

家居维权在行动

郑州日报《中原家居》消费维权投诉热线开通，征集家居消费维权真实经历。“责任”需要你我共同肩负，“市场”需要大家同来监督。如果您投诉无门，或者有久未解决的投诉问题，请及时联系我们，经核实后，我们将协调监管部门和有关企业进行妥善处理，并对处理结果进行跟踪报道。
热线：0371-67655197 66799119
邮箱：zrbyang@sina.com

家装快讯

北京实创装饰

2200平方米材料展厅开幕

经过一段时间的搬迁和调整，实创装饰郑州公司新总部3月正式启用，并将于4月16日上午在郑州红星美凯龙全球家居广场（郑汴路与中州大道交叉口东南侧）举行盛大开业仪式。作为中国十大著名装饰企业、北京十大诚信装饰企业，实创去年10月入驻中原后，主推“28800，精装搬家”、“58800，享受完美成品家”两种套餐模式，打出“家居整体解决方案、售后服务整体解决方案、超高性价比”三张王牌，便捷省心的套餐服务赢得了数百名郑州业主的信赖和认可。
新总部占据红星七层整层，面积达2200平方米的新材料展厅也将开始营业。新材料展厅对原有嵩山店、经三店、郑汴店、中心店四个店面的材料进行了集结，在主材种类上比以前更加丰富，木门达到40多款、地板达到近百款、200种墙地砖由您亲自选择等，公司客户从此即可在新材料展厅“一个地方”选购自己所需要的材料，一站式主材选购服务将会让装修业主更加方便，更加满意。
新总部极大改善了办公条件，匹配适应了实创品牌影响力，为前来咨询、装修的客户提供了方便。另外，公司借此机会还强化公司制度管理，提升服务客户水平，省钱、省时、环保的同时，提供托管式家装服务，让客户省心放心。公司配备专门的工地协调专员，公司总经理或部门相关领导随时抽查工地，加大责任追究力度，包括对公司内部责任人、合作材料商的警告和经济惩罚，以确保业主利益，提升实创装饰品牌形象。
为庆祝新总部正式投入使用，答谢广大业主一直以来对实创公司的支持，实创装饰将于4月16日举行新总部盛大开业仪式。届时，北京实创董事长、郑州公司总经理、郑州市行业协会、业主、实创员工将参加开业仪式，现场也会推出针对总部搬迁的一个全年惊喜优惠。
文旭



北京元洲装饰郑州分公司主任设计师 李新东

“人，要想成功必须接近成功的人。要想到达成功的彼岸，必须走一条正确的道路。”李新东以此座右铭。
1998年，毕业于郑州轻工业学院艺术设计专业的李新东，和众多学子一样走上了择业之路。初生牛犊不怕虎，他独自一人去北京闯荡自己的设计生涯。当时，能在京城有自己的一叶方舟，一直是李新东的梦想，但男儿志在四方，肩负着父母的期望，李新东不畏艰苦从北京一家小装饰公司开始了自己的设计生涯。
命运永远是眷顾有心人的。随着李新东设计作品水平的提高，很快就被中国品牌500强——北京元洲装饰公司看中，现任郑州分公司主任设计师。
回想初出茅庐的碰壁和心酸的历程

“生活大使”李新东

仿佛还犹在昨天，但正是这些经历承载了李新东设计的进展。
“由于自己对社会不熟知，对生活不了解，就不可能为客户设计出别样的生活。”他常常这样鞭策和安慰自己。现在的他才知道为什么当初自己对现代简约风格很上手，源自自己的水平只能做出那样的成绩才能被特定的人群所接受。“当时如果真是有个大户型高要求的别墅，估计我也拿不下来……”李新东笑着说。但经过几年的职业历练，李新东已经从众多的同辈中脱颖而出。
“要做就做大牌设计师”是李新东对自己人生的定位。
没有条件他可以创造条件，因为设计是李新东一生最感兴趣的事情。为了圆自己的梦想，为了成就自己，工作之余的他，不断地接触高端产品和知名设计师，慢慢对生活和家也有了全新的认知和了解。每一个工地他都会百跑不厌和客户做最好的沟通。他认为一套完美的设计方案，50%是靠设计师创作的灵感，50%是靠客户和设计师做最好的配合。设计师和客户相互学习，相互沟通，相互影响，相互融入，那些小细节和不经意才能被设计师“明察秋毫”。
生活高品质是客户选拔设计师的一

