

2010国际家装建材节品牌秀之三

人性化、多样化、个性化——欧派厨柜再树行业新标杆



人性化 量身定制最舒适厨房

如果将欧派称之为中国橱柜业的“开山鼻祖”一点也不为过。16年前,欧派设计生产出中国第一个整体橱柜,让中国的家庭主妇们可以使用上整洁明净的新厨房,并树起了行业的标杆。16年后,欧派率先在行业内提倡厨电一体化,并集人性化、多样化、个性化于一身,再次树立起新的行业标杆。

熟悉欧派的老客户都知道,从1994年起家开始,欧派的产品就以人性化著称,近年来又设计了超静音油烟机、阻尼缓冲抽屉、电动上翻门等新产品。“欧派整体厨房人性化的关怀更体现在细节的设计上。在设计上,欧派大量运用人体工程学原理,为业主量身定制最舒适的厨房。”广州欧派厨柜企业有限公司南京分公司总经理刘军刚举例,比如欧派的电动上翻门,按动隐藏在面板下面的开关,上翻平移门就会自动轻轻关闭,当遇到任何阻碍时,门板还能停留在任意位置,非常人性化。

无论是从产品创新上,还是从橱柜设计上,欧派的人性化都体现得淋漓尽致。在橱柜台面的设计上,欧派设计师会充分考虑业主的生活习惯和饮食习惯,设计橱柜台面依高度分类,如需运用臂力的揉面,适合较低的工作台面;而需手眼并用的切菜,则需要较高的工作台面;若业主的身材不高,则适合选用比标准高度稍低的工作台面。”

多样化 率先推出厨电一体化

如今,消费者追求越来越多样化的潮流。欧派也看准商机推出欧派品牌的抽油烟机、灶具、水槽、消毒柜、衣柜、卫浴等产品。目前欧派集团现

有三大业务:橱柜、衣柜和卫浴。

“厨电一体化是大势所趋,所以欧派的厨房系统已经形成完整体系,有配套的橱柜和厨房家电。”刘军刚介绍,欧派整体厨房在行业内率先推出厨电一体化,讲究家具和家电的和谐,有机地将厨房内的资源合理整合,每个产品在整体厨房内都有自己的位置,在整体厨房的映衬下,倍显气派和精致,此外欧派还推出品位改变生活的新概念电器。

个性化 满足不同业主的服务

众所周知,橱柜是一种个性化的产品,而欧派提供的定制化个性服务,既省时间又方便省事,满足了

不同年龄、不同层次业主的个性服务。“欧派的客户多是年龄层次较高的业主,他们对生活品质和生活水平要求都很高。”刘军刚表示,欧派的业主遍布大江南北,很多北方的业主现在还保留着吃面食的习惯,欧派为业主设计的具有中国特色的蒸汽炉,可以和其他嵌入式电器一样嵌入到橱柜里,通过电来实现加热功能,不仅使用方便,同时也让橱柜的外观看起来更加整洁。

对于一些80后业主来说,都希望有个时尚而节约的厨房。对于厨房里油烟机也有个性化的要求,欧派设计的台面侧吸式油烟机,位于灶具的上方,依靠台面固定,看起来离油烟的距离很近,却增强了油烟机的功能。 快报记者 袁阳

爱华装饰、钟凯丽装饰指定用材

绿胜E0级CARB板材

品牌≠品质,品质铸就品牌!
 绿胜系列板材,敢于挑战任何同类产品!



绿胜E0级CARB板环保指标包检测,任意一张环保检测不达标,5倍赔付!

