

冠珠陶瓷喜获2017年度家居行业优质服务品牌

本报讯 3月13日,“为幸福助力”2017家居服务调查报告发布会——暨国人住商指数白皮书揭晓仪式在广州网易大厦举行,冠珠陶瓷见证了这一场315服务盛典。

“没有调查,就没有发言权”,全国工商联家居装饰业商会秘书长张仁江在致辞中指出,网易315服务调查做了七年,积累了很多宝贵的经验。他希望通过大家的共同努力,为消费者提供越来越好的服务,这是我们的未来之路。

网易家居在这些优秀的企业中,寻找家居服务榜样并将在2017年度315调查中表现出色的企业予以表彰。

冠珠陶瓷始终致力于为客户提供全方位的品质服务,以客户为中心。24年始始如一,执着于对产品质量的追求。严格遵照“一条线、一品种、一规格、一花色”的专业化生产原则,原料上精挑细选,工艺上精益求精,所生产的每片瓷砖都经过了600多道工序的精雕细琢,产品质量过硬、性能优越。

这些都离不开广大客户的认可和同行伙伴的肯定,冠珠将会继续努力,从客户角度出发,努力为消费者提供更优质的产品,努力为消费者提供更贴心的产品及更贴心专业的服务。(冠珠)

合肥惠万家陶瓷打响开年第一炮

本报讯 3月4日-3月5日,2017合肥315大型家装团购博览会在滨湖会展中心隆重举行。为期两天的展会聚集了合肥近4万名业主参与其中。在展会上,合肥惠万家陶瓷推出了多款超值明星产品,用实实在在的优惠让利给广大的合肥业主们。

其中,合肥惠万家推出的“888元厨卫搬回家”活动超值优惠套餐,吸引了众多业主们的眼球,纷纷前来咨询下定。有业主当场就表示:“这个价格能够买到惠万家陶瓷,很值!”仅仅两天时间,就有近百名业主成功下定。

合肥惠万家经销商总表示:“为了做好本次活动,我们投入了巨资,在多款产品上大幅让利,保证全年最低价,本次活动目的是为了回馈合肥业主们,感谢大家这么多年来信任与支持。让业主们买得放心,满意,是合肥惠万家陶瓷一直以来坚持的信念。”

本次活动的圆满成功,给予了合肥惠万家强大的信心,相信在2017年,合肥惠万家必定乘着这个好势头,发展得越来越好!(惠万家)

优加瓷砖茂名旗舰店盛装绽放

本报讯 3月13日,优加瓷砖茂名旗舰店锣鼓敲响,红浪翻腾,到处都是一派欢腾、喜庆的热闹景象,300多平方米优加瓷砖生活馆盛大开业。开业当天,优加瓷砖在茂名当地独树一帜,闪亮登场。莅临开业现场的不仅有茂名当地建材圈各界名流,优加瓷砖厂家代表,还吸引了众多的优加瓷砖忠实粉丝前来参观。

茂名优加旗舰店占地300多平米,装饰华丽,设计独特,在当地业界引起了不小的轰动。优加瓷砖作为在茂名的龙头旗舰店,采用公司最新版的展厅设计风格,以打造时尚个性的家居风格展厅为目标,店内设置的全样板间展示,将帮助消费者从以选产品为方向转变为选择完整的空间解决方案,它所展示的每一种生活空间,将为茂名消费者提供一种全新的生活方式。置身其中,便可提前感受未来新家独特尊贵的装饰效果,在简单、便捷、直观的气氛中轻松实现现代家居装饰效果的提前体验。

茂名优加瓷砖代理商高若飞在谈及本次开业时表示,前期立体、全面的宣传推广是本次盛大开业成功的关键所在。优加新店趁着315消费者权益日开展开业促销活动,让优加瓷砖成为角逐市场的强势品牌。在接下来的时间,优加瓷砖生活馆将继续以最高性价比优势为广大消费者提供更贴心的服务。(优加)

新中源陶瓷 2017 “中国设计星”全新升级启动



图为启动礼现场。

本报讯 记者杨李生报道 3月15日,由广州设计周、新中源陶瓷联合主办的“中国设计星(2017-2018)”在深圳中洲万豪酒店盛大启动,以“星投天使+启动礼”的形式揭开2017中国设计星的帷幕。

据了解,“中国设计星”作为中

国设计首个大型命名演讲真人秀,自2015年启动以来,为中国新锐设计力量提供了成长的平台,成为极具影响力和传播力的设计师平台。2017年“中国设计星”将全新升级,引进“星探、星推委、星投天使”等一系列新方式。其中“星投天使”最受期待。

思方艺向牵手金意陶成功举办“质感”主题设计师沙龙

本报讯 3月10日下午,思方艺向文化机构牵手金意陶陶瓷,“国际设计质感之旅”设计师交流河南郑州站活动走进古香古色、三国风韵的风墨言色馆。思方艺向董事长及斯嘉图马赛克总经理卢升(墨武)、思方艺向及润韬策划咨询机构创始人总经理袁扬昊(墨将)、金意陶市场总监赵少文,以及四十多位来自河南郑州的空间设计师精英出席现场。思方艺向创始人,哲学思想作家、书法家言色博士,结合多年哲学思考与书法艺术研究深度阐释其提出的《质感的直觉与假设开发》课题,激情演绎《墨典春秋》泼墨书法,并进行互动交流。

