

博洋家纺

— Beyond Home Textile —

BEYOND HOME TEXTILE



BEYOND HOME TEXTILE

2014  
秋冬特刊  
Autumn&winter

BEYOND  
博洋风尚

秋冬特刊

博洋家纺产品发展战略

家纺，是一个女人的生活梦

超柔磨毛升级优质睡眠



宁波博洋控股集团有限公司  
NINGBO BEYOND HOLDING GROUP CO., LTD.

办公地址：浙江省宁波市海曙区启文路157-6  
电话：0574-87493540 传真：0574-87498062

招商热线：400-886-1110  
团购热线：400-885-5208

网站：www.china-beyond.com  
微博：weibo.com/beyondtextile



# 首卷语

The Editor From

## 家中的艺术之旅

Happy life to light products

### 编辑部

顾问：蒋武吉 主编：何平波  
 执行主编：任宇 袁芳 吴彩虹 朱细梅 王露萍  
 设计：宋佳鸿  
 摄影：刘士嘉

### 宁波博洋控股集团有限公司

浙江宁波启文路157-6  
 邮编：305012  
 电话：86-0574-83879381  
 传真：86-0574-87498062  
 网址：www.china-beyond.com  
 邮箱：yxb@china-beyod.com  
 微博：http://weibo.com/beyondtextile



招商热线：400-886-1110  
 团购热线：400-885-5208

旅行可以有很多种形式，旅行的目的就是希望获得一种快乐和享受的过程，同时拥有一段美好的记录。对于设计师来说旅行中的点滴记录就是他的作品。人类是世界上最高等的基因的传承者，有高级思维、有表达、有情感、有语言的多方位传递，设计师可以通过一副作品，传递出音乐的曼妙、文字的抒情和绘画的传神。

如果你在音乐或绘画之都住上一段时间，在音乐与绘画的洗礼下，在艺术的耳濡目染中，作为设计师的你，此刻所设计的作品无形之中就会有关于这个城市的一些艺术元素，因为人的思维会通过联想、通过发散、通过移情等方式进行表达。

博洋家纺认为、家纺产品所体现出的美不仅仅是单纯的设计层次，而是需要升华到一种，视、听、触、味等感觉相结合的意境的唯美体验。今年的博洋家纺秋冬产品，就是希望你带入设计师的世界，品床品、读生活、享意境。

## 目录 CONTENTS

### ■ 新品速写 03/18

博洋家纺产品发展战略  
 2014演绎色彩与音乐的神话  
 暖律：BEYOND超柔磨毛  
 柔和浪漫的渐变晕染  
 2014秋冬新品展示

### ■ 聚焦博洋 19/34

“妍色”2014秋冬定货会圆满举行  
 赵雅芝全国巡店——郑州站  
 秋冬绚丽婚典橱窗陈列  
 家纺，是一个女人的生活梦  
 9天500万，和义店升级清仓特卖创纪录  
 博洋家纺与MAX Ma在沪签约跨界合作

### ■ 特别策划 35/48

十一年“幸福”携手  
 开启居家式办公的“幸福”模式  
 花开幸福 艺术博洋  
 博洋家纺“玉天丝”肌肤的渴望

### ■ 婚嫁时代 49/58

臻爱产品演绎  
 花堂结彩 创作由来  
 博洋家纺与您一起传承中式婚庆  
 幸福婚姻6堂必修课  
 beyond结婚十全十美

### ■ 博洋CREATE 59/70

博洋家纺超柔磨毛升级优质睡眠  
 把童话世界带回家  
 博洋家纺长绒棉的艺术  
 《流金溢彩》白鹅绒被  
 做真丝般灵动的女人

### ■ 博洋VIP CLUB 71/78

博洋家纺的品牌名片——宁波直营  
 博洋家纺幸福文化之廉政建设  
 博洋家纺优秀加盟商专访  
 博洋家纺聚焦“VIP客户战略”



新品速写

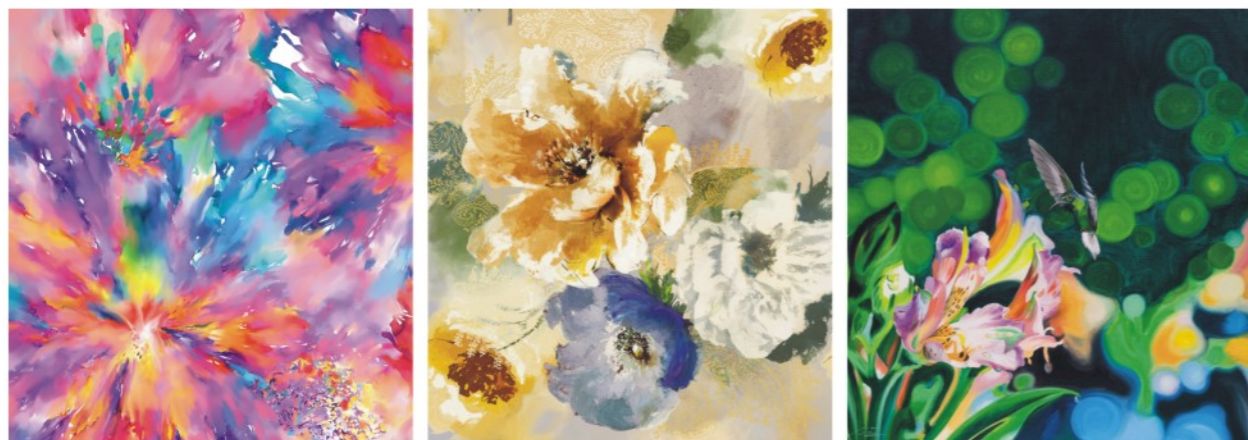
PRODUCTS SKETCH



# Product development strategy

## 博洋家纺产品发展战略

文/任宇



产品花型研发 The pattern of the product R & D

随着目前越来越多的中小家纺企业最后退守南通，家纺行业也在从导入期走向快速成长期。这段时间内，在家纺行业中会越来越听到一些企业面临市场的洗牌。目前处于家纺第一阵营的企业，已经将品牌的优势充分的展现开来。借助博洋家纺供应链总经理广总的观点：企业在今后的发展中必须具备的几点优势是第一、产业链优势；第二、系统优势；第三、技术优势；第四、渠道优势；第五、品牌优势，而且品牌只要占据了其中的一点优势，就不会被当下的市场所淘汰（相信很多的品牌能够在大家的脑海中头号入座）。

消费者对于家纺的概念已经越来越“平实无华”。家纺品牌也在不断地寻找差异化。随着MUJI、Zara home、H&M home、宜家在中国的门店如雨后春笋般的出现，并且终端的表现力非常的强，这些品牌很容易和消费者发生黏性，相较服装企业品牌家纺品牌更容易让消费者成为品牌的忠实客户。“狼来了”的故事将会愈演愈烈。

针对目前情况，国内一线家纺品牌也纷纷见招拆招，第一、一线城市的身段放低，能够更多的出现在社区店，面积小坪效高，甚至在深圳的大润发等超市出现他们的身影；第二、渠道下沉，有些城市消费力高，不容易消费外流，在四线五线城市房租较低，可以开面积很大，形象很好，地段也是相对不错的门店；第三、品牌集成店，不管是在一线城市的商场，还是在四线城市的大家居馆，目前呈现的品牌很大程度上都是集成店的形式，多品类，多品牌的相互组合，能够产生差异化经营概念，这也是见招拆招的一种形式。

2014年秋冬定货会在5月份成功举行，本次定货会，博洋家纺的正价产品较去年增长100%，同时促销品增长率放缓。这说明市场上消费者对于促销这种形式已经出现疲态，接下来消费者对于婚庆、乔迁、日常更换等行为慢慢形成常态化行为。加盟商以及直营门店更加注重日常销售，这些对于门店盈利能力的提升具有至关重要的地位。

上次我们谈到了博洋家纺的品牌风格定位“现代写意大花绘”这个风格类产品可以说是品牌风格定调产品，但是这一点不妨碍我们对于奢华系列产品、经典系列产品的研发热度以及研发的关注度。例如：富安娜擅长的是大花类16套色的产品，但是富安娜卖的最好的产品是一款时尚类的产品“玻璃球”。罗莱的品牌定位“欧式化的典雅和浪漫”，但是历史卖的最畅销的产品是“DY120-4浓烈季节”以及梦洁“荷塘月色”等产品。充分说明，品牌定调产品不一定是以“畅销品”的形式出现。针对2015年的产品规划，博洋家纺将不遗余力的开发经典系列的产品，让消费者对于产品有更多的选择性！让博洋家纺的产品能够出现更多的精品！

在细化产品品类中，博洋家纺有一个系列一直走在家纺行业的前端，此类产品是从2009年开始的，一直处在销售增长率排名第一的位置——那就是“天丝”系列！市场是检验真理的唯一标准，这类产品也一直作为其他竞争品牌去研究的对象。2014年我们将博洋家纺“天丝”系列产品命名为“玉天丝”系列！就是要重点打造这类拳头产品，让消费者对于这种面料的认识更加的直观。众所周知，黄金有价，玉无价！人养玉，玉养人！玉和天丝本质上都是吸取日月之



精华，只是一个属于玉石类，一个属于植物纤维。更多的是强调博洋家纺的“玉天丝”系列具有玉的华润，玉的韵味以及玉对于人体对于环境的健康环保概念。

秋冬季，我们推出了“超柔磨毛”系列！磨毛作为一种棉纱的技法，一直认为它是一种面料，实不尽然，基于博洋家纺对于磨毛这种工艺的深挖，能够让这种磨毛系列的产品不仅能在外观上加以质变并且能让这类产品焕发新的生命力。手感柔和，并且通过优秀的染色工艺让产品赏心悦目。大家都知道，特别是北方的伙伴，在秋冬晚上睡觉前，总是像作一场战斗前的动员一样，进去要“暖被窝”。但是博洋的超柔磨毛，能够让你的被窝不再冰冷！

“beyond home”品牌的设立，冥冥之中就是一场轮回。许多做家纺多年的伙伴们知道，博洋是做家居品类发家的。以往的一些布艺类产品一年的出库可以达到几十万个，虽然单价不高，但是，有很多的“博洋家纺”出现在寻常百姓家。这就是品牌！这次我们再次回归，就是要加快品类的组合，跨品类的销售，以及品牌矩阵的搭建！能够让不同销售属性的门店，更加符合消费特性的销售自己的产品。

综上，博洋家纺秉承一切回归到产品的宗旨，找到“beyond style”找到博洋的风格，特色！只有产品让消费者感受到与众不同，感受到舒适，未来的路才能走得踏实，才是真正的核心竞争力！



# The 2014 interpretation of color and music myth

## 2014演绎色彩与音乐的神话

文庆长

最自然的花卉，最艺术的碰撞，花朵在油画中，油画感觉又融合在床品中，最美的“遇见”，总是浑然天成！通过音律辅佑，演绎色彩与音乐的童话，讲述四季不同时分的故事，让人对新品耳目一新。并

且，这次的产品部分经过画作大师之手，多了几分生命与灵性。设计师将产品创作灵感与维瓦尔第四季和声与创新试验相融合，创作出一床不同于以往作品的新品。

春天，有点迷离，略带梦境，生命重生之际，在葱绿中充满破茧的力量与磅礴。作品《香根鸢尾》所带来的视觉就是冬日里的阳光，以富有创意的罂粟花卉和极富冲击力的炫丽色彩进行创作，挥洒的水彩，奔放的花朵，收放自如，奔放中不失优雅，带给我们春日里的无限活力。

——春·而生



### 夏-无眠

夏天与摇滚摆放在一起，碰撞出的狂热终极精神，赋予到产品里，所得出的就是热情张力。夏天的夜常无眠，犹如《至爱一生》这套产品给人的热情狂热感，卷草纹样结合花团锦簇的牡丹营造出细腻的特有立体感，构成了品质与手感和谐完美的效果。在绣花处再配以暗红色手工水钻定制，更是为整体基调带来了一抹亮色，具有画龙点睛之效。整款风格简约大气，极具东方新娘婉约大方之美，婚礼注定是个无眠夜。



### 秋-常青

秋是收货的季节，人们饮酒作乐，庆祝丰收的快活，韵律欢快活泼，人生一场大梦，叶落知多少。欢言、韵雅发生交迭，随着音乐飘荡在空气中，表现出成熟的稳重，但设计师希望通过产品表现，将人生的美好与常青留给得意与失意的人。《金甸》这套产品运用古典图案和卷草纹作为花型元素，花型舒展大气，以金黄为主色调，并加入多种色彩的色织效果，不仅是财富的象征，更寓意光明和希望，寓意无限的可能生命常青活力永存。

### 冬-暖趣

冬日雪景冰川给人轻妙感，窗外的白雪皑皑，冰天雪地让设计师想要通过产品的暖趣带给人无限温暖，《曼语》以起伏的波浪线和各种形式的肌理效果组合排列，呈现出沙洲和湖泊的美景，暖暖的色调为寒冷的冬天带来一股暖意。





