



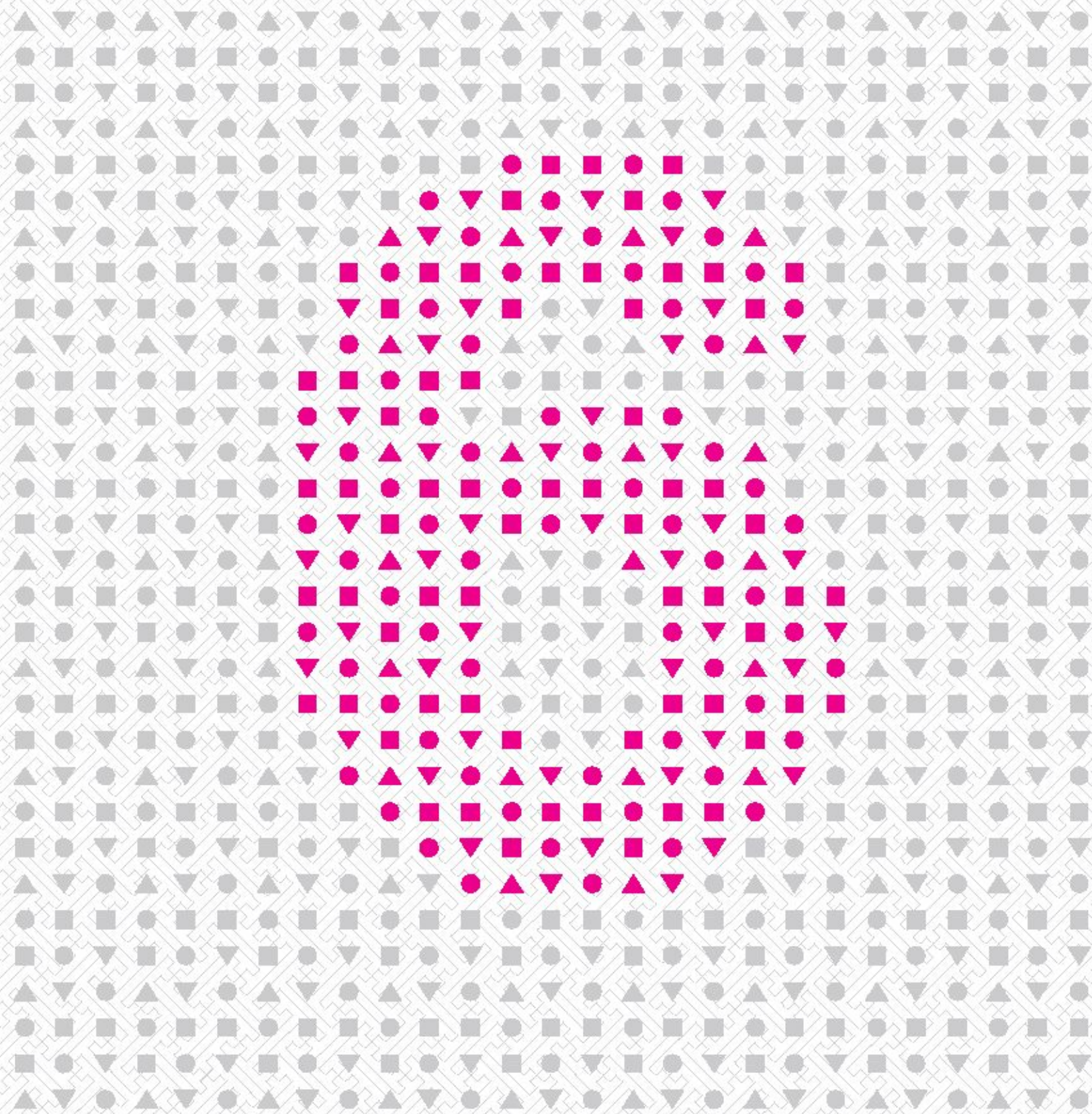
山水生活TM SHAN SHUI Life

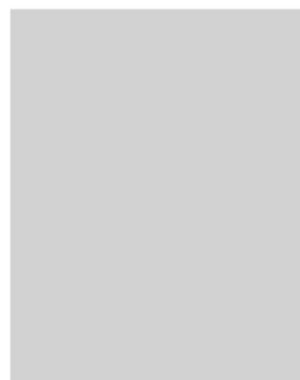
内部刊物
免费交流

2012
总第06期

S-SHUI
山水空间装饰
山水家居情景馆

至诚 • 至信 • 至精 • 至美





山水生活TM SHANSHUI Life



质不同 自然

<http://www.sshui.cn>

登山者，志存高远——

山水集团
S·SHUI GROUP

President's Honorary
总裁荣誉

总裁宋春红荣获中国设计业十大杰出青年提名奖
总裁宋春红荣获中国建筑装饰行业优秀企业家
总裁宋春红为中国建筑装饰协会住宅委员会副主任委员
总裁宋春红被评为全国住宅装饰装修行业资深设计师
总裁宋春红荣获安徽省杰出风云人物
总裁宋春红当选安徽省青年企业家协会第六届理事会理事
总裁宋春红荣获合肥市十大杰出青年
总裁宋春红为合肥市装饰协会设计委员会副主任委员
总裁宋春红为合肥市装饰协会常务理事
总裁宋春红当选蜀山区人大代表。
副总裁赵斌荣获安徽唯一全国住宅装饰业优秀项目经理

National Honors
全国荣誉

全国住宅装饰装修低碳试点企业
中国建筑装饰行业百强企业
中国建筑装饰行业 AAAA 级诚信安徽唯一达标企业
中国建筑装饰行业知名品牌企业
全国住宅装饰装修示范工程奖
获得室内设计三项国家实用新型专利
家装环保“双承诺”活动承诺企业
长三角最受网友信赖品牌

Provincial Honors
省级荣誉

安徽省名牌
安徽首届 3.15 家装、建材博览会优秀家装企业
合肥市装饰诚信经营企业
合肥市住宅装饰先进企业
最受安徽消费者信赖的家居品牌
都市森林“惠之恋”室内设计大赛最佳空间利用奖
全国住宅装饰装修行业自律诚信宣言 500 家发起单位

荣誉
HONORS

The first of industry
业界第一

中国第一家推出《健康益 100》装饰权威白皮书的企业
推出原生态设计，风格追求“健康”装饰理念的企业
实现 1+N 第四代精细化专项设计模式的企业
员工人数过 2 千及年产值超 4 亿的企业
重金引入咨询管理系统，实现 KPI 绩效考核及精细化管理的企业
实施材料招标制，建立庞大的材料物流中心，确保材料质量的企业
运用“1+N”运营模式打造的一万平米专业主题家居商场山水家居体验馆
导入德国 E-QRK 微量控制环和 MIS 自动化办公系统的企业
打造大规模、高品位、高档次办公空间的企业
创办山水继续教育学院，强化装饰施工工人素质的企业
总裁就读上海交大 EMBA，副总裁就读清华总裁班的企业
年投入 50 万元对员工进行全面培训的企业
创办高档杂志《山水生活》和网上商城的企业
倡导振兴实体经济，提倡使用国产商品的企业
捐建希望小学并在希望工程设立专项基金的企业
为四川地震灾区捐建医疗卫生站的企业
为员工实施无息住房贷款的企业
每年为员工提供外出旅游的企业
投资金融业的企业
系统制定企业文化的企业
打造 ERP 运营管理平台，实现企业资源一体化管理的企业
成立软装设计机构的企业
通过 ISO 质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系三大体系认证

Application of the concept
应用理念

领导理念：正己正人●达人达己
用人理念：能力决定宽度●业绩决定高度●
忠诚决定长度
沟通理念：积极●正确●有效
制度理念：执行百分百●公正不打折
执行理念：有时限●有标准●有成果
质量理念：规范保证质量●创新提高质量
成本理念：珍惜资源●精益求精
营销理念：品位●品质●品牌
品牌理念：内在品质保证●外在口碑弘扬
设计理念：有限空间●无限创意
施工理念：安全●规范●精湛●文明
监理理念：监督用心●客户放心
服务理念：热心待人●细心动人●耐心感人
财务理念：聚财理财●筹资投资

文化
CULTURE

Core concept
核心理念

山水使命：创造健康舒适空间
山水愿景：百年山水●健康空间
山水价值观：至诚●至信●至精●至美
山水精神：
勇攀高峰的登山精神●锲而不舍的滴水精神
谦虚好学的空杯精神●团结合作的无间精神

usiness slogan
经营口号

完美家居从山水出发



山水集团发展历程 COURSE DEVELOPMENT





目录 CONTENTS

01 十全十美 PERFECT

10 山水集团 装饰产业链 SHANSHUI GROUP

16 思想 《弟子规》与企业文化

21 观点 中国家装行业市场环境与未来 CHINESE HOME IMPROVEMENT INDUSTRY, MARKET ENVIRONMENT AND FUTURE

24 城市 上海四个中心引领全国 SHANGHAI FOUR CENTERS TO LEAD THE COUNTRY

海派艺术家居文化的特征
SHANGHAI
ART HOUSEHOLD CULTURE
CHARACTERISTICS

33 境界 心灵的故乡…… 山水集团董事长宋春红 不丹行 SPIRITUAL HOME

45 时尚 2012 十二星座最理想个性家居 CONSTELLATION

装饰产业链全方位发展
ISO 体系构建全方位保障
一站式装修全包服务
N 种生活方式全体验
管家式服务模式全省心
施工标准化流程全监管
个性化定制全装饰
材料采购配送物流全封闭
全在产品订置平台
全产品迎合多样生活方式

PERFECT

美在社会公益
美在领跑行业
美在璀璨荣耀
美在创新模式
美在第一绽放
美在原创 1+N 设计
美在员工培养
美在领袖风采
美在十年发展变革
美在万家灯火

十全十美

PERFECT

1、装饰产业链全方位发展

山水以“装饰”为核心，从设计、施工、整体服务、1比1情景展示、物流、建材贸易、家具代理、工厂生产等全覆盖，涉及整个产业链，深化产业链发展，不断拓展产业链中新业态和领域，做精做透各个环节，以山水特有的“1+N”的家居运营模式，树立着行业的标杆旗帜，为客户创造健康舒适的生活空间。

2、ISO 体系构建全方位保障

2012年，山水通过工程建设施工质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系三大体系认证。标志着山水按照国际标准化品质体系进行品质管理，建立自我监督、评价和自我改善的管理机制，不断提高管理水平，走上规范化、程序化、法制化的轨道，实现系统化管理。同时，也极大地提高工作效率、产品品质和产品市场竞争力，为客户提供全方位保障。



3、一站式装修全包服务

一站式家装是以材质、色调、风格为主线，贯穿家装设计、产品设计（厨房、卫浴、内门、地板主材等）、家具设计等所有设计环节，从而实现从设计研发到产品再到施工，从装修到产品的系统性个性化定制的整体家居解决方案。山水空间装饰一站式装修全包服务包括：装修+建材+家具+软装+家电全部环节的服务。一站式装修全包服务给装修带来了材质风格统一的便利，并让业主省时、省心、省力。

4、N种生活方式全体验

2010年山水家居情景馆完美呈现，它以社会各类人士的N种生活方式为核心，打造出的N种性格分明的1比1实景情景间，每一个情景间对应一类人群，映射一类鲜活的生活方式。为消费者提供绝佳的灵魂体验场所，让每一个人都找到真正属于自己的生活方式，最大程度实现消费者个性化定制整体家居的选择方案。

