

即日起至7月31日,凡固话尾号、手机尾号、车牌尾号、身份证尾号为61或8的读者,144元订一份全年《郑州晚报》,将可能获得订报款61倍或8倍的大奖和惊喜

创刊·改版季 每年五、六、七  
创刊61年 改版8年

郑州晚报  
B05  
第一家居

2010年6月24日 星期四 主编 卢林 编辑 熊维维 校对 王阳 版式 王艳

维维道来

# 低碳,不要概念要标准

逛建材市场,不少人都会被“低碳”、“环保”、“绿色”、“健康”等时髦而看似人文的关键词包围着。当然,这些摸不着看不见的所谓“低碳”,除了听商家一番推介,消费者只能是一头雾水。

是否“低碳”?现在行业还没有一个明确的标准。对于行业来说,也只是个概念而已,而非标准。

事实上,只有“标准化”才能制造出合格的产品,而“概念”则提供了更多炒作的噱头。标准未定,产品先行,很多厂商或经销商连“低碳”这个概念甚至都还说不清楚。

商业社会中,搞点营销噱头本无可厚非,但对这个话题大可不必急功近利,家居产品的环保化和低碳化本来就是漫长的过程,我们需要时间才能做得更好。

相对直接在产品上贴“低碳”标签来说,从低碳角度宣传企业文化技术含量更高。

继去年4月,在甘肃刘家峡启动“万绿母亲林”大型植树活动后。日前,大自然地板、雷士照明、欧派橱柜、东鹏陶瓷、红苹果家具和美的中央空调六大品牌携手中国绿化基金会举行“我为零碳种棵树”活动,并借上海举办世博会契机,组织100多名来自全国的消费者代表共同参与植树活动,倡议打造“零碳城市”,推广零碳生活。

商业活动被包装成环保公益,对企业文化和品牌形象的建设确实有一定的积极影响。当然,在这样宣传的同时,相关研发也应同步跟上,才能把活动中吸引的眼球真正转化为品牌

证——“十环认证”的企业;大自然地板首创活性生态漆技术,产品已入驻上海世博会零碳馆;雷士照明一直倡导绿色照明,推广高效节能照明产品,为上海世博会零碳馆提供灯光照明系统,并成为广州2010年亚运会灯光照明产品供应商;东鹏陶瓷依靠科技创新,探索超薄陶瓷产品,减少原材料与能耗,有效实现节能减排……

有业内人士表示,普及低碳是全社会的责任,而企业是主要推动力之一。家居企业从生产、研发、营销等几个环节,率先为消费者提供低碳产品,推广普及低碳生活方式,体现作为行业领军品牌的责任感,同时在整个行业乃至全社会都具有很强的示范意义。

从种种商业行为来看,炒作也好,宣传也罢,可以肯定的是,“低碳”意识已经在行业内润物细无声地蔓延开来。

在询问各种人群对低碳的不同理解时,十个人会有十个或者更多的想法。不管大家揣着什么心思,这样热烈的讨论和深刻的关切几乎是空前的。不管你当它是一个噱头,一份事业抑或一种精神,它所蕴含的价值远不是商业运作所能衡量的,只有吃透了这种“低碳文化”,用端正的态度来面对它带来的影响,勇于承担作为企业、作为公民的相应责任,才能体现出“低碳家居”的真实价值。

晚报记者 熊维维



“低碳”不仅是产品,更是一种企业意识。

认可度。

有一些家居品牌以打造“绿色整体家居”为己任,各品牌在节能、减排方面都走在了行业的前面,欧派是橱柜业首次取得国家最高环保认

可度。

有一些家居品牌以打造“绿色整体家居”为己任,各品牌在节能、减排方面都走在了行业的前面,欧派是橱柜业首次取得国家最高环保认

被业内人士定义为中国木地板词典的生活家地板  
集结跨国、跨界合作资源

## 让木地板不断花样翻新

“中国的木地板词典”,有地板行业资深专家如此定义生活家。

从首创实木复合地板到仿古地板专利,从生活家·巴洛克地板的手工仿古奢华,到生活家·曼宁顿地板创意魔方系列随心所欲的个性拼装,生活家每次发布新品都在地板市场引起轰动,而各大地板厂商的争相模仿,则推动了这些地板新名词的普及。在创造这一系列地板新名词的背后是生活家公司持续不断地进行产品创新,走在时尚地板的最前沿。

突破传统花色 巴洛克古典气质受青睐

在一次赴欧洲考察的过程中,生活家董事长刘硕真对一些古老建筑物上有着刀劈斧砍痕迹的木板产生了浓厚兴趣。这些古色古香的木板,让一直冥思苦想着如何在木地板上做出花样的刘硕真找到了突破点。