守着炉火的宁静心境  
 让季节带来快乐  
 绽放的原野  
 让情思寄心曲



## 律花妍

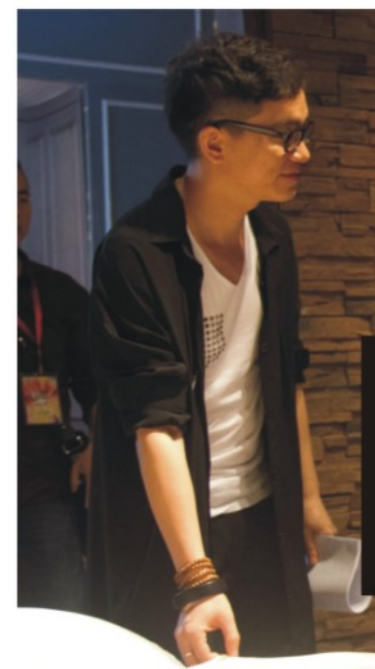
——众芳映疏影，清浅律花妍

冬日午后，一杯热茶，坐在舒适的沙发上，望着冬日的景象，听着维瓦尔第的《四季》，先是缓缓的引人入胜，然后是倾听，如守着炉火的宁静心境，而季节就是这样带来的快乐。

《四季》宽广，直白，记录着美好的瞬间。而又好像引来了花儿摇曳，逞艳，低语，走过绽放的原野，然后就情思寄心曲，三千皆黯然。

## 绚彩主推《妍色》灵感来源

文/小妍



设计总监·谢林勇

《妍色》灵感来源于不同花卉的艺术表达。浪漫是美妙卧室的主旋律，无处不在的花朵会渲染出私密空间的专属情调，作为最放松的家居空间，在花朵中点缀上青翠的绿叶，同样有着春日气息的元素，更能让卧室仿佛沉浸在妩媚而柔美的花海，多了爽朗的自然清新。

本季秋冬绚彩主推《妍色》采用大花卉的形式，设计上突破以往花卉组合形式的排版手法，把花卉放大到极致铺满整个画面，运用进口特种颜料达到色彩间晕染渐变的绚丽效果。远看似画，近看色彩斑斓。图形中带有大块块的绽放效果又结合花型演变过来的细节描绘。丰富多彩。配上B版精致佩兹利图形的细腻感，视觉上层次感强。

没有春夏的繁花烂漫，秋冬的家依然可以千姿百态。运用艺术化的方式去细细勾勒与修饰，运用多种花卉形态与元素演变而来，体现设计者别致和独具匠心的创意。

每个人都是艺术的主导者，是自我生活的创造者。关于艺术，有人觉得它是冷的，有人觉得它是暖的，再或者是中性的，这都无妨，艺术本就是高于生活的，它被接受与否完全取决于人的内心，同样一幅关于夕阳的画，开朗的人会觉得它美好无限，消极的人觉得它是落日的余晖。当然，这都是从欣赏的角度去说，而艺术从产生之初更多的是为了服务与装饰，具备欣赏性是艺术的基础，落实到生活，艺术依然是无处不在的，他并不像想象中那般格格不入，许多实用的设计都是建立在艺术基础之上，并悄悄地渗透到生活的每一个细节，也正如此，你会发现，所谓风格，都是在新旧间演变和交替的，那些传统的概念让人感到有距离感，是因为你还没有发现它除旧布新的奥秘，打破对艺术概念的理解，让家的实用性来驾驭它，两者结合在一起后碰撞出的火花，有着无与伦比的神奇魔力，让生活的点滴都被艺术呵护着。



# Warm Law: beyond super soft sanding

## 暖律：BEYOND超柔磨毛

文/细细

古代以时令合乐律，温暖的节候称“暖律”。

以时间来定义的温暖节奏，停止不了，被滋润的心灵，走过的地方，可以瞬间被感动，因为似曾相识还是一心一念，总之，是合了心里的那个节奏！



**蕴上花锦** 面料：超柔磨毛

相信总有某个时刻  
不管时间走到那个点  
在风中飘着的  
都是让人温暖的情绪

水墨式的花卉，欧式的古典纹样，沉稳的主色调中以黄色和蓝色等亮丽的颜色点缀其间，东方和西方艺术的结合，使得作品呈现出时尚大气的感觉。

### 繁花影绰

面料：超柔磨毛

金色大厅里  
娓娓诉说  
季节的故事  
当暮色降临，在黑暗中也绽放美丽的花色，  
也许是萤火虫的光点，也许是花蕊的反射，  
星星点点，若隐若现，表现在暗处的美丽。



### 梦影花魅

面料：超柔磨毛

没有一起做过的梦  
怎知梦里的花香  
没有一起牵手的旅程  
怎知心底里  
还有那么美好的发现

初梦花油，茂密丛生的花朵，形状各异，  
开得奔放热烈，渲染了整个冬季的沉闷，  
让热情似火的青春洋溢在如花的岁月里。



冬日的暖阳  
拂照一身  
午后的轻松美好  
花纹在光影下  
静谧地流动

### 格瑞塔

面料：超柔磨毛

精美的底纹图案，若隐若现，唯美浪漫，色  
彩上运用了米色，更显沉稳大气。配合磨毛  
这种暖暖的面料特质，带给我们温馨又舒适  
的睡眠感受。

## 磨毛的洗涤

### 超柔磨毛产品的特点

磨毛织物是全棉布料通过磨毛机和金刚砂皮的磨擦作用，所形成的一种仅在外观加以质变的品种。也就是说，在保留织物原有性能的同时，使织物表面形成了一层具有短绒毛层感觉，在赋予织物新风格的同时，既降低了磨毛织物的导热性，又增加了保暖性和柔软性，其色泽醒目，手感柔和，外观丰满悦目。

超柔磨毛在使用时很贴身，一种暖暖，柔柔的舒服感觉，颜色历久如新，由于工艺独特，磨毛产品具有不会褪色，起球等品质，比一般的全棉布料优得多，而且重量也要比一般的全棉面料厚重许多。磨毛作为一种新

面料工艺，它在赋予面料新的风格同时，增强了面料的柔软性与保暖性能，无论是手感、舒适度还是外观质感都要优于非磨毛面料，尤其适合在秋冬季使用，因而成为近几年来面料市场的新宠。

### 洗涤保养

- 1、可水洗，最高洗涤温度30度，不可漂白，不可干洗；悬挂晾干。洗涤时同时加入一定量的白醋可减轻面料褪色现象。（白醋与水的配比1:100）
- 2、为防止被染，应与其他染色衣物分开，洗涤剂 and 柔软剂最好选用中性的。
- 3、熨烫时，熨斗底板最高温度不得超过110度。

# Designers recommend

## 设计师作品推荐

### 大牌遇见大师作品：《灵犀》

设计师：MAX MA/陈佳



MAXMA油画作品《灵犀》

#### 设计灵感

海派画家Max Ma素以“花卉”创作而得名，《灵犀》是MAXMA花卉油画作品中的得力之作。看MAX MA的作品让大家感受最深的就是触目间光影的鲜明与夺目，而这样鲜明的画作特色应该得益于25年来他对摄影的潜心钻研，他的油画在光影明暗和远近疏离、在色域的大胆跨度和细节部调节等方面尤为出色。MAX Ma的画作让人亲近并联想到生活，其实他的画很多原型来自于生活，刚过不惑之年

的他热爱生活的艺术、更是一位仔细发现美、善于发现美的艺术家，生活给予的灵感是如此的充分，永不会枯竭。

艺术作品《灵犀》，构图和色彩上都有极强的视觉冲击力。博洋家纺床品设计师保留了作品的摄影式构图，在色调上采用了蓝绿色调，带点紫色，把作品原本定格瞬间的冲击力，参带了梦幻的情景。



### 莫莉丝

采用西式古典卷草纹与中式中国结为元素，两相结合，寓意美满。偏米金色调的香槟色富贵、典雅，而外围点缀的蕾丝花边和采用特殊针法的绗缝大靠垫使得整套产品更显精致唯美。



设计师：梁代诚



### 金甸

这套产品运用古典图案和卷草纹作为花型元素，花型舒展大气，以金黄为主色调，并加入多种色彩的色织效果，不仅是财富的象征，更寓意光明和希望，寓意无限的可能。





渐变色会让我们联想到水或空气这些柔和的事物，波澜不惊地变化是我们最愿意接受的形式，不突兀、很温柔，却永远不会单调乏味。

## Gentle gradient halo romantic dye 柔和浪漫的渐变晕染

编辑/士嘉

### 柔和晕染的初冬渐变色

渐变色是指颜色逐渐地、有规律性地变化，能给人柔和晕染开来的视觉效果，有着微妙的节奏感和韵律感。渐变色源于自然生活，大到夕阳西下的天空，小到绽放的花瓣，随处可见。设计师们把这种自然美运用到了时尚界中，于是有了LV经典的渐变色牛仔包，有了近年来大热的咬唇妆，T台上也常出现渐变色的发行和时装。运用到居室中，渐变色更有施展的空间，在墙面、桌布、地毯这些大面积的区域使用。



效果会更加突出，能瞬间给空间带来晕染的感觉。

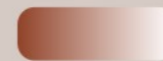
晕染的变化形式大体可以分为两种：明度渐变，也就是我们常见的颜色深浅变化。这种渐变可以在视觉效果上拉伸空间，如果墙面由浅至深地变化，可以使房间看起来更高；色相渐变更像是两种以上的颜色晕染在一起，这种变化形式让空间色彩丰富的同时更不生硬，可以柔和地过渡。

### 净水花样（床单四件套）

面料：超柔磨毛

描述：整体以流畅的线条，渐变色的设计，恰到好处的衬托出整体的层次感也使得整体视觉更为年轻活泼。在阳光及远及近处，仿若吹过一缕暖风带着幽香散去，必是一种平淡且真实的寂静，绽放在心底。磨毛材质性价比非常高，手感非常舒适，适合有品位的都市男女。

## 渐变配色



棕色的明度变化是呈现大地色系的好方法，能让自然的色彩更有层次感。



浅绿到深绿的变化很有小清新的感觉，是森女们的最爱。



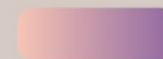
蓝色由深到浅的渐变，让人联想起水的波纹，非常清爽。



粉色的一系列深浅变化，最能体现少女的梦幻情怀，甜而不腻。



蓝色到紫色的变化有些冷峻，中段的深蓝色比较沉稳、中性。



粉色到紫色的变化是略显神秘的，适合成熟的女性。



由草绿变化到墨绿，仿佛丛林一般伸向远方，是自然感居室的必备。

大自然的调色盘  
季节的味道  
收获满满的欢喜  
趋向永恒  
不会再担心失去



### 晕染画质风画家的笔触

这个颇为抢眼的空间就像一幅被恣意泼墨挥洒的写意画，笔刷扫过的痕迹若隐若现，使人不禁想起莫纳的大作。风格混搭、色彩别致的家具以及不拘一格的软装搭配，使这个空间的布置始终贯穿着印象派画作的自由之风。



### 水沐花色（床单四件套） 面料：活性斜纹印花

我知道我想念的是

温柔如水的月光

轻轻摇曳的树枝

美妙浪漫

作品排版方式为满花分布，以梦幻的晕染效果与花朵结合，营造出浪漫、优雅、温馨的氛围，适合秋冬季节的心情。

# 2014秋冬新品展示

文/尘世一卒

家纺是女人的生活梦，幸福生活点睛品

这是一场华丽盛宴，倾听内心的声音，发现和感受另一种生活。闪亮的光泽，带你朝向更加耀眼和高贵，使柔情更加令人难忘。织物与皮肤的私语，带给你舒适和精致，蕴藏更多能量，始终有一种声音，能够传递更多幸福美好。

## Autumn and Winter Show



紫虞香/床单四件套

面料：缎纹印花

### 设计理念

刚入秋的时候  
我想到了和他的约定  
所以我忘记了秋天  
只沉静在一种岁月里  
夸张魅惑的紫色，神秘而高贵，稳重却不失华丽。



阑韵芳飞/床单四件套

面料：缎纹印花

### 设计理念

每个人都有很多故事  
讲着自己最懂的事情  
有些人经过了  
而只有一个人停留了  
独版写意花卉采用神秘的紫色系为主色调，细腻，更加具备了女人味，高端大气。



奥斯维得/床单四件套

面料：真丝印花+长绒棉（真丝套件）

### 设计理念

简单的几何图形与细腻的肌理图案结合，内容丰富，有变化，用在全真丝的面料上，如夜空中的繁星，静逸，闪耀，也没有失去它该有的高贵优雅。



凯莉/床单四件套

面料：聚酯纤维+缎纹

### 设计理念

这套产品的花型采用卷草纹和花卉图案相结合的手法，经典的花型，经典的排列，经典的米金和米白的颜色搭配，精致唯美。



花开锦簇（床单四件套/床单六件套）

面料：转移印花

### 设计理念

时尚的欧式卷草纹、玫瑰花、百合花和时尚的珠宝，柔美色卷草把浪漫的玫瑰花百合花加以穿插形成流动的美感，是时尚年轻人的婚庆首选。



奥斯汀/床单四件套

面料：超柔磨毛

### 设计理念

图形采用了具有欧洲宫廷的代表性元素，面料颜色形成强烈的对比，大胆特别，厚重的拉绒手感也给套件带来了非常好的质感，特别适合秋冬季节使用。



博洋家纺一直倡导幸福文化，幸福文化的核心是创业文化，不断的搭建平台让博洋人在这个舞台尽展才华。致力于打造行业里最具成就感的公司，致力于打造行业里发展速度最快的公司。



