

# “中产十格”解答十种生活方式

元洲装饰,作为家装行业内最具创新能力的龙头型企业,在过去的十余年中,率先提出并实现了“集成家居”、“家居情景体验”、“八大风格”、“元洲家居环境整体解决方案”、“六大模块”等现代家居产业模式……近日,北京元洲装饰长沙公司将揭开“中产十格”的神秘面纱。

- (一) 金领后花园  
或在政坛指点江山,或在商界挥斥方遒。在他们风云激荡的人生背后更需要一个彰显尊贵的所在——“金领后花园”。  
这种风格以卓越人士为主要群体,营造奢华品位和尊贵的空间氛围,倾向于新古典、装饰艺术等风格,以别墅、大、中户型为主。
- (二) 康乐休闲居  
在名利场的追逐中,他们拥有的不仅是财富,更有生活的智慧,坐拥“康乐休闲居”。  
这种风格以年富力强、工作忙碌族为主要群体,营造休闲感受、自由的空间氛围,倾向于美式乡村、Loft等风格,以别墅、大、中户型或第二第三居所为主。
- (三) 夕阳度假村  
他们,早已功成名就。只青睐于一片温暖的阳光一泓清澈的流泉。这里是——“夕阳度假村”。  
这种风格以尽享天伦之乐的中老年人为主要群体,营造安逸舒适、静谧和谐、怀旧情结的空间氛围,倾向于美式乡村格,中式古典

- 等风格。
- (四) 新知文雅斋  
关心家国天下, 品味书画棋琴。他们,是时代的新知精英,在意蕴悠长的“新知文雅斋”临风把盏,品味人生。  
这种风格以高级知识分子等为主要群体,营造雅致活泼、文化气息浓厚的空间氛围。
- (五) 商居新视界  
在工作的电脑前,你轻轻地转过身,就可以享受家的气息。在生活中自由工作, 在工作中快乐生活,欢迎来到“商居新视界”。  
这种风格以SOHO一族为主要群体,营造商居两用,自由转换的空间氛围,倾向于现代简约、现代前卫等风格,以大、中户型为主。
- (六) 科技新领域  
这是E时代,这是信息的江湖。走进“科技新领域”:声光气电、智能家居,让科技打理生活。  
这种风格以中青年人士和现代职场人群为主要群体,营造时代气息浓厚、智能化的空间氛围,倾向于现代简约、银色派等风格,以

- 中户型为主。
- (七) 时尚大本营  
我唯一不变的, 是不断的变化。这里是——“时尚大本营”。  
这种风格以职场白领和年轻时尚人群为主要群体,营造小资品位和时尚情调的空间氛围,倾向于装饰艺术、新艺术运动等风格,以中、小户型为主。
- (八) 浪漫时空汇  
艺术在这里生长,浪漫在这里徜徉。东西相融,时空交汇,一切皆可为我所用二人世界——“浪漫时空汇”。  
这种风格以时尚白领、艺术家、新婚夫妇、单身女性为主要群体,营造年轻、浪漫、感官的刺激和满足的空间氛围,倾向于新艺术运

- 动、感官主义等风格,以中、小户型为主。
- (九) 酷派体验馆  
你喜欢离经叛道, 颠覆经典;你喜欢自由的行走, 忽略旁人的目光。这是你最好的居所——“酷派体验馆”。  
这种风格以个性鲜明的杰出人士或年轻一族为主要群体,营造个性化、另类感、视觉冲击力强的空间氛围,倾向于现代前卫、解构主义等风格,以中、小户型为主。
- (十) 懒人安乐窝  
是不是,像一台工作的机器?朝九晚五。是不是,厌倦繁琐的家务作业? 只渴望自然醒来的时光? 没关系,快快入住“懒人安乐窝”。

■记者 熊键桓 李小丽

## 经济信息

### 富得利地板首届橡木文化艺术节启动 “橡木时代” 创始者为你解密主流橡木热销现状

橡木地板,有着源起宫廷的高贵血统,也同时拥有长达数百年的流行史。现在,它不仅铺进了80%的欧美家庭,而且在短短一年多时间内已成为国内市场最热销的材种之一。各大市场地板区内几乎所有门店重点推荐的产品中必然有橡木地板。各大品牌不约而同涉足橡木地板经营的原因其实很简单:指定买橡木的消费者太多,大势所在,不开发就会失去份额。

#### “奢华”拉开地板与生活的距离

选择地板的朋友偏爱木质的天然与温馨,因此,人们需求更多的是地板与生活的和谐与贴近,而一味地用奢华来定位地板产品,与生活的距离势必越拉越大。经过数百年岁月洗礼的橡木地板,不仅是国际知名的优秀树种,有坚韧稳定的材性,更重要的是,它把奢华内敛,源头的尊贵血统和自由自然的生活气息兼而有之,这种风靡全球的主流产品也因此被人们评为“最有品位的地板”。

