

工程质量 龙瑞之冠

阳光精品示范工程抢定会

仅限30户 只此一天

抢定时间: 9月12日(周六) 9:00—18:00
(样板房参观时间: 10:00、14:30)
抢定地点: 军人俱乐部内长三角书市5楼(光阳大舞台对面)
抢订热线: **83327017 83323355 84219666**
短信抢订: 13851570537 (请注明: 姓名、小区、面积)

成为龙瑞阳光精品示范工程的 12大理由

精品施工

只精选龙瑞核心优质施工团队, 为您提供专享施工服务, 步步到位, 保障精品成色;

完美设计

只甄选设计能力和服务水准兼优的资深精英设计师, 为您量身订制整体家装, 全程服务, 保障达成完美之家;

郑重承诺

所有抢定示范工程的业主未来如发现小区内任何一家工程品质高于龙瑞, 龙瑞承诺免费返工重做;

全程透明

所有示范工地全程开放, 接受任何公众和媒体的品质检阅; “质量挑剔团”工地现场拍照, 定期向业主汇报工程进度;

十年质保

开中国家装行业先河, 龙瑞质保时间从5年跃升至10年, 行业唯一举措源自龙瑞对您的恒久关爱;

董事长亲管

龙瑞董事长亲抓施工质量, 每周固定时间检查工地, 常年如此, 业内绝无仅有;

十级管理链

严格遵循“服务零距离、质量零缺陷”的质量方针, 建立十级工程管理链, 利用“工程挑剔团”、“电话免提”、“工作任务单”、“班组自检互检”、“质检巡检抽检”、“分项验收”、“每周工地回访”等质量管理方法做好过程控制;

五级检核

自检、互检、巡检、抽检、分阶段验收, 近乎苛刻。龙瑞特有的“班组互检、有责共担”和“质量挑剔团”制度, 让工地接受最挑剔的审视。

精品特惠

所有抢定示范工程的业主尊享工程管理费优惠3%和定金双倍抵冲的特别优惠;

绿色主材联盟

构建绿色主材联盟体系, 在龙瑞购买联盟内主材, 免收管理费, 同时享受市场最低销售价, 并予以环保质量多重保障;

ISO双项认证

作为南京首家通过ISO9001质量管理体系和ISO14001环境管理体系双项认证的企业, 龙瑞一直坚持不懈地以顾客满意为唯一品质衡量标准;

至高性价比

高端品质中端价, 创造南京至高性价比家装服务。



欧思格蓝



米洛沙发

新古典PK后现代 谁更华丽

不久前, 张艾嘉、郑元畅携话剧《华丽上班族》在宁演出。职场的生存拼杀让人百般疲惫, 实在不敢贪念“华丽”, 但是回到家后, 我们当然要享受属于自己的华丽生活。什么样的家具才能称得上华丽, 让红星国际家居中央路店来告诉你吧。

新古典主义

推荐理由:

西洋家具史大略可分为十五六世纪的“文艺复兴时期”, 十七八世纪的“浪漫主义时期”, 十八九世纪的“新古典主义时期”和工业革命后兴盛至今的“现代家具”。其中, 新古典主义兴起的原因, 是大众厌倦了洛可可时期过度虚饰的奢华, 进而重新追寻纯粹与简洁的艺术形式, 所以呈现出来的线条及纹饰就远比巴洛克及洛可可时期来得简单而无虚饰。新古典家具在市场的表现就是“新”, 不是复古而怀旧的再现, 是新的形体与经典神韵透过现代化设计制造出来的。

其实, 大众对于古典风格一直有着莫名的迷恋与好奇, 或许是害怕现代极简的冷调, 转而向往古典自然的温暖, 毕竟家是一个提供放松解压的地方, 渴望眼见之处都是温馨而质朴的。近年来, 市场上古典家具不仅已经弃繁从简, 从传统的影子中走出来, 而且款式趋向更加简洁、清新, 让消费者选择性更大, 几乎成为古典派的另一种表达形式。

品牌代表: 欧思格蓝

以其朴实无华的外表, 坚实的内在, 从家具品质上就能完全感受到田园阳光般的温暖

舒适和宁静, 在设计上也摒弃了欧式古典家具固有的奢华和繁琐, 优雅而内敛。欧思格蓝强调回归自然的设计理念, 在外形上兼具了古典式的优雅造型与现代式的流畅线条。真正的全实木材质, 全部取自国外原始森林之上等木材, 原始古朴的实木材料中不经意地流淌出时尚的简洁风格, 生动形象地为我们勾勒出一幅返璞归真的自然画卷。欧思格蓝周到细致的人性化设计使产品极具使用功能性, 独特的细节处理又充分体现本品牌家具源远流长的英伦文化气息。

后现代主义

推荐理由:

后现代主义是随着工业时代的到来, 而最先在建筑界被冠名提出的。它主要有两种表现手法: 一种是用传统建筑元素通过新的手法加以组合; 另一种是将传统建筑元素与新的建筑元素相混合, 最终求得设计语言的双重解码, 多用夸张、变形、断裂、折射、叠加等手法, 既为行家所欣赏, 又为大众所喜爱。

