



十年征程与刘翔同速

看过升达的广告，你一定会记得奥运冠军刘翔那熟悉的微笑，10年升达像刘翔一样领跑在行业最前端。就在你眨眼两次的瞬间，升达工程师已在全球铺设了一平方米升达地板。

晚报记者 袁瑞清



地板“双冠王”

2006年年初，升达集团大手笔签下刘翔作为形象代言人，引起了不小的轰动。选择刘翔作为形象代言人，升达集团也作了多方面的考察，认为刘翔形象健康阳光，不断刷新世界纪录，这跟升达诚心经营、无任何负面新闻、不断创新的升达品牌形象不谋而合。

“与刘翔一样，领跑地板行业”，升达负责人介绍，升达率先引进全球最先进的

德国 BURKLEH 和 HOMAG 公司的全套浸渍、压贴、切板、铣槽等生产设备和技术工艺。而去年，投资 2500 余万元的温江生产基地也扩建完成。“此举使升达集团木地板、复合实木地板、竹地板等生产能力达到每年 2000 万平方米。”

早在 2000 年初，升达就在国内同行中率先建立了产品技术研发中心，并以先进的研发理念和不断创新

的研发体制实践着引领潮流的远大目标。目前，升达已在强化木地板研发领域掌握了诸多关键技术和部分核心技术，并且形成了独特的产品研发优势，同时拥有抗菌地板、磁性地板等多项荣获国家发明专利的高科技产品。

如今的升达地板在荣获了中国驰名商标后，又成功加冕中国品牌，成为国内木地板行业的“双冠王”。

“五心”级服务

“站在消费者角度，关注顾客，追求品质，创新发展是我们的宗旨。”升达负责人如此说道。在产品和服务中融入丰富文化内涵和新科技，以差异化赢得顾客青睐，升华产品附加值。其在行业内率先实行标准化客户服务体系，涵盖售前、售中、售后全过程的“无尘安装”，该理念已被地板行业普遍接受。

该负责人说，升达公司拥有一支上千人的专业服

务队伍，并有严格规范的制度保障客户服务工作落到实处。坚持“除我以外都是客户”的理念，对每位用户实行送货上门，免费安装，核发质保卡和服务卡，将用户资料进行全国电脑联网，统一管理，常年对用户进行跟踪服务。升达连锁销售终端实行四个统一，即形象统一、产品统一、配送统一、服务统一。

2000 年伊始，升达以自有品牌为主导，以国际化战略为方向，全面向国际

市场进军，在全球贸易中，重点市场重点突破，通过参与国际商展，设置商务代表处，建立客户联盟等多种方式，初步形成了满足全球化战略的市场运营体系。

“目前，公司的海外业务已拓展至东南亚、中东、澳洲、非洲、欧洲和美洲等 70 多个国家和地区，在每眨眼两次的瞬间，升达工程师已成功在全球铺设了一平方米升达地板。”升达地板负责人坦言。



SDF 升达地板
SHENGDA FORESTRY

电话：68571377 66758050

升华品位 雅达天下

自然是榜样

升达地板 十年华诞

祝贺中国第一块强化木地板在升达诞生十周年

110米栏世界纪录创造者：刘翔