

万科悦达·聚珑东方

打造隐“秀”于心的安心生活

□宋传法



万科悦达·聚珑东方品质楼盘

选择一处让人安心的房子,是不少老百姓心里所想。万科悦达·聚珑东方稳健保障工程推进,7号楼、11号楼、3号楼等提前实现封顶,8号楼也将在月底完成封顶。

万科一直以中国房地产领军者的角色,推动人居进步。2022年一季度,在市场整体低迷的情况下,万科实现营业收入626.7亿元,同比增长0.6%,权益净利润14.3亿元,同比增长10.6%,而且“三道红线”各项指标达标,持续符合“绿档”企业标准。

万科悦达·聚珑东方承袭了万科的高品质,志在树立标杆,按照48项工艺标准,从熨帖、舒适的人本主义出发,定制一座万科园区,用心造“好房子”。

在外墙风帽的处理上,为了使立面形成一条完整的水平线,万科悦达·聚珑东方预埋直径DN100/125钢套管,内高外低5%坡度,有效阻隔雨雪随风侵入,及时排水,保护墙体不受侵蚀。内外墙抹灰后,将套管与接驳件胶粘,确保管口与装饰面层齐平,最后才能安装外墙风帽……层层工序,严格按照标准进行,让每个精微细节有

章可循。

在园林大境的营造上,万科悦达·聚珑东方透过抽丝剥茧的工艺结构,呈现看得见的品质。台阶板的选择上,尽量采用整板减少拼缝,大气美观的同时,安全性、舒适度更高。且所有踏脚面外口必须控制在同一斜线上,每一级台阶的宽度、高度符合人体工程学,让业主舒心漫步在园区里。

在空间的打磨中,万科悦达·聚珑东方“藏”有18项看不见的“魔鬼”细节。比如成品木塑踢脚线与实木复合踢脚线根据不同的安装方式,要求两者与墙面缝隙小于1毫米,上下口设置防尘条,并在安装前要保证地板周边浮灰检查及吸尘干净。

在中央空调侧出风口,万科悦达·聚珑东方通过反复调试,根据风口对齐方式定位空调内机,要求与墙面紧密吻合,并在风口槽四周留边≥45毫米,进深40毫米,确保出风顺畅,让均匀出风的恒温,舒缓每一处肌肤。

诸如此类的工艺细节,在万科悦达·聚珑东方园区不胜枚举,看得见的实景呈现,将这些精工品质满分兑现,用心造好房,让人民邂逅幸福生活。

东易日盛入选新华社民族品牌工程

盐城晚报讯 新华社民族品牌工程是响应品牌强国战略的综合服务体系,致力于服务民族企业的品牌创建进程,大力弘扬创新精神、工匠精神、企业家精神。入选新华社民族品牌工程是新华社乃至社会各界对东易日盛高质量家装的认可。

据东易日盛装饰盐城公司相关负责人介绍,今年,东易日盛成功入选新华社民族品牌工程,由此踏上了“龙头品牌”转向“民族品牌”的新征程,超放心品牌理念深入人心。

随着中国传统文化的频频出圈,“国潮热”愈加在年轻人中大受追捧。包括家装的消费群体也同样对中国品牌、中国元素、中国文化十分感兴趣。

家装消费群体已悄悄发生了变

化,中产阶级崛起,Z时代、80、90青年成为家装消费的主力军,同时对家装的需求也有了相应的改变,他们不仅仅是颜控,更是品控,对装修品牌品质的要求也非常高。

在数字化的时代,国潮兴起是文化自信的象征,国潮与数字更是相辅相成的,东易日盛成立25年来,见证了中国家装行业的起步与变迁,更见证了国人对生活质量的转变,以不断深耕“科技创新”和“品质品牌”为主,让家装行业与时俱进。

智能化、数字化、可视化、科技化的服务解决了用户装修不透明、不可控的痛点,更让消费者得到线上线下同等的体验和服务,整个装修流程变得简单高效。 谷健



快乐父女

啤酒、音乐都已备好
来欧风花街一起嗨

盐城晚报讯 花街的夏天,趁热来袭燥一夏。夜晚的花街,现场人气爆棚,气氛燃炸。第三届盐南夜生活节,最美仲夏夜,啤酒龙虾节火热举行。各式各样的缤纷节目在花街精彩演绎,快看看有没有你的身影。

对于吃货来说,没有小龙虾的夏天是不完整的。油焖大虾、蒜蓉、香辣、十三香……每种口味都要来一份,再打开一瓶冰镇啤酒,开怀畅饮,醇厚细腻,陪你清凉一夏。

不仅有冰镇啤酒和热辣小龙虾,还有特色烧烤,你准备好了吗?人间烟火气,最抚凡人心,街区内,从酱爆鱿鱼、串串、鸡蛋饼到夏日必备冰饮,凡是你所能想到的小吃,这里应有尽有……更妙的是,这里有好多网红美食,能逛着吃真是太爽了。来到这儿,记得带上胃,大容量充电宝,边吃边拍,美照拍不停。这个夏天,啤



精彩表演

酒、龙虾、音乐都已经准备好了,来欧风花街,给你最劲爆的夜晚。

纪哉

“燕舞”粉丝活动精彩纷呈



快乐书友会

盐城晚报讯 暑假里“燕舞”粉丝活动精彩纷呈。“燕舞”集结号发出,热爱生活的人们集合啦。

据悉,一大波福利,包括秒杀专场、线下读书会、景区旅游、院线大片、亲子

互动……“燕舞”带来更多惊喜,把更大福利送给粉丝。比如一起欣赏“船说海棠”,一起拜访《外太空的莫扎特》,一起回味大洋湾《盐渍往事》,更可以参加“经典解析名著伴读”“燕舞”书友会。 欣闻