集文学、艺术及哲学于一身的言色博士,通过积淀多年的研究造诣与深度思考挖掘出艺术、文学与设计凝结的共同信息面,用其精锐而蕴味的哲学语言娓娓道来。

“我不是设计师不重要,重要的是你是不是!我不是让你成为,而是让你更特殊!”言色博士开门见山。他认

为,“直觉”来自纯朴的感官,可通过动作和平常连贯的审视与训练而获得的一种纯技术专业之活,举例说如动作组合的方式及效能,而“假设”的能力则来自于生活的重心和累积而综合体现出来的一种推演能力和作出的别致选择,举例说认真对待客观与主观的本质是什么,而做出这一点,唯内在世界的引爆方能“质成一方”,而恰恰又是诸多艺术及文化事业者自视功能不健全而难能取得更宽广而深厚的造诣。

言色博士基于以上论调提出第二点——“感向方外”,这就须从否定和学习的动态中去平衡和实现更多的可能性,方才能使唤出产品的“魂”,即产品精神以及与创作者的合一,创作者与大的合一,只有保持在创作思想和职业态度上,方能将所有设计链、服务链、客户链、价值链上的每一个点、面、线完美地呈现在空间上带来更高而美的感受!他还善意地提醒设计师:空间设计当属工业设计范畴,这无疑对设计师知识体系提出更专精的计算要求。

在上午举行的“星投天使”发布会上,广东新中源陶瓷有限公司总经理霍卓威,常务副总经理陈勤显,市场总监郭浩,仿古事业部总经理胡海军,广州设计周总干事张宏毅,“中国设计星”D4导师邵唯晏、廖奕权、袁欣、崔树共同向现场数十家媒体分享“星投天使”项目。

张宏毅介绍,“星投天使”是源于“H+”的延伸,“H+”则可以理解为“Home+Hotel”,过去两年内的目标是驱动产业升级,而下一步的目标则是创造人类幸福,因为H+的终极,就是Happiness。陈勤显进一步补充道,“星投天使”就是对“H+”落地的助推。而设计是这个时代的必需品,不是奢侈品,所以“中国设计星”要做到去中心化、平台化和共享经济。

邵唯晏在发布会上作了“H+”孵化中心成果汇报——南昌托斯卡纳未来店的展示与设计分享。邵唯晏以各大品牌的跨界整合与合作为案例,表明当代品牌巨头也已不再过分追求本身的IP价值,转而依靠跨界IP碰撞的力量来

追求不可预期的碰撞,表达对时代性的理解。当下的时空才是创意思维真正的载体,而当今的创新不应局限于概念上的原创,而更应注重多元的整合,也是所谓的“跨界”。

在下午正式举行的启动礼上,梁志天、高孝午、袁欣、邵唯晏、廖奕权、黄志达、邱春瑞、殷焰明、万浮尘等国内著名设计师以及来自全国各地的设计师群体近千名齐聚一堂,共同见证“中国设计星”全新启航。

郭浩和广州设计周执行总监贺文广共同解读2017年“中国设计星”章程及赛程安排。2015年“中国设计星”总冠军崔树,IFI国际室内建筑设计师团体联盟主席梁志天与著名雕塑艺术大师高孝午就中国设计界的发展现状和未来方向进行深度对话,把整场活动推向高潮。梁志天表示,室内设计像环境设计一样,会影响人的生活,设计师要努力地学习和关注人的本身。

最后,“中国设计星”启动礼在如潮迭起中落下帷幕。据悉,相关进程也将陆续开展。

最后,言色博士说道:“任何创造者的生命质量与产品的性能是一条不可分割的绳子,无论是关系于自身,抑是关乎于外在,都旨在提高人的心灵如诗境和超越现实世界如禅慧,体现更高于传统的价值,方是人至高的追求和理想!”

除了《质感的直觉与假设开发》独到分享,言色博士还作《墨典春秋》泼墨表演,题字“质成一方,感向方外”,并对比较传统端庄书法与泼墨性感受书法的特点、深厚的功底及独特的激情展露无遗。

本次设计师主题交流沙龙活动彰显国学传统内涵,除了潇洒不羁的书法表演,别出心裁的挥毫签到,妙曼动听的《渔舟唱晚》古筝表演,还有真诚深入的茶叙互动,趣味轻松的《思考之门》新书选读等,大家都积极参与,乐在其中。活动尾声设计师纷纷抢购言色博士《如果你懂》哲学思想著作并签名合影,队伍一度排成长龙。

思方艺向作为商企文化交流的平台桥梁与金意陶紧密携手,为设计师送上文艺哲思大餐,可谓相得益彰。

多姿多彩,这就是 ICC

每个企业,总会有自己的品牌色,或红热情奔放,或蓝沉稳冷静,ICC瓷砖,作为北美高端瓷砖品牌,有着深厚的文化底蕴,那么到底 ICC 是一个什么色彩的企业呢?

