

装修找龙发 你放心过年

龙发冬季跨年装修咨询会

——拨打028-86528489服务专线,抢定30套120平方米以上“跨年工程保障”样板房

活动时间:12月12日10:00—18:00
活动地点:凯宾斯基酒店5楼蜀秀厅
活动主题:龙发冬季跨年装修咨询会
报名电话:028-86528489

本周日,在成都市建筑装饰协会的指导下,龙发装饰在凯宾斯基5楼蜀秀厅举办“装修找龙发,你放心过年”——“龙发装饰冬季跨年装修咨询会”,并同期面向全城限量征集30套“跨年工程保障”样板房。届时,到场业主可与龙发装饰签订行业内首创的《跨年度工程保障协议》,彻底解决龙发客户跨年度装修对工程质量、施工工期的各种担忧。

点精英设计师 抢定“跨年工程保障样板房”

即日起拨打028-86528489,就可参与龙发装饰“冬季跨年装修咨询会”活动,前30名住宅面积在120平方米以上的客户,可优先入选“跨年工程保障样板房”,还可享受获奖“明星设计师团”限量设计服务,另有四大特权可享:1、冬季家装专用环保材料;2、签订《跨年度施工保障协议》,将彻底解决业主跨年度装修的各种担忧;3、新家装修由成都市建筑装饰协会作为挂牌示范工程,全程透明化监督,让你家享受榜样品质;4、优先选定龙发全国工程质量大比武获奖的五星施工队施工。

郭和可
职称:FA高端设计师
从业年限:12年
奖项:2008全国建筑装饰协会“年度优秀设计师”
代表作品:《蜀山国际、金花映月样板间、喜字别墅等》



精英设计师



胡浩波
职称:FA高端设计师
奖项:亚太中国室内空间环境艺术设计大赛(亚太预选赛)住宅工程类:优秀奖
从业年限:9年
代表作品:《和贵馨城、原乡、蜀郡等》



张碧辉
职称:精品设计师
从业年限:9年
代表作品:《成都锦官新城、成都咖啡地带店面设计等》



李迎
职称:FA高端设计师
从业年限:8年
代表作品:《三利宅院、成都后花园等》

刘洋

职称:FA高端设计师
从业年限:8年
奖项:别墅设计<翰林雅苑>获成都第七界建筑装饰“大唐合盛杯”室内设计大赛三等奖
代表作品:《翰林雅苑别墅、维也纳森林别墅等》



郑锦明

职称:精品设计师
奖项:2010年荣获首届中国最具商业价值商业空间类设计50强
从业年限:6年
代表作品:《都林仙树大院、富顺大酒楼等》



王俊

职称:精品设计师
从业年限:7年
代表作品:《左岸花都、风尚国际等》



乔丽

职称:精品设计师
从业年限:8年
代表作品:《芙蓉古城、置信丽都花园城等等》

百款知名名牌全线放价,万千精美好礼相送,大量特价商品目不暇接,消费者个个买得乐呵呵……时至岁末,青田16周年庆却上演了新一轮的消费热潮,据青田家私相关负责人透露,“本次活动是2010年度优惠力度最大、特惠货品最丰富、为消费者谋利最多的活动,因此才赢得了广大消费者的持续关注。”而目前,青田16周年庆正在火热进行中。

人潮涌动, 销售全面飘红

不少消费者表示,之所以买青田,还是因为其价格很实在。青田长期实行“实价销售”的经营方针,让每一个顾客都能明白、放心、便捷地购买自己心仪的家居用品,让消费者来青田家私真切地享受实惠。16周年庆不仅有各种品牌倾城大返利,还有各种特价款任您挑,最让人兴奋的是16元的太空枕和欢乐大抽奖,缤纷多彩的活动,引得众人关注。

精彩不断, 劲享至尊盛惠

16年来,青田家私在中国家具界风生水起一路领先,周

持续火爆 青田16周年庆 刮起岁末狂飙



厚积薄发, 再创青田辉煌

16年来,青田家私以专业的精神和执着的态度,一步一个脚印地把服务做到消费者的心坎上,青田家私的家具走进了蓉城数万个家庭,成为成都市民最喜欢的卖场。目前青田家私在成都已有6家商场,青田家私东升桥总店、青田家私玉龙商场、青田家私太平园精品商场、青田家私红星商场、青田家私抚琴商场、青田家私兴利万家旗舰店。2010年起,青田的拓展速度将明显加快。不仅要在成渝市区再建大型商场,而且在未来3~5年内将完成川渝二级城市的全面布点。 记者 徐林飞

年庆期间,青田家私运用集团采购、专业运作的优势,推出一系列的特别限量款产品,以超低的价格回报全川消费者,青田方面表示,应客户要求,青田家私特别与厂家联合,共同让利,刮起超级特惠大旋风。华源轩1.8M双人加宽床+床头柜,原价2050元,特别限量回馈价968元;华源轩1.5M双人床+床头柜,原价1850元,特别限量回馈价888元;慕之眠转角布艺沙发,原价3580元,特别限量回馈价1999元;唯特思转角布艺沙发,原价3780元,特别限量回

安信地板 CARB 认证标准 触动了谁的奶酪?

