

壁纸要美观更要健康

金牌橱柜再发力
夺下 2014 年央视黄金档

本报讯 央视黄金档一直以来都是家居企业必争之地,2014年岁首,金牌橱柜再次发力在众多品牌竞争中突出重围,牵手《东方时空》、《焦点访谈》,成为央视黄金档的常客。

而除了央视中标,与卫视等联袂打造时尚节目进行品牌娱乐化之外,金牌橱柜2014年更是斥巨资持续强势出击,继续追加央视广告,投放百度、新浪、网易及搜狐等网媒,延续上海厨卫展彰显厨房全产品战略,占领品牌传播制高点,全线拔高金牌橱柜的品牌知名度和影响力,将金牌橱柜的高端品牌形象推上又一

巅峰!

自2008年金牌橱柜携手央视以来,品牌价值迅速提升,不仅巩固了其市场话语权,更是加速其品牌增长态势,为其拓展国内外市场夯实基础。金牌橱柜品牌管理部总监温建河在接受媒体采访时说,央视是十几亿中国人了解新闻事件的一个重要窗口,这种影响力是其他媒体平台很难达到的,可以说央视是打造全国性品牌必不可少的重要渠道。当然,央视的投入也是巨大的,一般品牌很难将它当作首选的品牌传播平台。(小夏)

如今越来越多的消费者选择在网上选购壁纸,但记者发现,网上的壁纸卖家只是宣传花色和材质,对于壁纸的有害物质和环保性能提之甚少,不少消费者也毫不知情。如何辨别壁纸质量的优劣?如何确保购买到的壁纸是健康环保的?这其中也有技巧。

网售壁纸大谈美观

记者留意到,淘宝、京东等网购商城上的壁纸卖家不少,点开一个个排在前列的壁纸网店,其着重介绍的是花色、款式和价格,有商家晒出产品的环保性能和检测报告,但也有商家

丝毫没有提及环保和质量性能。而在消费者的评论中,消费者集中关注的都是壁纸的花纹、颜色等美观程度以及快递速度,鲜有人提及壁纸的环保性能和质量。

三类有害物质有限定

记者了解到,目前我国有关壁纸的标准主要有强制性国家标准《室内装饰装修材料壁纸中有害物质限量》(GB18585-2001),以及推荐性行业标准 QB/T3805-1999《聚氯乙烯壁纸》。强制性国家标准《室内装饰装修材料壁纸中有害物质限量》主要适用于以纸为基材,通过胶粘剂贴于墙面或天花板上的装饰材料。

记者了解到,壁纸均以纸为基材,为了提高使用性能,有的在加工过程中加入助剂,有的则在纸基上进行二次加工,涂以聚氯乙烯

等涂料,因而壁纸中的有害物质主要来自助剂或聚氯乙烯(PVC)等涂料。因此国标中对于壁纸中的重金属(如钡、镉、铬、铅、砷、汞、硒、锑等)、氯乙烯单体、甲醛等三类有害物质做出了限量要求。

专家表示,一般来讲,颜色浓、鲜艳的壁纸需通过加大色浆色料的用量来达到效果,其中有些产品添加了重金属的氧化物,消费者在选购表面花色多、颜色浓的壁纸时,就要格外关注其重金属是否超标,可通过查看产品的检测报告来鉴别。

眼看手摸鉴别品质

关于壁纸的质量如何鉴别呢?其实也有一些简单的小招数。墙纸协会的相关专家介绍,如是实地购买壁纸,消费者可先查看版本册里的样品品质:看表面是否存在色差、褶皱或气泡,花色图案是否清晰,色彩是否均匀;用手摸一摸,感觉其质感是否好,不同部位的纸薄厚是否均匀;消费者还可以用鼻子闻一闻,如果壁纸有异味,很可能是 VOC 等有害物质含量较高,可以索取检测报告查看;再用湿布擦拭壁纸表面,查看是否有褪色现象。

据了解,木纤维壁纸假冒产品比较多,专家也提供了一些简易的鉴别办法:1.表面有木材的香味一般就是真的,如果有异味就很有可能不是;2.用火烧一烧壁纸,如果是木纤维,烟灰呈白色,就不会有怪味、黑烟。如果是 PVC 材质的,火烧会冒黑烟、有塑料材质的燃烧后有刺鼻气味,灰烬是黑色、硬的结晶;3.用水滴在壁纸背面,木纤维壁纸的透气性能良好,水会从背面洇过来或在表面出现小水珠,如果不透水,就不太可能是木纤维壁纸。

网购留意检测报告

实地购买可以眼看手摸,但如果是网购,消费者又该如何辨别材质呢?京华家居提醒消费者,在重视壁纸的花色、价格之外,最好还

让商家单独提供清晰可辨的检测报告,在购买时让商家做出有害物质含量达标的保证,并留存相关证据。

(程建兰)

东鹏瓷砖
再夺行业销量冠军字号

本报讯 国家统计局中国行业企业信息发布中心近日公布了全国市场销量领先品牌排行榜,其中东鹏瓷砖再度夺得“2013年度全国市场同类商品销量第一名”桂冠,同时该品牌还被授予“2013年度消费者最信赖的品牌”称号。

据了解,东鹏瓷砖始创于1972年。在40余年的发展过程中,东鹏瓷砖秉承持续创新、积极求变理念,在多个方面为行业做出了表率:2003年其推出“阳光天使”服务,开创了瓷砖行业服务新纪元;同时东鹏从高耐磨、高环保、高抗击、高平整、高防水等5个维度,建立了建陶行业最为严格的5A产品标准,并在全球范围内精选

优质原料,从源头上保证产品的优良品质。2013年,东鹏控股成功在中国香港联合交易所挂牌上市,并受邀参加了意大利博洛尼亚陶瓷卫浴博览会。

凭借着诸多令人瞩目的成就,东鹏在2013年成功获得了“中国家居产业最具影响力品牌”“中国陶瓷十大品牌”等多项殊荣。与此同时,经中国品牌研究院评定,2013年东鹏以93.69亿元的品牌价值再次位居行业榜首,其也再次刷新了建陶行业新的记录。截至目前,东鹏的品牌价值已实现连续9年在行业内遥遥领先。

(桑雪骐)