

科宝·博洛尼橱柜、欧派橱柜和海尔橱柜的名头够不够响?!

橱柜三巨头亮相厨卫展

截至昨天,第二届南京品牌厨卫博览会(简称厨卫展)的橱柜招展工作已经结束,共有14家橱柜企业通过组委会的严格审核,进入了本次厨卫展的“终极名单”,中国橱柜“三巨头”科宝·博洛尼橱柜、欧派橱柜和海尔橱柜的携手亮相,让本届厨卫展十分令人期待。此外,本次厨卫展的免费厨房设计活动仍在火热进行中,欢迎报名参与。



欧派橱柜

厨卫展阵容强大

“参展企业的实力如何?是不是都是一线品牌?”“他们的售后服务和质量能让我们放心吗?”上周五,在第二届厨卫展的部分参展名单公布后,不少读者来电咨询了此次展会的招展情况。据展会组委会负责人介绍,目前橱柜的招展工作已经结束,最终进入参展名单的橱柜企业多是一线知名品牌,其中科宝·博洛尼橱柜、欧派橱柜和海尔橱柜被称为中国橱柜“三巨头”。橱柜行业有个公认的说法,“北有科宝,南有欧派”,他们对选择展会一向很谨慎,在南京能让这两个品牌同时亮相的展会不多。”该负责人表示,除了中国橱柜“三巨头”亮相厨卫展外,南京地产品牌我乐橱柜和开来橱柜也通过了审

核。“品牌口碑、产品品质、售后服务和消费者投诉统计是此次招展的四项硬性指标。”这位负责人表示,目前橱柜的招展工作结束,进入“终极名单”的有14家橱柜,它们是志邦橱柜、东方邦大橱柜、我乐橱柜、开来橱柜、彩虹天橱柜、豪森橱柜、欧艺橱柜、韩信橱柜、科宝·博洛尼橱柜、海尔橱柜、欧派橱柜、柏丽德橱柜、爱华橱柜和钟凯丽橱柜。

众商家组团参展

记者上周末从展会组委会了解到,由鑫屋地板、马可波罗瓷砖、东方邦太橱柜、乐家卫浴、欧普照明、方太厨房电器、索菲亚移门、戴胜家居木门等八大一线建材品牌组成的“阳光建材八大家”最终也通过了审核,取得了参展资格。戴胜家居木门董事

长姚国培表示,“阳光建材八大家”8个品牌的企业老总经过商量后决定,将联盟的第一次落地活动放在此次厨卫展上,“我们这8个品牌都参加了去年首届南京厨卫展,无论是人气还是签单量都很多。这次是我们第一次以联盟的形式出现,对快报和协会主办的活动,我们很有信心。”

另外,开来橱柜也将联合木丹青衣柜、圣陶坊瓷砖和西飞吊顶参展。开来橱柜负责人告诉记者,这次四个品牌联合起来参加展会,一是带给消费者更多的选择;二是四家联合做促销方案,给消费者更多的实惠,“如果只买一个品牌的产品,优惠力度可能比较小,预算也比较多,但是如果一次买齐了产品,预算将会减少到最少。”快报记者 袁阳

[特别提醒]

第二届南京品牌厨卫博览会
主办:现代快报、南京市装饰行业协会
时间:4月10日~12日
地点:南京市规划建设展览馆(原江苏展览馆)

[活动贴士]

全城征集厨房户型图

在本届博览会上,“翔事杯”厨房空间设计大奖赛以及橱柜新品设计大奖赛将贯穿始终。

针对厨房空间设计大奖赛,快报《居家》周刊将面向读者征集厨房户型图,读者可以指定两家参展品牌的设计师为其提供免费设计,部分优秀的设计方案将在《居家》上刊登,接受消费者评价。针对橱柜新品设计大奖赛,《居家》将分别介绍各参展品牌推出的新品,再由消费者打分。从今天起,读者就可以通过都市圈网报名参与厨房空间设计大赛。

咨询热线:84783663、84783564

报名方式:通过96060热线报名后,登录都市圈网www.dsqq.cn进入“第二届南京品牌厨卫博览会”频道,报名时请留下您的姓名、地址、联系电话,以及详细的厨房户型图,并详细说明厨房面积及设计要求。

■ 万花筒

新鲜

地板铺装笔记可找人代笔

事件:记者从木材流通协会地板流通委员会获悉,《地板铺装技术等级标准》已经起草并经上级部门审核通过,今年有望实施,该标准的实施将让地板在铺装环节更加规范。针对地板铺装工多数属于“放下锄头拿起锤头”的外来务工人员,文化程度不高的情况,负责考核的劳动部门还将为不识字但技术过硬的铺装工人设置单独考场,请人代笔为其进行专业知识考试。

