

中国实木地板

实用指南

浙江绍兴富得利木业有限公司 编



HARDWOOD FLOORS

中国建材工业出版社

中国实木地板实用指南

浙江绍兴富得利木业有限公司 编

中国建材工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国实木地板实用指南 / 浙江绍兴富得利木业有限公司编 .

—北京:中国建材工业出版社,2003.3

ISBN 7-80159-349-9

I. 中... II. 浙... III. 木质板:地板—基本知识 IV. TS653

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 019059 号

中国实木地板实用指南

浙江绍兴富得利木业有限公司 编

*

中国建材工业出版社

(北京海淀区三里河路 11 号 邮编:100831)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经销

北京鑫正大印刷有限公司印刷

开本:787mm×1092mm 1/16 字数:422 千字 印张:17.25

2003 年 4 月第 1 版 2003 年 8 月第 2 次印刷

印数:5001~8000 册 定价:36.00 元

ISBN 7-80159-349-9/TU·167

HARDWOOD FLOORS

实木地板拼装效果



艺术拼花地板



不等长地板



宽幅地板



等长地板





富得利地板

保险您的健康 · 保险您的地板 · 保险您的生活

- 国际木地板协会会员
- 中国地板行业信誉品牌
- 新版实木地板国家标准负责起草单位
- 中国木材标准化技术委员会会员单位
- 中国林产工业协会地板委员会理事单位

品质源于将心



富得利木业

绍兴厂址：浙江绍兴福全金三角 电话：0575-4027628 传真：0575-4022293 邮编：312046

上海厂址：上海闵行区联跃路18号 电话：021-64110487 传真：021-64116901 邮编：201112

Http: //www.fdlmy.com E-mail: sxfdlmy@mail.sxptt.zj.cn

含水率测定仪(感应式)



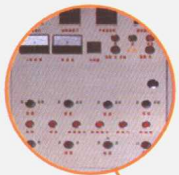
淋辊漆流水线



实木地板的生产加工



双端铣



电脑控制处理系统



干燥窑



内置精密刀具



四面刨



HARDWOOD FLOORS

实木地板的保养

中国实木地板实用指南



使用橡皮垫片



请勿使用湿拖把



使用吸尘器定期除尘



使用柔质地毯



请勿使用酸性碱性液体



定期使用地板蜡



门前使用地垫



请勿任意践踏地板



使用地板专用拖把



编委会名单

主 编：孟荣富

副主编：洪美琴 孟百生 洪建国 石 磊 陈永东

孟月中 劳国卫 高 峰 劳荣根 劳志芳

编 委：马 心 马向东 马春华 马崇源 王国华 王爱兰 王跃军
方崇荣 叶正林 石光裕 叶良明 叶群峰 吕圣杰 刘志坤
孙寿德 江 波 祁建平 朱国琿 刘 剑 刘宪纯 沈万富
张文生 劳永潮 何军祥 陈利民 陈利英 张运康 张建山
劳国平 劳国根 李胜君 何俊岭 辛 艳 陈晓容 李 智
张 静 周广元 范文坚 孟百祥 孟良江 孟阿利 孟金标
俞友明 段臣龙 贺行华 洪百良 姜志宏 胡建平 洪建明
赵学彦 洪 洲 洪 娣 贾永建 徐贵文 徐贵明 徐贵学
袁逸虎 徐漫萍 尉金平 菲明汤臣 董小松 彭 涛
韩鑫海 熊卫春 戴国祥

总编审：高志华 杨美鑫

编 审：朱光前 张国林 黄毓彦 王永林 张景贤 程志昆 朱维丁
张杰强 刘 鹏 杨家驹 姜笑梅 林夏萍 计 华 楼明刚
张莺虹 周福沪 徐六峰 章复秉 古 墨 袁怡德 李 卫
马振珠 奕秉添 李凯夫 王 军 罗 昕 许国雄 余学彬

