

艺术提升装饰

“Art Deco”是当今建筑史上很重要的流派,意即“艺术装饰风格”,但在设计师的笔下,也有可能被演变成室内设计风格。它源于法国,兴盛于美国,主要用回纹饰曲线线条、金字塔造型等埃及元素装饰建筑的外立面,表达高贵,摩登的形体又体现了古老的、贵族的气质,代表复兴的城市精神,它是线条与几何的结合,是现代与古典的结合,延伸到室内,同样产生强烈的视觉张力。



客厅

将各具纹样肌理、色泽特点的材质相互搭配,加上富有节奏韵律的灯光布局,使得空间层次丰富;音乐厅墙面的南玉石使得空间无需过多的装饰,通过暗藏灯光尽显材质美,并加强了艺术韵味;玉石效果的地砖让客厅看起来高贵大气,本身的纹理又让地面富于变化,香槟色调的水晶吊灯带来奢华感,沙发的背景墙饰和茶几以及隔断墙的水纹贴面相互呼应。

休闲区

主要营造宁静的氛围,色调运用比客厅略浅,装饰摆件多选择白色,镜面的运用延伸了空间范围,也增加了空间的层次感,放置墙柜的大画面与对面装饰画呼应,彰显大家风范;地毯与墙面木纹的点缀使大气的空间更具细节特色,而小圆桌上的一株绿植,则为整个空间带来生气。



主卧

立面造型作了黑色边框的处理,局部的黑色线条可以拉伸整个空间比例,对称造型和局部灯光的点缀,使空间呈现协调、舒适、精致的品位,以杏色为主色调的应用又让空间多了份安宁、祥和。



元素分析

室内空间线条以星河般的图形及块面作视觉缓冲,以相对古典的椭圆、弧线组合排列在中心区域,与宝石截面的现代造型取得平衡,同时通过弧线与直线融合、碰撞,产生出视觉聚焦点,自然而然地进入Art Deco的氛围。

儿童易受吸入颗粒物伤害

家居提醒

一份《室内空气质量与人体健康》白皮书指出,家居环境可能有400多种化学物质、900种不同的有机化合物,且污染来自生活的方方面面,包括吸烟、烹饪、尘螨、宠物皮屑、家居清洁产品和家具排放的有害气体,以及从室外渗入的PM2.5污染等。

儿童、孕妇、老人和慢性病人在室内停留的时间比其他人群更长,更易遭受室内环境污染的危害,其中儿童尤其容易受到吸入颗粒物等污染物的伤害,他们呼吸更快、运动量更多,且身体更小,每公斤体重吸入的空气量比成人多近50%。

专家建议,空气净化器应注重洁净空气输出率(CADR),它专门用来衡量空气净化器产品去除污染物的整体效率,并主要检测三种最常见且尺寸大小最具代表性的空气污染物,即大颗粒的花粉、中等颗粒的粉尘和小颗粒的二手烟,越高的CADR值代表空气净化器去除室内空气污染物的速度越快。

有机科技 成就有机生活



值此安信企业15周年之际,安信地板为满足消费者对有机科技的全能木地板产品的强烈需求,投入巨资,历时5年,联合欧美著名有机科技技术研究团队,专项研发具有国际一流水准的有机科技的全能木地板。2009年,安信New+木地板横空面市。业内专家兴奋地表示:安信New+木地板,从内到外、从产品研发到原料选用,无不是有机科技的成功体现,为缺少新意的地板市场带来了一股强劲的“有机风暴”和“绿色浪潮”!

安信New+木地板表层由高耐磨、高附着力的绿色纯天然全能漆和应用于餐具生产中的永不褪色、纹理逼真清晰的有机科技层构成,使您的家居生活美观更安全。中间加以稳定性超强的取材于有机速生林的绿色基材,让您安心使用。并且,绿色科技升级安信New+木地板板底的健康性能,New+木地板四个侧面、两个底面采用高科技全能防潮技术,彻底突破了木地板防潮效果差的瓶颈。实木地板的享受、强化地板的价格和安信大品牌,超高性价比让您轻松畅享有机科技生活!