聚焦博洋

FOCUSING ON BEYOND

# 2014 WINTER FAIR SUCCESSFULLY HELD

## 博洋家纺“妍色”2014秋冬定货会圆满举行

文/远方

2014年5月16日至5日18日，博洋家纺2014“妍色”秋冬定货会，在宁波盛大举行。17日博洋控股集团董事长戎巨川、家纺董事长蒋武吉亲临正价品定货现场，博洋家纺总经理何平波进行详细介绍及密切交流。董事长戎巨川对博洋家纺2014秋冬新品给予极大肯定，对行业首推的大师款产品的家纺与艺术完美结合和超柔磨毛产品的贴近顾客需求称赞有加，他指出设计师们要继续研发出更多贴合顾客需求的产品，顾客的需求决定产品研发的成败。据悉，本次“妍色”定货会涵盖了秋冬新品展示、加盟商培训、新品发布时装秀、颁奖盛典、晚宴等活动。



### 看“妍色”展夺目风采

本次定货会，以“妍色”为主题贯穿始终，定货会主题画面中的女人、花、绚丽的颜色，分别代表博洋家纺优雅而充满魅力的女性主要客户群体；“现代写意大花绘”风格的博洋家纺主推系列——绚彩新品；“妍色”是“颜色”的衍生，“妍”字意为美丽、且有幸福之意，加之本次秋冬定货会主推产品亦为“妍色”。

今年秋冬新品继续延续“现代写意大花绘”风格的产品

演绎，其中“当大牌遇到大师”的大师款产品的夺目呈现，开启行业内跨界合作的新纪元，携手海派油画大师MAX Ma将艺术与家纺完美结合，将油画作品《灵犀》以家纺的形式出现。另外，保暖系列产品也是每年博洋家纺秋冬系列的特供品类，首推“超柔磨毛”产品，运用磨毛工艺结合油墨、水墨画等艺术手法展现欧式的绘画艺术风情，给予一家人的健康与温暖。



在新品发布之后，2014秋冬家纺时装秀开启，融合2014秋冬家纺流行趋势、婚庆元素，并结合博洋家纺一贯的写意浪漫风格的秀，让每一件床品成为一幅美轮美奂的艺术品，也是博洋“妍色”的风采演绎。

### 聚“博洋”享品牌盛宴

本次定货会通过“妍色”的风采演绎，让加盟商和客户们感受的不仅是精彩，更是一次融入其中的聚会。在加盟商培训中，总经理何平波关于企业发展方向的精彩演讲、宁波直营一公司总监王伟平深情并茂地讲解直营发展案例等等，让加盟商们明确了企业未来的发展、产品研发、营销的方向和定位，切实感受到博洋家纺的品牌价值与广阔的市场前景。

培训会当晚还举行了盛大晚宴，这是博洋人自编自导的舞台秀，节目中独唱、舞蹈等表演，展示着演员的专业和

魅力，歌曲串烧表演展示着博洋人的欣欣向荣和团队精神。另外晚宴上还褒奖这一年来为博洋家纺作出巨大贡献的加盟商们。整场晚宴让每一个博洋人感受到身处盛宴的荣幸和欢乐。

### 齐“定货”亮骄人佳绩

据统计，正特价两天的秋冬定货会，比13秋冬定量增长42%，其中正价品增长100%。博洋家纺继续领航行业加速度发展。正如总经理何平波说的那样：“此次定货会虽然是超越历届的盛会并创造了最好成绩，但是成绩已经属于过去，对于未来来说此次定货会是最差的一次，因为我们的未来会一次比一次更加地优秀”。就是因为这样，博洋人已经行进在新的征程中，他们已经感受到身上的担子，他们在化压力为动力，毅然行进在创造幸福的舞台上，继续演绎一次的佳绩和第一！

# Angie Chiu national store -- Zhengzhou Station

## 赵雅芝全国巡店——郑州站

文/袁芳



4月19日上午10点，博洋家纺形象代言人赵雅芝优雅亮相郑州紫荆山百货，助阵博洋家纺19周年庆与紫荆山百货31周年庆。主题为“幸福携手，雅芝相伴”的明星见面会，在西城广场举行。只见赵雅芝一袭蓝色印花连衣裙别致优雅，美丽依旧，万种风情耐人品味。她亲切地与现场的几千名观众和粉丝见面，和粉丝们分享美丽的心得和家居生活的感受，始终洋溢着灿烂微笑的赵雅芝也受到在场观众热情欢迎和阵阵掌声。随后，赵雅芝与嘉宾共同按下水晶球，开启了博洋家纺19周年庆活动的启动仪式。

据悉，作为博洋家纺的形象代言人，此次活动是博洋家纺携手赵雅芝全国店巡的第二站。在此次郑州活动现场，主

持人上前采访赵雅芝，雅芝说代言博洋家纺11年，期间多次来到郑州，非常喜欢这个城市。谈到对郑州的印象时也表示，这座城市既有历史的厚重感也有现代都市的时尚气息。随后，赵雅芝与观众进行现场互动，她也借机秀了一把河南话，也将整场活动带到了高潮。赵雅芝用她谦和的笑容回敬影迷和观众，感谢大家的专程到来。

此外，赵雅芝还来到博洋家纺紫荆山专柜，与博洋家纺郑州公司总经理丁建炯亲切交谈，她对博洋家纺今年春夏产品表示非常的喜欢同时还提出了她对于家居陈列的一些看法。接下来博洋家纺将继续携手赵雅芝进行全国店巡，下一站将会在哪？让我们一起拭目以待！



# Home textiles, is a woman's life dream

## 家纺, 是一个女人的生活梦

——记2014秋冬大片拍摄

文/吴彩虹



女人如她——娱乐圈中沉浮数十载，走过众星捧月的光辉岁月，经历过头破血流的苦楚，伴随着流逝的韶华，沉淀出的是一种独特的淡定从容、优雅气质。

家纺所呈现的不仅仅是布料的简单拼接，对女人而言，它更是一种真实的心灵感受，女人选择一款家纺就如选择一种生活的格调。当博洋家纺邂逅赵雅芝，注定是一场优雅的聚会。追求极致优雅的生活格调是每个女人的梦，赵雅芝正好为我们诠释了一个女人追寻的幸福生活其实是感性到理性的呵护与经营。

2014年6月博洋家纺最新一季TVC和平面时尚大片同期在宁波开元九龙湖畔别墅进行拍摄。无论是与知名婚纱设计大师Grace Chen的婚庆系列家纺的跨界合作，还是与著名画家Max Ma绘画作品的合作，我们都在努力尝试将生活艺术化，让艺术更生活化，精心妆点我们的幸福生活。

“当大牌遇见大师”作为今年博洋家纺整体营销策略的



重头戏，为了契合“当大牌遇见大师”的主题，不管是演员、制作团队、场地选择还是拍摄道具的准备我们均严格筛选，推出博洋品牌迄今为止超强阵容的制作团队，除特邀代言人赵雅芝女士拍摄新一季的形象片主角外，平面拍摄团队与视频拍摄团队也首次强强联手，实现同期拍摄，更不惜重金邀请台湾广告片导演亲自操刀。每个唯美画面呈现的背后，是所有制作团队对美的专注和对每个镜头苛求的态度，当然也

少不了芝姐始终敬业的精神。10多个小时的化妆、拍摄、补妆、换装始终没有一句抱怨，即便到最后一个镜头，嘴角依然微微上翘，优雅如斯，谁人不爱？

无论再多繁华，一个女人最终最好的归宿其实是家的安宁与康乐，家纺赋予的不仅是一种纯粹的装饰，更多的是“家”的理念，家纺是什么？其实家纺是一个女人的生活梦。



博洋家纺2014  
秋冬大片集锦





### 秋冬绚彩婚典橱窗陈列

图/刘士嘉

gorgeous wedding window display

将生活艺术化，把艺术生活化

大师的唯美巨作结合博洋家纺产品，这是一场完美的倾城之恋。

2014秋冬新品上市绚彩橱窗表现的正是MAX Ma跟BEYOND的遇见及相恋，跨界的合作会让更多消费者在家居的氛围中感受到浓浓的艺术气息！



这季秋冬婚典橱窗，希望打造具有“喜庆”文化内涵的环境氛围。运用铜火烛、蜡烛、婚庆暖水瓶等道具，与店铺场景、婚庆产品的协调搭配，营造一个浪漫又彰显高贵的婚房场景。

结婚对于每一个新娘来说，都希望任何细节、任何步骤都能完美到极致，一个特别的婚房更是新人之间爱的表达！对父母是感怀、对新人是一种别样的情调。让所有适婚人群都蠢蠢欲动，誓定终身，美满一生！





# Adrienne to textiles national shop inspection

## 9天500万 和义店升级清仓特卖创纪录

文 芷莘



“卖疯了！真的是卖疯了！”和义店的导购用这样的语句来形容博洋家纺和义旗舰店装修大清仓预售当天的销售场景。据悉，预售当天就突破100万的销售业绩，活动开始3天销售突破350万，9天创500万，最终以602万完美收官的里程碑式的记录。

### 预售首日破百万销售

4月11日—4月28日博洋家纺和义店重装升级大清仓，因为前期做足了系统的宣传工作(报纸广告、论坛互动，微信点赞、DM单信息传递等等工作的有序开展)，在4月10日的首日预售中，就突破100万的销售额，人气持续高涨，光仓库运货的卡车就连发了5次，还是供不应求，客户都排到门外。

“没有想到！真没有想到！昨天光预售就突破100万！今天还没有看销售业绩，估计销量应该不错！”宁波直营销销售总监王伟平这两天可忙坏了，客人太多，工作人员忙

不过来，只好捋起袖子自己搬货！王总监告诉笔者，其实这次和义店装修大清仓，前期做了很多的准备工作，备足货源，把价格直接拉到底价，很多产品真的是亏本销售了，我们卖的不仅是品质，更是实惠。

宁波直营做好的准备工作，不仅是货源，在人员配备上也是做了精密安排，调集宁波直营各店最好的导购，加上公司调配的“雏鹰”团队，并制定足够吸引的现金激励政策，让整个团队动力十足，精神饱满。一场战斗就此打响。

### 万人空巷抢购博洋家纺

4月11日，活动正式开始，因为前期的宣传和互动，和义店还未开门消费者就排起了长队。这些消费者不仅是为了来抽奖（100%中奖），更是希望能把心仪的产品第一时间拿到手(之前的宣传已经让消费者有了一种“机不可失，失不再来”的紧迫感和消费欲望)。

在购买的顾客中，很多都是即将步入婚姻殿堂的新人，他们选购的都是婚庆家纺产品。博洋家纺的产品一直以客户诉求为导向，如婚庆产品的五子登科、凤冠霞帔、百子嬉春等等，都深受新人和新人的家长们的喜爱，卖得特别好，客单量也因此得到很大提升。产品把准客户需求脉搏，再加上一一年仅有的一次物超所值的优惠，消费者趋之若鹜是必然。

活动中还有很多的互动环节，如现场的幸运大转盘、会员折上折等活动，加上品牌本身的价值和宣导，让活动进行的每一天都是人潮涌动。比预期销售高出了很多。为了避免顾客长时间的排队等候和缺货带来的不必要的失望，宁波直营慎重决定后做出了活动在25日提前结束的决定，并通过宁波晚报连续三天的发布及微信的公开信告知消费者。最后博洋家纺宁波直营用心承诺：购买的产品为客户保价60天，买贵全退。这样让客户们感受到博洋家纺的诚信和品牌的保障力。品牌的魅力就在于品质和保障，博洋家纺继续行走在品

牌之路上，让消费者购买到的博洋家纺产品一定是物超所值的。购买博洋就是购买优质生活方式的这一理念也正不断深入消费者的心中。

### 刷新纪录 鉴证新发展

据悉，博洋家纺宁波直营和义店此次特卖，单店3天销售突破350万，9天破500万，最终以602万完美收官，是博洋家纺具有里程碑意义的一次特卖活动，是博洋家纺全国单店特卖销售之最。而此次的特卖案例也将写进博洋家纺的历史，成为博洋家纺最好的活动教科书。快速执行和复制一直是博洋家纺门店运营体系中的一大特色，活动还没有结束和义店清仓的案例已经开始了经验的分享，在20日的金华大客户分享会，宁波直营总监王伟平赶赴会场，做充满激情，精神振奋的分享，让全国的大客户心潮澎湃，一种饱满的激情正在燃烧……我们期待新的记录被再一次刷新！





博洋家纺  
— Beyond Home Textile —

## 当大牌遇到大师： 博洋家纺与MAX MA在沪签约跨界合作

文/远方

近日，“倾城之恋”Max Ma 2014油画展及博洋家纺与Max Ma跨界合作签约仪式在上海新天地壹会所隆重开启。此刻，环境优雅高端，曾接待过美国总统的新天地壹会所内，充满了艺术氛围和梦幻芬芳的色彩。港龙航空CEO（行政总裁）Patrick Yeung、香港浸会大学副校长兼传理学院院长黄煜、博洋家纺总经理何平波等来自全国及上海绘画界的社会知名人士和嘉宾悉数到场。在博洋家纺携手Max Ma的跨界合作签约仪式上，博洋家纺营销中心总经理任宇与Max Ma在《倾城之恋》的抱枕上签字留念，预

