

想提高小家颜值? 掌握“3×3 要素搭配法”是关键

对每个人来说,家都是私人空间,一不是开发商的样板间,二不是精装修交房标准,大可不必那么紧张,不如松弛一点,随心一点,任性一点……那么,到底该怎样呢? ■新快报记者 毛静

房子+住商才等于家

日前,《小家,越住越大3》新书分享会在广州举行。作者逯薇(前地产建筑师、“住商”概念提出者)自创的一套万能搭配公式,让普通人也可以轻松打造高颜值小家。从业多年的住宅建筑师逯薇通过大量的入户访谈发现:随着时代的发展和科技的进步,中国人的居住条件有了极大改善,但很多人的家住起来并不舒适,普遍缺少高效的收纳空间、便利的功能设计和美观的家居装饰。逯薇意识到,让自己住得顺心并不是人的本能,而是一项需要学习的技能。“房子并不等于家,房子是被住成家的,‘住’这个字很简单,当我们进一步拆开‘住’这个汉字时我们会发现,它成了两个字——主人。这个主人的意思是它是否是你的家,你又是是否把自己当成家的主人。这个主人不是房产证意义上的主人,不是资产意义上的主人,

只在于你是否真的把自己当成了这个家的主人”。

“3×3 要素搭配法”,最简单的技巧

大多数人在装修时往往会陷入风格陷阱,纠结于到底该选择哪种装修风格。纠结来纠结去,最终效果却未必真的美观。就算新装修好的房子令人满意,可没过几年潮流变化,曾经喜欢的风格又变得不顺眼起来。到底该怎么做,才能让小家越住越美?逯薇认为,“任何一张美丽的家居图,风格可能都不一样。但即使不同,也能找出背后的底层逻辑。3×3 要素搭配法就是最简单的提高小家颜值的搭配技巧之一。”所谓 3×3 要素搭配法,就是保证在同一场景中,一个要素借助三种大小不一的载体,重复三次,让家装和谐中富有变化。人类的大脑为了简化视觉分析,对整体感有强迫性的需求。按照 3×3 的



3×3 要素搭配法



原则进行家装搭配后,大脑会下意识抓住视觉画面中的重点要素,产生和谐美观的感受。

要知道:收纳,让家更平衡。功能,让家更轻松。而爱,把房子变成家。收纳、功能、颜值和爱构成了正四面体的四个面,彼此相依,不可或缺。房子并不

重要,重要的是住在里面的人。你如何对待家,家便如何对待你。而不是由别人(装修公司,或者设计师)来建议你,你的家应该做成什么样子,而是你自己慢慢发现——“哦,原来这才是内心深处真正想要的家,这才是钻石打磨后真正的样子……。”

品牌

洗碗 + 高温消毒成现代厨房最佳标配

展会

新快报讯 近年来,国内各大家电品牌纷纷介入洗碗机领域,厨房电器行业由此也掀起了一场大讨论;消毒柜要退出江湖、洗碗机要替代消毒柜的言论频频传出。记者了解到,通过今年“双十一”天猫销售数据分析,具备消毒功能的洗碗机市场正实现高速增长,具备洗、消、存多属性为一体的嵌入式洗碗机存在巨大市场需求空间。

康宝首推 100℃ 高温消毒洗碗一体机

据悉,目前市场上所有的洗碗机的烘干功能最高是 70°,对于 100°高温消毒功能根本无法做到。消毒柜国家标准(GB 17988-2008 食具消毒柜安全卫生要求)明确规定,消毒柜产品对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌等致病菌的杀灭率应不小于 99.9%,高温消毒的温度不低于 100°C,只有达到这样的标准,才能称得上是高温消毒。而在 11 月 30 日,康宝电器在顺德总部正式宣布推出由该公司自主研发的国内第一款真正具

备消毒功能的洗碗机。本次新品发布会上推出的消毒洗碗机正迎合了这一消费趋势,该款消毒柜采用火箭分级升温技术原理,使机体内高达 100L 的内腔可快速升温到 100°C,杀菌率可达 99.9%。同时,通过运用冷、热风的空气动力学技术,该款消毒柜可有效去除内腔在清洗餐具后残留的大量水蒸气,实现干态无水。而其内嵌的 AI 智能管家技术则让内腔可长期保持干态无菌的状态。

