

居家的美妙原形

對於「家」的解讀，相信每個人一定擁有相異的看法，綜觀功能面，也許你認為家就只是個睡覺及休息的場所；而對蘇執行長來說，家是一個無法取代的幸福空間，它是個讓人感到放鬆，同時也是與家人聯繫情感、對話的重要地方。他坦言，即使每次入住五星飯店，但心中想的還是那個最溫暖的「家」。

成立至今已經擁有 35 年歷史的楠弘廚衛，從 1985 年首度代理德國頂級按摩浴缸 HOESCH，接

影響現代廚房設計相當深厚的中島式開放廚房，其實一切可以回溯到 bulthaup 於 1984 年所推出的 "System b" 系列，它就是現今所熟知的中島 (Island) 原形。「其實這個發想主要是來自於市場的肉販，設計師發現肉販站在肉鋪販售時，總是可以直接的跟客人面對面，進而發想出這個獨立工作檯，並將其運用在 bulthaup 的廚具裡，讓人可以在一個開放的空間裡，一邊烹飪一邊與家人聊天，享受廚房的樂趣。」

來自德國的 bulthaup，優越的品質與出眾的實

樣也是展覽的亮點，總是吸引了全球無數的廚具業者前來朝聖，各大品牌也爭相展演屬於家居空間的新浪潮。談起旗下品牌，蘇執行長表示：「極具機能性、融合科技美學與整合多功能的靈活式廚房無疑還是未來走向。」以 bulthaup 為例，全新的方形功能櫃恰如其分的滿足了個人的獨特性需求，讓準備食材的過程成為一個全新的體驗，無論使用者站在那個方向，都可以快速、輕易地使用所有的功能配件，完整提供多元工作區塊，來因應不斷演變的生活方式，同時也增進了彼此互動與社交的可能性。而另一個品牌 DORNBRACHT，取樣自高級腕錶的「Cyprus 玫瑰金」，以 18K 黃金和純黃銅為主要元素，讓經典商品穿上新衣，龍頭系列展現出絕美的金屬特色，營造出不同以往的優雅格調，絕對是廚衛空間裡畫龍點睛的主角。最後他也提醒讀者，一個產品的優劣，「品牌」絕對是率先考量的要素，著名品牌憑藉著深厚的歷史背景以及完善的工藝之處，絕非無人能敵，接著要考慮的是產品的口碑或是市面上的評價，多方參考各用家的心得，再進行挑選合適自己的產品，最後要參考的才是實用性與外型設計。

專訪 01 | 楠弘廚衛執行長

蘇振華

隨著國人對於生活品質的重視與日俱增，以及受到西方文化的影響，擁有一個完美的居家環境，無疑是每個人心目中的夢想。旗下代理眾多品牌的楠弘廚衛，就是一個美好生活的實踐者。

著陸續將許多充滿日耳曼剛毅究極、質堅精神的品牌帶進國內，無論是 VILLEROY & BOCH、DORNBRACHT、GROHE，還是 bulthaup，相信都已經是國人心中頂級廚衛的代名詞。蘇執行長一路以來秉持著自身對於居家的要求以及重視，帶領著楠弘，完整地將歐洲的廚衛生活落實在台灣。

Living Space 不只是說說

其實「廚房生活化」這個口號早已經喧騰多時，但直至近幾年來才有更為強烈的感受，廚房已經不再只是個專屬女性孤軍奮戰的空間，而是一個屬於全家的 Living Space，從以前以客廳為主的家庭中心，漸漸轉移至廚房。談及了

用設計早已無需贅言，更是廚具界的領導者，每當發想了一個新的概念，過沒多久，相信便能在其他的品牌中看見它的影子。蘇執行長說：「bulthaup 就是一個如此細水長流，耐用且耐看的廚具，甚至應該叫它是『生活藝術品』；你可以花三、四百萬買一幅畫，但其實你更可以買一個廚房，一個在實際生活中可以使用到的藝術品。」

品牌新氣象

號稱世界三大展之一的米蘭傢俱展 (Salone Internazionale del Mobile) 甫於四月份完美落幕，而每兩年一度的「廚具展覽會」(Euro Cucina) 與「國際衛浴展」(International Bathroom Exhibition) 同

