LOFT®
THE ORIGINAL
مشـــهد.مجتمع تجـــاری آرمـــیتاژ
همـــکف ۳۸۹۴۴۴۷۰
Loftiran.com Loftiran

NOOR OPTIC
عینک نور

THE MOST UNIQUE
EYEWEARS & SUNGLASSES

مشهد بلوار خیام هتل هما۲	۳۷۶۷۶۶۶۹
مشهد خیابان احمدآباد هتل هما۱	۳۸۴۶۵۶۵۵
بلوار هفت تیر مرکز خرید آرمیتاژ گلشن	۳۸۳۳۵۰۲۵
مشهد بلوار سجاد بین سجاد۲ و۴	۳۷۶۸۷۰۸۰
مشهد بلوار هاشمیه هاشمیه ۲۵	۳۸۸۳۴۴۰۰
مشهد بلوار ملک آباد بین گویا و مرجان	۳۶۰۶۰۶۶۶
مشهد بلوار پیروزی بین پیروزی ۷ و۹	۳۸۷۹۰۱۱۱
مشهد میدان امام رضا ابتدای خیابان چمران	۳۸۵۴۲۸۸۶

خدمات مشتریان ۴۰۴۰ ۳۸۷۶ -۰۵۱





SWAROVSKI

Shine more than diamond
With Swarovski Products

از سال ۱۸۹۵ سواروسکی طراح کلکسیون های کریستال؛ مانند جواهرات، لوازم تزئینی و دکوری خانه؛ زیور آلات و مجسمه های لوکس در کشور اتریش بوده است و محصولات خود را در نمایندگی های جهانی به فروش می رساند .از این برند استقبالی شده است که تحولی در زمینه ی جواهرات به وجود آمده است.

— If you want the best, choose the orginal —

نمایندگی سواروسکی آرمیتاژ گلشن اولین نمایندگی رسمی سواروسکی اتریش در مشهد؛ بر آن است تا محصولات اورجینال و با کیفیت و اصالت این برند را به مشتریان خود ارائه کند نمایندگی سواروسکی آرمیتاژ گلشن شعبه دیگری ندارد.

—— Crystals collection for professionals ——

همچنین این نمایندگی تنها نمایندگی رسمی وارد کننده ی کریستال های سواروسکی ست که به صورت خام به فروش می رسند.

مشهد، خیابان هفت تیر ۸، خیابان گلشن، برج تجاری آرمیتاژ،
طبقه همکف ، واحد ۲۰۴-۲۰۳ تلفن: ۰۵۱-۳۸۳۳۵۱۹۳



Daemi Luxury Home

FURNITURE . CURTAINS

خانه لوکس دائمی

Your mind, your talents, the creativity
you bring to your life and the lives of people
you love. When you learn to tap this source,
you will truly have defeated age.

PERSAN
HOME STUDIO

مشهد | بلوارهفت تیر | برج تجاری آرمیتاژ گلشن | طبقه ۲

پـــرده : ۳۸۳۳۵۰۱۶



Harmony
Accessories

نماینده رسمی محصولات هارمونی
در مـشـهـد

بولوار هفت تیر | مجتمع تجاری آرمیتاژ گلشن | طبقه دوم | واحد ۴۴۰ | تلفن: ۳۸۶۶۵۶۵۶

SHADKAM

Luxury Silk Carpets & Rugs



آمیزه‌ای از هنر و زیبایی

M.SHADKAMCARPET

گالری فرش شادکام

عرضه کننده نفیس ترین فرش و تابلوفرش های اعلا با رنگ آمیزی و ابعاد مختلف

قبول انواع سفارشات ارسال به اقصی نقاط ایران

شعبه مرکزی: مشهد چهارراه خسروی نو. جنب هتل آپادانا ۳۲۲۲۲۶۱۲-۰۵۱

شعبه ۱ برج ارمیتاژ گلشن طبقه دوم واحد۴۱۶ ۳۸۳۳۵۱۶۸-۰۵۱ ۰۹۱۵۵۰۰۱۳۷۸

Daemi Luxury Home

FURNITURE . CURTAINS

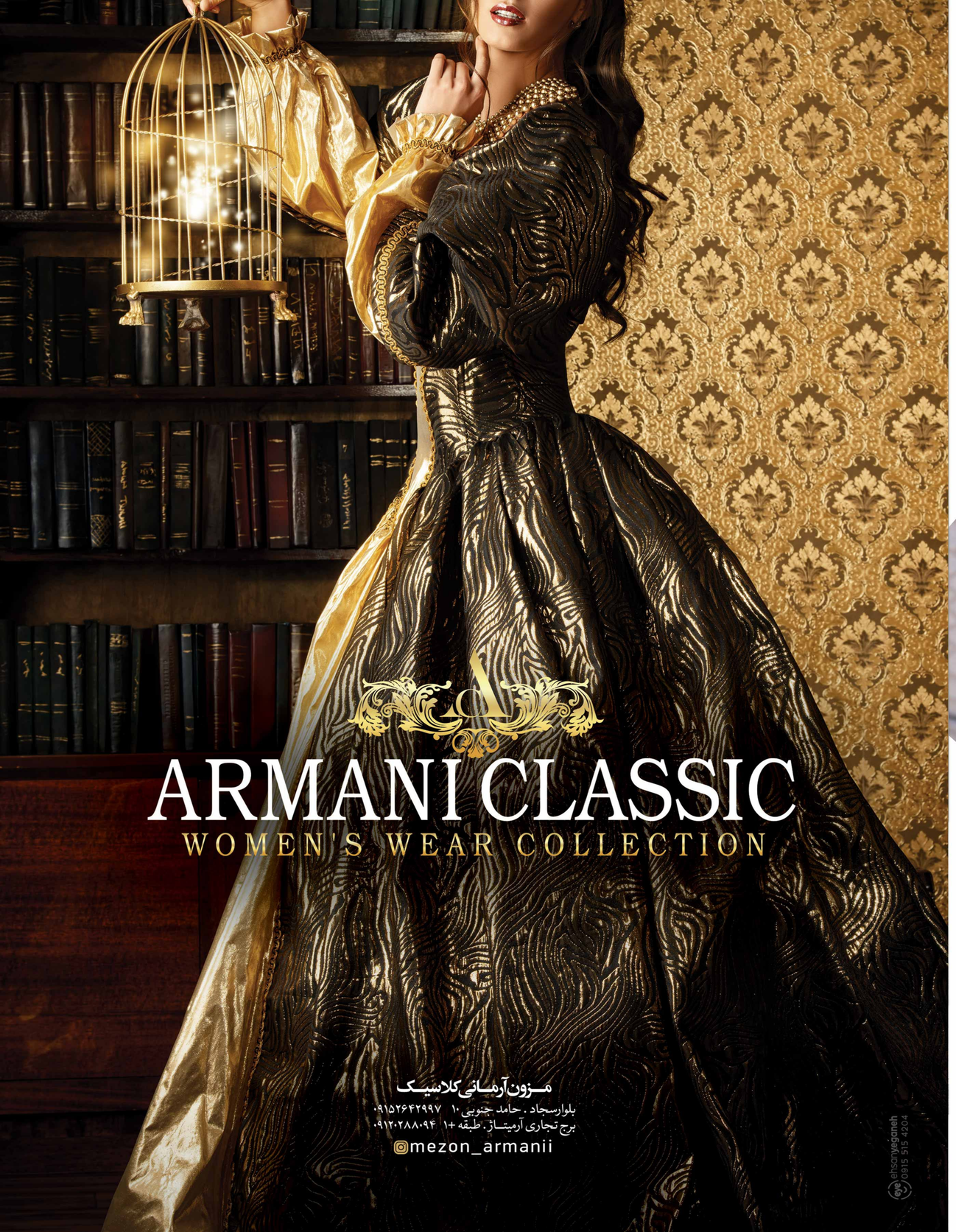


خانه لوکس دائمی

Your mind, your talents, the creativity you bring to your life and the lives of people you love. When you learn to tap this source, you will truly have defeated age.