道界线。
李新东说：“户型和风格能影响一个设计师的创作灵感，但也是一种挑战。”越是大的户型和大的空间越是能激发和满足他的设计灵感和设计要求，随着设计产品的增多，“奢华”这个概念随之在他心中开始发芽生根。目前高端客户对设计风格也有了更加独特的见解和要求，家居智能化、净水系统、中央空调等硬件设施的运用也是李新东之所以能打动客户的小细节。生活设计化，设计生活化。客户不断地刁难和高要求，也同步推动着李新东往更高的层面发展。
“希望我就是高端客户朝思暮想的生活大使、满意的设计师。”李新东笑着说。
面对以后的设计之路，李新东的人生规划也很明确。他知道随着生活水平的提高，客户的需求往往比设计师的水平会更快、更高。完整家居服务意识是李新东对整个设计行业提出的新认识和对自已提出的新挑战。只有不断和国际设计理念、国际新型材料接轨，整合名牌和设计素材，才能打造一种更高的、更全新的生活方式，以自己作为设计师的一点微薄之力去推动整个装饰行业设计行业的发展。
王娜

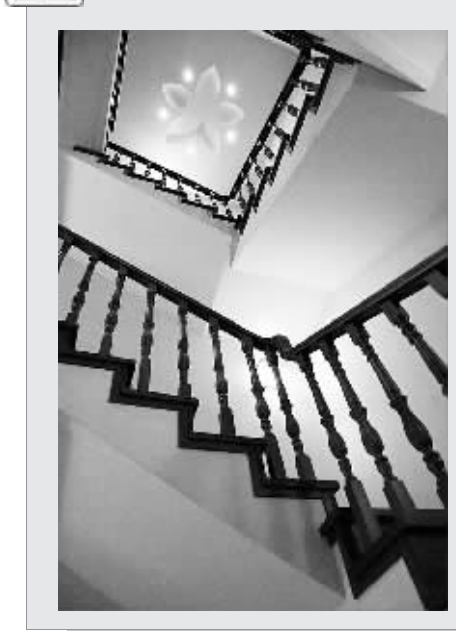


李新东的设计作品



李新东的设计作品

实创案例



户型：连排别墅
建筑面积：400平方米(含地下室)
588套餐造价：588×400=235200元
增项造价：55000元(含水电改造，防水，吊顶，墙砖升级)
软装造价：41万元(含家具，家电，灯具，布艺，陈设)
工程总造价：70万元

加州水郡风情再现

设计师：杨克鹏
设计说明：男女主人都是有着很高涵养和品位的成功人士，由于工作原因男女主人游遍了欧洲各国，深受国外文化的感染，但他们骨子里散发出来的依然是对中国传统文化的热爱。于是设计师以欢乐喜庆的中国红作为主线贯穿其中，以简约的手法演绎了一场古典美。
由于客厅面积不是很大，又要做出大气磅礴的气势，于是设计师采用精练的设计手法，力图达到“增一分嫌多，减一分嫌少”的完美境界，主题墙上的砂岩艺术造型“气贯长虹”一通到顶，无意中一种大气磅礴的气势立刻呈现；超大尺寸装饰画也是量身定做的，与对面主题墙“里应外合”；美式家具、壁炉、玉器、马灯，这些设计元素相互交织，相互融合，达到“你

中有我，我中有你”的设计目的。
楼梯间的花瓣造型寓意“花开富贵”，当夜幕降临，置身温暖的柔和灯光，在外奔波一天的疲惫顿时全无，这就是一种家的感觉。
地下一层原是黑暗的管道层，采光、通风很差，经过艺术化的处理和设计，它变成了集储藏、运动和视听娱乐于一体的享用空间。
主卧按男主人的喜好采用了深咖啡色，这种颜色低调不张扬，透露着与众不同。为避免大面积深色给人带来压抑感，设计师在色彩搭配上注入了原木色，包括淋浴部分的吊顶和地面分别采用了桑拿板和浴室专用木地板，使色彩和材质有一个过渡和变化，木地板的运用，使脚底的感觉更加舒适，另外适当地留白给我们留下了丰富的遐想空间。



