



业之峰蓝钻工程2008——材料质量保障系统(MQAS):15项专用材料(部分材料采用德国进口材料)。

蓝钻工程和其他公司的工程有什么区别?

答:“蓝钻工程”是一个系统化的工程,它集工艺、材料、环境和管理为一体,讲求将家装做到性价比最高。而其他公司的工程只是单纯地从工艺、材料上提高品质和价格,并没有考虑到综合的性价比。家装不是越贵越好,只有合适的才是最好的。

业之峰蓝钻工程2008使用的14项革命性材料是什么?这些革命性的材料起到什么样的作用?

答:1.蓝钻工程2008新增了3项革命性的材料分别是“蓝钻工程专用耐水石膏板”、“蓝钻工程专用配比砂浆”、“蓝钻工程专用电线”。

2.蓝钻工程2008升级、更新了3项革命性材料分别是“蓝钻工程专用轻钢龙骨”、“蓝钻工程专用热镀锌铁管”、“蓝钻工程专用WAGO连接器”。

3.保留原蓝钻工程材料:“蓝钻工程专用壁宝”、“蓝钻工程专用地宝”、“蓝钻工程专用橡塑板”、“蓝钻工程专用刚柔防水材料”、“蓝钻工程专用生态白胶”、“蓝钻工程专用澳松板”、“蓝钻工程专用欧松板”、“蓝钻工程专用水性漆系列”。

4.去除原蓝钻工程材料:“蓝钻工程专用纳米涂料”、“蓝钻工程专用空气装潢宝”。



咨询电话: 65628468



历时四天的郑州首届专场家装展“走进曼哈顿”于上周日完美闭幕,四天展会逛展者上千人,家居品牌、逛展业主收获颇丰。现场不少非曼哈顿社区的业主表示,此类活动要多多举办,还希望这些品牌家居公司以后也要走进他们居住的社区,为大家的装修提供方便。

晚报记者 王亚平 文/图

郑州首届专场家居展 “走进曼哈顿”完美收官

零距离服务业主,套餐装修受青睐

10月16日上午,郑州首届专场家装展在曼哈顿广场开幕,北京龙发、上海美巢、河南超凡、北京东易日盛、北京实创、河南大地、河南星星、河南易居、北京好居时代、香港香江、香港正开、深圳雅庭、南京白桦林等一线装饰品牌,欧派橱柜、意大利宝厨柜、世友地板、升达地板等建材品牌的主要设计师和负责人均到现场,为曼哈顿1500名业主提供零距离服务。

本专场家装展不仅吸引了诸多曼哈顿广场的业主,很多从金水路走过的人们都停下脚步,前来咨询,现场热闹喧嚷。由于周末到来,展会后两天,逛展者陆续增多,大家对此次走进社区的品牌家装展称赞不已,“工作太忙,没有时间把每一家家装品牌都予以了解,正在为装修的事情着急呢,展会就走进了我们社区,这才是真正的零距离服务。”曼哈顿广场项目一期业主张女士表示。

除了人气颇高,展会现场,逛展者对家装公司推出的套餐装修较为关注。“套餐制让我感觉消费很明白,比如288套餐,这个价位包括哪些主材都列的很清楚,而且这样根据我的房子面积,就一下知道我需要用多少钱能搞定装修了,预算也较为简单。”一位在北京实创装饰

咨询的曼哈顿业主坦言。

北京实创、北京元洲、北京好居时代等推出套餐装修的家装公司在现场是忙个不停,更有消费者直接到好居时代的主材展厅进行深入了解。

家装消费趋理性,多对比谨慎签约

现今似乎每个行业都面临着消费者的理性化,地产如此,家居亦如此。从第十二届郑州住交会的家居展到本届走进曼哈顿专场家装展,记者分明可以感受到逛展者的谨慎与理性。

展会四天,大多数业主都频繁逛展,如第一天来逛,第三天又来逛,他们坦言,“感觉了解得不够透彻,也想再比较一下哪家更实惠。”