مشهد | بلوار هفت تیر | برج تجاری آرمیتاژ گلشن | طبقه ۲

مبلمان: ۳۸۳۳۵۰۱۸





| تهران: ۱. تجریش- تندیس ط. ۱ - ۲۲۷۴۴۲۲۸
| تهران: ۲. مـرکز خرید ونک گالری طلای بنـیتا
| مشهد: برج آرمـیتاژ گلـــشن - ۰۵۱۳۸۳۳۵۰۱۱
facebook.com/benitagallery



آتلیه فلامینگو

بزرگترین استودیو عروس در شرق کشور

WWW.FLAMINGOGALLERY.COM

انتهای فارغ التحصیلان ۶ . انتهای پژوهش ۲ . سمت راست . شماره ۳۲

۰۵۱ - ۳ ۵۰۹ ۱۴۰۰

و در سال ۹۷ شعبه دیگری از فلامینگو در طبقه ۱۴ برج اداری آرمیتاژ شروع به کار خواهد کرد



فروشگاه شهر ساعت
از سال ۱۳۶۰ فعالیت خود را با
افتتاح فروشگاه تهران آغاز نموده ، و در
سال ۱۳۷۹ با بازگشایی فروشگاه شماره
۲ واقع در مشهد مقدس قدم در عرصه نویی
نهاد، در طی این سالها هدف ما تنها فراهم آوردن
محیطی آرام و متفاوت برای شما مشتریان عزیز بوده تا با
اطمینانی کامل خریدی ایده آل را تجربه نمایید.
فروشگاه شهرساعت با در بر داشتن بیش از ۸۰ برند معتبر جهانی و ۵
شعبه ، مکانی را برای شما بزرگواران فراهم نموده است تا با انتخابی درست و
متناسب بتوانید از گذشت زمان که با طراحی استادانه و ظرافتی چشم گیر شما را به
تماشای خویش دعوت میکند لذت ببرید ، در این میان پرسنل شهرساعت نیز شما را در
رسیدن به هدفتان یاری میکنند.

بسم الله الرحمن الرحیم

سخن نخست	۱۳
کمپینی برای بهترین‌ها	۱۴-۱۵
ستاره‌ای در میان بهترین‌ها	۱۶-۱۷
زیر چتر آرمیتاژ	۱۸-۱۹
اینفوگرافی آرمیتاژ گلشن	۲۰-۲۱
میهمان دفتر کار خود باشید	۲۲-۲۷
صنفبندی طبقات برج گلشن	۲۸-۳۳
گزارش تصویری پخش تجاری	۳۴-۳۷
زیبایی شناسی فرم	۳۸-۳۹
چرخه حیات در مجتمع‌های تجاری	۴۰-۴۱
ویترین مغازه را چگونه طراحی کنیم؟	۵۰-۵۳
معرفی معمار، فرانک گری	۵۴-۵۵
کتابخانه دوبلین	۵۶-۵۷
فوتبالیست‌ها در دنیای برند	۵۸-۵۹
شهر هانوی	۶۰-۶۱
عجیب‌ترین مناسبت‌های تقویم جهانی	۶۲-۶۵
سفر به قلب اروپا	۶۶-۶۷
باشگاه مشتریان آرمیتاژ	۶۸-۷۱
تولد باشگاهی برای مشتریان وفادار	۸۰-۸۱
تحفه‌ای به پاس قدردانی	۸۲-۸۳
خاطره‌سازی به سبک آرمیتاژ	۸۴-۹۳
نوبرانه‌ای برای بهترین‌ها	۹۴-۹۹
رویدادهای آرمیتاژ	۱۰۰-۱۰۵
سخن روابط عمومی	۱۰۶-۱۰۷

www.armitajmall.com

نشریه داخلی شرکت توسعه سرمایه گذاری آرمیتاژ- شماره ۷

مجری : مدیریت روابط عمومی

سردبیر: مجید مسلمی

تحریریه: دکترزهره پورذوالفقار، مهندس رضاکامکار،شیرین شجاعی، پروانه رضازاده، مهدی آقاسی زاده، ریحانه رنجبر، اردلان روزبهی

صفحه آرایی : استودیو گرافیک تارنگ و استودیو ماموت

طراح جلد: استودیو ماموت / محبوبه وحیدی

بازرگانی و نظارت فنی چاپ : استودیو ماموت

توزیع : کانون آگهی و تبلیغات آرمان فردا



لطفا برای اطلاع از نحوه اشتراک و ارسال نشریه با تلفن ۳۱۹۰۵ داخلی ۲۲۳ تماس بگیرید.

آدرس دفتر مرکزی : مشهد ـ بلوار وکیل آباد ـ نبش وکیل آباد ۱۲

آدرس مرکز خرید آرمیتاژ گلشن : مشهد - بلوار هفت تیر ۸ - خیابان گلشن

آرمیتاژ؛ برترین مرکز خرید کشور

نزدیک به سه دهه دغدغه‌مندی و تلاش برای مجسم کردن رؤیای بدیع ساخت بناهای فاخر و در خور نام ایران، با ساخت برج اداری تجاری ۳۴ طبقه آرمیتاژ گلشن به ثمر نشست و اکنون با دریافت نشان و تندیس برترین مرکز خرید و مجتمع تجاری سراسر کشور در سال ۹۶، به یقین رسید تا بتوانیم با کسب این جایگاه، بهترین‌هایی را که در طول چندسال ساخت پروژه آرمیتاژ گلشن با ماه همراه بودند و روزهای سخت و سرد را در کنارمان همچنان به مهر همدلی کردند، پاس بداریم.

این بنا که بدون شک یکی از افتخارات شهر مشهد از نظر مهندسی و یکی از الگوهای قابل توجه در شیوه تعامل و طراحی روابط میان مالکان، سرمایه‌گذاران و مدیران است، با کسب این نشان جایگاه و کیفیت خدمات خود را به عنوان برترین مرکز خرید و مجتمع تجاری کشور، هرچه مشهودتر، ملموس‌تر و مستندتر از پیش به همشهریان و هم‌میهنان پیشکش کرد.

اکنون لازم است به طور ویژه مراتب امتنان و قدردانی خود را از تمامی مخاطبانی که چه در داخل شرکت توسعه سرمایه گذاری آرمیتاژ و گروه شرکت‌های پاریز و چه در دستگاه‌ها و بخش‌های برون سازمانی، به هر شیوه‌ای همراهی و همت خود را برای پیشرفت و تکمیل بخش تجاری این پروژه بزرگ به کار بستند، به تواضع تقدیم کنیم.

سرمایه‌گذاران و شرکای مالی، اعضای هیئت مدیره و مدیران و کارکنان در همه سطوح سازمانی، همچنین مسئولان دستگاه‌های قانونی و خدمات شهری و استانی، شرکت‌های خصوصی، پیمانکاران و به طور ویژه خریداران و بهره‌برداران واحدهای برج، همه و همه در این موفقیت و کامیابی سهیم هستند و همراهی با آن‌ها افتخاری برای خانواده بزرگ آرمیتاژ محسوب می‌شود.

انتخاب آرمیتاژ گلشن را به عنوان برترین مرکز خرید و مجتمع تجاری سراسر کشور قدر دانسته و فرصت دیدارتان در این برج را به میزبانی بهترین‌ها ارج می‌نهیم.

با آرزوی بهروزی

پوررضایی

مدیرعامل



THE CAMPAIGN FOR THE BESTS

15



کمپینی بـرای بهترین‌هـا

برند آرمیتاژ، همانند همه برندهای مطرح و موفق، برای حفظ و استمرار ارتباط معنوی با مخاطبان خود، از تدوین و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی متعددی بهره گرفته است. یک کمپین تبلیغاتی مجموعه‌ای از اقدامات رسانه‌ای همسو و متمرکز حول یک پیام است که هدف اصلی آن شناختن و تداعی کردن مفاهیم نزدیک به برند، در ذهن مخاطبان مورد نظر خود تعریف می‌شود. شعارها (Slogans) معمولاً هسته اصلی کمپین‌ها را تشکیل می‌دهند و آرمیتاژ در طی اقدامات فرهنگی، رسانه‌ای و ترویجی خود در طی سال‌ها حرکت در مسیر مدیریت برند، به انتشار شعارهایی متفاوت و خاص پرداخته است. در این مطلب نگاهی به برخی از این عبارات و روند تدوین و تکمیل آن انداختیم.

آرمیتاژ، بنای همیشه برتر

اولین روزهای فعالیت شرکت توسعه سرمایه‌گذاری آرمیتاژ با شعار «بنای همیشه برتر» همراه شد. عبارتی که از دل اهداف و مأموریت‌های ترسیم شده در قالب هلدینگ گروه شرکت‌های پاریز خارج شده بود. آرمیتاژ طی سال‌ها فعالیت عمرانی در حوزه شهری تلاش کرد برتری مورد نظر خود را با ساخت و بهره‌برداری از پروژه‌های مسکونی، تجاری و تفریحی خود به منصه ظهور برساند. حاصل توجه به ویژگی برتری از منظر کیفیت ساخت، زیبایی و خدمات مخاطب پسند در بناهای احداث شده توسط این مجموعه باعث شد این شعار، نزد مخاطبان دست یافتنی دیده شود.

با افتخار از آن سخن خواهید گفت

اما برتری اولین مفهوم مورد نظر مدیران آرمیتاژ است و استفاده کنندگان از خدمات این برند که همان مالکان و بهره‌برداران واحدها در پروژه‌های مختلف باشند، شایسته یک امتیاز دیگر هم محسوب می‌شوند. افتخار، احساسی است ارزشمند که باید پاداش سرمایه‌گذاری و همسویی با آرمیتاژ باشد. دسترسی به این ایده نیازمند مدیریت صحیح طراحی و اجرای یک پروژه بود که همزمان با تدوین و کاربست سیاست‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی در پروژه گلشن، کار به نگارش شعار فوق انجامید.