5、管家式服务模式全省心

山水通过对家居产业链以及自身优势资源的有效整合，为客户提供省心的管家式服务体验。管家式服务模式是指从1+N整体设计、家居商品一站式采购、现场施工、质量监控、家居饰品配置到售后服务的一系列过程中，对客户实行全方位管家式跟踪服务，接轨国际上的“只要拎个提包就可入住”的成品装修标准，帮助客户实现“家装、家具、家饰”风格的完美搭配，免除客户自己动手的烦恼与辛苦，真正帮助客户实现轻松、快乐的家装理想。





6、施工标准化流程全监管

山水紫晶工程从开工交底、隐蔽工程、工期验收、材料配送等环节实施标准化流程操作，对水电、瓦工、木工、油工等工种规范标准工艺，并将客户验收、内部管理等环节紧密相扣，形成工人自培、材料统一配送、工艺标准、流程固化、三方以上过程监管体制，从而实现从材料出厂到工地竣工结束全环节的整体管控。

7、个性化定制全装饰

山水 1 比 1 情景间实景展示不同消费群体的生活方式，每个人都可以在这里找到相应的生活方式。并可以根据其需求度身定制个性化产品。如：定制门、定制衣柜等。山水专业的软装机构还将为客户提供整体软装定制。个性化定制告别简单的材质堆砌，把人文价值、社交价值、创意价值以及更多文化价值在装修中予以体现，满足新兴高端消费群体的价值需求。

8、材料采购配送物流全封闭

山水专业的物流配送中心，科学有效的避免了家装公司普遍存在的人为私下操作材料的情况，确保使用优质材料，使其标准化、规范化，并建立健全质量、服务及价格保障体系，不断简化（加工、运输、仓储、安装等）服务的整个过程，减少销售环节，降低相关成本，将实惠带给消费者。

9、全在产品订置平台

山水家居情景馆打造的建材卖场，优选国际国内知名品牌建材家具、软装、家电，统筹展示、销售及售后服务，实现价格、质量、售后的双保障。百余品牌万款商品，为客户提供了足不出户，轻松订购建材的超大平台。

10、全产品迎合多样生活方式

山水旗下“高客堂”高端设计机构为别墅、大宅提供专业设计服务；“麦地那”软装设计机构为消费者提供专业软装设计服务；同时，在山水家居情景馆的情景间更有 N 套情景间供消费者体验。如：三房四房系列情景间产品、8090 系列情景间产品。专业的设计团队以及针对不同客户群体打造的不同情景间，满足不同消费者多样的需求。

殖

PERFECT

1、美在社会公益

山水在把自身企业做大做强的同时，不忘回报社会。为提高农民工综合素质和专业技能，山水创建继续教育学校，并先后出资筹建山水希望小学、捐建卫生医疗站、捐助敬老院，同时关心公司有困难的员工。山水通过一系列义举，坚定不移贯彻其“饮水思源、热心公益、乐于奉献”的宗旨。





总裁宋春红在美 A 国讲解 1+N 运营体系

PERFECT



2、美在领跑行业

无论是 2003 年推出业界第一套精品风格样板房、还是 2006 年创立华东地区最具规模和档次的“后院”材料展厅、或是 2010 年创立颠覆传统模式的专业主题型家居商场山水家居情景馆。作为安徽家居行业的领军企业，在不断的被追随和模仿中，山水提升了消费者对行业的认可度，最终引领着整个行业蓬勃发展。

3、美在璀璨荣耀

山水空间装饰是全国行业 AAAA 诚信安徽唯一达标企业，全国行业百强、全国知名品牌称号企业，全国行业质量、诚信、服务五星级企业，同时成为全国住宅装饰装修低碳试点企业，“山水空间”亦成为安徽省著名商标。在收获累累硕果，闪光荣誉之后，山水将继续坚持不懈，勇攀高峰。

4、美在创新模式

“1+N”运营模式是山水董事长宋春红先生在 2009 年提出的第四代家居运营模式。此模式在上海交通大学 EMBA “运营模式大赛”上获得大奖，并被推荐在北美校友峰会上向来自世界各地的学者专家展示，受到国内外众多经济学家、企业管理专家、交大一流教授论证认可，最终被确认是颠覆传统家居模式的革命性运营模式。

5、美在第一绽放

作为行业的领袖企业，山水屡创第一。山水是安徽业界第一家获得全国行业 AAAA 诚信、获得全国住宅装饰装修低碳试点、获得国家实用新型设计专利、创办山水继续教育学校、重金引入咨询管理系统、建立庞大的材料物流中心、导入德国 E-QRK 质量控制环、引进 ERP 管理系统和 MIS 自动化办公系统、运用“1+N”创新模式打造近万平米山水家居情景馆、员工规模达到两千多人、推出《健康益 100》装饰权威白皮书、总裁就读上海交大 EMBA、副总裁就读清华总裁班的企业，众多第一为行业发展做出了卓越的贡献。

6、美在原创 1+N 设计

1+N 设计模式由一个家装设计师主导设计方案，多个从事产品功能区专项研究的设计师配合，进行功能空间专项设计。如在厨房空间，专业厨房设计师除了在家装设计师整体方案的统筹下进行内部空间规划，更从人体工程学和功能细节上考虑产品的设计，每个空间确保得到更深层次和专业的解决方案，杜绝了一位家装设计师全盘负责，专业性缺失的弊端。



7、美在员工培养

山水在追求企业大力发展同时，秉持其人性化的管理理念，尽可能的给予员工更贴心的关怀。山水为员工度身定制了灵活全面的福利规划，年投入百万培训费用。除了提供清洁优美的工作环境、各种法定福利项目、员工培训、旅游学习的机会，山水还是业界第一家针对员工实施无息住房贷款的企业，帮助员工实现买房梦想。山水还引导员工多关注社会，感恩、回报社会，提高员工的公民责任感。山水更被称为业界的黄埔军校，为行业培养输送了大批人才。

8、美在领袖风采

在创业之初，宋春红就创作出安徽电视台台标、安徽省立医院企业形象、安徽日报集团企业形象 VI 等一系列优秀作品；从事装饰行业后，宋春红为行业做出了一系列贡献，成为行业的杰出人物，被选为中国建筑装饰协会副主任委员、安徽省青年企业家协会副会长、合肥市装饰协会副会长，并被评选为全国优秀企业家；作为企业家的同时，宋春红还热衷公益事业，捐助孤寡老人、希望小学等，被选为合肥市蜀山区人大代表，合肥市十大杰出青年。其一手创建的山水空间装饰也成为拥有近 2000 员工、引领中国家居业发展的领军企业。山水总裁宋春红成为中国家居行业的传奇。



总裁宋春红荣膺合肥十大杰出青年
安徽省委副书记孙金龙（时为安徽省委常委、合肥市委书记）给宋春红颁奖



9、美在十年发展变革

山水自 2002 年成立以来，不断寻求创新、变革、发展，实现高速增长；2006 年创立了华东体量最大的材料展厅，以美轮美奂的办公环境享誉业界；2010 年，1+N 模式打造的近万平米 1 比 1 实景体验间，革新了 N 种体验和生活方式；2012 年，山水已成立十年。十年的积累使得山水的人力资源、企业规模、管理制度、资金积累等方面已非常成熟，将逐步实现从单体家装公司向集团化公司的裂变。将把市场做大做专，更加个性化、细分化。

10、美在万家灯火

十年来，山水以为客户创造完美家居为目标，美化舒适生活环境，为百姓生活品质提升，兢兢业业做好每一户工地。服务千千万万客户。客户群体以合肥为中心，辐射安徽周边城市。成为值得万千客户信赖的中国知名家装品牌。



美国游学期间总裁宋春红与
美国前劳工部长赖士兰合影

维纳斯——典雅

路易14的宴会上，总是要上完240道菜，贵族们才会满意的开始下一个节目。
晚上八点，香榭丽舍上的餐厅里，从一杯开胃酒开始，总要慢慢的品着音乐和美食，直到时间也慵懒起来。
周日的早晨，巴黎人喜欢在阳光下的路边咖啡馆，什么都不用做，或许，生命就该浪费在一些美好的事物上吧。
典雅是一阵气度，更是一种生活态度和心情。



咨询热线：13721114503

通过ISO9001, 2000/ISO14001和GB/T28001三标一体的国际管理体系认证：
中国橱柜领军企业十强 2011
中国环境标志认证 2009
整体厨房标准化示范单位 2006
中国家具协会理事单位 2004
全国服务热线：400-887-7018 工程热线：0551-5201682 www.zhibang.com
志邦厨柜强势登陆 CCTV《黄金剧场》 CCTV《星光大道》

品牌机构：上海志邦厨柜有限公司
中国·上海市浦东新区龙阳路永达大厦11楼
制造基地：合肥志邦厨饰有限公司
中国·合肥市庐阳工业区连水路19号

见证奢华之上的尊崇

WITNESS WORSHIP OF TOP-LEVEL LUXURY



三峰木门

- ◎ 三峰出品 强大的品牌支持无需为品质等问题担心。
- ◎ 健康环保 欧洲E0级标准1.5mg/L, 实测0.1g/L低于标准15倍。
- ◎ 工艺上乘 产品通过“钉痕”、“虫蛀痕”、“烟熏痕”等特有的家具语言和原汁原味的做旧技术, 彰显回归自然、浓郁深厚的欧美文化理念。
- ◎ 尖端技术 斥巨资引进全套德国设备, 生产工艺行业领先。
- ◎ 款式新颖 拥有强大的设计团队, 木门集中展示数量东北之最。
- ◎ 感动常在 三峰服务团队均由工龄五年以上, 技术娴熟的专业人士组成, 五星级服务标准贯穿其工作始终, “让消费者心动、情动、感动”是三峰人孜孜以求的服务目标。



中国著名品牌 | 中国木门三十强企业 | 三峰为您开启幸福之门
地址：合肥市国邦望湖美家木门馆 电话：0551-3610079 传真：0551-3610078

沈阳三峰木业有限公司
SHENGYANG SUNFUN WOODWORK INDUSTRY CO., LTD.

