

TATA木门上线“量声定制”

在静音的道路上走到第七年,TATA木门对“静音”有了新理解。

2019年“6·18”前夕,TATA木门抢先上线“量声定制”服务,TATA木门会派“量声定制”设计师上门用专业仪器对用户家里不同时段的噪音进行测量,并根据测

量结果为其组合定制静音窗、静音入户门、45°斜口静音门、静音墙板四大静音产品。

根据噪音等级因需定制静音系统,TATA木门无意构筑的“静音”护城河越来越宽。

上线“量声定制”

“6·18”未到,TATA木门官方旗舰店的客服却已进入战斗状态。

“您家是哪个小区哪个户型?我们可以根据您家的户型来看下设计师做的方案,导入《酷家乐案例图册》现在公司还有量身定制的1.69万元和3.69万元安静生活套餐……”2019年6月11日下午,TATA木门官方旗舰店售前客服117熟练地快速回复咨询“量声定制”服务的客户。

自从TATA木门天猫旗舰店“6·18量声定制”活动上线后,售前客服117每天都会接待大量咨询“量声定制”的客户。“量声定制”是TATA木门整合旗下众多静音产品推出的一项定制服务,由TATA木门“量声定制”设计师上门对客户家中噪音来源及大小进行测量,根据每个家庭以及每一位成员的不同需求“量体裁衣”为其提供精准的噪音解决方案。

中国住宅隔音标准是1982年国家建筑工程总局编制执行的,30年前的噪音环境和现在有天壤之别,很多标准不能满足现在的隔音需要,所以现在家中的房子在装修的时候都要考虑隔音的问题,无论是户外的噪音,还是室内的噪音。汽车鸣笛、飞机轰鸣、广场舞音乐、街道夜生活、楼道杂

音、邻里生活,乃至家中的电视声、冲马桶声……人们无时不刻不生活在噪音中,但不同的人对于静音有着不同的需求。

分解五大噪音源

一天走3万步,为6户家庭检测噪音“量声定制”静音产品,是TATA木门“量声定制”设计师的日常。

“这个小区比较安静,但考虑空调外挂机的恼人,选用2级静音窗就好”、“业主家客厅与卧室一墙之隔,为了照顾需要足够睡眠的孩子和喜欢看电视的老人,建议选用45度斜口静音门,同时搭配客厅的电视隔音背景墙”、“该住户家是低楼层,而且入户门紧邻楼道电梯,使用TATA静音入户门可以解决楼道噪音问题”……这位张姓TATA木门“量声定制”设计师已经为若干客户“量声定制”了安静生活解决方案,“TATA木门提供的是安静生活解决方案,家中噪音一般分为室外噪音和室内噪音两大类,TATA针对这五大噪音研发产品,构建了TATA静音系统”。

支撑静音系统的是严谨的数值,除了用分贝仪对用户室内外的噪音来源及大小进行测量和判定以外,TATA木门还将旗下众多静音窗、静音入户门、45°斜口静音门、静音墙板等明星静音产品划分为6个不同的等级,以应对不同程度阻隔噪音的需求。

行业动向

北京家具行业协会携城外诚助力家居设计

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)2019年6月6日下午,由北京家具行业协会设计专业委员会主办、城外诚协办的“创新引领 设计赋能”交流活动在城外诚DXD北京设计互联中心拉开帷幕。北京家具行业协会将携城外诚启动行业设计服务工作。

“家具产业的创新就是转变发展方式、转换增长动能,以自主核心技术为支撑、以产品研发和设计为龙头进行集成,引领行业从产业链的中低端向高端发展。”北京家具行业协会会长何法润认为,针对目前行业内优秀的设计师对接企业难、产品落地难、市场推进难等系列问题,北京家具行业协会设计专委会通过搭建平台,让相关院校、设计师、企业等多方合作、互通互联,引领制造业创新发展。

活动特邀嘉宾北京市政协常委副秘书长宋慰祖表示认同:“现在是创新驱动发展的时代,是一个以文化为引领、科技为支撑、需求为导向、设计为方法的创新发展的时代。在这样的时代,需要思考如何把新材料、新工

艺、新的生活方式,与智能化、定制化、个性化的需求相融合,来进行新的家具设计。”宋慰祖对家具行业提出新的期望:要让中国的家具产业在新的时代里成为世界家具产业的引领者,而不再是跟随者。作为北京家具品牌企业代表,北京世纪百强家具有限公司董事长陈晓太认为,家具品牌应视质量为生命,视设计如灵魂。

作为本次活动的协办方,城外诚DXD北京设计互联中心一直在采取多种方式推动行业创新设计。城外诚DXD北京设计互联中心拥有1000平方米互联核心、170平方米媒体影棚、690平方米体验中心+I-MAX私享影院、7000平方米国际一线家居设计品牌展厅及旗舰店,还会通过定期举行国际设计交流活动,如国际设计论坛、沙龙、原创设计品牌展等,促进家居行业转型升级。