۳۴ طبقه، ۳۴ خدمت

پس از طی مراحل لازم در روند طراحی و احداث پروژه آرمیتاژ گلشن، به عنوان ایده‌ای نو در کسب و کار، نوبت آن بود که مفاهیم «برتری» و «افتخار آمیزی» برند آرمیتاژ در خدمات انحصاری قابل ارائه توسط بلندترین برج اداری تجاری شرق کشور تجلی یابد. از این رو آرمیتاژ تمایل داشت مخاطبان همراه خود را با مشخصات و خدمات این پروژه آشنا سازد. «۳۴ طبقه، ۳۴ خدمت» با اشاره به تعداد طبقات این برج و تعداد خدمات متنوع تعریف شده در هنگام بهره‌برداری از آن شکل گرفت و در طی کمپین مربوط به آن، ضمن انجام امور رسانه‌ای لازم، خدمات متنوع و متعددی که به‌صورت تجمیعی و همزمان، انحصارا در برج اداری تجاری گلشن قابل ارائه است به نحوی شایسته اطلاع‌رسانی گردید.

بهترینها می آیند

در سال ۱۳۹۵ و در آستانه افتتاح فاز اول برج آرمیتاژ گلشن، تیم مدیریت بهره‌برداری آن تشکیل و نسبت به صنف‌بندی طبقات برج و گزینش برندهای برتر برای حضور و فعالیت در آن شروع به کار کرد. این اقدامات که با تصویب آئین‌نامه و استانداردهای بهره‌برداری از واحدهای برج و با نظارت دقیق بر مجوزها، احکام نمایندگی و اعتبارنامه برندهای حاضر در مجموعه همراه بود، به استقبال چشمگیر و تعدد حضور برندهای معتبر داخلی و خارجی در طبقات مختلف برج گلشن انجامید. حالا بهترین‌های بازار کسب و کار در راه حضور در برج بودند و از این رو در ادامه ترویج مفاهیم گذشته، شعار «بهترینها می‌آیند» نگاشته و تقدیم پیشگاه مخاطبان شد.

بهترینها آمدند؛ و بزودی میزبان شما خواهیم بود

در نهایت با انجام مراحل نهایی تحویل، تجهیز و آماده سازی واحدها و در واپسین روزهای منتهی به افتتاح رسمی برج اداری تجاری آرمیتاژ گلشن، حس خوب موفقیت و پیشرفت، همراه با امید و انگیزه خدمت در میان مدیران و کارکنان آرمیتاژ جان موج می‌زد، که در میان مالکان و بهره‌برداران واحدهای برج به‌چشم می‌خورد. برند آرمیتاژ در این روزهای پر نشاط و سرشار از انرژی، آمدن بهترین‌هایی که وعده آن را هنگام شروع پروژه اعلام کرده بود و آمادگی میزبانی از شهروندان را به تارک رسانه ای خود سپرد و با شعار فوق انتظار خدمت‌رسانی به میهمانانش را به رخ کشید.









میزبانی بهترینها...

و در استانه بهار، یک اتفاق بزرگ روی داد. بنایی برتر همچون همیشه، بنایی که به آن افتخار خواهید کرد. بنایی با ۳۴ طبقه و ۳۴ خدمت منحصر در آن، بنایی از بهترین‌ها، که برای بهترین‌ها ساخته شده و اکنون درحال میزبانی است. این کمپین یک پایان نبود؛ بلکه ابتدای یک راه بلند برای همراهی و همسویی و خدمت افتخار آمیز به ساکنان و بازدیدکنندگان شهر بهشت محسوب می‌شد. شعاری که در این مرحله انتخاب و ارائه شد تا در برگیرنده احساس واقعی مالکان و مدیران برند آرمیتاژ از افتتاح برترین مرکز خرید شهر باشد؛ و همین مهم که میزبان بهترین‌ها هستیم...

این بهار با مجموعه ای از بهترین‌ها...

و بهار آمد... موسم شکفتن و زیبایی با مجموعه‌ای از بهترین‌ها که در زیباترین و شکیل‌ترین مرکز خرید شهر، گرد هم آمدند تا خاطره‌ای زیبا از نخستین بهار آرمیتاژی را برای مسافرین و مجاورین شهر بهشت رقم بزنند. با همین اندیشه برآن شدیم تا شعاری در خور این فصل زیبا برای آنان که از میان بهترین‌ها انتخاب شده‌اند در نظر گیریم و با مجموعه‌ای از بهترین‌ها میزبان شما باشیم.

در جمع بهترین‌ها باشید...

و اینک زمان آن رسیده تا شما نیز در جمع بهترین‌ها باشید. این شعاری است که با هدف معرفی باشگاه مشتریان وفادار آرمیتاژ گلشن شکل گرفته است تا یکی از برترین و فعال‌ترین کمپین‌های تشویق مشتریان در سایه طرح‌های تشویقی بی‌بدیل خلق شود. تیمی قدرتمند که به پاس همراهی شما خوبان پا به عرصه فعالیت گذاشته تا همواره تلاشمان را بر پایه شکل‌گیری بهترین‌ها برایتان قرار دهیم.



چهارمین همایش تقدیر و تجلیل از برندهای برتر مراکز خرید کشور

ستاره‌ای در میان بهترین‌ها

بازار رقابت در ساخت و تجهیز مراکز خرید در طی سال‌های گذشته به سبب تغییر ماهیت این مراکز به عناصر کلیدی و پیکرهای اصلی شهرها که نقش گسترده‌ای در جذب توریست دارند، افزایش چشمگیری داشته است. زیبایی، تطبیق فرم و عملکرد، کیفیت ساخت و متریال مورد بهره، پاخوری و قدرت جذب مشتریان، عوامل تفریحی و تشویقی و قدرت جذب برندهای شاخص، شاید تنها محدود معیارهایی باشند که سازندگان مراکز خرید در تمایی اهداف کوتاه مدت و بلند مدت خود به آن‌ها توجه می‌کنند تا برندی در خور شایستگی به بازار عرضه کنند.

در واقع ایستایی و موفقیت در دنیای امروز تجارت تنها بر پایه رقابت و تلاش برای کسب عناوین و افتخارات استوار است و آنان که خواهان نام و آوازه‌ای در جایگاه تجاری و اجتماعی هستند، می‌دانند که در این مسیر راهی سخت و دشوار در پیش خواهند داشت چرا که عناصر متعددی می‌تواند نام آن‌ها را در فهرست «برترین» یا «بدترین» قرار دهند.

از همین رو در طی سال‌های گذشته تلاش‌های گسترده‌ای از سوی صاحب نظران عرصه فضاهای تجاری و برندینگ صورت گرفته تا شاخصه‌های موثری را در شناسایی مراکز تجاری موفق معرفی نمایند. در این مسیر مجموعه «تجارت طلایی» با در اختیار گرفتن تیمی متخصص و مجرب در حوزه برندینگ و حوزه‌های تخصصی آن به شناسایی و ارزیابی عملکرد مراکز خرید تجاری پرداخته است تا هر ساله مجموعه‌ای از برترین مراکز تجاری نو ظهور که در بالاترین سطح از ارائه خدمات و رضایت مشتریان قرار دارند، معرفی شوند.

حاصل این ارزیابی‌ها همایش «تقدیر و تجلیل از برندهای برتر مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری سراسر کشور» است که هر ساله با هدف شناسایی، معرفی و ایجاد انگیزه تشویق و تقویت عملکرد مراکز خرید کشور برگزار می‌شود.

تا پیش از امسال سه دوره موفق از این همایش برگزار شد که تاثیرات شگرفی نیز در دوچندان شدن تلاش مدیران و مالکین مراکز خرید نوظهور برای بهبود عملکرد و خروجی نهایی فعالیت‌هایشان داشته است به گونه‌ای که همگان شاهد ارتقای سطح خدمات این مراکز و بالا رفتن کیفیت در تمام زمینه‌ها از جمله ساخت، بهره‌برداری و ارائه خدمات بوده‌اند که به گفته تحلیگران بازار در نوع خود بی‌نظیر بوده است.

آرمیتاژ گلشن؛ برند برتر در میان مراکز تجاری

۲۰ شهریور ماه سال جاری اما این همایش به چهارمین خانه خود رسید. خانه‌ای که بسیاری برای کسب موفقیت از خروجی آن تلاش کردند تا رویکردهای نهایی خود در ساخت را به معیارهای انتخاب آن نزدیک کنند.

«آرمیتاژ گلشن» نیز که تا پیش از این به نام زیباترین، شکیل‌ترین و خلاق‌ترین مرکز خرید شرق کشور معرفی شده بود به عنوان یکی از ده ها مرکز خریدی که فعالیت خود را در طی یک سال گذشته آغاز کرده بودند در لیست ارزیابی قرار گرفت.