点评:据悉,《地板铺装技术等级标准》不仅是国内首部针对地板铺装工人和铺装技术出台的标准,同时也是国际上首部该方面的标准。考虑到地板行业从业人员多数来自农村,“地板铺装技术等级考试”的笔试部分可找人代笔,这种独具特色的区别于其他职业资格考核,保证了地板技术工能公平公正地参加行业竞争。

局限

橱柜企业年产过亿仅六家

事件:近日,中国建筑装饰协会厨卫工程委员会正式揭晓“2008中国厨卫百强企业”名单,欧派、博洛尼、海尔等30家橱柜企业悉数上榜,成为百强企业中的主力军。统计显示,全国1亿户城市家庭中整体橱柜的拥有率达七成,橱柜正在成为人们居家生活的重要组成部分,市场总量极其庞大。但是,在这百强企业中,年销售额过亿元的企业仅有6家,企业规模小、品牌意识薄弱、无完整的产业链这三大难题制约了橱柜

业的发展,亟待行业同仁共同破解。

点评:经常有不熟悉家居装修方面的读者询问,哪家卖场的东西好,哪个品牌的橱柜好?显然,在不了解市场情况的背景下,顾客购买产品的标准首先是品牌,他们知道,品牌企业的产品在质量、服务方面都有保证。看来,如何让自己的产品在琳琅满目的卖场中脱颖而出,打响品牌是第一步。

怪事

装修公司的税业主来承担

事件:去年10月底,张先生同一家装饰公司签订了家装合同,今年3月份,他在核对施工工程合同时却发现,在预算总表里有一项叫做“税金”的费用名称,税率为3.41%。按照张先生的装修费用计算,他要个人支付这笔4000多元的“税费”。张先生随即对此项目产生怀疑,并到地税局、国税局进行了解,得到的答复为该项税率为营业税。张先生认为根据《中华人民共和国营业税暂行条例》,营业税的纳税主体是装修企业,不应是消费者。

点评:记者就有关问题在网上搜索,发现在装修时将装修营业税转嫁到消费者头上的情况早有先例,在装修行业已经成了一项潜规则,而这也是装修公司用来逃避缴税的一种常用做法。律师表示,装修中的营业税应该由装修公司一方承担,但是装修公司为了变相逃税,就把这项税款转嫁到了消费者身上,所以消费者在签订装修合同时,应注意核对询问。

本期主持 快报记者 童婷婷

南京市装饰行业管理办公室投诉中心 地址:广州路183号411室 投诉热线:83753564

悠园装饰板材升级不加价(原E1级升级为E0级)——今年不差钱,能省省一点! 豪

《家装自助餐》实现阳光装修

自助式整体家装

面积	半包价	主材价	全包价	备注
60m ²	1.28万元	1.50万元	2.78万元	二室一厅一厨一卫
90m ²	1.60万元	1.60万元	3.20万元	二室二厅一厨一卫
120m ²	2.28万元	2.00万元	4.28万元	三室二厅一厨一卫
160m ²	2.80万元	3.00万元	5.80万元	四室二厅一厨二卫
238m ²	8.50万元	6.50万元	15.00万元	别墅

