

金鹰艾格全权运营 打破欧洲品牌垄断 美国地板品牌首进中国

北京商报讯 (记者 曲英杰)

2017年3月21日,第19届上海国际地面材料地板展上,美国驻华大使馆高级官员与金鹰艾格总经理林大伦共同举杯,宣布GRAF格拉夫和HARRIS哈里斯正式进军中国市场。这是美国地板品牌首次进入中国市场,进口地板由欧洲品牌一统天下的局面终于被打破。

北京商报记者了解到,此次金鹰艾格引入的两大品牌创立时间均超过百年。其中,GRAF格拉夫是世界上最大的采用原木纵向1/4切割方法板材的生产者。相比欧洲进口地板普遍采用的旋切法,1/4切割方法采用径切方法,不仅可提升木材利用率,稳定地板性能,且从外观上来看,切后纹路都是直纹,大气简约,曾用于美国前总统里根的白宫官邸装修。

欧洲进口地板品牌在中国市场并不少见,美国地板品牌进口中国此次尚属首例。据2016年7月14日发布的第十期北京商报家居产业(北京)景气报告显示,北京五大进口品牌分别是瑞士卢森地板、飞美地板、德国汉诺地板、奥地利威兹帕克地板、意大利巨人地板,均为欧洲品牌。

“欧洲地板较早进入中国市场,几乎成为进口地板的代名词,而美国对进出口要求严格,且环保标准高,生产过程中不允许添加任何醛



在上海地板展美国馆里,金鹰艾格总经理林大伦在美国高级官员的见证下,开启香槟,庆祝美国进口地板首次进入中国。

类成分,导致成本、定价都比较高。”对于美国进口地板的姗姗来迟,林大伦如此表示。

分析人士认为,美国进口地板之所以迟迟未进中国,还有一个不可忽视的原因是,中美地板市场之间缺少一个在双方市场都有丰富经验,可以搭建起互通桥梁的运营商,如今金鹰艾格填补了这一空白。2015年金鹰艾格以美国最严苛的加州环保法为标准,在美国及中国市场同步推出“好莱坞大片”系列产

品,随后又在加州洛杉矶比华利山开出专卖店。对中国和美国市场都很熟悉,金鹰艾格运营美国进口品牌,有了成功的保障。

“从生产到包装,从设计到品质,全部与美国本土统一标准,我们要把原汁原味的美国地板带给中国消费者。”林大伦介绍,GRAF格拉夫和HARRIS哈里斯将在金鹰艾格各大城市专卖店销售,让中国消费者享受到美式生产方式带来的舒心与愉悦。

品牌关注

拒绝过度设计 第八届筑巢奖倡实用之道

北京商报讯(记者 谢佳婷)2017年3月23日,在以“筑巢设计·人居之美”为主题的第八届筑巢奖启动新闻发布会上,筑巢奖组委会主席方晓风教授强调筑巢奖的核心价值观——摈弃以奢为美、以繁为美的设计倾向,倡导简约实用之道,提出好的作品应该着眼于全局性、统一性的表达,对材料的正确选择与应用,注重设

计营造多感官体验效果的环境氛围,追求人、项目与环境的和谐。

“不应该只鼓励人买大房子,通过设计也可以改善生活。”方晓风表示,为引导设计师关注民生,筑巢奖特增加商品房/公寓-小户型和养老保障型住房的参赛项目,同时,为了强化设计师的实践能力,作品只征集在建和已建作品。

他还透露,第八届筑巢奖对组织架构、作品征集标准、评选程序等方面做了一系列改革,更加“实”。比如在奖项设置方面,在2016年的基础上将奖项类别从十几类减少到八类,奖项含金量更高;在设计方面,强调民族设计,倡议设计走出模仿痼习之道,以设计研究树立文化自信,通过对民族文化的思考,创造源于中国人生

活方式和社会背景设计作品的发展之路。

值得一提的是,筑巢奖是参赛报名环节不收取任何费用的奖项,日常运维费用由筑巢集团提供支持,保证奖项的公平、公正和公开,且为了让获奖作品的设计理念更好地传播,筑巢奖组委会特规划了“筑巢论坛”、筑巢奖金奖作品展、筑巢奖年鉴等多种模式的推广。

香河国际家具展首推“家具e购”搜索引擎

北京商报讯(记者 谢佳婷)距离首届香河国际家具展开幕仅剩十余天,展会筹备状况如何了?2017年3月28日,香河国际家具展组委会总顾问林斌在接受北京商报记者采访时表示,筹备工作已进入收尾阶段,展会还将首次推出重量级武器——“家具e购”搜索引擎,让消费者能够方便地实现采购。

北京商报记者关注“香河国际家具展”微信公众号发现,右下角有一个名为“家具e购”的小栏目,

点进去后可以看到一个搜索引擎,展馆、商家、品牌、风格,想找什么品牌、什么款式随心所欲,地点、电话一目了然,上面还有对企业的星级评定。林斌表示,考虑到香河国际家具城面积太大,300万平米展厅将展出7000多个国内知名品牌,不熟悉的人找起来很难,“家具e购”搜索引擎让人们在挑选家具时更便捷,香河国际家具展将为中国首个使用该搜索引擎平台的展会。