برای یک انتخاب کامل توسط هیئت‌های داوری، بازدیدهای میدانی آغاز و تلاش شد تا با انجام نظرسنجی‌های متعدد و اعزام نمایندگان و بازرسان و ناظران مختلف و همچنین انجام مکاتبات با صنوف مختلف یکی از بهترین نتایج اخذ شده و در اعلام داوری‌ها و انتخاب‌ها اعمال شود.

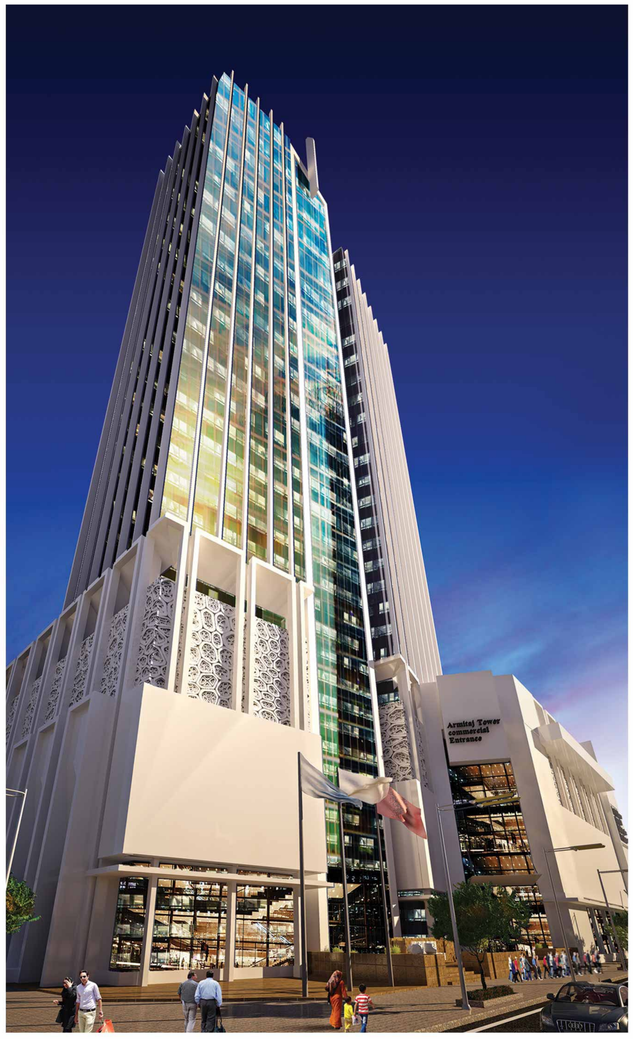
تلاش تیم داوری برای انتخاب ۱۵ تن از کارفرمایان مراکز خرید، ۱۵ تن از افراد تاثیر گذار و ۱۵ مرکز خریدی که طی تابستان ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۶ به بهربرداری رسیده یا توسعه یافته بودند؛ بالاخره به کار خود پایان داد و در اجتماعی ۷۰۰ نفره از کارفرمایان، مدیران، سرمایه گذاران، اساتید و علاقه‌مندان در هتل المپیک تهران، نام مرکز خرید «آرمیتاژ گلشن» به‌عنوان برترین برند مراکز خرید تجاری در صدر گروه قرار گرفت تا برگ زرین دیگری در دفتر فعالیت‌های این مجموعه به ثبت رسد.

مهندس شاهرخ کشاورز مدیریت مجموعه تجارت طلایی در این مراسم با تاکید بر آن که صنعت مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری در ایران نیازمند انجام فعالیت‌های علمی و کارشناسی همراه با ارزیابی‌های جدی از سوی مردم، نهادهای مدنی و سازمان‌های ذی‌ربط است تا از یکنواختی و رکود دور شده و به سمت رشد و ارتقای کمی و کیفی برود خاطر نشان کرد: مجموعه تجارت طلایی به‌عنوان یک موسسه علمی و مطالعاتی و یک رسانه تخصصی و تاثیرگذار که نقش موثری در این زمینه داشته، با نوگرایی در عرصه برگزاری همایش همواره حامی این روند باشد تا همواره شاهد خلاقیت‌های روز افزون در این صنعت باشیم.











SHOPPING CENTERS ROLE`S IN TOWN BRANDING

19



نقش مراکز خرید در برندسازی شهری؛ زیـــر چـــتر آرمیتـــاژ

«برندینگ» یکی از مراحل اساسی رشد و پیشرفت هر شاخه‌ای از کسب و کار و خدمات است که ترکیبی از مهارت‌های علمی و هنری می‌تواند به این عمل سرعت بخشیده و صاحبان کسب و کار را متوجه نتایج و پیامدهای مثبت آن کند.

در واقع مبحث برند به‌عنوان یکی از موضوعات حیاتی و مهم برای تولید اقتصادی مطرح می‌شود چرا که رقابت جهان امروز بر سر کالا نیست، بلکه رقابت بر سر برندها است و اگر بهترین کالا تولید شود، اما بر پیشانی خود نام یک برند نداشته باشد، توفیقی در فروش نخواهد داشت و برعکس اگر یک کالا با کیفیت متوسط، به‌عنوان یک برند مطرح باشد، در بازار مشتری خود را خواهد داشت و اینجاست که اهمیت برند و برند سازی و توجه به آن یک ضرورت به نظر می‌رسد.

حال اگر به این نکته واقف باشیم که برندها تنها شامل نام تجاری محصولات کاربردی نمی‌شوند بلکه دنیایی وسیعی از هویت اجتماعی و پیشینه فرهنگی به‌دنبال خود داشته و در کنار برندهای تجاری همچون پوشیدنی و آرایشی بهداشتی و ساعت و زیورآلات و غیره، موارد مختلفی از جمله برندهای فرهنگی، اقتصادی و عمرانی را نیز در بر می‌گیرند، به جایگاه مجتمع‌های تجاری و مراکز معتبر خریـد که خود برندی در زمینـه مجتمع‌هـای تجـاری محسوب می‌شوند، پی می‌بریم.

مجتمع‌های تجاری و بازار به‌عنوان بازوی توانمند اقتصادی و نمادی از قدرت مالی، نقش تعیین کننده‌ای در شهرها دارند. این مجتمع‌ها مراکز تولید ثروت هستند و برای جامعه ایجاد ارزش مالی می‌کنند و در عین حال فضایی را برای حضور مردم و تسهیل گذر جریان با کیفیت زندگی روزمره فراهم می‌آورند.

برهمین‌اساس و با توجه به ساختار شهرها، یکی از عوامل اصلی در برندسازی شهری، پویایی و رونق اقتصادی مراکز خرید می‌باشد و از آنجا که برندسازی حوزه بسیار متنوعی است و مباحثی همچون کالا، خدمات، شهری، مد، شخصی و غیره را هم شامل می‌شود، مراکز خرید به‌عنوان یک مکان عمومی که می‌تواند بیشترین رفت و آمد و سفرهای شهری را ایجاد کند، در برندسازی نقش مهمی ایفا می‌کند.

بسیاری از شهرهای دنیا هم در برندسازی از این پارامتر استفاده کرده و می‌کنند چرا که علاوه‌بر بُعد تجاری و مالی برای شهر، در جذب صنعت توریسم و جذب گردشگر نیز نقش اساسی دارند. برای تبیین این نقش می‌توان به «دبی مال» و یا «امارات مال» به‌عنوان مراکز خریدی که به برندی بین‌المللی و به یاد ماندنی تبدیل شده‌اند، اشاره کرد. نمونه‌های مشابه فراوانی نیز در سایر شهرهای دنیا همچون نیویورک، لندن، بارسلونا، استانبول، باکو و غیره وجود دارد. به‌نظر می‌رسد امروزه رفته رفته با توجه به توسعه مراکز خرید در ایران نیز، برخی از شهرها همچون مشهد ظرفیت ایجاد مراکز خرید به‌عنوان برندی در مبحث مجتمع‌های تجاری را دارا هستند.

در این میان شرکت «توسعه سرمایه‌گذاری آرمیتاژ» با داشتن دغدغه هایی در راستای رشد و رونق اقتصادی شهر و همچنین ایجاد یک بازار و مرکز خرید ایمن و با اصالت، نسبت به احداث برج اداری تجاری آرمیتاژ گلشن اقدام کرده است تا با راه اندازی مجتمعی در خور استانداردهای روز جهانی و مورد پسند اقشار خاص جامعه، برترین برندهای معتبر دنیا و کالاهای شناسنامه‌دار را تحت برند «آرمیتاژ» در این مرکز تجاری تجمیع کند.

