

## “瑞境·皇冠水岸”看大明

营销总监：何佳侃

初见大明家居“住宅实景体验广场”这个项目时，很有好感、很亲切，因为以前在业内听到过类似的想法，十分期待，却遗憾于好项目一直处在空想状态下，没能落地实施。现在大明超前一步，果敢行动，用切实可行的理论模型、调查数据和2万平米的巨大空间将构想落地为现实，弥补了一直以来的遗憾，也让我对这个项目更具信心。这个新项目很大胆，要把房产搬进卖场里，初听之下有些不可思议，仔细分析就能发现可行性非常高，是顺应局势的择优选择，值得尝试。我们都知道，一个企业要想发展下去就需要不断创新、进步，我们不排除任何对企业发展有帮助的新思想、新理念。

选择入驻大明家居，我们欣赏的是大明整合资源的大魄力。大明整体家居广场两万平米将汇集来自济南本土、省内及全国知名的各主要住宅开发商，几十个住宅楼盘和二手房中介，打造齐鲁住宅地产品牌营销中心。同时，我们看中的是大明“整体家”的概念，从购房开始，建材、家装、家具、家电一站式整体家居服务，蕴含家文化，家体验，家感受的购物空间，开创了中国体验式家居卖场新境界。

选择入驻大明家居，我们依靠的是对自身产品、户型的设计理念、高品质的规划配套，先后获得“清华百年2006年典范社区奖”、“齐鲁经典别墅奖”、“2007鲁商最富有特色品牌”、“2007济南生态别墅”、“山

# 知名品牌看大明

东省环保健康十大绿色家园”、“2008中国房地产500强品质热销楼盘”等诸多荣誉，杨慎、唐学山、张颢武、陈国庆等国内业内专家更对项目赞誉有加。我们敢于将真实的产品、户型交给消费者检验，同时也真诚的

考察、实景体验。

选择这个项目更重要的是出一份责任。消费者买房太辛苦了，东奔西跑，费时费力，他们实在是需要有这么一个地方减少奔波之苦。作为一个有担当的企业，是需要有社会责任的，在创造利润、承担法律责任的同时还要承担对消费者的责任，要对消费者、对环境、对社会做一些力所能及的事。这个项目对我们的行业、对千万消费者来说都是好事，我们愿意同大明家居一起将这个在全国首开风气的好项目经营下去，推广开来。

瑞境·皇冠水岸项目简介

瑞境·皇冠水岸位于济南市东，章丘西，明水湖畔，连接经十路、世纪大道、济青公路，交通便捷，一脉贯通，被誉为“离尘不离城”的国际化生态居住环境。项目沿明水湖建筑，并配有滨湖公园、滕朗遗址公园、游艇、帆船、水上高尔夫、垂钓俱乐部、野外烧烤场等诸多奢华配套，同时配有多功能会所、幼儿园、全方位定位系统、智能化安防、人防系统、保姆式物管

服务等国际化服务，为生活提供前所未有的贴心服务和安全保障，旨在打造最为舒适、奢华、高贵的上流生活环境。项目总占地1000余亩，共1200余户，达到了平均一亩一亩的高端居住环境标准。规划结构为：“一岛、一轴、两带、三环、四片区”，构成清晰有机的整体框架。居住片区共分为八个组团，一期开发二区和六区，二区销售率已达70%以上，于2009年6月正式交付使用。二期工程为三、四、八区，位于项目中部黄金私密地段，二期工程继承了一期诸多优势，在建筑外立面、户型、面积设计等方面依据市场反馈进行了精心调整，使二期的设计更加完美精致。

瑞境·皇冠水岸，中国湖居样板别墅，齐鲁第一湖湾美墅。



蛇有足够的持久力就能征服沙漠。最近一段时间，术守震开始负责房产招商工作，对新的工作内容，他显得很有信心，“因为困难已经一步步解决，前期的铺垫很到位，项目本身足够好，我们的工作已经做到位，我们的整合运营能力足够强，开发商的认可和拥护是最好的说明，他们只是不够了解，一旦了解，必将势如破竹。”

