

工艺差之毫厘,价值差以千里

快快报名红木家具品鉴团,学习红木家具的点点滴滴

本周二,《居家》将成立“红木家具品鉴团”并带领读者前往红木家具工厂参观的新闻一经报道,受到了广大红木家具爱好者的强烈追捧,还没来得及报名的读者也不必担忧,本次活动的报名时间截至8月20日下午4点,如果您也想跟随品鉴团一同去参观红木家具工厂,请在截止日期前拨打96060报名吧!

工艺高低只差分毫

红木家具到底如何制成的?跟随“红木家具品鉴团”的脚步,不难找到答案。月星家居相关负责人介绍,红木家具从木材到成品需要经过很多工序,首先要将原木锯成厚薄不同的板材,再把这些板材分类,分别进入干燥窑干燥,将木板干燥至含水率8%~12%,干燥好的木料由开料人员根据家具不同部分的需要锯成合适的尺寸,再经刨、砂光、开榫、拉花、雕花、打磨等工艺制成半成品,然后刮平、上漆多次,直到合格。

红木家具之所以好,材料珍贵是一个方面,而加工工艺和造型则是另一个方面。如果有好的材料,加工不好,不仅不美观,而且也不耐用,实际上是浪费珍贵材料。南京林业大学木材工业学院副教授徐魁梧说:“所谓加工工艺好就是每道工序都要做到精益求精,一丝不苟。”

在红木家具界,有句俗语叫“木不离分”,说的是木工技术水品

的高低,相差就在分毫之间。据了解,无论是用料的粗细尺寸、线脚的方圆曲直等,都是直接显示木工工艺的关键工艺,稍有出入就会影响家具的质量。有些加工工艺的好坏是直接体现在家具表面上,如表面是否平整、接缝是否严密、雕刻的动植物是否逼真等,这些问题只要购买者认真观察、仔细比较,孰优孰劣是可以作出判断的。但有些加工工艺的好坏是掩饰在外表之下的,“红木家具品鉴团”就是要教会你如何辨别真正工艺好的红木家具。

沪苏京你最爱哪派

徐魁梧说:“虽然近年来红木家具受到了较多关注,但是红木家具市场却也因快速发展而衍生了一些问题。”红木家具市场品牌众多,各个品牌的家具款式单一,没有差异化,没有形成各自的特色,而中国传统家具根据地域和风格都有自己不同的特征,如沪派、苏派、京派等,目前的高仿家具风格模糊,难出精品。

就拿京沪两地红木家具来说,可谓风格迥异,反映的也是两地的文化和风土人情。“北京是胡同、四合院、大宅门,上海是弄堂、石库门,南北两地带来红木家具的风格和品位是不同的。京派红木家具带京腔京韵,有清八旗遗风,沪派红木家具是苏式格调的文人家具,多书卷气,少市井味。”

京沪两地的红木家具就连颜色也有不同喜好,明代文人崇尚自然,贵黄不贵黑;到了清朝,旗人贵黑不贵黄,所以京派家具秉承了明清两朝风格——“贵黑又贵黄”。“黑即紫檀,非皇宫莫属;黄即黄花梨,皇袍和皇宫的意思。而上海人则喜欢红色,寓意吉祥喜庆的意思,所以沪派红木家具即便是采用花梨木也会漆成红色,俨如红酸枝色。”下周末,我们挑选的红木家具工厂各自会是哪种流派的呢?敬请期待吧!

快报记者 童婷婷

红木家具品鉴团联络方式

报名电话:96060(限前80名报名者)
报名日期:8月10日~8月20日下午4点
咨询电话:84783564、84783663



信息快报

中国环保家装艺术节教你打造环保工程

上周,由中国装饰行业协会主办的“首届中国环保家装艺术节”在业之峰全国23个分公司举行。据组委会相关负责人介绍,8月14日,南京将举办第二场公益活动,主题为“如何做到环保工程”。

环保材料在装修中是处在第一位的。但仅仅有环保材料就能做到环保家装吗?答案是否定的。基础装修完成后,都会有一些残留污染,而随着主材的逐步增加及家具的入驻,又产生了叠加效应,室内空气受到二次污染,这就是“累积性污染”。如何解决这个难题呢?环保家装艺术节将给出答案:“环保三重防护体系”。据悉,

