



海上风窗帘

“双节”巨惠
元旦 圣诞

2016年12月13日~2017年1月2日

全场3折起

纱5元起

总店地址：交通路与马路街交叉口往西 200 米路北
旗舰店地址：沙北黄河路老大桥向西 200 米路南
一店地址：郾城黄河广场东南角
二店地址：五一路与人民路交叉口往南 20 米路西
电话：18539551778 0395-5677136

家具环保承诺不再假大空

2015年公布的《木质家具制造业大气污染物排放标准》对家具制造业提出了明确的环保要求，新标准执行分为两个阶段。第一阶段至2016年年底，规定要求企业生产使用的处于即用状态的涂料挥发性有机物含量不超过指定限值。从2017年1月1日起为第二阶段，规定家具制造行业禁止使用有机溶剂（油性）涂料喷涂工序。

此外今年11月，家具制造企业相对集中的深圳也对家具制造行业的涂料使用提出要求，并出台家具新标准禁止溶剂型涂料。随着消费者对环保的重视度越来越高，国家及地方对于家具涂料的环保要求，范围也正在扩大，而企业自身也不断从环保方面下工夫。

制造前： 选材标准远高于国标

随着消费者环保意识的提高，家具企业对环保也愈加重视。对于

家具企业而言，践行绿色环保，从选材开始就尤为看重材料的环保性。

家具企业应深入研究选材、用材之道，严把原料关，坚决使用环保原料，遵循一道道制作工序及流程。另外，定制家居业环保标准普遍高于国家强制标准，成品家具品牌多采用E1级环保标准，而定制家具多采用E1级环保标准、E0级标准，甚至是国际上公认环保要求最严格的环保标准——F4星。

制造中： 水性漆使用范围扩大了

自2015年正式实施《木质家具制造业大气污染物排放标准》，家具企业便开始一场“油改水”的革命。以曲美家居为例，目前其全线产品采用水性漆，并建立自检环保实验室。大自然环保家装也在今年推出了“从源头控环保”理念，通过整合大自然全系列产品，选用业

内领先的环保原材料。TATA木门也是行业内率先选择水性漆作为涂料的企业之一，并投入大量人力物力来研发一条适合水性漆木门的生产线。

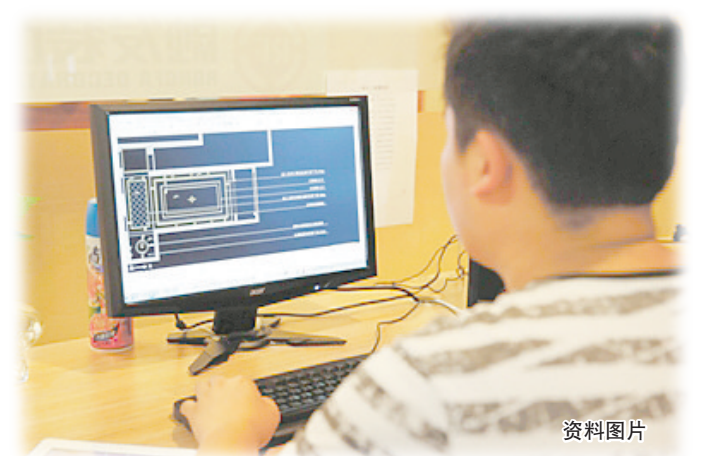
制造后： 卖场发出环保最强音

选择品牌重要，选择卖场也重要，卖场为消费者提供了第二重保护，很多家居卖场也都在不断地提升有关环保产品的服务承诺。

12月3日，红星美凯龙在“第四届GHIS全球家居产业联合峰会”不仅做出“对每个家庭的居家环保负责任”的承诺，更首次表态对不环保的家居产品和品牌“零容忍”，甚至不惜采取下架、闭店、终止合作等强制手段，堪称是喊出了家居行业环保宣言的最强音。同日，红星美凯龙全国180余家商场同步进行“绿色环保领跑品牌发布”。

据《北京晨报》

家装设计费巧打算



资料图片

在行业中，设计费的收取一般分为单独设计和装修一体设计两种。单独设计是指仅找寻装修公司的设计师出设计方案，但不在装修公司施工、购买主材；装修一体设计是让装修公司的设计师出设计方案，并同时在该装修公司选择主材、施工队伍，将设计落地。相比装修一体，单独设计的费用要略高一些，装修一体的设计方案也是主流的设计消费方式。

从常见的几种设计费收取方式中可以看出，设计服务和套餐价格成正比，付出的价格越高，消费者得到的有关设计的服务越全面。

按面积 适合中等消费人群

按照房屋面积计算即装修公司会按照房屋的整体面积来收取设计费。以某装饰公司为例，按照此类

方式的收费标准，60~90平方米的房屋，设计收费1000元；90~120平方米的房屋，设计收费1500元；120平米左右的房屋，设计收费2000元。所对应的服务内容为，设计师会去客户家中实际勘测，并提供基本的CAD图，然后带着消费者在装修公司选择主材和软装等搭配，给出最终装修报价，随后也会提供4次以上的工地走访服务。