经过几个月的反复试验,一种被刘硕真命名为“生活家·巴洛克地板”的手刮仿古木地板出现在市场上。生活家·巴洛克地板改变了传统木地板形式单调、结构简单的表象,而在平面

结构上出现显著的调整,面板精细的刻痕带来立体的波动和变化,古典、优雅、精致,表达出人们内心深处对美的渴求。

生活家·巴洛克地板第一次出现在展会上就引起了全美最大的木地板厂商阿姆斯特壮的关注,并获得了其200万美元的订单。随后,哥伦比亚、曼宁顿等美国前5大地板厂商先后成为生活家公司的合作伙伴,生活家所生产的仿古地板,随即遍布全球。

产品不断创新 圈外艺术人士参与研发

在生活家的研发团队中,除了一支相对固定的专业技术团队外,还有来自各跨行业的研发人员,包括美国曼宁顿集团的产品设计大师、来自法国INCASE公司的知名时尚设计顾问、国内首家校企联合的生活家居创意实验室等业内顶级设计人士和专业机构。此外,还有国内著名的巴洛克音乐人、探险家、旅行家等看起来和地板行业毫不搭界的圈外人士也是生活家研发团队成员。生活家要的就是跳出地板圈看地板的效果,许多业内人士意想不到的创意新品,就在他们的协作下迸发而出。

而跨国合作是生活家的产品创新的能量

源。通过与国际木地板生产销售巨头的合作,特别是2008年和马来西亚三林环球集团建立起战略合作关系后,生活家不仅拥有了强大的后续能源,更在开阔的国际市场推动下,生活家始终站在产品创新设计的前沿,始终掌控着国内木地板行业的最新发展趋势。

最新推出的生活家·曼宁顿地板创意魔方系列产品,就是生活家集结跨国、跨界合作的研发成果。这一系列产品,从几何元素中得到灵感,革命性地创造出自由拼装方式,由消费者依照个人喜好,随意混合搭配产品,创造出个人独享的各式风格。

晚报记者 熊维维

活动提醒

6月27日,“生活家地板·装修省钱大课堂”开课,知名设计师指导装修技巧、传授装修省钱秘笈,同时,还举行幸运大抽奖,获奖者将获赠代金券等礼品。而为了让更多消费者了解生活家·巴洛克地板,从即日起至6月27日,生活家全国各专卖店举办“省钱攻略”促销活动,多款畅销地板厂价直供多款精美地板限时抢购,满30平方米返总价5%作为装修基金。

**超凡装饰**  
CHAOFANZHUANGSHI

**体验·样板房**  
百套样板房让您有所启迪

本期参观工地: 鑫苑国际城市花园28#-1-8东户  
参观户型: 三室二厅  
装修风格: 现代  
随车设计师: 闫彩云  
现场监理: 刘明

新一期的超凡装饰样板房直通车又将发车啦!截止日前,超凡装饰已成功举办了五期体验样板房的看房活动,超凡总部客服中心接到业主打来的咨询、报名电话也日渐增多。

上一期体验样板房活动中,超凡装饰为大家提供的是鑫苑国际城市花园小区内的一处已完工的工地。在去往工地的路上,业主们就装修技巧以及需关注的装修问题咨询了随车设计师,随身带有自家户型图的客户,更是获得了设计师一对一的详细分析与讲解。到达样板房后,业主们认真参观了每个房间,每处细节。摆放的整整齐齐的材料与装修工人精湛的装修技术,让大家对超凡装饰的超国标工艺赞不绝口,纷纷表示十分放心把自己的家交给超凡来装修。

本期的样板房直通车活动,超凡装饰为大家准备的位于紫荆尚都小区的一处已完工的工地,采用的是现代简约的装修风格。有兴趣的朋友,请带上您家的户型图,于6月26日下午15:00到郑州百货大楼楼下,跟随设计师一起出发吧!

发车时间: 6月26日下午15:00 (本周六)  
发车地点: 郑州百货大楼超凡装饰总部  
报名热线: 0371-66289206

本栏目由超凡装饰协办

**ELABOR® 意大利宝厨柜**  
ELABOR KITCHENS

8周年庆大型促销活动  
活动时间: 6.11-7.11

**80万“巨惠”绿城**

**“踢”爆优惠极限**

寻找百名橱柜孤儿·旧厨房折价换新改造

- 送南非世界杯吉祥物
- 赢免费衣柜
- 得千元大礼包
- 享特价款、特惠套餐

最终解释权归意大利宝厨柜所有

东大街体验馆 红星美凯龙店 居然之家店 家得宝建材超市 嵩山路店  
电话:66336597 电话:55558183 电话:60189909 电话:69351649 电话:68662922