山水集团

S·SHUI GROUP

山水百年投资公司 山水精工装
金麦企业管理公司 山水图文设计
山水空间装饰 麦地那软装设计机构
后院贸易有限责任公司 高客堂高端设计机构
山水家居情景馆 依爱门业
上海山水之春设计研发事务所 物流全服务链

山水空间装饰成立于 2002 年，并于 2012 年升格为山水集团。经过多年的努力，山水从最初的室内装修公司发展成为中国领先的家居装饰、家居产品和服务的供应商，致力打造从设计、施工、整体服务、1 比 1 情景展示、物流、建材贸易、家具代理、工厂生产、投资及运营管理等全产业链覆盖的集团企业，贡献于民众生活空间的健康舒适和行业的蓬勃发展。

山水从图文设计、商业展示起步，产业链条不断延伸至家居装饰、建材贸易、家具销售、工装、物流以及投资、企业管理等领域，在产业链各个环节上打造核心竞争能力，为利益相关者创造最大化价值，并以此回报全体客户和全体员工。通过日益完善的产业链条，山水形成了诸多品牌产品与服务组合：山水百年投资公司、金麦企业管理公司、山水空间装饰、后院贸易有限责任公司、山水家居情景馆、上海山水之春设计研发事

十年磨一剑
品牌铸辉煌

SHANSHUI GROUP

山水集团旗下 12 家子公司

SIANSIUI GROUP



山水百年投资公司

——山水百年投资公司是从事资金投资管理业务，及对集团下属子公司进行股份制管理的企业，基于经济和财务目的，对股权、固定收益以及多种形式的他业资产进行投资。为股东实现价值最大化，为员工提供前景广阔的职业发展空间。



金麦企业管理公司

——金麦企业管理有限责任公司成立于 2006 年，专业提供集团下属子公司企业管理为核心的多种咨询服务，为企业解决战略、管理、体制、资金、法律、培训、人才等方面的发展瓶颈。并对山水集团下属子公司及近 30 个品牌进行管理运作。

山水空间装饰

——山水空间装饰成立于 2002 年，是一家专业从事住宅装饰设计、施工的企业。公司自成立以来，不断吸纳海内外前沿设计理念，融汇地域文化特色，大胆拓展设计思路，追求“创造健康舒适空间”的装饰理想，并获得了多项国家设计专利。山水空间装饰是全国行业 AAAA 诚信安徽唯一达标企业，全国行业百强、全国知名品牌称号企业，全国行业质量、诚信、服务五星级企业，同时成为全国住宅装饰装修低碳试点企业，“山水空间”亦成为安徽省著名商标。

后院贸易有限责任公司

——后院贸易有限责任公司成立于 2006 年，是一家专业从事建材采购、家具代理销售的商贸企业。公司完备的组织结构体系、采购管理系统、物流管理系统，保障了对广大客户优质的服务，实现价格、质量、售后的双保障。公司愿与国内外企业真诚合作，共同发展。

SIANSIUI GROUP





山水家居情景馆

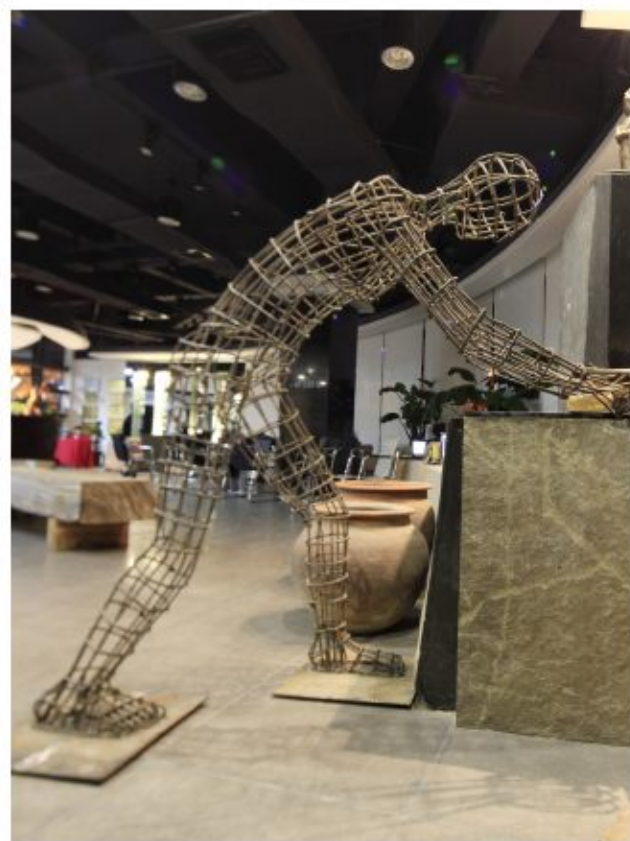
——山水家居情景馆是运用 1+N 模式打造的近万平米专业主题型家居商场，拥有 N 套主题情景间，是以企业家、艺术家、白领、儿童等社会各类人士的 N 种生活方式为核心，在 1 比 1 的体验平台上呈现出实景空间效果。每一个情景间对应一类人群，映射一类鲜活的生活方式。每一个情景间都是独立完整的空间，最大程度实现消费者个性化定制整体家居的选择方案。

上海山水之春设计研发事务所

——国际化大都市的上海是全国知名的经济、金融、贸易、航运为中心的信息化城市。上海山水之春设计研发事务所是山水集团在上海设置的一个专门从事高端设计研发的机构，将现代化又不失中国传统特色的海派文化、融贯中西、贯通古今、集世界之精华的设计理念快速引进到安徽，建立了安徽与国际设计流行趋势对接的渠道。

山水精工装公司

——山水精工装公司专业提供办公室装修设计；商场、店铺装修设计；酒店、宾馆装修设计；以及厂房、医院、餐饮店、会所、茶楼等商务空间装饰设计，并提供设计施工综合一体化服务。公司定位“精”字，在工艺、材料、管理等细节上精益求精，追求精细、唯美；在设计上勇于创新，锐意进取；并不断提高企业的经营管理和服务水平，为构筑舒适、和谐的人居空间而努力。同时，与家装公司互补，补充家装公司业态的不足。



SIANSIUI GROUP

SIANSIUI GROUP



山水图文设计公司

——山水图文艺术设计公司，成立于 1997 年，专业从事企业 CIS 策划、广告代理发布、商业展示。公司成功策划实施安徽省立医院、安徽卫视、安徽日报等大型企业 CIS 系统设计，以及众多企业策划等重大项目。公司多年的策划经验、不断创新的设计思路、贴身的服务模式，为客户呈献最完美作品，矢志成为客户品牌管理最好的合作伙伴。

高客堂高端设计机构

——高客堂高端设计机构成立于 2009 年，以“1+N”设计模式为核心专为别墅级豪华住宅提供个性化服务的高端家装设计机构。拥有著名设计师领衔团队、私属管家式全程服务、山水紫晶生态级施工体系，并同多个顶级家居品牌建立战略合作伙伴关系，配套国际家居产品。提供彰显客户御宅身份、地位、至尊生活品味的不可复制的高品质个性化解决方案。

麦地那软装设计机构

——麦地那软装设计机构是山水空间装饰旗下专业从事室内软装设计的机构，也是安徽首家专业整体软装设计机构。传统的装饰服务仅提供设计、施工部分服务，后期软装设计环节中断，软装部分现在是客户自行采购，最终装饰风格统一难以把握，麦地那为家庭室内以及会所、商业地产样板、精装修工程、高档酒店、豪宅别墅等进行整体软装陈设设计与实施的全案服务，将装饰从遗憾的“逗号”进行到完美的“句号”。

依爱门业

——依爱门业是集住宅门类研发设计、创新、销售为一体的公司。依爱门业注重时尚，环保和人文关怀，从原材料的选用上着手，从源头上确保产品的绿色环保，结合国际化的设计风格，推陈出新将功能主义和简约时尚风格完美结合，让依爱产品深受消费者喜爱。

物流全服务链

——公司为山水集团旗下子公司进行采购、运输、仓储、配送等物流一体化服务。专业、个性化的物流服务满足了集团旗下公司不同的需求，特别是为山水空间装饰的工程环节进行辅材配送管理，为其提供了专业的解决方案，保证了其工程质量。

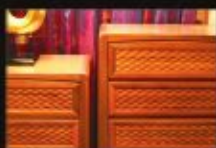


神奇柚木 万木之王

柚木是一种珍稀高贵的木材，被誉为“万木之王”，在缅甸、印尼被奉为国宝。其美丽的纹理，高雅耐看的色调，耐水、耐火、耐腐以及不易变形开裂的特性，运用到家具领域，尤其适合于制造高档家具。在欧洲国家，柚木都是用来做最豪华的游艇，TITANIC(泰坦尼克号)的甲板就是用柚木铺设的；上百年历史的大教堂和古建筑亦都是柚木的地板。在西方尤其是欧洲，使用柚木家具是一种身份的象征。在中国，柚木以前主要用于宾馆酒店别墅的装修之中。随着生活水平的提高，柚木现已成为家装选材的重点。柚木家具迎合了人们追求回归自然的风叶，缔造更加舒适、更加温馨、更加健康的家居环境，因而备受欢迎。



水 纹
万物之始源于水，温和的水纹代表着事物的欣欣向荣和财富的累积，寓意新生命的旺盛和事业的兴旺发达，顺风顺水及财富的永久。



雕 漆
精湛的木工工艺，打造出宝石般的细腻和饱满，体现产品的精华，亦寓意新生活中的幸福美满和吉祥如意，寄托出人们对事业圆满的追求和实现。



人性化设计
合理的空间布局和使用让柚尊的产品在使用过程中，享受艺术的感觉的同时，也有意让产品更实用更人性化的一面。产品满足客户订制设计的要求，时刻体现以人为本的设计理念。

一店地址：华邦伊赛特家居汇A305
二店地址：红星美凯龙政务区商场四楼D8098
三店地址：合肥第六空间大都会A339

电话：0551-5170816
电话：0551-5882569
电话：0551-4539816

【国林·美院】

——山水中国——

美：木地板的自然之美；国林打造的花色之美；人性的向往；

院：院落；家；大户室；高端居家；

美院：美景私院；人性的本能愿景；



弟子规

弟子规 圣人训 首孝悌 次谨信
泛爱众 而亲仁 有余力 则学文

易解：弟子规这本书，是依据至圣先师孔子的教诲而编成的生活规范。首先在日常生活中，要做到孝顺父母，友爱兄弟姊妹。其次在一切日常生活言语行为中要小心谨慎，要讲信用。和大众相处时要平等博爱，并且亲近有仁德的人，向他学习，这些都是很重要非做不可的事，如果做了之后，还有多余的时间精力，就应该好好的学习六艺等其他有益的学问。



国学热已持续很多年了，有人说这是一股时尚热潮，而我们倒觉得这不是所谓的时尚追逐，是对经典的回顾。中国古老优秀的文化，任凭怎样尘封，终究是要发出耀眼的光芒的，只要我们从人性的角度去审视，你就会发现二千多年前先贤古圣的言论观点依旧充满了智慧，纵然时光相去甚远，对于生命与生存本质的探索总是相通的。

学习古代先贤的智慧，是为了让后人更好地走路。现代科技文明的进步，固然为我们创造了无以伦比、前所未有的物质生活，然而精神家园的迷失，也使得现代人的心灵皈依变得茫然。当物质生活极度充裕时，暮然回首才明了真正的贫穷来自精神，我们从来搞不清来时路，糟糕的是，现在连归家的路也迷失了.....