储酒领地：交际载体的变迁

香港岛上的陆羽茶室，是港岛不少政要和李老板曾老板们会朋友、家筵、谈生意的地方。它有代客储茶的业务，那些贴着这些客人标签的茶盒置放于几案之上，频频散发逼人的富贵气息，浸润着陆羽特殊的文化氛围。
之所以想起这样一则旧闻，起缘于不久前获知的关于储酒领地的消息，两者虽然有些不同，却有些相映成趣的地方。
去年秋季，张裕北京爱斐堡酒庄启动了“储酒领地”。在占地面积3000平方米的地下酒窖为高端葡萄酒收藏家设立了私人储酒位，他们除了拥有爱斐堡最高等级红葡萄酒的优先购买权外，还会拥有一个独立私人储酒位的使用权，使用期限为10年，规格从170瓶到260瓶容量不等，最高售价达到48.8万元。成为“储酒领地”的领主后，将会获得酒窖储酒位的10年使用权，窖藏的葡萄酒将在常年恒温15℃、湿度70%~75%的理想环境中长期保存，并享受专业的私人服务。
在国际上，许多爱酒人士都建有私家酒窖，“世界舞王”麦可·弗莱利在他那价值2300万英镑的爱尔兰城堡内，甚至有两个酒窖，一个用来放葡萄酒，一个用来放红酒。就中国而言，人口土地占有率决定了私人城堡百分之零的可能性，但是腾飞的新贵阶层，与时俱进地产生了这样的需求。储酒领地因此应运而生。
这种创新，是纯中国式的！走进张裕北京爱斐堡储酒领地，酒窖中微黄的光线、古朴的橡木桶、飘逸的香气，都让人禁不住想和葡萄酒进行最亲近的全方位接触。目前，储酒领地大腕云集，像马云、王中军、江南春……这些响当当的名字，都不约而同地拥有了新ID——储酒领地领主。和他们一起成为尊贵领主的还有唐国强、冯巩、葛优这样的明星。从这个意义上讲，高档葡萄酒已经和高尔夫会员卡、名表等一起，成为了这个圈子中通行的身份象征和交际语言。据胡润《百富》杂志定期调查发现，在“最喜欢的酒”这一项中，葡萄酒得到了越来越多企业家的青睐，主要原因是“有品位和文化”、“低度、健康”。
与此同时，作为顶尖葡萄酒的最佳载体，酒庄的文化价值也开始凸显。专家指出，中国企业家选择的社交场合正经历着从餐桌会所、到会所到酒庄的两次变迁，除了社交的私密性不断增强，品酒场所也更具有文化载体的意义。而储酒领地正是酒庄交际的催化剂，定期“巡视”自己领地的领主们能在共同爱好的基础上愉快地沟通。
王宾

时尚美发



为温柔加分 顺我“三千烦恼丝”

秀发为什么会毛燥

找寻头发毛燥的原因，要先了解头发的结构。健康的头发表层由一组完整的毛鳞片与自然分泌的油脂构成，头发的保护膜完整健康，头发看上去就会亮泽动人，反之，毛燥枯黄就会从“头”袭来。天然的沙发发质(干涩稀疏，并常呈蓬乱之状的头发)、天生的微卷发、日常洗护不当、烫发受损、阳光曝晒和各种外界污染等都是令头发毛燥的原因。这些物理和化学性的损伤，将单薄的保护膜无情攻破，原本排列有序整齐的毛鳞片，在外力的作用下，失去了原有的秩序，头发纤维内的水分在空气中暴露蒸发，葡萄糖、蛋白

