



热烈欢迎业主在白天工作时间内报名参与活动
每天前10位将免费获得设计方案与万元装修基金
请抓紧时间,总共只征集500名业主

大赛时间:7月6日~8月31日
活动地点:“茶啡茶”(郑汴路中州大道)
参赛选手:郑州优秀室内设计师
支持单位:郑州家装商会 河南省环保家居协会
咨询热线:15565066678/18638929772

今天,“2012中原室内设计师大赛”正式启动

参赛选手整装待发,以特殊的方式喜迎伦敦奥运会
属于业主的“项目”马上也要开始了,请静候佳音

2012伦敦奥运会即将拉开帷幕!

2012中原室内设计师大赛即将盛装亮相!

请广大装修业主赶紧拿起电话,争抢最后的报名机会!

每天前10名业主均可免费获得设计方案一套!所有报名并到场的业主,均将获得价值万元的装修基金!

记者 曹志波
实习生 孙正



每天前10位业主 可获设计方案

为了回报读者对本报的支持,也为了增强活动气氛,2012中原室内设计大赛欢迎广大业主参与活动。每天前10名均可免费获得设计方案一套。所有报名并到场的业主,均将获得价值万元的装修基金。

大赛期间,为了给广大装修业主找到合适的家装设计师与装饰公司,也为了让业主了解更多的装饰知识,本报将举办家装团购会(本次大赛的重要活动之一)。参与活动的家装公司,将派出专业设计师与营销顾问现场为业主解答装饰问题。每天报名前10位的业主,均可免费获得设计方案一套。所有报名并到场的业主,均将获得价值万元的装修基金。

此外,参与团购会的业主还有机会参与抽奖活动,幸运者将获得内装现金的大红包一个。

今天举行启动仪式 业内大腕出席

为了让参赛选手全面了解“2012中原室内设计大赛”有关事宜,本报将于今天在茶啡茶举行启动仪式。美巢、超凡、实创、沪上名家、龙发、东易力天、瑞博文、大地、新洲、元洲、紫名都等装饰品牌领导、设计总监、郑州家装商

会、河南省环保家居协会负责人以及茶啡茶运营总监、媒体记者都将出席活动。

仪式上,与会嘉宾将就本次大赛亮点、家装团购会、设计作品展、奖项设置、活动推广计划等议题进行讨论,并提出建议。

特别要说明一点的是,属于业主的“项目”还没有正式开始。请已经报名参加本次活动的业主稍安毋躁,静候佳音。等到活动进行到关键环节(比如家装团购会),本报将及时邀请业主。

报企深度合作 突围家居行业困境

受房地产政策等因素的影响,中原装饰行业发展不景气。如何走出困境?联合省内主流媒体,加大营销策划力度,尤为关键。

近几年,本报一直注重与企业的合作。比如,今年6月,房产项目“金林中心”牵手本报,开展“为爱筑家”婚房助购活动。两天成交1.89亿元,281个家庭喜获爱巢,创造了营销传奇。

本报此次主办的中原室内设计师大赛,将通过专访、消息、专稿、通讯、广告等形式,淋漓尽致展现设计师的创意与魅力,有利于扩大设计师的知名度,赢得更多的粉丝;有利于扩大设计师所在装饰企业的知名度,为打造品牌、提升社会影响力和开发市场建功立业。

8月上旬展示作品 欢迎读者投票

本次活动内容包括室内设计作品展示、室内设计师评比、装饰公司宣传、互动交流等。

凡是参加此次活动的设计师、装饰公司,均能收获一系列意外惊喜,比如装修业务、免费宣传广告平台等。整个活动过程,本报、郑州19楼、中原网、中原手机报、大豫网、新浪家居等省会重要媒体,均将跟踪采

访报道。

8月上旬,室内设计师的参赛作品,将在茶啡茶店外玻璃橱窗、画架和《郑州晚报·第一家居》特别活动区域展示,以特殊的方式喜庆伦敦奥运会。在此期间,业内专家、装修业主、媒体受众、茶啡茶店内顾客等人群,将对作品进行投票评选。同时,广大网友也可以