《弟子规》与企业文化

中国是一个有着悠久文化传统的国度，很早就非常注意对孩子的教育。《弟子规》是启蒙养正，教育子弟敦伦尽份、防邪存诚，养成忠厚家风的重要读物，原名《训蒙文》，作者为清朝康熙年间秀才李毓秀。书中所讲的是如何具体培养孩子的日常行为规范，其作用和目的是从小教育孩子要守规矩，通过他律的约束，养成良好的自律习惯和行为，从而帮助个人达到成德目的。《弟子规》的结构很简单，先是总叙后是分叙，分叙分为“入则孝”、“出则悌”、“谨”、“信”、“泛爱众”、“亲仁”、“余力学文”七个部分，详细的阐述了总叙中的各项内容。

孩童时的家庭教育即发蒙教育之所以重要，是因为人的很多心理和行为习惯是自小养成的，一旦成为第二天性，就很难改变。而之后的企业教育也非常重要。虽然这时候人已成人，具备了相对稳定的性格习惯和心理判断模式，以及较为独立的行为倾向；但任何一个企业都具有特定的制度规范并具有一

定的强制性，在制度规范的约束下，乃至更深层次企业文化的潜移默化下，人的心理和行为也会受到一定的影响，其不良的心理和行为在一个良性的企业文化的打磨下，可以得到矫正和重塑；反之一个健全人格和品性优良的人，到了一个不具备良好企业文化的环境中，也可能受到打磨而使得心理和行为出现偏差，由此可见企业教育的重要性。

与教育孩子相类似的道理，一个企业若不能很好的处理好对员工的约束与开放的关系，那么企业在市场经济的条件下，就很难生存发展。一个企业对员工约束不够，执行力就不强，企业就会没有战斗力；而对员工约束过多，制度僵化，又会影响企业的灵活性，导致活力不足。因此如何把握这个度很重要，制度即“规”的重要性也就不言而喻。对于孩子而言，他将在此约束下，逐渐矫正不良行为，健康成长；对于成人而言，他将在此约束下，认真工作，获得精神和物质回报。

《弟子规》与企业文化

01

上司和下属关系准则的借鉴

《弟子规·入则孝》是分叙的第一部分，主要是教育小孩子如何处理与父母之间的伦理关系，很具体的讲述了孩子该如何与父母相处，几乎涵盖了孩子日常生活中可能与父母发生关系的所有方面，并且从正反两个方面论述了孩子与父母发生矛盾之后所应采取的方式方法。

如果我们换一种眼光来看《弟子规》，站在企业的角度，把父母换做上级，那么《弟子规》就可以看作是对员工的一种教导。它告诉我们：要尊敬上司，对领导交代的任务要及时完成，如果有事外出，一定要向上司报告请假，回来后要及时销假。对于上司和公家的东西不要随便动，不要未经允许就拿走。和上司发生矛盾冲突，要讲究方式方法，不要当面冲撞，这样不利于工作的开展。如果能学会换位思考，将心比心，带着关爱去处理问题，那么上下级之间的关系就会处理得很融洽。其实，从另外一个角度，《弟子规》对父辈和上司的立身行事也具有启发意思，启迪父辈和上司要平等、慈爱地对待子女和员工。



02

同事之间关系准则的借鉴

《弟子规·出则悌》是分叙的第二部分，主要是教育孩子如何处理与同胞、同辈之间的伦理关系的。对于孩子来说，与同胞、同辈的关系非常重要，因为它会直接影响到孩子将来对各种人际关系的处理，这是它未来处理社会关系的演练。

同理，从企业的角度来说，这部分可以看作是如何处理同事之间关系的指南。它告诉我们：同事之间要互相尊重、互相关心、互相帮助，如果上级领导有事找别的同事，那么我就应当主动的代为应答，而如果他碰巧没在，我就应当主动去承担他的工作。如果这样去做，就有利于造成一种和睦而轻松的上下级和同事关系，有利于企业文化的建设。



03

员工日常行为规范借鉴

《弟子规·谨》是分叙的第三部分，主要是教育孩子学会养成良好的日常行为习惯，在日常点滴中培养细心、耐心，从而养成良好的自律习惯，未来成为一个有道德、有教养的人。这部分的内容亦适用于企业，提醒企业员工要注意各种日常行为细节，自觉遵守企业制度中的员工日常行为规范，做一个个人基本素质较高的有教养的员工。

04

员工品德才能修养借鉴

《弟子规·信》是分叙的第四部分，接着讲做人的道理，教育孩子不要讲没有根据的话，不要轻易许诺，因为这很容易养成坏毛病；不要在背后说别人的坏话，飞短流长造口业（人我是非的不恰当评论）。教育孩子不要与人攀比，要重视自己品德、学问、才能技艺的学习和培养，君子忧道不忧贫，养成良好的节操；如果不小心犯了错误，就要勇敢去承认，并且努力改掉它。从企业的角度看，这部分也很有现实意义，是在提醒员工要加强个人修养，要在个人品德才能的提升上不断努力，清醒而正确的把握住自己的发展方向，坚决拒绝邪门歪道的诱惑。

从企业的角度来讲，企业员工应该努力践行良好的品德，同时在工作中还要认真学习各种知识技能，提高工作效率，奋发图强，业务上向优秀员工看齐，品格上向圣贤看齐，在自己平凡的工作岗位上做好自己的事情，砥砺自己的德行，努力成为德才兼备的员工，做一个对家庭、对企业、对社会有益的人。

05

交往交际处人处事的借鉴

《弟子规·泛爱众 / 亲仁》是分叙的第五第六部分，说教育孩子要培养物我与人之间的宽容心胸的，要学会爱人，懂得设身处地为别人着想，善待他人。这第五部分亦适用于企业员工和上级领导自省，重要的不是权势，而是个人的品德、才能，要学会关心爱护同事，爱护下级，以理服人，而不是以势压人。第六部分讲人是有区别的，同样是人，可是良莠不齐，善恶邪正、心智高低各有不同。大多数人都是跟着流俗走，而仁慈博爱的人毕竟是少数，这样的人往往身正行正，特立独行，如果能够接近他，向他学习，那么过错就会减少，品德就会增长，反之，接近小人，就会堕落，正所谓“近朱者赤，近墨者黑”，这部分对企业员工同样具有警示作用。

结论：《弟子规》确有深意含焉，倘能自小敬学之、实践之，则必能渐臻于圣贤之境。“规”之作用确如古贤所言：“故礼之教化也微，其止邪也于未形，使人日徙善远罪而不自知也。”

06

如何才能德才兼备的借鉴

《弟子规·余力学文》是分叙的第七部分，也是全文的总结：一方面，如果不能身体力行前面所提到的孝、悌、谨、信、泛爱众、亲仁这些行为规范，只是学习文化，那么纵然有些知识，也只是徒增浮华之气，而不能成为一个有益于社会、家庭的人。另一方面，如果只是做到了前面所提的孝、悌、谨、信、泛爱众、亲仁，却不肯读书学习，就容易陷入自己的主观偏见中行事，蒙蔽了真理，这也是不对的，因此，还必须学习文化知识，要读好书，不读坏书，进一步开启智慧。这两个方面就是孔子讲的博文、约礼皆不可偏废的道理。再一方面，是教给孩子读书的步骤和方法，教育孩子读书也要守规矩，要讲究居室卫生，讲究整洁。最后指出，读书不容易，遇到困难和挫折，不要自暴自弃，应该发愤图强，循序渐进，通过不懈的勤奋努力达到圣贤的境界。

结论：《弟子规》确有深意含焉，倘能自小敬学之、实践之，则必能渐臻于圣贤之境。“规”之作用确如古贤所言：“故礼之教化也微，其止邪也于未形，使人日徙善远罪而不自知也。”

弟子规

【总序】

弟子规 圣人训 首孝悌 次谨信
泛爱众 而亲仁 有余力 则学文



【入则孝】

父母呼 应勿缓 父母命 行勿懒
父母教 须敬听 父母责 须顺承
冬则温 夏则清 晨则省 昏则定
出必告 反必面 居有常 业无变
事虽小 勿擅为 苟擅为 子道亏
物虽小 勿私藏 苟私藏 亲心伤
亲所好 力为具 亲所恶 谨为去
身有伤 贻亲忧 德有伤 贻亲羞
亲爱我 孝何难 亲憎我 孝方贤
亲有过 谏使更 怡吾色 柔吾声
谏不入 悦复谏 号泣随 挹无怨
亲有疾 药先尝 昼夜侍 不离床
夜三年 常悲咽 居处变 酒肉绝
夜尽礼 祭尽诚 事死者 如事生

【出则悌】

兄道友 弟道恭 兄弟睦 孝在中
财物轻 怨何生 言语忍 忿自泯
或饮食 或坐走 长者先 幼者后
长呼人 即代叫 对尊长 勿见能
称尊长 勿呼名 对尊长 勿见能
路遇长 疾趋揖 长无言 退恭立
骑下马 乘下车 过犹待 百步余
长者立 幼勿坐 长者坐 命乃坐
尊长前 声要低 低不闻 却非宜
进必趋 退必迟 问起对 视勿移
事诸父 如事父 事诸兄 如事兄

【谨】

朝起早 夜眠迟 老易至 惜此时
晨必盥 兼漱口 便溺回 辄净手
冠必正 纽必结 袜与履 俱紧切
置冠服 有定位 勿乱顿 致污秽
衣贵洁 不贵华 上循分 下称家

对饮食 勿拣择 食适可 勿过则
年方少 勿饮酒 饮酒醉 最为丑
步从容 立端正 揖深圆 拜恭敬
勿践阈 勿跛倚 勿箕踞 勿摇髀
缓揭帘 勿有声 宽转弯 勿触棱
执虚器 如执盈 入虚室 如有人
事勿忙 忙多错 勿畏难 勿轻略
斗闹场 绝勿近 邪僻事 绝勿问
将入门 问孰存 将上堂 声必扬
人问谁 对以名 吾与我 不分明
用人物 须明求 倘不问 即为偷
借人物 及时还 后有急 借不难

【信】

凡出言 信为先 诈与妄 奚可焉
话说多 不如少 惟其是 勿佞巧
奸巧语 秽污词 市井气 切戒之
见未真 勿轻言 知未的 勿轻传
事非宜 勿轻诺 苟轻诺 进退错
凡道字 重且舒 勿急疾 勿模糊
彼说长 此说短 不关己 莫闲管
见人善 即思齐 纵去远 以渐跻
见人恶 即内省 有则改 无加警
唯德学 唯才艺 不如人 当自砺
若衣服 若饮食 不如人 勿生戚
闻誉乐 闻誉乐 损友来 益友却
闻誉恐 闻过欣 直谅士 渐相亲
无心非 名为错 有心非 名为恶
过能改 归于无 倘掩饰 增一辜

【泛爱众】

凡是人 皆须爱 天同覆 地同载
行高者 名自高 人所重 非貌高
才大者 望自大 人所服 非言大

己有能 勿自私 人所能 勿轻訾
勿谄富 勿谀贵 勿厌故 勿喜新
人不闲 勿事搅 人不安 勿话扰
人有短 切莫揭 人有私 切莫说
道人善 即是善 人知之 愈思勉
扬人恶 即是恶 疾之甚 祸且作
善相劝 德皆建 过不规 道两亏
凡取与 贵分晓 与宜多 取宜少
将加人 先问己 己不欲 即速已
恩欲报 怨欲忘 报怨短 报恩长
待婢仆 身贵端 虽贵端 慈而宽
势服人 心不然 理服人 方无言

【亲爱仁】

同是人 类不齐 流俗众 仁者希
果仁者 人多畏 言不讳 色不媚
能亲仁 无限好 德日进 过日少
不亲仁 无限害 小人进 百事坏

【余力学文】

不力行 但学文 长浮华 成何人
但力行 不学文 任己见 昧理真
读书法 有三到 心眼口 信皆要
方读此 勿慕彼 此未终 彼勿起
宽为限 紧用功 工夫到 滞塞通
心有疑 随札记 就人问 求确义
房室清 墙壁净 几案洁 笔砚正
墨磨偏 心不端 字不敬 心先病
列典籍 有定处 读看毕 还原处
虽有急 卷束齐 有缺坏 就补之
非圣书 屏勿视 蔽聪明 坏心志
勿自暴 勿自弃 圣与贤 可驯致

