# 2025年家装公司七夕活动策划书简短(8篇)

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2025-06-01

*20\_年家装公司七夕活动策划书简短一从20xx年9月13日到城市人家到现在也有四个月时间了,回想起来时间过得还挺快的。想想刚来到城市人家的时候感觉自己没有进入状态,找不到方向,什么都不懂 每天都不知道要做些什么事,但是公司并没有放弃我，在公...*

**20\_年家装公司七夕活动策划书简短一**

从20xx年9月13日到城市人家到现在也有四个月时间了,回想起来时间过得还挺快的。想想刚来到城市人家的时候感觉自己没有进入状态,找不到方向,什么都不懂 每天都不知道要做些什么事,但是公司并没有放弃我，在公司领导的悉心关怀和指导及唐经理带领下，在魏主管的帮助下及各位公司同仁的大力支持和配合帮助下 ,针对具体细节问题找出解决方案,.通过公司对专业知识的培训与操作, 这才让我找到了方向感,慢慢融入到了这种工作环境与工作模式,后面的工作时间里我每天都过得很充实,从从刚开始的没有客户到现在客户不断增加，虽然付出的劳动没有得到相应的回报,很多次对我的打击也不小,但我相信,付出总会有回报的.努力了就会有希望,不努力就一定不会有希望.成功是给有准备的人。

在这新春伊始之际，很有必要静下心来对一年来的生活、工作、学习进行回顾、梳理、和总结，提炼经验总结教训，便于新年度更好更快的完成今年的任务打下基础。现将本人的年度总结向各位领导汇报如下：

具备的技能：1平面设计技能 2、网络推广技能 3倾听，赞美，认同，模仿， 须要大量学习装饰装修行业的相关知识，及网销的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作需要，唯一的方式就是加强学习。

脚踏实地，

能够独立完成的工作：1、平面设计 2、博客优化 3、活动推广 4、看不见摸不着的产品更是对网销人员要求甚高。所以不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独挡一面，认真对待，及时处理，不拖延、不误事、不敷衍。

存在的问题：通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当，要加强认真学习销售员的规范。

通过在城市人家工作的这段时间里，我突然感到自己身上的压力变大了，要想不被淘汰出局，要想最终成为一名合格的专业家装顾问，但是我知道不是只会发发帖子就行的，更要努力地提高自身的业务素质、理论水平、创新能力等。

**20\_年家装公司七夕活动策划书简短二**

木工，是一门工艺，一门独有的技术，也是建筑常用的技术，家装木工承包合同怎么写呢以下是小编整理的家装木工承包合同，欢迎参考阅读。 家装木工承包合同范x一 甲方：(发包方) 乙方：(承包方) 本着互相信任的原则，就甲方的木工工程达成以下协议。

第一条 工程概况

1、装修施工地点：

2、工期：

3、本项工程预计费用元人民币。

第二条 材料供应的约定

1、甲方提供的材料 乙方必须至少提前三天向甲方提出下一工序需要购买的材料清单，并注明所需要材料的数量。甲方应按时提供乙方需要的材料。 甲方负责采购供应的材料应符合设计要求的合格产品，并应按时供应到现场，甲乙方应办理交接手续。乙方如发现甲方提供的材料有质量问题或规格差异，应及时向甲方提出，甲方仍表示使用的，由此造成工程损失，责任由甲方承担。 乙方自带施工的必须工具(锥子、切割片等)，要保证安全性、良好使用性，乙方自行承担工具维修费和损耗费用。

第三条 有关安全生产和防火等的现场管理约定：

1、严格遵守规定的装饰装修的施工时间，降低施工噪音，减少环境污染，处理好由施工带来的扰民问题及与周围单位、住户的关系。

2、未经甲方同意及有关部门批准，施工中不得随意拆改原建筑物结构及各种设备管线。

3、工程竣工未移交甲方之前，负责对现场的一切设施和工程成品进行保护。

4、乙方施工人员的一切安全问题由乙方自行负责。

5、乙方施工人员必须服从甲方管理员的管理。

第四条 关于工程价款、承包内容、施工工艺、结算的预定：

1、石膏板吊顶 元㎡

2、灯带 元㎡

3、中空密度板造型线条 元

4、背景墙大芯板打底 元㎡

5、面板柜子 元㎡

6、窗帘盒 元

7、做假梁 元(40分以上)

8、包门套 单面 元 双面 元

第五条 付款方式

1、对于双包的工种，材料进场甲方预支材料款给乙方

2、按工程进度给于乙方预支工人生活费

3、各工程完工以前付到造价的70%

4、工程竣工(业主验收)付到造价的100%

5、甲方未按工程进度支付的，乙方有权停工

第六条 纠纷处理方式： 因工程质量双方发生争议时，双方协商解决;当事人不愿通过协商、调解解决，或协商、调解不成时，可以按照本合同约定向人民法院提起拆讼。

第七条 符则

1、本合同经甲、乙双方签字(盖单)后生效。

2、本合同签订后工程不得转包。

3、本合同一式两份，甲、乙双方各执一份。

4、合同有效期至 甲方签字(盖单)： 乙方签字(盖单):\_\_\_\_日期：\_\_\_\_日期： 家装木工承包合同范x二 建设单位(甲方)： 承包单位(乙方)： 甲方有 ，现委托乙方对该卖场 木工工程 部份进行广告装修。该工程所用的材料由甲方负责，乙方按甲方图纸进行施工(附图纸)。

一、工程名称：室内装修 木工 工程

二、施工地点：

三、木工工程总造价：按甲乙双方签订的价格(附价格表、施工验收检准)

四、付款方式：工程完全完工并经业主和甲方项目负责人验收合格后，甲方贰拾天内支付乙方95%的工程款，余下的5%的工程款为质量保证金，甲方需于三个月后支付给乙方。

五、施工期限：从\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止 共 天内完成，如因甲方改变设计方案，或甲方材料不能按时到位，工期将顺延。

六、保修：保修期为 半\_\_\_\_\_\_\_\_年，保修期内属乙方施工质量问题，乙方需进行保修，保修所产生的费用(包括材料)均由乙方负责，或由甲方从质量保证金中扣回;若费用超过质量保证金，甲方有权在乙方的其他工程款中扣回。(如属人为损坏或天然灾害问题，不在保修范围之内)。

七、责任：

(1)、乙方在进场施工前需检查墙体结构的完整、对上工序完工的基本验收，并作好验收交接。对接收甲方的材料时应作数量和质量的验收，验收后出现的短缺和损坏由乙方负责。另如发现乙方人员偷取甲方的材料，一经证实将以一罚十处理。

(2)、乙方未经甲方同意不能变更施工方案，否则造成的经济损失由乙方负责。

(3)、施工过程中乙方应注意消防、工伤的安全，严格按照甲方的施工指引进行施工，施工期间由于乙方的原因所造成的意外损失和工伤，由乙方自行负责。

(4)、因乙方的原因未能按工期完成的，按延误天数每天扣罚总工程款的5%.

八、本合同一式两份，甲、乙双方各一份。由双方签字后生效，全部工程结算后自行终止。

九、单价 室外铝塑板招牌 室内基层打底 室内铝塑板 室外铝塑板包柱 甲方： 乙方： 签约代表： 签约代表： 签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 家装木工承包合同范x三 业主(以下简称甲方)： 身份证号码： 联系电话：施工方(以下简称乙方)： 身份证号码： 联系电话：甲乙双方本着友好合作的态度，按照《民法典》等相关法律，在平等公正的情况下签订合同如下：

一、工程概况 工程地址：

二、价格 木工清包工费：。

三、付款方式

1、施工人进场，预支生活费：

2、其余款根据施工进度分期支付 ，工程完成付 经验收合格，\_\_\_\_日内结清其余款项 元。

四、设计

1、甲方须向乙方提供图纸一套，付装修内容明细表，并负责交底工作。

2、甲方若无图纸，须向乙方交代清楚要求，乙方施工前须画草图让甲方认可。

3、如有项目变更，经双方协商，工程相应调整。

五、材料

1、乙方应提前3天向甲方提供需购材料清单，甲方应在3天内及时采购材料供施工方使用，双方应各自承担各自拖延工期的责任和经济损失。

2、未经甲方同意，乙方不得自行采购材料，若已采购，甲方有权无条件拒绝使用并可拒绝支付材料的费用。

3、乙方应帮甲方收货，核对数量和配件的准确性。

4、乙方应保证施工期间在本小区内没有双包和半包的工程。

5、乙方应做好对施工完成的成品和甲方所提供的材料、设备的保管工作，禁止闲杂人等进入现场。由于乙方保管或安装不当造成损失的，应由乙方负责赔偿。

6、未经甲方许可，乙方不得携带任何建材出门，若发现此类现象，按材料价格的3倍从人工费中扣除。

六、工期 从\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止，工期为 天，因甲方因素拖延，工期顺延，因乙方因素拖延工期，甲方可相应扣除乙方的装修费。

