

实用宝典

装修自己家,你愿意花多久?

两个月?半年?一年?人们时刻都在琢磨如何改善生活品质。而在自己的家庭装修过程中,时间应该花哪儿,怎么花?

装修前。只有一件事情需要弄清楚——自己想要什么——想要什么样的功能,以及想要什么样的风格。功能,就是每天结合自己的日常生活,想象在新房子里如何做饭、如何吃饭、如何会客、如何娱乐、如何休息、如何洗漱等等;风格,看别人的装修案例,哪些看着舒适,哪些风格自己喜欢,收藏、保存、整理,将来方便跟设计师沟通。

装修中。找对人比什么都重要。无论是设计师还是装修公司,真是比找对象还要更加相互了解。多接触几个回合,理念、预算甚至说话方式等聊得来再合作不迟。不断沟通,无论是和设计师还是和装修师傅。设计不是简单量个尺寸画个平面图,要把自己需要的功能和需求,结合设计师的专业能力去实现,中间当然会有修改、妥协、不断改进。施工过程中肯定会产生各种问题,实时跟进,和师傅讨论解决。这也是很花时间的,如果想的是几十万都花了还需要自己操心?全权交给装修公司解决了,最多双休日去看一眼,那最终结果可能不一定是你想要的。尊重从业人员,这是沟通的基本要素。“我花了钱,你们就应该给我设计好,就应该好好施工……”作为业主其实不应该有“顾客是上帝”的心态。装修是相互合作的一个过程,不要有敌对立场。

装修后。装修只是居住的一个开始,软装其实是在入住后的生活中不断完善的。装修不止是为了拍个“装修毕业照”而已,居住才是一辈子的事儿。

如果只算硬装过程,不是特别大的房子一般有两三个月肯定够了。如果算上前期准备,后期完善,那么花多少时间都不算多。

巢流

装修之所以这么有意思,因为多样;如每个人的喜好都相同,那多无趣。同一个案例,有人觉得“冷冰冰没温度”,有人觉得“高端大气上档次”,这都很正常。厨房,对于现代家庭来说,也不仅仅是做饭的地方了,有的厨房是开放式的,有的人家虽然不怎么用,但还是会把厨房装得美美的。今天,就来说说厨房的配色。

厨房的颜色,主要由橱柜、台面、墙砖、地砖、吊顶这几部分呈现,最常见的配色无非是白色、黑色、灰色、木色、大地色这几种,基本上用这几颜色“安全性”很高,符合大多数人的审美。当然,有些人就是喜欢彩色,喜欢撞色,喜欢与众不同,包括在厨房的装修中,也会加入浓烈的色彩。我们来看看厨房能玩出什么花样。

橱柜

橱柜柜门基本是厨房中面积占比最大的色彩,所以柜门的颜色决定了整个厨房色调。蓝色是厨房中用的相对比较多的颜色,一方面有些风格比较适合蓝色(比如地中海风格),另一方面,厨房用火,冷色系可以心理上给予一些温度平衡感。对于色彩来说,肯定是纯度越高越



图/TP



图/TP



图/TP



图/TP

厨房也“好色”

难驾驭、越难搭配,纯度低的色彩反而比黑、白、灰更能给人带来适感。

上柜和下柜分别采用不同的颜色,也可以增加厨房表情,但用色最好有专业设计师指导,比如像黄色+玫红色的组合,不是一般人能hold住的。

瓷砖

除了橱柜颜色之外,墙砖立面的颜色总是最先进入视野。黄色的墙砖搭配白色的橱柜,看上去效果也还不错;蓝色系的墙地砖、粉色墙砖,都是满满的少女心,糖果色的运用,显得厨房可爱许多。哪怕一小面墙点缀,也可以在沉稳中加入一点活泼。

除了在颜色上,瓷砖的形状上也可以标新立异。比如六边形砖,铺贴方式上也可以创新,比如人字形铺贴,加上不同色彩的运用,显得比较独特。但是不同的铺贴方式肯定

会增加人工费。

地砖出挑比墙砖相对来说要缓和一些,比如可以用花砖,三色六角砖混用,效果也很突出。此外,吊顶颜色也可以出彩。地砖虽然用的是黑白色,但是采用菱形相间的铺贴方式,还是比较吸引眼球的。

即使墙砖用的是最普通的小白砖,但从铺贴的图案上做出新意,也可以与众不同。

虽说装修是为了住着舒适,并不是要“美丽”给谁看,但在住着舒适的前提下,让自己心里觉得美,不也是舒适的一部分吗?



图/TP



图/TP

黄金周迎家电消费热潮 便捷型洗衣机更受青睐



松下形象代言人:

在一片促销声中,十一黄金周已然落下帷幕,但消费者的热情却丝毫未减。难怪,正值“金九银十”,又逢家装旺季,对于有家电购买需求的消费者来说,新品多、优惠多的十月份,绝对是选购的好时期。此外,作为“金九银十”的象征,十一黄金周通常也被认为是消费趋势的“风向标”。记者在实地考察中获悉,现如今,便捷操作和智能洗涤已成为用户关注的焦点,由此引发的产品升级正在上演。

便捷消费趋势明显 产品升级势在必行

“由于工作忙碌,家里的衣服通常都是父母来洗,可是,父母年纪越来越大,腰椎机能大不如前,所以我想为他们选购一台使用起来更方便、减少弯腰和低头的洗衣机。”在国美电器西坝河店,消费者樊女士告诉笔者。

据悉,和樊女士同样需求的人越来越多,因为在日常洗涤中,他们发现传统的波轮洗衣机内桶设计

太低,在取放衣物时,需要大幅度地弯腰、低头,久而久之,便会在无形中对腰椎、脖颈造成伤害,使用起来极为不便。因此,一款既可以减轻日常洗衣压力,又能减轻身体压力的洗衣机就成了不时之需。

为了解决用户的使用痛点,松下洁净研究所从人体工学角度出发,推出了松下洗衣机爱捷净系列,其搭载了独创的3位1体捷控系统,通过Elevated Tub 升桶设计、Wide Mouth 广口设计和Rear Panel 后控平视设计,打破了传统洗衣机对身体的“束缚”,既实用又便捷,成为十一黄金周期间的明星产品。

智能仍是消费热点 用户更关注使用体验

在走访市场的过程中,记者还了解到,消费者在购买家电产品时,智能化依然是他们考虑的一大重要因素。当前,随着人工智能的发展,智能化正在深刻地改变着人们的生活,消费者对智能科技的期待值可谓

与日俱增。在这方面,松下洗衣机爱捷净系列通过一键智洗、APP 远程智控、ECONAVI 节能导航等技术的应用,给予了用户更多使用上的便利。

利用一键智洗,在洗涤时只需轻轻一键启动,洗衣机便会智能检测洗涤物的重量和水温,有效提高洗净效率;此外,通过APP 远程智控科技,用户利用手机即可对洗衣机实现远程智能控制,下达操作指令、监控洗涤状态。而ECONAVI 节能导航技术则通过感知洗涤物的重量和温度,优化洗涤时间和水位,从而达到智能控制洗涤的作用。

虽然国庆黄金周已经过去,但由家装、结婚以及即将到来的“双11”引发的消费需求,仍将持续扩大,家电市场再一次迎来高峰期。不过,此时我国消费市场正面临着消费升级,如何满足用户的更新换代需求,成为企业不得不思考的问题。松下洗衣机爱捷净系列从消费者的便捷需求出发,以差异化的思维为行业带来新的研发思路。