中国家装行业市场环境与未来

CHINESE HOME IMPROVEMENT INDUSTRY, MARKET ENVIRONMENT AND FUTURE



CHINESE HOME IMPROVEMENT INDUSTRY, MARKET ENVIRONMENT AND FUTURE

中国家装行业当下市场环境

装饰行业成为建筑业中的三大支柱性产业之一，是一个劳动密集行业。近些年来，伴随中国经济的快速增长以及相关行业的蓬勃发展，装饰行业愈加显示出了其巨大的发展潜力，市场增长空间以平均每年 20% 左右的速度递增。

中国的家装行业作为面向社会、服务大众、自成体系的独立行业，是从二十世纪九十年代初才开始起步。专门从事室内装饰活动的设计单位和施工企业从无到有、从小到大、从“游击队”到“正规军”，服务对象从公共建筑到百姓家庭，以惊人的速度和规模迅猛发展。

2009 年建筑装饰行业的大发展背景下，行业产值增长强势，增长率为 22% 左右，其创造的价值已跃居轻工 40 多个行业的前列。全年完成工程总产值 14100 亿元，其中家装行业约为 8700 亿元，增长率为 25%；公共建筑装饰装修约为 5400 亿元，增长率约为 20%，2009 年行业增加值约为 5880 亿元。

在短短二十年内，全国共有装饰装修企业约 20 万家，2009 年，行业从业人数约为 2000 万人，

其中有资质的企业约为 4.5 万家，比 2008 年增加了 3000 家，增幅约为 7.3%。有一二三级资质的企业全国有 45000 家，比 2008 年增加了 3 千家，增加幅度约为 7.3%，其中一级企业共有 1100 家左右。拥有一级企业前 5 名的省市为：北京 129 家、广东 94 家、江苏 92 家、福建 75 家、上海 63 家。

中国建筑装饰装修行业正逢盛世，前途光明，前景广阔，市场潜力巨大。预计 2010 年，我国装饰装修业产值将达到 1.7 万亿元，其中住宅装饰装修可达 1 万亿元。

我国已全面入世，经济全球化、一体化和国际市场的内移。企业间的竞争和市场竞争将越来越激烈。

近年来家居行业不断提高，高科技、新材料、新工艺、新产品的研发，生产不断促进行业科技进步和产品的更新换代。家居行业形成了一些适应时代、适应市场的经营模式。如：连锁、加盟、“一站式”、“整体家居”、“实体家装”、“配套家装”、“整体家居 5S 会员服务中心”、“家居艺术生活体验馆”、“家居产业工业园”、“生产基地”等模式。数字化、智能化家居潮流也开始显现。

中国家装行业发展史

成功的中国家居企业经历近 20 年风雨，发展历史我把它分为 5 个时期：

1995 年~2000 年家居企业的原始积累时期：主要是地区性的企业发展初具规模

2000 年~2005 年家居企业的高速扩张时期：各企业通过加盟、直营等形式开拓全国市场

2005 年~2010 年家居企业的稳定发展时期：各企业全面整合上下游资源

2010 年~2015 年家居企业的资本结合时期：风投融资、非传统行业等进入行业

未来 -- 商业模式与经营模式成功转型时期
未来 10 年内中国将产生家居业的巨头，他的商业模式与经营模式将成功转型，其根本是企业的核心竞争力与差异化优势的较量。

中国家装企业发展模式要与市场结合，从根本上找到适合市场的方向、目标、方法、才能在变革中、改善、提升企业的核心竞争力。



预测中国家装业未来十年内行业变化

1. 人力成本提高：
国家劳动保障的完善导致劳动力成本增高，高等教育的普及造成劳动力减少，使得传统家装企业大部分盈利模式差的企业出局。

2. 行业门槛不断提高：
国家和主管部门将出台更为严格的行业标准，行业准入制度将更加严格，导致装饰企业受限严重，盈利降低，只有规模化和品牌化的企业才能生存。

3. 精装修领域不断的扩张：
住宅环境要求的不断升级，装修更趋于理性化的消费，因此住宅产业化标准化将在中国实行，导致只有工厂化和标准化的家装企业才能吃到胜利的果实，家装行业巨头由此产生。

4. 住宅产业标准化的实施：
“低碳环保，节能减排”是未来人类最大共识问题，将涵盖所有社会单元及社会活动。由此产生“住宅产业化”，它将由国家倡导，企业先行，工厂化家装企业与地产商联手的，行业主管部门制定标准，最终通过立法全社会的广泛应用。

5. 工厂化的必然趋势：
精装修放量，满足客户个性化定制，提升家装服务与产品品质，单单值利润加大，降低成本，环保作业，缩短工期，标准化的实施，资本的整合。。。。都离不开家装企业工厂化。只要家装企业的品牌得到大众认可，工厂投入产出比合理，产能与销量能相对平衡，某种意义上说任何工厂家装企业都可以上马。

6. 家装企业的专业化细分：
为满足高端家居消费需求，因此家装企业出现服务更为细致的模块如“软装”“智能”，导致家装企业功能分化严重，转型公司增多。设计类、施工类、专业安装类、监理检测类 市场分割严重，竞争格局更为惨烈。

7. 资本进入家装企业：
资本与传统家装企业的完美碰撞，两个都有的结果：一部分套现走人对行业打击巨大。一部分借用资本发展规模和加大优势效益，品牌不断巩固，成为行业巨头。

8. 电子商务型家装企业产生：
互联网和电子商务对百姓消费的影响，使得主材价格，工费完全透明化，客户和家装企业不再“信息不对称”。透明化后导致传统家装企业与电子商务的结合，设计，材料，家具，饰品，电器，日用品等等都在网络上通过电子商务进行消费，产生众多“水泥 + 鼠标”的家装企业。

9. 国际化的竞争：
国际化竞争的凸显，四种情况的出现：
a、本土品牌家装企业与洋品牌的阵地战；
b、洋品牌对中国本土家装企业在管理、品牌、资本上的渗透；
c、中国本土家装企业创新运营模式，借用国际资本市场和国际并购，走出去进行国际化竞争；
d、本土家装企业走出去又走回来的“华丽转变”。

L&D 陶瓷

Royal Treasure Stone
— 皇家珍品 —

开创瓷砖高清石代

高清数码凌空喷印技术

WCBA L&D 陶瓷
2011-2012 WCBA 独家冠名商
WCBA 官方唯一指定瓷砖使用产品

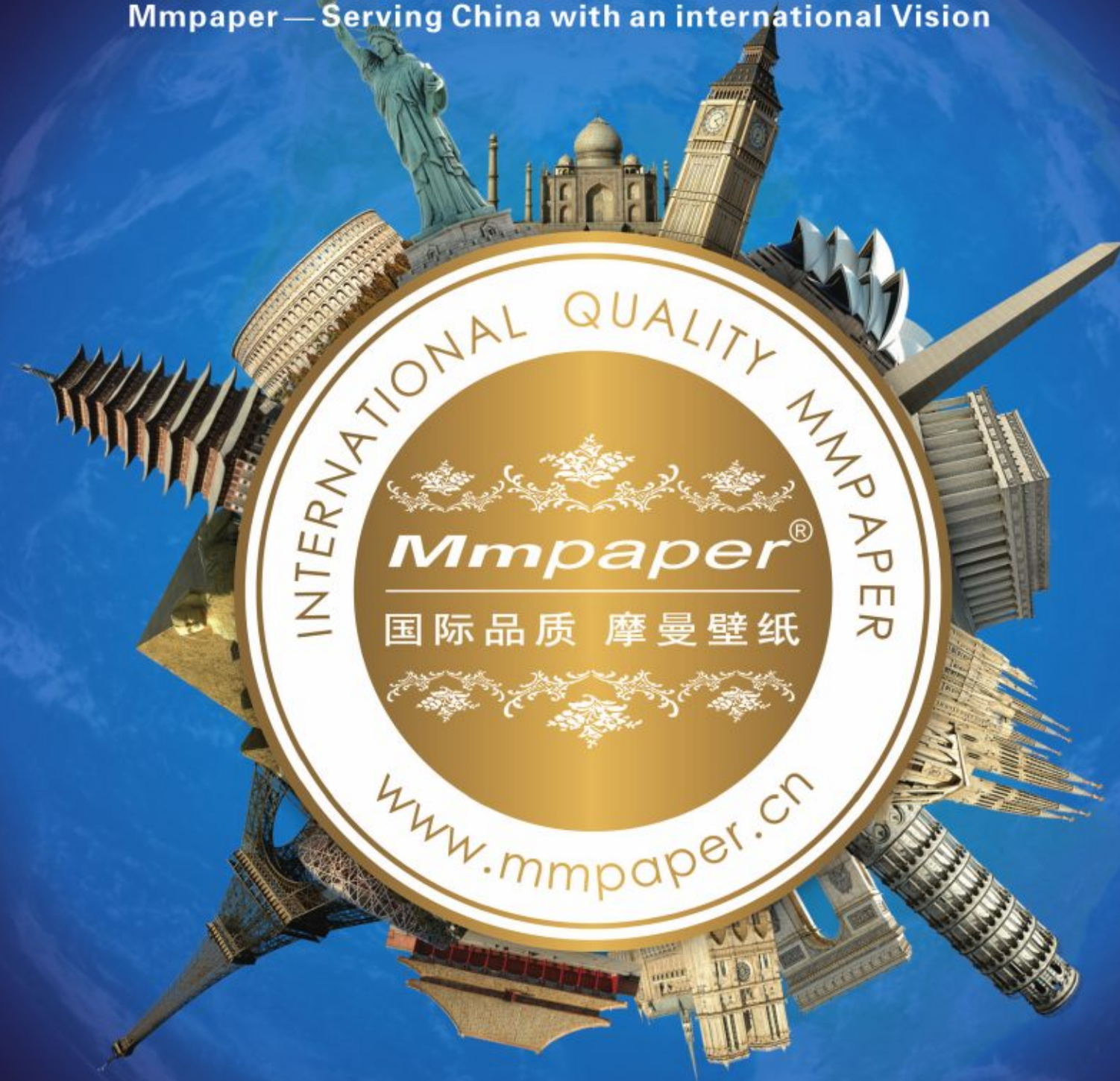


CERTIFICATE
CHINA'S 500 MOST VALUABLE BRANDS
中国500最具价值品牌

世纪家美 家居建材

摩曼 —— 国际化视野服务中国

Mmpaper — Serving China with an international Vision



好壁纸·会呼吸
Good wallpaper can breathe freely

Mmpaper 摩曼

摩曼壁纸合肥店

一店：信地红星美凯龙二楼8079-1 电话：0551-2918026
二店：青阳路美家居B馆93-94 电话：0551-5126336
三店：居然之家负一楼1-B-028 电话：0551-4427108
24小时投诉电话：0551-4322234

党中央、国务院高度重视上海“四个中心”建设。1991年，邓小平同志到上海视察时提出：“中国在经济方面取得国际地位，首先要靠上海。”1992年，党的十四大报告明确提出：“尽快把上海建成国际经济、金融、贸易中心之一，带动长江三角洲和整个长江流域地区经济的新飞跃”。2001年国务院批复《上海城市总体规划》，明确上海要建设国际经济、金融、贸易、航运中心之一。2009年4月，国务院正式发布了《国务院关于推进上海加快发展现代服务业和先进制造业建设国际金融中心和国际航运中心的意见》，从国家战略和全局的高度，进一步明确了加快上海国际金融中心和国际航运中心建设的总体目标、主要任务和政策措施，对上海加快建设“四个中心”具有重大意义。



