

2018 上海时尚家居展年度主题

Live up! 焕新生活

日本作家三浦展在《第四消费时代》中提出，“消费的终极意义在于如何度过更加充实的人生”。在物质得到基本满足后，我们对于生活的意义有了更高的要求。需求升级，产品升级、消费者升级，一切改变，目的只有一个，是让生活再次焕新，展现出更美好的姿态。上海时尚家居展，以汇集生活之美为宗旨，今年秋天我们从心出发，一起 Live up! 焕新生活。

需求升级 是焕新生活的源动力

生活对于我们来说，已经不再是简单的柴米油盐、三室两厅，它需要承载更多的内容。原先的状态早已不能满足我们的内心。需求从内心出发，必然转化为行动。我们不再需要简单的物质保障，这一切都已是完成时，我们需要的是更好的品质，更精彩的人生。我们购买的用品，需要如朋友圈里的标签一样，和自己匹配。匹配自己的生活质量，匹配我们对未来的规划和向往。

生活是这个家，但又不仅仅是这个家，它逐渐向外延展。社交、旅行、工作、教育，每一片段有机得组合在一起，才是我们对“生活”的定义。Live up! 焕新生活，是在原有基础上的升级，向着美好的愿景而进化。

品质升级 是焕新生活的首要基础

一件好的设计，需要能打动人心。除了基本的功能，还得有更多的附加属性。它要有精美的外观，有过人的颜值，色彩、款式都要符合当季的潮流。在细分领域中，完成度最精最好，大而全的几合一时代已经过去，美好生活需要的是专业专属。

好设计还要配合好营销。新消费模式改变了单一的售卖组合方式，为买而买的时代早已挥手告别。购买是一种体验活动，和喝咖啡、吃早午餐、看艺术展一样，可以随意也可以带有预设的主题。消费是一个幸福的过程。但让消费产生幸福感的不仅仅是商品本身，与谁一起消费，在哪消费成为了幸福产生的重要因素，live up! 焕新生活的根本是价值观和生活方式的改变。

消费者升级 是焕新生活的重要表现

这是个人人都是“生活家”的时代，人人都能成长为“行业专家”。生活家们对生活有自己的见解，知道自己需要什么，不需要什么。他们对产品有高度认知，能鉴别出优良品质，渴望获得更好的产品体验。他们会选择更能提高生活质量的产品，并从中获取幸福感。

生活家强调自身的需求和个人风格，只愿意挑选那些和自己般配的产品。悦己消费，已经成为生活消费中的重要支出。一边焕新自己的生活，一边在自媒体上分享体验。这是个快速便捷的时代，瞬间就能将自己的独门秘籍公布天下，广而告之。通过消费表达自己的生活态度，与社会发生联系，在生活中展示存在感，生活家为自己的生活代言，为美好代言。

Live up! 焕新生活，从今天开始，从现在开始。