### It's my lifestyle!

### 理想生活

现实的生活不理想，理想的生活在哪里？2019 年上海时尚家居展，首次更名为上海时尚家居生活展。从产品到生活，从现实到理想，生活方式成为设计的主要诉求。当生活与理想存在差距的时候，家居设计品成为中间的桥梁和转化器。让生活以理想的方式所展现，让理想成为生活的现实。

#### 参差多变是理想生活的本源

生活方式的本质是一种价值观，它是对于生活的态度。生活是多样的，呈现的生活方式也皆然不同。参差多变才是幸福本源。不同的价值诉求 将普通衣食住行，一日三餐以不同的姿态填充各自的生活。年龄、经历、职业背景、性格喜好都转化为这种形式，鲜明而又多维度得表现出来。

不同的生活方式，选择不同的家居设计品。消费者通过家居设计品的属性，清晰地表明自己的生活态度，并对外宣布自己的身份和自我状态。而产品又重新定位了用户的生活方式，将它标签化，从而形成分类。一套咖啡杯、一个花瓶，都将成为自己理想生活的标签。

#### 向往美好是理想生活的诉求

不管何种生活方式，都必须满足需求，实现它的功能性价值。衣食住行，每一个生活场景都有所设定，让自己的行为无限制得靠近期许，实现心中的预期。场景的空间、承接功能的设计品，甚至是周边的音乐、色彩、气味、以及服务，都需要实现功能性，完成理想生活的第一层需求。

在商业高度发展的今天，产品与产品之间的功能差异在缩短。生活方式品牌之间的差异更多得体现在心理性差异上。消费者希望通过购买和使用生活方式用品，来满足自己的情感需求。这种需求有对家的渴望，有对自我价值的肯定，更有对美好生活的向往。理想，总是比现实更远一些。

#### 实现自我是理想生活的目标

“我是谁？我会如何生活？我爱什么？”，新零售环境下的消费者乐于在社交平台上分享自己的生活。生活方式用品与用户的人设相匹配，性格、收入、审美、

价值判断，都能从中折射出来。它所体现的不仅是大数据的归类，更多的是社交群体的归属。同样的属性用户会彼此亲近，互为参照物，社区互动，更加促进消费者找到理想生活的样本。

当理想与现实存在差距和冲突的时候，生活方式用品就不再是一件设计品而已，它成为一个解决方案，让冲突得以化解。榨汁机不再只是榨汁机，而是健康的守护者，咖啡杯也不再只是咖啡杯，而是悦己时光的亲密伴侣。发现冲突，化解冲突，生活离理想更近一步。

上海时尚家居生活展，汇集生活之美，让生活更理想，让理想更生活。