这是业之峰装饰于2010年独立研发的最新环保家装成果:第一重防累积——环保评估系统,预防装修材料过度使用造成的累积污染,仅看设计方案就能初步判断环保指数是否达标;第二重防源头——蓝钻工程,卓越的环保材料和生态型的施工环境,使得各种有害物质从源头上得以控制;第三重防残留——负氧离子触发剂,最大程度地清除可能的污染残留,让环保工程更环保。

如果你想了解更多有关如何打造环保工程的问题,请光临8月14日的活动现场,亲自感受环保工程的魅力。王燕

宏耐地板创新模式正式开设网上商城

上周日,宏耐地板网上商城开业发布会在红太阳华东MALL举办。发布会上,宏耐地板发布了其网上商城专销的“网尚”系列地板。

据悉,宏耐网上商城www.homenice.org是地板行业第一个正式推出的在线销售商店,这也标志着家居建材行业开始积极进行模式转型。日前,电子商务在中国发展相当迅速,不但已被充分利用到快速消费品行业,在家电等耐用消费品行业也开始显示出其优越性。尽管目前在家居行业,电子商务和网络营销

的应用还停留在较低的层次,但家居耐用消费品也将通过在线购物的方式到达消费者家中的这种趋势却十分明显。

宏耐地板总裁曾欣介绍说,宏耐地板自2008年就开始探索网络营销的模式,经过3年的准备,于8月8日正式推出其网上商城,期望结合传统销售模式在安装运输方面的优势与电子商务的特点,开拓出地板行业新的运营模式。宏耐将针对网上消费者推出专销地板,以保证其在网络上的价格优势。快报记者 王燕

搜狐德意杯第七届明星设计大赛启动

由搜狐网、搜狐家居设计师网与中国建筑装饰协会共同主办,德意厨具独家冠名赞助的“搜狐·德意杯第七届中国室内明星设计大赛”南京赛区启动仪式于8月7日在红星美凯龙中央路店隆重举行。

搜狐网室内设计明星博客大赛作为全国知名的设计师比赛已经走过了6个年头。去年南京有近100名设计师参加了室内设计明星博客大赛南京赛区的比赛,最后来自南京董龙工作室的董龙获得南京赛区第一名,并代表南京参加了全国总决赛,获得了此次大赛的全国铜奖。

今年的大赛仍将分华北、东北、华东、华南、西南五大赛

区,面向全国数千个开发商、数百万业主征集户型,并通过博客的方式面向全国的室内设计师征集参赛作品。南京赛区的比赛仍将邀请南京艺术学院环境艺术系主任韩巍教授、南京林业大学设计艺术系主任徐雷教授作为评审,为此次大赛作公正专业的评审。

据悉,此次设计大赛的主题为“为绿色中国而设计”,旨在传达设计本质之美,并以设计师的专业视角为大家解读低碳家居的设计思路,为如何实现低碳家居献计献策,感兴趣的设计师可报名参加活动,优胜者将前往北京参加全国总决赛并争夺丰厚奖金。王燕

实惠家装受老百姓热捧

楼市的持续低迷对其下游产业产生了不少影响。根据南京市装饰行业协会秘书长孙建建的初步估计,今年南京家装市场的产值可能缩减50%左右。尤其是进入六七月行业淡季后,不少企业都惨淡经营。可就是在这样的市场背景下,终结者装饰我乐装饰推出的实惠家装却受到老百姓热捧,业内人

士分析指出,这主要是因为老百姓选择家装企业,在注重装修品质和服务的同时,也更加注重价格。

日前,终结者装饰负责人提供了其今年2月18日至今的开工工地花名册。据介绍,终结者装饰今年的业务量较之去年同期上升了15%左右。

王燕

一统家居四大优势

优势一:全国战略多元格局。一统国际家居是全国性大品牌,成立至今已经在全国开设了近800家直营店和独立家居体验馆。

优势二:品类丰富种类多样。一统的产品线涵盖了木门、楼梯、家具、饰品,可以满足消费者一站购齐的需求。

优势三:中间环节少更超值。一统国际家居的所有产品从生产到销售终端都是在自身体系中完成的,没有代理商加价、没有中间环节,从而大大降低了不必要的成本,给消费者带来高性价比的产品。不论小居室和大宅,消费者都可以匹配到合适的产品,享受到优雅的美式生活情趣。

优势四:服务。专家顾问360度服务。一统国际家居目前在行业内率先推出专家顾问式指导和360度全方位服务,即在房屋装修前进行整体家装设计、园林景观等设计,并保证随时接听咨询电话进行一对一的解答和服务。王燕

周末市场捷报频传 家居旺季提前到了?

