

开栏的话

过去的一年《我秀我家》栏目刊登了不少业主的得意之作,我们一起分享经验,总结不足。2011 鲁南商报与临沂城市人家携手打造全新《我秀我家》栏目,为读者朋友搭建一个展示家中美景的平台,也为各位正在装修或准备装修的业主搭建免费提问、专业解答、发表心得的互动空间。

将装修故事投稿至 dbmsfy@yahoo.com.cn, 装修优惠和惊喜等您拿,联系电话 15163999169, 期待您的参与。

我最喜欢逗留的地方

小窝入住一年多了,装修非常简单,只是做最基本的装饰。当时只是想尽快入住,而且确实没剩钱了,所以不能像其他房主一样,把房子装修得华丽丽的。

房子的户型很简单,两室一厅,套内 57 平方。所有装修费用加起来,除了电视机和冰箱,两张床之外,硬装加软装加人工,大概花了 7 万元。很多人都说房子现在还缺少一些温暖的元素,我会慢慢填一些小饰物,让这个家日渐温馨。

我秀我家

▼厨房。我发现这是装修项目里面花钱最多的地方,小小的面积,花的钱可不比客厅少。不过一天里呆在厨房的时光也算比较长的了。



►卧室。家里没有专门的书房,通常上上网,看看书就犯困了,所以读书区放在房间里对我来说是最适合的了。



▼客厅很简单,本来想做书柜或者电视墙之类的,因为经费紧张,等到以后再添吧。看了很多朋友家做了电视背景墙,但是都不太合我的审美观。与其浪费钱做一个不是很喜欢的背景墙,还不如将简约风走到底,直接保留原始的简单墙面。现在看久了也习惯了。



一壶紫砂,香茗在手

——我市“名人名壶”工程启动

紫砂壶是最据盛名的一种茶具,以其独特的实用功能和卓越的工艺水平,赢得了“世间茶具称为首”的美誉,为历代品茗爱好者所推崇。起源于宋朝的紫砂壶经过几代变迁,如今已经成为了一种高端艺术收藏品。2010 年,一把顾景舟制壶、吴湖帆书画的“相石瓢壶”拍出 1232 万元天价,一把壶已经不仅仅是饮茶的实用器,更成为一件带给人们无限遐思和美感的艺术品。

日前记者了解到由羲之国际艺术馆和临沂市收藏协会共同策划监制的“名人名壶”工程已经启动,一石激起千层浪。这项工程一推出,就在紫砂壶爱好者中产生了极大的反响,从此临沂人有了属于自己的紫砂壶收藏宝地。

紫砂壶与茶文化的传承密不可分,随着临沂茶文化的兴起,品茶之人对茶具的收藏也多起来。但是如何能够足不出户,就能寻觅到自己挚爱的紫砂精品?这又成为摆在收藏者面前的一道难题。

为适应高端收藏家需求,“名人名壶”计划小组专门赴宜兴委托著名紫砂壶大师以原生矿料定向制作了九款壶式,壶胚制成后,将邀请书画名家题画,然后返宜兴刻壶、烧制。

名人名壶系列产品挑选曼生十八式中的九款传统壶式,外观古朴大方、传统高贵,紫砂壶分别以纯正原矿紫泥、本山和红药制成,经过焙烧,沙中淘金,反复筛选制成紫、黄、朱三种紫砂壶精品,最后每件都具有唯一性的紫砂壶,呈现给紫砂壶收藏爱好者。

(专刊记者 孙芳玉)



圆珠



秦权

(紫砂壶由临沂知名书画家侯钧、吕宗军、李岩等设计制作)

编辑:孙芳玉 组版:郭冬梅

家居卖场“百花齐放”,品质家居势在必行

探访临沂新家居现状

从最初简陋的“地摊式”建材市场演变到今日高档的“家居大卖场”,临沂的家居市场可谓经历了代变革。家居生活体验馆、全球家具直销中心等项目落户临沂,各种品牌与卖场的崛起催生了全新的竞争格局,在互相赶超中将临沂的家居市场推向了更高更快的发展轨道,一个全新的家居时代已经到来。

调查>>

家居卖场极速扩张

随着消费者对卖场要求的不断增加,家居卖场的营销模式也在发生翻天覆地的变化。简陋的购物环境、单一的购物模式已经远不能满足人们的需求,大规模、一站式购物模式应时崛起,引导着家居卖场步入品质时代。