通过《郑州晚报·第一家居》、茶啡茶微博进行评选。

本次中原设计师大赛,将设置12个大奖,分别是:中原室内装饰“古典风格”、“朴素风格”、“精致风格”等最佳设计师以及最佳组织奖。届时,本报将邀请协会领导、装饰公司负责人、茶啡茶负责人、媒体参加颁奖仪式。

市场调查 库存难消化,经济条件不够,传统意识浓厚

儿童家具新国标出台 郑州执行有难度

不仅消费者不知情,就连部分导购也一问三不知

8月1日,我国儿童家具首个强制性标准《儿童家具通用技术条件》将正式实施。新标准共分9个部分,对于儿童家具的结构安全及安全警示标识作出了要求,明确了儿童家具适用的年龄段为3~14岁,并对儿童家具的尖角、突出部位、孔穴、缝隙大小、稳定性等各个方面作出了明文规定。

为了解郑州儿童家具市场准备情况与发展现状,记者于近日展开了调查。结果发现,郑州中高端市场正积极迎接新国标,但8月1日执行仍然有难度。郑州中低端市场的大多数商户,仍旧停留在传统阶段。而绝大部分消费者,对于新国标还不知情。

记者 曹志波 实习生 孙正



图片均为资料图片

郑州中高端市场

环境复杂,需要缓冲期

记者走访郑州红星美凯龙、居然之家等中高端市场得知,绝大部分商户都知道新国标,并且积极采取各种措施迎接它。

“七彩人生”品牌工作人员告诉记者,“七彩人生”是新国标的起草单位之一。所以,他们已经提前执行了新国标。“芙莱莎”品牌工作人员一边拿出新国标册子给记者看,一边自信满满地说:“我们去年就听说了这个新国标,所以提前做了很多准备工作。”不过,大部分品牌工作人员则认为,新国标如果要完全执行,还需要一定的缓冲期。

“甲壳虫”品牌代理商、有着10多年从业经历的李女士分析说,受到种种因素影响,儿童家具这两年发展并不顺利,很多品牌都有一定的库存。如果为了执行新标准销毁所有库存,这不仅对品牌造成较大压力,而且也是一种资源浪费。同时,郑州儿童家具发展史还比较短,各方面条件都欠成熟。综合看来,大多数企业需要几个月的缓冲期。

众多儿童家具品牌工作人员向记者透露,跟去年同期相比,今年销量有所下降。新国标一出来,必定需要新的投资,势必造成行业洗牌。

郑州中低端市场

不知有新国标,执行有难度

谈论新国标这一话题,郑汴路某中低端家居卖场的大部分导购,要么说不知道,要么说不清楚,要么说老板知道。商都路的“淘家家居”,一位导购回答“不知道”。

另外,还有一些商场,家具标签上对材质、油漆等方面描述模糊;有些家具品牌对记者的采访表示抵触。

业内人士认为,中低端市场的一部分导购连新国标都不知道,更别说执行新国标了。至于一部分导购服务态度不好、生怕记者拍照这些行为,也从侧面反映出他们对自己的产品不是很自信。因此,消费者购买儿童家具之前,要提前了解相关知识。选购产品时,要擦亮自己的眼睛,多看、多比、多问、多问。

不过,在业内人士石先生看来,一些不符合国家标准的企业,也有生存土壤。因为很多消费者经济条件欠佳,在选购时无奈选择一些便宜的产品。一部分企业根据这部分消费者的实际情况,开发了一些不符合国标的产品。

记者在走访时,大部分消费者都表示不知道新国标即将于8月1日执行。业内人士指出,新标准的实施有待观察,首先需要提升消费者的标准意识,从而促使品牌的执行。其次,需要相关部门严格审查和监管,加大抽检和巡查力度。