袁顺意	张杰光	王仁忠	王启富	胡 青	罗元武	韩秋萍
陆亚飞	郑志文	谭红柳	江大川	李 鹏	邢苗苗	袁树添
林志芬	祁根土	倪方荣	巢镇法	谢国民	肖 芳	涂季冰
杨建忠	汪 毅	缪根岳	闵国华	蒋雪林	钟玉杰	胡志庆
王志刚	洪德林	陈春健	荣 慧	林国才	谢永彪	兰三明
林睿杰	陈雪林	谢小春	陈伟成	梁惠文	单 军	蒋雪根
李文其	杨 虎	冯明根	梁少君	孙景德	许金球	洪云中
焦福山	胡敏浩	徐 军	韩汉武	郑大韦	朱 武	毛呈贤
符 德	周起秀	鲁西林	丁建民	陈士民	戴建波	靳 财
黄顺和	李隆琳	卢定善	董荣华	陈 庄	周 章	钟李鹏
赵峻萍	盛成铭	李久思	姜金法	胡颂东	金 强	郭春胜
黄建军	李润强	刘硕真	刘团太	曾伟辉	杨少明	沈明德
沈 杰	邵春富	沈佩军	杨俊玲	颜奕贤	邱子觉	尹增富
周新华	王卫东	潘桂芳	张玉林	姜金中	陈 明	刘孟春
宋立山	毕 明	蒋国丰	黄奕璋	夏叶明	龙敏建	杨大为
李诗正	彭建华	侯国华	石季尧	唐金娣	张恩玖	林国才
尤桂明	邱祥忠	许方捷	李 正	许荣华	徐 伟	董国平
丁奇龙	樊启辉	邱新根	李建伟	林夏富	林德英	张连祥
徐正财	徐卫林	周林福	杨福根	赵雪峰	赵培荣	弗建刚
张玉平	张岳才	陈曙红	张志飞	曹玉英	陈立均	周晓泉
钟和山	崔积娥	卜立新	张光齐	赵培荣	张丽琼	吴华东
刘孟奇	颜奕贤	肖 威	蔡留宝	刘国庆	张 琳	卢珍琦
张 戟	袁 兵	李宜隆	汤远志	夏晓璞	杜晓燕	韩 斌
韩笑非	周万玉	王 强	夏造新	石 磊	李 洁	

(以上排名不分先后)

前 言

在人类的本性中,对自然总是有着对母亲般的依恋,这是一种渴望爱与被爱的感情,它与生俱来,并将一直贯穿着我们的整个生命。自然界的一山一水、一草一木,总是以一种或静谧、或飘逸的身姿在我们眼前招摇,惹人神往。

时常在某个星光闪烁或夜色深沉的晚上,想着要是能走出这片钢筋水泥的城市,回到那纯正原始的自然,把这颗为生活所累的心彻底融入自然,那该多好。看着身边所谓古典的、现代的、浪漫的、简约的各式风格的居住空间,怎能叫人不怀念从前?“一水护田将绿绕,两山排闥送青来。”“绿树村边合,青山郭外斜。”这种田园牧歌似的生活是清新?是闲适?但终究是遥远了。记忆中仅有的,只是家门口的几株老树。那些逝去的,是在匆匆的步履中被我们所遗忘的么?如果我们想要回到那份本该属于我们的自然生活,该上哪儿去寻找?

是科技改变了我们的生活、我们的社会,也是科技改变了我们的自然。从哪儿失去的,就从哪儿找回来,我们发展科技,当然也可以利用科技改造自然。

有人说:累了,我想念自然,可我逃避不了现实的生活。是啊,可是又何必逃避呢?走不出去,那就迎回来吧。别怪我们时代的发展,且不管我们的社会变化得是否真的太快,迎一些草木回家,让自然就在家中,让自己永远生活在自然中。首先,从那几棵老树开始,树木是自然的精灵,它有根,根深入地底;它有枝,枝飘展空中,它阅霜雪、听风雨,集日月精华、天地灵气于一身。我们将它初始的性格完整保留,制成门窗、做成地板……

绿色、健康与现代社会快节奏的生活本来不相矛盾,就如实木地板与现代的生活一样。这里,我们集数年实木地板生产、销售、售后服务的实际经验及国外先进技术、营销理念汇编成册,谨为广大消费者在选购、使用、维护实木地板过程中作些科学的指导,为诸多实木地板生产同仁、销售商在生产、销售及售后服务等方面提供参考。