CARB 美国CARB认证

FSC 国际森林认证

CE 欧盟CE认证

ISO14001 环境体系认证

《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

项目名称	材料成本	辅料成本	人工费	单位	单价
水电系列:水(单位:按延长米计算)(价格以元为单位)					
Φ16水管	7.30	6.20	17.90	m	31.90
Φ20水管	8.90	7.50	20.70	m	36.90
网线	26.00		5.00	只	31.00
水电系列:强、弱电(单位:按延长米计算)					
BV1.5m ² 线	1.80	1.70	6.90	m	10.50
BV2.5m ² 线	2.50	2.10	8.80	m	13.50
BV4.0m ² 线	5.00	3.00	10.00	m	18.00
BV6.0m ² 线	8.50	6.00	13.50	m	28.00
网络、电话线	2.00	1.70	8.80	m	10.50
有线电视线	2.20	2.30	7.00	m	12.00
扣板吊顶、橱柜吊柜系列					
木龙骨铝扣板吊顶	4.00	5.00	25.00	m ²	78.00
橱柜吊柜	107.00	10.00	80.00	m	197.00
橱柜地柜	323.00	25.00	100.00	m	448.00
人造石台面	185.00	5.00	30.00	m	220.00
泥瓦工系列					
有缝砖	6.00	2.00	20.00	m ²	28.00
无缝砖	8.00	2.00	22.00	m ²	32.00
500×500以上	8.00	6.00	22.00	m ²	38.00
门窗系列					
铝合金门(后场制作)	185.00	15.00	60.00	套	260.00
江苏铝合金(后场制作)	205.00	15.00	60.00	套	280.00
实木工艺门(后场制作)	445.00	15.00	170.00	套	630.00
门套系列					
进口半门套	20.00	3.00	28.00	m	46.00
标准门套	37.20	5.00	28.00	m	65.20
欧式门套	49.60	8.00	23.00	m	79.60
欧式半门套	31.00	5.00	31.00	m	67.00
欧式门套	49.60	8.00	23.00	m	79.60
石膏板吊顶					
木龙骨石膏板	15.00	8.00	30.00	m ²	53.00
木龙骨木龙骨	28.00	12.00	40.00	m ²	80.00
家具系列:大衣橱(按展开面积计算)					
木二柜衣橱	78.00	2.00	30.00	m ²	110.00
实木板衣橱	81.00	1.50	30.00	m ²	112.50
实木衣橱(实木衣橱)	110.00	15.00	30.00	m ²	155.00
油漆系列					
清水漆(手扫)	11.00	3.00	25.00	m ²	39.00
清水漆(机喷)	15.00	4.50	30.00	m ²	50.00
混水漆(机喷)	20.00	8.50	30.00	m ²	56.50
腻子漆(机喷)	25.00	8.00	35.00	m ²	66.00
乳胶漆系列					
多乐士乳胶漆底漆	2.90	3.00	8.90	m ²	14.80
多乐士乳胶漆面漆	5.50	1.00	2.50	m ²	9.00
多乐士乳胶漆五合一底漆	4.00	3.00	10.00	m ²	17.00
多乐士五合一面漆	8.50	1.00	3.00	m ²	12.50
3A漆	3.90	2.00	9.00	m ²	14.90
立邦漆面漆	3.00	3.00	8.00	m ²	15.00

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

《百姓谈家装》

提到品牌,大家耳熟能详。其实品牌就是商品的名称,也就是大家所说的这个商品质量好的意思,但不是名牌。

随着房地产市场不断的升温,家装市场也是一度火爆。各家装饰公司八仙过海各显神通,为了抢占市场,一些装饰公司搞展会打折让利招揽客户;也有的装饰公司利用“品牌”来吸引客户,作为客户谁都想找一家质量、信誉好的装饰公司,可靠!可就是这些打着“品牌”幌子的公司,说什么专门做高端客户,但大家没有想到的是:他们利用客户不懂报价,一是把单价报得很高,二是故意漏项及工程量,开工后再增加项目来骗取客户的利益;他们还利用设计来收取高额的设计费,瞒天要价,等客户签了合同开工后才知道上当;有些装饰公司还利用设计师帮客户买材料拿客户的回扣。这样的企业能称为品牌吗?他们唯利是图,不讲诚信,用牺牲客户利益来达到自己目的。

我认为他们所说的“品牌”只剩一个牌而没有品了。请您抽点时间查看网上的投诉,企业品牌不是靠广告吹出来的。您的装饰公司是不是品牌,用户是最权威的见证人,客户才是真正品牌的裁判!



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”,且先交定金后量房,定金不退;五、以低价位套头签单,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。

悠园公司成立七年来,始终坚持诚信经营,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