上周末,南京的家居市场格外热闹,这边厢,冠军联盟六大品牌出手不凡,仅一天时间就取得了338单的销售佳绩;那边厢,红星国际家居奥体店周年店庆更是创下了两天4000万的促销奇迹。如此不俗的成绩单,让不少业内人士窃喜,难道家装旺季提前来了?



红星奥体店人头攒动



冠军联盟活动深受欢迎

冠军联盟业绩好口碑更好

8月7日,冠军联盟六大品牌在红星美凯龙卡子门店举办的“5+1升值计划”活动中均取得了很好的成绩单:欧派橱柜签单93个、红苹果家具签单150个、东鹏陶瓷签单18个、富士照明签单26个、美的中央空调签单28个、大自然地板签单23个,六大品牌的老总们对本次活动效果交口称赞。

欧派橱柜总经理刘军刚说:“这次活动的成功充分证实了一个好的策划方案和好的执行力是多么重要。”为了筹备冠军联盟活动,六大品牌老总前后多次磋商,通过门店推广、小区营销等多种方式为现场活动蓄水,“当然了,尽管已经收获了较好的成效,但是今后我们再筹备冠军联盟活动时,还是要更注重细节的处理,更加用心地去投入。”

作为本次活动签单数量最多的品牌,红苹果家具负责人王晓芬说:“去年我们只有卡子门红星一家门店参与活动,这次除了在红星主会场投入较多资源外,其他门店当天也拿出了同样的促销力度,所以效

果非常明显。当天总的营业额已经接近100万了。”

在上周六的活动中,由六大在各领域里的领军品牌组成的冠军联盟得到了广大消费者的认可,不少客户同时选择了3~4家冠军品牌。家在河西某小区的宋先生说:“这六大品牌我还是挺熟悉的,既然选了一家‘冠军品牌’,就需要其他的‘冠军品牌’与之相匹配,才能获得一致的装修效果。”

红星奥体店上周末大丰收

8月8日,一辆奔驰SMART如期在红星国际家居奥体店被抽中了它的拥有者,而红星奥体店的一周年店庆活动也在此时被推向了高潮,据红星奥体店的一位工作人员介绍,这个周末绝对值得在该店的历史上留下深刻的印记。

在两天的店庆活动中,最受消费者欢迎的要属“9元买断万元床”活动了,当天下午3点,记者就看见有消费者开始在活动区排队了,下午4点现场已是黑压压的一片。据红星奥体店工作人员统计得知,参加买断活动的顾客超过了1500人,

“南京温度再高也高不过消费者对买断活动的热情。”

为了庆祝红星奥体店开业一周年,商场准备了众多奖品和一个终极大奖——奔驰SMART轿车,而终极大奖的抽奖资格并不需要消费者一定要在当天购物,只要是进店就可以获得一张抽奖券,这种“无门槛”的设置也造成了终极大奖开奖时的“爆棚”。“那时候,商场4层楼都挤满了人,估计至少有几万人,抽奖的时候也是悬念迭起,抽了好几个号码,都因为顾客不在场而作废了,大家就一直揪着心等到了最后的得主。”

红星国际家居奥体店负责人说:“本次店庆活动的火爆既在意料之外又在情理之中,今年4月以后的家居市场,销量与同期相比下降至少15%,许多家居品牌在频繁地做着促销,但基本上是‘赔本赚吆喝’,销量并没有上升趋势,不得不让人对市场前景产生怀疑;而奥体店的成功是由于我们的确拿出了非常大的促销力度,前期也做了大量的宣传推广,触动了刚性需求消费者的神经。”

快报记者 童婷婷