

# 金秋盛会

关键词：环保

**事件回放：**2010年8月15日，业之峰装饰承办的首届中国环保家装艺术节(合肥站)8月8日启动之后，围绕“如何做到环保设计”为主题的活动盛大举行。活动现场突出强调了环保装修三大常见误区，从施工前，施工中，施工后进行阐述，例如施工后强调使用环保材

料，保证合理用量，使用先进工艺，通风半年，就能做到环保是误区，更在此推荐了业之峰环保三重防护体系，希望通过此次活动，让更多的人有环保家装的意识。前来的业主朋友很多现场就签了单，对此次活动表示满意。

**影响点评：**耳听为虚，眼见为

实，科学的实验总是能让消费者信服。现场还设有互动环节，观众亲自参与环保材料与非环保材料的对比实验，感受环保材料的特性，学会鉴别真假环保材料的方法，真是上了一堂实用课。如今，低碳减排风暴席卷而来，愈演愈烈，成为全社会共同关注的焦点。

关键词：套餐

**事件回顾：**家装套餐，这个词并非新字眼，价格透明、可测算成为他的一大特点。随着一些新兴家装力量真正将套餐作为公司主流业务进行推广，套餐逐渐成为了2010年老百姓最愿意尝试的新兴消费方式。2010年“套餐”模式也从最早的主打价格牌发展到现在

主推服务理念与文化内涵。**影响点评：**家装套餐一改家装行业传统的收费模式和计价方式，实行按平米计价，将主材、施工等都包含其中。让消费者感受到一站式的服务是值得提倡的，不仅省心更省力，这也直接促家装套餐由“边缘产品”荣升为品牌企业的主

打产品。但有关套餐“低价陷阱”的报道也屡见不鲜，往往消费者最后支付的装修费用都超过最初选定的套餐价格，甚至有企业用低劣材质装修。所以不要轻易受低价诱惑，尽量选择适合家庭实际需要的套餐。

关键词：“洗牌”

**事件回顾：**随着红星美凯龙、居然之家、望湖美家居、华邦伊赛特、山水家居情景馆等大型家居卖场的相继开业，让合肥的家居卖场进入

一个新的竞争格局，这些卖场大多是集购物、体验、游园、休闲、文化于一体的家居潮流卖场。面对家居卖场的不断扩张，许多业内人士都说是必然趋势。

**影响点评：**家居巨擘的加入，让合肥的家居卖场进入了新的格局。但是要注意扩张之后，随着卖

场越来越多，那些没有特色、没有实力和过于小的卖场的生存空间就会越来越小，市场洗牌也就变得不可避免，优胜劣汰从来就是必然定律。行业洗牌是风雨欲来甚至已经进行了好几回，最重要的是家居卖场在洗牌中能看清楚真正的规律，别认错自己手中的牌。



**金九银十**，又到了家居行业一年中最忙碌的季节。2010年，由于楼市调控新政的推出，让其下游产业家居也受到波及。但从整个秋季的整体情况来看，反而有略略回暖趋势，中秋和国庆双节的让利促销活动，无论是“家装套餐”还是“返点折现”活动，让处于观望的部分消费者纷纷“慷慨解囊”出手。

邵雪蕾 记者 王玮伟

7							July	
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	1	2
							六月	初二
3	4	5	6	7	8	9	初三	初九
10	11	12	13	14	15	16	初十	十六
17	18	19	20	21	22	23	十七	廿三
24/31	25	26	27	28	29	30	廿四/七月	三十

## 品牌标杆： 合肥环湖国际家具市场

合肥环湖国际家具市场位于合肥市阜阳北路1239号，占地98亩。环湖国际家具市场是合肥环湖家具有限公司为了响应庐阳区委、区政府贯彻市委、市政府GDP千亿元规划的重大举措，是庐阳区招商引资、整合企业资源、扩大城乡就业、提高经济总量的重大项目。合肥环湖国际家具市场总投资1.2亿元，建筑面积约10万多平方米，一期建筑面积3万多平方米已于2007年6月18日营业，二期2万多平方米将于2011年1月1日开业，三期5万多平方米正在筹备建设中。

