

圣象发布原素系列引领北欧极简生活方式

三层实木抢高端地板消费市场

6位嘉宾在气质优雅的北欧模特引导下，缓步走上前台，拉下幕布，一款款如同艺术品般美丽的地板露出真容。12月13日，圣象集团在北京借助居然顶层这个设计殿堂，以一种亦梦亦幻的场景发布最新三层实木复合地板新品——NO.59°18（原素）系列，用极简的北欧风格为三层实木复合地板赋予了尊贵而时尚的气息。

“我们一直有一个梦想，就是振兴中国三层实木复合地板，这个来自欧洲的品类进入中国已经20多年，如今基本成熟了，成为高端装修的地板首选。”在新品发布现场，圣象集团副总裁、圣象康逸事业部总经理朱玲英颇为自豪地表示。朱玲英对三层实木复合地板的自豪，可以从最新发布的单品NO.59°18（原素）系



三层实木复合地板地板NO.59°18（原素）系列正式发布，圣象集团副总裁、圣象康逸事业部总经理朱玲英自豪地向消费者介绍产品设计理念与制造工艺。

列中窥出缘由。在发布现场，6块样板分别立于不同展架上，每块样板表面都光洁无瑕、纹理清晰独特，背面亦是纤尘不染、质朴高贵，和正面一样美观，整体看来每一款都风格迥异，细细品味却发现它们具有相同的神韵。

NO.59°18（原素）系

列包括古斯塔橡木、克朗山核桃、瓦萨橡木、斯堪森橡木、尼古拉橡木和拉松达胡桃木六款新品，之所以取名NO.59°18，是因为以“木头岛”为名的瑞典首都斯德哥尔摩的坐标是北纬59°、东经18°，设计师深入研究了北欧家居文化并从中汲取灵感，不仅在工

艺上遵守北欧百年精工制造的严苛标准，而且在产品内涵上渗透了北欧风格的精髓与灵魂，展现出纯正的北欧极简生活方式。

据了解，圣象康逸为提高质量，不惜将新品的背面做得与正面一样光鲜、漂亮，产品成本提高了30%。圣象三层实木复合地板在家居消费市场整体下滑的大背景下经常缺货，成功占领了国内该品类地板销售份额的50%，“高档装修——用圣象三层实木地板”已经成为消费者的共识。地板专家高志华表示，好产品一定会有好市场，三层实木复合地板在圣象的助推下走向了成熟，NO.59°18（原素）系列新品发布对推动三层实木复合地板向着高端、尊贵方向发展具有战略性意义。

北京商报记者 谢佳婷/文
吴厚斌/摄

品牌关注

向“创基金”捐资400万元

大自然家居助推中国家居设计

北京商报讯(记者 赵中昊)教育要从头抓起，设计也不例外。近日，一向关注环保设计的著名家居品牌大自然家居向为设计人才提供资金支持的“创基金”一次性捐资400万元，用以助推中国家居设计教育及传承。

据悉，“创基金”是由邱德光、林学明、梁景华、梁志天、梁建国、陈耀光、姜峰、戴昆、孙建华及琚宾10位来自中国内地、香港、

台湾的设计师自发成立的私募公益基金会，被称做“卖身”公益事业。在一场名为“创想公益基金慈善晚宴”上，大自然家居董事长余学彬受邀代表大自然家居向“创基金”捐款400万元。余学彬表示，设计师为企业提供资源，给客户提供温暖舒适的家居设计方案，给社会创造了无限的家居可能，作为一直支持家居设计的大自然家居，感恩于伟大的设计从业者们，因此

向“创基金”捐款，并倡导更多家居企业行动起来支持设计师。

据了解，“创基金”将举办一系列创想公益项目，包括征集社会公益项目进行支助、和国内大专院校建立奖学金制度、整合资源帮助贫困偏远地区学校设立美术音乐教室、与年轻设计师分享发起人的成长经历等主题活动，让创意的种子生根发芽，为中国设计与教育事业做

出贡献。在当晚举行的拍卖环节中，余学彬更数次举牌参与竞拍，为公益事业献出爱心。

业内人士表示，对于家居企业而言，400万元并不是一个小数字，大自然家居能够一次性为设计慷慨解囊，体现出企业对家居行业设计发展的责任心，从自身发展到助推行业、甚至助力年轻家居从业者的发展，体现了品牌企业的赤诚之心。

范姗姗与马伊琍畅聊“当家观”

爱依瑞斯庆20周年邀“女神”助阵



爱依瑞斯董事长范姗姗(中)及影视女神马伊琍与众嘉宾畅聊家居新潮流。

家具符合她对于优秀家具品牌的认识，可为像她这样的事业型女性提供舒适感和幸福感；作为以华丽、舒适著称的著名软体家具

品牌创始人范姗姗更是对现代女性之于家居生活的理念给予全新阐释，她认为，对于现代女性而言，品质家居生活是必不可少的，为更多的人提供舒适的品质家居生活，是爱依瑞斯的追求与责任。