绿色,温馨舒适

目前已经是ICC瓷砖进入中国的第七年,一直以来 ICC 瓷砖木纹砖“蓝山瓷木”领衔高端木纹砖领域,从104个不同设计面的“印第安之歌”系列,到目前的创造“大自然”不存在物种,均受消费者

欢迎,同时倡导绿色生产,致力为各大消费者带来最温馨的舒适家居,所以在不少的粉丝眼中,ICC 的品牌色彩就是绿色。

灰色,简约时尚

ICC 瓷砖紧握潮流脉搏,精准解读,从2013年开始,推出极具设计感的水泥砖系列“CITY”,随后,多款灰色调产品“纽约”系列、“米兰”系列、“云图”系列……一系列不同维度的灰色调产品凌驾趋势之上,让空间简约时尚。

蓝色,优雅的蓝血贵族

蓝色,高端优雅。自 ICC 瓷砖成立以来,一直进口国际最前沿、最时尚的产品,西班牙、意大利、墨西哥……而每款产品均拥有各地特点,如“华尔兹”系列的独特尺寸、“摩斯”系列的细腻触感,蓝血贵族,悠然而生。

彩色,来自民族色彩

无论是绿色或者灰色,或许这只是 ICC 的其中一面,而作为一个源自北美

墨西哥的企业。彩色,更能代表 ICC 的色彩。缤纷有趣的“乐高”系列、色彩斑斓的“波普印象”、拥有异域风情的“阿马尔菲”系列,还有各种色彩跳跃的花片配件,ICC 的产品体系,为空间带来了无限生机与活力。

多姿多彩,不仅代表着 ICC,是智慧的交融与碰撞;同时更体现着 ICC 设计团队对色彩理解的深厚功力。他们理智、沉稳与广阔,也正是这种精神,才让 ICC 时刻在沉淀、在积累、创新、独特,成为 ICC 发展永不枯竭的动力。(ICC)

通利®别墅大师营正式起航

本报讯 3月13日,由通利大理石瓷砖总部主办,通利大理石瓷砖南宁营销中心、广西古宸集团承办,IDA中设协广西专业委员会、广西环境艺术设计行业协会、IDOL 锋范杂志、IDOL 锋范奖中国广西室内设计总评榜战略合作(南宁),房天下(fang.com)全国站点全程媒体支持的“通利®别墅大师营”南宁站暨通利大理石瓷砖南宁旗舰店开业盛典在醒狮点睛的喝彩中盛大启幕!

本次活动吸引了先后600多名来自南宁的精英设计师参与。同时,也吸引了30多家媒体进行全程跟踪报道。

中国家装界之父余静赣,佛山新盛集团兼通利大理石瓷砖董事长林柱权,佛山市新盛集团兼通利大理石瓷砖生产基地总经理冯东海,通利大理石瓷砖

总经理孔繁湛,中设协广西专业委员会会长、成杰设计事务所创始人成杰,广西环境艺术设计行业协会执行会长,广西建林装饰工程有限公司设计院院长韦静云,中设协广西专业委员会和广西环境艺术设计行业协会秘书长、锋范杂志社总编辑黄日伦,广西古宸集团董事长兼通利大理石瓷砖南宁营销中心总经理黄诗泰等嘉宾出席了本次活动,并分别在活动中致辞,表达对通利大理石瓷砖的期待以及美好祝愿。

据了解,经营面积达1000多平方的通利大理石瓷砖南宁旗舰店,由广西古宸实业集团有限公司投资经营。多年来,先后为广西保利集团、广西恒大集团、越南皇家集团、中建五局、中建三局、中建八局、中国农业银行等各知名

企业及政府民生工程、部队工程约565个大中型建筑工程项目供应商。

余静赣现场与在座的精英设计师们分享了“世界大设计——设计源”的精彩主题演讲。他鼓舞设计师家多去大自然去教育孩子,从大自然中汲取教训;用“金木水火土”的概念去做大设计,让居住者舒心愉悦;时刻居安思危,不能千篇一律造空间,要让每一个空间,每一座城市与众不同;积极面对“智能家居”的到来,为中国的家装超越其他国家而做贡献;多应用通利大理石瓷砖,其产品师从自然,值得品鉴。

据悉,通利大理石瓷砖专注大理石瓷砖,专注中高端。通利大理石瓷砖市场品牌总监张贵权为设计师们现场解析产品色彩·整装效果用法,用色彩全

息解读了通利大理石瓷砖产品搭配效果精髓!

“通利®别墅大师营”项目旨在甄选各大城市的优秀设计师聚集学习分享和交流,提升自我,让广大客户领略南宁空间设计的力量。专注别墅大宅设计实战应用,深度解读别墅大宅业主的生活方式!全息解读豪宅设计实践、豪宅暖通设计、豪宅施工图技术、别墅软装、灯光色彩、智能影像等,让优秀与大师只差一堂课!

活动现场,余静赣、林柱权、成杰、韦静云、黄日伦、黄诗泰等嘉宾领导嘉宾共同为“通利®别墅大师营”南宁站启动报名通道。(通利)