CARB 缘起贸易保护技术壁垒

2008年,金融危机中的美国掀起了全面的贸易保护浪潮,对中国出口の木制品,更是颁布了空前严厉的新法规,即CARB标准法规。该法规不仅将复合木制品的甲醛释放限量提高到一个前所未有的水平,而且更为致命的是,工厂要严格按照法规建立质量管理体系和品质控制实验室来监督工厂的生产过程,并由CARB认可的第三方进行强制认证,否则视为违法。CARB标准法规,实际就是美国贸易保护的实际行动。

安信地板因祸得福 获 CARB 认证 凸显产业优势

CARB标准一举把众多中国厂商逼出了美国市场,包括近年来在中国市场上呼风唤雨的E0级地板产品都不得进入其市场销售。因为要达到该法规的要求,已经不是仅仅在工厂内进行改进就可以了,它要放眼整个供应链或者产业链,进行规模庞大、涉及面广的系统性革命——这是很多中国厂商无法做到的。然而,安信却因祸得福,因为安信多年前就已实现了产业链的完善整合,而CARB标准更是凸显了这

种优势,对安信而言,CARB标准的颁布,更像是对其能力和优势的一次展示。

安信地板四川公司总经理余海钢透露,在CARB环保标准认证新品推广初期,安信地板仅选择了两个工艺的CARB环保标准认证新品在国内作前期试推广,以了解国内市场对CARB认证这种高标准、高配置新品的接受程度,结果从市场反应来看,国内市场对这种新生事物的接受速度还是非常快,因此,在其原先实木艺术复古类两个工艺新品的基础上,安信地板又迅速对其CARB环保标准认证新品家族进行扩容,以满足国内市场迅速增长

的需求。据了解,目前安信地板在国内市场推广的CARB环保标准认证新品已从最初的两个迅速扩容到了六个,颜色基本覆盖了现今市场的主要流行色,已基本能满足用户不同的审美需求。

安信 CARB 级标准 触动 E0 和日本 F 四星标准神经

行业专家分析认为,安信地板CARB认证新品能够迅速铺红,应该跟CARB认证本身带来的价值有关,虽然CARB认证是CARB标准是金融危机爆发后,贸易保护主

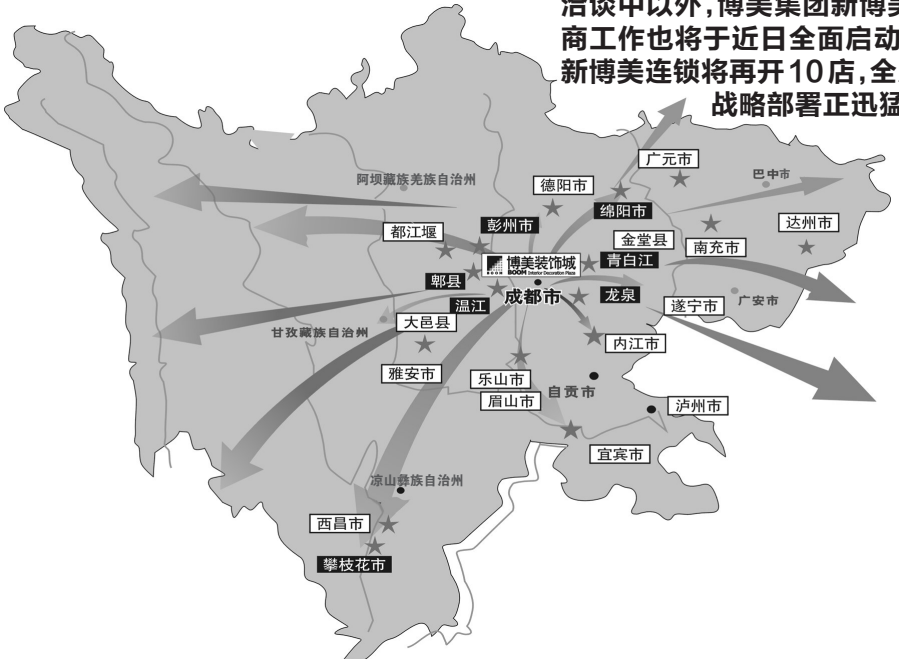
义抬头的美国为打击进口而出台的一项技术法规。但这个认证除了对复合木制品的环保技术指标进行了更严格的全面硬性规定外,还有一个与以往E0、E1以及日本F四星标准有着根本区别的突出特点,除了通过单位换算其甲醛含量约为E0的1/3、F四星的1/2以外,还要对工厂的整个生产过程进行严格认证。有专家指出,CARB认证的这一规定可以说是具有革命性意义,可以促进工厂和企业在产品品质方面做得更完善,这也是CARB认证产品能迅速吸引消费者的魅力所在。