据悉，本次邀请马伊琍等“女神”畅聊家居潮流是爱依瑞斯为即将到来的20周年系列活动开启的首秀，爱依瑞斯借助本次活动向社会传达一个信号：坚持用亲民的价格和卓越的品质服务于消费者，爱依瑞斯已经成为潮流与时尚的代表。活动当天，爱依瑞斯还向消费者推出“签名返现”、“特价折扣”等优惠活动，邀更多消费者现场体验软体家具的魅力。

凭借《奋斗》、《乔家大院》等影视剧蹿红的马伊琍表示，以前她喜欢设计型的家具，现在更喜欢舒适及具备天然健康材质的家居产品，爱依瑞斯软体

· 行业动向 ·

居然靓屋发起购物送钻石

北京商报讯(记者 赵中昊)最近网络疯传一个词叫“任性”，通常指那些想买什么就买什么的有钱人。据悉，12月20日，居然靓屋灯饰城也替消费者“任性”一把，准备送购物的顾客裸钻及众多好礼。

居然靓屋负责人透露，12月20日消费者来居然靓屋购物满一定数额，就有机会获得包括裸钻在内的各种大礼。如购物满30万元且消费排名前3名的顾客，便可获赠裸钻一颗或平衡车一辆；购物满20万元且消费排名前5名的顾客，可获赠BOSE耳机或iPad Air 2一台，此外，购物满1万-10万元的消费者分别有机会获得充电宝、净化器及圣诞套票一组。凭在居然之家十里河店购物获得的居然靓屋百元现金券还可在靓屋全场消费。消费者同时可享受全场免费办理会员卡、双倍积分的优惠。据悉，居然靓屋灯饰城是居然之家于2013年全新打造的集进口国际品牌及国内知名品牌灯饰于一体的高端灯饰卖场，目前居然靓屋在北京已开办十里河店、北五环店两家分店，是京城真正意义上的“五星级”灯饰卖场。

集美“班车服务”辐射逾百个地区

北京商报讯(记者 赵中昊)在京城街道上，很多人都会遇见那辆橘紫色的面包车，人们也通过车身上的标识知道这是著名家居卖场集美家居的免费接送班车。据悉，截至目前，集美家居的“班车服务”已辐射集美在全国的8家门店，可经停逾百个地区。

据了解，目前集美家居大红门店、卢沟桥店、定慧桥店、北苑店、水屯店、天津店、廊坊店、厦门店8家门店均配有班车接送服务，负责接送门店周边的消费者。经停的地区更达到了130余个，共有超过数百辆班车参与服务，每天完成超过3200次免费接送任务。以京津地区为例，班车身影东至天津、南至卢沟桥、西至五棵松、北至天通苑，并在北京东直门、五道口、牛街、太阳宫等重点地区设立站点，可以说遍布了京津地区，从而织起了一张营销服务网。集美家居负责人表示，虽然集美开设的店面有限，但每一辆班车就如同卖场的延伸，为更多消费者提供了来集美购物的便利，让消费者放心购物，轻松回家。

KOKUYO国誉新品亮相国际展会

北京商报讯(记者 赵中昊)近期，世界最大规模办公家具博览会“ORGATEC 2014”在德国科隆举行，著名办公家具品牌KOKUYO国誉携新品亮相，并以创意办公空间主题展现其不受固有理念束缚的品牌形象。

据悉，展会上KOKUYO国誉展示了由nendo设计的海外限定发售的工作椅ENTRY及新品PRESENCE II。新办公椅ENTRY坐感极为舒适，且具有简洁的设计和卓越的品质；新品PRESENCE II则借助多样化简约大气的设计理念，打破传统，让用户在整体办公环境中既能兼顾团队协作，又可集中精力高效工作。

作为高品质办公家具及办公环境解决方案的提供者，KOKUYO国誉在每年推出新品的同时，还保持与艺术家、建筑师、设计师的合作，与此同时，经历更名后的国誉家具也将继续深入市场，贴近客户的需求，设计并制造出更符合国内市场的产品和办公环境解决方案。

搜狐焦点决出装修日记总冠军

北京商报讯(记者 谢佳婷)2014年12月6日，由柏森家具、嘉宝莉漆冠名支持的搜狐焦点家居网第12届全国装修日记明星大赛在北京拉开全国总决赛的帷幕，经过一个下午的激烈角逐，最终北京的参赛选手“平民女De实木家装”从来自全国各地的8名参赛选手中脱颖而出，摘下年度总冠军之桂冠。

在现场北京商报记者感受到了浓郁的比赛气氛和欢乐的聚会氛围，来自全国各地的参赛队员在现场依次进行精彩的演讲，真实的经历、朴实的情感让人倍感亲切，选手们热情的粉丝团成员的欢呼声和评委妙语如珠的点评将比赛推向一个又一个高潮。据了解，这已经是搜狐焦点家居网第12次举办装修日记，参赛城市数量与比赛规模创下了又一次新高，此次还得到了柏森家具、嘉宝莉漆的友情赞助。柏森家具品牌战略发展中心总监张运金称，赞助这场比赛不仅仅是为了多销一套产品，而是因为柏森要做“消费者品牌”，“装修日记大赛这个活动非常好，不仅线上线下互动，而且直接面对消费者，有利于了解他们的真实需求”。