地址:台湾装饰街28号 电话:83111068

| | | |
|---------|---------|--------|
| 本期教育版 | 1. 120 | 2. 305 |
| 思维小游戏答案 | 3. C.居住 | 4. B |

新起点 新征程

——恒亚国际家居博览城2014年发展规划



恒亚国际总经理 刘健男

2013年是中国经济转型升级的一年,新政策的推行对我们家居建材流通行业造成了一定的影响。今年启东市场发展增速放缓,部分产品出现负增长,造成该现象的主要原因有:房地产政策变动,存量住宅的装修欲望下降;新交付的小区实际入住人数较2012年有所下降,导致家装需求下降;崇启大桥开通,导致上海卖场对我市造成冲击,分流了部分客户;电子商务推进,使价格更加透明化对实体卖场造成了部分影响,分流了部分客户。可以说我们启东整个家居建材行业,2013年是过得比较辛苦的一年。面对内忧外患的市场环境,我们如何抱团取暖,发挥市场集聚效应,降低运

营成本,提升销量,是2014年我们必须要解决的问题!2014年国家经济形势不会有大幅的波动,面对这样的经济转型期,对我们既是危机也是机遇。

2014年是我们启东恒亚国际家居博览城的新起点,新征程;我们将与恒亚国际所有商户一同开拓进取,创新求异,破冰前行。

2014年启东恒亚国际家居博览城发展规划如下:

1. 强化产品组合,推进现代服务业集聚区发展

目前我们恒亚国际家居博览城一期二期建设已经完成,通过五年来的经营,形成了以陶瓷、家具为主体辅已多种建材产品的市场业态,目前是启东地区规模最大的专业建材家居市场。为了提升我们卖场在高端卫浴、地板、灯饰等方面的产品组合,我们在建的三期引进了汉斯格雅、科勒、巴洛克、三雄极光等品牌,完善了我们的产品组合,我们三期预计在2014年5月正式开业。

2013年12月我市场被评为启东市现代服务业集聚区。2014年我们将继续推进在物流、仓储、加工领域的工作,并拓展电子商务、装修设计等相关行业在我市场的应用,让我们市场的集聚效应得到发挥。伴随三期的开业,我们将着手研究一期升级改造的具体实施方案。通过一、二、三期的联动,恒亚国际

家居博览城将给消费者更大的产品选择空间,降低装修选材耗时,对消费者产生吸引。

2. 扩大品牌影响力,增大市场辐射范围

通过恒亚国际在营销推广上的不懈努力,目前恒亚品牌在启东的知名度已经达到了较高水平;2014年我们将在品牌认知度、美誉度等方面进行拓展并开始在海门、通州、崇明、如东进行品牌推广,提升恒亚国际在南通地区的影响力,知名度。2014年恒亚国际规划投入1000万元做为品牌营销经费。

通过扩大品牌影响力达到深度挖掘启东市场,扩展市场辐射范围的目的,为市场提升客户数量。

3. 深化服务品质,树立一流形象

2014年恒亚将进一步深化服务品质,并将推出一系列面向客户、面向经销商的新政策,来构建恒亚国际的一流形象。例如:继续坚持免费接送车、购物报销车费、30天无理由退货、同城比价差价三倍返还等服务;还将新增装修咨询设计、品牌定位推广辅导、导购员销售辅导、“绿色家居 恒亚国际”等服务;并将为经销商搭建服务沟通平台,为经销商排忧解难。

4. 积极采用新兴技术 做为启东地区规范最大的专业卖

场,我们将紧随时代脚步,应用新兴技术为经销商搭建优质服务平台。

目前行业面临电子商务的挑战,我们已经开始制作我们的O2O平台,采用线上线下联动的模式,扩展广大经销商的虚拟面积,让顾客选购更加便利。

其次我们将加大对微信、微博等网络推广手法的关注力度和推广力度,着手进行360度全景店铺的尝试;建立微网顶推广平台,进行大数据(客户资料)的积累,并与相关卖场、机构合作打造新婚家庭一站式服务

5. 肩负行业责任,引导行业发展

我们卖场在2013年4月加入了中国建筑材料流通协会并积极参与协会的相关活动。同年11月协会在马鞍山召开了

年会,会议中国家商务部、统计局相关领导作了十分精彩的演讲,让我们受益匪浅。作为启东家居建材的龙头企业,我们有责任肩负起启东家居建材行业发展的重任,充分发挥产业聚集区作用,代表行业与政府进行良好的互动,振兴启东家居建材行业,让启东家居建材行业良性发展,让启东人民在启东就可以买到价格实惠,品质一流的产品,把顾客留在启东,不用再跑到上海苏州去!我相信,通过我们大家的努力一定会将启东家居建材流通商贸业推向一个新的高度!

祝各界朋友,在新的一年里身体健康、财源滚滚!

恒亚国际总经理 刘健男