示博洋家纺携手Max Ma的跨界合作正式达成。根据Max Ma的作品《倾城之恋》、《灵犀》设计而成的床品及延伸家居产品，也在此次的画展中闪亮呈现。

据悉，海派画家Max Ma素以“花卉”创作而得名，这次他以玉兰为题，于新天地壹会所举办了“倾城之恋”最新个展，展出油画作品21幅。展览将持续至3月31日。本次展览的主打作品《倾城之恋》构图颇为古朴，采用了国画里“倒挂金钩”的经典构图方式，前疏后密、前清后虚的布局手法也看得出Max Ma将摄影和后期制作中的技法糅入

其中。在绘画手段上，《倾城之恋》既有写实，也采用了写意和工笔的画法，“有点像新娘出嫁时画的新娘妆，有恋爱的感觉。”在Max Ma看来，家具、布艺、服装其实也是艺术表现的渠道。这和国内家纺品牌——博洋家纺“将生活艺术化，把艺术生活化”的理念不谋而合，双方也就此达成合作意向。

据了解，此次画展和签约仪式，不仅名流汇集，同时也吸引了CCTV、东方早报、21世纪经济报道、时尚芭莎、CEO杂志等知名媒体的记者编辑到场并进行报道。让“艺术更加生活化，让生活更加艺术化”，让更多的消费者获得高品质生活体验的信息，其实这也是此次合作和画展的一个重要目的！

### 以下是CCTV上海总部主编王进，对博洋家纺营销中心总经理任宇的专访内容：

1、博洋家纺为什么选择同Max Ma进行合作？是希望让Max Ma成为博洋家纺的签约设计师吗？

博洋家纺与Max Ma合作，就是从遇见到相互认同再到合作签约的过程。此次倾城之恋画展可以说也是在这样的基础上应运而生的。Max Ma不是博洋家纺的设计师，他是一个独立的个体，博洋家纺遇见Max Ma就是纯粹的对于艺术的欣赏，因为遇见而选择，因为选择而合作。其实，Max Ma对于《倾城之恋》紫玉兰的创作已经酝酿了四年之久，13年底才正式创作完成。去年12月，Max Ma第一次来到博洋家纺，他就对博洋家纺的幸福文化赞不绝口，幸福的走廊文化，让人置身富有情调的创意空间，员工脸上露出的美丽笑容，让他感受一种幸福，同时，也让他萌发了与博洋家纺合作的意向。让艺术生活化让生活艺术化，成为博洋家纺与Max Ma的共同愿景和目标。“倾城之恋”画展也成为继“遇见”画展后，双方签约合作的最好鉴证。

2、就目前经济环境下家纺行业同样受到了冲击，在这种危机下，博洋家纺如何看待诸多的挑战以及外来品牌的冲击。

作为家纺行业领导品牌的博洋家纺，近年来在家纺业不景气的情况下，依然保持两位数的全速发展，并且品牌形象不断提升。作为一个不断创新不断引领行业发展的企业，博洋家纺深入OTO、微营销、并在电子商务上不断突破创造奇迹。博洋家纺与Max Ma的合作应该说是锦上添花。让博洋家纺不断艺术化、品牌化、体验化，正如博洋家纺的英文名——BEYOND一样，博洋家纺不断在市场领域获得突破和领先。从博洋网购2011年双十一全品销售冠军，到2013年博洋集团双十一破1.9亿，再到博洋家纺实体店不断刷新销售记录和越来越艺术化、体验化、生活化的购物体验 and 品牌形象，让博洋家纺成为行业内发展最快最健康的品牌家纺企业。

3、博洋家纺在市场领域，特别是新渠道开拓方面有怎样的打算？

随着博洋家纺OTO实业部成立，对于博洋家纺网上销售与线下门店销售形成整合。让线上渠道不断发展的同时，博洋家纺的实体店，不仅没有因为线上的冲击放缓发展，还获得了长足的进步。随着实体店营销的市场的不断深入，博洋家纺给予消费者的是更多更优质的体验过程，我认为这就是家纺企业发展的出路。而跨界合作最终目标就是让消费者获得最好的体验，点睛他们的幸福生活！

4、在跨界合作方面博洋家纺还会有什么样的新举措？

博洋家纺将富有文化底蕴和艺术气质的设计创作，运用到博洋家纺家居全品类产品的设计之中，将生活艺术化，艺术生活化。Max Ma的《倾城之恋》、《灵犀》已开始呈现于博洋家纺产品之中，通过床上用品、靠垫、抱枕、家居服、丝巾、家居布艺等呈现出来，给消费者不一样的艺术体验和贴身家居感知。另外博洋家纺在跨界合作方面还与著名服装设计师Grace Chen合作，2014年下半年博洋家纺将会有数款由Grace Chen亲自操刀设计打造的婚庆定制款家纺产品面市。届时消费者将会获得更多艺术化的生活体验。



特别策划

SPECIAL PLANNING

诠释幸福

# Eleven years of "happiness" to do and cherish



## 十一年“幸福”携手

她是永远的白娘子，是最美的冯程程  
用“巧笑倩兮、美目盼兮”来形容她最适合不过  
女神依然还是当年的女神，举手投足之间依然风情万种

自2003年开始，赵雅芝选择博洋家纺，选择为幸福代言，  
十一年来携手博洋家纺，让家纺成为中国人幸福生活的  
点睛品！

2003年开始赵雅芝签约博洋家纺，从此  
开启家纺行业明星代言的绚丽篇章

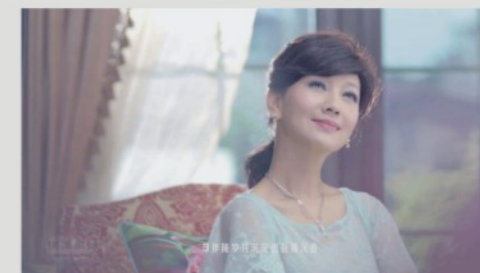
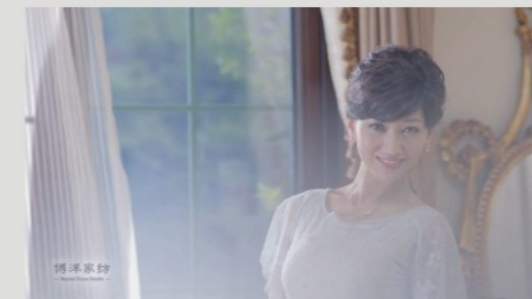


赵雅芝女士是中华民族五千年来集众多优点于一身的女子典范（网络评价），积极的、美丽的、优雅的、温柔的、贤淑的、识大体的等等，可以赋予很多正面的修辞。现代社会是一个个人获得比以往任何时候更多自由的时代，每个人可以选择不同的生活方式，但对于“家”的认同只有一种——幸福，“幸福生活点睛品”由赵雅芝代言的确是最具代表性的。



# 2014女神赵雅芝倾力出演博洋家纺宣传大片

你问我“家纺”是什么  
这是一个很难回答的问题，就如同你问我“家”是什么  
因为家纺不仅仅是一块被缝制整齐的布料  
而它更是一种真实的心灵感受，或说是触觉.....  
人们习惯为她贴上生活、梦想、温暖和家的标签.....  
是的，其实选择一款家纺，就如同选择了一种生活  
主题、性格、不同的故事  
对女人而言无论何种花色的家纺都有着相同的意义  
因为它是一种内心深处对幸福的渴望  
和与美好愿望的契合



韶华易逝  
却伴随岁月沉淀出百媚沉香  
浮沉数十载  
杂全中走过闪耀的大半年华  
众星捧月的光辉和头破血流的苦楚  
都是人生札记上的浓墨重彩  
哪一步，哪种格调  
即便灰暗阴霾也是美好  
生活终会让我们知道——舒适，便是幸福  
一路走来不停抉择  
每次勇气的爆发  
都是为了那股不可磨灭的热爱  
直觉触碰相信而后执着.....  
感性到理性的呵护与经营  
对于温暖的期许和付出  
相伴永生  
家的安宁与康乐  
就是女人最好的归宿  
其实家纺，是一个女人的生活梦  
博洋家纺幸福生活点睛品





2005年出席博洋家纺在杭州西冷印社举行新品展示秀并进行新品拍摄



2006年赵雅芝在上海参与博洋家纺06春夏新品的平面广告拍摄并赶往苏州参加博洋家纺06新品秀



2008年冒着酷暑在上海为博洋家纺进行08秋冬系列的平面拍摄



2009赵雅芝为博洋家纺拍摄主题为“幸福”的广告片

十一年美好瞬间  
Eleven years of happy moments



2010年赵雅芝代言博洋家纺拍摄10秋冬宣传写真



2011年莅临杭州为博洋家纺第500家旗舰店开业剪彩



2012年莅临博洋家纺900平的月湖盛园旗舰店开业并剪彩



2013年赵雅芝亮相甬城，共庆博洋家纺18周年



# Blossom of happiness Art with beyond

## 花开幸福 艺术博洋

文/高燕燕

在众多定位高端奢侈的大牌家纺品牌中，只有博洋家纺找到了一个家纺品牌所必需具备的真正信仰——创造幸福的能力，这真是一个令人惊喜的发现。博洋家纺的现代写意大花绘、博洋家纺的艺术追求、博洋家纺的幸福使命，都让我们感受到了生活赋予生命的美好。



### 跨界，向着幸福奔跑

当一个品牌凭着它的认真努力和务实，赢得了消费者的认可后，下一步要走的是什么方向？依然兢兢业业地按部就班，还是向着它的信仰继续奔跑？

我们对博洋家纺所传达给消费者的幸福感毫无疑问，它让每一位顾客的家都充满了温馨和舒适。在我们心中，博洋家纺已经足够好，它拥有了足够完善的管理体系和行业优秀的供应链系统，强大的产品研发中心、规模庞大的产品加工中心、最靠谱的供应商、参与行业质量标准的制定和信息处理能力超强的物流中心，它甚至已经成了全宁波人民的骄傲。

一切时尚、美丽、艺术的存在都有让幸福加倍的神奇魔力，而人类对于幸福的追求是永无止境的，正是这种信仰般的本能，让博洋家纺开启了它的跨界之旅。

### 转角遇到“小红裙”

2013年12月14日，一场名为“囍·爱”小红裙的时尚盛会在北京举行，在这场由高级定制时装领域的设计大师GRACE CHEN主导的高端时尚盛典上，我们意外看到了博洋家纺的身影。在诧异的同时，我们也不得不感叹博洋家纺的时尚嗅觉，看似毫无关系的组合，却奇异地给人一种相得益彰的和谐。

“小红裙”系列是专为东方女性定制的时装，由它所演绎的东方女性的独特韵味丝毫不输西方的黑色风情，而博洋



家纺所拥有的幸福红色，更是专属于东方婚礼的颜色。正是这种对经典红色的深刻情结，让“小红裙”和博洋家纺的相遇显得那么水到渠成。由此，博洋家纺也开启了它追求极致和谐的跨界之旅。

### 大牌遇见大师

洋溢着艺术气息的博洋家纺总能得到大师们的青睐，博洋家纺的跨界在继续，这回遇上的是位久负盛名的海派艺术家——Max Ma。在今年的2月份，素以花卉作品闻名的Max Ma在上海举办了一场名为“遇见”的2014油画展，正是这场“遇见”，让博洋家纺遇见了Max Ma。

Max Ma的诸多画作无不透露出对生活的热爱，对生命的尊重。他总是那么不假思索地在顷刻间打开人们心中的“五味瓶”，那扑面而来的画面能在瞬间沁人心脾。现实中，Max Ma和夫人Jessica的生活同样充满了艺术气息，他们甚至可以为了等待一朵花的绽放，在多瑙河驻足几季。这就是艺术家对艺术的执着。

这样的执着，与博洋家纺对幸福生活的追求不谋而合，他们同样对生活进行着艺术化诠释，又对艺术实现着生活化追求。

2014年，博洋家纺的目标依然明确——继续奔跑在追寻幸福的路上，并期待邂逅更多的大师。



## 野心优雅：大家居宏图

在博洋家纺总经理何平波向我们阐述博洋家纺的大家居宏图时，我们分明感受到了一种心有猛虎，细嗅蔷薇的磅礴气势。而博洋家纺位于杭州和宁波的精致生活馆也向我们展示了：到底是怎样的一种野心，需要以如此优雅的步调接近目标？



## 只有自己幸福，才能给人幸福

那些以为博洋家纺“幸福生活点睛品”的广告语仅仅是一句宣传口号的读者可能要失算了，到过博洋家纺的办公区，你才会发现一家公司，居然可以让员工幸福至此。他们在充满小资文艺情调的办公室，从事着创造幸福的工作，享受着来自同事和公司的关爱，他们每天开心地向人们传递着来自博洋家纺的幸福文化。



### 别让梦想只停留在梦里

除了博洋家纺品牌知名度、美誉度的不断提升外，最让总经理何平波自豪的应该就是博洋家纺的企业文化了，“别让梦想只停留在梦里”，充满正能量的一句话，道出了博洋家纺整个团队正倾力打造的创业氛围。怎样让一家颇具规模的公司保持前进的动力，怎样让数量庞大的员工坚持自己的梦想？何平波的想法直接而干脆：让所有员工保持创业激情。我们常常在思考，一家企业吸引人才的核心因素是什么？是超出员工预期的薪酬，还是完善的福利制度？直到一位企业家道出了玄机，我们才恍然大悟。空间，员工最在乎的是通过自己的努力所能实现梦想的所有想象空间。