记者 刘晓蓉

博美集团发力,2011再开4店 新博美连锁提速全川连锁装饰卖场建设

博美提速全川连锁拓展,2011年博美眉山、双流、金堂连锁项目同时启动,德阳项目已进入最后洽谈阶段

2009-2010年,博美装饰城新店开业的消息不断在行业内引起关注,短短两年间,已先后在郫县、龙泉、温江、青白江、彭州5大成都近郊重镇开设连锁商场,连锁规模达到10店。近日,除德阳项目正在洽谈中以外,博美集团新博美连锁即将进驻眉山、双流、金堂三城的计划已得到证实,三大连锁项目的招商工作也将于近日全面启动。与此同时,新博美连锁更多项目也在积极的计划筹备中——在未来3年,新博美连锁将再开10店,全川连锁装饰卖场拓展将达到20-25个,博美集团“立足大成都,拓展全川”的战略部署正迅猛推进。



2011年,博美再开4店

明年,眉山/双流/金堂3大连锁同时启动,德阳项目进入最后洽谈

目前新博美连锁已锁定眉山、双流、金堂、德阳四城,四大连锁卖场总营业面积达25万平方米,其中眉山和金堂项目各4万多平米,双流项目

7万多平方米、德阳项目8万多平米。卖场规划布局已基本确定,项目招商也将于近日全面启动,与博美签订了品牌战略合作协议的商家将在首

轮招商中享有优选摊位位置和足够经营面积的优先条件。项目预计于2011上半年开始进入全面装修阶段,下半年相继开业。

新博美连锁定位: 连锁装饰卖场建设运营商

未来5年,博美全川连锁卖场将达到25个

博美集团“新博美连锁”的战略部署定位为“立足大成都,拓展全川”。以大成都连锁为中心,立足、依托现有10大卖场的营销资源、商家资源优势及行业号召力优势,以成都为中心,在全川二三级重点城市全面布点,未来5年,博美在全川连锁卖场将达到25个,形成覆

盖全川的连锁装饰卖场。新博美连锁的建设,将帮助品牌商家在最短时间解决二圈层城市的销售渠道建设及经营平台搭建的难题,规范经营有序竞争,规避二三线城市沿街为市经营所带来的营销、管理成本增加,无序经营、恶性竞争从而致使品牌形

象受损等弊端,为建材品牌提供长期稳定的盈利平台,共享博美整体营销、管理规划以及有关部门所给予博美的税收、工商管理政策等方面的特别优惠,分享博美在报纸、电视、电台、网络等全方位的推广渠道,使营销效果和品牌形象大幅提升。



新博美连锁: 全面与商业地产开发商合作

博美集团与商业地产开发商全面合作, 开启大型商业项目定制新模式

新博美连锁推进采取了多种合作模式,可根据原有项目特点,凭借超强运作能力,对项目进行重新定位或规划改造。如新博美龙泉店是盘活原“银河汽摩城”打造而成;新博美温江店由原花博会展馆规划改造,开创博美首个展馆式卖场;青白江店是对超市卖场的全新改造和盘活;彭州店是对原有建材市场的重新定位招商盘活。

同时,也可采取商业定制开发合作模式,从项目拿地、规划开始就介入其中,根据装饰卖场布局及人流动向需求等项目提出修建要求。如09年开业的新博美郫县店就是采用的这种合作模式,不仅为开发商节约了数百万土建费用,而且在住宅部分还未交房的时候,其商业楼层就已进入装修期,并提前开始营

业。开发商提前获得稳定的租金回报,实现其商业地产价值的最大化,并呈逐年递增状态,同时开发商在物业的保值、升值,融资、贷款上也更加便利,财务方面得到了突破式的良性循环。这种模式也因此而受到开发商的高度重视。

目前与博美集团签约的双流项目开发商,曾开发了包括王府井、伊藤等商业项目,主动按照博美要求进行项目规划修建;金堂、德阳以及彭州店二期项目也都是采用这种商业定制开发合作模式。各大开发商之所以将博美作为一个重要的合作对象,看重的是博美覆盖大成都乃至全川的连锁网络,看重的是博美对建材商家的强势号召力,使商业项目运营风险更低,单店经营也更加稳固。

新博美连锁模式: 多方共赢

地方欢迎,消费者热捧, 博美着力打造家门口的放心装饰卖场

对地方城市规划而言,商业项目的开发是城市建设和发展的需求,也是对土地资源的有效利用,以及最有价值的利用,是城市现代化与否的标志。新博美连锁的进入,将引入大量优质品牌商家,能带来上亿元的投资,激活数亿元/年的销售额,为地方财政增加每年数百万元以上长期稳定的固定税收,解决2000-3000人以上的就业难题。更重要的是,新博美的进入将带动整个项目乃至区域经济的发展,为城市商业的繁荣注入新的活力,因而受到地方的一致欢迎。

随着全川城市化进程的推进和成都田园化城市建设的,二三级城市具有巨大的发展空间。消费者需要在当地就能买到和中心城市成都相同品质、相同价格的产品,得到相同的服务。而新博美连锁体系下的所有卖场,都实行成都博美统一的品牌和运营管理,全面推行博美“质量保障和售后服务体系”,打造家门口的“品牌一样、质量一样、价格一样、服务一样”的连锁卖场,让消费者就近消费更“省时、省油、省钱、省心”!

航航 记者 曹建