七、材料搬运 甲方材料送至工程所在地，乙方施工人员应无条件协助搬运。

八、垃圾清运

1、垃圾袋装化，垃圾应日日清。

2、垃圾应由乙方清运至物业指定的垃圾堆放场所。

九、劳动力管理

1、开工前乙方应向甲方提供所有施工人员的身份证复印件。

2、未经甲方许可，所有人员不得在施工现场过夜。

3、甲方应及时替乙方办理小区出入证件并支付相关费用。

4、在合同价内，乙方应提供数人次跟随甲方挑选材料。

5、乙方未经甲方同意不得任意条换施工人员，每天工地必须保持人以上的施工人员。

6、未经甲方同意，任何情况下乙方不得停工或殆工。不得将工程转包他人。

十、施工机具 乙方自带施工所需工具，并保证工具的安全性和良好使用性，乙方自行承担工具的维修费。 十

一、工地现场管理

1、 现场禁止使用明火，现场禁止吸烟。

2、 油漆材料必须和其他材料分开放置。 十

二、维修

1、 因乙方施工原因导致的质量问题，乙方应在甲方通知乙方后3天内及时维修。

2、 若乙方未能按合同及时完成维修，甲方可以安排其他施工队进行维修工作，所产生的费用按实从装修费中扣除。 十

三、合同附件

1、 施工项目清单及明细表。 十

四、合同争议 出现争议甲乙双方友好协商解决，协商不成可向争议所在地法院提起诉讼。 十

五、装修要求 a,包门套、窗套、腰线、角线、柱边、吊棚、石膏线等

1、门、窗套线宽不大于3，厚度不大于3。

2、要求横x竖直，2米内1每工件外露部分倒角145，所有阴阳脚都要靠角尺。

3、垂直贴在门套上检查垂直度。

4、注意所有门要等高等宽。 b，储物柜：木工板低架、实木线收口，内部有隔断，(多组，见详细图纸)。壁柜验收要求：

1、 要求横x竖直，2米内1，每工件外漏部分倒角145，所有阴阳脚都要考角尺。 c，厨房橱柜：

1、 提前咨询柜体内水管布置。 d，其他说明要求：

1、 保证原先商定好的装潢设计思想，不能擅自改动。如有变化，必须征得业主同意。

2、 业主购买的柜门、房门、包括所购的材料、设备等协助搬运至现场及安装。

3、 除上述装潢要求外，如有增加或改动工作，不超过工程的10%，不增加工资。

4、 工程为清包，业主者提供材料。施工工具等设备由施工承包人自备自理。

5、 施工方必须保证施工质量，发生施工质量问题，施工方应及时予以改正。竣工验收时发 现质量问题，施工方应立即予以改正，在未达到业主的整改要求前业主有权拒付人工费

6、 施工人员要文明施工，爱护室内原有设施，禁止野蛮施工。业主所有物品未经许可，不 得擅自处理。业主对表现不好的施工人员有权要求掉换，承包人不得拖延。

7、 施工方负责及时清理建筑垃圾，工程施工结束后，施工人员负责场内建筑垃圾清运。

8、 承包人应加强对现场施工人员防火防盗安全教育，如违反操作规程发生安全事故，承包人自行负责，如对业主造成损失要进行赔偿。施工人员不得在施工现场违法乱纪，一旦发生问题，后果自负。 甲方：(签章) 乙方：(签章) 签约日期： 签约日期：

返

**20\_年家装公司七夕活动策划书简短三**

发包方(甲方)：

承包方(乙方)：

合 同 编 号：

北京市工商行政管理局

二o o四年三月修订

使 用 说 明

1、本市行政区域内的家庭居室装饰装修工程适用此合同文本。此版合同文本适用期至新版合同文本发布时止。

2、工程承包方(乙方)，应当具备工商行政管理部门核发的营业执照，和建设行政主管部门核发的建筑业企业资质证书。

3、甲、乙双方当事人直接签订此合同的，应当一式两份，合同双方各执一份;凡在本市各市场内签订此合同的，应当一式三份(甲、乙双方及市场主办单位各执一份)。

4、开工：双方通过设计方案、首期工程款到位、工程技术交底等前期工作完成后，材料、施工人员到达施工现场开始运作视为开工。

5、竣工：合同约定的工程内容(含室内空气质量检测)全部完成，经承包方、监理单位、发包方验收合格视为竣工。

6、验收合格：承包方、监理单位、发包方在《工程竣工验收单》上签字盖章或虽未办理验收手续但发包方已入住使用的，均视为验收合格。

7、工期顺延：是指非因乙方的责任导致工程进度受到影响后，工程期限予以相应延展。在工期顺延的情况下，乙方不承担违约责任。

(3)报价单应当与材料质量标准、制安工艺配套编制共同作为确定工程价款的根据。

第二条 工程监理

若本工程实行工程监理，甲方应当与具有经建设行政主管部门核批的工程监理公司另行签订《工程监理合同》，并将监理工程师的姓名、单位、联系方式及监理工程师的职责等通知乙方。

第三条 施工图纸和室内环境污染控制预评价计算书

3.1施工图纸采取下列第

(1)甲方自行设计的，需提供施工图纸和室内环境污染控制预评价计算书一式三份,甲方执一份,乙方执二份。

(2)甲方委托乙方设计的，乙方需提供施工图纸和室内环境污染控制预评价计算书一式三份，甲方执一份，乙方执二份。

3.2双方提供的施工图纸和室内环境污染控制预评价计算书必须符合《民用建筑工程室内环境污染控制规范》(gb50325-20xx)的要求。

3.3 双方应当对施工图纸和室内环境污染控制预评价计算书予以签收确认。

3.4 双方不得将对方提供的施工图纸、设计方案等资料擅自复制或转让给第三方，也不得用于本合同以外的项目。

第四条 甲方工作

4.1开工三日前要为乙方入场施工创造条件,以不影响施工为原则。

4.2无偿提供施工期间的水源、电源和冬季供暖。

4.3负责办理物业管理部门开工手续和应当由业主支付的有关费用。

4.4遵守物业管理部门的各项规章制度。

4.5负责协调乙方施工人员与邻里之间的关系。

4.6不得有下列行为：

(1)随意改动房屋主体和承重结构。

(2)在外墙上开窗、门或扩大原有门窗尺寸，拆除连接阳台门窗的墙体。

(3)在室内铺贴一厘米以上石材、砌筑墙体、增加楼地面荷载。

(4)破坏厨房、厕所地面防水层和拆改热、暖、燃气等管道设施。

(5)强令乙方违章作业施工的其他行为。

4.7凡必须涉及4.6款所列内容的，甲方应当向房屋管理部门提出申请，由原设计单位或者具有相应资质等级的设计单位对改动方案的安全使用性进行审定并出具书面证明，再由房屋管理部门批准。

4.8施工期间甲方仍需部分使用该居室的，甲方应当负责配合乙方做好保卫及消防工作。

4.9参与工程质量施工进度的监督，参加工程材料验收、隐蔽工程验收、竣工验收。

第五条 乙方工作

5.1施工中严格执行施工规范、质量标准、安全操作规程、防火规定，安全、保质、按期完成本合同约定的工程内容。

5.2严格执行市建设行政主管部门施工现场管理规定：

(1)无房屋管理部门审批手续和加固图纸，不得拆改工程内的建筑主体和承重结构，不得加大楼地面荷载，不得改动室内原有热、暖、燃气等管道设施。

(2)不得扰民及污染环境，每日十二时至十四时、十八时至次日八时之间不得从事敲、凿、刨、钻等产生噪声的装饰装修活动。

(3)因进行装饰装修施工造成相邻居民住房的管道堵塞、渗漏、停水、停电等，由乙方承担修理和损失赔偿的责任。

(4)负责工程成品、设备和居室留存家具陈设的保护。

(5)保证居室内上、下水管道畅通和卫生间的清洁。

(6)保证施工现场的整洁，每日完工后清扫施工现场。

5.3通过告知网址、统一公示等方式为甲方提供本合同签订及履行过程中涉及的各种标准、规范、计算书、参考价格等书面资料的查阅条件。

5.4甲方为少数民族的，乙方在施工过程中应当尊重其民族风俗习惯。

第六条 工程变更

在施工期间对合同约定的工程内容如需变更，双方应当协商一致。由合同双方共同签订书面变更协议，同时调整相关工程费及工期。工程变更协议，作为竣工结算和顺延工期的根据。

第七条 材料供应

7.1按由乙方编制的本合同家装《工程材料、设备明细表》所约定的供料方式和内容进行提供。

(1)应当由甲方提供的材料、设备，甲方在材料设备到施工现场前通知乙方。双方就材料、设备质量、环保标准共同验收并办理交接手续。

(2)应当由乙方提供的材料、设备，乙方在材料、设备到施工现场前通知甲方。双方就材料、设备质量、环保标准共同验收，由甲方确认备案。

(3)双方所提供的建筑装饰装修材料，必须符合国家质量监督检验检疫总局发布的《室内装饰装修有害物质限量标准》，并具有由有关行政主管部门认可的专业检测机构出具的检测合格报告。

(4)如一方对对方提供的材料持有异议需要进行复检的，检测费用由其先行垫付;材料经检测确实不合格的，检测费用则最终由对方承担。

(5)甲方所提供的材料、设备经乙方验收、确认办理完交接手续后，在施工使用中的保管和质量控制责任均由乙方承担。

第八条 工期延误

8.1对以下原因造成竣工的日期延误,经甲方确认，工期应当顺延：

(1)工程量变化或设计变更;

(2)不可抗力;

(3)甲方同意工期顺延的其他情况。

8.2对以下原因造成竣工的日期延误，工期应当顺延：

(1)甲方未按合同约定完成其应当负责的工作而影响工期的;

