

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

大公報記者

陳惠芳 文、圖

中環荷李活道有不少特色傢俱店，記者經過時，見到其中一間櫥窗設計混合歐陸風格，主題突出，很是吸引，於是入去逛逛。此店樓高兩層，貨品皆從歐洲入口，店主作mix & match的擺設，較諸大型連鎖傢俱店的規格式陳設，視覺沒那麼平面，更顯得跳脫活潑和有玩味性。其中近年新興的垂直裝飾園藝，較盆栽擺設更具藝術性，能為家居增添清新氣息及生氣。

新興垂直裝飾

店主肯受訪卻不欲開名及拍照。他解釋稱，此店開張三個月，基於社會氛圍想盡量低調，又無奈地說：「我還有一位partner（拍檔），我們想不到由籌備至開張，社會發生這麼多事。」店主是時裝界出身，就因為一次為自己的家做室內設計，從此走上室內設計師之路。

他說：「其實，我一直都喜歡傢俱和室內設計。二〇〇四年，我終於有機會替自己的家做室內設計，並一手統籌裝修工程，我非常享受整個過程。最意料不及的是，由這時開始有朋友找我替他們設計和裝修家居，不過，那時我還是全職做時裝，終於在二〇一九年決定全身投入成為全職室內設計師。」

店內陳設的燈飾非常別致，記者認為家中燈飾可締造如同舞台上的燈影效果，舞台燈飾可以令舞台千變萬化，家居燈飾同樣可令居所整體設計更加突出。店主說：「我不但喜歡燈飾設計，也喜歡其他類型的傢俱。我覺得香港市場其實還可以容納更多更有趣、高質素的產品。」但記者眼見店內裝飾性的貨品較多，實用性的較少。

店主之所以特別喜歡燈飾，是愛其造型千變萬化，性能也千差萬別。店主說：「燈飾的美感十分重要，色彩美、造型好的燈飾能給人帶來愉悅感。由於照明燈飾是整個居室裝飾的有機組成，所以它的樣式、材質和光照度都要和室內功能和裝飾風格相統一，並按照這個原則去選購燈飾。大家謹記選擇燈飾時，它周邊的各種受光體的光源要分布均勻，這樣可使人們的視覺功能發揮良好。因為人的視線不固定，若室內燈飾光亮度分布過大，

短時間也許會有輝煌的明亮感，長時間就會引起人們視覺的疲勞感。因此，要根據居室不同部位作出選擇。燈飾之所以重要，就如人的眼睛，家中如果沒有照明燈飾，就像人沒有了眼睛般在黑暗中生活。如今大家將燈具叫作燈飾，從稱謂上就可以看出，燈具已不僅僅是用來照明的了，它還可以裝飾房間。」

那店主入貨準則，是否以顧客為先？

他說：「那又不是。入貨的第一個條件當然是我個人喜好為先。每件貨品先要令我愛上它，我才可以介紹給我的顧客。之後便是產品的品質，一定要高質素的我才考慮。」他認為香港房屋寸金尺土，空間設計是最重要的，然後就選擇傢俱的顏色、物料來配襯。

對於客人的喜好，店主說各人取向不同，但年輕一代偏愛簡約線條設計的傢俱，並說：「可能因為香港大多數的居所，室內空間比較細小。我個人覺得好的傢俱當然要有實用價值，但是單一看，它也應該是一件藝術品。」

西式傢俱多變

店內貨品皆是從歐洲入口，價錢偏高。店主的看法是，高質素的傢俱更耐用，減少了被棄置的機會，變相更加環保。

他說：「除了古董傢俱之外，中西式傢俱的設計不斷在變化、發展。我覺得中式傢俱較着重傳統文化、細節和耐用性；西式傢俱就較為多變，也比較大膽採用新技術和物料，很多時玩味性較重。」

可能基於市道，現時連鎖式以至不少傢俱店都趁節日大減價。記者進入一間外國品牌連鎖式傢俱店，同樣看到不同類型的傢俱和燈飾，雖然貨色比較大路，只要屋主願意花心思擺放，平凡也見特色。此店主題是可讓客人自由組合，貨品價格大眾化，讓普羅大眾也能為居所增添生氣及魅力。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。