现在几乎每家装修公司都有自己的主材展厅,客户可以在该展厅快速选择符合自己家装风格的产品。本届展会上,就有很多消费者在咨询过后,直奔自己中意的主材展厅。北京好居时代的19900套餐就引起了李女士的好奇,“价格太便宜了,我必须得去看看主材,否则消费起来怎么都不会放心。”

而也有一些消费者的理性则体现在去朋友推荐的品牌家装咨询,在现场,记者就遇到了曼哈顿业主刘先生,他就直接到东易日盛展

位了解,“朋友就是在东易日盛装修的,感觉很时尚,所以我也产生了信赖感。”

对于逛展者的理性消费,参展家装品牌负责人均认为这是行业发展的体现,“消费者的理性能避免很多装修问题的出现,也最终能将一些不负责任的家装公司淘汰出局,将有力助推行业进步。”河南星星装饰董事长孔令伟坦言。

据统计,此次展会逛展者近千人,意向签约近百套,而曼哈顿广场的开发商升龙置业也表示,将为每位现场下单装修的业主提供5%的装修基金。

今年,专业展会接连展开,但郑州首届专场家装展之走进曼哈顿无疑开创了一个先例,地产携手家居,为业主提供零距离的家装服务,今年10月,曼哈顿广场迎来首批1500名业主,专场品牌家装展就可以帮业主分担装修之忧,这既体现了开发商的社会责任,又为家装公司与消费者搭建了交流平台。

“通过展会,家装公司了解到了市场的真实需求,而消费者则深入把握了每家公司的家装风格与特色,也给急需装修的曼哈顿广场业主带来了不同程度的优惠。”有业内人士如此评价并希望主办方能将这样的展会走进更多社区。



长沙美涂士 倾情演绎“健康是爱”

国庆黄金周,蕴含着无限的商机。10月4日,美涂士在长沙市最大的建材超市旺德府举办了大型路演推广活动,借此加强品牌宣传,扩大美涂士漆在长沙市场的影响力。

9月18日,美涂士借著名影星蒋雯丽代言的大好契机,在长沙启动“美丽”健康行,进一步打响了知名度。本次活动紧紧围绕“保护环境、关爱健康”的主题,倾情演绎“健康是爱”、健康涂料给家庭带来的好处。而总经理现场签售返券则吸引了更多的消费者。在经过半个月紧锣密鼓的筹划后,这一次的大型路演推广活动取得了前所未有的成绩,当天美涂士的销售排在旺德府超市排名第一。

活动还未开始,已经有排着长队的消费者在等着领取美涂士漆健康礼品——环保购物袋。活动一开始,许多业主在迎宾小姐的带领下到卖场咨询,导购人员笑脸盈盈地等待着上来咨询的每一位顾客:“您好,欢迎光临美涂士漆,请问有什么可以帮到您?”现场气氛融洽而热烈。

大学生艺术团的表演和舞台抽奖也是本次活动的一大亮点。为了配合本次活动的顺利举行,美涂士专门从大众传媒艺术学院请来了明星主持人和一群青春靓丽的女大学生,让以健康、活泼为主旋律的美涂士漆更加深入消费者的心中。

此次活动得到了旺德府超市的大力支持,在卖场的最佳位置,也就是美涂士的旁边设置了美涂士总经理签售专区。此次总经理签售是继美涂士长沙旗舰店总裁签售后的第二次大型活动,宣传工作做得非常充分,在三湘都市报、交通频道等众多媒体发布了信息,同时总经理签售也极大地鼓舞了员工的士气,大家群策群力,完美演绎了“健康是爱”,活动开展得非常顺利,将美涂士漆在长沙零售市场的影响力推向了一个新的高度。

招商热线:0371-66528200 联系人:肖先生

安家琥珀名城

我的幸福“淘房”记

心倾北区,圈定我的淘房半径

习惯了北区的舒适生活氛围和便捷的工作圈。买房,当然也要在附近。

在花园路、文化路、东风路、经三路附近转了不下20个楼盘,面对那些因地段环境而标榜高端楼盘的高价位,我只能退缩;面对那些鸽子笼般的公寓住宅和打折的舒适生活,女朋友不愿接受;淘得既舒适又实惠又保值的一套实属不易。