消毒柜在电商渠道保持高速增长

当前中国城市家庭的厨房,既需要一台消毒柜,也需要一台洗碗机。洗碗机与消毒柜的结合正不断朝集成化、整体厨房的趋势迈进。拥有一台洗碗+高温消毒的洗消一体机将是现代家庭厨房的标配。据京东家电数据显示,在 2013 年至 2018 年间,消毒柜在电商渠道保持高速增长,年均增长率近 100%,其中以康宝、美的等传统品牌继续处于



领跑位置。中国家用电器商业协会常务副秘书长张剑锋表示,在当前技术创新和消费需求双驱动下,既可以高温消毒、又可以洗碗的消毒洗碗机或将成为未来消毒柜、洗碗机行业的发展趋势。而当天与天猫正式签署战略合作,利用天猫优势资源在其平台内发售消毒洗碗机,则是康宝基于撬动行业,做大行业影响力背景下的新营销模式的尝试。 (毛静)

居然之家通过新零售赋能广东家居品牌

新快报讯 尽管目前经济增长趋势放缓,但城镇化进程仍为家居行业孕育了商机,随着住宅供给结构发生了变化,家装建材市场开始进入存量房时代。未来 5 年内,在建商品住宅将为家居行业提供 5 万亿元的市场空间。居然之家总裁王宁在日前举行的“居然之家 & 广东家居企业招商对接会”上表示,居然之家将以实体店连锁发展为核心,继续加快全国门店拓展步伐。按照计划,未来 3 至 5 年内,居然之家的开店数量将超过 600 家,年销售额(GMV)将超过 1000 亿元,不但要成为

中国家居行业第一品牌,而且要成为新零售的典范。此外,记者从居然之家方面了解到,新零售赋能也是居然之家携手广东家居品牌共赢的另一利器,而数字化转型的最终目标就是为商家提供更好的经营平台,让大家都有客户、能转化、能赚钱。数字化转型是一个门槛高、投资大、周期长的工程,居然之家通过对“人货场”的数字化重构,线上增量平台、存量转化工具及大数据管理平台的打造,有效提升了企业的运营管理效率,降低了运营成本,还为商家带来更多资源及流量,助力增量提升



及存量转化,赋能广东家居品牌经营业绩节节攀升。 (毛静)

家博会建博会明年“三城五展”

新快报讯 “中国家博会·中国建博会推介会”上周在广州举行。中国对外贸易广州展览总公司“剧透”了明年包括广州、深圳、上海在内的“三城五展”的全新规划。维意定制、玛格、诗尼曼、科凡、伊百丽、法迪奥、联塑、派雅、派浪(致尚)、富轩、金凯德、兴发、图特、南兴装备等 50 多家品牌企业参与出席。中国家博会(广州)展商营销负责人梅春玉表示,“2020 年中国家博会(广州)围绕“创新驱动、设计引领”发展战略,将着力提升两个方面。一方面,精准聚焦设计引领,更好统筹国内国际两个市场。另一方面,着力提升国际化水平,在民用家具展继续设国际家具馆外,办公环境展还将首次打造 9.3 号馆为国际品牌馆,汇聚海外知名品牌和多个国际展团。”

中国建博会(广州)展商营销负责人陈鹏汉指出,2020 年,中国建博会(广州)将重点打造“两个平台”和“一个生态圈”,并进行“两个优化”。两个平台是行业“冠军企业首秀平台”和“创新思想首发平台”。一个生态圈是打造“大家居建装行业设计生态圈”,就是从设计前端的概念展示,到设计中端的商业转化,到设计尾端的成果展示,再到行业交流的生态闭环,最终形成一个大家居建装行业的设计生态圈。此外,建博会还将贯彻“两个优化”,一是优化观众区域来源,落实渠道下沉,持续辐射中国建博会在全国的影响力;二是优化观众性质构成,在保持经销商观众数量优势的基础上,重点增加设计师、房地产、家装和工装公司等专业观众的占比。 (何璐诗)