(2)甲方未按合同约定支付工程款影响正常施工的;

(3)因甲方责任造成工期延误的其他情况。

8.3因乙方责任不能按期完工的，工期不顺延;因乙方原因造成工程质量存在问题的返工费用由乙方承担，工期不顺延。

8.4判断造成工期延误以“双方认定的文字协议”为确定双方责任的依据。

第九条 质量标准

9.1 装修室内环境污染控制方面，应当严格按照《民用建筑工程室内环境污染控制规范》

(gb50325-20xx)的标准执行。

9.2本工程施工质量按下列第

(1)《北京市家庭居室装饰工程质量验收标准》(dbj/t01-43-20xx)。

(2)《北京市高级建筑装饰工程质量验收标准》(dbj/t01-27-20xx)。

9.3在竣工验收时双方对工程质量、室内空气质量发生争议时，应当申请由相关行政主管部门认可的专业检测机构予以认证;认证过程支出的相关费用由申请方垫付，并最终由责任方承担。

第十条 工程验收

10.1在施工过程中分下列阶段对工程质量进行联合验收:

(1)材料验收;

(2)隐蔽工程验收;

(3)竣工验收。

10.2工程完工后，乙方应通知甲方验收，甲方自接到竣工验收通知单后三日内组织验收。验收合格后，双方办理移交手续，结清尾款，签署保修单，乙方应向甲方提交其施工部分的水电改造图。

10.3双方进行竣工验收前，乙方负责保护工程成品和工程现场的全部安全。

10.4双方未办理验收手续，甲方不得入住，如甲方擅自入住视同验收合格，由此而造成的损失由甲方承担。

10.5竣工验收在工程质量、室内空气质量及经济方面存在个别的不涉及较大问题时经双方协商一致签订“解决竣工验收遗留问题协议”(作为竣工验收单附件)后亦可先行入住。

10.6本工程自验收合格双方签字之日起，在正常使用条件下室内装饰装修工程保修期限为二年，有防水要求的厨房、卫生间防渗漏工程保修期限为五年。

第十一条 工程款支付方式

11.1合同签字生效后，甲方按下列表中的约定向乙方支付工程款：

11.2工程进度过半，指工程中水、电管线全部铺设完成，墙面、顶面基层按工序要求全部完成，门、窗及细木白茬制品基本制安完成为界定工程过半的标准。

11.3工程验收合格后，甲方对乙方提交的工程结算单进行审核。自提交之日起二日内如未有异议，即视为甲方同意支付乙方工程尾款。

11.4工程款全部结清后，乙方向甲方开具正式统一发票为工程款结算凭证。

第十二条 违约责任

12.1一方当事人未按约定履行合同义务给对方造成损失的，应当承担赔偿责任;因违反有关法律规定受到处罚的，最终责任由责任方承担。

12.2一方当事人无法继续履行合同的，应当及时通知另一方，并由责任方承担因合同解除而造成的损失。

12.3甲方无正当理由未按合同约定期限支付第二、三次工程款，每延误一日，应当向乙方支付迟延部分工程款2‰的违约金。

12.4由于乙方责任延误工期的，每延误一日，乙方支付给甲方本合同工程造价金额2‰的违约金。

12.5由于乙方责任导致工程质量和室内空气质量不合格，乙方按下列约定进行返工修理、综合治理和赔付：

(1)对工程质量不合格的部位，乙方必须进行彻底返工修理。因返工造成工程的延期交付视同工程延误，按12.4的标准支付违约金。

(2)对室内空气质量不合格，乙方必须进行综合治理。因治理造成工程的延期交付视同工程延误，按12.4的标准支付违约金。

(3)室内空气质量经治理仍不达标且确属乙方责任的，乙方应当向甲方返还工程款在扣除乙方提供的与不达标无关的材料的成本价后的剩余部分;甲方对不达标也负有责任的，乙方可相应减少返还比例。

第十三条 争议解决方式

本合同项下发生的争议，双方应当协商或向市场主办单位、消费者协会等申请调解解决，协商或调解解决不成时，向 人民法院起诉，或按照另行达成的仲裁条款或仲裁协议申请仲裁。

第十四条 附则

14.1本合同经甲乙双方签字(盖章)后生效。

14.2本合同签订后工程不得转包。

14.3双方可以书面形式对本合同进行变更或补充，但变更或补充减轻或免除本合同规定应当由乙方承担的责任的，仍应以本合同为准。

14.4因不可归责于双方的原因影响了合同履行或造成损失的，双方应当本着公平原则协商解决。

14.5乙方撤离市场的，由市场主办单位先行承担赔偿责任;主办单位承担责任之后，有权向乙方追偿。

14.6本合同履行完毕后自动终止。

第十五条 其他约定事项

市场主办单位(盖章)：

法定代表人：

委托代理人：

联系电话：

年 月 日

**20\_年家装公司七夕活动策划书简短四**

今天为大家介绍的是家装装修合同精选，供各位阅读，希望能满足大家的阅读需求，看完后有所收获和启示。发包方：\_\_\_\_\_(以下简称甲方)承包方：\_\_\_\_\_(以下简称乙方)为维护双方的权益，根据现行的法律、法规和规章，结合本工程的具体情况，签订本合同，并遵照执行。

第一章 合同背景

第一条 施工地点位于\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_区\_\_\_\_\_路\_\_\_\_\_弄\_\_\_\_\_号\_\_\_\_\_室，(以下简称该房屋)。该房屋竣工验收合格，并已交付使用。

第二条 甲方委托乙方施工，使房屋安全、卫生、美观、适于居住、方便生活、令人心情愉悦。

第二章 施工单位资格

第三条 乙方是经过工商行政管理机关核准登记的企业法人，通过最近一次企业年检，具有经建设行政主管机关审定的从事民用建筑装饰装修工程的资质，资质等级符合本次施工的要求。乙方不具备营业资格或相应资质的，甲方有权终止本合同，乙方应当立即返还甲方已支付的费用，并赔偿乙方损失。

第四条 本合同签订前，乙方应向甲方出示《营业执照》、《资质证书》原件。

第三章 施工内容

第五条 该房屋属\_\_\_\_\_结构，房型为\_\_\_\_\_房\_\_\_\_\_厅\_\_\_\_\_厨\_\_\_\_\_卫，建筑总面积为\_\_\_\_\_平方米;施工的是其中的\_\_\_\_\_房 \_\_\_\_\_厅\_\_\_\_\_厨\_\_\_\_\_卫，施工面积为\_\_\_\_\_平方米。详见作为本合同附件

(一)的《房型图》中红线匡定部分。

第六条 施工内容和做法说明如下(不够可附页)：

(一)厅：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_;

(二)房：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_;

(三)厨：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_;

(四)卫：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_;

(五)其他：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_;前款没有说明的，依作为本合同附件

(二)的《装修施工图》确定。

第四章 材料、设备和价款

第七条 施工使用的材料和设备见作为本合同附件

(三)的《主要材料报价单》、作为本合同附件

(四)的《辅助材料报价单》，乙方的人工费见作为本合同附件

(五)的《人工费报价单》。

第八条至

第十三条在乙方提供施工使用的材料、设备以及劳务的情形下适用

第八条 该房屋工程总价款为\_\_\_\_\_元，其中材料费\_\_\_\_\_元、人工费\_\_\_\_\_元、管理费\_\_\_\_\_元、设计费\_\_\_\_\_元、垃圾清运费\_\_\_\_\_元、税金\_\_\_\_\_元、其他费用\_\_\_\_\_元。工程总价款是各分项价款的总和。前款所述的总价款和分项价款是乙方的预算价格。结算价格超出预算价格的，甲方按预算价格支付工程总价款;结算价格低于预算价格的，甲方按结算价格支付工程总价款。

第九条乙方对材料费、人工费、管理费、设计费、垃圾清运费的报价，不得超过本合同签订时该费用的市场平均价格。乙方在本合同中的报价超过市场平均价格的，按市场平均价格结算。双方对前款所述的市场平均价格有异议的，可以委托价格评估部门评估，价格评估部门的评估结论，双方应当接受。

第十条 乙方应在《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》中注明材料和设备的名称、生产厂厂名、厂址、品牌、型号、规格、等级、价格和数量。乙方提供并已经使用的材料和设备与《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》的规定不符的，甲方有权选择以下列方式之一处理，乙方应当接受：

(1)甲方同意继续使用的，乙方免收该材料和设备的费用;

(2)甲方不同意继续使用的，乙方应当根据《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》的规定更换和重做，更换后的材料和设备费减半收取，原工期不变。

第十一条 乙方应当提交说明书、保修单、环保说明书和购货发票复印件，甲方要求与原件核对的，乙方应当同意。发票上应当载明产品名称、品牌、型号、规格、等级、价格和数量。

第十二条 乙方提供的材料和设备质量必须符合国家标准，有质量检验合格证明和有中文标识的产品名称、规格、型号、生产厂厂名、厂址等，不得使用国家明令淘汰的建筑装饰装修材料和设备。乙方提供的材料和设备必须符合国家环保标准，包括但不限于完工后的室内空气质量，辐射、照明和噪音强度等指标，使甲方达到安全居住、生活的目的。乙方违反前两款规定的，应当立即更换和重做，更换后的材料和设备不再收费，原工期不变。

第十三条 甲方变更施工内容的，乙方应当同意。工期、总价款、《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》的内容相应变化的，经甲方书面确认后生效。