若英文字尾是「holic」的話，中文解釋是迷戀某一樣東西致不能自拔，原來，這也可以套用在一些特色傢俱店店主身上。有的店主經營之道除了迎合市場，同時不會放棄自己所愛。明天便是二〇二〇年，送舊迎新，何不將舊傢俱送走，或添置新擺設，在這沉悶氛圍下為自己打氣，更可刺激經濟。買什麼檔次的傢俱視乎個人喜好，高檔、大眾化價錢，悉隨尊便。



玩味傢具

夢幻燈飾



◀這個外形別致的燈飾，是用線拉扯開合



◀垂直裝飾園藝能令家居增添生氣

▼大型連鎖傢俱店的燈飾，品種繁多



為居所添生氣



▲這些別致的掛飾廚具，你捨得用嗎？

▲簡單幾個咕吧已能改變家居感覺

▲大型吊椅



◀連鎖店的復古燈飾

▶近年歲晚，不少傢俱店大減價促銷



電車夥港漫開啓童趣之旅

電車俗稱「叮叮」，它是香港的有軌電車系統，也是全球現存唯一全數採用雙層電車的電車系統。「叮叮」行走速度慢，即使跟不上時代節拍，但地位穩如泰山，不受淘汰。香港設計中心聯同香港動漫畫聯會於二〇二〇年一月八日至二月三日，與數十位本地動漫畫家合作，將電車和港漫串連，以一眾載着多代人回憶的動漫角色，帶領市民感受一個充滿童趣的旅程。上世紀六十年代，香港動漫畫行業開始發展，至今已聚集不少膾炙人口的動漫角色，包括：轟風、老夫子、13點、陳浩南、咳神、白熊和男孩、癩嘴、Q小子、Cherrie、馬仔及聾貓等，動漫畫家在兩部遊走港島區的電車以及兩個位

於灣仔區的電車站上，進行創作，將它們打造成为遊樂場般的「觀光小電車」，讓不同年紀的乘客隨心上落，發掘香港童趣的另一面。兩位經典漫畫人物「老夫子」及「啱牙珍」的1:1 3D模型，將會「登上」電車與乘客一同「漫」遊港島。此外，香港動漫「Walala遊樂空間」之「心之芳庭」（二〇二〇年一月八日至二月九日舉行），設計了從倫敦和香港而來的小角色，並散布在銅鑼灣大街小巷的指示牌，以及維園噴水池廣場的互動體驗式遊樂裝置，呈現他們相遇和交流的貼心故事，突顯香港中西文化交融的特色。



▲以動漫人物飾電車站，充滿童趣

▼香港經典動漫人物將會「登上」電車



戴自己喜愛的珠寶

貴價珠寶首飾是一種奢侈品。如果你剛承襲了家傳珠寶，不管那是寶石還是石頭，抑或其他金器首飾，它們埋藏的除了那份寶貴的親情，你也許會想過這個問題：「我的珠寶究竟價值多少？」

寶詩龍（Boucheron）是法國一家珠寶和腕表製造商，由設計師Boucheron於一八五八年創建的品牌

◀周冬雨成為品牌代言人，展現自信一面

。其最近推出的系列延續品牌的核心價值觀和自由精神，以獨特的設計理念打造成家一般的愜意空間。在即將迎來二〇二〇年之際，女性經濟能力負擔得起，不妨多添一兩件首飾獎賞自己。

品牌推出多款Quatre系列珠寶，由氣質獨特的周冬雨擔任代言人，她以時髦幹練的造型親身演繹了自由佩戴的魅力。充滿自信的她舉手投足間，無不彰顯出其率真的個性。她分享了自己的生活理念：「

女性無論於任何情況下，都必須做自己，佩戴自己喜愛的珠寶，勇敢展現真實自我。」她更說：「在廣告片中，我將現代女性追求獨立，自由表達真我的生活態度傳遞給大眾。我就是這樣的女性。」

此次廣告以自由「飾」我為主題，闡述以女性作為創作核心，以大膽的創造力和匠心的工藝作為理念，傳遞品牌一百六十多年來秉承的自由精神。

▶「Walala 遊樂空間」提供互動式體驗



▲維園噴水池廣場成為「心之芳庭」的場景