绿洲。在术守震的眼里，与他并肩作战的同事们是最具活力的团体，富有朝气，对未来充满希望和憧憬，心中有片绿洲。这片绿洲是家，有房产、建材、家具、家装、家电，涵盖着家的方方面面，一笔一划绘成一个美好的家；这片绿洲是文化，可以体会到一个模式、一种理念，构筑成独特的家文化；这片绿洲是品质，为每个爱家的人打造出有品位的、真实的生活方式。为心中的这片绿洲，术守震和身边的伙伴一起为事业拼搏，为信念坚持。

## Son of Homing 大明之子

——总经理助理 术守震

“对于一只远足的骆驼而言，可怕的并不是眼中尽是沙漠，而是心中没有绿洲”。这是术守震最常说的话，很多老员工已经耳熟能详。做了那么多年的培训工作，接触过太多的至理名言，对他来说，最适合于总结自己的，始终还是这一句。

远足。同事们喜欢称呼他术教授，中文文秘专业的学历背景，学识广博、说理透彻，再加一副黑框眼



镜，从内到外都更像是忙碌在大学校园里传道授业解惑的资深教授。然而，翻开他的工作履历，客服、行政、培训、运营……到现在的招商工作，术守震都曾涉猎过，他将人生看做一次远足，需要行动起来，不断向前。于是他选择深入到更多的领域，转换不同的身份和角色，以期更快地进入状态，全方位提升自己，获取更多的成功。

沙漠。大明做的是新项目，将房产和家居结合，全中国第一家。术守震从项目诞生开始，目睹了它逐渐完善、逐步落地的全过程，也经历了不少挫折。他从不否认压力和困难，而是相信有能力的人不会惧怕困难，并能依靠行动解决困难。如同沙漠的确有危险，但是骆

## 大明招商团队

Da Ming You Xiu  
Zhao shang tuan dui



术守震  
总经理助理



巩杰  
房产招商部 主管



刘国辉  
市场推广部



于鹏  
房产招商部 客服



武继贺  
房产招商部 客服



段丽丽  
房产招商部 客服



宫婷  
房产招商部 客服



李钰  
房产招商部 客服



孟祥涛  
房产招商部 客服



常熙晨  
房产招商部 客服



卜晓辉  
建材招商一部 部长



崔雪飞  
招商部 招商经理



李晴  
招商部 招商经理



王翠  
房产招商部 客服



王荣  
房产招商部 客服



马训辉  
家具招商一部 部长



才亮  
招商部 招商主管



卢青  
招商部 招商主管



张菁  
招商部 招商主管



孙娜  
招商部 招商主管



吕潇飞  
建材招商二部 部长



张震  
招商部 招商经理



崔本超  
招商部 招商经理

济南市北园大街中段372号 No.372 Middle of Beiyuan Avenue Jinan City  
招商热线：0531-66568888 传真：0531-88608127 邮编：250033 网址：www.c-homing.com

# HOMING

中国房产家居整合运营第一品牌 家·让生活更精彩

HOMING Express 大明家居 主办 总刊20090610 第006期



## 中国房产家居业，格局从济南重写！

提起北园大街，所有济南人乃至山东人，首先会想到装饰建材一条街，它见证了整个济南市乃至山东省家居建材行业的发展史，孕育了大多数济南建材业的精英，是齐鲁家居业的发祥地。然而，随着中国家居行业不断发展升级，外来家居大鳄逐一登陆济南，北园的本土家居企业在激烈竞争中正面临严峻的生存考验。北园商圈面临产业升级，亟待二次腾飞！

### ◎ 老商圈没落，城市永远的伤痛

中国的城市化进程发展到今天，城市发展已经开始进入了一个集约化发展的阶段，盲目地快速扩张，单一靠土地出售圈钱，缺乏核心产业作支撑，只能表面风光，发展后劲却明显不足。一个城市的商圈，首先是一个城市文化形态和经济形态的复合体。王府井、西单之于北京，南京路、城隍庙之于上海……这些商圈无不是其所在城市的符号，其深厚的文化底蕴和强大的财富吸附能力，无不成为这个城市的名片和品牌。

大规模的旧城改造和造城运动，同时也拆除了大量的文化底蕴和历史沉淀，济南的大观园商圈就是鲜明的例证，这个八九十年代商气最火的地方如今却逐渐被淡忘，城市中心的迁移固然是个中原因，但缺乏创新变革和管理者的漠视却是主因……