除了“家具e购”搜索

引擎以外,“展与销双轨并行”的模式也是香河国际家具展的一大亮点,其中4月10日-15日是B2B展,为制造企业和品牌工厂搭建拓展渠道,4月16日-20日是B2C展,供消费者现场采购。“以前消费者要等到工厂在完成市场布局后才能买到新品,这次很多消费者第一时间就可以买到最新发布的新品。”林斌表示。

借展会的形式调整香河国际家具城业态比重,让它们自然升级和洗牌,

是香河国际家具城在5次成功举办“香河家具采购节”之后,尝试办国际家具展的另一个目的。香河国际家具城管委会相关负责人向北京商报记者介绍,此次展会将推出2017中国香河实木家具展、2017中国香河办公和酒店家具展、中国名优软体家具展、中国百强客厅卧房家具博览会、原辅材料及软体机械展等六大主题家具展,集中发力,吸引全国这六类产品厂家关注香河国际家具城,促进结构优化升级。

· 行业动向 ·

居然之家10万美元征年度空间设计

北京商报讯(记者 谢佳婷)2017年3月28日,居然之家通过官方微信号发布“居然设计家”百万家居大奖赛报名消息,此次大奖赛包括家居设计大奖赛和家居工艺大奖赛,最高将奖励10万美元,报名时间截止到2017年5月10日。

“居然设计家”家居设计大奖赛是北京国际家居展览会的专项设计大赛,由北京居然设计家家居连锁集团有限公司投资发起,有意向的设计师可以通过居然设计家官网www.shejija.com或微信公众号“居然设计家”两大渠道报名。

此次大赛强调设计师的实践能力,要求参加家居设计大奖赛产品类参赛作品为已设计打样完毕或已在市场售卖、或为项目所用的实物产品,空间类参赛作品除空间概念类之外的项目须为竣工验收并投入使用过的项目,参加家居工艺大奖赛的产品须为已在市场售卖、或为项目所用的定制产品。

沃伦门窗建博会展现静音品质

北京商报讯(记者 曲英杰)将外界嘈杂阻挡在家之外,一扇静音门窗必不可少。在3月22日开幕的2017年第22届中国国际建筑贸易博览会上,主打“高端静音门窗”的沃伦门窗展出了多款静音门窗,直击消费者在隔音降噪方面的痛点,引来高关注度。

10道密封隔音,是沃伦门窗可有效去噪的奥秘,在沃伦门窗展位展出的剖面样品中可以看到,经过曲折折的密封处理,声音再传入室内已被大幅降低,这对于多居住在环路附近的北京消费者来说无疑是重要福音。

此外,在门窗外观和具体功能上,沃伦门窗也在不断创新,例如内开内倒窗,可平开也可向上内倾,减少儿童安全事故的发生。一款折叠门的设计更为新颖,关闭时可将噪声阻隔在室外,打开时可折叠完全开放,扩大室内室外接触面积,让门窗的边框不再影响消费者与大自然的接触。

伴随着二手房交易量的攀升,换窗需求陡增,门窗市场正加速发展。沃伦门窗2011年成立于北京,集断桥铝门窗、阳光房、铝木门窗及相关辅件生产于一体,以静音为主要品牌特质,正获得越来越多的消费者认同。

集美家居单店周年促销破5000万

北京商报讯(记者 曲英杰)2017年3月24日-26日,集美家居定慧桥店推出以“16年·一直在”为主题的大型三日促销活动,庆祝集美家居定慧桥店16周年庆典,北京商报记者了解到,此次大型促销合同销售超5000万元,实收现金销售突破3500万元。

以16周年为契机,集美家居定慧桥店提出“寻找老顾客,寻找同龄人,慰问老商户,慰问老员工”活动,对同样出生于2001年3月28日的同龄人和2001年12月31日之前到定慧桥店购物的老顾客提供店庆专属礼品,还推出了“购物返16%现金,160份免单礼循环抽”、老顾客无购物抽奖和“1.6元升160元官网抢券,VIP积分奖家居好礼带回家”等活动。

自2016年12月18日完成升级以来,集美家居定慧桥店不断优化服务,创新活动形式,成为京西家居消费重要去处,落实着集美家居提出的“新生活,因我而美”的品牌转型。

天盛装饰试水整装模式

北京商报讯(记者 谢佳婷)2017年3月25日一早,位于黄寺大街德胜置业大厦的天盛装饰就迎来了一波又一波的客户,他们大多是奔着6.8万元整装新品而来,抢夺稀有的66套资源。

据介绍,此次推出的6.8万元整装新品包含一室一厅一厨一卫(60平方米)的硬装、品牌家具和软装配饰,拥有五大亮点。一是整合九大家具体系,以实景样板间形式呈现,真正做到所见即所得,主材辅料、灯具窗帘应有尽有,轻松一站式购齐;二是以平方米报价计费,价格透明,避免被动增项;三是全面展示隐蔽工程、施工工艺和标准化施工流程,确保施工质量;四是O2O模式去除中间环节,打造高性价比;五是工程监理实时跟踪工地进度,微信群24小时全程服务,保障装修顺利进行。

除了6.8万元的整装套餐以外,天盛装饰还推出了599元/㎡、699元/㎡、999元/㎡三款套餐,满足不同消费需求。