于是，博洋家纺打造了积极向上、平等乐观的企业环境，创立了公平、开放的企业内部竞争机制，提供了完善的培训和激励机制，它鼓励着所有博洋家纺人：别让梦想只停留在梦里！

### 首先得自己感到幸福

博洋家纺的总经理何平波很随和，这是他给我们的第一印象；对博洋家纺的未来发展定位清晰而明确，这是他给我们的第二印象；对员工很重视，很尊重，这是他给我们最深的印象。

在采访总经理何平波的过程中，最让人记忆深刻的是他的一句话：“自己都不幸福，怎么给人幸福？”所以，对何平波来说，员工的幸福比什么都重要，因为博洋家纺的幸福文化需要所有幸福的博洋人来共同创造。员工结婚慰问的大礼包、博洋家纺每月大牌生日会、妇女节礼物、端午节礼物、母亲节礼物、丰富的员工户外活动……博洋家纺在营造员工幸福感上所花的心思，不亚于其在业务领域的拓展。何平波甚至筹划着重装修办公区，他觉得办公环境可以再点好。



其实，标榜幸福文化的公司不在少数，但像博洋家纺这样，将幸福融入公司的基因、刻入每个博洋人心里的，也就他们这一家而已。我们努力幸福着，也期待博洋家纺为我们带来更多的幸福作品。

# Adrienne to textiles national shop inspection

## 博洋家纺开启居家式办公的“幸福”模式

文/方向



在城市人生活工作节奏越来越快的今天，越来越多的人缺失原本的兴趣和应有的创造力，因为他们觉得自己被禁锢在像一个个鸟笼子一样的办公室里，只有日复一日的紧张工作，只有竞争和任务。员工们从工作中除了获得薪水还能否获得幸福感呢？其实幸福感需要去营造，企业也完全可以为员工搭建起一个“幸福”的天地。

### 打造居家式办公环境

博洋家纺认为应该为员工营造一种欢乐、人性化的办公环境，让员工们在办公室也能感受到像家一般的舒适与温馨。为此博洋家纺为每一位博洋员工打造了一个高雅、温馨、时尚的居家式办公环境。

当踏入博洋家纺如旗舰店式的门厅时，美丽明艳的色彩扑面而来，自然优雅的家居氛围迎接我们的到来。走出电梯情景化的陈设，有一种度假的惬意和别样风情，迎面是舒适高雅的家居陈设，为你呈现博洋家纺最新家居设计趋势。

楼梯、走廊上定制花型的地毯高雅别致，随着它的延伸是员工的休息和会客区域，一路的目不暇接已让你置身别具

地中海风情的软装环境中，吧台和高脚椅似乎在召唤你坐下来喝杯咖啡，还有特设的个性包厢式空间为员工提供了会客和工间闲谈的自由天地，在这里即使是洽谈公事也能舒心融洽。翻一本杂志在自己的时光里，灵感湛现，仔细留意你会发现这里的每一个公共区域都是一道美妙风景，有能唤起我们心灵促动的影像记录，也有充满生机的肉植小景。

楼梯的转角区域，美轮美奂的景色继续延伸，如梦寐中的殿堂，此刻我已进入六楼的营销和研发中心，这里的员工一直用创意点缀无数用户的幸福，同时他们自己也正拥有着幸福创意的居家式办公环境；回首间被用灯光陈设营造出的

别墅与花园的美好意境吸引，让我更加憧憬自己的幸福，我们都能成为“幸福”的创造者，这就是近日笔者看到的博洋家纺的居家式办公环境。相信在这样的氛围里工作一定能获得一份美好的心情，幸福感油然而生。

### 创造健康、舒适的“家”氛围

博洋家纺空间设计师，告诉笔者：“设计这样的居家式办公环境，就是希望最大限度地解放博洋家纺原有办公室环境，消除工作起居之间的隔阂，营造舒适的家的氛围”。我们知道大多员工待在办公室的时间甚至不亚于在家的时间，办公室的灯光、环境、家具和摆设都会影响到工作心情，换言之，办公室就是另一个居所。

医学界早就知道颜色具有相当的疗效，不仅是心理，生理上也能经由颜色疗法获得改善，因为颜色可促进人体分泌荷尔蒙，而分泌荷尔蒙的多寡，能够影响人们的身心。因此如何设计一个安适的工作环境，增进员工的身心健康与工作效率，工作场所的颜色选择占据绝对重要的地位。

博洋家纺的设计师、陈列师们在色彩上对于办公区域进行了精心设置。办公区域浅色的天花板，能够缓解员工的工作压力，墙壁用很多清新的粉彩、果色让人感觉轻松愉悦，还有地毯以蓝色为主色能给人以舒适感。在办公区域正确运用颜色，可减少视觉疲劳及心理压力，提高员工士气，增加工作意愿，提高工作效率。

各种的精心设计让博洋人把工作和生活适当地去融合，让工作成为“家”的生活的一部分。自然而然地把一些生活中的灵感带到工作中来，这样也能更好地为博洋的客户带去充满幸福创意的“家”的产品。

### 诠释生活的艺术“幸福”来演绎

博洋家纺总经理何平波告诉笔者：“让家居生活融入办公环境，让环境改变人的状态，让幸福感围绕每一个博洋人，这只是博洋人“幸福”居家式办公的第一步。接下来将会有更多生活艺术（如瑜伽、插花、茶艺等）带进博洋大家庭。”

笔者相信，在博洋家纺居家式办公的“幸福”模式下，定能让艺术与家居幸福完美结合，让幸福与博洋人发自内心的美好表达相互融合。诠释生活的艺术和幸福的本质，将会让更多的人收获幸福。





# Comfortable experience sharing

## 博洋家纺“玉天丝”肌肤的渴望

### 舒适体验齐分享

文/小博

生活的多元化，让家纺产品从材质到设计都有了更多的突破和变革。新一代的消费者们也越来越接受新概念、新材料和新工艺为自己的生活带来的全新的完美体验。博洋家纺从2013年初开始，从产品的选材、工艺、设计等方面出发，在某一品类上加以突破，2014春夏博洋家纺“玉天丝”产品，一经上市即引爆了一波波的市场热潮，好评如潮！

“玉天丝”作为博洋家纺2014的尖刀产品，更是倾力专注，无论从花型、工艺还是面料都是用最好的来塑造，让产品成为一见钟情的好产品，让“玉天丝”系列具备玉一样的温润与贵气，让更多的消费者体验其独特的亲肤柔顺，博洋家纺“玉天丝”正成为行业里的一面旗帜。为了进一步了解“玉天丝”产品的市场反应和顾客体验，博洋家纺营销中心通过微信活动，进一步了解了顾客的需求和“玉天丝”产品使用的直接感受。下面让我们一起来了解一下“肌肤的渴望”。





婚嫁时代

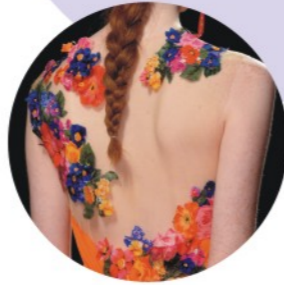
MARRIAGE AGE

# "Perfect love" product deduction 臻爱产品演绎

文/研一

大自然就是所有灵感的源泉，一切美好的事物都回归于大自然。大自然的鲜花从来都是美丽与浪漫的象征。所以作为一场浪漫温馨的婚庆典礼，鲜花是必不可少的。

《臻爱》整套产品花型采用优美的花卉和小叶子相结合，排版大气独特，面料光泽靓丽，尽显高贵，款式上运用精致的绣花和割边工艺，体现了整套婚庆产品的喜庆，表现了情侣之间对爱的真挚。玫瑰代表爱的宣言，蝴蝶兰代表恋人之间真挚的爱，满天星代表代表了关心，纯洁、成功、喜悦，等等所有美好的花卉组合起来表达产品的喜庆和时尚。这款产品是对花朵及其颜色色彩美轮美奂的运用，特别是色彩所展现出生机盎然的景象，让传统的婚庆产品展现在伊甸园般的时尚世界里。



## "臻爱"设计手稿



## 藏在花语中的爱

美丽的鲜花总会使人联想到纯洁的爱情。花语，每一种花被赋予的灵魂。那是人们的愿望和祝福。花语虽无声，但其中的涵义和情感表达甚于言语。藏在花语中的爱情故事，感动到心疼！

### 蝴蝶兰——我爱你幸福向你飞来

蝴蝶兰原意为“相似于蝴蝶般的兰花”，有着独特文化象征，美丽而又娇艳，高雅而又纯净，人们将它喻为是一位“十分的漂亮的公主”其象征着女子清新脱俗而又美丽优雅，具有灵动之意的蝴蝶兰也有着幸福飞来的象征。

她收到了他的一盆珍贵的蝴蝶兰盆栽，在她的精心栽培下在第二年的花开之时，她捧着蝴蝶兰的手捧花，他和她踏入了幸福的婚姻殿堂，他的誓言在婚礼进行曲中回荡：“我爱你！愿所有的幸福向你飞来，从此一生一世！”

### 薰衣草——等你说爱我

他把一支薰衣草给了她：“等你说爱我！”她嘟起嘴说：“你个大男人，还要等我先说我爱你！”他笑着：“哈哈，你还是先说啦！”她笑着拥向他：“讨厌！”她从这段梦中笑醒，可醒来的她却只有一个人：“为什么这只是个梦！”她哭着呆在这只有自己的房间里，枕旁，有一支枯萎的薰衣草……

### 白百合——心心相印

她缠着他问情人节礼物，他有些不耐烦：“还用问吗？每次的礼物我们都会撞上！”她说：“那叫心心相印，可今年我买了一个你没有的！”他耸肩说：“那看看吧！”他们同时拿出巧克力、模样差不多的表，她笑着拿出一束白百合，他却将一枚钻戒带在她手上，她惊喜地看着那枚钻戒上刻着的百合……

### 栀子花——原地守候你的爱

他拿着栀子花和女魔法师搭讪：“我愿原地守候你的爱。”他觉得他在耍自己，就施了个魔法：“好，那你就站着不许动，否则变成大石头。”之后每天，她都来看他究竟可以坚持多久，有一天他真的像个石头一般僵硬，她急切上前：“哎呀怎么会这样，我从没施过魔法。”他笑了：“看来，我等到了。”

### 7朵玫瑰——偷偷地爱着你

在她的生日聚会上，他送了她6朵玫瑰，她男朋友似乎有些不高兴，她赶忙解释道：“喂！吃醋啦！那6朵玫瑰是互敬互爱互谅的意思，他是我最好的哥们儿！”他也尴尬地笑着并将一朵玫瑰藏在身后，聚会结束，他默默离场，将那一朵玫瑰放在她家门口：“只能偷偷地爱着你！”而她也只看到了他的背影。

鲜花与爱情好像一直都那么密不可分！每个人都是一片叶子，都有自己的绿意。哪一种花语描绘了你最崇拜的爱情？



# 花堂结彩

## 创作由来



“花堂结彩”设计师：王怡



“花堂结彩”设计手稿



自然美妙性柔酒美  
今夜灿烂星光  
今世知音相伴

花堂结彩采用红灯笼的寓意，红灯笼象征着阖家团圆、事业兴旺、红红火火，象征着幸福、光明、活力、圆满与富贵，所以人人都喜欢。大红灯笼高高挂，渗透着中华民族特有的、丰富的文化底蕴，面料花型采用优美的蕾丝和卷草图形，面料光泽靓丽，手感舒适柔软，尽显高贵。款式上运用精致的彩色绣花和割边工艺，床盖采用彩色的绗缝绣花新颖独特，搭配精致考究的灯笼水溶花边，让传统与时尚完美结合。



## Chinese elements red lanterns

# 中国元素 红灯笼

每逢重大节日、良辰喜庆之时，雄伟的天安门城楼，全国许多城镇的街道、商店、公园，甚至一些大型建筑物和私家宅院的门口，都会挂起圆圆的大红灯笼。到了夜晚，一盏盏灯笼点亮，红光四射，显得隆重热烈、喜气洋洋。

然而，随着中外文化交流的增多，中国国际地位提升，越来越多的外国人对中国“灯笼”有了认同感，他们把它看成是中国的一种传统文化而给予尊重。

2005年，胡锦涛主席访问英国，通向白金汉宫的皇家御道悬挂起了鲜艳的五星红旗；皇家艺术学院所在的柏林顿宫红灯笼高挂，庭院中的喷泉也划出红色的幻彩；伦敦的一些标志性建筑，如高135米的“英航伦敦眼”和历史悠久的萨默塞特郡议院也被红色的灯光笼罩；伦敦几条主要购物大道，如牛津街、丽晶街和邦街等，也挂上了大红灯笼。整个伦敦，似乎笼罩在流光异彩的红色灯笼的海洋中。

英国是香港原居民移民最多的国家，伦敦更拥有全欧洲最大的华人社区，每年的新年和春节，华人社区都要悬挂各式各样的大红灯笼，一盏盏，一排排，艳丽夺目，吸引着许多外国人前来观看。