شرکت توسعه سرمایه‌گذاری آرمیتاژ با علم به این نکته که امروزه مفهوم برند در خرید مشتریان به حدی است که از آن به یک محصول کامل یاد می‌کنند و همچنین با شناسایی جهت‌گیری جامعه هدف مخاطبین خود مبنی بر ارجحیت خرید برند بر محصول، با رایزنی‌های انجام گرفته و دقت نظر ویژه، برندهای شناسنامه‌دار داخلی و خارجی را با نام مجتمع تجاری و مرکز خرید آرمیتاژ در کنار هم جمع کرده است تا خریداران و مراجعان خاص و عمومی آرمیتاژ، با تکیه بر این نام معتبر تجاری و اقتصادی و زیر چتر آن، خریدی ایمن داشته باشند.

اثرگذاری این مدل را می‌توان از چندین منظر گوناگون بررسی کرد که یکی از مشهودترین آن‌ها را باید امواجی از پیشرفت در خرید، فروش و اشتغال‌زایی پایدار، جلوگیری از ورود و فروش کالاهای بی‌کیفیت و ناشناخته، حمایت از تولیدات با کیفیت داخلی و در مجموع چرخش مالی اشاره کرد.

برج ۳۴ طبقه تجاری اداری آرمیتاژ گلشن

۱۴۵ مترارتفاع

۵۵۰۰۰ متر مربع زیربنا
۵ طبقه تجاری با مساحت ۲۰،۰۰۰ متر مربع
۳۳۰ واحد فروشگاهی (تجمیع شده به ۱۴۵ واحد)
۲ طبقه خدمات رفاهی تفریحی
۲۴ طبقه اداری
۱۵۰ واحد تجاری اداری
۳ طبقه پارکینگ با ظرفیت ۵۰۰ خودرو



۵۰۰۰ تن فولاد
۱۴۰۰۰ مترمکعب بتن
۱۲۰۰۰ مترمربع هبلکس و آجر سفال
۱۵۰۰۰ مترمربع سرامیک + ۵۵۰۰ قرنیز
۴۰۰۰ مترمربع سنگ
۱۱۲۰ عدد لوور نما
۳۰،۰۰۰ مترمربع ورق کامپوزیت نما از نوع FR
۹۰۰ عدد فن کویل
۲۰۰۰ خط تلفن مستقل برای واحدها
۳ عدد ترانس برق برای واحدهای اداری و تجاری به‌ظرفیت ۸۰۰KVA
۲ عدد ترانس برق برای واحدهای اداری و تجاری به‌ظرفیت ۱۰۰۰KVA
۲ عدد ترانس برق برای واحدهای اداری و تجاری به‌ظرفیت ۶۳۰KVA

۳۰۰ نفر - شرکت پیمان کار
۱۴ دستگاه پله‌برقی شامل ۲ دستگاه پله برقی ۶/۵ متری و ۱۲ دستگاه ۶ متری
۱۱ دستگاه آسانسور (آسانسورهای اداری مجهز به سیستم احضار یکپارچه DSC)
۱۵۰۰۰ متر مربع شیشه
۲۵۰۰۰ متر مربع کناف
۲۶۰ متر مربع سقف باریسول
۲۶۳ عدد دوربین مدار بسته
۶۰ عدد هواساز
۴ عدد پست اختصاصی برق به ظرفیت ۳۲۶۰ KVA
تجهیز به سیستم BMS
تجهیز برج به سیستم پیشرفته نورپردازی نما
تجهیز پارکینگ به سیستم هوشمند
مجهز به نمای کرتین وال با شیشه‌های دوجداره از نوع سان انرژی

BE A GUEST IN YOUR OFFICE

Introducing the administrative part of the Armitaj tower



معـــرفـــی بخـــش اداری بـــرج آرمیتـــاژ گلشـــن

میهمـــان دفتـــرکارخود باشیـــد

توجه ویژه به مختصات و طراحی مناسب داخلی محیط کار، تأثیرات آن در افزایش بهره‌وری و ایجاد حس آرامش به یکی از بدیهیات امروز دنیای تجارت و شرایط پُرتنش اقتصادی کنونی بدل شده است. کارکردن در فضایی با کیفیت بالا و خدمات خاص که بتواند واکنش مخاطب را در برخورد با خودش تغییر دهد و یادآور خاطرات خوش وی باشد، در کنار توجه به روحیات کاربران در راستای افزایش عملکرد منحصر به‌فرد کارکنان، درحال حاضر خواست بسیاری از کارفرمایان و کارآفرینان باتجربه است.

گروه مهندسی و طراحی آرمیتاژ نیز جهت تأمین این نیاز در سطح کلان شهر مشهد، طراحی و احداث بخش اداری برج آرمیتاژ گلشن را برای نخستین بار در شرق کشور به عنوان شاخصه ای در ارائه همزمان مجموعه‌ای بینظیر از خدمات استثنایی در فضایی با طراحی ویژه و همگام با اهداف اداری و اقتصادی کاربران به انجام رسانده است. کلیه این اقدامات سبب گشته کاربران و بهره‌برداران بخش اداری، به واسطه استفاده از این خدمات در محیطی امن و بی دغدغه، همچون میهمانی در دفتر کار خود به انجام امور بپردازند. چراکه در اجرای این پروژه بلند مرتبه آسایش روح و ذهن کارکنان و همچنین تطبیق حرفه‌ای فضا با ماهیت کار در اولویت طراحی قرار داشته است تا به این وسیله گامی بلند در ارائه محیطی اداری در مسیر پیشرفت، ترقی و رشد اقتصادی هرچه بیشتر و بهتر شهر برداشته شود.



مرتفع‌ترین برج اداری شرق کشـور

بخش اداری برج آرمیتاژ گلشن با مساحت تقریبی ۱۵ هزار متر مربع دارای ۱۵۰ واحد آپارتمانی است که در مساحت‌های ۶۰ تا ۷۵۰ متر مربعی، طبقات پنجم به بالای برج را در بر می‌گیرند و با یک ورودی شاخص به عنوان رسپشن و لابی اولیه دفاتر اداری در موقعیت بلوار هفت تیر از بخش تجاری جدا و مستقل می‌شود.

وجود ۶ دستگاه آسانسور مجهز به سیستم DSC هوشمند (سیستم احضار یکپارچه) و با سرعت بالا جهت خدمات‌دهی اختصاصی‌تر و سریع‌تر مابین طبقات در کنار دو راه پله، دسترسی از پارکینگ تا طبقات VIP و طبقات اداری را تأمین می‌کند.

بخش اداری این برج از طبقه نخست اداری (طبقه پنجم برج) تا طبقه هفدهم به صورت تیپ در هر طبقه شامل ۹واحد آپارتمانی اداری ۶۰ تا ۹۰ متر مربع، ازطبقات ۱۸ تا ۲۲ نیز به صورت تیپ با ۵ واحد آپارتمانی در هر طبقه و به مساحت ۱۱۰ الی ۱۷۰ متر مربع و در طبقات ۲۳ به بالا با واحدهای آپارتمانی ۳۰۰ و ۴۲۰ مترمربعی و با قابلیت تجمیع تا ۷۵۰ متر مربع جهت بهره‌برداری و پوشش مناسب کلیه حوزه‌های کاری طراحی و احداث شده است.

این مجموعه بزرگ اداری نه تنها به لحاظ ابعاد، وسعت و کیفیت ساخت مجموعه‌ای شاخص در صنعت ساخت و ساز شهر و کشور محسوب می‌شود بلکه خدمات بی‌نظیری که به مالکان و بهره‌برداران خود ارائه می‌کند، آن را به یک مجموعه شاخص در همه ابعاد بدل کرده است. در ادامه به قسمتی از خدمات بخش اداری اشاره می‌شود.

بی‌نظیر در خدمات و امکانات

لازم نیست شما به تنهایی زمان و توان خود را صرف انجام تشریفات میهمانان ویژه و مدعوین در نشست‌ها و جلسات کنید. مرکز تشریفات ویژه برج از این جهت خاطر مالکانش را آسوده می‌کند تا تمرکز آنان بر امور کاری و تجاری بدون دغدغه از جهت کیفیت خدمات تشریفات و پذیرایی قرار گیرد.

جایگاه اختصاصی تشریفات

برج آرمیتاژ در راستای ممانعت از اتلاف زمان و توان مالکین واحدهای اداری و تجاری خود، انجام امور مربوط به تشریفات میهمانان ویژه و مدعوین در نشست‌ها و جلسات را برعهده می‌گیرد. در همین راستا جایگاه اختصاصی تشریفات به‌عنوان نیاز اولیه واحدهای اداری لوکس، آماده ارائه خدمات ترانسفر، استقبال و بدرقه برای مدیران و مهمانان ویـژه واحدهـای اداری برج می‌باشد.



کافه رستوران

رستوران VIP اختصاصی بخش اداری با دید و خدماتی ویژه در مساحتی بالغ بر ۴۰۰ متر مربع و تراسی در حدود ۸۰ متر مربع در طبقه پنجم، محلی مجلل و مناسب برای صرف غذا در حین قرار ملاقات‌های کاری محسوب می‌شود.