环湖国际完善的自律管理理念，全方位的人性化服务保障体系，超前的商务观念和创新意识，一流的硬件设施，创造了一个高雅的休闲购物环境。

**一、市场设施及服务管理** 市场拥有完善的配套设施，室内棚顶全覆盖，租赁商铺97个，年成交额约9000万元，有通讯、饮食服务设施，近万平方米的超大型免费停车场，有良好的供水、排水设施，有配套、方便、清洁卫生的公厕及垃圾收集或处理设施，有广播通讯设备，有禁烟火标志，有醒目的消防安全疏散标志，有政策法规、价格行情、违章查处公告栏，有市场档案及其专用设备，设立了意见箱，有醒目的摊位布局示意图，有醒目的行市标价牌，照明、采光设备完善。

**二、经营行为** 市场内设有公益广告、精神文明与道德规范标语等宣传内容，文化氛围良好，开展“文明和诚信经营户”等创建活动，经营者持有《营业执照》并在核准的经营范围内经营，统一悬挂《营业执照》或“三证合一”，佩带经营证、章，并做到人证相符，经营行为公平合法，不经营假冒伪劣及无国家限制或禁止流通的商品，经营者无强买强卖、欺行霸市行为，管理、经营中使用文明用

语，对待消费者热情、周到。

**三、责任制度** 市场设有工商管理机构、市场服务机构，有健全的消防、卫生、治安等内部管理机构 and 专、兼职人员，有防火、防盗、治安管理制度，有科学的预备方案，建立了市场监管者、开办者和经营者责任制度，有市场诚信经营户评比制度，统计制度，有完善的市场交易规则，有入市商品质量管理制度和专、兼职管理人员。

**四、卫生环境** 市场内商品化归市、市口清楚，商品摆放整齐，有明码标价牌，市场配备专职保洁人员，做到无垃圾、灰尘等，提供兑换零钱、商品包装、托运、信息咨询、安装、搬运、温馨提示、自动扶梯到位、电话宽带入户、先行赔付、售后服务等服务项目。

**五、安全工作** 市场设有安全部，安全消防员编制12人，24小时轮岗制，安全员入职前的培训，安全意识、军训、岗位职责、企业各项规章制度、企业文化、企业基本情况，单位建筑审核、验收及开业前消防安全检查登记，单位平面布置图，消防管理组织机构，消防设施登记，消防安全管理制度登记，重点工种人员登记表，重点部位安全防范，出租房屋管理，易燃易爆物品管理登记，历次火灾记录，新增消防产品、防火材料情况，年度消防经费开支统计表，灭火及应急疏散预案，安全消防工作记事。

**六、品牌发展战略** 环湖国际开业以来，以荣获“中国十八省市家具行业”诚信企业称号、“健康维权”示范单位、“最具公

信力”家居市场、“最优秀家具卖场”、“安全先进单位”、“最具价值品牌家居卖场”、“最具影响力品牌”、“诚信企业”称号、安徽省家具协会副理事长单位。这些荣誉主要在于商场紧紧抓住“诚信、服务、品牌”的战略方针。

**七、售后服务管理体系** 为了解决广大消费者的后顾之忧，环湖国际家具市场储备庞大的售后服务资金，如厂家、经销商。售后服务不能第一时间解决的问题，市场将查明原因，给予先赔付，后处理，加强市场的售后服务管理工作。

**八、商机无限** 新中心、新地标、新商业，环湖国际家具市场厚积薄发强势打造合肥北大门第一大家具市场，崭新的财富地标，独具区位优势、交通、环境的三大优势，强势出击，是客商、消费者最佳投资、选购的理想场所，前景十分看好。

**九、经营宗旨** 市场交通便捷，公交车站近在咫尺，市内乘坐7、46、117、232路公交车直达本市场。市场配备人性化的休闲设施，为商家营造宽敞经营空间的同时也为消费者提供了理想的购物环境。环湖国际为了满足消费者的各种消费类型、个性化需求，市场分为套房+客厅系列、精品系列、软体+客厅系列、现代化办公家具、精品套房、红木家具系列六大区域。环湖国际现代化的建筑风格合理的布局造就了一流的家具大市场！环湖将始终坚持“诚信经营，创新发展”的经营宗旨，向着更快更高的方向全面发展。

