

“管用五十年”

日丰进军卫浴市场

产品将沿袭日丰管高品质特点

本报讯 时代在发展，社会在进步，让人们不禁对生活空间提出了更高的要求，安全方便的家装管道成为现代建筑的必要构件。家装管道属于隐蔽工程，投入不算最大，影响却是最大的，一旦发生爆管漏水等质量事故，损失的不仅是管道，花费不菲的装修更会毁于一旦。为此，国家就各种常用家装管材，如铝塑管、PP-R管、PE-XB管、PE-RT管等制订了相应的设计、安装和使用规范：家装管材使用年限为50

年。因此，“管用五十年”成为消费者挑选高品质家装管材的重要标准之一。

自1994年成立以来，“日丰管，管用50年”这句口号伴随着日丰产品传遍大江南北。“管用50年”不仅代表了日丰公司对消费者的承诺，更体现了日丰公司对产品品质近乎苛刻的追求。公司成立之初，日丰就以提供高品质的管材为目标，不断提升产品品质，并在同行中率先提出“管用50年”的品质承诺。在十余年

的发展过程中，日丰构建了一整套严格的质量管理和服务体系，为“管用50年”提供了坚实可靠的基础。

为顺应市场发展趋势与满足消费者对优质卫浴产品的需求，日丰公司于2010年隆重推出卫浴系列产品，全面进军卫浴市场。日丰公司对卫浴事业的发展予以了全面的支持，不仅提供了强大的渠道网络优势，更拥有强大的设计团队，并建成了国内领先的现代化卫浴生产基地，同时还配

备了国内外先进的生产线。雄厚的企业实力充分保证了日丰卫浴的优异产品品质，使日丰卫浴凭借品牌实力与优异的品质在众多卫浴品牌中脱颖而出。

日丰卫浴周口总负责人表示，在今后的时间里，日丰将以诚心实意的态度，精益求精，竭诚为消费者提供优质的产品和服务，最大限度地引导和满足消费者的需求。

(杨华丽)

如鱼得水窗帘精品店入驻周口

窗帘在房屋装修中有着举足轻重的作用，起着保护隐私、遮挡光线、粉饰墙面的作用。近日，如鱼得水窗帘精品店入驻周口，誓让窗帘成为周口市民家居环境中的点睛之笔。

据了解，“如鱼得水”是来自上海的窗帘精品，其在全国率先自创并且应用了零星订单标准化生产成品窗帘的完整体系，使每个个性化窗帘用西装工艺标准化集中生产。“如鱼得水”还为顾客提供专业导购咨询、创意设计搭配、技师到府测量、全程高效管控、科技精准裁剪、标准流水制作、专业施工安装、售后满意回访、清洗免费拆挂、尊贵购物享受等10项服务。“如鱼得水”人靠着锐意进取的创新精神和兢兢业业的实干作风，以品质卓越的布艺产品和专业的研发设计为基础，本着“传播家纺文化，点亮千家万户”的企业宗旨，让每一个细节都站在行业的前沿，让每一个步骤都坚持品牌文化路线，专注历练品牌强势。

虽然“如鱼得水”现在试营业中，但已有不少顾客慕名前来。现场接单的一位顾客谈到选择“如鱼得水”时说，除了它个性化的产品与专业的服务之外，还有对其品牌的信任，见过那么多窗帘还真没见过带防伪标志的，敢带防伪标志，质量一定信得过。“如鱼得水”窗帘的里衬还印有“如鱼得水”吉祥如意纹，这不仅是防伪的另一种表现形式，而且寓意吉祥。

“如鱼得水”的刘总说，试营业期间征集样板间，每个小区的前几家经考核适合本产品风格的，都可享受“如鱼得水”窗帘零利润成本价的优惠，欢迎市民踊跃报名。(曹丹)

选橱柜首选“E0”级“顶配王”环保橱柜

中国的橱柜品牌一直过度关注外表和价格，但是消费者更关注的却是橱柜的环保和耐用，并且随着国民健康意识的提升，后两点的关注度也日趋增强。

2011年前，从未有任何国内的橱柜品牌能把“E0”和欧洲三大件作为自己产品的“标配”，而“我乐橱柜”的“E0”级“顶配王”橱柜，除了打破了市场普遍板材升级额外支付费用的局面之外，柜体板及背板经国家林业局南京人造板质量监督检验站检测显示，柜体板和背板甲醛释放量均达“E0”级标准，更向日本F4星级标准看齐，领先国内橱柜环保标准，还将百隆铰链+阻尼器、格拉斯翻门支撑、海蒂诗钢板抽三大欧洲顶级五金配件免费升级为标配。“E0”级“顶配王”的高环保性和顶级配置让众多消费者从单纯地靠橱柜外表来判断品质上升到了“准行家”的水平——看“内芯”、看环保、看配置。

作为中国橱柜行业前五强，2010年，“我乐橱柜”成为了业内第一家也是唯一一家只做“E0”不做“E1”的品牌。今年开始，“我乐橱柜”也是业内第一家 and 唯一一家标配欧洲顶级五金、不做其他五金配件的品牌。