کافی‌شاپ Sky deck در طبقه ۲۸ برج با فضا و دید بسیار ویژه از منظره شهر نیز فضای استثنایی مناسب جهت جلسات غیر رسمی کاری و اداری است.

Room Service

ارائه خدمات روم‌سرویس و خانه‌داری مطابق با استانداردهای خانه‌داری بهترین هتل‌های دنیا به همه واحدهای برج درکنار تأمین و تجهیز مواد مصرفی بهداشتی و شوینده واحد، ارائه خدمات تعمیراتی اثاثیه و منصوبات داخل واحد و همچنین دسترسی سریع و آسان و کیفیت بالا در دریافت خدمات غذا و نوشیدنی در محل دفاتر کاری، از دیگر خدمات ویژه به مالکان و بهره برداران بخش اداری است.

فضای لوکس Banquet Hall جهت برگزاری جلسات کوچک و غیر رسمی کاری در طبقه ۲۸، فضای باز منظرگاه و دید بی‌نظیر شهر در طبقه ۲۹، در اختیار داشتن خودروهای تشریفاتی و همچنین CIP Lounge از دیگر خدمات در این حوزه به‌شمار می‌رود.

خدمات مالی و اقتصادی بین‌المللی

وجود مراکز مالی و اقتصادی با توجه به استقرار نظام اداری متمرکز به منظور انجام سریع‌تر و راحت‌تر امور بانکی و تبالادت مالی و ارزی، استعلام اطلاعات قیمت طلا و ارز در کنار امکان مدیریت زمان در انجام امور فوق در نظر گرفته شده تا به صاحبان واحدها و بهره‌برداران و همچنین مراجعان به صورت ویژه ارائه خدمت کنند.

باجهVIPبانک جهت ارائه خدمات انحصاری، بین‌المللی و ویژه به مراجعان و حاضران و همچنین صرافی جهت تسریع در انجام مبادلات مالی بین‌المللی نیز در همین راستا در این بخش پیش بینی شده است.

تأمین کلیه اقتضائات کاری

تأمین امکانات فنی و تجهزاتی کامل برای مشتریان و مراجعان واحدهای اداری، نه تنها به تسهیل و سرعت بخشی در اتمام امور تجاری و اداری می‌انجامد بلکه موجب می‌شود فضای پاسخگویی در شأن مراجعان فراهم و موفقیت افراد در جلسات و دیدارهای تجاری تقویت شود.

فضاهای جلسات خصوصی

علاوه بر ایجاد فضای عمومی گفتگو در لابی بیزینس سنتر و برگزاری جلسات بزرگ کاری، فضای شیشه‌ای نسبتا کوچک‌تری نیز برای جلسات خصوصی کاری و دیدارهای ملاقات اداری طراحی شده است که مالکان بتوانند در آن طی یک فضای خصوصی‌تر به گفتگو و کسب و کار بپردازند.

لابی ویژه بیزینس سنتر

وجود یک فضای ویژه جهت انتظار مراجعان و یا برگزاری جلسات کوچک و مختصر کاری، نیازمند فضاهای عمومی پذیرایی است که در آن منزلت میهمانان رعایت شود. لابی ویژه بیزینس سنتر امکان رعایت تشریفات در فضای انتظار را برای کلیه مراجعان محیا می‌کند.

اتاق های جلسات با امکانات سمعی و بصری

اتاق های کنفرانس ۴۰ و ۶۰ مترمربعی با کلیه امکانات و تجهیزات مدرن سمعی و بصری فضای بسیار مناسبی جهت برگزاری و مدیریت گردهمایی کاری داخلی، جلسات آموزشی،کنفرانس‌های اداری تجاری و تبلیغاتی، نشست‌ها و دیدارهای رسمی محسوب می شوند.

دفتر IT و انفورماتیک

مرکزی جهت مدیریت و انسجام مباحث فناوری و کامپیوتری در راستای هرچه اصولی‌تر به انجام رسیدن امور تجاری، در کنار تأمین تجهیزات و امکانات فنی و زیرساخت در این راستا، از دیگر خدمات این حوزه به مالکان و بهره‌برداران بخش اداری برج است.

دفاتر فنی

وجود دفتر فنی در یک برج اداری، می‌تواند به عنوان قلب تپنده یک مجتمع اداری و تجاری راهگشای بسیاری از واحدها و مشاغل حاضر در برج باشد تا در کمترین زمان ممکن و با بیشترین اطمینان، کلیه امور راهبری طرح‌های مطالعاتی و اجرایی و همچنین تصویب آن‌ها را بر عهده بگیرد.



صنف‌بندی طبقات در برج تجاری آرمیتـــاژ گلشن؛ **تجـــربه لذت خرید در فضایی تفکیک شده**



بازارگردی برای مردم همیشـه از جذابیت‌های بسیاری برخوردار بوده، چه آن زمان که راسته بازارها و تیمچه‌ها مکانی برای گشت و گذار و خرید روزمره بودند و چه امروز که پاساژ گردی یکی از نیازها و تفریحات روزانه مردم محسوب می‌شود.

این نیاز جامعه سبب شده مجتمع‌های تجاری به‌عنوان یکی از پر رفت و آمدترین مکان‌های عمومی برای خرید و گذران وقت شناخته شوند. در این شرایط وجود امکانات رفاهی و تفریحی، رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها و... دست به دست هم می‌دهند تا پیشرفت مراکز تجاری ملموس‌تر از همیشه در جهت رفاه حال مخاطبان قرار گیرد.

با این همه باید در نظر داشت که شاید در ظاهر تمامی مجتمع‌های تجاری به یک شکل ارائه خدمات می‌شود؛ اما به طور قطع برنامه‌ریزی‌ها و اهداف بلند مدت از پیش تعیین شده آن‌هاست که خط مشی هر یک از این مجتمع‌ها را ترسیم و آن‌ها را به‌عنوان یک برند تجاری به مخاطبان معرفی می‌کند. شرکت آرمیتاژ نیز که امروزه با عنوان برندی برتر در زمینه بلندمرتبه سازی شناخته می‌شود با هدف تحول در ساخت مراکز تجاری و سیستم‌های اداری، ساخت بلندترین برج تجاری اداری شرق کشور را در دستورکار خود قرار داد. رویکردی که در آن علاوه‌بر طراحی ویژه و زیباسازی مراکز خرید، هویت سازی فروشگاه‌های تجاری در اهم فعالیت ها قرار گرفته است.

در این راستا، حضور فروشگاه‌های شناسنامه‌دار و به‌طور عامیانه «برندها» در این مرکز تجاری به‌عنوان یک اصل مد نظر قرار گرفته شده است تا طی آن فروشگاه‌هایی جذب این مجتمع شوند که بتوانند تاریخچه‌ای قابل قبول را از خود به نمایش گذارند.

از دیگر اقداماتی که در ادامه این هدف به اجرا در آمده تجمیع ۳۳۰ واحد فروشگاهی در قالب حدود ۱۴۰ فروشگاه بزرگ است.

این امر سبب می‌شود مجتمع، فضایی شکیل برای حضور بهترین‌های کسب و کار باشد و مردم بتوانند فضایی زیبا و پر جنب و جوش را برای خرید و پاساژگردی شاهد باشند. آرمیتاژ در ادامه اهداف خود مبنی بر تحول در روند شکل گیری مجتمع‌های تجاری، صنف‌بندی طبقات و تأکید بر نظم بصری فروشگاه را اجرایی کرد.

در این هدف هماهنگی بصری اصناف (رنگ، دکور، ویترین، تابلو)، تناسب مشاغل با موقعیت مکانی آن‌ها در مجتمع، توجه به بازار هدف پروژه و بسیاری از فاکتورهای دیگر، که از ضرورت‌های چیدمان اصناف در یک مجتمع تجاری به‌حساب می‌آید، به اجرا در آمده است.

در بحث صنف‌بندی طبقات که به طور تخصصی در آرمیتاژ گلشن مورد توجه ویژه قرار گرفته، همواره بحث گرمی بازار و ایجاد تعادل در تمامی طبقات به صورت یک دغدغه مطرح بوده است. از دید بسیاری این اقدام نه تنها یک مزیت به‌شمار نمی‌آید، بلکه موجب عدم تعادل و سردی بازار یک راسته یا طبقه خاص و در عین‌حال گرمی بازار راسته یا طبقه دیگر مجتمع می‌شود.

اما آرمیتاژ با بهره‌گیری از امکانات و چیدمان صحیح اصناف خود در طبقات توانسته است این نامتعادلی را به حُسنی برای مجتمع تبدیل کند؛ به‌طوری‌که هیچ طبقه‌ای بدون جذابیت نباشد و تمامی طبقات از پاخوری کافی برخوردار باشند.

