

都汇里

HC28



The ultimate pursuit is
a better self with the life of your dreams.

在未来，更好的自己、理想中的生活才是人们的终极向往。

都会，汇集多彩生活

都会，快速变化又满载生机。不同肤色、不同语言，不同文化背景的人们汇聚在一起，生活也有了新的面孔。当生活被美好围绕，即使快速前行，我们也能变成更好的自己。

Metropolis, a better place with diversity

A metropolis is market by bursting vitality and rapid change. People of different colors, speaking different languages, and from different backgrounds come together to create a new environment for life. When your life is surrounded by fine things, you become a better self – even in a world that is spinning so fast.



未来，生活即艺术

未来，我们尊重自我，更懂选择，在极简处遇见奢华，发现真实的自己。当我们勇于突破，就能透视未来的样子。当我们不停地创造，生活就是最好的艺术。

In the future, life is art

In the future, we will come to respect ourselves and know better how to choose. We will live a luxurious and true life in spite of our minimalist style. We can see our future when we are brave enough to break through. As we keep creating, our life becomes our greatest work.



In conversation with STEVE LEUNG 梁志天

当代中国设计的领军人物
A leading character in contemporary design in China



Q: 在为 HC28 都汇里 创作的过程中, 令您印象最深刻的事情是什么?

A: 印象最深刻的是我和团队在创作过程中的思考。“都汇里”是一个体现都市精神的系列。都市大多给人一种喧嚣、复杂的印象, 所以我们希望通过这个作品展现出都市生活的另一面: 生机勃勃、充满机遇、格调不凡。我们透过极简现代的设计, 流畅及有节制感的曲线来塑造这些气质, 创造出一组现代优雅而又有温度的作品。

Q: 您为 HC28 都汇里 设计的产品的主人是什么样的? 您希望通过您的作品传达给用户哪种生活方式和观念?

A: “都汇里”的主人, 一定是一个注重生活品质的人, 懂得在繁忙的都市生活中, 静下来享受生活之美。同时, 也会是一个非常想法, 不轻易随波逐流的人, 对自己的品味十分自信。

我希望用户可以从我们的作品中感受到都市生活的另一面, 充满活力, 格调不凡, 那是一种积极进取, 勇于开拓的都市精神。

Q: 您此次为 HC28 都汇里 设计的产品系列, 有什么特别的意义?

A: 这个系列的名字很有趣, 叫做“UOVO”, 是意大利语中“蛋”的意思, 因为我们的设计灵感就是来自于像鸡蛋一样柔润流畅的线条和造型, 让人感觉放松舒适, 优雅之余也不失玩味。同时, 蛋也是生命孕育的开始, 寓意着活力和希望, 又充满惊喜, 就像都市中的年轻人。这个系列的现代极简设计和灵活组合, 正展现了这些气质和态度。

Q: 在您眼中, HC28 都汇里 是一个什么样的品牌? 可以用一句话或几个词概括一下吗?

A: “都汇里”就像一颗漫步在曼哈顿 SOHO 的年轻跳动的心。它有活力、有态度、有温度。



Q: What was the most impressive thing during cooperation with HC28 COSMOPOLITAN?

A: I'm delighted by how our team drives the creation and the thoughts of it. The brand is a collection that presents the spirit of metropolitan life. A metropolis is often bustling and complex. We hope to present the other side of metro life: one marked by vitality, opportunity, and unique tastes. We use controlled curves to create a simple but modern shape and look. The collection is fun, elegant, and with character.

Q: What do you think the HC28 COSMOPOLITAN users look like? What lifestyles and ideas do you hope to convey to users through your design?

A: The brand furniture owners lead a quality life. They take time to slow down and enjoy the beauty of life. They are leaders who set the trends with their distinctive tastes rather than following them.

In this new collection, we hope to bring users the dynamism and character of a metropolitan life. It is a place where people create, break through and appreciate sophistication.

Q: Does your design for HC28 COSMOPOLITAN have any special meaning?

A: Our new collection "UOVO" which means "egg" in Italian, is inspired by its smooth and controlled curves. It also symbolizes the beginning of a new life that's vibrant, hopeful and often surprising, similar to the young metropolitans. Our contemporary and minimal design with flexible seating represents this attitude.

Q: In your eyes, what kind of brand is HC28 COSMOPOLITAN? Can you summarize it briefly?

A: The brand is a beating young heart in SOHO of Manhattan. It is energetic, charismatic and genuine.

In conversation with CHRISTOPHE DELCOURT

天才设计师
A gifted designer



Q: 在为 HC28 都汇里 创作的过程中, 令您印象最深刻的事情是什么?

A: 这次合作中最令人惊叹的是厉先生和其团队的工作热情和力量, 我们的交流非常顺畅, 每次工厂讨论样品的会议总是收获颇丰, 他们对于我的意见, 甚至苛求始终全力配合。

Q: 您为 HC28 都汇里 设计的产品的主人是什么样的? 您希望通过您的作品传达给用户哪种生活方式和观念?