### ◎ 齐鲁家居业地标，何时再次腾飞？

北园家居商圈原来是在白鹤庄、清河庄、杨庄、边庄、沃庄等初期装饰建材市场集群的基础上发展起来的，如今大部分却已开始没落，清河基本上被银座吃掉；杨庄已经被来自武汉的欧亚达吞并，沃庄则完全成为居然之家和红星美凯龙的天下，而嘉汇、富雅、东亚金星在苦苦支撑，白鹤也老态初显……

任何一次转折，任何一次变革，都将意味着新生力量的诞生！挑战即是机遇，老商圈传承了这个城市更多的文化历史底蕴，生命力更持久，升级一个老商圈比打造一个新商圈更有意义。本土家居企业在又一次生命轮回中，必应蓄势待发，关键时刻挺身而出，成为北园二次腾飞的龙头力量！

北园亟需二次腾飞，本土家居呼唤新生力量！

### ◎ 白鹤亮翅，开创中国第三代家居模式

任何商圈的兴盛，无不伴随着一种商业形态的兴衰史，北园家居商圈经历了中国第一代家居模式（其代表是白鹤市场和金牛建材）和第二代家居模式（其代表是红星、居然、银座），已经遇到了发展瓶颈。买送、打折等相对单一的促销手段已经改变不了其衰退的命运。

在历史的转折时刻，白鹤集团投资3亿元人民币，直接跨越第二代家居卖场模式，打造中国第三代家居模式——大明整体家居广场。项目整合家居产业链条的上下游，特别是上游环节——住宅开发商，使其真正融入整个产业链的生态循环，从而大大推动下游产业如建材、家具、家装、家电等的发展，整个产业以产业生态圈的形式去参与市场竞争。这就是中国第三代家居模式，也叫整体家居模式。我们也可以把这种模式称为“泛家居模式”，从房产角度来讲，也可叫作“泛房产模式”。这一模式完全改变了中国家居行业的游戏规则，同时为房地产业开辟了一个全新的营销平台！

白鹤亮翅，华丽转身，大明家居将携手银座家居，共同扛起济南本土家居产业的复兴大业！大明家居，将走向全国，争创中国第三代家居模式第一品牌！

### ◎ 北园升级，整合百亿住宅产业！

中国的房产销售模式经历了以下两个阶段：第一代房产销售平台——“办公室”坐销时代和第二代房产销售平台——“售楼处”坐销时代。任何事物发展到一定阶段，必然要回到原点。房地产市场的发展和逃脱不了这一市场定律。住宅市场历经浮华，终于又回到理性的原点。产品品质、消费者的真实体验、消费者让渡价值的最大化，这才是购房者最终买单的本原。大卖场销售方式，为消费者提供最大便利；行销模式实现与客户的一对一互动服务；房产的整合运营实现了消费者的价值最大化。第三代房产销售平台实现了完全以客户为导向的市场目标。大明家居住宅实景体验广场应时而出，打造中国第三代房产销售平台，房产销

售开始进入整合运营的卖场行销时代！大明家居的诞生，同时将伴随着济南市每年近百亿住宅销售整合到天桥区，本区未来的税收和财政收入必将有巨大的提高！

伴随着中国第三代房产销售平台的诞生，北园将注定被载入中国的房地产发展史册，北园商圈，将从此实现升级跨越！

### ◎ 中国房产家居业，格局从济南重写

阿里巴巴、Google、百度创造了网状经济时代的神话，从此，品牌不再是核心竞争力，资源也不再是绝对优势。有效整合资源，以自身有限的资源去整合社会无限的资源为企业所用，才是最大核心竞争力！房产、家居、生态产业链，从此成为北园的关键词。整体家居、产业链的整合，才是北园商圈的核心竞争力。占据行业的制高点，引领中国“整体家”这一全新行业的发展，改写中国家居业发展史，改写中国房产业发展史，成为新北园的历史使命。

中国房产家居业，变革创新于北园，格局将从济南重写！北园商圈的产业升级，将会带动整个北园商圈家居行业的裂变性升级，提升整个家居商圈的档次和经营水平，从而带动整个北园地区商业结构的质变，一改往日环境和形象水平低下的印象。

大明整体家居广场开业后，预计上游住宅房产销售未来每年将达到近万套，总销售额近百亿元人民币；下游家居类产品年销售额将达到5亿元人民币，可实现利税1亿元左右。同时，大明家居项目的开业，将直接增加就业机会1000多人，其相关衍生产业将增加就业机会上万人，极大地缓解本区的社会就业压力。