第十四条至

第十六条在甲方提供施工使用的材料、设备，乙方提供劳务的情形下适用

第十四条 该房屋的工程总价款为\_\_\_\_\_元，其中人工费\_\_\_\_\_元、税金\_\_\_\_\_、其他费用\_\_\_\_\_元。

第十五条 甲方提供的材料、设备，应当按时送到现场，乙方应办理验收手续。甲方提供的材料、设备不符合国家标准的，乙方应在验收后以书面形式向甲方提出，甲方仍表示使用，造成损失的，由甲方承担责任。甲方供应的材料、设备运抵现场，经乙方验收后发生损坏的，乙方应当赔偿。

第十六条 甲方提供的材料和设备，均应用于本工程;未经甲方同意，乙方不得挪作他用。因乙方原因导致甲方提供的材料和设备短缺或被更换的，乙方应按短缺材料和设备的价款或材料和设备被更换前后差价的10倍赔偿甲方。

第五章 付款方式

第十七条 工程款按以下方式支付：

(一)本合同签订后，开工前二至\_\_\_\_日，甲方支付相当于总价款30%的工程款;

(二)完成50%的工程量之日后的\_\_\_\_日内，甲方支付相当于总价款40%的工程款;

(三)竣工验收后\_\_\_\_日内，甲方支付相当于总价款25%的工程款。

(四)竣工验收合格\_\_\_\_\_\_\_\_年后或双方约定的保修期满，甲方支付相当于总价款5%的工程款。甲方支付工程款，乙方的业务员或施工人员收取的，视为乙方收取。

第十八条 因变更施工内容导致总价款增减的，甲方在竣工验收合格之日支付或收取增、减部分的款项。

第十九条 双方款项往来，均应出具收据。施工结束，甲方全额付清应付款项后，乙方应当出具合法发票。

第二十条 竣工验收合格后，甲方有权留取相当于工程总价款的5%的保修基金。竣工验收合格后\_\_\_\_\_\_\_\_年内没有发生工程质量问题的，甲方应将保修基金全额退还乙方。

第六章 结算

第二十一条 工程竣工，甲方验收后对价款有异议的，可以要求不超过\_\_\_\_日的核价期，核价期内，甲方有权暂停向乙方付款，乙方应当同意。甲方若委托

第三方进行评估的，核价期至取得评估报告之日届满。甲方委托

第三方评估价格的，以《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》约定的价格作为计算总价款的依据，按照评估结果结算总价款，乙方应当同意。

第七章 工程进度

第二十二条 本工程于\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日开工，\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日竣工，工期为\_\_\_\_\_天。每日施工时间为\_\_\_\_\_时\_\_\_\_\_分至\_\_\_\_\_时\_\_\_\_\_分(\_\_\_\_\_时\_\_\_\_\_分至\_\_\_\_\_时\_\_\_\_\_分休息)。工期中施工时间内，乙方未施工的，不论工程是否竣工，未施工的每\_\_\_\_日按延误工期\_\_\_\_日处理。不满\_\_\_\_日的按\_\_\_\_日处理。

第八章 施工

第二十三条 乙方指派\_\_\_\_\_为工程驻工地代，负责本合同的履行，包括根据要求组织施工，协调、处理由乙方负责的各项事宜。乙方对其指派的驻工地代行为均予认可。乙方更换驻工地代，应当书面通知甲方;甲方收到更换通知前，乙方对原驻工地代行为应当认可。

第二十四条 乙方应当自行施工，未经甲方同意，不得将本工程转包给任何

第三方。

第二十五条 工程执行db08-62-97《住宅建筑工程技术规程》、 db3130-1999《住宅装饰装修验收标准》，以及国家和本市建筑行政主管部门制定的其他标准、质量评定验收标准和双方的约定。

第二十六条 施工期间，甲方及其代表有权在现场查看、了解、检查施工情况，乙方应当配合;但甲方不得因此影响乙方施工。

第二十七条 乙方应当按照工程建设强制性标准和其他技术标准施工，按照甲方认可的设计、施工方案和做法说明完成工程，确保工程质量，不得偷工减料。

第二十八条 施工期间，甲方修改设计方案并相应地变更施工方案、增减施工内容的，应在变更的项目施工前通知乙方，乙方应当根据甲方的要求施工。甲方变更、增减施工项目的，应当与乙方签订作为本合同附件

(六)的《工程项目变更单》。因甲方变更工种项目引起竣工日期和工程总价款变化的，按本合同

第十三条的规定处理。

第二十九条 乙方在施工中不得变更建筑主体和承重结构，不得擅自折、改供暧、燃气管线，或实施其他影响建筑结构，危害使用安全，和超过住宅原设计标准的行为。甲方要求实施前款规定禁止的行为，乙方可以拒绝，但应当提供修改意见。

第三十条 乙方应当遵守施工安全操作规程，采取必要的安全防护和消防措施，保证作业人员安全，避免甲方房屋和其他财产的损失。乙方违反前款规定，造成损失的，应当赔偿。

第三十一条 施工中，不得侵占公共空间，不得损害公共部位的设施。乙方违反前款的规定，引起相邻纠纷和与物业公司及任何

第三方的纠纷的，应当负责处理，造成甲方损失的，应当赔偿。

第三十二条 施工现场发生的水、电、煤气、电话等公用事业费用由甲方承担，但日平均支出超过以下限额的，超过的部分由乙方承担：水费\_\_\_\_\_元日，电费\_\_\_\_\_元日，煤气费\_\_\_\_\_元日，电话费\_\_\_\_\_元日。前款所述施工现场每日发生的各项公用事业费为施工期间该项费用的总额与施工天数的比值，以公用事业企业的付款通知或收据为认定费用的依据。

第九章 验收

第三十三条 隐蔽工程完工后，乙方应在完工前\_\_\_\_日书面通知甲方验收，甲方应当按乙方通知的时间参加验收。甲方不能按时验收的，应当通知乙方另行安排时间。甲方无法及时验收，可能导致乙方延误工期的，乙方可以组织人员验收，甲方应当接受验收结果。甲方事后要求复验的，乙方应当按要求办理复验，复验合格的，复验、返工费用由甲方承担，工期予以顺延。

第三十四条 工程竣工后，乙方应在竣工前\_\_\_\_日书面通知甲方验收，甲方应自接到通知后\_\_\_\_日内按照工程设计合同约定和相应的质量标准组织验收，验收合格的，办理验收移交手续，签署作为本合同附件

(七)的《工程质量验收单》和作为本合同附件

(八)的《工程结算单》。乙方应当出具作为本合同附件

(九)的《住宅室内装饰装修质量保修书》。甲方在规定的时间内不能组织验收的，应当及时通知乙方另定验收日期，验收合格的，甲方承认原竣工日期。

第三十五条 乙方因施工质量问题导致甲方或

第三方人身、财产损失的，不得因甲方已经或未按照本合同

第三十三条、

第三十四条的规定验收，免除赔偿责任。

第十章 保修

第三十六条 工程保修期\_\_\_\_\_\_\_\_年。有防水要求的厨房、卫生间和外墙面的防渗漏为\_\_\_\_\_\_\_\_年。保修期自竣工验收合格之日起计算。

第十一章 违约责任

第三十七条 甲方违反本合同

第十七条

第一款的规定，每逾期\_\_\_\_日，应按逾期未付款金额的万分之四向乙方支付违约金。

第三十八条 乙方违反本合同

第二十二条的规定，每逾期\_\_\_\_日，应当支付对方\_\_\_\_\_(100元-500元)的违约金;但因甲方的原因或经甲方书面确认的变更施工项目等原因而延长工期的除外。

第三十九条 乙方违反本合同

第二十五条、

第二十七条的规定，甲方有权解除本合同，并要求乙方赔偿损失。

第四十条 乙方违反本合同

第二十九条

第一款的规定，甲方有权要求乙方重做或解除本合同，原工期不变，造成甲方损失的，乙方应当赔偿。

第四十一条 甲方违反

第三十四条

第二款的规定，造成乙方损失的，甲方应当赔偿。

第四十二条 本合同生效后，任何一方要求终止合同的，经结算已完成的工程款，提出终止合同的一方支付另一方相当于工程总价款10%的违约金后，本合同终止。

第十二章 其他

第四十三条 双方因履行本合同发生争议，协商不成的，选择以下第\_\_\_\_\_种途径解决：

(一)向\_\_\_\_\_仲裁委员会申请仲裁;

(二)向人民法院起诉。

第四十四条 本合同正本一式四份，甲乙双方各执两份。甲方：身份证号码：委托代理人身份证号码：邮编：地址：电话：乙方：法定代表人：委托代理人：身份证号码：地址：电话：邮编：日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

返

**20\_年家装公司七夕活动策划书简短五**

合同编号:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

发包方(甲方):

承包方(乙方):

依照《中华人民共和国合同法》、建设部《住宅室内装修管理办法》及其他有关法律法规,结合家装工程施工特点,双方协商一致,签定本合同。

一、 工程概况

1、工程地址:

2、建筑面积: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_㎡。

3、用途: \_\_\_\_\_.