城市“北扩”前沿的天伦·琥珀名城,又是北区CLD(中央生活区)核心,是较为稀缺的成熟大社区,地处花园路与天伦路交汇处,东临即将打通的经三路,西临花园路,区域潜力无限,商业配套价值升级。从一期完美交房到二期售罄,再到三期封疆力作的热销,无不印证区域、宜居与品质的魅力。特别是随着天伦路上亿元工程——五馆的开工,地铁2号线2013年家门口通车,琥珀名城的价值愈加稀缺不可复制。

距离琥珀名城仅50米的大型体育文化设施“五馆”,占地近30亩,包括文化馆、图书馆、档案馆、体育馆和科技馆,地下包括车库、中西快餐厅等配套服务设施,建成后将成为郑州北区重要的休闲文化场所。琥珀业主必将成为首要受益者。

选定大社区,盛放我的舒适生活

据一位地产圈内的老同学讲,在一个密密麻麻的高楼云集的项目中,宜居舒适和人本健康必将被打折。

而随着北区的土地价值飙升,琥珀名城作为低容积率大盘自然受到我的关注,这个项目可谓天伦地产厚积十一年巨献的珍宝系列之一,它携手顾忠良大师巨擘力划。舍弃高利润,把品质舒适还原,把高性价比带给消费者。

社区集多层、高层、小高层于一身,是北区典



讲述者:程先生

时间:10月20日下午

算来,到郑州已近10年了,上学、上班,至今依然在这所不大不小的城市漂着。

看着周边同龄人相继住上新房、步入结婚殿堂,看看爱人虽不说但也羡慕的眼神,想想因为房子一再被搁浅的婚期,我知道是该给她一个家,也该给自己一处温暖的避风港了。

晚报记者 王亚平

型的情景生活范本,也是花园路上的中央生活区。

除了拥有较低的容积率,这个项目还有庭院规划,半围合建筑设计,奢侈超阔楼间距,宽景生活,这些不仅提升了项目的价值,也赢得了居家置业者的青睐追捧。

我们所选的精华三期,是琥珀名城南地块的最后三期,也是天伦地产的精品标杆力作。8栋高层、小高层和电梯花园洋房位处整个社区中心景观的核心地带,楼前湖景、广场、木栈道、喷泉、名贵花木四季养眼养心。25号楼作为其最后一栋情景电梯洋房,是一栋18层的高层建筑,两梯四户罕有品质配置,全部采用板式建筑风格,通风采光良好,南北通透,有着较高的性价比。

全生命周期户型,让我的幸福更完美

比对了周边众多的楼盘,对琥珀户型的喜欢是一见倾心的。它满足了我经济实用、阳光舒适,还要有品质感的所有渴望。

户型实用,是琥珀名城的基本要素。在实用的基础上,创新54~143平方米全明户型,把每一寸空间舒适发挥到极致,奉献业主更多的舒适和使用率,是目标,也是行动。89平方米

的全生命周期住宅即是一大实践。

所谓全生命周期住宅,即房型可根据居住者不同的生命阶段随时调整,三房、两房变换自如。比如琥珀89平方米的全明三房户型,其中的一个书房完全可根据家庭的生命周期进行灵活的调整:两代人住两房、三代人住三房,儿童房、保姆房、客人休息室全满足。首付七八万,我就可以住在花园路中央生活区了,在这里享受郑州的万千繁华配套,体验琥珀名城成熟大社区,感受低容积率超阔楼间距带来的阳光生活。

记者手记

在楼市步入低迷后,市场上活跃的几乎全是刚性需求者,买房大事在心中搁置已久,眼下各项目推出的大幅优惠,营造了一个较为合适的买房时机,因此人们纷纷行动,又比以往任何时候都谨慎和理性,高性价比楼盘和具备稀缺性的产品成为大家关注的焦点,程先生即是如此。在采访结束时,他还向消费者推荐琥珀名城湖景两房,认为其合理布局,实用方正。

而令人欣喜的是,为减轻青年置业者的购房压力,琥珀名城也可首付2万元起,轻松置业花园路大社区,安居其中。