THE CONSTRUCTION OF SHANGHAI INTERNATIONAL ECONOMIC CENTER

上海建设国际经济中心

经济、金融、贸易和航运四个中心是未来上海的标志。就大的格局而言，“四个中心”实际是“三加一”的关系，金融中心、贸易中心和航运中心建成了，就形成了经济中心。现在，随着洋山深水港的正式开港，航运中心的建设取得了突破性进展，由此将有力带动贸易中心和金融中心的建设。另一方面，金融又是现代经济的核心，加快推进金融中心建设，必须依托航运中心和贸易中心的建设。

历史发展证明，金融中心和航运中心是相伴而生的，金融中心发展源于航运，航运中心发展离不开金融的支持。世界著名的五大国际航运中心纽约、伦敦、东京、新加坡和香港同时也都

是著名国际金融中心。航运业为金融服务中心获取更好的发展空间，金融业借助航运中心可以深化金融产品的开发。

无论是上海的先进制造业，还是江浙的普通工业，长三角庞大的工业体系和产能，客观上需要相应的金融服务和航运服务。一旦上海港中心地位确立，不仅可以终止港口纷争，形成长三角完整的江海运转体系，而且，在与亚太地区的釜山、神户、香港和新加坡等港口竞争中，上海将占据全球贸易中转中心的地位。如果能够通过金融创新，开发各类金融产品、金融市场以及新的金融交易机制，上海将不仅成为长三角区域内的结算中心，也将成为实力雄厚的江浙资本的集散地和神经中枢。

上海

四个中心引领全国

SHANGHAI FOUR CENTERS TO LEAD THE COUNTRY

INTERNATIONAL CITY

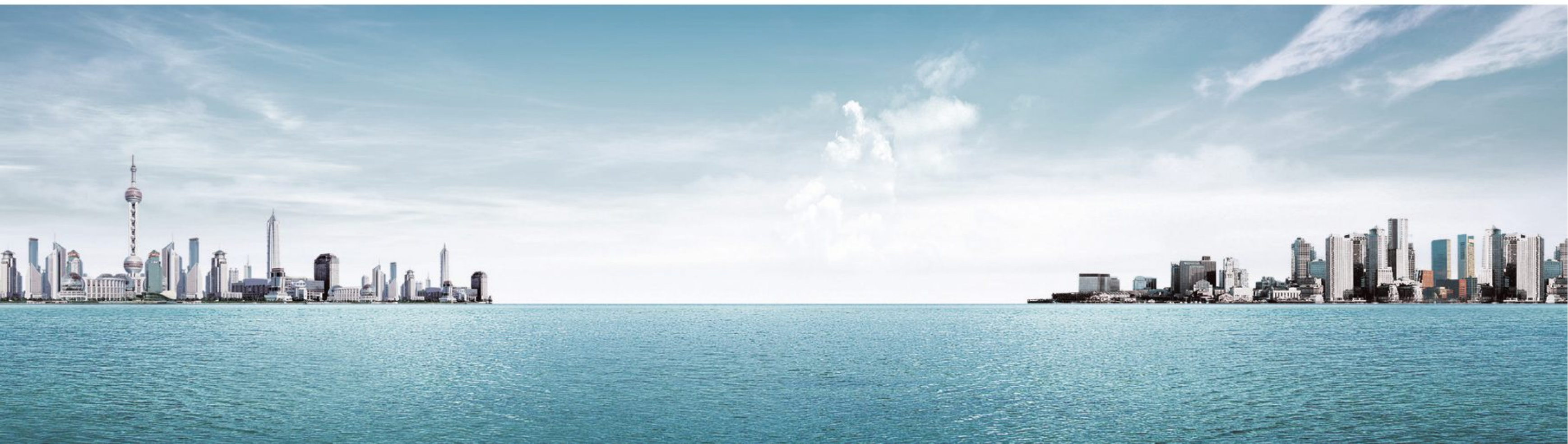
国际都市 上海

THE CONSTRUCTION OF SHANGHAI INTERNATIONAL FINANCIAL CENTER

上海建设国际金融中心

国际金融中心建设的总体目标是：到 2020 年，基本建成与我国经济实力以及人民币国际地位相适应的国际金融中心；基本形成国内外投资者共同参与、国际化程度较高，交易、定价和信息功能齐备的多层次金融市场体系；基本形成以具有国际竞争力和行业影响力的金融机构为主体、各类金融机构共同发展的金融机构体系；基本形成门类齐全、结构合理、流动自由的金融人力资源体系；基本形成符合发展需要和国际惯例的税收、信用和监管等法律法规体系，以及具有国际竞争力的金融发展环境。

上海建设国际金融中心有三个阶段：到 2005 年为止，是打基础的过渡期；到 2010 年，人民币可实现资本项下的自由兑换。上海基本建成具有国际影响力、中外金融机构齐头并进、具有规范交易体系的区域性金融中心；而到 2020 年，人民币有望成为世界强势货币，上海依托中国强大的经济实力，进一步向国际金融中心靠拢。此时，上海将成为各类人民币产品的开发中心，以及各类金融产品的投资交易中心，并继续做大资本市场。





THE CONSTRUCTION OF SHANGHAI INTERNATIONAL SHIPPING CENTER

上海建设国际航运中心

国际航运中心建设的总体目标是：到 2020 年，基本建成航运资源高度集聚、航运服务功能健全、航运市场环境优良、现代物流服务高效，具有全球航运资源配置能力的国际航运中心；基本形成以上海为中心、以江浙为两翼，以长江流域为腹地，与国内其他港口合理分工、紧密协作的国际航运枢纽港；基本形成规模化、集约化、快捷高效、结构优化的现代化港口集疏运体系，以及国际航空枢纽港，实现多种运输方式一体化发展；基本形成服务优质、功能完备的现代航运服务体系，营造便捷、高效、安全、法治的口岸环境和现代国际航运服务环境，增强国际航运资源整合能力，提高综合竞争力和服务能力。

2010 年，国际航运业随着全球经济好转而逐渐复苏，上海港在建设“两个中心”的大背景下，全年货物吞吐量在 2009 年 5.9 亿吨的基础上继续增长，全年突破 6 亿吨使上海港继 2007 年、2008 年、2009 年之后，第四次荣膺世界第一。

根据《国务院关于推进上海加快发展现代服务业和先进制造业建设国际金融中心和国际航运中心的意见》，上海国际航运中心的定位是：到 2020 年，基本建成具有全球航运资源配置能力的国际航运中心、国际航运枢纽港、现代化港口集疏运体系、现代航运服务体系。

2010 年 -2020 年，上海将首先发展成为东北亚地区的航运中心；2021 年以后，逐步发展成为亚太地区的航运中心；2031 年以后，争取齐肩伦敦，成为具有全球航运资源配置能力的世界航运中心。

今年是“十二五”的开局之年，也是迈向 2020 目标乃至更长远的 2030 目

标的关键起点，上海市已在“十二五”规划建议中明确指出，要显著增强国际航运中心资源配置的能力。具体来说，第一，优化现代航运集疏运体系，推进外高桥港区、洋山深水港区建设和功能提升，加快内河航道建设，完善货运道路网络，大力发展水水中转等多式联运，加强航空等综合交通枢纽功能建设，加快建设国际邮轮母港。第二，拓展和完善航运航空服务产业链，大力发展航运经纪、航运金融、船舶交易和海事法律等各类航运服务。第三，推进国际航运发展综合试验区建设，加快促进与航运相关的货物、船舶、企业和人才等各类市场要素集聚。



上海建设国际贸易中心

THE CONSTRUCTION OF SHANGHAI INTERNATIONAL TRADE CENTER

上海建设“国际贸易中心”的目标：将上海与世界几个主要的国际贸易中心城市相比较。目前上海已基本超越了传统国际贸易中心的阶段，正处于建设现代国际贸易中心的初级阶段。上海既具有形成“腹地型”国际贸易中心的条件，即广阔的长三角地区为支撑、区域内制造业发达以及相对较强购买力的国内市场等，同时也具有形成“转口型”国际贸易中心的港口和地理优势，有洋山深水港和周边的诸多副港配合，有保税区 and 出口加工区的设施条件和政策条件优势等。因此，在向现代国际贸易中心城市迈进的过程中，上海可选择“腹地型”国际贸易中心和“转口型”国际贸易中心模式相结合的具有上海特色之路。其发展目标可分为三个阶段：

第一阶段：2008-2010：上海基本建成“腹地型”的国际贸易中心的基本框架（以香港为参照城市）。

第二阶段：2010-2015：上海基本建成“转口型”的国际贸易中心（以新加坡为参照城市）。

第三阶段：2015 - 2020：上海基本建成兼具“腹地型”和“转口型”的国际贸易中心（以纽约、东京和伦敦为参照城市）。

到 2010 年，上海要基本建成“腹地型”的国际贸易中心的基本框架，主要包括：

- 基本形成万商云集、内外贸相互补充、国际和国内两个市场相互融合的统一大市场；
- 基本形成以货物贸易与服务贸易并举发展的国际贸易新格局；
- 基本形成符合国际惯例、规范有序、相对自由的国际贸易和金融发展环境；





五大国际金融中心

伦敦：

有 680 多家银行，居世界城市之首；外汇日均成交额约占全球 31.1%；有 800 多家保险公司，国际保险业务世界之最；有世界最大的黄金交易市场和第二期货交易市场。

纽约：

世界最大的 100 家银行中有 95 家在纽约设有分支机构；外汇市场是世界上最主要的外汇市场之一；是国际货币市场中交易量最大的一个；债券市场和股票市场的规模均居世界第一位。

东京：

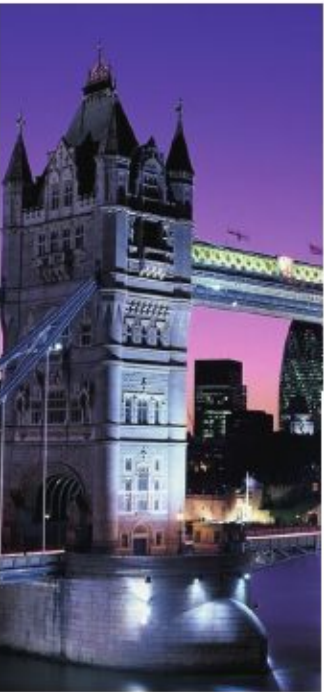
20 世纪 80 年代东京的多项金融指标执全球之牛耳。目前外汇交易规模和金融衍生产品交易规模居全球第三位。世界最大的 300 家银行中，有 75 家在东京设立了分支机构。

中国香港：

拥有银行及存款机构 251 家，其中外资银行达 114 家，77 家属全球 100 家最大银行之列。香港现已形成包括银行体系、外汇市场、货币市场、证券市场等金融运作系统，是亚太地区国际金融中心。

新加坡：

与中国香港齐名的亚太地区国际金融中心。外汇市场日均交易量约占全球的 6.1%，金融衍生工具日交易量约占全球的 3.9%，银行外汇结存余额达到全球的 5%。



五大国际航运中心

伦敦：

也是全球五大国际金融中心之一。世界 20% 的船级管理机构常驻伦敦，世界 50% 的油轮租船业务、40% 的散货船业务、18% 的船舶融资规模和 20% 的航运保险总额在此进行。尽量货物吞吐量不大，但却是全球航运信息、交易中心；对全球航运市场拥有巨大话语权。

