

张佰诚：只做“生态装修”

独具津门特色 来郑半年稳步发展

根源于国际化环渤海经济发展中心的天津鹏发装饰,是津门独具特色、富含文化价值的高尚家装品牌,是天津这座充满人文思潮又充满现代活力的国际港口都市最具价值与品牌影响力的家居集团。

“竞争力来源于人才,我们有最好的设计队伍和工程队伍,所以能快速赢得中原消费者的信赖。”张佰诚对记者说,鹏发的另一大特色就是材料的供给,“与全球化的建材供应商家得宝合作,同时推行生态标准化工程,材料由总部统一配送,我们的工程理念是做绿色的、健康的工程。”

据张佰诚介绍,天津鹏发装饰经过十多年的家装市场运作,在设计、服务、工艺、管理和材料五大方面取得了管理和研发优势,在天津,鹏发装饰一直引领行业,深受业主的信赖与赞赏。

2008年11月,鹏发装饰登陆郑州,给中原的消费者带来了新的装修消费理念,迅速掀起了一股“生态装修”的旋风。

“鹏发登陆郑州,恰逢全球经济危机的肆虐,有没有受影响?”对此,张佰诚微微一笑,“虽然楼市不是很景气,但装修的市场还是比较大的,这种市场状况更加考验装修公司的能力,质量过硬,服务到位自然能得到客户的认可,鹏发这段时间的快速发展也说明了客户对我们的充分认可。”

生态环保健康 标准化操作保安全

鹏发装饰的“生态装修”到底有何特色?张佰诚表示,鹏发所用的材料全部为环保性能很高的产品,其与各个品牌材料厂商进行了战略联盟合作,实行“一站式”主材服务和健康环保材料供应体系。

“鹏发的材料严格按照公司统一的要求与规定进行选择,不达标坚决不用,达标的适当甄选,高于商家标准要求的积极合作。”张佰诚说,鹏发所用的材料由家得宝专供,全部达到或者

在业内,鹏发装饰被誉为是“生态装修”的典范,自从去年进入郑州市场以来,就在中原装饰界刮起了一股选择生态装修的新风潮。近日,天津鹏发装饰集团郑州分公司总经理张佰诚接受了本报记者专访,解析鹏发“生态装修”的特色。 晚报记者 袁瑞清 孟辉



高于国家标准。

另外,一些细节也体现出鹏发对工艺的不懈追求,如采用墙固、地固、生态墙衬、墙面漆等。就拿刷墙来说,刷墙前要清理基层,清理干净后在刮腻子前一般要刷一层胶。可别小看这



天津鹏发装饰集团郑州分公司总经理张佰诚

层胶,市面上很多说是环保的胶,实际上都含有或多或少的甲醛,甲醛容易引起慢性呼吸道疾病,甚至可致癌。而鹏发装饰则选用由北京生态家园生产的生态108胶,无毒、无味、不含甲醛,让家装充满绿色,环保健康。

“‘生态标准化工程体系’也是我们的特色,从隐蔽工程到空间布局再到材料运用等,都是采用标准化操作,从根本上解决了传统家装过程中的不确定因素。”

据介绍,目前,鹏发装饰在郑州开设了80余处施工样板间,消费者可亲身感受津派家装和鹏发“生态装修”的魅力。

大地装饰 中原最佳设计师创意基地 家装梦工场

家装梦工场

“免费家装一日游”

活动时间:2009年6月6日~7日

风尚户型设计发布会

特别邀约银基王朝、曼哈顿、经三名筑、运河上郡、温哥华山庄、蓝钻等小区业主,幸运大抽奖,夏季装修豪礼送不停,电话预约有效。

报名电话:0371—67068222 67068333

活动地址:郑汴路与老107国道交叉口东建材大世界精品广场4楼家装梦工场

河南大地·家装梦工场是占地15000平方米中原首家体验式家居生活馆,八套最新1:1风尚实景样板房供您观摩,千余种全新主材品牌任您选购,中原顶级设计师团队与您现场面对面交流沟通。

特别提醒,持招商银行信用卡,可享受更多优惠;托蒙雷特、写意东方、优越、大公馆等家具品牌入驻家装梦工场。

第一站:多功能演播厅家装大讲堂,风尚设计户型分析;(12位主任级设计师,讲授最精华的设计思想;50位设计师免费咨询,家装疑难现场解答)

第二站:免费体验8套1:1实景样板房,感受八种经典风格更明确自己所需;

第三站:工艺解剖室参观2009年最新施工工艺,隐蔽工程透明化,透彻了解施工;

第四站:一站尽览千余种全新品牌材料展厅,层次丰富,应有尽有,任您选购;

第五站:观摩中原最佳设计师创意基地,走进设计办公区域,揭开家装设计面纱;

第六站:咖啡厅,免费与设计师面对面交流咨询

方春：仿古砖“领衔”陶瓷市场



箭牌卫浴、箭牌瓷砖事业部总经理方春

5月28日,箭牌卫浴居然之家店上品生活馆开业,吸引了数百名消费者前来抢购箭牌产品。出席开业仪式的箭牌卫浴、箭牌瓷砖事业部总经理方春在接受本报记者采访时表示,2009年箭牌将在全国增加900个网点,而在箭牌全国市场中排名前10名的郑州也将扮演更加重要的角色。 晚报记者 袁瑞清 周强

郑州市场全国排名前十

记者:您曾经说过2009年要使箭牌的品牌实现一个升位,具体有哪些措施和打算?现在已经进行到哪一步了?