4、承包方式.双方商定采用下列第\_\_\_\_\_\_种方式承包:

①乙方包工、包辅助施工材料、包全部□或部分□主材(以“甲方委托乙方代购主材清单”为准)。

②乙方包工、包辅助施工材料，甲方提供主材(见甲方提供材料明细表)。

③其他方式

5、施工内容：(附施工说明、施工图及工程报价单)。

6、施工日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。

7、合同付款：(大写)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。竣工后据实复核结算□;合同款包干□。

8、支付方式：合同签定后，甲方预付60%工程款\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 元;水电等隐蔽工程验收后支付35%工程款\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元;工程竣工验收合格后5日内支付5%的尾款\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。

一、 施工图纸

双方商定施工图纸采取下列第\_\_\_\_\_种方式提供：

1、甲方自行设计提供施工图纸，图纸一式二份，甲乙双方各一份。

2、甲方委托乙方设计施工图纸，图纸一式二份，甲乙双方各一份。设计费(大写)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。(此费用由甲方支付□;此费用予以减免□)。

二、 甲方工作

1、若由甲方自行设计的 ，开工前向乙方提供确认的施工图纸和施工说明，并进行现场交底。

2、审核和确定乙方设计的施工图纸、施工说明及提出交的工程报价单，并分别鉴字认可。

3、开工前尾乙方入场施工创造条件，包括搬清家内家具、陈设，和归堆、遮盖，以不影响施工尾原则。

4、提供施工所需的水、电。办理施工所涉及的申请手续及支付相关费用。

5、负责协调施工队与邻里之间的关系。

6、及时提供符合设计要求、正规厂家合格的自备材料和设备。

7、组织好工程质量、施工进度的监督和隐蔽工程、中间工程及竣工阶段的质量验收。

三、 乙方工作

1、严格执行施工规范、安全操作规程、防火安全法和环境保护规定。严格按双方确定的设计图纸和施工说明进行施工，按期保质完成装修工程。

2、若由乙方设计，开工前向甲方提供双方确定的施工图纸和施工说明，并进行现场交底。

3、施工中不得拆改承重结构、暖通及燃气设施，如确需拆改须由甲方到有关部门办理相应审批手续。

4、确保装修质量，尤其是水、电等隐蔽工程的质量，严防渗漏堵塞。装修期间和保修期内如发生施工造成的 质量问题，负责返工返修，费用自负。

5、遵守有关部门对施工现场管理的规定，做好现场安全保卫工作，处理好施工扰民问题及与四邻的关系。

6、保护好原居室内的家具和陈设，保证施工现场的整洁，工程完工后负责并负责将垃圾运到指定地点(武汉市三环内)。如有其他运输方式则有甲方承担一切费用。

7、组织好工程质量的自检和甲、乙双方(第三方监理也参加)共同进行隐蔽工程、中间工程和竣工验收。

四、工期

1、乙方应按合同期限完成整个工程，不得无故拖延工期，除甲方变更设计方案和停电、停水等不可抗力因素导致停工4小时以上等原因外，工期每拖延一天，由乙方支付甲方工程总造价千分之一的违约金。

2、由于甲方原因导致中途停工，工期顺延。且每停工一天，由甲方按工程总造价的千分之一补偿乙方误工费。

3、若甲方增加工程内容，按新增加工程量顺延工期。

五、材料供应

1、本工程甲方采购的材料、设备，应为符合设计要求、正规厂家的合格产品，并应按时供应现场。如因质量问题、规格差异或“三无”产品造成损失，由甲方自行承担。

2、凡由乙方供应的材料、设备，其品牌、规格、单价、产地及质量标准须经甲方检验后才能使用，否则造成的损失由乙方负责。

六、工程变更

1、工程项目及施工方式如需要变更，双方应协商一致，签订书面变更协议，同时调整相关工程费用及工期(附装修工程变更单);

2、无故未按期支付工程款的 ，工期相应顺延。

3、若甲方中途要求变更设计，影响到乙方已购回的材料、已定制的成品、半成品的施工，且无法调整的，损失由甲方承担。

七、工程质量验收及保修

1、在水、电等隐蔽工程完工后，甲乙方应共同进行中间工程验收。如甲方不按时参加，乙方可自行验收，甲方予以承认。

2、工程竣工后，乙方应通知甲方验收，甲方接到验收通知后应按通知时间参加验收，办理验收、移交手续。如甲方不能及按时参加，乙方可自行验收，甲方予以承认。

3、未办理验收交付手续，甲方使用房屋视为质量验收合格，由此引起的后果由甲方负责。

八、违约责任

1、甲方未办理有关手续，擅自决定拆改房屋结构和煤气表管，采暖、给 排水主要管线，造成的损失和责任由甲方承担。

2、再施工过程中，甲方未与乙方代表协商私自要求工人更改施工内容，所引起的质量问题由甲方承担责任。

3、若因违反施工规范，安全操作规程，防火法规、环保规定和双方其他约定，对乙方自身和对甲方造成损失，由乙方承担责任。

4、 因一方原因，合同无法履行和继续履行时，应通知对方，办理合同终止手续，并赔偿对方由此造成的经济损失。若不办理合同终止手续，擅自停止履约，违约方应承担违约金，并赔偿对方由此造成的经济损失。

九、争议或纠纷处理

1、本合同在履行期间，双方发生争议可采取协商解决或建筑装饰学会家装委员会申请调解。

2、当事人不愿通过协商、调解或协商、调解不成时，甲乙双方同意以第\_\_\_\_\_种方式解决：①仲裁委员会仲裁;②向人民法院提起诉讼。

十、其它

十一、附则

1、本合同一式二份，双方各执一份，经双方签字后生效。

2、本合同签订后工程不得转包，否则合同生效。

甲方(签章)： 乙方(签章)：

法定代表人：

签约代理人：

合同签订日期：

年 月日

**20\_年家装公司七夕活动策划书简短六**

1.分析装饰公司

根据南京装饰行业客户信息将装饰公司分为高中低档三类公司，以科勒洁具作为敲门砖，重点发展中高档装饰公司！

2.准备好资料和名片

在已经对目标公司初步了解的基础上，进行上门拜访，找到关键负责人例如材料部经理，洽谈合作的可能性！对于无法合作的装饰公司，主要精力放在设计师身上！

3.对已经有的设计师名单，进行地毯式的电话、短信、qq、飞信和微信等拜访，确定有意向与科勒合作的设计师！

4.对于设计师进行差别化分析：个性，爱好，设计和接单能力等，筛选有能力的设计师，再根据不同的特点，有针对性的与其接触，尽快的建立起合作关系！

5.通过已经其他品类的建材业务员介绍他们认识和熟悉的设计

6.将设计师进行分类：1、注重返点；2、注重设计效果；3、以上两者兼顾的！

7.在合作中，与设计师深入沟通，及时报备客户信息，避免因为一些主观原因而照成伤害设计师推单的积极性。

8.优化单点结算机制，缩短返点申请的时间，迅速、及时的将返点结算到位，这样可以保证那些注重返点的设计师，在以后还是重点推荐我们的产品

9.对于注重设计效果的设计师，在上门拜访以及后期沟通过程中，重点放在我们产品的文化，设计理念、风格等，确保他们在推荐产品时优先考虑我们！

10.针对现在的小区了解南京小区的交付情况，针对重点的中高端小区，设法联系版主，通过带礼品拜访等，争取组织团购

11.与所有店面沟通好，在零售中发现中高端小区，以及对应的人物，这一点在小区团购中非常重要（在服务好前几户业主之后，对于发展该小区后期团购活动非常有帮助）

12.装饰公司有自己的小区开发团队，可以在跑家装的时候，顺带了解装饰。

1.按家装签单产值800万元计算，每单按半包性质5.5万计算，设计部全年签单146个，每月签单12个。

2.按目前设计部14.5%的签单率计算，市场部全年要完成咨询的准客户1006位，每月完成咨询的准客户为84位；如果设计部在明年能够加强人员素质教育，加大培训力度，提高设计师的签单水平，把签单率提升到29%，市场部全年要完成咨询的准客户达到503位，每月完成咨询的准客户为42位；按有效咨询准客户率为83.3%计算，签单率按29%计算，市场部全年要达到客户流量为604位，每月要达到客户流量为51位。

3.按开工率为65.5%、家装产值800元万计算，公司全年签单产值为1221.37万元，如果设计部与市场部一起配合，把开工率提高到85%，公司全年家装产值为941.2万元，净产值为800.02万元，比目标净产值还要超出120.02万元。

按公司计划每个业务员每人每月完成6位有效的准客户流量，明年市场部人员安排7人就可以完成目标。据行业分析表明xx的装饰行业销售人员流动性比较大，行业比较专业的销售人员少，为了顺利完成来年公司的工作目标，明年公司市场部要建立人力资源储备机制，每月确保7位稳定的业务员，市场部还要储备3位定向业务员作备用，随时可以补充的。

1.建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售团队，建立一支具有凝聚力，合作精神强的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有狼性的团队作为一项主要的工作来抓。

2.完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

业务人员出工地，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3.培养业务人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养业务人员发现问题，总结问题目的在于提高业务人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议。使业务员的业务能力提高到一个新的台阶

4.努力培养业务人员与设计师的协调沟通能力，协助业务员在十五天内掌握量房技巧，三个月内熟练掌握cad平面设计方案，能够做到在楼盘与现场业主沟通方案的能力。（业务员的学习计划在业余时间完成）