محسن پوررضایی
مدیریت بهره برداری آرمیتاژ گلشن



ENJOY SHOPPING EXPERIENCE IN A SEGREGATED

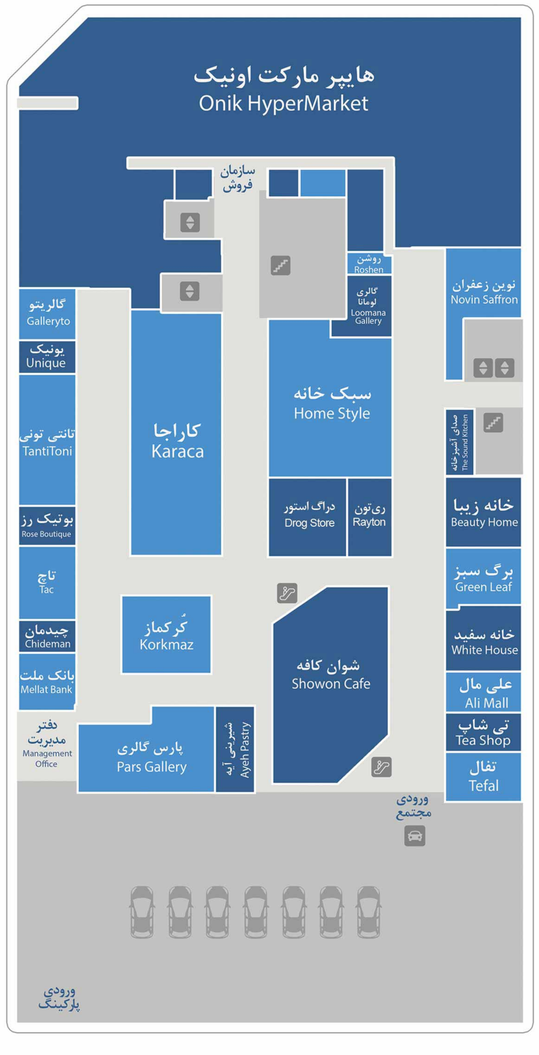


طبقه منفی یک؛ آشپزخانه رویایی

طبقه منفی یک در بسیای از مجتمع‌های تجاری که به صورت حرفه‌ای فعالیت می‌کنند به هایپرمارکت اختصاص دارد. هایپرمارکت‌ها به‌سبب ویژگی‌هایی که دارند حجم گسترده‌ای از مخاطبان را به‌سوی خود می‌کشانند و نیازهای آن‌ها را تامین می‌کنند؛ اما با این وجود شکل‌گیری فروشگاه‌هایی که به‌طور اختصاصی به لوازم آشپزخانه و اکسسوری آن، اختصاص دارند، می‌تواند جذابیت‌های بسیاری برای بازدیدکنندگان داشته باشند.

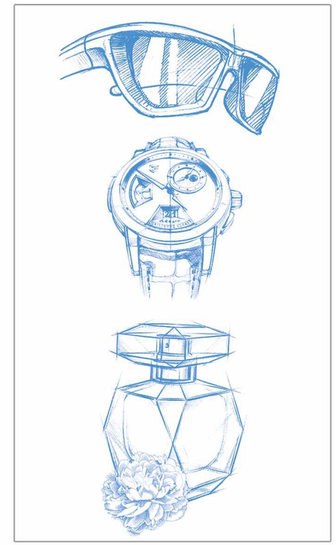
آرمیتاژ با در نظر گرفتن اهمیت آشپزخانه و نیاز خانواده‌ها تلاش کرده تا در کنار هایپرمارکت خود برترین فروشگاه‌های محصولات ترکی و اروپایی و همچنین برندهای برتر ایرانی که به‌طور اختصاصی در زمینه لوازم منزل فعالیت می‌کنند را کنار هم قرار دهد تا بهترین‌ها در یک اجماع قوی تامین‌کننده نیاز خانواده‌ها باشند.

در این طبقه شما می‌توانید علاوه بر این‌ها از لوازم الکترونیک، کافی‌شاپ، کالای خواب، شیرین و شکلات بهره‌مند شوید.



ENJOY SHOPPING EXPERIENCE IN A SEGREGATED





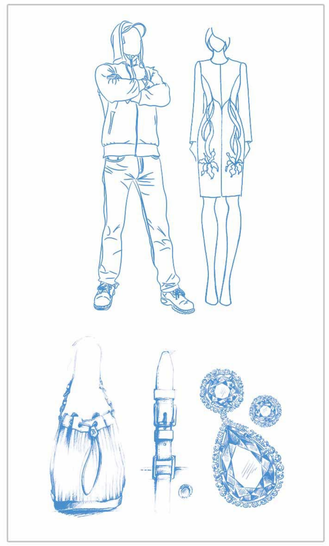
طبقه همکف؛ ویترینی برای مجتمع

طبقه همکف در برج‌های تجاری همواره از اهمیت بسیاری برای طراحان و مالکین فروشگاه‌ها برخوردار است.
این طبقه به‌دلیل داشتن بیشترین مخاطب، به‌عنوان ویترینی برای معرفی مجتمع شناخته می‌شود. در واقع این طبقه و بینشی که در طراحی، دکوراتیو و جذب فروشگاه‌های آن در نظرگرفته می‌شود، تصویر ذهنی است که مجتمع از خود برای مراجع کنندگان به نمایش می‌گذارد؛ بنابراین چیدمان اصناف در آن باید با دقت مضاعف صورت پذیرد.
مدیران آرمیتاژ نیز با در نظر گرفتن اهمیت و جایگاه این طبقه تلاش کرده‌اند اهداف خود در ساخت بلندترین برج تجاری شرق کشور را به نمایش گذارند و برترین برندهای روز داخلی و خارجی را در شکیل‌ترین شرایط ممکن به منسه ظهور قرار دهند. برندهای حاضر در این طبقه سال‌ها تلاش کرده‌اند تا در میان برترین‌های پوشاک، عطر، ساعت، عینک و جواهرات جهان بدرخشند و اینک همراه با آرمیتاژ در مشهد خواهند درخشید.



طبقه‌همکف

- پوشاک
- عطر
- ساعت
- عینک
- جواهرات



طبقه اول، جذاب برای بانوان و آقایان

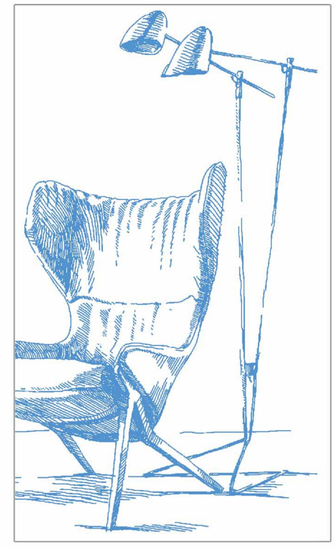
پوشاک، زیورآلات (اکسسوری) و لوازم آرایشی بهداشتی برای بانوان از اهمیت بسیاری برخوردار است. شاید به همین دلیل باشد که حجم گسترده‌ای از فروشگاه‌ها در مجتمع‌های تجاری، امروزه به این عناوین اختصاص پیدا کرده‌اند.
جمع‌بندی این صنوف و در کنار هم قرار دادن آن‌ها اما در کمتر مرکز خریدی قابل مشاهده است.
آرمیتاژ با یک نگاه ویژه به سلایق بانوان و نیازهای روزمره آن‌ها و از همه مهم‌تر، تاکید بر کالای شناسنامه‌دار و با کیفیت، تلاش کرده تا برترین‌های این اقلام را به دور هم جمع کند تا در کنار دسترسی آسان و انتخاب مطمئن‌تر، مرکزی تخصصی از پوشاک، محصولات چرمی، لوازم آرایش بهداشتی، طلا و جواهرات و ... را برای مخاطبان خود فراهم آورد.



طبقه‌اول

- پوشاک
- محصولات چرمی
- لوازم آرایشی و بهداشتی
- طلا و جواهرات
- باشگاه مشتریان





طبقه دوم، مبلمان و اکسسوری

در مشهد همواره جای خالی یک مرکز تجاری اختصاصی در زمینه مبلمان و دکوراسیون داخلی که در قالب فضایی منسجم مجموعی از برترین‌های روز دنیا را در اختیار مراجعان قرار دهد، احساس می‌شود.
بر همین اساس آرمیتاژ در ادامه روند انتخاب برترین فعالان اقتصادی و برندهای برتر تجاری، این فضای بکر و کم حضور را به درستی شناسایی و تلاش کرده معتبرترین‌های این صنف را دور هم جمع کند.
از این رو طبقه دوم مجتمع تجاری آرمیتاژ گلشن به عنوان بخش تخصصی مبلمان، دکوراسیون داخلی و تزئینات منزل به برندهای مطرح این صنف اختصاص یافته است.