A: “都汇里”面向的人群是那些热爱旅行、深谙文化与时尚之道的人, HIGHLINE 通过这些精致的作品和独有的细节, 服务于那些对品质要求极高的人群。

Q: HC28 都汇里 在您眼中是一个什么样的品牌?

A: “都汇里”是一个处于潮流前沿, 于细节中彰显鲜明个性的现代家具品牌。

Q: What was the most impressive thing during cooperation with HC28 COSMOPOLITAN?

A: Ce qui m'impressionne le plus est la force de travail de Mr LI et de ses équipes. Les échanges sont très fluides et les réunions autour des prototypes à l'usine sont toujours très productives. Il y a une véritable écoute par rapport à mes demandes et parfois mes exigences.

Q: What do you think the HC28 COSMOPOLITAN users look like? What lifestyles and ideas do you hope to convey to users through your design?

A: HC28 COSMOPOLITAN s'adresse à une clientèle qui voyage beaucoup et qui s'intéresse à la culture, à la mode...HC28 COSMOPOLITAN par ses détails et ses finitions sophistiqués se fait l'écho d'une clientèle exigeante.

Q: In your eyes, what kind of brand is HC28 COSMOPOLITAN? Can you summarize it briefly?

A: HC28 COSMOPOLITAN est une marque de mobilier contemporain aux lignes actuelles composées de détails qui lui confère une identité singulière.



In conversation with YONOH

给人带来快乐的设计组合
A joyful mix of design duo



Q: 现在很多在都市中生活的人经常去度假，甚至偶尔去宁静的小镇乡村居住一段时间，您对这样的生活方式怎么看？

A: 一切都如此的符合逻辑，作为年轻人，我们理当生活在潮流的中心，到如此万物高速运转、新鲜事物日夜更迭的大都会去感受、去创造、去经历。当然，这并不妨碍我们渴望舒适、远离喧嚣，去追求干净清澈的空气，以及和谐自然的慢生活。

Q: HC28 都汇里 在您眼中是一个什么样的品牌？

A: “都汇里”，即是向设计致敬，向充满正能量的态度和生活方式致敬。

Q: Many people who live in big cities sometimes go to the towns and villages for a vacation. What do you think it is missing in city life?

A: It seems perfectly logical, to live for a while at the center of the movement, where everything happens much faster, especially when you are younger. Then we prefer the comfort of the most remote areas, pure air, harmony, and slower life.

Q: In your eyes, what kind of brand is HC28 COSMOPOLITAN? Can you summarize it briefly?

A: HC28 COSMOPOLITAN is design and positive attitude.



In conversation with FRANK CHOU 周宸宸

中国创新设计新秀
A rising star in China's design innovation



Q: 在为 HC28 都汇里 创作的过程中，令您印象最深刻的事情是什么？

A: 印象最深刻的事情是“理解和专业”。合作中，HC28 创意团队本身的专业性以及对于“品牌”的理解程度已经接近了世界一流品牌，所以他们在做“都汇里”时，除了前期自身的品牌规划工作外，为我们设计师提出的建议和设计方向的引导都是非常专业且有效的。

Q: 您觉得您为 HC28 都汇里 设计的产品的主人是什么样的？您希望通过您的作品传达给用户哪种生活方式和观念？

A: 细看人类社会的发展过程，其实是不同背景下的个体向着“相对自由”发展、成长、变化的过程，我认为“都汇里”这个品牌面对的群体，正是面对现代社会中那些在“相对自由”的路上走的更远的那部分人。

Q: What was the most impressive thing during cooperation with HC28 COSMOPOLITAN?

A: The most impressive part of working with the brand is “understanding and being professional.” HC28 team has deep understanding of contemporary design, and its concept of “brand” is close to that of the world's leading brands. When it cooperated with us on new brand, HC28 team provided branding strategy, advice, and direction to the designers. In all areas it was professional and efficient.

Q: What do you think the HC28 COSMOPOLITAN users look like? What lifestyles and ideas do you hope to convey to users through your design?

A: If you study the process of development in human societies, all individuals from different backgrounds follow the same process to “relative freedom.” I believe the brand's target users are the ones who go the furthest in pursuing that freedom within society.



Sofa 沙发 / Round 日月 Coffee table 茶几 / Cri 可瑞
Armchair 单人位 / Gio 山谷 Side table 边几 / Zen 冰心 / Ovo 星空



Sofa 沙发 / Round 日月
Coffee table 茶几 / Cri 可瑞
Armchair 单人位 / Lovy 洛维
Side table 边几 / Zen 冰心



Sofa 沙发 / UOVO 源 Coffee table 茶几 / UOVO 源
Armchair 单人位 / UOVO 源 Side table 边几 / Zen 冰心、UOVO 源



Sofa 沙发 / Folia 红叶 Coffee table 茶几 / Cri 可瑞
Armchair 单人位 / Gio 山谷 Side table 边几 / Ovo 星空
Bookcase 书柜 / Rhythm 半岛