5.充分发挥业务员的潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

1.电话营销明年的目标200万元，市场部电话营销员、业务员接待的客户。

2.工程实地营销明年的目标150万元，工程部工程监理在工地接待的客户。

3.终端销售明年的目标250万元，市场部业务员在蹲楼盘和在楼盘里搞活动接待的客户，包括家协、房地产开发商、材料商举行的活动接待的客户。

4.网络销售明年的目标50万元，全体员工采用电子商务营销接待的客户。

5.回头客户明年的目标150万元，客服部接待的上门客户。

1.根据xx市房地产分布示意图，各个楼盘的具体位置，楼盘动态，交房的具体情况；把xx市场划分为三个片区，业务员分三个小组，两人一组负责一个片区，把明年的目标转化计划，按全年时间分配落实到每一个片区，每一个楼盘，每一个小组，每一个人。

2.市场部建立楼盘档案，楼盘动态表，交房记录表，业务员跟进进度表，业主房子动态表。各个楼盘产生业绩评定分析，市场部要及时到楼盘物业了解。

3.市场部业务员每天有日志，周周有计划，月月有总结，季度有市场评审分析。

4.市场部明年的具体思路细节、操作办法的实施还需公司领导鼎力支持，各个部门紧密配合，各位同事的协助，相信市场部明年是有能力完成目标的。

**20\_年家装公司七夕活动策划书简短七**

今天为大家介绍的是家装装修合同精选，供各位阅读，希望能满足大家的阅读需求，看完后有所收获和启示。发包方：\_\_\_\_\_承包方：\_\_\_\_\_为维护双方的权益，根据现行的法律、法规和规章，结合本工程的具体情况，签订本合同，并遵照执行。

第一章合同背景

第一条施工地点位于\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_区\_\_\_\_\_路\_\_\_\_\_弄\_\_\_\_\_号\_\_\_\_\_室，。该房屋竣工验收合格，并已交付使用。

第二条甲方委托乙方施工，使房屋安全、卫生、美观、适于居住、方便生活、令人心情愉悦。

第二章施工单位资格

第三条乙方是经过工商行政管理机关核准登记的企业法人，通过最近一次企业年检，具有经建设行政主管机关审定的从事民用建筑装饰装修工程的资质，资质等级符合本次施工的要求。乙方不具备营业资格或相应资质的，甲方有权终止本合同，乙方应当立即返还甲方已支付的费用，并赔偿乙方损失。

第四条本合同签订前，乙方应向甲方出示《营业执照》、《资质证书》原件。

第三章施工内容

第五条该房屋属\_\_\_\_\_结构，房型为\_\_\_\_\_房\_\_\_\_\_厅\_\_\_\_\_厨\_\_\_\_\_卫，建筑总面积为\_\_\_\_\_平方米施工的是其中的\_\_\_\_\_房\_\_\_\_\_厅\_\_\_\_\_厨\_\_\_\_\_卫，施工面积为\_\_\_\_\_平方米。详见作为本合同附件

的《房型图》中红线匡定部分。

第六条施工内容和做法说明如下：

厅：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_

房：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_

厨：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_

卫：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_

其他：地面部分\_\_\_\_\_，墙面部分\_\_\_\_\_，天棚部分\_\_\_\_\_，门窗部分\_\_\_\_\_，其他\_\_\_\_\_前款没有说明的，依作为本合同附件

的《装修施工图》确定。

第四章材料、设备和价款

第七条施工使用的材料和设备见作为本合同附件

的《主要材料报价单》、作为本合同附件

的《辅助材料报价单》，乙方的人工费见作为本合同附件

的《人工费报价单》。

第八条至

第十三条在乙方提供施工使用的材料、设备以及劳务的情形下适用

第八条该房屋工程总价款为\_\_\_\_\_元，其中材料费\_\_\_\_\_元、人工费\_\_\_\_\_元、管理费\_\_\_\_\_元、设计费\_\_\_\_\_元、垃圾清运费\_\_\_\_\_元、税金\_\_\_\_\_元、其他费用\_\_\_\_\_元。工程总价款是各分项价款的总和。前款所述的总价款和分项价款是乙方的预算价格。结算价格超出预算价格的，甲方按预算价格支付工程总价款结算价格低于预算价格的，甲方按结算价格支付工程总价款。

第九条乙方对材料费、人工费、管理费、设计费、垃圾清运费的报价，不得超过本合同签订时该费用的市场平均价格。乙方在本合同中的报价超过市场平均价格的，按市场平均价格结算。双方对前款所述的市场平均价格有异议的，可以委托价格评估部门评估，价格评估部门的评估结论，双方应当接受。

第十条乙方应在《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》中注明材料和设备的名称、生产厂厂名、厂址、品牌、型号、规格、等级、价格和数量。乙方提供并已经使用的材料和设备与《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》的规定不符的，甲方有权选择以下列方式之一处理，乙方应当接受：

甲方同意继续使用的，乙方免收该材料和设备的费用

甲方不同意继续使用的，乙方应当根据《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》的规定更换和重做，更换后的材料和设备费减半收取，原工期不变。

第十一条乙方应当提交说明书、保修单、环保说明书和购货发票复印件，甲方要求与原件核对的，乙方应当同意。发票上应当载明产品名称、品牌、型号、规格、等级、价格和数量。

第十二条乙方提供的材料和设备质量必须符合国家标准，有质量检验合格证明和有中文标识的产品名称、规格、型号、生产厂厂名、厂址等，不得使用国家明令淘汰的建筑装饰装修材料和设备。乙方提供的材料和设备必须符合国家环保标准，包括但不限于完工后的室内空气质量，辐射、照明和噪音强度等指标，使甲方达到安全居住、生活的目的。乙方违反前两款规定的，应当立即更换和重做，更换后的材料和设备不再收费，原工期不变。

第十三条甲方变更施工内容的，乙方应当同意。工期、总价款、《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》的内容相应变化的，经甲方书面确认后生效。

第十四条至

第十六条在甲方提供施工使用的材料、设备，乙方提供劳务的情形下适用

第十四条该房屋的工程总价款为\_\_\_\_\_元，其中人工费\_\_\_\_\_元、税金\_\_\_\_\_、其他费用\_\_\_\_\_元。

第十五条甲方提供的材料、设备，应当按时送到现场，乙方应办理验收手续。甲方提供的材料、设备不符合国家标准的，乙方应在验收后以书面形式向甲方提出，甲方仍表示使用，造成损失的，由甲方承担责任。甲方供应的材料、设备运抵现场，经乙方验收后发生损坏的，乙方应当赔偿。

第十六条甲方提供的材料和设备，均应用于本工程未经甲方同意，乙方不得挪作他用。因乙方原因导致甲方提供的材料和设备短缺或被更换的，乙方应按短缺材料和设备的价款或材料和设备被更换前后差价的10倍赔偿甲方。

第五章付款方式

第十七条工程款按以下方式支付：

本合同签订后，开工前二至\_\_\_\_日，甲方支付相当于总价款30%的工程款

完成50%的工程量之日后的\_\_\_\_日内，甲方支付相当于总价款40%的工程款

竣工验收后\_\_\_\_日内，甲方支付相当于总价款25%的工程款。

竣工验收合格\_\_\_\_\_\_\_\_年后或双方约定的保修期满，甲方支付相当于总价款5%的工程款。甲方支付工程款，乙方的业务员或施工人员收取的，视为乙方收取。

第十八条因变更施工内容导致总价款增减的，甲方在竣工验收合格之日支付或收取增、减部分的款项。

第十九条双方款项往来，均应出具收据。施工结束，甲方全额付清应付款项后，乙方应当出具合法发票。

第二十条竣工验收合格后，甲方有权留取相当于工程总价款的5%的保修基金。竣工验收合格后\_\_\_\_\_\_\_\_年内没有发生工程质量问题的，甲方应将保修基金全额退还乙方。

第六章结算

第二十一条工程竣工，甲方验收后对价款有异议的，可以要求不超过\_\_\_\_日的核价期，核价期内，甲方有权暂停向乙方付款，乙方应当同意。甲方若委托

第三方进行评估的，核价期至取得评估报告之日届满。甲方委托

第三方评估价格的，以《主要材料报价单》和《辅助材料报价单》约定的价格作为计算总价款的依据，按照评估结果结算总价款，乙方应当同意。

第七章工程进度

第二十二条本工程于\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日开工，\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日竣工，工期为\_\_\_\_\_天。每日施工时间为\_\_\_\_\_时\_\_\_\_\_分至\_\_\_\_\_时\_\_\_\_\_分。工期中施工时间内，乙方未施工的，不论工程是否竣工，未施工的每\_\_\_\_日按延误工期\_\_\_\_日处理。不满\_\_\_\_日的按\_\_\_\_日处理。

第八章施工

第二十三条乙方指派\_\_\_\_\_为工程驻工地代\_\_，负责本合同的履行，包括根据要求组织施工，协调、处理由乙方负责的各项事宜。乙方对其指派的驻工地代\_\_的行为均予认可。乙方更换驻工地代\_\_的，应当书面通知甲方甲方收到更换通知前，乙方对原驻工地代\_\_的行为应当认可。

第二十四条乙方应当自行施工，未经甲方同意，不得将本工程转包给任何

第三方。

第二十五条工程执行08-62-97《住宅建筑工程技术规程》、3130-1999《住宅装饰装修验收标准》，以及国家和本市建筑行政主管部门制定的其他标准、质量评定验收标准和双方的约定。