据悉,未来北京家具行业协会设计专委会将不定期举办设计沙龙、企业对接、设计作品展示等活动,助力北京家居行业健康、高质量发展。

与杨丽萍深度合作 东易日盛探索家装艺术

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)2019年6月7日,正值中国的传统节日端午节,中国舞蹈艺术家、中国舞蹈家协会副主席杨丽萍来到东易日盛集团总部大厦,与东易日盛总裁杨劲共同探讨家装艺术。作为上市家装公司,东易日盛通过多年研究将空间美学升级为家艺术,与杨丽萍的深度合作则将为东易日盛的艺术探索开启新阶段。

杨丽萍生于云南,以“孔雀舞”闻名,是著名的中国舞蹈艺术家,在舞蹈艺术方面造诣很高,对家居设计也颇有研究。“舞蹈从生活中来,取自自然之精华,与山、与水、与阳光、与雨露都有关系,舞蹈离不开生命,离不开生活,离不开空间艺术,像一个柜子、一把

椅子,由很多零件组成,它的智慧与舞蹈艺术是相同的。”杨丽萍表示。

东易日盛与杨丽萍的渊源颇深,早在2008年,东易日盛便率先将杨丽萍《云南映像》引入北京。2017年,东易日盛携手杨丽萍推出中国版《春之祭》,并成功在上海进行演出。中国版《春之祭》借鉴了藏舞、戏曲等多种表现形式,将东方文化融于现代舞表演中,获得了英国、加拿大、澳大利亚等多国顶级艺术剧院的青睐。2018年9月,东易日盛与杨丽萍正式发布《春之祭》完整作品,并开启全球巡演。2019年6月,由东易日盛和杨丽萍舞团共同落地的舞蹈公益表演在美若慈善之夜上演出,传递爱的力量。

“静音”步履不停

“提起TATA木门就会想到静音,提到静音门就会想到TATA。”业内人士指出,“静音”是TATA木门的重要标签,此次推出的“量声定制”并非单款静音产品,它是“产品+服务”的组合,是“静音”道路上里程碑式的升级。

TATA木门在“静音”的道路上探索了七年。早在2012年,TATA木门就开始倡导木门的“静音”理念,首发“45度斜口软磁吸静音门”。之后,TATA静音门又经3次升级,从C形弹性结构,到1.62mm的窄边,再到四边超强静音模式的开启,TATA不断以创新性的工艺提升静音水平,丰富静音系列产品线。2017年,TATA发布“超级静音三大件”——外门、室内静音门和静音墙板,外门针对于阳台或室外空间,采用L形结构内嵌优质胶条,可隔绝窗外、室外的噪音;室内静音门采用“45度斜口的塞式结构”和软性胶条与磁力吸附;静音墙板在实木结构中内置玻璃,是背景墙与墙壁的完美结合,也是TATA在静音门工艺上的重大突破。

2018年,TATA木门发布“第四代静音门”新品,四边超强静音,全面阻隔烟气。当时有人感叹:“TATA木门把静音产品做到极致了,下一次发布什么?”2019年新品发布会未到,谜题已解。TATA木门推出的“量声定制”向人们展示了一种全新的思维,TATA木门已经从“做更静音的门”升级到为消费者提供“产品+服务”的一站式全屋静音解决方案。

“初心在最开始的时候简单朴素,但它会慢慢长大,就像一颗种子,能够长成参天大树,又仿佛站在零的起点慢慢绵延很长很长的道路。”TATA木门董事长纵瑞原写下的句子,让人们对TATA木门的未来充满想象。

北京日报记者 谢佳婷

集美家居定慧桥商场

端午借传统文化活动揽人气

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)端午期间,各大家居卖场不断推出形式各样的营销活动吸引客流、提升人气、促进销售。集美家居定慧桥商场除了推出“全场成交价再享9.8折”等促销活动以外,还举办了一场颇具传统文化特色的“端午汉服文化活动”,吸引了众多消费者关注,销售额和人流量再创新高。

6月9日下午,“端午汉服文化活动”在集美家居定慧桥商场大厅内上演,活动设置了穿汉服学古礼、汉服走秀、猜字谜、盛唐夜唱、手工制作香囊等环节,现场能看到很多家庭成员进行体验和互动,也有不少消费者驻足观看。集美家居定慧桥商场通过活动传承了传统文化,增强了民族自信心,营造了和谐的卖场氛围,提升了商场的人气。

人气更旺的是“满额享豪礼”活动。因为可合单换礼和挑选礼品,所以总会看到消费者挑选礼品“扎堆”。现场的工作人员表示,购物金额越大、实付金额越多,能选择的礼品价值就越大,这就是活动火爆的原因。北京商报记者在现场看到,豆浆机、养生壶等小件家居用品,洗衣机、三开门冰箱和电视机等大件家电,琳琅满目地摆在大厅内,不时有消费者上前挑选。除此之外,活动期间在集美家居定慧桥商场购物的前50名集美家居会员还可免费获得红酒礼品一份。

集美家居定慧桥商场各收银台前排起了长龙,“此次活动内容易懂、实惠、方便操作”。不时能听到消费者对此次活动的评价。

据了解,2019年集美家居定慧桥商场将以“养商惠民”的全新战略,扶持优质商户,回馈消费者,打造诚信商场的形象。