

伴随着人们对家居行业更加规范、环保、安全等众多期望,家居行业多项国家标准在近期颁布实施或酝酿出台。内容涉及家具、建材、装饰纸、涂料等多个品类,涵盖了消费者家装工程的各个领域。

## 装装网“中原家博会”九月底亮相



装装网作为河南省最大的装修家居建材门户网站,致力于为每位业主提供一个公正、透明、快捷、诚信的一站式家装建材团购消费平台,将在9月24、25日举办“中原家博会”。

据装装网负责人介绍:“举办此次家博会目的在于为各大厂商提前争取到更多市场份额。其次,大部分的建材厂商的十一活动最低价都已经公布出来,装装网会从各厂商拿到第一手价格资料,以这个十一活动价位标准,带领大家在这个基础上再砍价,最大限度地为每一位业主争取到比十一活动价更低的价格。”

据悉,装装网为业主们准备了数十万的大奖,及0元拍卖和1元秒杀活动。届时,由装装网和河南电视台法制频道对每一位参与本次活动的装修业主的消费行为进行全程监督,最大限度的保障了每一位装修业主的合法权益不受损害。

另外,每个参展本次活动的商家必须要保证本次活动给出的活动价格,低于往届各种优惠活动价格。

当当网负责人表示:“当下,团购活动成风,很多广告公司和展会公司,借网站之名做各种团购活动,但其实只把活动当做赚钱的工具,对参展商家不做任何的审核,鱼龙混杂的品牌活动现场任其叫卖,其实根本对建材装修行业以及网络根本一窍不通,很多业主在订购产品之后投诉无门,到我们网站寻求帮助,在这里我也建议装修业主认准正规专业性网站,以免上当受骗。” 万佳

## 装修那点事 我来告诉你

郑州十大品牌装饰公司现场PK  
打造家装冰点价格

今年受地产新政的影响,装饰行业大多企业销售目前都在呈现不同程度的下挫,但是一些大品牌的销量上半年依然保持30%左右的高速增长。综合来看,装饰行业的市场正在开始两极分化。

9月份即将在郑州CBD国际会展中心举办的河南省家装建材博览会就是装饰行业内的一个风向标。郑州十大装饰公司齐聚一堂。聆海、龙发、美巢、超凡、元洲、实创、美颂雅庭、钟凯丽、住美、美欣装饰汇集旗下优秀的设计师亲临现场,一对一提供装修设计服务。

美巢装饰总经理邹剑锋表示,在本届家博会上,凡到场客户均可到美巢装饰、美欣装饰现场报名免费制作平面图及预算一份,同时还可免费分享美巢装饰18项工艺升级,活动现场还有338~669元/㎡共4款超高性价比的精装套餐。

元洲装饰总经理孟伟表示,2011年下半年的刚性需求仍然存在,而元洲装饰在郑州市民心中品牌认可度非常高,这得益于真心实意的回馈。

此外,美颂雅庭装饰还将推出首创的“欧标工程”,其在郑州的每个工地由河南省装饰装修行业服务大厅全程跟踪监督。

与家装公司主推精品服务不同,建材家具企业在本届家博会上呈现百花齐放的局面,来自地板、门窗、卫浴、瓷砖、橱柜、吊顶、家居、沙发、墙纸、家用电器近400家企业纷纷拿出全年的促销优惠价格,产品质量在得到严格监管保障外价格比平时还要低15%~20%,部分厂家支持的品牌更是以厂价回馈业主,让你在享受正宗优质产品的同时占便宜。另从组委会获悉,为使每位消费者都能有收获,届时还有精美礼品派发,欢迎各位踊跃报名。 万佳

# 家居行业多项新标准颁布

## 多项标准为业内“首个”

### 事件

#### 《儿童家具通用技术条件》明确要求安全标志

时间:有望今年底之前批准发布实施

内容:  
1.首次明确了儿童家具适用于3至14岁儿童范围。  
2.对儿童家具的结构安全及安全警示标志做出明确要求。  
3.对儿童家具主辅材料中重金属、甲醛释放量和可分解芳香胺等有毒、有害物质规定了限量指标。

#### 《人造板饰面专用纸》首次制定装饰纸国家标准

时间:预计年内发布实施

内容:  
1.在LY/T1831-2009《人造板饰面专用装饰纸》基础上,增加了表层纸、表面胶膜纸、耐磨表层纸等内容。  
2.规定了人造板饰面专用纸的定义、技术要求、检验方法及标志、包装、贮存等,适用于浸渍胶膜纸饰面人造板和热固性树脂浸渍纸高压装饰层积板的饰面专用纸。

#### 涂料8月份实施“14项国家强制标准”

时间:8月1日

内容:此次实施的标准有14项之多,分别针对氨基醇树脂涂料、醇酸树脂涂料、酚醛树脂防锈涂料等,这14项内容实施国家强制标准。

#### 《建筑材料放射性核素限量》有新标

时间:7月1日

内容:由国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会联合发布的《建筑材料放射性核素限量》的标准对建筑材料放射性限量的检验标准进行了进一步修订,为国内陶瓷、石材等建材企业的生产销售提出了明确的规范。 晚报综合