方春:箭牌作为中国卫浴的第一品牌,现在也要到国际市场上去参与竞争,成为世界的名牌,这就意味着箭牌要从产品到营销手段到品牌形象,全方位的进行升位。

在产品上,我们也不仅仅是做卫浴产品,而从意大利引进了瓷砖。我们从原来专业的卫浴制造商转化成为了“上品空间”的缔造者,通过情景空间的展示让箭牌在消费者心目中的地位得到提升。

记者:箭牌所要打造的是一种怎样的家居文化?

方春:我们所要传达的是给消费者提供整体家居的方案,整体空间的解决方案。箭牌卫浴已经形成了四大风格,分别是现代简约风格、古典风格、自然风格和新装饰风格。

记者:在箭牌的全国市场中,郑州市场处于一个怎样的位置?

方春:地处中原的郑州一直是箭牌拓展全国市场的重点,销售额一直名列全国市场的前10名。郑州地位会进一步得到巩固,未来我们还会

在郑州开更多的高品生活体验馆,让消费者亲身体验箭牌卫浴的整体效果。

仿古瓷砖三年将问鼎全国三甲

记者:俗话说,做卫浴的做不好瓷砖。你觉得箭牌进军瓷砖领域,具有哪些方面的优势?

方春:箭牌自2007年下半年开始推出瓷砖产品。每一款砖都是意大利原创的,箭牌瓷砖来自于顶尖的设计,由意大利引进先进的设备来生产,而且在生产和设计过程中,统一执行欧洲的标准。所以箭牌瓷砖一开始是高起点,高品质,高价格。

不管是瓷砖也好,卫浴也好,每一款产品都增加了箭牌的独特服务在里面。像箭牌瓷砖卫浴都有十大个性服务,包括售前、售中和售后都是全程服务的,所以我们箭牌的瓷砖用得放心,用得开心。

记者:市场对箭牌瓷砖的反响如何?

方春:已经得到了广大消费者的认可。去年,箭牌瓷砖上市仅仅一年时间,销售额就突破亿元大关,这是瓷砖领域的一个奇迹。

记者:对未来,箭牌是如何规划的?

方春:在仿古瓷砖这一块,箭牌将会在三年内做到全国前三甲,并在五到六年内,做到瓷砖领域的全国前三甲。



箭牌卫浴样板间

全面布点,今年新增900个网点

记者:您曾提出过“无缝隙营销”,具体是怎么运作的?

方春:箭牌的“无缝隙营销”,也就是立体营销,箭牌也是最早在这个行业中实现立体营销的。今年我们要全渠道做到最优,全渠道做到第一,全渠道都要做的最好,不要给竞争对手留下缝隙,这就是“无缝隙营销”;第二,今年我们要进一步加大网点的开发,使网点的密度进一步加大,未来会形成箭牌有3公里、5公里的服务圈,这样的话能够更便捷更方便地服务于消费者,使消费者更能直观地感受到箭牌产品的魅力和好的价值。

记者:那今年在网点建设上有什么具体措施?

方春:应该说我们会全面开花,从一二三线城市网点纵向和横向进行生根。今年箭牌在全国要增加900个网点,在全国要开100个大的旗舰店和800个小店,我们提倡要把网点布到县级和乡镇去。

美涂士漆 健康家园

寻觅“茶园醛净”的文化魅力 环保健康与茶香雅韵的谐和

对于美涂士健康星家族来说,茶园醛净的出现无疑给涂料产品赋予了新的文化意义。茶园醛净能去甲醛之危害,还居室之天然。茶园醛净又略带清新茶香味,久处用它装修过后的室内,犹如乡野茶园而不闻其香,但人的性情因无健康之虑而变得超然起来。如果茶园醛净仅以上个性的话,则略显单薄。为了让居然之家更贴切自然,茶园醛净还妙在了“师夷长技”,它引用了德国巴斯夫不含APEO的乳液为原材料,为美涂士研发人员千尝百试所得。那何谓APEO?APEO实乃一种化学材料,目前市面上诸多涂料产品均含有它。APEO含致癌物质NPEO9-10,生物降解率仅为0%-9%,降解性缓慢;同时,它还具有类似雌性激素作用,危害人体正常的激素分泌,导致人体产生“雌性效应”和畸变。使用如此危害之大的化学材料,必然与倡导家居健康环保的观念相违背。

又假如茶园醛净仅采用茶多酚与不含APEO两项技术绝活外,它只能算是一款文化韵味十足的涂料产品,还不能称之为涂料行业环保头筹产品。茶园醛净除了让环保健康与茶香雅韵相谐和外,它基本上覆盖了市面上所有高端环保产品的基本性能。诸如,VOC超低、抗污易洗、漆膜细腻、综合性能优异等。