灯笼的历史源远流长，我国著名考古学家魏存成介绍，中国的灯笼是世界上发明最早的便携照明工具。甲骨文中的“东”字可能就是原始灯笼形象的描绘。《南史》记载有“壁上挂葛灯笼”句。葛，就是用麻织成的白色粗布，用它制成的灯笼，可能就是纱灯的原始雏形。其用途是用于标明官衔、字号、身份的门灯（风灯）。而红灯笼则是新中国成

立以后才兴盛起来的，经多年发展，形成了今天节日喜庆用灯。大红灯笼作为一种传统的民间工艺品，至今仍在中华大地流传着。在中华民族悠久的历史中，扮演着不可替代的角色，它象征着中华民族灿烂的文化，是非物质文化遗产的一部分。

在中国人眼中，红灯笼象征着阖家团圆、事业兴旺、红红火火，象征着幸福、光明、活力、圆满与富贵，所以人人都喜欢。尤其在海外华人聚居的地区，比如唐人街，一年四季悬挂着大红灯笼。这种传统，渗透着中华民族特有的、丰富的文化底蕴。红灯笼俨然成了中国文化的符号。而今，红灯笼元素已成为一种国际的流行修饰设计元素，在时尚的舞台上熠熠生辉。

(来源：人民网)





文/袁芳

## together with your inheritance of Chinese wedding 博洋家纺与您一起传承中式婚庆

文/芷莘

对于即将步入婚姻殿堂的新人来说，从相识到相知，再从相知到相恋一定会有各种的经历和美好记忆。一场个性而又具有意义的婚礼将是对他们爱情的最美好最有价值的鉴证。特别是近几年随着80后青年适婚年龄的到来，越来越多的准新人们开始在婚庆的海洋中“大浪淘沙”。想要一场与众不同、个性十足的婚礼，想要给每个宾客都留下不可磨灭的美好印象，想要给自己一辈子甜蜜的回亿。其实这并不那么遥远。



如今中国的就是世界的，国际上很多大牌淋漓尽致的演绎着中国元素，一股传统的中国风正在世界潮头崛起。倡导和推广婚庆礼仪回归传统，既具有“我们的婚礼我做主”的个性和创意，同时又有助于传统文化和本土民俗的传承。一场充满个性和意义非凡的传统婚礼就此上演。

博洋家纺在研究和了解准新人们的需求和实际情况后发现，婚庆的购物群体不是准新娘就是双方父母，如何让婚庆的橱窗打动这两代人？博洋家纺的陈列设计师们把她们父母结婚用的老式皮箱、陶口杯、三五牌钟头、美孚灯、老式梳妆台、绸缎被子等与现代传统婚庆穿越结合，赋予了婚庆橱窗丰富的故事内容。这样的陈列设计感动很多的顾客，纷纷点赞“赞”，其实感动“缘”于传承，能勾起几代人回忆的婚庆形式，必能获得颇具意义的婚礼效果。

以此联想开来，给自己的婚礼来一场具有个性的婚礼年代秀，述说自己、父母、祖父母的爱情故事。其实生活中保留下来的每一样老旧的物件都能成为婚礼场景的点缀，不管是老式皮箱、灯具、杯子，还是一条珍珠项链、一床绸缎

被子、一个梳妆台等等，每一件物品能述说你家庭的富有意义的生活和爱情故事。而每一个家庭的生活故事都是独一无二的幸福拥有。

对于新人当天的装扮，也可以采用古时候的凤冠霞帔或者其他一些传统的装饰品，很多新人怕太传统的饰物会落入俗套，其实现在市面上的礼服饰品很多都是用传统的技艺结合了现代的面料和工艺，只有你精心挑选搭配定能装扮出最完美的自己。

婚典期间很多亲朋都会来参观新人的新房，新房床品的铺设和搭配也是体现婚典的个性与否的一个标志，下面博洋家纺为您推荐几款行业内独一无二的婚典套件，定会让您传统的婚礼增色不少。



## Happy marriage 6 required course

# 幸福婚姻6堂必修课 为你们爱情保鲜

婚姻是一场双人舞，初期会历经一些混乱，但配合久了，就能踏出完美舞步。日本知见心理学大师栗原弘美，她总结出了“幸福婚姻的6堂必修课”。

**第一课：重复承诺。**婚姻幸福的首要秘诀就是“重复承诺”。

在婚后，每年纪念日，举办一个小型聚会，和丈夫重温结婚誓言，承诺要相亲相爱。重温承诺会让彼此感觉到，自己在婚姻中是有价值的。特别是生活的繁琐消磨了激情后，承诺能提醒彼此婚姻的意义，证明对方还深爱自己。

**第二课：放下过度的期待。**

很多人进入婚姻前都抱着厚望，特别是女性，期望伴侣尽可能实现自己的要求。但多数人都有种“你要我怎样，我偏不”的劣根性，越想改变对方，越不容易达成。不如放手，先从自身做起。伴侣受到潜移默化的影响，也会行动起来，这样才是良性的互动。

**第三课：赞美对方。**

每个人都有被肯定、承认的需要。但中国传统文化内敛、含蓄，夫妻间尤其不善于表达感情。其实，多鼓励、赞美伴侣，对方就越有信心，在婚姻中也会表现更好。

专家建议，我们给予爱人和朋友的支持，也是自己想要的。有的人愿意被语言鼓励，那就该多对他说话。有的人习惯买些小礼物表达爱意，那你不妨也学着给他准备一些礼品。



**第四课：不要奢望对方为你做太多改变。**

如果你奢望通过自己的行动，让对方有所改变，通常不会有好结果。两个人相遇相爱，就像两个有交集的圆圈，真正吸引彼此的是差异。经营一段婚姻，就是要接受对方的不同，最终重叠部分才会越来越多。

**第五课：控制好自己情绪。**

婚姻令人觉得孤单，多半是因为期望落空。有的人虽然年龄不小，但心智还像个孩子，希望对方像父母一样宠爱、忍让自己，这样的婚姻势必会离期望越来越远。能控制自己的情绪，才能和伴侣更好地相处。

**第六课：复习恋爱时的细节。**

复习心动的初衷，包括回忆相爱的细节，如自己和对方为了这段感情做过些什么，曾遇到过哪些阻力。这会让我们重复记忆伴侣的优点，强化爱的甜蜜感和幸福感，加强对爱人和婚姻的肯定。

# Beyond

## 结婚十全十美

文/田玲春

**红：**结婚当天一定需要铺一套红色的床品，即镇宅同时也象征新婚夫妇从此红红火火过着幸福的日子。

**粉：**婚后进入蜜月期，粉色让您甜甜蜜蜜！铺上粉色的床品让您的生活永远停留在蜜月期。

**金：**金色是权利的象征，铺上金色床品象征着成家立业，事业有成！

**紫：**紫色，大红大紫，紫气东来，紫色代表权力，高贵的血统。预示我们生活大富大贵，幸福美满。

**花：**生活是五彩绚丽的，花色让我们享受春暖花开的日子，春色充满了生机，充满了新的希望！

**素雅：**生活需要我们用爱去经营，然而生活平平淡淡才是真！平淡时我们永远不忘当初爱的誓言。

**子孙被：**结婚生子，想要儿子买男被，想要女儿买女被，有儿有女一起买。

**婆婆被：**长大了，结婚生子了！不忘父母的养育之恩，买套床品来孝顺你们的父母吧。

**毯：**毯子代表着坦诚是金，坦诚为夫妻相处之道。生活在一起就必须坦诚相待，相互恩爱，彼此理解信任和尊重对方。

**十全十美：**床品十件套，家居服，毛浴巾，十全又十美。





博洋CREATE  
CRESTED IN BEYOND

*beyond super soft sanding upgrading the quality of sleep*

## 博洋家纺超柔磨毛升级优质睡眠

文/朱细梅



已经开始感受到秋寒瑟瑟入冬来的寒意，此刻需要拥抱温暖才能感知生活的幸福和美好。许多“生活艺术家”们如约而来，为的是这一季温暖，柔软，亲密的床品之旅。作为家纺行业领导品牌，博洋家纺最新研发的“超柔磨毛”系列床品，为优质睡眠提供了全面呵护。

据世界卫生组织调查，在世界范围内约1/3的人有睡眠障碍，我国有各类睡眠障碍的人更是高达38.2%，高于世界27%的比例。目前已明确属于与睡眠障碍相关的疾病多达80余种。

都市生活节奏的加快，皮肤变差、身体疲倦、状态低迷，冬天一进被窝又冷飕飕，手脚冰凉，冬天没有空调的时候，上床前还有种心理的恐惧，怕冷，电热毯半夜还要记得调节温度，不能一觉睡到天亮，热水袋要去担心质量，还怕肌肤干燥，有的时候只能把脚伸进TA的腋窝里取暖，众多的取暖方式，人们急需安全可靠，温暖贴肤，滋润身体的睡眠环境，女人如水，如水温柔，整个冬天的柔软舒适，怎样实现？——博洋家纺超柔磨毛床品。

磨毛被称为纺织业中的一朵新花；如婴儿肌肤般柔软，贴身舒适，透气；质感丰厚，悬垂感强，丰厚质感，易于护理，工艺独特，不会褪色，起球；印染方式采用活性印染，色泽醒目，外观丰满悦目。

对于想获得完美睡眠的人们来说，超柔磨毛床品是个不错的选择，磨毛织物是全棉布料通过磨毛机和金刚砂皮的磨擦作用所形成的一种仅在外观加以质变的品种，在保留织物原有性能的同时，使织物表面形成了一层具有短绒毛层感觉。目前，博洋家纺研发的“超柔磨毛”系列产品，能够自然调节冬日睡眠温度，促进人体血液循环，对皮肤容易过敏者尤其适用，保暖透气，不粘皮肤。对于手脚冰凉，体质虚弱者，超柔呵护，温暖舒适。延长深层睡眠时间，改善睡眠质量。



6:00伴着晨曦，从柔软中苏醒过来，什么都能忘梦想不能忘

对于这个家而言，你就是主角，你在用心生活每一天，给予她们更多的体验

发现生活的各种诱惑，关于吃穿住行

发现艺术与美的诱惑

潮流不息

品尝美味

让心灵升华

21:00 夜起舞

22:00 尽收眼底留住了华彩——回归心灵才是自己的累积资本

所谓生活，你需要你的格调

所谓温度，你需要一触即暖，贴服柔软的伴侣

与未来连接的方式，因为柔暖，所以被欣赏

那你又在追求什么呢？这是你的场，让你的生活裂变

天丝磨毛——博洋家纺“超柔磨毛”

有磨毛的睡眠，足以让一个家变得优雅从容，这是腔调

只有足够温暖的人，才不容易迷失，才配得上季节的馈赠

我们崇尚自然，我们返璞归真，我们还是喜欢编织品，棉麻织品，刺绣，享用着从前王公贵族才能用的床品。

我们追求科技时尚，冬天取暖用热水袋，电热毯，空调，时代进步，现在已经超越了过去千年，我们睡觉用

上了磨毛，御寒保暖，柔软贴心，享受着比过去王公贵族更好的生活。

白天我们需要如钻石般的闪耀，夜晚我们需要超柔磨毛的温柔抚摸！现在起，宠爱自己！



## 把童话世界带回家

秋天来了，金黄的树叶从树梢上飘落，把大地装点成一个金色的童话世界，在这个王国里，森林里的臣民们早就开始准备冬眠物资，到处是一片忙碌、丰收、欢愉的景象。想把这个童话世界带回家吗？

文/立夏

在这个快节奏而又充满竞争的社会里，我们渴望单纯、渴望浪漫、更渴望拥有无邪的童话世界。博洋家纺幸福生活点睛品，为每一位顾客送去幸福的同时，更时刻关注用户对于幸福的需求定位。在现实的社会面前，缺失的童真让博洋家纺为你填补，进入这个幸福而充满浪漫的家纺国度里，用美好的童话世界充满内心！

色彩童话里不可缺失的要素。随着时间的流逝，80、90后的时尚一族已然成家立业，可是他们似乎依旧承载着童年的梦想，有一颗永不老去的心灵，此时运用亮丽色彩搭配的居室生活显然无可挑剔地展现着他们的童趣和时尚。一抹蓝调的床品配以卡通风格设计浪漫天真地呈现在卧室中，即使是事业有成的男性也可以拥有一份浪漫童趣的英伦风。用白色、咖色彩搭配的墙纸可以用来衬托床品，会给人一种回归美好童年的感觉。一切都是那么潇洒宁静，有趣美好。

无论金属浪潮如何猛烈，冷色狂飙如何强劲，我们不能舍弃的还是女性的固有色，柔柔暖暖的粉红色处处



英伦风尚

作品以泰迪熊为素材，运用了一些英伦元素来呈现街头俏皮式的风格，泰迪小熊可爱的形象，加入复古的礼帽和手杖，调皮地融入此街景展现，适合儿童以及年轻可爱类型的都市男女性，具有青春活力，适合清新时尚的家居生活。

渗透着对女性的爱抚与点滴关怀，无疑是这个季节最流行的色彩！

粉红系列走进我们的视线，充满着清新的朝气与不可抗拒的女性浪漫气质。粉红色代表了青春、稚嫩、浪漫、明媚、柔弱、性感、美好的回忆。

我们都生活在自己的童话世界里，爱幻想是我们的特性。常常的在梦里我渴望自己成为美丽的公主，有位王子骑着白马，来到自己的床前，将自己吻醒，从此就会过上幸福美丽的日子。