### 解读

#### 规范市场准入、填补相关空白成亮点

在这几项新国标中,首次制定的国家标准就有2个,其他标准均为原有标准的升级和规范。

《儿童家具通用技术条件》是我国首个针对儿童家具的通用强制性标准,此

标准的出台弥补了国内儿童家具相关技术标准的空白。

此外,首个装饰纸国家标准《人造板饰面专用纸》严格规定了饰面专用纸的市场准入条件,将对家居地板、楼梯、木门、橱

柜、衣柜等多项家居产品产生市场作用。

8月份实施的与涂料相关的国家强制标准,直指当今涂料行业销售混乱、以次充好、假冒伪劣等现象,从14项内容方面规范市场。

#### 未涉及服务类国家标准

在家居行业,服务永远是个待解难题,一面是企业大打“服务牌”,一面是消费者售后维权的长路漫漫,究其原因,家居

企业强制性服务类国家标准的缺失是重要原因之一。企业的自觉性服务往往被打上很强的主观色彩,而缺乏相应的监督管理

机制又不能反映消费者的实际需求。遗憾的是,在此次出台及酝酿出台的相关国家标准中,服务类国家标准并未涉及。

### 业界观点

#### 服务是企业的核心竞争力

拥有“先行赔付”、“零延迟”、“一个月无理由退换货”等若干领先服务条款的欧凯龙,一向认为服务是企业生存、发展的核心竞争力。

多年来,欧凯龙在产品质量上一贯执行严格的国家标准和欧凯龙准入标准两大质量把关体系,并通过签订《质量承诺书》来保证消费者的权益。事实上,欧凯龙这么多年的良性发展和欧凯龙的服务是分不开的。 ——欧凯龙执行总裁吴大伟

#### 标准出台是福音

此次家居行业多项国家标准的颁布和酝酿出台,预示着行业越来越规范、合理。一些具有良好竞争力的企业将得益于行业国家标准的出台,为企业的发展添翼。而一些鱼目混珠的企业,则将被淘汰于市场以外。

同时,市场准入门槛的提高,也强制要求企业苦练“内功”,从而净化、提升整个行业水平。另一方面,新国标将给消费者的家居消费提供明确的消费指导,净化的市场环境对消费者的产品选择也起到良好的作用。

——河南超凡装饰公司总裁王健



### 一周居事

#### 蒙娜丽莎“罗马系列”陶瓷微笑节受捧

一年一度的蒙娜丽莎陶瓷微笑节自8月中旬开始,现进入强力收官阶段。其中,蒙娜丽莎瓷砖仿石材类“罗马春天、罗马玉晶石、罗马天韵石”三大系列新产品表现抢眼。

蒙娜丽莎“罗马春天、罗马玉晶石、罗马天韵石”三大系列新产品作为石材类理想替代品。据了解,罗马系列产品运用行业中最先进的施釉技术,独特的“全抛釉下彩”工艺更使砖面剔透的光亮质感,突破了仿古砖过去无光、亚光的暗淡观感,兼具抛釉砖的光泽感与仿古砖的韵味。罗马系列产品质地坚硬,在防污、抗刮痕、防滑方面表现卓越,且吸水率近乎为零,微笑节现场进行的各种性能对比测试让消费者叹服。 李晶

#### 宏浪洁具旗舰店开业

近日,中国驰名商标“宏浪洁具”凤凰城旗舰店开业,多种卫浴产品巨惠中原,全线产品四五折,最低直降55%,最高暴降99%。活动当天,消费者早早就到活动现场排起了长队,所有到场的客户皆有机会0元尊享全套宏浪卫浴洁具,0元打造豪华卫浴空间的机会。

据宏浪洁具河南区负责人王总介绍,宏浪洁具是福建福泉集团旗下品牌,1993年创立于福建南安,2006年通过“中国节水产品认证”,2009年荣获“中国卫浴名牌产品”,2010年,经国家工商总局认定为“中国驰名商标”;宏浪洁具产品包含:水龙头、陶瓷、实木浴室柜、花洒、五金挂件、软管、感应洁具等多个系列800余种不同规格的产品。 李晶

#### 郑州装修行业工人大比武开幕

8月19日,郑州市2011年装饰装修职业技能竞赛在河南建筑职业技术学院拉开序幕。来自郑州市美颂雅庭、富林地板等几十家装饰、建材品牌的选手参与其中,比赛的焦点集中在镶嵌工、铺贴工、木工三大类别上。

河南省装饰行业管理办公室主任李小立表示:“随着新鲜的装饰材料的不断涌现,装修工人的技能也要随之不断进步,怎样在美观、环保、低碳、高效之间找到最佳平衡点,是行业的当务之急。”郑州市建委主任王凯表示,这次大比武,也是为即将举行的河南省装修工人大比武做预热。 孟辉

#### 富魄力召开新品推介会

8月18日,富魄力家具有限公司在杜康大酒店召开新品上市推介大会。新上市的3E床垫的“3E”指Environmental(环保)、Excellent(优质)、Economic(经济),运用3E椰梦维材料进行设计生产,具有零甲醛,防蛀虫,不变形,无气味,不受潮的特点,并得到全球权威检测机构瑞典的SGS公司的全球指标认可,材料使用寿命长达70年。

富魄力家具工程有限公司是1986年创办的,以弹簧软床垫的生产销售为主的中外合资企业,25年来,富魄力不断发展创新,公司的沙发、软床系列产品业已向世并受到广大消费者的追捧和喜爱! 李红卫

#### 圣象再获“地产风尚大奖”

8月16~19日,一年一度的中国房地产界博鳌房地产论坛在海南召开。本次论坛由观点地产网主办,国内外知名地产企业掌门人、相关协会领导、专家会集一堂,以“下一个十年,改变中的房地产”为主题,展开一场精彩的“脑力激荡”。

圣象的多元化产品组合、不断更新的产品技术和科技创新以及依托绿色产业链形成的产业规模优势,都使得圣象在与地产开发企业合作层面走在了行业的前列。圣象的品牌价值已达121.35亿元,地板销量连续15年全国第一,品牌影响力连续6年蝉联建材业榜首,产销量突破2亿平方米。在此次论坛上,圣象获得“中国地产风尚大奖”,这是整个地产行业对圣象绿色产业链的又一次高度认可。 李晶