取之于民，用之于民，大明家居将致力于社会公益事业，做具有高度社会责任感的企业，回报消费者，回馈社会！该项目的建成，还将使北园商圈成为中国家居乃至房产行业关注的焦点，成为济南在中国商业领域的样板，大大提高城市的影响力。

新北园，新济南，将从此走向全国！

## 房行无阻！泉城百姓将告别看房苦

——房产商联手打造济南首个看房班车总站

五月楼市低迷的成交量和如潮的涨声让人有点看不懂，最近频繁出现的“高退房率”究竟是前期积累的正常现象还是房产商自买自退的套现手段至今仍有争论，房地产市场显得迷雾重重、扑朔迷离。但是可以肯定的是：房产商的日子依旧不太好过，供大于求的局面仍然存在，整个行业处于买方市场的大势不会变。在这样的新形势下，房地产业近几年有一个信号越来越明显，即资源整合、合作共赢。从第一届房展会的举行、第一个网上营销网络的建立，到第一家房地产卖场即将出现，无不是对这一信号的体现。近期，济南还将建成首个看房班车总站，同样是房产商联手打造共赢平台的有力举措。

看房班车总站建成后，泉城各大待售楼盘看房班车将汇集一处，随时待命发车，极大地方便了看房者的看房需要。房产商的此次联合既为购房者提供了一条看房捷径，也为自己开辟了合作共赢的新平台。此举背后，我们能够看到房地产行业为摆脱困境，而顺应大势做出的一些良性转变。

一是资源整合，信息共享。资源整合是房地产未来十年发展最显著的趋势之一，也是房地产企业经过成长期的积累，在拥有了大量资本、技术、品牌之后实行可持续发展战略的重要前提。近十几年来，中国房地产行业经历了一个从无到有的过程，并涌现了一批优秀的企业。他们努力的方向各有侧重，形成了各自的特色和品牌优势。优秀企业的存在，使合作时代的来临成为可能。这种可能性源自于四个方面：资金、团队、管理与品牌。即使是优秀企业，仅靠自身发展，在文化、能力、资源上难免遭遇这样或那样的瓶颈，只有充分合作、相互融合、取长补短，才能真正营造一个成熟的房地产行业。楼市通过资源的高度整合，对于楼市品质的提升、交易信誉的提高、市场的稳定都有好处。

二是营销方向配合买房市场，以消费者需求为导向。在市场经济中，任何一个行业的营销都扮演着十分重要的角色。对房地产来说，营销的重要性就更为突出。这是因为房地产商品具有区别于其他一般商品的特殊性。它建设周期长，使用时间长，尤其是交易价格巨大，人们购买房地产商品，通常是花费几年甚至更长时间的积蓄，它寄托了人的希望、憧憬和追求。近年来，随着消费者权利意识不断增强，加之买方市场的形成，以消费者认知为导向制定营销计划对房产商来说尤为重要。它的核心就在于运用有效的手段实现与消费者的良性沟通。购置住房是大多数市民一生中最大的一笔支出，在选择商品时必然保持高度慎重，而房地产的特殊性——楼盘分散——为购房者货比三家带来了不小的交通难题，时间和线路都是购房者个人很难解决的麻烦，看房班车总站正是基于解决此类麻烦、满足消费者利益而建成，在为看房者省时省力的过程中也能为房产商自己带来更多的人流和机会。





# 大明家居“有问必答”Q&A

## 一、大明家居将为济南地产业提供哪些销售平台？

1、济南房产商的春天——大明家居住宅实景体验广场

大明整体家居广场一层1万平米，将汇集济南市十几个精品楼盘，打造中国首家“住宅实景体验广场”；七层1万平米，将有济南市60余个住宅楼盘和二手房中介入住，成为山东省最大的住宅大卖场。渠道模式的变革，将给济南地产商带来春天。

2、住宅地产模式革命——齐鲁住宅地产品牌营销中心

大明整体家居广场，将汇集来自济南本土和省内外及全国知名的各主要住宅开发商，将在广场内设立营销部门，通过商场的统一运营管理，建立一条全新的营销渠道。大明家居将成为名副其实的齐鲁住宅地产品牌营销中心。