#### 中国“橡木时代”的创造者

除了木种本身的流行前景外,橡木地板在国内的热销,追溯源头离不开一个企业的引领和推

动——这就是中国“橡木时代”的创始者富得利地板。

在传统树种称霸市场的2003年,富得利在国内大胆推出以欧洲橡木为原材的“橡木生活”独立产品系列;2007年,当有些品牌开始尝试欧洲橡木的开发,富得利美国原产红橡系列惊艳上市,并在同年开出中国首家“橡木生活主题馆”;当橡木已成为热销主流的当下,各大品牌纷纷跟进争先推出橡木新品,富得利企业早已完成涵盖欧洲橡木、美国红橡、三层橡木、多层橡木、拼花橡木和整体楼梯等领域在内的产业升级,6年时间,奠定不可撼动的领军地位。

#### 一线品质加亲和价格

现在,已成行业领军的富得利想的是如何让更多喜欢“橡木生活”的人们享受到更多元的产品和服务。因为有着资源和规模经营的专业实力,富得利橡木产品不仅在全品类和国际工艺上遥遥领先业内,在价格体系上也更为稳定和透明。除了千元以上的至尊大板、宫廷拼花系列和采用三层橡木等独家拥有的高端产品外,富得利的欧美橡木产品和与之相当的一线品牌甚至是中小品牌各种工艺的同类产品相比,依然具备价格优势。一线品质加上亲和大众的价格,自然形成热销。

以最热门的手工仿古地板为例,能真正实现纯手工生产的品牌在国内较为少

见,富得利就是最早引入(2003年)这种工艺的企业之一,时间最长,工艺也最为成熟。富得利地板的手工仿古波浪纹凹凸工艺早已经过五代升级,不仅如此,富得利已把这种手工技艺的地板艺术全面拓展到手工拉丝、手工烟熏、手工木蜡油等多领域的产品开发,风格更全、潮流更新。

■记者 熊键桓

### 现代家居地板的理想选择——鸿图现代系列强化复合地板

现代都市人在家居建材产品的选择上要求越来越高,具有高质量、易于打理等特点的产品日渐受到人们青睐。在地面辅料方面,相较于实木地板,强化复合地板似乎更符合现代家庭的要求。今天我们要为大家介绍一系列实用漂亮的强化复合地板——远鸿地板之鸿图现代系列地板。

远鸿地板由湖南本土地板行业的资深企业,长沙远鸿实业有限公司荣誉出品,公司从成立就投入巨资引进国外先进设备,从而使远鸿地板生产的U型模压产品拼缝结构紧密、圆滑自然,解决了普通模压地板的拼缝不严、高低差、三角缝等问题,可实现免胶安装,同时公司产品采用与实木地板完全一致的规格,使公司产品“似实木、更胜于实木”。同时,远鸿地板采取的“二次强降醛”技术的生产流程,更有利于甲醛在出厂前的释放,其环保性能优于国家标准,甲醛释放量≤0.5mg/L。

鸿图现代系列强化复合地板一直是远鸿地板的热销产品,为满足消费者的不同需求,这一系列在外观上有虎斑木、红檀木、黑檀木、胡桃木、橡木、柚木、枫木等十几种不同颜色和纹理。无论是外观或性能都受到消费者好评,能满足一般家庭对地板的需求。该系列强化复合地板的尺寸为810\*129\*12(mm),铺设起来美观大气,脚感舒适,地板表面光泽度好,触感细滑,纹理显得清晰逼真,很适合铺设于现代家居。

这一系列的地板基材选用国内最好的大亚水洗白高密度基材,表面贴的是一层进口装饰纸,不易褪色;装饰纸之上还压了一层三氧化二铝耐磨层,防水、隔热,还能封闭游离甲醛。地板的接槽处采用独特的智能圆弧锁扣设计,安装完全免胶,装卸都很方便、锁扣接缝紧密。接槽处真空防水封边处理,不但能使地板接合得更紧密,还能有效防水防渗,同时也更环保。

随着工艺的日渐成熟,强化复合地板越来越为消费者所接受,今天介绍的这款鸿图现代系列强化复合地板无论是外观还是性能都表现突出,难怪受到大家的热捧!

### 美涂士水性木器漆新装亮相

日前,美涂士新款水性木器漆在温州水性木器漆推广会上初次亮相,一下成为全场焦点。新包装的最大亮点就是桶身有个大幅手写的“水”字,可透过其看到桶内的油漆,这与美涂士广告语“看得见的健康漆”相得益彰。

据悉,美涂士在此次对水性木器漆新包装的设计中曾四易其稿,新包装外观采用的是大面积的绿色,包装正面则有个大幅手写体的“水”字,消费者可透过其看到桶内的油漆颜色,能直观地告诉消费者美涂士的产品、品牌的健康内涵和信息。新包装背面则是美涂士形象代言人蒋雯丽的健康形象。此外,新版水性木器漆包装还将美涂士“健康·环保·责任”的企业内涵融入其中,信息符号简洁,但内涵深远,耐人寻味,整个包装具有亲和力,更好的沟通消费者。

美涂士湖南营销中心副总经理王建军介绍,新包装所产生的差异以及由此而表现出的“品牌特征”,是吸引消费者的主导因素。它所承载的物质利益与精神利益就是消费者购买的东西。“新包装设计是产品推广非常重要的一个部分,这次在水性木器漆包装上下足功夫,更重要的是美涂士希望,能更形象快速地向水性木器漆这种健康环保的产品获得更为广泛的关注。”王建军说。

■记者 熊键桓