第二十六条施工期间，甲方及其代表有权在现场查看、了解、检查施工情况，乙方应当配合但甲方不得因此影响乙方施工。

第二十七条乙方应当按照工程建设强制性标准和其他技术标准施工，按照甲方认可的设计、施工方案和做法说明完成工程，确保工程质量，不得偷工减料。

第二十八条施工期间，甲方修改设计方案并相应地变更施工方案、增减施工内容的，应在变更的项目施工前通知乙方，乙方应当根据甲方的要求施工。甲方变更、增减施工项目的，应当与乙方签订作为本合同附件

的《工程项目变更单》。因甲方变更工种项目引起竣工日期和工程总价款变化的，按本合同

第十三条的规定处理。

第二十九条乙方在施工中不得变更建筑主体和承重结构，不得擅自折、改供暧、燃气管线，或实施其他影响建筑结构，危害使用安全，和超过住宅原设计标准的行为。甲方要求实施前款规定禁止的行为，乙方可以拒绝，但应当提供修改意见。

第三十条乙方应当遵守施工安全操作规程，采取必要的安全防护和消防措施，保证作业人员安全，避免甲方房屋和其他财产的损失。乙方违反前款规定，造成损失的，应当赔偿。

第三十一条施工中，不得侵占公共空间，不得损害公共部位的设施。乙方违反前款的规定，引起相邻纠纷和与物业公司及任何

第三方的纠纷的，应当负责处理，造成甲方损失的，应当赔偿。

第三十二条施工现场发生的水、电、煤气、电话等公用事业费用由甲方承担，但日平均支出超过以下限额的，超过的部分由乙方承担：水费\_\_\_\_\_元日，电费\_\_\_\_\_元日，煤气费\_\_\_\_\_元日，电话费\_\_\_\_\_元日。前款所述施工现场每日发生的各项公用事业费为施工期间该项费用的总额与施工天数的比值，以公用事业企业的付款通知或收据为认定费用的依据。

第九章验收

第三十三条隐蔽工程完工后，乙方应在完工前\_\_\_\_日书面通知甲方验收，甲方应当按乙方通知的时间参加验收。甲方不能按时验收的，应当通知乙方另行安排时间。甲方无法及时验收，可能导致乙方延误工期的，乙方可以组织人员验收，甲方应当接受验收结果。甲方事后要求复验的，乙方应当按要求办理复验，复验合格的，复验、返工费用由甲方承担，工期予以顺延。

第三十四条工程竣工后，乙方应在竣工前\_\_\_\_日书面通知甲方验收，甲方应自接到通知后\_\_\_\_日内按照工程设计合同约定和相应的质量标准组织验收，验收合格的，办理验收移交手续，签署作为本合同附件

的《工程质量验收单》和作为本合同附件

的《工程结算单》。乙方应当出具作为本合同附件

的《住宅室内装饰装修质量保修书》。甲方在规定的时间内不能组织验收的，应当及时通知乙方另定验收日期，验收合格的，甲方承认原竣工日期。

第三十五条乙方因施工质量问题导致甲方或

第三方人身、财产损失的，不得因甲方已经或未按照本合同

第三十三条、

第三十四条的规定验收，免除赔偿责任。

第十章保修

第三十六条工程保修期\_\_\_\_\_\_\_\_年。有防水要求的厨房、卫生间和外墙面的防渗漏为\_\_\_\_\_\_\_\_年。保修期自竣工验收合格之日起计算。

第十一章违约责任

第三十七条甲方违反本合同

第十七条

第一款的规定，每逾期\_\_\_\_日，应按逾期未付款金额的万分之四向乙方支付违约金。

第三十八条乙方违反本合同

第二十二条的规定，每逾期\_\_\_\_日，应当支付对方\_\_\_\_\_的违约金但因甲方的原因或经甲方书面确认的变更施工项目等原因而延长工期的除外。

第三十九条乙方违反本合同

第二十五条、

第二十七条的规定，甲方有权解除本合同，并要求乙方赔偿损失。

第四十条乙方违反本合同

第二十九条

第一款的规定，甲方有权要求乙方重做或解除本合同，原工期不变，造成甲方损失的，乙方应当赔偿。

第四十一条甲方违反

第三十四条

第二款的规定，造成乙方损失的，甲方应当赔偿。

第四十二条本合同生效后，任何一方要求终止合同的，经结算已完成的工程款，提出终止合同的一方支付另一方相当于工程总价款10%的违约金后，本合同终止。

第十二章其他

第四十三条双方因履行本合同发生争议，协商不成的，选择以下第\_\_\_\_\_种途径解决：

向\_\_\_\_\_仲裁委员会申请仲裁

向人民法院起诉。

第四十四条本合同正本一式四份，甲乙双方各执两份。甲方：身份证号码：委托代理人身份证号码：邮编：地址：电话：乙方：法定代表人：委托代理人：身份证号码：地址：电话：邮编：日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

返

**20\_年家装公司七夕活动策划书简短八**

俗话说，铁打的公司流水的兵，营销人就象候鸟一样经常迁徙。人往高处走，水往低处流，这也是人之常情。被猎头挖到家具行业l公司之后，便按照我的老习惯，对家具市场作了一番考查。我想，这即是新入职营销人员的必修课，同时，也是我一以贯之的工作方法。这样，我即能够熟悉行业的情景，尽快的投入工作岗位；也能够为公司的相关部门、同事及领导的决策供给依据，或者起到抛砖引玉，拓展思维的作用；

以下所涉及的问题均是目前家具业普遍关心并待解决的问题。为了研究发表，我做了一些合理的加工，把原文中的一些属于公司内部资料及对l公司营销提议部分删除。添加了更多的行业分析资料。至于本文是否有建设性和思想深度，我想各位读者是最好的的裁判。

从目标市场的高低定位来看：

平民百姓、普通工薪族是是低层次、低价位的主要消费群。这一部分的家具目前还是消费的主流。他们的要求是：简洁实用而又有现代美感；功能较多，以便充分利用有限的居住空间；期望中高档次的设计及风格，但价位偏于中低价，心理上能感到物有所值。这是一个庞大的市场群体。这一类消费群还是杂牌的天下，因其长于抄袭与模仿，拙于原创与设计研发。所以，它们能够利用自身的各项成本优势，吸引了广大的中下层次的消费群。

在此之上的是定位于中高层次的消费群的家私生产商。这部分消费者包括企、事业单位的管理人员，城市“白骨精”（白领、骨干、精英），他们事业有成，思想独立，个性化追求较为明显。对家私的性价比、设计风格、用材、品牌定位较为看重。这部分生厂家较多，他们各自以自我的原创设计及针对目标消费者的技术研发满足了追求不一样风格的消费者的需求；如联邦、红苹果、新维思、傲耐、迪信、皇朝、富运等；

也有定位都市新贵或富豪的高层次家私，这部分人居于消费金字塔的顶端。一般都有别墅。乐从国际家私城的二期四楼以罗浮宫为代表家私品牌主要针对这一类消费群。

从原创的流行风格来看，主要有以下几种：

动感、活力、阳光、鲜亮的现代主义

一般的家具都期望营造安祥平和的室内环境，利用夸张的造型，还有绚丽的色彩（大面积的原色系）营造了一种动感、活力、阳光、鲜亮的室内环境。许多家具能经过移动、调节、组合，成为各种想要的其他功能家具。大红、橙黄、多彩条纹的运用，让眼睛在瞬间被激活。如联邦的“加州阳光”系列、香港红苹果，“优越ood”等。

灵秀、优雅、具明清风格的新古典主义

新古典主义家具凝聚了江南的灵秀与中式传统家具的儒雅，无论从设计还是文化上来讲，都能作为中国优秀传统文化的代言人；他们在是旧有明清家居的基础上，结合现代人追求简约的时尚，删繁就简，添加现代设计元素。将现代的生活方式、审美情趣融入其中，在传统上进行创新设计，格调清雅、隽永而又灵性十足。并配之以梅兰竹菊、琴棋书画作为背景或饰品。如“明清风韵”、联邦家具新明式，紫韵等都继承了传统家具这一风格。

浸润欧风美雨，彰显个人魅力的西方新古典主义

中式新古典主义是“古为今用”，很多欧式风格的家具却是“洋为中用”。这一类家私既有现代流行的简约风格，又有西方传统的“巴洛克”元素。从各大家私城所见，这一类家私色调大都以黑、白、原木色为主，显得低调内敛，每一张座椅、餐桌都看似简单，实则是功能与艺术的完美结合。独树一帜的风格后面是独树一帜的生活态度：沉着、冷静、理智。

原木、原质、原味的新自然主义

躲避都市的喧哗，亲近自然，置身于山水田园，是人类最朴素，最本质的想法。功成名就之后的“退隐山林，笑傲江湖”，是追求成功与卓越的奋斗者的心愿。所以，与未经修饰、雕琢的植物亲近，享受原始的、粗糙的、自然的美。从而获得“闹里有钱，静处安身”的愉悦。从本人这次考查来看：各式原木、水草、藤编、麻质的，占有较大的比重。有的原木、藤编、水草家具“整新如旧”，素面朝天。如“艺滕居”。有的略加修饰，淡施粉妆和流行的简约风格结合。显得更现代，更具有消费群。如联邦的“家家具”系列。