借此,我谨以上述文字为序,说说大自然的赐予与现代社会生活的密切关系。同时,愿我们珍惜这个大自然给予我们的恩赐,利用并保护好这不可多得的森林资源,给子孙后代留一片绿荫。

孟荣富

2002-12-21

绪 言

中国实木地板市场概况与发展趋势

中国木地板行业是一个新兴的产业,起源于 80 年代中期。随着我国经济的蓬勃发展,居民生活水平日益提高,人们对居住的装饰材料越来越追求时尚、品位,实木地板以其脚感舒适、自然温馨、冬暖夏凉、高贵典雅等突出的优点成为人们地面装饰的首选材料,其市场需求呈直线上升趋势。中国木地板行业虽起步较晚,但发展速度很快,在短短不到 20 年的时间已形成了多种类、多规格,从生产、销售、铺设到售后服务,已具有一定规模的产业体系。

伴随着我国国民经济持续增长以及人民生活水平的不断提高,房地产热、装饰装修热在全国范围内居高不下,加之奥运建设、世博申办成功、西部开发等等,给我国木地板市场带来巨大需求拉动。木地板已成热点中的热点。据不完全统计,2002 年我国各类木地板总销量约为 2.2 亿 m^2 ,比 2001 年增幅为 42%,已跃居国际地板销售市场首位。这种强劲的市场需求,对全球木地板市场以至与之密切相关的国际木材市场都会带来极大的影响。

木地板主要分为实木地板、强化地板、实木复合地板和竹木地板四个大类。据不完全统计,近 4 年来我国地板销售量见表 1。

表 1 我国 1999~2002 年地板销售量统计表

年 份 \ 种 类	实木地板 (万 m^2)	强化地板 (万 m^2)	实木复合地板 (万 m^2)	竹地板 (万 m^2)
1999	3000	3500	200	80
2000	4000	6000	300	120
2001	6000	8800	450	200
2002	9000	12000	880	300

目前尽管我国木地板产量呈增长趋势,但是国内的木材资源无论在数量上还是在质量上,都无法满足我国木地板市场的需求,特别是优质大径级的阔叶原木、锯材以及由此生产的地板毛坯料,在几十年内还需要依靠进口。也就是说,我国将是全球木材市场发展的主要动力。

一、我国实木地板行业现状

实木地板主要包括镶嵌地板、榫接地板(企口地板、集成材地板、指接地板)、平接木地板和竖木地板,其中 98% 是榫接地板。目前在我国实木地板生产企业约有千余家,年产量可达 1.5 亿 m^2 。实木地板生产企业规模参差不齐,多数规模较小、设备落后,整体技术设备水平较低,在千余家生产企业中,年产量达到 50 万 m^2 以上的企业只占 15%,有些大中型企业从国外引进设备,其生产量及销售数量约占整个市场的 80% 左右;但大多数小型企业由于人员素质、技术设备和管理水平较低,对树种、选材、材性及加工工艺难以控制,同时也存在

着一定的资源浪费现象。

实木地板产业发展至今,大概经历了这样几个阶段:80年代中期至90年代初是实木地板产业发展的萌芽期;90年代初期至1998年是实木地板产业发展的初期;1998年至今是实木地板产业发展的黄金期;今后实木地板产业发展的成熟期。

在这十几年来,实木地板产业大概发生了五次变化。

(一)加工基地的变化

实木地板生产企业相对集中,而且形成规模化市场,称之为:加工基地。随着实木地板原料源头的变化、产品结构的变化和市场的变化,我国实木地板加工基地曾在近十几年中产生过五次变迁。

(1)20世纪80年代末90年代初,我国地板最大的加工基地主要是在吉林省敦化,辽宁省抚顺等地区,他们以平口拼花地板起家,后来以生产企口地板、漆板为主,也生产立木马赛克、拼方拼花等各种实木地板。曾一度,该地区地板厂星罗棋布,前店后厂似的家庭作坊,约有2000余家,其内销集散地在沈阳,外销在大连。由于经营理念陈旧,企业规模太小,加工设备落后,产品质量不好,市场上出现实木地板价格相互残杀,以及天然林保护工程启动,原料争夺激烈,使得许多生产企业关、停、并、转,剩下为数不多的大型私营企业仍生产实木地板,主要供出口,原料主要来自于当地及俄罗斯,以桦木、柞木和水曲柳为主。