注:不含水电改造 本报价仅供参考

家装自助餐项目价格表

水电系列:水(单位:按延长米计算)(价格以元为单位)				
项目名称	材料成本	辅材成本	人工费	单位 单价
Φ16水管	22.0	5.0	3.5	m 30.5
Φ20水管	25.0	5.0	3.5	m 33.5
布线	26.0		5.0	只 31.0
水电系列:强、弱电(单位:按延长米计算)				
BV1.5m ² 线	4.5	3.0	3.0	m 10.5
BV2.5m ² 线	6.6	3.0	3.0	m 12.6
BV4.0m ² 线	10.0	3.0	3.0	m 16.0
BV6.0m ² 线	21.0	3.0	4.0	m 28.0
网络、电话线	4.5	3.0	3.0	m 10.5
有线电视线	6.0	3.0	3.0	m 12.0
扣板吊顶、厨房吊顶柜系列				
木龙骨铝扣板吊顶	48.0	5.0	25.0	m ² 78.0
厨房吊柜	102.0	10.0	80.0	m 192.0
厨房地柜	323.0	25.0	100.0	m 448.0
人造石台面	185.0	5.0	30.0	m 220.0
泥瓦工系列				
有贴砖		8.0	18.0	m ² 26.0
无贴砖		8.0	20.0	m ² 28.0
500×500以上		10.0	20.0	m ² 30.0
门窗系列				
工字单框(后场制作)	170.0	10.0	40.0	扇 220.0
工字合金(后场制作)	205.0	15.0	60.0	扇 280.0
实木工艺(后场制作)	445.0	15.0	120.0	扇 580.0
门套系列				
进口半门套	20.0	3.0	16.0	m 39.0
标准门套	32.2	5.0	18.0	m 55.2
超宽门套	46.6	8.0	23.0	m 79.6
欧式半门套	31.0	5.0	21.0	m 57.0
欧式门套	48.5	8.0	23.0	m 79.5
石膏板吊顶				
木龙骨吊顶	11.2	5.0	25.0	m ² 41.2
木龙骨吊顶(含光源)	22.0	15.0	30.0	m ² 67.0
家具系列:大衣橱(按展开面积计算)				
直接板大衣橱	61.0	1.5	25.0	m ² 87.5
东北水曲柳实木大衣橱	110.0	15.0	30.0	m ² 155.0
木工板大衣橱(外贴饰面)	78.0	2.0	30.0	m ² 110.0
油漆系列				
清水漆(手扫)	14.0	3.0	20.0	m ² 39.0
清水漆(机喷)	18.0	5.3	26.0	m ² 50.3
混水漆(机喷)	20.0	6.5	30.0	m ² 56.5
混水漆(手扫)	25.0	6.5	35.0	m ² 66.5
乳胶漆系列				
多乐士超易洗乳胶漆	2.8	3.0	5.5	m ² 11.3
多乐士超易洗乳胶漆	5.5	1.0	2.5	m ² 9.0
多乐士乳胶漆(底漆)	4.0	3.0	6.0	m ² 13.0
多乐士乳胶漆(面漆)	8.5	1.0	3.0	m ² 12.5
3A漆	3.6	2.0	6.0	m ² 11.6
立邦漆(面漆)	5.0	3.0	7.0	m ² 15.0

报纸版面小,报价不全,请客户谅解! 详情到公司见《家装自助餐》正本

为进一步优化《家装自助餐》,回馈客户,即日起特推出会员制,凡成功申请成为会员的客户,均可持卡享受工程总价5%优惠。

《家装自助餐》

和“家装套餐”的区别

一、立场和思路的不同:
“家装套餐”:是商家站在自己的立场上,变换种种模式打客户的算盘,绞尽脑汁在客户身上“注水”赚钱,损害的是客户利益。
《家装自助餐》:它创造了家装行业的进步发展与文明,始终站在客户的立场上,为客户着想,让客户自主选择,真心为客户服务,维护的是客户利益。

二、方式和手段的不同:
“家装套餐”:它只是一种促销手段,是商家预先设计好的一个“圈套”,采用“赠送礼品”、“返还定金”等手段,将客户套住,忽悠客户。
《家装自助餐》:是我们企业的一种文化和经营模式,明码标价、自主选择,诚信透明实惠让客户明明白白消费,使您在选择家装上更加理性,不会上当受骗。

三、结果和收益的不同:
“家装套餐”:采用“捆绑式”的固定套餐,增加条件和限制,不仅伤害了客户感情,损害客户利益,而且破坏了装饰公司的形象,影响了家装市场健康和谐的发展。
《家装自助餐》:反对欺诈暴利,提倡诚信透明,让客户满意放心、自主选择,在轻松愉快的家装中得到了广大消费者的支持和信赖,实现了业主与企业共赢。



客户专栏

现在装修最难的是什么?维权!在装修过程中经常出现很多扯皮或质量问题,主要体现在几个方面:一、广告宣传的价格和实际报价相差太大;二、预算中故意漏项,并以捆绑的形式强迫业主买主材;三、材料以次充好,以假乱真;四、给客户开“家装课堂”讲座,行内的话叫“洗脑”,且先交定金后看房,定金不退;五、以低价位套头接单,开工后再增项。有很多业主对施工质量和乱增项不满意,他们就给停工,这样在给业主带来烦恼的同时也带来很多损失,要想维权打官司,有些地方又扯不清楚,拖延时间又很长。南京装饰公司大大小小的几千家,有几家是为客户着想的?不相信您可以看看网上的投诉,他们就是利用业主不懂图纸和预算,忽悠客户,加上客户的自我保护意识淡薄,往往都是在签了合同后才大呼上当!而我悠园装饰自2007年推出《家装自助餐》阳光装修以来,深得新老客户的好评,它的主要特点是:一、每个项目明码标价,固定不变;二、不强买强卖,自主选择;三、报价不漏项,合理利润不打折;四、全部使用08版家装合同,确保环保和施工质量。

悠园公司成立六年来,始终坚持诚信服务,把客户的利益放在第一位,坚持创新理念,更好的为客户服务,真正实现阳光装修!

86650913 497118670