3、激活住宅半壁江山，实现一、二手房联动——大明家居二手房超市

## 大明家居快讯：红旗飘飘，大明家居五月招商喜获满堂彩

进入五月，大明整体家居广场招商工作捷报频传、全面开花。前期持观望态度的部分商户开始抢占有利展位，前期明确摇头的个别品牌也纷纷递来橄榄枝，建材、家具、房产等各部门的招商工作均取得较大突破，先后有顾家工艺、富莱斯、东鹏、皇冠水岸等大品牌入驻，总体签单率达到70%以上。大明家居招商中心一楼的展位图上，红旗飘飘，煞是喜人，为招商工作完美收官打下了良好基础。能够取得如此佳绩，主要取决于两方面因素：

一是前期铺垫到位，昨天的汗水换来了今天的收获。项目开始招商时由于恰逢家居业寒冬，不少商户的经营情况出现困难，面对一家尚未竣工的商场和一个前所未有的理念模式，很多商户对项目有怀疑、有担心，这为招商工作的前期开展增加了许多困难。然而，我们的招商团队从未在困难面前动摇过，因为了解所以对创新的模式有十足的信心。他们不怕拒绝、不怕辛苦，一次次拜访，了解商户犹豫不决的原因，找出问题的症结，并能真心从商户的角度出发解决问题，用真诚和坚持一点点、一步步消除了商户的疑虑，获得了今天的成绩。

二是新模式获认可，实实在在的可操作性消解观望情绪。项目一经提出，大明家居就特别邀请了资深专家、学者就项目的可行性展开了周密的调研论证。随后，又根据时势需要和商户的切实需求不断对其加以完善，为商户分析投入产出，创造利益点，依照商业规划蓝图，逐步建立起清晰完善的新型商业模式和一整套切实可行的商业运作体系。如何运营、如何发展、如何获得利润……商户都能看得见、摸得着，才能对“中国第三代家居模式”从陌生到了解，并通过自己在家居业多年打拼的经验审视项目、认可项目，走出观望，放手一搏。

## 大明家居问计商户，携手共赢2009

随着开业时间日益临近，大明家居招商工作已进入最后冲刺阶段，开业筹备的各项事宜也被提上日程。为感谢广大商户对大明家居的关注和支持，保障项目开业成

功，也为能更好地服务广大商户，大明家居于五月下旬开展了一次向广大签约商户问卷计的活动。

活动以信函方式进行，包括三部分内容：

1、致商户的一封信。信中以真诚的笔触述说了大明家居的发展历程，表达了大明家居对商户经营状况的关注以及大明家居愿与客户结为战略合作伙伴，携手共度难关的信心和决心；

2、大明整体家居广场相关理念。包括中国第三代家居模式概念、项目概况、商业模型、各楼层概念规划等内容，将大明家居的战略方向、运营思路等，向商户做了一次清晰完整的传递；

3、“大明家居向您问计，携手赢在2009”调查表回复函。调查表从促销方式、媒体选择、积分策略、商场内部服务设施等方面征询商户的建议，集思广益，商户以选择和问答两种方式留下宝贵意见，为共同的发展出谋划策。

本次活动以商户的真实需要为出发点，与商户之间的沟通务实、有效，充分体现了大明家居“创新关怀，贴心服务”的服务理念。而商户在建材、家具市场经营多年的实践经验也将为大明提供一份完整、客观的市场真实情况的反馈，为项目运营提供依据。

“家，让生命更精彩”！大明家居已顺利走过了一年的历程，从项目初始的定位到今天清晰完善的新型商业模式，只待经过市场的洗礼。大明家居将为中国老百姓提供一种全新的住家消费生活方式，也将同时为广大商户提供一个全新的财富平台！与商户携手，赢在2009！

功，也为能更好地服务广大商户，大明家居于五月下旬开展了一次向广大签约商户问卷计的活动。

活动以信函方式进行，包括三部分内容：

1、致商户的一封信。信中以真诚的笔触述说了大明家居的发展历程，表达了大明家居对商户经营状况的关注以及大明家居愿与客户结为战略合作伙伴，携手共度难关的信心和决心；

2、大明整体家居广场相关理念。包括中国第三代家居模式概念、项目概况、商业模型、各楼层概念规划等内容，将大明家居的战略方向、运营思路等，向商户做了一次清晰完整的传递；