(2)90年代初,以四川省成都、广元,云南省昆明、瑞丽、宝山等为主的实木地板加工基地初步建立。他们的原料以西南桦、水青冈、柚木、花梨、栗褐榄仁等材为主,并且引进了外资和进口设备,生产产品主要是企口地板。其中云南品牌有宏基、豪运、升达等,号称樱桃木、榉木和黑胡桃之都,产品营销全国。许多工程用地板的原料以西南桦为主,地板规格尺寸较大,加工质量比东北好。但是1998年长江、黄河中上游发生水灾后,国家强令禁止采伐,这些地区企业的原料改从缅甸进口,企业已由地板生产转变成地板配料供应全国。四川的大型实木地板生产厂家均迁入沿海地区,如广东省东莞、中山、深圳,上海等地。

(3)1994年实木地板开始以广东省中山、深圳、东莞、广州为加工基地。原材料主要从南洋、南美进口,港、澳、台商投资较多,产品品牌有联丰、宜华、大自然、富林、金刚鹦鹉和金绿屋等。

(4)1995年以后实木地板企业发展迅速,主要以上海为主,其中既有外商投资的,也有中外合资的,更多的则是民营企业。上海的实木地板市场主要分三片:浦东南汇片、松江嘉定片和沪青平九亭片,稍有规模的约有300余家。知名品牌有:力丰、林牌、联合、港星、美丽岛、骏牌、宏星、正格、康隆、宏起等,这些品牌的加工质量也是业内公认并给予充分肯定的,上海的实木地板销售是占全国总销售量的10%。

(5)从1999~2002年,江、浙、沪交界之地出现了全国最大的地板加工基地——南浔,目前已有300余家地板生产厂家。他们迅速发展成为全国著名的地板加工基地,现在征地80亩以上的厂家已有10个以上,每个厂都有6条地板生产线、3条淋漆线、日产300m²以上,有的已拥有干燥窑达30个。现在,国内外很多采购商均到该地进行中性包装加工即OEM,国内的许多著名品牌也纷纷在此亮相,给当地的生产理念、产品质量、品牌意识和科学管理带来了勃勃生机。

(二)实木地板材种的变化

地板集中加工基地变化,其实是加工材料供应地的变化而引起的。东北是中国的老林

区,西南长江上游是中国的新林区,盛产适宜做地板原料的柞木、榆木、桦木、色木、水曲柳、水青冈等。自天然林保护工程启动,国产原材料日趋匮乏。而随着中国对外开放政策的启动,大量的进口木材涌入中国。东南地区凭着长年的贸易关系和地理位置的优势,捷足先登。自 90 年代开始,各种婆罗桑、甘拔豆、木荚豆、番龙眼、香茶茱萸、印茄、比蒂山榄以及高档的花梨、柚木等大量进入我国。紧接是南美材,以巴西为主的蚁木、香脂木豆、黄山榄、铁线子、二翅豆、李叶苏木、各类玉蕊以及高档的茛藜科的维腊木、愈疮木等。目前,市场上最常见的、最易销的地板材料以南美材为主。非洲地处赤道,热带雨林很多,于是他们也不甘落后,纷纷闯入中国地板原料市场。最早大量进入的是筒状非洲楝和绿柄桑。目前,新材种越来越多,如铁力木、园盘豆、虎斑楝等。近年来,为满足日益增长的城镇建设、房地产业、装饰业等对木材的需求,缓解我国自产材的不足,国家对原木、板材、坯料完全实行“零”关税的优惠政策,于是沿海口城市,成为木材进口集散地,按进口地板坯料的数量排序是上海、广东、云南、黑龙江。凭借进口材的优势,南浔、广东、上海、深圳、中山已成为我国实木地板的加工基地。但是由于发展迅猛,江河暴涨,泥沙俱下,导致坯料质量,含水率堪忧,有的根本作不成地板的坯料也混入进来,这必须引起地板行业提高警惕。为了保护消费者的利益,减少投诉纠纷,净化市场,必须把不适合作地板、易变形、开裂、虫蛀的材种拒之国门之外。