鹿特丹：

美国向欧洲出口货物的 40% 以上，日本向西欧出口货物的 30% 以上经过鹿特丹中转。

中国香港：

也是全球五大国际金融中心之一。吞吐量全球第三，天然深水港。

新加坡：

也是全球五大国际金融中心之一。实施世界上最为开放的自由贸易政策，吞吐量目前居全球第一。

釜山：中国北方地区集装箱大部分经此中转。

海派艺术家居文化的特征

SHANGHAI
ART HOUSEHOLD CULTURE
CHARACTERISTICS



SHANGHAI ART HOUSEHOLD CULTURE CHARACTERISTICS



海派艺术家居文化继承了海派文化的特征：



开放性 创造性 扬弃性 多元性

设计服务的发展历程

目前设计风格仍是装修设计消费的主要产品及服务形式。如果您家里要装修，在选择设计服务时，整个室内装饰行业目前能够提供的服务是设计风格服务。

1995 年~1998 年，室内装饰行业刚刚萌芽，还没有设计服务这一概念；

1998 年~2001 年，设计服务开始萌芽，但设计风格产品暂时成型；

2001~2004 年，随着香港及国外的设计师进入上海，随之带来了设计风格的产品概念；

2004 年到 2010 年，设计风格服务蓬勃发展，设计服务由免费到收费，有收费到分级收费，已经成为了室内装饰消费的主要项目。十年的发展，上海出现了一个新的群体——室内装饰设计师；十年的发展，室内装饰领域的设计风格呈现百家齐鸣、百花齐放的盛况。

从“装修设计风格”到“海派艺术家居设计”

设计风格服务是室内装饰行业的一大成果，目前已经形成了主流的消费产品有：新古典风格、欧式古典风格、地中海风格、新中式风格、简欧风格、现代简约风格等多种系列，在过去 5 年中很好地满足了业主的装饰审美和功能需要。尤其是在别墅装修设计领域，近年来，我们关注到别墅业主的设计需求进一步提升，更加关注了文化、主观情感和感受的需要，原有的风格产品逐渐不能够完全满足客户的需求。业主倾向于突破风格的限制，加入自己对生活的理解、对文化的偏好、关注细节的感受。这种需要，召唤着一种新型的服务模式来满足。星杰国际设计，十年磨一剑，隆重推出“海派艺术家居文化”，基于这一全新的家居文化理念，我们提供海派艺术设计服务，很好地满足了这一需求，获得了不少别墅大宅业主的好评。



选择海派艺术设计前， 先了解下海派艺术家居文吧！

开放性

海派艺术家居文化具备开放性。海纳百川、熔铸中西、为我所用，化腐朽为神奇，创风气之先，还表现在不闭关自守，不固步自封、不拒绝先进、不排斥时尚。海派艺术设计的视野十分宽阔，不仅关注东方文化、也关注欧美、亚非等全球的家居设计动向，全球的家居文化都是海派艺术设计的创意与源泉，如果你喜欢中西合璧的装饰效果，海派艺术设计是你的不二之选。

创造性

海派艺术家居文化具备创造性。吸纳不等于照搬照抄，也不是重复和模仿人家，而是富有创新精神，洋溢着创造的活力。

扬弃性

海派艺术家居文化具备扬弃性。百川归海，难免泥沙俱下，鱼龙混杂，尤其

在设计市场相对空白的时期，我们整个家装界对于外来的家居设计文化来者不拒，这是可以理解的。我们及时地提出，这时特别需要清醒地辨别，有选择地有区别地对待，避免盲目和盲从。我们关注国际家居时尚的潮流动向，但不会全盘接收，比如对于欧美设计中过度奢华和繁复的表现，我们进行了精简。

多元性

海派艺术家居文化具备多元性。她和其它事物一样，是复杂的共同体，不应该要求它纯之又纯，单一就不成其海派文化了。在东方本土文化范畴，也存在着不同地域的文化差别；在西方文化范畴，各大洲各国的文化的汇聚；在艺术范畴，建筑、绘画、软饰、家具、戏剧、绘画、音乐、艺术品等各种艺术交融。多元性是海派艺术设计的灵魂。

上海是国际经济中心、国际金融中心、国际贸易中心、国际航运中心，也是西太平洋地区重要的国际港口城市，其内外联系广泛，交通、通讯比较发达，是一座极具现代化而又不失中国传统特色的海派文化都市。十年来，国内大城市共有几亿套新房建成，其中约 30% 在上海，其装饰设计理念更是融贯中西、贯通古今，集世界之精华。山水在上海成立设计研发事务所，建立安徽与国际设计流行趋势对接的渠道，客户到山水可以获得更前端设计

MOBO

s t a i r s

美步楼梯

橡尚

优雅红橡，生活向上，MOBO橡尚！

完美彰显纹理

尽显清晰层次

中国楼梯行业领军品牌



Suncoo®
尚高卫浴
时尚卫浴 爱上生活

尚高浴室柜

我的柜族生活

信地红星美凯龙一楼(尚高专卖店)
红星美凯龙政务区店一楼(尚高专卖店)
国邦望湖美家居B馆二楼(尚高专卖店)
居然之家环宇店一楼(尚高专卖店)

地址：临泉路与铜陵北路交口西
地址：南二环与潜山路交口东
地址：南二环与宿松路交口西北
地址：长江东路与铜陵北路交口东

0551-4239007
0551-5882216
0551-3610889
0551-2935365

尚高全国服务热线
400-610-3939
寻找您身边的“尚” 请登录 www.sun-coo.com

SPIRITUAL HOME 心灵的故乡

山水集团董事长
宋春红 不丹行
带你探秘心灵的故乡……

他们没有交通信号灯，却拥有最好的交通路况；他们的人均收入只有 660 美元，却是世界上幸福指数最高的国家之一；他们小国寡民，至今仍穿着最传统的民族服饰，住着规格样式统一的房子；他们有着丰富的旅游资源，却严格限制入境的旅游人数；他们权衡国家发展，不是 GDP，而是 GNH（国民幸福总值）……

世界上最后一个拥有自己的电视网络的国家，世界上唯一一个全面禁烟的国家，世界上禁止塑料最得力的国家。这个国家有着太多未知的神秘，就像一个磁场，让你心生神往。这个国家就是——不丹。



不丹王国（Kingdom of Bhutan）简称不丹，是位于中国和印度之间喜马拉雅山脉东段南坡的内陆国，该国的国名当地语言叫“竺域”，意为雷、龙之地。和华夏民族一样，他们相信自己是龙的传人。

古老而神秘。智慧而从容，就是不丹，一方面不丹人仍保留着中古的传统，过着与世无争的生活，他们简单纯澈，固守着已有的传统不容外界侵袭；一方面这里被越来越多的外界文明所干扰，1999 年电视的闯入更像一股飓风，将整个古老的国度拉向现代化的生活，通讯也已与 21 世纪无异。纵观不丹，就像一杯神秘的鸡尾酒，味道古怪而独特。

不丹位于亚洲南部，地理上属南亚区域，该国北部山区气候寒冷，中部河谷气候较温和，南部丘陵平原属湿润的亚热带气候，丰富的气候和地理环境，让不丹各地呈现出截然不同的景致，这边郁郁葱葱，另一边却银装素裹，趣味迥然。

不丹的婚姻状况也非常有趣，既是一夫多妻的国家，也是一妻多夫的国家。结婚证在不丹是一件非常不可理喻的事情，多数不丹家庭都要听取神佛的旨意，他们的婚姻就是志趣相投的结合，喜欢于是住在一起，一旦两人之中有一人离开家庭，婚姻关系就算结束。但这并没有影响不丹人家庭的稳固，他们看重亲情，离婚率非常低。

不丹人非常尊重自己的传统，爱戴自己的国王。在向外部世界开放的同时，不丹一直固守着自己的文化传统，穿传统的衣服，住传统的房子，以射箭为全民运动。他们顽强地保留着小国寡民的生活习惯与文化传统，不容许任何外来文化的入侵。为了免受过度开放带来的环境与文化污染，不丹对于外来观光客的进出人次与停留时间实行严格的限制。

不丹人世代信奉藏传佛教，具有谦和温顺的民族性格。不丹最神圣的佛教寺庙是虎穴寺，前去那里参观需要申请特殊的许可。不丹的男子一般都会花几年的时间专门用于禅修，远离人群，放下一切，在一个单独的房子度过几年的时间。

长久以来，喜马拉雅山脉就像不丹王国的保护屏，把它与外界隔开。蓝绵羊、兰花、野罂粟和罕见的雪豹在这个与世隔绝的环境中生长。整个不丹，就像沐浴在佛光中的天堂，白天的不丹恍若隔世、云淡天高；夜晚的不丹，没有闪烁的霓虹和灯红酒绿的街道，冷冷清清却安详宁静。

“我很满足”是你能在这个国家听到最多的话，幸福不是你拥有多少，而是不管你拥有多少，都觉得快乐。这个世界如果有天堂的国家，那是因为这里的人都懂得什么叫快乐。





抵达心中那个幸福的国度

一段来自不丹人的幸福启示：国富是为了民乐，是为了创造幸福的生活。被世俗世界绑架的“香格里拉”，其实大部分都名不符实，似乎唯有不丹才当之无愧。午后，农人晒着辣椒，小狗排成一串儿在晒得发烫的地面上睡得正酣，空气里宁静的味道四处弥漫。



说不出的世外桃源

在旺河河谷狭窄的腹地中，两岸是植被覆盖的群山，一条大河纵贯其中。河边一小块平地上修建了一座机场，整个机场只能容纳四架飞机。帕罗机场是公认的世界上最难飞的机场，这是不丹王国唯一的一座民用机场，海拔 2225 米，跑道全长 1964 米、宽 30 米，延长线上分别被几座高山阻挡。

“安逸、平和、简单”是帕罗给人的第一印象。这感觉始终贯穿于整个不丹之行。从帕罗到廷布到普纳卡，我所遇到的不丹人都是如此，有种说不出的纯粹和温暖。简单的一条大街 3 公里长，街上不时有少量穿着不丹传统服装的男女经过，看见异乡人，他们每个都颌首微笑。路边，山坳中是一式青瓦白墙红檐的不丹民居。极少见自行车和摩托车，不多的汽车穿行在唯一的街上，听不见喇叭声，连狗叫也没有听见。最热闹的公园里聚着一群射箭的男子，没有喧哗，只有歌声不时同小雨一起飘起，弯弓的认真弯弓，跳舞的欢快跳舞，看热闹的嘴角含笑。对于来自一个过于喧嚣城市的我，心在瞬间安顿了下来。

不丹为世人所知晓，或多或少是因为佛教的缘故。这枚种子从公元 7 世纪深深植根于此，开枝散叶，直到今天。宗教于不丹人而言，并没有高高在上的神圣感，而是融入了日常生活的细枝末节。这里的寺院更像是有着宗教背景的学校，小喇嘛们席地而坐，静心诵经。而休息时，就如同生活在我们身边风华正茂的少年一般，他们嬉笑着追逐玩闹。看到这种自然而然的融合，让人甚至经常忽略了宗教本身，只纯粹地把这当成了不丹人的生活方式。