品牌的发展离不开消费者的支持。“我乐橱柜”在业内素以服务著称，各地都有专业的售后服务团队，24小时内就能即时响应。“消费者享受的是总部和地方的双重售后保障，如果对当地不满意，可以直接投诉到总部。”“我乐橱柜”的汪春俊总经理说，橱柜行业是一个“用心”的行业，用心做产品、用心做服务、用心做品牌，更用心对待终端客户。这些“用心”的结果是“我乐橱柜”自2005年品牌初建至今完成了40倍的飞速增长，成为中国橱柜行业创立至今发展速度最快、发展潜力最大的品牌。(王辉)

大自然地板“美学馆”

美学超越自然，艺术决定价值。传统的地板分类方法是按实木、实木复合、强化、竹木、软木等五大类的分类方法。大自然地板“美学馆”按地板美学的核心价值，从艺术角度出发，颠覆了传统的地板产品品类划分方法，将大自然地板划分成古典美学系列、新古典美学系列、现代美学系列、后现代美学系列等四大系

列，每个系列下面又分若干种风格，每种风格下面是每个具体的产品名称。将地板美学的思想融入每一款产品命名策划、材质选取、工艺设计、花色与款式选择的每个环节、每个细节之中，让每一款产品赋有灵魂，让每个产品鲜活起来，活灵活现地展现在地板消费者面前。

把美学和艺术价值的元素融入

颠覆传统营销理念 打造中国美学地板第一品牌

地板，让大自然地板品牌有了更丰富的价值。大自然实木复合地板以“地板美学”作为核心价值定位的大自然地板“美学馆”，构成了大自然实木复合地板品牌的魂。有了灵魂的地板，产品就有了销售力，品牌就有了生命力，营销就有了活力，企业就有了竞争力。

在大自然地板“美学馆”，只有美学潮流，没有审美疲劳；只

有地板时尚，少有枯燥单调。大自然地板“美学馆”就是地板美的化身，因为“大自然”以为家庭生活增添美感而生，创造美的感觉，经营地板美学，让每个家的感觉越来越浓，是大自然地板“美学馆”神圣的使命！

大自然地板“美学馆”在震撼消费者的同时，也将震撼整个地板界。(田丽)

网友热议：家电国产好还是进口好？

“急！准备结婚了，却为买家电而困惑，不知道中国制造的好还是国外品牌好？”“我要结婚了，因为时间很紧，本打算一天时间把电器都买了，可到了家卖场却发现并不是那么简单……”

网上如此类似的帖子多如牛毛，到底是中国制造的好还是国外品牌好呢？

不可否认，中国企业在一些领域和西方还有差距，但是在制造业方面，中国是走在前面的。中国国家统计局曾发布报告显示，2007年，中国在全球制造业增加值中占比已升至14%，工业增加值突破10万亿元。数据表明，在世界上每一百人中就有14个人用的是中国制造的东西，足以显示中国在世界制造业中的地位是不容置疑的。

据中山华帝燃具股份有限公司制造事业部负责人称，中国的制造业无论是做工精度还是制造能力在世界当属前列。就拿华帝生产的嵌入式灶和油烟机为例，华帝灶具是行业里面公认的，在国内连续15年销量第一，产品具有当今灶具行业中最先进的“离子熄火保护”、“脉冲延时点火”等多项专利技术。今年，华帝在全球首先推出“第二代自动洗技术”。自动洗油烟机一经上市就以省时、省力、省心的理念成为焦点，这被行业称之为引发烟机技术革命的导火线。正是这些先进的技术使得很多海外品牌上门请华帝做代工生产。到目前为止，华帝每年远销海外的总额已超过两亿。华帝以“2008年北京奥运会燃器具独家供应商”的身份制造了“祥云火炬”，同时成为2011年深圳世界大运会合作伙伴，为大运会提供火炬和传递技术支持。这足以见证华帝等本土品牌在国内厨卫市场上占据着绝对的制造研发优势，向世界展示了强大的中国制造能力。(周帝)

家庭图书馆不是梦



喜欢读书的朋友们家中可能也有很多藏书，为了收藏这些书籍，需要有很好的储藏方案，比如设计一个“家庭图书馆”，可以将图书馆建在客厅里，如果家中没有这样的图书馆，就只能把书籍存放在角落里了。

(大洋网)



集成吊顶行业白皮书权威发布 友邦担任唯一主编企业单位

2011年7月，由浙江友邦集成吊顶股份有限公司和全国工商联家具装饰业商会天花板专业委员会共同主编的《中国集成吊顶行业发展与消费白皮书》完成修订，在第十三届中国广州建博会期间权威发布。

集成吊顶自友邦2004年发明到今天，已成为新型建材主力军，深得消费者青睐。但由于行业发展时间短、市场门槛较低，很多以次充好、假冒伪劣产品流入市场，严重侵害了消费者权

益。为正确引导消费，由全国工商联家具装饰业商会联合中消协、国家建材检测中心以及友邦集成吊顶等业内企业共同编制了集成吊顶行业白皮书，就集成吊顶的市场概况、产品概要、质量判断、消费指南、维权途径等内容作了清晰准确的阐述。该书是行业唯一通用标准，对于正确引导消费、保障消费者和企业的合法权益起着不可替代的作用。

友邦作为集成吊顶行业的开创者和领军品牌，以马拉松式的产品创新精神不断推动行业升级，并成为行业唯一“中国集成吊顶色彩研发基地”。公司以前瞻的产品设计理念，从空间照明、取暖、换气、音乐、美学等出发，用设计同步满足您视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉(艺术品位)的五感享受，全方位满足消费者追求舒适、时尚家装的需求。

(志华)