(三)投资方的变化

早先实木地板投资方大致是国营企业大厂,专营出口。小厂私人投资,家庭作坊主要供应内需。自从材种进口后,我国实木地板投资方有了极其明显的变化。“国退民进”、“中退外进”,90 年代中期,外商投资或中外合资基本替代了中国实木地板大厂。以港、澳、台居多,其中台商对中国进口材引进起了积极主导作用。凭借他们的资金和营销优势,很快,在粤、沪等地,地板厂建立起来了。如最早在中国投资建立明信、亨利的董事长涂季冰及经理吴武田,建立最大台商木工企业大福集团的杨美琪、林清枝,紧接着是大自然余学彬,金刚鹦鹉的江荣、江大川,美丽岛的郑志文等。这几位港、澳、台同胞,将全部资金投入大陆地板行业,并且带来了新设备、新技术、新工艺、地板涂装设备、UV 光固工艺。应该说是台商在大陆建厂,使地板行业遍地开花,贡献巨大,功不可没。直至目前为止,可以说民营企业控制了我国实木地板生产销售市场。2003 年“全国 30 家实木地板双承诺企业”中 100% 是民营企业,其中 30% 是台商独资企业。

(四)实木地板结构的变化

随着进口材大量涌进,外商、民营投资力度加大,使实木地板产品结构在这十几年来有了巨大的变化。先是平口拼花小地板——拼花拼方地板——小规格的企口地板——大规格的企口地板——指接企口地板——集成企口地板。当然,至今仍是实木企口地板的统治市场。从地板饰面涂料来讲,越来越漂亮,环保的 UV 光固漆完全成为主导产品,分成亚光、半亚光、亮光,而且耐磨漆也步入市场。从榫槽结构来讲,有单企口、双企口、多企口、无榫结构、尼龙锁扣、金属卡扣连接地板也已问世,其中以中山联丰袁次松、袁树添父子在地板创新为先,不断变革。他们为了提高木材抗变形、稳定性,发明了穿孔地板。又为达到环保要求而甩掉了 PU 油漆线,创新了新的油漆生产工艺。另外,曾受到江泽民主席的接见并题字“地板明星”的王仁忠,在曲线地板发明以后,又创造了许多新颖的地板专利产品。从现实的统计和实木地板结构创新来看,大中企业善于不断的创新变革,使产品日臻完善,如富得利、富林、港星、联丰、恒益、前程等。

(五)品牌知名度提升的变化

直至 20 世纪末,实木地板没有在全国广大消费者中公认的知名品牌。当时曾调查过,广大消费者说的品牌均是强化地板。原因主要有:(1)实木地板的生产量远不如强化地板大。一般不超过 80 万 m^2 /年。有的品牌知名度仅在当地,不能辐射全国。(2)实木地板企业的文化层次、经营理念、品牌策划均远远落后于强化地板行业。(3)实木地板受原材料、流动资金制约性很大。(4)实木地板对环境湿度的变化非常敏感,区域性较强,而制约其辐射全国。(5)专营店示范,经销代理,调控形式起步较晚,应该说自 1998 年起至今,是实木地板销售的黄金时期。尤其是 21 世纪初的两年,实木地板销售突飞猛进。全国 30 家实木地板企业自 2000 年开始联络沟通,达成共识,联手组成了联合舰队,相互沟通,相互宣传,相互学习,相互监督,共同前进,对中国实木地板地板质量、售后服务、品牌的提升起到了举足轻重的作用。三年来联合舰队的作用,使“全国 30 家”已成为全国实木地板消费值得信赖的品牌。

二、我国实木地板行业存在的问题

任何一个行业都要经历从产生、发展、成熟到更新的阶段。实木地板行业也是如此。随着人们生活水平的日渐提高,对实木地板的需求也与日俱增。然而,许多关于行业内部不完善的问题也随之而暴露出来。这些问题就像挡在消费者与企业之间的一堵无形的墙,使双方无法更好的沟通,而使双方利益都受到损害。当前,实木地板行业存在的主要问题有以下几个方面:

(一)地板市场消费误导严重

随着人们生活水平的提高,实木地板这种纯天然的、无污染的传统产品越来越受到消费者的欢迎,就 2002 年实木地板的销售量已达 9000 万 m^2 。可见,消费者对实木地板的喜爱是有增无减的。

当前在消费过程中,由于商家与消费者的观念和立场不同,产生了许多有关实木地板方面的消费误导,使消费者不能放心购买和使用实木地板,同时也影响了实木地板的销售。

当前,在消费中经常出现的有关实木地板的消费误导主要表现在以下几个方面:

1. 重价格、轻品牌、轻质量、轻服务

消费者在购买实木地板时往往最先注重的就是价格问题,谁的价格低就买谁的。殊不知在这低廉的价格背后隐藏着的是低级的质量。所以消费者在购买实木地板时一定要注重品牌,认准有质量和售后服务双承诺保证的实木地板品牌。

2. 过分强调地板颜色与装饰一致

实木地板属天然产品,其颜色也是自然天成的,如过分的强调地板颜色与室内装饰一致,就会与消费者当时铺设地板追求回归自然的初衷相违背,使地板铺上去显得很假,一点也不自然。专家建议消费者在购买时不要过分强调地板颜色与装饰一致。

3. 要气派,选又长又宽的独幅板

现在消费者购买实木地板一是为了生活舒适,二是为了彰显自己的身份,因此在选购实木地板时往往挑选那些又长又宽的独幅板,其中最长的可达 180cm,宽 150cm。殊不知,实木地板是会随着湿度的变化而或多或少有些变形的,而且越是又长又宽的板其变形程度就越大,这样会给消费者带来许多不必要的麻烦,甚至会影响其正常的生活和工作。有关专家建议消费者在选购实木地板时最好选择长在 60cm 以下,宽在 7.5cm 以下的板材为宜。

4. 要素板,不要漆板

“素板可以一目了然的看出地板的好坏,而漆板刷上油漆后就看不出地板的好坏了。”消费者在购买地板时往往这样说。可他们却不清楚,其实事实正好相反,素板是在地板面层上刮上了一层腻子,这样地板上面的虫眼、活节就被腻子盖住了。而漆板则是将地板块打磨平整后,直接在板子上刷油漆,这样板材上的缺陷就可以一览无余。再加上漆板上刷的油漆都有耐磨作用,可以延长地板的使用寿命。有关专家建议,消费者一定要选漆板,不选素板。

5. 追求漆膜硬度,不讲漆膜韧性

在消费者心目中,漆膜越硬,地板就越耐磨,质量就越好。可是根据国家标准,对实木地板漆膜硬度规定一个H就已经足够了。因为漆膜越硬就会变得越脆,坚韧性也就相应的大打折扣了。故消费者在选购地板时应该先用手指甲在地板的漆膜上试一下,尽量选择那些韧性较好的地板。

6. 追求地板不变形

木材是天然的,其内部细胞间的缝隙较大,而且它的特点是湿胀干缩,因此受外部环境影响受潮后,其内部的细胞就会因吸水而膨胀;反之则会收缩,这样就会引起地板的变形。正如某些商家所标榜的“我们的地板不会变形”也是绝对不可能的。所以消费者在选购实木地板时,应尽量挑选质量好又有售后服务承诺保证的品牌,然后在使用时再加以细心的保养,地板变形就会被控制在最小的范围内。

7. 追求地板无色差

这是消费者在购买地板时存在的最普遍的误导。大家都知道木材就像树叶一样,每一块板子从木头上切下来后的纹路和颜色都不可能是一样的。再者,铺地板就是为了追求地板的自然天成,如果过分的强调其无色差,反而使地板丧失了其本来的自然、美观,而显得呆板了。

8. 追求木材纹理,“径切”、“弦切”