从与终端营业员及部分消费者的沟通来看，实木及木质家具的需求坚持较高的上升态势；现代板式家具亦受宠爱；藤制家具因其独特的造型将满足文化艺术修养人士的追捧；金属家具平中有降；铁艺家具有小幅上扬；布艺沙发将比真皮沙发赢得更多垂顾，活布套能拆洗的则会更受欢迎；

稚嫩、单纯、简便、梦幻的童趣主义

最稚嫩、最单纯、最简便应是少年儿童，随着经济条件的改善，一部分家庭也为小孩留出展示个性化的空间。我想，部分童心未泯、追求童趣的都市白领也是这一风格的消费群。色彩上，多使用鲜明的浅色或粉色。色彩较为繁富，但又不显缭乱，是极具童趣的一种搭配。

产品是营销的基石，对于家具行业的竞争现状，更应是企业的核心竞争力。那里有两个方面的原因。第一，家具业目前尚处于市场发展的初级阶段即产品力到推销力的阶段。经典的营销理论认为，市场的发展将随着竞争发展主要分生产阶段，产品阶段，推销阶段和市场营销阶段。处于产品阶段至推销阶段的行业，企业核心竞争力表现为产品的竞争力。（处于后两阶段的行业不是说产品不重要，但不能称之为核心竞争力）第二，家居设计是一们商业艺术，这和其它耐用消费品不一样。我们称之为艺术品的东西都是有原创风格的，是设计者灵感与心血的结晶，是创造者个性的体现，具有美感和收藏价值，随着时间的推移更显珍贵。家具，尤其是自然材质的原创家具更是如此。

那么好的设计是如何产生的呢？好的设计当然要有人（专业化的设计人才，甚至设计大师）与财（研发的资金、成本）支持。还要有好的企业机制。但那里不讨论这些问题，以下我想的多的是设计的原创的思想与灵感来源问题。

任何艺术，包括商业艺术，“仅有民族的，才是世界的”。历史越长的国家，文化底蕴也越深厚，值得挖掘的东西也就越多。包括中国的传统文化（如风水、五行、八卦，阴阳），民间文化（如民俗民居、民间艺术），地域亚文化等。这是从事商业设计包括家具设计的灵感之源。同样，中学为体，西学为用，中西合璧，即在我们固有的风格（原创的核心竞争力）中加入西方的设计元素，也是思考的方向之一；

庄子说“天地有大美而不言”，大自然是我们灵感与创造的源泉。当我们以主观的感觉感受大自然的时候，我们看到的是“人化的自然”，因为，我们当时的心境、个人的情趣、素养的不一样，即使应对同一自然的时候感受也是千差万别的。当我们把大自然的素材进行创造之后，我们应对的是“自然的人化”。比如联邦家私紫韵系列之“小窗悠记”“香山红叶”等。这些可理解为吸取大自然元素或意象创造的“自然的人化”，“搜尽奇峰打草稿”，我想，这应是家具业进行原创设计的不朽源泉。

流行的元素中，有属于风格、个性层面的东西（如建筑业中的巴洛克、哥特式、洛可可，绘画艺术中的印象派、立体派等），有属于潮流层面的东西（如最近流行的确良简约潮流），也有属于时尚层面的东西。如果把时间作为一个衡量的指标，个性、风格层面的东西没有时间限制，历久弥新。潮流的东西一般五至十年为一个周期轮回，时尚的东西一般一两年就过弃了。所以，从家具设计的角度上分析，属于风格、个性层面的东西要固守。属于潮流的东西要迎合，属于时尚的东西只可拿来点缀了；

家具行业的竞争尚处于竞争的初级阶段向更高级阶段过渡时期。从终端的零售利润及该行业云集3万家数量的生产厂家来看。制造商、经销商利润下降是必然的趋势。象其它行业如家电业一样，价格战将不可避免。价格战的结果是行业洗牌，留下一些在成本领先、产品设计领先、技术研发领先、营销模式灵活先进、品牌知名度高，以市场为导向的企业。

目前，家具业终端零售价格悬殊，这主要是由于各品牌的市场定位不一样而造成的。单纯的打价格战不可能有企业的生存余地，要价值战而不是价格战才是最好的生存策略。

实际上，任何一个品牌的产品，在消费者心中都有一个心理价位，这种价位的差别是由企业的品牌定位，产品设计、技术研发、服务，以及持久的沟通造成的。企业对品牌的定位并不完全等于消费者心目中的对该品牌的定位。造成这种差别的主要原因是品牌沟通出现失误。如产品过于陈旧，研发落伍，品牌诉求混乱，服务较差等。k集团的r品牌就是一典型案例，r产品虽有领先的多项技术，但由于片面性的以价格为手段，忽视了对消费者进行品牌的附加值的沟通，因而造成品牌逐渐老化，在消费者心中竟然属于高知名度的低价位产品。所以，对于价格的问题，不能单纯的以降价提升销量，而应明确公司品牌在消费者心中属于什么心理价位（明白这点有必须的难度，但仍能够经过调研得出），利用各种有效的沟通工具和长远的品牌战略对品牌进行管理，增加品牌的附加值。

作品牌还是做销售，这是营销人员谈的最多的的问题之一，也是营销人员不得不应对的问题。虽然无法得出正确的标准答案，但仍能够去除其中的错误想法。做品牌的唯一目的是为了销售，这是大家的共同答案。一些人谈到做品牌的时候，跳入脑海的往往是铺天盖地的电视，报纸广告和促销。实际上这是对做品牌极端肤浅的认识。广而告之虽然能解一时之渴，却难以解决一个行业或企业深层次的问题。

品牌是什么，品牌是企业的产品或服务在消费者心中的定位，品牌的建立依靠于和目标消费者作持之以恒的沟通，那里有两个关键点，一是要有清楚的品牌定位，即对目标消费者说什么。二是企业所有的沟通要素（产品、价格、包装、渠道、现场布置、促销、公关、广告）持之以恒的和目标消费者进行沟通。由此，我们明白，报纸、电视广告只是和消费者沟通的工具之一。对某些耐用消费品（如工业品）甚至不是主要的沟通工具。

品牌的背后是文化，对家具行业更是如此，家具业是少有的过于注重设计艺术的耐用消费品。作品牌，要对品牌进行管理，这是一个长期的系统的工程。我们在进行品牌决策的时候要时时问自我，我们的目标消费者是哪些？我们对目标消费者的利益承诺点是什么？我们的产品能支持这个承诺点吗？如何在文化上、潮流上发展我们的品牌个性？与消费者的切入点在哪里？（什么时间？什么地点？）与他们的接触方式如何？（什么样的诉求风格？传播工具的选择？）

梦想东西不可能完全实现它，但能够不停的朝它迈进。先进的传播理论也是这样，我们不可能完全意义上的实现科学的品牌管理，但能够用它来指导我们的实践。

建立真正的、长久的品牌资本对于企业是不二选择。所以，塑造品牌，同样要与先进的营销观念、深厚的文化底蕴、目标市场的选择，以人为本的创新设计思想和现代生产技术要素等紧密结合。

家具业的业态，有许多不一样于其它行业地方，这些不一样之处是属于家具行业本身的特色呢。还是只是一种过渡现象呢？

经过家私业的交易会（还包括互联网等其它手段）寻找加盟商或区域代理商，利用加盟商或代理商的卖场或家具城销售产品是较为普遍的做法。也是现阶段业态较为流行的方式。这一做法优点是在市场空白点较多的情景下，能够利用企业的产品优势、品牌优势快速开拓市场；缺点是厂家对经销商的控制力较差，相应的支持也较少，管理较为粗放。同时，商家容易“见风使舵”“见利忘义”，忠诚度不高。第二种方式是设立分公司，在区域家具大卖场自租场地销售。这种经营方式的优点是卖场由于是直营，所以便于控制及精耕细作；缺点是市场中的各种问题要自我处理，过少的直接网点缺少有效的市场覆盖率，过多的网点又要增加厂家人财物等管理成本。

目前，国内家具的渠道大部分都是经过家具卖场进行销售，这种大卖场仅为招商的功能，不参与厂家或商家的经营；如吉盛伟邦、东方家园、好美家等；

随着业态的发展，也出现了部分区域代理销售家私的经销商，它经过代理品牌的方式，直接进行家具产品的营销和服务，既为代理的品牌提高营销效率，也为消费者供给更全面的售前、售中和售后服务。如欧亚、金海马等；

家电业的生产厂家的联盟或厂商之间的联盟或可为家私业供给启示，如科龙与小天鹅结成战略联盟，降低原材料的采购成本。科龙与济南三联的联合，使双方互惠互利，科龙利用了三联家电在山东乃至全国的渠道优势；三联利用了科龙的品牌优势进行b2b，独家经销。所以，一部分家具生产企业或销售商家就可组建销售集团，结成销售或采购联盟，其组织模式能够是紧密或松散型的。

值得注意的是宜家现象，虽然宜家目前在中国由于各种原因还没有构成气候，但它也许代表了未来的发展趋势。宜家是典型的“哑铃型”结构的企业模式，两头大，中间小；即依靠产品设计的优势和渠道优势进行扩张。生产、采购、销售、推广则全球化（成本优势）。宜家的定位很难分清他是厂家还是商家，但先进的营销模式造成的核心竞争力使它将来的发展前景更为广阔。

随着市场的竞争加剧以及中国城镇化步子加快，家具业不可避免的要营销重心下移，以及对渠道的精耕细作，这种趋势六年前在家电业内己显现出来。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！