“如果选择是去社区小商店还是大超市,那大部分人的答案应该是后者。因为超市里商品种类齐全,价格实惠,又有信誉保证。建材商场也是同样的道理,尤其装修更是个体力活,要选购的东西多而贵重,如果全部能够在一个地方买齐,就能省去东奔西走的劳累。近几年临沂的经济发展速度极快,人们对生活品质也提出了更高的要求。因此在临沂打造一个高规格、高档次的家居卖场是市场所需要的。”怡景丽家国际建材家居广场的相关负责人告诉记者,而怡景丽家二期

项目的开业也正是始于这一原因。

2010 年 9 月 28 日怡景丽家全球家具直销中心开业,成为临沂家居市场迈向品质时代的标志性事件。约 3.2 亿元的资金投入、10 万平方米的经营面积、国内外一线品牌强势入驻,建材、家具、家电、家饰,家装一站式购齐,为广大临沂市民带来了全新的大家居购物新体验。每一位到场的消费者都为之震撼,开业当天商场内人山人海,长久以来被压抑的消费在这座品质家居卖场得到了释放,事实证明,品质家居在临沂是有路可走的,而且未来的道路将更加广阔。

创新>>

家具直销催火市场

打折、抽奖、甚至送轿车,临沂家居卖场从来不乏促销,大到五一、十一黄金周,小到周末,让利优惠的字眼几乎无时无刻不在。在价格大战中消费者开始变得麻木,究竟啥时候买才最便宜?而商场也投入大量财力、物力,弄得两败俱伤。

就在消费者迟疑不定的时候,“全球直销”这个口号以绝对优势吸引了他们的眼光。家具直销代表家具生产企业按照厂价销售,省去各种中间渠道的费用,以最直接、最实惠的方式让利消费者。除此之外,家具直销对于品牌的要求也非常之高,除了具备相当的知名度,更

要在设计、售后等方面为消费者提供品质保证。

对此,怡景丽家全球家具直销中心的负责人也告诉记者,在以往的家具销售中,因为代理商等中间环节过多,家具售价难免被提高,要解决这个问题就是开创一种全新的直销模式。怡景丽家全球家具直销中心成立就是要为消费者做事,提供给消费者最优惠的价格。事实证明家具直销馆的客流量以及签单数量都比较理想,家具直销对于家居行业的拉动作用也日益显现出来。

展望>>

呼唤家居品牌崛起

品牌的成长是由消费者来说话的。纵观临沂的家居市场,品牌很多,但是大家耳熟能详的很少。而大型的家居商场就成为品牌建材的一个载体,依托商场的经营实力,让消费者买得放心,买得舒心,实现品牌家具与商场的共同盈利。

不管是从规模、活跃度还是业内评价、媒体点评,怡景丽家在临沂算得上是响当当的品牌。记者也特地就如何树立企业形象这一问题,与怡景丽家负责人进行了交流,总结为几个词语就是贴心、爱心、创新。

贴心。“经营不是一个冷冰冰的过程,只有在这个过程中让消费者感觉到关怀,感觉到温暖才能算是贴心的服务。”怡

景丽家负责人如是说。要真正做到贴心还要从细节处做起,迎宾和客服的微笑,小区免费直通车的开通,导购员的详细解说……将这些小事真正落到实处,商家与消费者的心才能真正贴到一起。

爱心。公益事业是社会的一盏灯,社会公益事业越是越做越大,社会经济的发展越是又快又好。企业的发展离不开社会的支持,因此一个有责任心的企业更要懂得回馈社会。公益事业从来没有一蹴而就的,企业的爱心同样需要在点滴中汇成河流。

从汶川地震的捐款,到为白血患儿募捐,再到捐助贫困学子,与濮存昕先生共同完成“瑞嘉星光图书馆”,怡景丽家的每一爱心脚印都走得踏实而又稳重。

创新。随着生活水平的提高,人们对家居生活品质的要求也日益提高,加之轻装修重装饰的理念不断深入人心,家居快销品逐渐成为消费热点。而目前临沂市场装饰行业还不成熟,小店没有财力去宣传品牌,单独的品牌又不成气候,处于各自为战的状态。家饰行业成为临沂家居行业发展的软肋。

怡景丽家洞察市场,重金打造江北唯一一家卢浮宫家具殿堂,江北最大睡眠中心,国际红木家具馆,欧美皇家尊典馆,现代奢华家具生活馆,国际家饰馆、金鹰家电至尊馆等全球知名家具、家饰、家纺、家电品牌入驻怡景丽家,通过资源整合,建材、家具、家饰、家电,家装一站式购齐,真正体现大家居概念,让消费者不出家门就能够了解到国际最流行元素。

(专刊记者 孙芳玉)



怡景丽家全球家居直销中心开业现场火爆

编辑:孙芳玉 组版:郭冬梅