现在市场上有一种现象,就是消费者在选购实木地板时都要径切的而不选弦切的。其实,径切与弦切是没有什么本质上区别的,只是商家在销售过程中的一种促销手段罢了。有关专家建议,消费者在选购地板时不要过分的追求径切还是弦切,两样都有反而自然。这同时也是为了节约木材资源。

9. 把选购权让给施工方,任人摆布

由于大部分消费者对于选购地板都是外行,所以他们一般都靠铺装公司帮他们选购。可一些素质不高的铺装公司有时为了某些商业目的会把质次价高的不知名品牌推荐给消费者,或干脆推荐假冒伪劣的地板,使消费者蒙骗上当,深受其害。所以以后在选购地板时消费者一定要自己拿主意,不能任由铺装公司摆布。

10. 地板供应与铺设并非同一家

现在随着铺设实木地板的家庭越来越多,由木地板引发的质量事故也频频出现,如起拱、水波纹、分层、鼓泡、出现干裂或缝隙过大等。通常消费者看到这些情况时,第一反应就是实木地板质量不过关,得找地板经销商要求赔偿。殊不知,更多的可能是由于安装工人铺设不当才引起的。而且,最主要的是由于供应与铺设分成了两家,当地板出现问题时,两家就会互相推诿责任,使消费者两头为难。专家建议,消费者在选购实木地板时,应选择供应与铺设同一家。

11. 不测地板和龙骨含水率

普通消费者在选购地板时一般都不会有意识去测量地板和龙骨的含水率,尤其是作为辅料的龙骨。可往往就是由于这一点疏忽,而可能导致以后地板的起拱变形,甚至产生吱嘎的响声。专家建议,铺设实木地板时注重对辅料的含水率测定也是非常重要的。

12. 用细木工板当龙骨、毛地板

细木工板是由杨木做成的,杨木的质地特别软,用它做成的细木工板存在许多缺点,所以不能用细木工板来做龙骨和毛地板。

杨木做的细木工板的缺点主要有以下几点:

(1)80%的细木工板中的游离甲醛含量都超标,即有毒;

(2)由于杨木很软,所以做成的细木工板没有抗弯能力,而且只附着在表面两层,很容易散掉,而造成龙骨不牢固,别外它的握钉力很弱,根本拉不住地板的变形;

3) 杨木易腐朽,作为细木工板铺设在地板下面不通风,很容易腐烂变质。

专家建议,不能用细木工板做龙骨或毛地板。

13. 用水泥护龙骨,居室铺沥青

有些铺设工人在铺设地板时,用水泥粘在龙骨的两边,美其名曰使龙骨更加牢固。可这样一来水泥中的潮气就会全部被龙骨吸去,使龙骨吸湿变形从而导致地板变形;再者,铺设工人说为了防水,在室内的地面上涂防水沥青,殊不知沥青属于致癌物质,涂在室内对人体的健康危害极大。所以,如为了防水,可以在室内的地面上铺一层农用薄膜,既简单又对人的身体无害。

14. 龙骨过窄,不找平

因为在地板铺设时,地板与地板之间连接的榫头一定要固定在龙骨上,才不会使地板由于榫头的受压过大而发生变形,减少其使用寿命。可如果龙骨过窄,榫头相交的地方就不能很好的固定在龙骨上,而使榫头受损,严重的可能会使榫头折断,使地板无法再使用;而如果龙骨的平整度不好,地板固定在龙骨上之后,其受压的力度就会不同,从而使地板受损,严重的还会出现响声。所以,应选择宽在3.5cm以上的,最好是5cm的龙骨为宜。

15. 基层不验收,就铺地板

基层工作就是说在铺设地板之前,地板下面的地基工作做的怎么样。这主要包括检查地基的平整度、干燥度和牢固度三方面。如果基层的这些方面的工作不验收,在铺完地板后将会出现接二连三的麻烦事,后患无穷。

16. 赶工期、交叉施工

地板在安装过程中,不能立即就踩上去,所以如果交叉施工,又铺地板又刷墙粉和油漆,就会使地板受到损害和玷污,既不好清洁又大大缩短了其使用寿命,甚至还可能出现一些有关地板质量问题的投诉。给消费者和企业带来不必要的麻烦。所以,地板应在室内装修完后再铺装。