因一场婚礼而知名

或许，很多人对不丹的好奇，更多的是源于梁朝伟和刘嘉玲的婚礼——选在了这个幸福而庄严的佛教圣地。

那场婚礼举办之处，就在喜马拉雅山脉帕罗山顶的乌玛帕罗度假村。松林之中，整座建筑多为传统不丹居民使用的石头、木材和瓦片而建，建筑师巧妙地将不丹传统风格时尚化，设计极为简约。傍晚时分坐视整个山谷风光，看夕阳的余辉洒向酒店。四周遍布杜鹃、山茶和绣球花，散发着不经修饰的原始魅力。风景从室外一直延伸到室内，精致的木制家具，手工编织的尼泊尔地毯，以当地艺术家作品为蓝本

这里离幸福最近

幸福与经济的发达程度没有直接关系，而是与欲望渴求有着必然联系。奢望少了，幸福感却增多了。这个一度被评为全世界“幸福指数最高的国家”之一的地方，人们总是保持着原始的淳朴与恬静，随处可见人家宅院里绘制着男性生殖器图腾用以避邪，但男性却没有因此在家庭中专制粗暴，而是对家庭满怀责任与关爱。

在不丹街头随处可见男子身着宽衣肥袖，名为“果”的传统长袍，挽着雪白整齐的袖口，下着齐膝裙和长筒袜。当地人

的装饰画，少了高不可攀的奢华，而多了那份舒适的亲切感。住客在林间漫步，天高云淡，雀鸟啾啾，难道不是隐世乐园？

帕罗是不丹西部的重镇，不仅保留着古老的皇宫、木桥，政府还在此设有国家博物馆、国际机场、工艺美术中心和购物中心。而帕罗也是来到不丹之后见到的最好的一片河谷地域，这里有着不丹传统文化和藏传佛教的积淀与延续。清晨，推开窗，乌云缠绕在对面的山顶。不一会儿，阳光开始散射。乌云变成云雾在山上转来转去，整个帕罗河谷安宁得让人心醉。

男子的服装上既没有扣子，也没有兜，只靠一根宽腰带束紧，因此形成了不丹男子“开阔的胸怀”。这样看来，果然是越简单才越幸福。

这里的那份纯粹的美好常常令人感动得放声高歌，那份宁静致远又让人凝望远方，陷入无尽的思考中。有时候，人需要用欢唱和舞蹈表达自己内心的幸福。就好比喜爱射箭的不丹人，如果箭入靶心，所有人都会一起唱歌跳舞以示庆祝。





不能错过的不丹寺庙

最庞大 帕罗寺

当年梁朝伟、刘嘉玲的婚礼令帕罗寺被国人所熟悉，同时它也是不丹规模最大的寺庙，拥有全国佛教管理中心和一间僧侣学校。帕罗寺的建筑虽然并没有太多出彩的地方，但同别的地方相比，这里僧侣人数众多，也更乐意同游客交谈、拍照。如果有时间，不妨在这里多呆上片刻，感受僧侣的日常修行生活。

最美丽 普纳卡宗

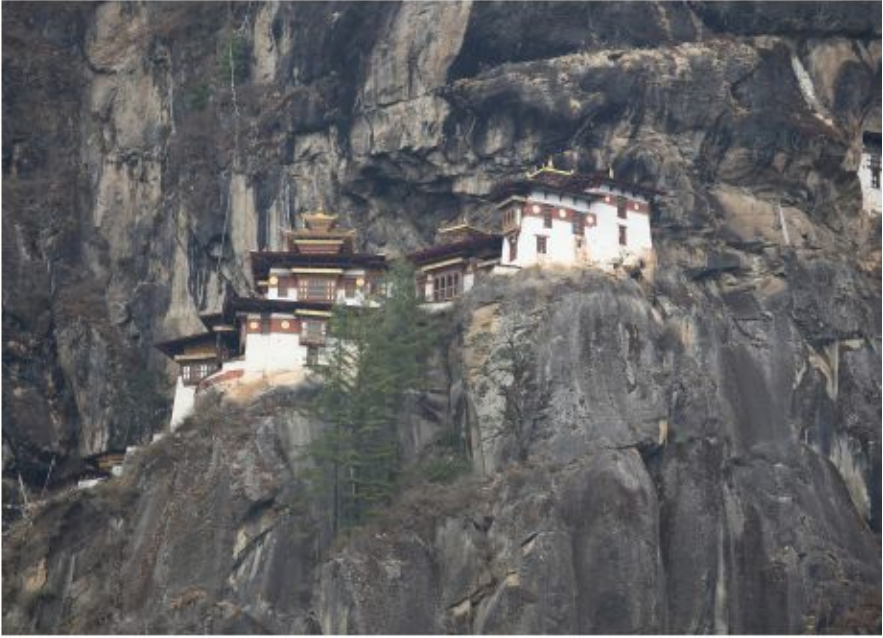
这是不丹最美丽的寺庙，每到春季，寺庙旁的蓝紫色蓝花楸便齐齐盛开，将造型古朴的城堡层层包围，两条河流从门前潺潺流过，美不胜收。普纳卡宗是不丹重要的佛教胜地。高达 6 层的中央塔楼里收藏着珍贵的不丹佛教手稿、佛教名人名册、规格各异的宗教画和逼真的宗教名人肖像。在颜色瑰丽的高塔里，保存着古代不丹沙布东的遗体，遗体以香料防腐。安放遗体的房间，除了国王和某些高级喇嘛外，谁都不能进去。

最神秘 虎穴寺

在不丹旅行时不能避免的一个名字便是 Guru Rinpoche，这是佛教历史上一位非常著名的佛—莲花生大师。当年他曾骑着飞虎来到不丹降妖除魔，而他当年冥想的山洞，便是如今的虎穴寺。建在悬崖上的寺庙远远望去便充满了神秘感，四周柏树参天，垂着一络络苔藓。山门前飞挂着一道瀑布，流水漫过级级岩石，注入一口深潭，然后落入下方几百米深的山地。

最古老 Sintokha 寺

在离首都廷布 5 公里处，有着不丹最古老的寺庙—Sintokha 寺。据说为了抵御附近山谷里的恶魔，人们在 1629 年建造了这座寺庙，以漫天神佛的力量，来保护身后的廷布河谷以及不丹东部地区。步入三层楼的殿堂，是超过 300 块描绘佛经故事和圣人的石板彩绘，四周的墙上则布满了颜色鲜艳的壁画，有些地方光线昏暗，需要打着手电才能好好欣赏。





签证

中国与不丹尚未建立外交关系，前往不丹旅行必须交由不丹政府授权的不丹国内旅行社或其中国境内合作旅行社办理。国内推荐旺楚克旅行网，该网多次获得国内大陆组团量第一的殊荣，能协助预订不丹仅有的几位中文向导是其特色服务。

如何去

前往不丹只能搭乘不丹皇家航空航班，目前仅开通 5 条航线，其中最有价值的便是加德满都 / 不丹帕罗航线，仅需 45 分钟，价格也最便宜，最重要的是能看到包括珠峰在内的 4 座 8000 米以上雪山，还可以顺道把尼泊尔游览一番。

带回来

手工编织物品、面具、篮子、木碗、纸制品、金属工艺品，都是当地特色。不丹把唱片做成邮票，还发行了很多在当时非常新颖的邮票形式，例如立体邮票、银箔邮票等，非常值得收藏。



MARCO POLO

馬可波羅磁磚

陶瓷中的世界名作



Masterpiece in the Ceramic World / 1295 · R
陶瓷中的世界名作



生活家·巴洛克地板
ELEGANT LIVING BAROQUE FLOORING
一个/阶/层/的/生/活/格/调

一个阶层的生活格调

兴趣、品位、观念，你和他总有相似之处。自由、随性，风靡全城的生活主张，都将从这里开始流传。生活家地板以思想替代物质，洞悉与领悟生活的内涵与真谛，典藏一个阶层的生活格调。



www.elegantliving.cn

CONSTELLATION

2012 十二星座最理想个性家居

I、摩羯座家居：艺术传统古典

浓浓的亲情与个人所取得的成绩融入到居家装饰设计中，还会不遗余力地寻找贵重的丝织品、大气的家具。迷恋“方正”，把古典发挥到极致，也是了不起的风格展现。

II、水瓶座居家：简洁跳跃前卫

彩绘墙壁，全金属装饰，甚至整个房间都是同一色调都能够让房间多上许多特色和韵味。接受开放性的空间设计，喜欢具有现代化及冷静理性的简洁风格，对于较前卫尖端的设计接受能力非常强，喜欢灰色及白色等具有简洁感觉的颜色。

III、双鱼座居家：温情浪漫艺术

彰显其都会气质的摩登现代造型床，或以特殊材质制成、具休闲品味的纸纤造型床是双鱼座的最佳首选。适合随意摆设的家居环境，应避免太清楚有条理的隔间及布置，鱼缸是不错的装饰，可以为双鱼带来幸运。

IV、白羊座家居：简洁明快活泼

客厅大，摆设简洁，主题明确，卧室灯光柔美，以明快的风格来凸显白羊的帅气。家具最好可移动，以便随时创造出新的空间感或开阔感。

V、金牛座家居：清新自然大方

个人独特的美感和设计，最重要的是该有的一定要，房子的装潢、外观都是金牛座会重视的，务求要充满美感。布置最好倾向清新自然的风格，要简单实用，而且舒适大方，有助金牛座的身心健康。

VI、双子座家居：流行趣味新颖

流行敏感，不喜欢一成不变的东西，选择的装饰品通常也能体现他的双重性格。好比衣柜、梳妆台等最好是组合式，可拆卸重组，创造新趣味。新鲜漂亮的装饰物，让流行更好的融入其中。



VII、巨蟹座家居：温情舒适私密

注重空间的舒适性。通常会选择白、银和珍珠色等安静的颜色来装扮房间。虽然巨蟹钟爱古董和丝织品，但还是会将厨房和客厅布置地温情脉脉。柔和的灯光会是布置客厅的重点，窗帘也必须达到“遮蔽”的效果，让巨蟹可以“安居”其中。巨蟹除了恋家还恋床，卧室绝对不能马虎。

VIII、狮子座家居：简单大方实用

华丽的法式古典床或高质感的皮床都是最佳选择；可以缩减卧室、厨房、阳台等等，把空间让给客厅好营造气派非凡的门面；爱美的狮子衣服多多，一间规画得宜、宽敞明亮、有大窗镜子的衣帽间是必不可少的设计。

IX、处女座家居：内敛精致完美

居家品味以整齐清洁为治家第一要件，对设计新颖的卫浴或寝具用品，眼光独到。对家居装修一丝不苟，坚信少既是多，没有多余杂物的极简风格最受他们欢迎，最好空间要大。

X、天秤座家居：开阔别致和谐

渴望居住在一个宽敞开阔的空间里，色彩的选择影响居家心情，深蓝色，能够帮助他们加快脚步做出判断，红色则能加强他们的企图心，更具活力。喜欢用花或是画来提升家居气质。

XI、天蝎座家居：神秘个性独特

独树一帜，突显神秘特质，用黑色和葡萄色这样浓重的色彩来装饰爱家，黑色的窗帘、异国的装饰品都是天蝎座的最佳选择。房间弥漫一些族落气息，流露出一些神秘的气质。

XII、射手座家居：异域大方随兴

在意整体布局，他们比较有国外渊源，所以在房间的布置上经常也会采用全部国外的格调，因其喜欢的国家和宗教的不同而又不同的布置，落落大方的装饰风格更合乎射手座的口味和心情。乱中有序，营造出种不经意的美感，让人觉得随兴但是自在。

十全十美
山水空间装饰成立10周年