Sofa 沙发 / Michel 米其 Coffee table 茶几 / Plan 普兰
Armchair 单人位 / Gio 山谷 Bookcase 书柜 / Rhythm 半岛



Sofa 沙发 / Quadra 嘉里 Coffee table 茶几 / Tile 泰然
Armchair 单人位 / Lovy 洛维 Side table 茶几 / Zen 冰心

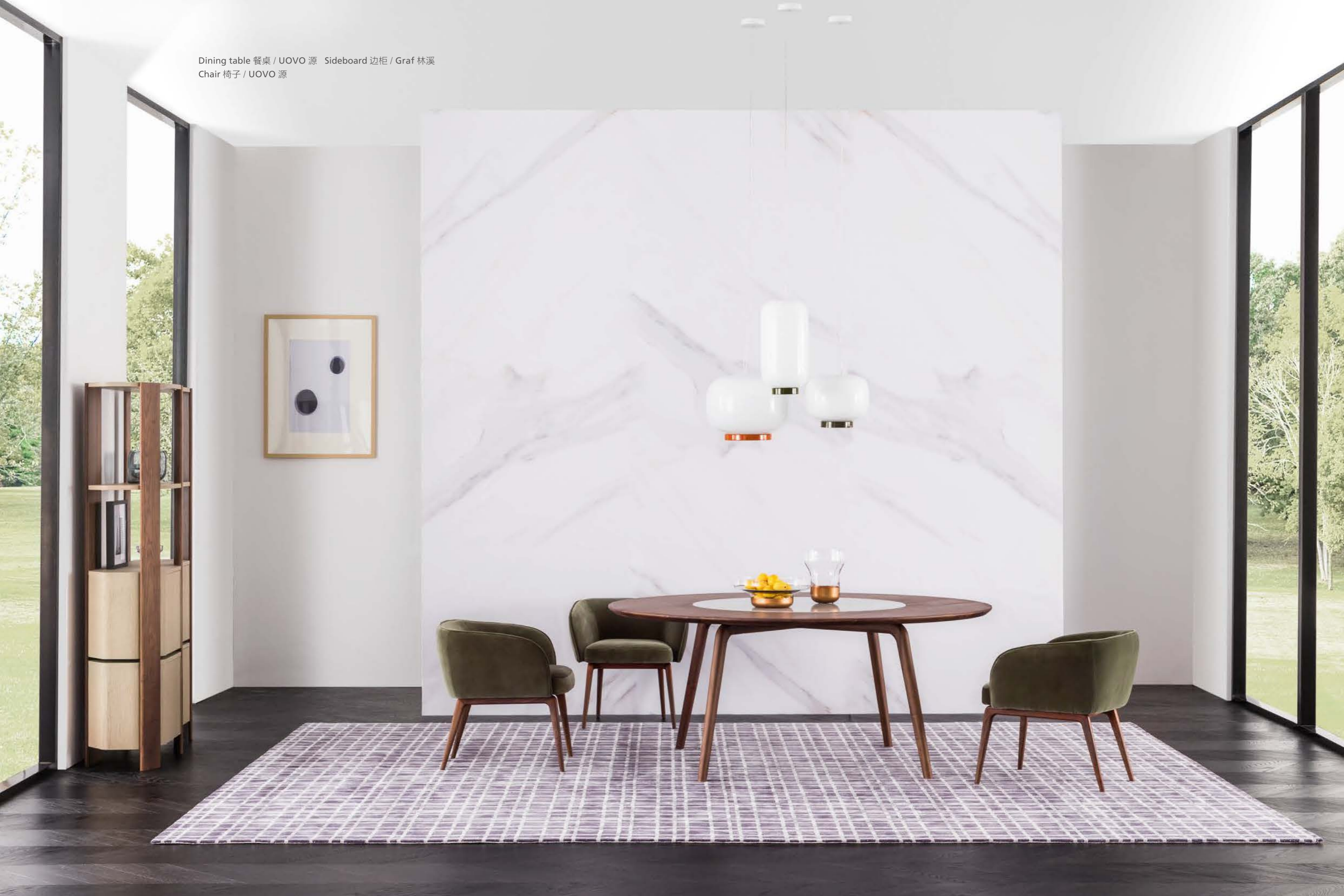
Dining table 餐桌 / Siff 江月
Sideboard 边柜 / Gru 律动
Chair 椅子 / Bola 飞燕



Dining table 餐桌 / Miami 迈阿密 Sideboard 边柜 / Lonja 龙佳



Dining table 餐桌 / UOVO 源 Sideboard 边柜 / Graf 林溪
Chair 椅子 / UOVO 源



Bed 床 / UOVO 源 Armchair 单人位 / UOVO 源 Desk 书桌 / Largo 罗曼 Bedside Table 床头柜 / Anni 悠然



Bed 床 / Lonja 龙佳 Armchair 单人位 / Lovy 洛维 Sideboard 边柜 / Lonja 龙佳
Side table 边几 / Tile 泰然、Zen 冰心