需求人群：这是大多数消费者遇到的最为常见的设计收费方式，此类收费方式适用于希望得到一定的设计服务，但不愿意在设计上花费太多的消费人群。在此类方式中，设计师提供的是最基础的设计服务。

按图纸 看到设计细节

按照图纸数量和消费者要求计

算，消费者按照300~600元/每张左右的价格进行付费设计。消费者可以在效果图里看到家具、软装、配饰等全部细节，这样对未来家居的想象会更加详细和真实，而除去常规的房屋勘测和工地走访，此类设计师也会提供更多空间风格的建议和生活空间的规划。

需求人群：相对于CAD制图，效果图可以呈现出细节更为详细的效果甚至VR全景设计图。消费者看到的图纸与最终落地效果差距不大，更具有参考价值，方便消费者确定主材的选择，预算也更为准确。这类计费方式价格较高，适合预算比较充足的消费者，也可以更好地让设计师发挥设计能力。

按平方米 等级不同费用不同

按每平方米收费，此类的设计师大都有自己的设计工作室，或者是在装修公司职位比较高的设计师，具有一定的知名度，设计费每平米从几百元、几千元到上万元不等，设计师在设计上也会更加注重生活体验和生活细节规划。

需求人群：这是收费最高的服务方式，适合对设计有着高要求，希望设计师全方位地规划生活空间的消费者，这类设计师往往会根据不同消费者的生活习惯和个性，设计出更为详细的装修和生活方式解决方案。一般对于生活方式有一定期待或者有较多设计消费经历、明白设计价值的消费者，会需要此类设计服务。

据《新京报》



行业资讯

掌上明珠家居生活馆 年末大促销迎来消费热潮



□文/图 本报记者 张腾飞

12月17日，掌上明珠家居漯河生活馆与全国各地同品牌专卖店联动，启动了“万人空巷抢工厂”大型促销活动。由于本次活动正值年末且有掌上明珠家居总部工厂的倾力支持，相较于专卖店开业和国庆节等促销力度更胜一筹，吸引了众多注重品质家居消费的市民参与。

记者了解到，掌上明珠家居本次活动力度堪称年度最强，综合直降高达50%，超出不少消费者的期待，对正在置办家居用品的消费者来说，非常有诚意。活动当天，数百名消费者光顾了掌上明珠

家居的“万人空巷抢工厂”的促销现场享受空前折扣，并参与了诸如“1元抢家具”、“抽红包”、“砸金蛋”等活动环节，引起了年末漯河家居市场难得一见的消费热潮。

此次促销取得了消费者的广泛关注，掌上明珠家居漯河地区负责人刘寒英表示，本次促销活动是由掌上明珠家居总部工厂发起，全国同步联动，是掌上明珠作为中国家居行业品牌担当的一种体现。掌上明珠家居同时作为中国航天事业合作伙伴、中国十大家具品牌、中国500最具价值品牌，始终致力于引领现代家居生活方式，为消费者提供优质的家居生活服务。

未来家居广场 邀您参与“乒乓球王争霸赛”

本报讯（见习记者 刘亚杰）进入冬季，天气逐渐变冷，很多人选择通过运动来激发身体活力。打乒乓球是一项老少皆宜的活动，而且是中国传统体育项目、有“国球”之称。为了迎接圣诞、元旦双节的到来，未来家居广场将于2016年12月24日~2017年1月2日特举办“乒乓球王争霸赛”。寒冷的冬季，未来家居广场通过这样互动活动与消费者一起共度佳节。

据悉，本次“乒乓球王争霸赛”本着“无需报名、来即参与、赢就有钱”的原则，旨在让消费者通过运动的方式度过一个不一样的节日。

记者从未来家居广场了解到：本次活动从即日起即可参与，无需报名，主办方将在未来家居广场内设置凡到场的顾客均可参与（每人每天只有一次参与机会）。

关于淘汰赛比赛的赛制，可采取11分制或者一局定输赢的方

式，每赢得其他一名参赛者即可赢取现金10元，获胜者继续守擂，每多守擂成功一次奖金追加10元，以此类推。未来家居广场负责人告诉记者：“这其中还有一项翻倍比赛，若女士和男士对擂，女士每赢一局奖金翻倍。”

所有的参赛者最多守擂十次，守擂成功满十次后颁发擂主卡片，凭擂主卡可参与1月2号当天的球王争霸赛，届时根据人数分组参加争霸赛，每赢得一局比赛即可赢取现金100元，上不封顶。最终赢取球王称号的顾客将授予证书和1000元左右的奖品，并赠送“总裁议价卡”，终身享有未来家具广场的总裁议价特权。

与其花钱去打球，何不打球来纳财。有喜欢打乒乓球的消费者可到未来家居广场来了解具体活动详情。此次活动只是未来家居广场迎双节的其中一项活动，在2016年12月24日~2017年1月2日期间还有更多优惠活动等着大家，敬请期待。