质和油脂等营养也不能保持。

你会洗发吗

洗发并不是我们想象中的那么简单。密齿梳的无情拉扯、洗发时为解痒而粗暴抓挠、拧干湿发、不当吹风等不良习惯都会让我们的头发受到伤害。洗头之后用毛巾擦干，甚至拧干头发，对于头发来说简直就是暴力。因为洗后排列整齐的头发表面毛鳞片，会因为毛巾的擦拭，而又一次被破坏秩序。正确的方式是先用毛巾轻拍，吸干头发上的多余水分后，再用手轻轻梳理头发，再用吹风机冷风挡吹干造型，这样能加速毛鳞片闭合的速度，在很大程度上能够避免头发纠缠

造成的损伤。

静电 不要这种吸引

轻盈的发丝有时淘气得像个小孩，喜欢向四周发散或贴在脸上，除了影响造型，头发与头发，头发与空气和衣服的静电反应还使头发变得很容易吸附灰尘。分析其原因，要归结到周围环境和头发本身的干燥上。健康的头发中含有约15%的水分，如果低于10%则会呈现出静电、发丝飘落、发端分叉等种种干燥现象。因此，选择洗护发产品时，要选择有修护作用，含补水或锁水成分的产品，保护头发的含水量，维护光泽垂顺的质感。
贤丽

米高·尊尼美发造型机构

米高·尊尼创意总监阿昌讲述他对美发事业的深度剖析和对流行的感悟——

阿昌简介——

1999年进入美发界；
2000年赴韩国TG造型机构学习；
2002年赴上海沙宣学习当代经典创意班，截至2003年学完沙宣全部课程；
2005年北京汤尼盖美发学院再次进修英伦风尚立体三维发型；
2006年任香港卡顿美发机构创意总监。



良好的建议使顾客更加安心

2008年推荐波浪卷的理由是什么？
烫发技术有了革命性的进步，真正做到了类似欧美人风格的波浪卷。我认为光泽感中体现完美波浪卷的造型是今年春季的流行。从大家的喜好来看，带有轻柔波浪卷的低层次造型非常受到顾客的瞩目。从服装的搭配来看，这种发型也很适合运动风格。
是不是常常可以从服装潮流的趋势中发掘灵感呢？
和以前相比，只是单纯追求流行的现象，已经开始逐渐减少。现在，我的灵感是从

对现有造型的淘汰开始的，当不满或厌倦了现状，才能激发新的构思。当然，在跟随时代潮流的同时，还要拥有对自己直觉的自信心。
在沙龙工作中，会积极为顾客提出一些建议吗？
是的。首先要做好顾客的听众，令顾客将其愿望全部表达出来。然后以美发专家的身份，去分析顾客的现状并提出建议，这才是非常重要的。
电话：0371-63859590
地址：郑州市经七路28号附14号



郑州八度空间发艺有限公司

推荐发型：通过微妙韵味的烫发实现“人气BOB”

人气发型的要点应该是柔美、温婉，故而针对下一拨人气发型，此次在流行BOB的基础上设计了一款“人气BOB”。在顶部营造出蓬松感，塑造张弛有致的发型。使用Finn Petm烫发。通过打造有浮动感的波浪，展现柔和、优美的气息。此外，实现小脸效果对于人气发型也很重要。将修剪圆润的刘海以及侧面衔接的头发打理得紧致，在脸周做出蓬松的空气感。今后的发型将呈现两极化的趋势，而BOB会趋向直发感。但如果是打造人气发型的话，通过烫发展柔美女人味的设计还是较为重要的。
发型总监 阿文



吉米·初恋美发连锁沙龙

要符合顾客自身的特点

无论何种发型，最重要的是要符合顾客自身的特点。这次推出的两款发型都是以A型轮廓为主题而设计的。设计时将重点放在刘海部分，以强调调特眼部的效果，并致力于营造一种兼具潇洒与可爱特点的气氛。另外，还通过在头发表面做出蓬松感来弥补一般发型只注重平面效果的缺点。 技术总监 吉米
电话：66267289(西里路店) 66258618(人民路店)
地址：西里路店：人民路西里路交叉口向西50米
人民路店：人民路与太康路交叉口向北50米河南食府院内