3、“大明家居向您问计，携手赢在2009”调查表回复函。调查表从促销方式、媒体选择、积分策略、商场内部服务设施等方面征询商户的建议，集思广益，商户以选择和问答两种方式留下宝贵意见，为共同的发展出谋划策。

本次活动以商户的真实需要为出发点，与商户之间的沟通务实、有效，充分体现了大明家居“创新关怀，贴心服务”的服务理念。而商户在建材、家具市场经营多年的实践经验也将为大明提供一份完整、客观的市场真实情况的反馈，为项目运营提供依据。

“家，让生命更精彩”！大明家居已顺利走过了一年的历程，从项目初始的定位到今天清晰完善的新型商业模式，只待经过市场的洗礼。大明家居将为中国老百姓提供一种全新的住家消费生活方式，也将同时为广大商户提供一个全新的财富平台！与商户携手，赢在2009！

功，也为能更好地服务广大商户，大明家居于五月下旬开展了一次向广大签约商户问卷计的活动。

活动以信函方式进行，包括三部分内容：

1、致商户的一封信。信中以真诚的笔触述说了大明家居的发展历程，表达了大明家居对商户经营状况的关注以及大明家居愿与客户结为战略合作伙伴，携手共度难关的信心和决心；

2、大明整体家居广场相关理念。包括中国第三代家居模式概念、项目概况、商业模型、各楼层概念规划等内容，将大明家居的战略方向、运营思路等，向商户做了一次清晰完整的传递；

3、“大明家居向您问计，携手赢在2009”调查表回复函。调查表从促销方式、媒体选择、积分策略、商场内部服务设施等方面征询商户的建议，集思广益，商户以选择和问答两种方式留下宝贵意见，为共同的发展出谋划策。

在大明家居住宅实景体验广场，消费者可以选择并体验实景的住宅，住宅里能真实呈现他们梦想中的家；你可以选择喜欢的家居装修风格，并方便地与设计师沟通交流；你尽可选用环保健康、称心如意的建材、家具、家电、家装饰品等，把自己的家装扮得更加亮丽。在这里，可以全景体验真正的家文化。

2、一日看遍济南房产——济南市居民购房总部

大明整体家居广场，将汇集整个济南市的近百个住宅项目，济南市民可以再也不用东奔西走，一日之内就可以尽览济南市的大部分住宅楼盘，将会改变济南市民的购房习惯。大明整体家居广场将成为名副其实的“济南市民购房总部”。

3、把团购进行到底——济南市居民住宅团购基地

以往的团购多为民间自发行为，组织的难度很大，协调性也差，大多数情况最终不了了之。大明整体家居广场为住宅团购提供了一个全新的第三方公共平台，具有强大的集客能力，其组织协调力大大高于民间自发行动，可以大大提高议价能力，最大限度的让惠于民。

4、济南看房班车总站——50辆免费看房车恭候

济南看房班车总站，设在大明整体家居广场停车场。每家开发商在此配备一辆看房车，每天运送从这里发往各大售楼处的购房客户，极大地方便了消费者的看房需要。



作”主题，包括体现搭档间合作的蒙眼过障碍、团队间合作的齐眉棍、上下级之间合作的报数、与竞争对手之间合作的红黑游戏等内容。大明家族在游戏中多方面展现了自己的综合素质。在报数环节中，每队由男、女两名队长布置战术，队员负责执行，队长承担输赢结果。大明家族的两位队长不给任何人压力，对惩罚一笑置之，只要求大家做好自己。轻装上阵的队员们凭借平时早会上的常规训练，在比赛中占据了压倒性的优势，而对方受惩罚做俯卧撑的数量由20个、40个、80个……累计到了640个之多。众多游戏中，让队员触动最大的环节是穿越纳粹集中营。两横两竖四条绳子围成的一个一米高、仅容一人平躺通过的狭小缺口就成为所有队员逃生的唯一出口，不能说话，不能触碰绳索，失败一个就要重新来过，游戏从当天下午15点持续到晚上九点，反复了几十次，没吃饭、没喝水、没休息。家具招商部马经理被队员砸到脚，受了伤，强忍着默默坐在一旁，不让大家为他担心；第一个通过的队员得到的帮助小，完全要靠自己的腰力支撑，困难极大，一直由大明家族的成员来完成；当一轮失败了，是大明家族的成员带领在场的