17. 铺完地板,关门大吉

装修过程中地板的铺设是最后一道工序,木地板铺完后可能居室的墙面和贴瓷砖的地方水分还没有完全散发掉,如果这时就紧闭房门不通风,室内的这些潮气就会完全被地板吸收,时间长了地板就会发生变形,严重的还会开裂。所以,在铺完地板后,一定要保证每天打开居室的窗户通风,保持室内的干湿度,太干可以用加湿器加湿一下,太湿了则可以开窗风

干。

(二)地板材种名称规范,任重而道远

逛地板市场你会经常看到什么金不换、白象牙、玛瑙木、黄檀、红檀、紫檀、柚木王、黄花梨等动人的名称,深入探究到底是什么名贵的东西冠以如此华丽的名字。实际上这华丽的名称名不副实。进口材地板误导名中 98% 是臆造材种,事实上世界上并不存在的树种,概括分类有:(1)喜彩名:金不换、富贵木、龙凤檀、金罗双等。(2)动物名:孔雀木、虎皮木(金、白、黄、才、彩)、象牙木等。(3)混淆臆造名(擦边球):柚木王、柚檀、美柚、巴西柚木、圭亚那柚木、金丝柚、红檀香、红木等。(4)矿物名:黄金木、玛瑙木、铁木、钢柏木、紫金刚、金柯木、金丝木、银丝木、钻石檀、玉檀、美玉木、铁梨木等。今后不允许再用英文名代替木材名。如巴劳、普纳、达茹、斯美娜、宾卡多、依洛克、沙比利、贝联、格兰吉、依贝、喇叭秋、卡宾嘉等。以后这样虚假的名称一律不许再用,中国木材流通协会颁布的《中国市场常用进口材 128 种木材种名称》,就是要在全国统一标识。今后谁再滥用名称,就必定被罚款。

现附上中国木材流通协会地板委员会颁布的《中国市场常用进口材 128 种材种名称》以供消费者参考。

中国木材流通协会地板委员会颁布

表 1 中国市场常见进口材地板木材名称

序号	木材名称	误导名、曾用名	序号	木材名称	误导名、曾用名
1	硬槭木	枫木、红影	20	古夷苏木	卡宾嘉、红桂宝、巴西花梨
2	软槭木	枫木	21	李叶苏木	巴西柚木、美柚、佳托巴、南美红木
3	任嘎漆	紫檀、印尼花梨、檀香紫檀	22	印茄木	铁梨木、假红木、波罗格
4	重盾籽木	象牙木	23	大甘巴豆	金不换、门格里斯
5	红盾籽木	金红檀	24	甘巴豆	金不换、钢柏木、南洋红木、康巴斯
6	桤木	缅甸梓木	25	小鞋木豆	斑马木
7	梓木	樱桃木	26	紫心苏木	紫罗兰
8	重蚁木	紫檀、红檀、绿心蕨依贝、喇叭秋	27	重油楠	
9	蚁木	紫檀、依贝	28	柯库木	金柯木
10	硬丝木棉		29	姜饼木	雨花梨、花丝梨
11	缅甸木	非洲柚木	30	栗褐榄仁	胡桃木、黑胡桃、毛榄仁豆
12	双雄苏木	藏青檀	31	五桠果	桤果木
13	铁苏木	金檀木、金象牙、彩象牙	32	异翅香	
14	红苏木	罗得西亚柚木、赞比亚红木	33	龙脑香	夹柚木、缅甸红、克隆、阿必通、油仔木
15	短盖豆	古柚、帝龙木	34	冰片香	山樟
16	喃喃果木	墨玉木、红玉木	35	轻坡垒	山桂花、玉檀、玉桂木
17	摘亚木	柚木王、格兰吉	36	重坡垒	铁柚、铁檀
18	双柱苏木	美柚、南美红檀、圭亚那柚木	37	重黄娑罗双	梢木、巴劳、玉檀、柚檀、金丝檀
19	木荚苏木		38	重红娑罗双	玉檀、柚檀、红梢、巴劳、钻石檀