后现代主义家具设计, 以幽默、叛逆和奇思妙想极大地充实和丰富了我们的生活, 展现给我们一个充满旺盛生命力和创造力的乐观年代。在后现代主义的思想中, 现代

主义设计的主要弊端是用同一种方式对待不同的地方和不同的人。后现代主义家具的兴起显然暗合了当代设计潮流。简单地说, 后现代家具就是集实用化、个性化、艺术化和品位化于一身的家具设计风格。它们大都选用上好材质并结合现代家具的直线型与古典的个性化叛逆。像: 直角沙发、靠椅、矮桌、方桌和方几深得明式家具的端庄神韵, 又不失现代家具简约而得意洋洋的时尚感。后现代主义家具设计对传统文化格外推崇, 从中吸取了大量的营养素材, 并结合现代主义家具设计风格, 个性十足。

品牌代表: 米洛

米洛沙发以后现代技法继承、拓展了传统宫廷艺术, 它弘扬传统宫廷艺术的殿堂之威、雕琢之精、仗义之美, 又舍弃其繁文缛节, 融入简约明快的现代元素, 被全球家居界誉为“后现代宫廷艺术”。米洛能展示广阔胸襟、优雅品位的意境, 简约而不失气派。米洛沙发, 以其雍容奢华并极具另类的方式展现了一幕后现代宫廷艺术, 谱写了沙发界一次次神话, 足以傲视群雄。而今, 随着时间的变迁, 经济的突飞猛进, 其产品中包含的人文艺术正在不断超越和提升。

快报记者 董婷婷

近 700 家家具企业热热闹闹参加广州国际家具博览会 中国家具市场爬出冰封期

为期四天、素有“亚洲家居交易中心”美誉的广州国际家具博览会将在明天闭幕, 来自全国各地近 700 家的家具企业参展。业内普遍认为, 这次展会上的种种迹象表明, 中国家具行业正在见底回暖。但记者在现场采访中发现, 江苏家具企业对本次展会并没有想象中那么热情, 仅 6 家企业参展。

江苏家具表现比较“羞涩”

9月6日, 记者一整天泡在展会现场, 看完全部的 16 个大展区, 给人的印象是人气十足, 场面热闹。美克美家推出的秋季新品“维也纳”, 倡导低调奢华的时尚家居风潮, 通过其明星单品与各种乐器视听融合的方式展现给消费者, 这种艺术大餐让不少人心动不已。记者在各大展区找了大半天, 很难碰到江苏家具品牌, 后来对照组委会印发的参展企业名录发现, 仅有 6 家江苏企业参展, 占参展商总数还不足百分之二。对此, 江苏家具行业协会会长冯建华认为, 江苏家具企业在这次展会上表现得比较“羞涩”, 说明企业对会展经济普遍重视不够。虽说上半年全省家具销售额不错, 预计能排在全国前三席, 但这种“闭门造车, 闷声发

财”的心态不可取。江苏钻石国际家具公司总经理董雪说, 产品要让消费者充分了解并接受, 得抓住各种展示机会进行推介, 酒香不怕巷子深的日子已不复返。光润家具江苏公司负责人俞李认为, 江苏民用家具的设计、营销水平都有待提升。广博会是个好的平台, 你不参展哪怕来观摩也能长进不小。徐州家具协会负责人刘振国指出, 江苏多数家具老板小富即安, 缺少拼劲。

上半年内销同比增长 10.6%

中国家具协会理事长贾清文告诉记者, 广州国际家具博览会是亚洲乃至世界家具行业的晴雨表, 从这次展会的情况看, 家具产业已爬出冰封期, 开始有所回暖。他表示, 虽说外销企业还在困境中挣扎, 但内销为主的企业的日子过得较滋润。因此, 不少外销企业

纷纷调头, 使得目前“出口转内销”成为一种潮流, 上半年内销总额达到 1529 亿元人民币, 同比增长 10.6%, 市场状况好于其他行业。一季度北京、上海、南京等一线城市销售不畅, 中小城市销售增量不明显。进入二季度, 一线城市开始回暖, 中小城市转旺。不过, 上半年家具出口量进一步下滑, 仅 141 亿美元, 同比下降了 9.45%。剔除各种因素, 家具行业还是赚钱的。有关江苏家具现状, 记者采访了中家具协会副理事长陈宝光, 他说, 江苏是家具产销双强的大省, 依托经济发展较快的长三角区域优势, 市场后劲足。但厂商不能仅盯着自家门口做生意, 应多开拓些市场空间, 多出些百姓喜闻乐见的实用的产品。特别是品牌意识要加强, 多创一些叫得响的国际性品牌, 不能老满足于为人做嫁衣的加工阶段。

快报记者 陈勇民

龙瑞装饰

LONG RUI DECORATION

中国十大著名装饰企业
南京家装工程质量领导品牌

Http://www.longrui.net

新街口公司: 石鼓路107号华威大厦5楼 服务热线: 84218666 84219666
山西路公司: 军人俱乐部内长三角书市5楼 服务热线: 83323355 83325533