所有队员拍掌鼓励，打起精神、越挫越勇、继续努力……

因为团结、高效、优异，大明家族所在的队伍获得了奖项，老师们记住最多的都是大明家族成员的名字。在影响力的内部培训中，大明家族能够凭借自己的出色表现成为舞台中最具影响力的群体，这是莫大的荣誉。



【我心中的大明家居住宅实景体验馆】征文选登：

# 相见恨晚

作者：顾洪斌



“我想有个家，一个不需要华丽的地方，在我疲倦的时候，我会想到它……”每当听到《我想有个家》这首歌，对于温馨家园的深情渴望油然而生。家是我们每个人温馨的港湾，家又是我们心灵的最终归宿，构筑温馨舒适的家园可谓是我们每个人毕生的追求。在茫茫都市之中，找一处心仪的所在，将它布置成梦中的天堂，和家人一起尽享天伦之乐，这将是何等美好的人生境地啊。

可是，要想在偌大的都市之中找到自己心目中理想的住宅户型，随后将它装修得舒适宜人成为心中爱巢又谈何容易。为了购得心宜的住房，很多购房者都要东奔西跑，在反复地挑选和比较后身心疲惫。即使踏破铁鞋终于购得居所，又要考虑把自己的安乐窝构筑得舒适，就需要在家装设计及家具建材等方面多费心思，一个新家园的营建着实让人操心不少，麻烦多多。再加上普通的建材家具市场基本上还是些“地摊式”杂货交易市场，其中的相关家居产品优劣并存，部分鱼目混珠的假冒伪劣商品也经常招摇过市，这无疑给大家带来选择上的难度，一不留神看走了眼，就得吃亏上当。

“如果购房、装修、家具等能一站到位就好了！”，很多朋友经常会心生感慨。大明家居住宅实景体验馆的出现可谓是想消费者所想，急消费者所急。正在紧张筹建中的大明家居联合众多房产商打造的“住宅实景体验馆”，就是以实景体验式展示平台来实现房地产与相关产业链的资源共享。当住宅实景体验馆融入了住宅样板、建筑设计、建材产品、家居设备等相关产业最新科技产品于一馆之中时，广大消费者就能直观、全面地了解住房、建材和家居相关产品的特点和性能，让我们消费者轻松拥有美好幸福家园。

毫无疑问，住宅实景体验馆里的各种资源共享孕育和创造着充满生机的市场。由于体验馆的诞生开创了房产销售的新模式，开辟了房地产上、中、下游产业链上的营销模式新纪元，方便周到的运营机制可以充分满足广大购房者的需求，减少了东奔西跑、货比三家的麻烦，可谓是轻松置家的理想明智之选。从实景布局的环境到完善的相关产业链，大明家居以崭新的经营和运作方式奋勇搏击于汹涌澎湃的商海中，业态上大胆创新，购房、家装、家居、家饰的多位一体使大明家居真正成为家居业“一站式”购齐的样板。作为大明家居潜在的消费顾客，我认为敢于创新的大明家居良性运营后终将

## 我的家 我的爱 我的梦

作者：牛淑娟 柳剑

为即将开业、展现风采的“大明家居住宅实景体验馆”赋诗一首，希望它能成为济南房市和家居市场的新动力、新势力和新引力，让我们都能从这里感觉到家的美好，让有爱的人都有家，让有家的人更爱家，让大明家居和来此的消费者都有美好的愿景，实现品质的生活、艺术的生活、和谐的生活。

家是我爱的爱  
家是爱里永远的方向  
家是我我的梦  
家是梦里纯真的天堂

大明家居  
创造品质生活  
大明家居  
引领全球风尚  
你就是那爱甜蜜的依靠  
你就是那爱琳琅的广场  
奉献经典 演绎精彩  
点缀着四季绚烂芬芳

家在我我的心  
家是心里宁静的港湾  
家在我我的眼  
家是眼中璀璨的星光

大明家居  
影视靓丽风情  
大明家居  
描绘色彩斑斓  
你就是生活惊喜的现场  
你就是生活崭新的光芒  
用心专注 用爱投入  
心动的感觉自由徜徉

丝丝真情在你我心中流淌  
缕缕幸福在我我心中荡漾  
大明家居

我的家 我的爱 我的梦  
让每一个家更美好  
让每一个梦更闪亮  
大明家居  
我的家 我的爱 我的梦  
让我们的家更美好  
让我们的梦更灿烂  
让我们的爱地久天长