用家居小摆设呈现童年的幸福时刻。虽然公主与王子的童话故事早已离我们远去，可是在更多的时尚达人的心中，依旧保持一个童话般的梦想和孩子气的年轻心态。将

这种乐趣融合在居室生活中，整个空间都弥漫着温馨浪漫、时尚甜蜜的情调。让人顿然回味无穷。用一些绘满大手笔的色彩图案的床品，可以从整体上感受设计的主题感。但是要搭配一些小的装饰，完美的细节搭配将会将童趣的主题发挥到淋漓尽致。

创意是永无止境的，收集一些匠心独具的创意摆设放到家居生活中，它们总是在各种不同的角度演绎着妙趣横生的风采，让你无时无刻不感受到天真无邪的乐趣。

博洋家纺2014秋冬，将特别授权的泰迪熊形象，通过设计师的充满童趣的设计呈现。让更多的人感知久违了的童真，同时高品质的亲肤体验，也是博洋家纺关注家庭和孩子健康与快乐成长的一种愿望表达。



泰迪熊女童款的设计，延用公主般粉色的调子，熊的形象如在梦游般，仿佛插上了天使的翅膀，在花园里伴随着鸟儿的鸣唱，沉浸在梦里自由飞，非常梦幻。

幻之梦

The art of long staple cotton textiles

# 博洋家纺长绒棉的艺术

——细润光泽 媲美真丝的体验

编辑：汇汇

长绒棉，也叫细绒棉。棉绒的长短，标志着棉花品质的优劣，长绒棉是开发生产精，细，薄高档新型纺织品的原料，其自身内在品质好，主要用来纺高支纱，其产品附加值高。长绒棉的纤维又细又长，一般可纺织60-200支纱，最高可纺300支纱。世界上以埃及的长绒棉最为有名，其纤维最长可达35毫米以上，要比陆地棉长将近10毫米，而纤维横断面接近椭圆，漫射能力强，拉韧性很强，同时它又很细，纺织就可以纺出更细的纱线，他的织物丝光好，染色效果好。埃及长绒棉由埃及的土壤，尼罗河水灌溉，孕育出长

绒棉高品质的基因。系19世纪初，埃及统治者穆罕默德阿里进行改革，为适应欧洲国家工业革命发展迅速，对棉花等原料需求而引进的新品种，随后在埃及经长时间选育驯化，在适宜的海拔、温度、土壤等高要求环境下不断培育，成为全世界人们向往的最优良高端的天然材料。我国长绒棉的种植面积不到2%，主要在新疆、甘肃一带。

博洋家纺使用的长绒棉，对气候的要求较高，一般产量较低，属于稀有原材料；其纤维长度长，强度高，成熟度好，是博洋家纺奢华、经典等系列床品的首选面料。



 <p><b>①量少质精，非常珍贵</b> 可与南非稀有钻石“公主方钻”媲美</p>	 <p><b>②生长期长，更优质</b> 同等条件下，生长期比陆地棉长10-15天，所需热量大，所以更优质</p>	 <p><b>③起热快，保暖性强</b> 纤维柔长，起热快，保暖性强</p>	 <p><b>④纤维更长更细</b> 细度和强度远远高于普通棉花，所以柔软性更胜一筹</p>
--	---	---	--



**优质长绒棉原料的好处**

- 悬垂感好，具有丝绸般的光泽
- 面料色牢度高，尺寸稳定，久洗不易褪色
- 耐磨耐用，抗皱性好，不易起球起皱
- 透气排湿性好，具有普通面料高达10倍以上的透气性，质感更细腻亲肤

## 媲美真丝的舒适质地

众所周知，真丝面料，材质高档，柔软飘逸，光滑亮泽，触摸时，手感非常好，还对皮肤有一定的呵护作用。

博洋家纺真丝产品的B版面料为高密的优质长绒棉。该长绒棉不仅触感细腻而且轻薄贴身，耐磨性好，睡眠时间一

定会让你倍感呵护。另外，博洋家纺经典系列的多款产品，为长绒棉套件，丝滑的质感和细润光泽，绝对是高品质追求和惠享客户的首选。



### 缪斯（床单四件套）

面料：长绒棉  
尊贵大气的爱马仕风格图案，用了非常大胆的颜色搭配，但又很稳重，精致的绣花条更提升了产品的工艺和档次，整体设计特别适合现代家居的风格。



### 赛西（床单四件套）

面料：长绒棉  
经典复古的纹样，使用大平网的独特印花方式表现，中心图形使用了红绿配的颜色搭配，四周运用灰色，大胆、个性而又不失协调，整体设计充满文艺和复古气息。



**套件保养秘籍**

南方多雨地区：防潮防蛀  
特别是梅雨季节，将床品定期在通风处晾晒，确保原料的蓄热能力和蓬松度，避免细菌滋生。

北方干燥地区：防尘防蛀  
北方地区沙尘较多，建议您定期清理床品，保持洁净，避免细菌滋生。



《流金溢彩》白鹅绒被，运用经典象征物中的古典金色元素，加入古典佩兹利与时尚欧式纹理相溶合，宛若华丽绚烂的奥斯曼帝国宫廷风格。古典华丽宫廷风味的元素清楚显现于布料中交织的金色，以及精致华丽的古典纹与经典的佩兹利曲线纹样元素勾勒的轮廓。丝棉提花和手工缝制耗时费力却展现出无与伦比的工艺价值。与此同时，这种华丽又蔓延到被角的精致的布扣以及华丽的品牌LOGO烫钻中，散发钻石般的耀眼光彩。呈现出时尚、魅惑、高贵的帝国宫廷气质。鹅绒采用100%优质水洗白鹅绒，精致剪裁搭配经典立体菱形格绗缝工艺，更完美的展现出优质鹅绒的饱满和高级定制的廓型感。

Golden color "white goose down quilt

## 《流金溢彩》白鹅绒被

文/刘飞



博洋家纺白鹅绒被，选用95%水洗白鹅，绒质优良，绒朵立体完整，360度展开，细密均匀，高洁净度，经8-10次水洗，最后一次水洗能达到国家饮用水标准，让您轻松享受婴儿般的睡眠。隔绝冷空气，有自然调温功能。

羽绒分为绒和毛片，绒主要指鹅（鸭）肚皮下的那片毛绒，毛片则会带一些梗。羽绒的种类和蓬松度也是一个因素，目前的市面上的羽绒材料主要是鸭绒和鹅绒。以前没有细分，都是羽绒，现在分为白鹅绒、白鸭绒、灰鸭绒和黑鸭绒四个品种。其中最好的是白鹅绒，白鹅绒有两方面优点：由于是白色，可广泛用于浅色的面料，不透色；纤维组织细、软、长、特别是纤维长的优点使蓬松度更好，保暖性更佳。



### 羽绒制品的特征

**适宜人群** 身体容易出油出汗  
新陈代谢较快的顾客



#### 质地轻盈

羽绒是最轻最保暖的填充物，弹性强，蓬松度高，其蓬松度是棉花的2.5倍，羊毛的2.2倍。

#### 保暖性强

羽绒没有硬梗呈朵状结构，每根羽丝呈鱼鳞状有数不清的小孔，蓄含着大量的传导系数最低的静止空气，具有良好的保暖性。

#### 吸湿发散

人在睡眠时身体不断向外发散汗气，一个成年人一夜散发出的汗水约100克左右，羽绒能不断吸收并排放人体所释放出的汗水，使身体没有潮湿和闷热感。



#### 品名：流金溢彩白鹅绒被

填充料：95%水洗白鹅绒  
规格：200\*230cm 1200g  
220\*240cm 1400g

新颖的菱形格绗缝工艺，使绒朵分布更加均匀，充分保障了被子的保暖性。大量的绒毛紧密接触，保存更多空气，让您徜徉在一片甜蜜美好的氛围里。

# 做真丝般灵动的女人

## Do a silk like smart woman

编辑：天丽

真丝素有“纤维皇后”之称，其独特的魅力一直受到古往今来人们的青睐。真丝属于蛋白质纤维，丝素中含有18种对人体有益的氨基酸，可以很好的帮助皮肤维持表面脂膜的新陈代谢，故可以使皮肤保持滋润、光滑。爱真丝的女人才是真女人，配得上真丝的女人才是真正的女人。那种润物细无声的触感，分明是上帝恩赐女人的专供品。真丝本性轻便空灵，却不轻薄肤浅，而且能让女人越来越美，真丝让女人不得不爱，从今天起做一个真丝般灵动的女人！



### 真丝是一种态度

记得有部片子里讲某王妃犯了罪被判刑后大声喊道：“晚上没有真丝被、真丝睡裙我睡不着啊！”女人对真丝的莫名留恋不是没有道理的。谁人不想自己的肌肤如丝般嫩滑？发如丝般顺滑，连眼神都如丝才叫魅惑。一个爱真丝的女人定是懂得疼爱自己的，性情自然会少了些浮躁，多了几丝柔情和娇媚，眼神也跟着多了几分柔和的光彩，让人看了便起了怜爱之意。

### 真丝是一种性感

想起一个对刘若英的访问，奶茶也是有名的知性美女，殊不知，知性的她最害怕的就是真丝触感。自爆一次看电视时她看到女主角穿真丝睡衣很是性感娇媚，于是特意跑去买了一件。哪知睡到三更她就实在忍无可忍脱掉了，因为那顺滑的感觉像是有人正在夜里抚摸她。《Gossip Girl》中有这

样的镜头，Blair在奢华的沙发上玉体横陈，真丝睡袍顺丝般质感肌肤瀑布般滑下，惹阅人无数的Chuck都忍不住一探触感的冲动。真丝有种含蓄的性感，它用高贵飘逸的色泽诱惑你的触觉和视觉。

### 真丝是一种情结

有的女人适合用漂亮来描绘，有的女人却让你感受由内而外散发的美丽。偶然看电影《做头》，故事情节中关之琳那个若真丝一样的女人经历了岁月沧桑虽然品质未变，但依旧憔悴些许，于是想起现实生活中赵雅芝，岁月似乎对她不起作用，那是被自己与家人精心呵护的女人，自信与温柔同在。

### 让真丝抚摸你的身体

1.有报道说，人这一生中三分之一的时间会和枕头亲密

接触，赶紧换个柔滑凉爽的真丝枕套吧！好清洗的质地不易生螨，轻柔的抚摸让你的脸颊保持丝绸般的光滑，还避免一觉醒来时脸上那该死的印痕在不久的将来会变身皱纹的可能。

2.睡觉时翻身总压住自己秀发和肌肤的你，清晨醒来看到床上的断发和被压出痕迹的肌肤是有没有心疼？用一套真丝床品吧！既可以保护头发和肌肤不受损，同时还能改善睡眠质量。

### 真丝般的女人什么样

#### 1.泰勒·斯威夫特

长得像洋娃娃般甜美身材堪比麻豆不说，连嗓音都那么动听，不禁让人大呼，原来上帝也不公平。她一开口绝对天籁，如丝般流畅的美妙歌声绝对让你耳目一新。

#### 2.玛丽莲·梦露

此妞可谓全球公认性感鼻祖。永远金发、碧眼、红唇，以及《七年之痒》中被风吹起的白色裙摆飞扬，如蝴蝶展翅，

是梦露最经典的镜头，至今效颦者无数。说她是最真丝气质的女人也不为过。

#### 3.赵雅芝

她是集众多优点于一身的中华五千年来女子的典范（网络评价），积极的、美丽的、优雅的、温柔的、贤淑的、识大体的等等，可以赋予很多正面的修饰。在她为博洋家纺代言的宣传片中就能看到对真丝床品的那种捧在手心的爱。在她身上依然看不到岁月的痕迹，美人依旧，一颦一笑尽显万种风情。被真丝呵护和幸福拥抱着的女人，静静流淌的诗意人生，如抚平的丝的褶皱，愈加精致优雅，温柔恬静！

本色的爱情才是真正的爱情。虽然表面淡色，但在每个女人的心思里，都有着真丝一样绵软五彩的情思，编织出的是绚丽多彩的爱情，敏锐、细腻、柔软，牵动着每一根丝，会扯疼你整个的心，令你不得不爱……而明天起，做一个真丝般灵动的女人……



凯丝莉

clean and honest administration

# 博洋家纺幸福文化之廉政建设

文/一一



## 博洋VIP CLUB

### BEYOND VIP CLUB

在博洋家纺核心文化——幸福文化氛围下，博洋人朝气、快乐、努力、自律地挥洒才华，投入工作。廉政建设一直是博洋家纺企业文化的一个重要组成部分，通过文化的熏陶，使员工抛弃不廉洁的思想，自觉抵制腐败行为，廉洁自律的思想已经扎进每一位博洋员工的心中。进入博洋家纺的每一位新人人都知道这样一个明文规定：“只要是博洋人索贿受贿贪污，无论你职位如何高，如何专业，唯一的选择就是离开”。在博洋家纺企业的廉洁文化建设上就是通过管理制度、规则、纪律等手段达到对集体目标的认同，从而形成共同的价值观念和行为规范，使每个人都能为集体目标的实现而努力奋斗。幸福的家园是由每一位博洋人共同建立的，公司正在形成廉洁文化人人关心、人人有责的良好氛围。摆脱一种“廉洁工作仅事关领导或关键岗位人员、廉政监督仅是企业总经办的权限”这样一种片面、错误的思维误区，而变为领导或关键岗位人员洁身自好、追求廉洁自律，员工彼此信任、行使监督权利的良性循环。

也正因为此，博洋家纺的总经办的“自律屋”里由公司员工上缴的，供应商或者客户赠送的礼品越来越多。大到上万的卡券、名品小到食品、配饰都有专人做报表——记录。礼品越来越多，小小的“自律屋”开始显得拥挤，总经办也想了个办法，将部分礼品用于奖励廉洁自律的员工，这更加推进了员工自动自发的自律风气。近日，采购中心的一位新进员工就将收到的一盒茶叶和一个小首饰送到了“自律屋”，她说：“虽然是小东西，但是就像我们王总监说的那样无功不受禄，洁身自好。我想这样才能真正融入到公司幸福的大家庭”。总经办也对她的廉洁自律作风表示肯定，并将一袋零食作为奖励，小小的嘉奖换来的不仅仅是一个鼓励，更是他们整个部门自律的良好风气的蔓延。

在博洋家纺幸福文化的氛围下，“幸福”是所有博洋人共同拥有、共同期待的坚定信念。为了我们所拥有的幸福和未来的更加幸福，博洋人将用廉洁自律精神让自己更具优秀品质和人格魅力！

## Brand name -- Ningbo straight battalion

# 博洋家纺的品牌名片——宁波直营

文/袁芳

建设家纺的直营店不仅有利的提升品牌形象，而且在消费者沟通、市场信息收集、利润来源、员工培训等方面有着积极的促进作用。博洋家纺一直加强对直营店铺的建设，在直营店发展过程中，博洋家纺宁波直营不仅成为品牌的一张名牌，更带领行业走出一条光明的直营店拓展之路。



### 品牌名片

博洋家纺宁波直营地处博洋总部，集合天时地利人和之资源优势，加上自身的不断创新、系统运营、规范发展、扎实内功成为博洋家纺的品牌名片。目前的博洋家纺宁波直营每一家的门店形象都是品牌的模版，统一的二代新形象，大气高雅；每一位导购都具备专业的业务素养和服务意识；每一位督导都身体力行用专业塑造规范，用敬业感染团队；每一场活动都会做足企划，合理的资源利用，通过全方位推进，在不断的领先中树立样板形象；每一季度的销售业绩均名列前茅，成为全国标杆。

宁波直营900平方米的月湖盛园旗舰店是博洋家纺全国最大的品牌形象店；宁波二百专柜2013年底创年度单店销售的千万店；4月11日开始的和义店升级清仓活动，单店三

天销售突破350万，九天破五百万，创博洋家纺大促活动的里程碑式纪录；2014宁波直营一季度利润增长率达到了93%.....这一项项的成绩，使博洋家纺宁波直营成为当之无愧的品牌名片，而这张名片将不断传递正能量和幸福感！

### 运营之道

正如博洋家纺总经理何平波对宁波直营团队要求的那样“家门口的生意最直接反映我们这家公司的管理水平，直营无论从形象、服务还是销售上都必须成为全国最高标杆，直营团队必须是最强军团。”宁波直营用自己的行动证明着这支团队的高效运营之道。

近日，笔者来到了博洋家纺宁波直营的和义店，店内用人山人海形容也不为过，此刻博洋家纺宁波年度只此一次的



清仓活动正在如火如荼地进行，虽然都是人，还有些闷热，但是整个现场给人的感觉就是非常的有条不紊。收银的收银，讲解的讲解，拿货的拿货，清点货物的凭小票一件一件地清点。每个导购和工作人员都是笑脸迎人，每一个顾客有一份满载而归的满足感，其中还有一些幸运转盘、会员回馈等的互动环节更让顾客有一种锦上添花的幸福感。完全没有采访前笔者想象的那种大促时的如菜市场般的喧闹和凌乱。带着这样的疑问笔者采访博洋家纺宁波直营负责人王伟平总监，王伟平——为笔者分析起其中的缘由。

团队主观能动性调动是关键。王伟平说这次活动我们的团队每一个人都把活动当作自己的事情来做，精气神是成功的关键因素。这次活动的导购是从直营各店调集过来的最好的导购。我们的督导本身就是公司最优秀的督导，活动期间他都是第一个到达，最后一个离开，包括我们管理人员也都是每天都过来，在当天活动结束后，根据每一天的业绩对导购进行现金奖励，同时公司也给管理者进行绩效激励，这样团队的精气神就被充分调动起来。

系统的规划是活动成功与否的核心。当然光靠精气神是不够的，宁波直营有今天的发展，核心还是依靠系统化的运作。像这次的和义店活动，活动方案早在半年前就已经由公司方案部门开始企划，然后我们根据自己的实际情况对方

案进行具体化和细节化。前期我们有活动预售及各种宣传策划及与会员客户的互动活动，活动进行中还会有现场的抽奖、奖励等活动，根据活动节奏我们会根据实际情况将公司最新信息通报微博、微信、和主流报纸媒体等告知消费者，与消费者进行活动的互动，同时也营造出一种“机不可失，失不再来”的紧迫感和消费的积极性。

品牌形象维护是直营店运营的基石。品牌形象是直营店安身立命之本，顾客说白了就是奔着博洋家纺这个牌子来的，因此在宁波直营日常经营、宣传推广、客情维护等工作中都是按照标准进行执行。同时我们还在打造全国门店的执行标准，比如公司的每一季新品推广、婚典季的陈列都是以我们宁波直营门店的陈列形象作为模版，然后向全国进行复制。另外公司精心打造的特色样板店（宁波直营月湖盛园家居生活馆），目前正投入运营并开始推广。

### 发展之路

宁波直营作为博洋家纺的品牌名片，将继续通过系统化的运作进行深化和拓展。宁波直营市场区域从老三区、鄞州区往大市区及周边区域拓展（慈溪、宁海、象山、台州）。近日，慈溪三北大街超级旗舰店盛装，这又是一家超过500平的品牌形象店，同时也将会是单店年销售过千万的好店。宁波直营正加快拓展步伐，行走在创造幸福的光明之路上。

## 博洋家纺优秀加盟商专访： 一起奋斗，制造更多的幸福——海宁加盟商潘爱华

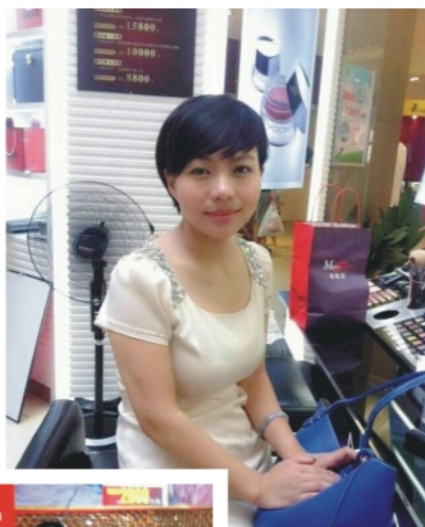
一位秉承幸福、简单、向上的知性美女，她叫潘爱华，是我们的海宁加盟商。1997年，她大学毕业便与博洋结缘，进入博洋企划部。后来这个有着经商思维的美女决定下海，做起了唐狮海宁加盟商。商机无限，机缘巧合于2010年十月加盟博洋家纺品牌，两年内开出2个旗舰店及1个华联专柜，一举跨入博洋家纺优秀加盟商20强。

她是双胞胎的妈妈，既要照顾好家庭，又要管理3家博洋家纺及3家唐狮店铺，因异地经营还需要经常两地跑。她是所有认识她的人公认的勤奋、刻苦又好学的女人，在很多优秀的加盟客户那里都能看到她调研学习的身影。

今年4月博洋家纺宁波直营和义旗舰店装修清仓期间，她曾多次去学习参观，有一次蹲点尽蹲了足足一天。回去后她马上快速复制，其中一个店在清仓促销活动中半个月即突破200多万的销售额。据悉，海宁博洋家纺在之前的促销活动中从未破过百万。事后她坦言说：“以前是因为自己给自己设限了。”这次在片区督导丁娜一直的鼓励、沟通、跟进下，让她和她的团队对创造纪录充满信心，加上活动期间每天的奋战，创造出单次活动200多万的佳绩。因为目标被突破，潜能被激发，整个活动虽然很辛苦但是每个人都能感到一种成就感，整个团队的士气满满。

潘爱华还告诉笔者一个幸福片段：“有一位阿姨在活动期间来了至少3次，每一次看到她我都感到很亲切，再忙我都忍不住走过去与她说说话。对于不同顾客的光临，我都特愿意和她们一起聊聊，特有幸福感。”相信，这就是她对博洋家纺、对自己事业热爱的发自内心的表达。

希望创造幸福的博洋人，他们的创业激情一直延续，他们的团队也将更加出彩。博洋家纺感恩与你同行，是你们使博洋成为一流！



## 开大店、开好店、多开店，打造区域壁垒样板客户

### ——上虞加盟商何利军

编辑/高彩英



这位从事家纺行业近18年的潇洒男士，就是我们上虞加盟商何利军，他是上虞家纺行业第一人，经营过十来个家纺品牌。2007年他加盟博洋家纺品牌，在对博洋充分肯定和认识后，于2012年成功开出二店。在今年，充满挑战的市场中，他调整了整个经营方式，砍掉了多数家纺品牌代理，聚焦于三个大牌，并把博洋家纺作为第一个重点，他认为博洋家纺最具备做大做强的潜质。于是又开出一店一柜，让博洋家纺在上虞家纺市场销售中，市场占有率稳居第一把交椅。他今年销售目标是全力冲刺千万回款。

曾在2013年8月，他果断拿下上虞万和城商场中厅的宝贵位置，并得到商场的大力支持，成功完成了一场突破200多万的大促，创造了上虞万和城床品销售记录，巩固了其在当地市场领头羊的地位。

今年他的四个店布局精准，他充满信心地说：“两柜稳居两个商场中销售第一，两店也必须成为同行里单店产出最高的店铺。”

在门店员工成长方面，上虞博洋家纺对于培训特别重视。如何让资深的员工更具有忠诚度与成就感；如何让新员工更投入对品牌的热爱与对工作的热情；如何做到对品牌文化更多的认同感，这是接下来需要提升的焦点。秉承公司的战略——开大店，开好店，多开店，上虞加盟商是我们打造区域壁垒的优秀样板客户。

#### 上虞加盟商心得分享：

何利军说：“当经营遇到一些困难和压力时，心情特别的沮丧，他就会做一件事，就是开着他的小车去上虞各个小区转转。当他看到小区一幢幢的高楼阳台上晒着的那些床上用品，当那些熟悉的工艺、熟悉的花型，特别是花卉系列映入他的眼帘时，那种沮丧的情绪一扫而光。因为我们的产品已经真正意义上走进了千家万户，得到了消费者的认同，还有什么理由不为自己感到骄傲和欣慰呢！”

# 博洋家纺 聚焦 “VIP客户战略”

文/毕优晓



2014年博洋家纺重点打造VIP客户战略，VIP客户即企业80%的利润来自于20%的客户，在企业中所占比例小，却能给企业带来高边际利润的那部分客户。针对这群金字塔顶端的客户，企业不仅要花心思经营，而且还要找对方法和策略，打造优质的服务团队，创造最大价值。博洋家纺也专门成立VIP客户部门，开通绿色直通车，让客户享有

产品定制化、服务定制化、分销和操作流程的协调、信息共享等形式。

为了更加了解VIP客户的需求，博洋家纺1-4月份集中性地在瑞安、金华、萧山三地开展VIP客户的会议，抽出优质的培训讲师现场教学、现场指导、如何让加盟商获取利润最大化，客户收获颇丰，殷切期盼下一次的VIP客户会议。

## 瑞安站集锦

2014年3月26日博洋家纺第一季度样板客户研讨会在瑞安成功举办。



博洋家纺销售公司总经理——郭超，现场分享《赢利模式》课程



博洋家纺O2O事业部总经理——王凯，传授微信营销，将再一次掀起销售狂潮，更高提升门店的销售业绩

## 金华站

2014年4月15日博洋家纺千万客户研讨会在金华成功举办。在博洋家纺总经理——何平波的带领下，参观金华加盟商施志建的门店，共同探讨好的经验、好的服务、好的陈列等等，指明不足之处，以更好的提升门店形象及业绩。



宁波直营总监——王伟平



团购公司总经理——刘青

## 萧山站

2014年4月22日博洋家纺样板客户研讨会在萧山站开展。走进萧山VIP客户——郑丽芳门店进行参观学习，同时郑丽芳现场分享了自己的经验之谈，她讲到的关于“重视对会员管理”的版块，让其他VIP客户受益匪浅。



销售二公司总经理——段鹏，授课如何开好二店



直营二部总监——华磊，讲解零售、干法、订货三步法

通过这三次集中性的培训，让我们深刻体会到在激烈的市场竞争中不仅要跟VIP客户取得相互的信任与支持，并且要建立相互长期稳定的合作关系。我们也体会到做好大客户的服务和管理的的重要性，他能促进我们加强公司的内部管理，提高员工素质，提升服务品质；同时也能进一

步提升门店销售业绩的稳定增长，提升博洋家纺在市场的知名度和美誉度，增强公司的实力。在今后的工作中我们将不断创新服务理念和服务手段，一如既往地用我们真诚为更多的客户提供优质的服务，为公司做大做强作出我最大的贡献。