طبقه‌دوم

- بخش تخصصی مبلمان
- دکوراسیون داخلی و تزئینات منزل

ENJOY SHOPPING EXPERIENCE IN A SEGREGATED



طبقه سوم؛ کودک و نوجوان

کودکان و دنیای رنگی آن‌ها، همیشه بخش جدا ناپذیر زندگی خانواده‌های ایرانی است.
اهمیت کالاهایی که برای این گروه سنی معرفی می‌شود بر هیچ کس پوشیده نیست با این وجود کالاهای متفاوتی در بازار وجود دارند که نه از نظر کیفیت و نه از نظر شناسنامه محصول، توانایی جلب اعتماد خانواده‌ها را ندارند.
آرمیتاژ گلشن نیز با همین انگیزه نسبت به تخصیص طبقه‌ای با محوریت کودکان اقدام کرده است.
گشت و گذار در طبقه سوم بخش تجاری آرمیتاژ گلشن به والدین کمک می‌کند تا در کنار شهربازی و کافه کودک، نیازهای مختلفی از جمله پوشاک، اسباب بازی، آرایشگاه، طلا و جواهر، مجسمه، کالای خواب و ... فرزندان خود را نیز تامین کنند.

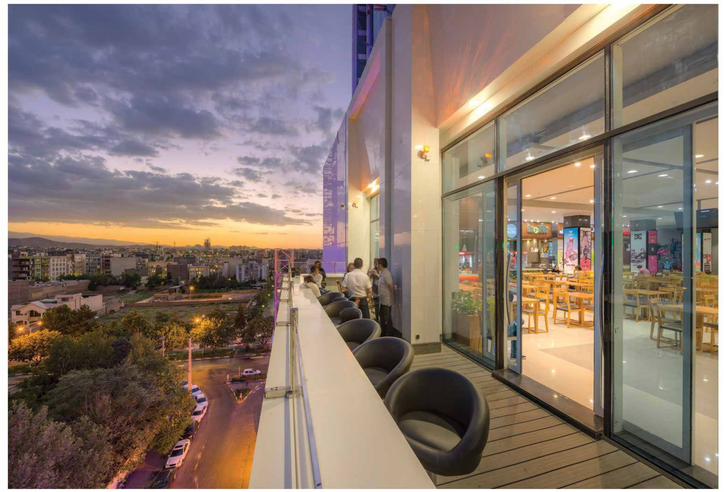


طبقه‌سوم

- بخش تخصصی کودک و نوجوان
  - شهر مشاغل کارالند
  - پوشاک
  - اسباب بازی
  - آرایشگاه
  - طلا و جواهر
  - مجسمه
  - کالای خواب
  - کافه کودک



گزارش تصویری بخش تجاری برج آرمیتاژ گلشن










KARACA


SHOWON
Drink juice every day
carter's


PARIS HILTON
361°
LOFT


15
Jam & Honey
عسل و مربى





زیباشناسی فرم و پیچیدگی عملکرد در فضاهای تجاری

در بازارهای سنتی فرم و عملکرد از یکدیگر قابل تفکیک نیستند؛ از سویی زیبایی فرم به‌خوبی در خدمت نیازهای عملکردی بوده و از سویی دیگر چـالش‌های عملکردی به خلق راهکـارهایی فرمـال و زیبا انجامیده است. معماری مجتمع‌های تجاری مدرن و امروزی دستخوش تغییرات اساسی شده‌اند و در این دگرگیسی آرام آرام دکان، حجره و تیمچه به راسته‌های تجاری در حاشیه خیابان‌های اصلی شهر و پس از آن پاساژها که مجتمع‌های تجاری کوچکی در غالب یک ساختمان بودند به‌وجود آمدند. پس از ظهور مجتمع‌های تجاری در ابعاد و مقیاسی بزرگ‌تر، نه‌تنها فرم و مصالح به‌کار رفته تغییر کردند بلکه عناصر جدیدی نظیر آتریوم، آسانسورها و پلکان‌های برقی، نورپردازی‌های متنوع و... در فضاهای تجاری به‌کار گرفته شدند. به‌علت سادگی روابط عملکردی در پلان مجتمع‌های تجاری، اولویت طراحی معماری این فضاها با ایجاد تنوع و پویایی در مقاطع و جذابیت در نماهای مجموعه و همچنین ایجاد ارتباط بصری میان بخش‌های مختلف مجتمع می‌باشد.

پیداست که تنها پرداختن به بعد تجاری این مجتمع‌ها، گره‌گشا نخواهد بود و نیاز به ترکیب عملکردهای پشتیبان نظیر فضاهای فرهنگی همچون گالری‌ها و سینماها، فضاهای تفریحی و رستوران‌ها اجتناب ناپذیر می‌باشد.

ازسویی دیگر جامعه‌شناسان نیز با مطالعه رفتارهای مخاطبین در فضاهای تجاری، فقدان فضاها و مکان‌های غیرتجاری را از عوامل نارضایتی مخاطبین دانسته و تغییر ماهیت صرفاً تجاری مراکز خرید را به فضاهایی در قالب تجاری- تفریحی پاسخی به نیازهای جامعه مدرن شهری عنوان کردند.

از دیگر نکات حائز اهمیت در طراحی مجتمع‌های کلان توجه به میزان مصرف انرژی و چگونگی کنترل آن می‌باشد. هرچه فضاهای داخلی بزرگ‌تر باشد تنظیم و تهویه هوا مشکل‌تر خواهد شد و در مجتمع‌های تجاری که به‌طور معمول توسط آتریوم و ویدها فضاهای طبقات به‌هم متصل می‌شوند، دشواری این امر دو چندان می‌شود. از این‌رو معمـــاری فضاهای تجاری به‌شدت درگیر با اصول معماری پایدار و نکات فنی شده است.

پیچیدگی عملکرد در فضاهای تجاری

مهم‌ترین اصل برای مالکین در برج‌های تجاری رفع کلیه نیازهای روزمره آن‌ها درون خود مجموعه است. مجموعه تجاری باید بتواند نیازهای روزمره مالکین خود را بدون طی‌کردن مسیری دیگر از محیط کار به سوی مراکز خرید مرتفع سازد. بنابراین در یک مجتمع فعال و پویا کلیه خدمات همچون کارواش، خشکشویی، شعب بانکی و ارزی، باجه‌های VIP، خدمات پستی، آژانس‌های مسافرتی و ... باید حضوری فعال داشته باشند.

علاوه‌بر این‌ها، توجه ویژه به سلامت جسم و روح صاحبان پیشه در کنار کار و تفریح از ایده‌های مهم طراحی مجموعه‌های پویا است. با توجه به حجم کاری و زمان طولانی گذرانده شده در طول روز برای مالکین واحدها، صرف زمان جهت رسیدن به مراکز ورزشی در طول روز با دشواری زیادی همراه می‌شود. از همین رو صاحبان پیشه اغلب اقدام به حذف ورزش در کنار کار و زندگی می‌کنند. بنابراین طراحی و احداث مجموعه ورزشی درمانی و همچنین مجموعه آبی مدرن در کنار چکاپ‌های پزشکی منظم ظرفیتی را فراهم می‌نماید که مالکین بتوانند در ساعاتی بین کار و یا قبل و بعد از کار روزانه، همگام با کشورهای پیشرفته دنیا به ورزش و سلامت خود بپردازند. این‌ها تنها اصول کوچکی است که باید در همه برج‌های تجاری اداری در نظر گرفته شوند؛ اما امروزه شاهد آن هستیم که تنها متولیان و سازندگان اندکی آن‌ها را رعایت می‌کنند.

■ اقتباس از مجموعه کتب عملکردهای معماری

THE AESTHETICS OF COMMERCIAL SPACES

Traditional markets are not separable from each other in form and function, beauty of form well serve the operational needs on the one hand and on the other hand formal and elegant solutions has led to the creation of functional challenges.





چـرخـه حیـات در مجـتمع های تجاری

هر مرکز تجاری با توجه به اصناف و خدماتی که به گروه مراجعان خود ارائه می‌دهد، ساعات کاری طلایی مربوط به خودش را دارد. اگر چه رفت و آمدها و گشت و گذارها در این مراکز طی ایام مختلف سال با کمی تغییر در ساعات شلوغی و خلوتی انجام می‌شود اما به‌طور کلی ساعات پرترافیک یا ساعات خلوتی و خواب مراکز خرید به‌طور نسبی مشخص است. در این شرایط با یک محاسبه ساده از جمع ساعات تعطیلی مراکز و ساعات خواب آن‌ها، متوجه می‌شویم که نسبت ساعات فعالیت مجتمع‌های تجاری در برابر مدت زمان خواب آن‌ها، بسیار حداقلی است.

این میان صحبت از خدمات، محرک‌ها و دعوت‌کننده‌های مختلفی به میان می‌آید که به وسیله آن‌ها چرخه حیات و عبور و مرور در مراکز تجاری حتی در ساعات خلوتی و خواب آن‌ها هم به جریان بیفتد. امکاناتی که مراجعان به واسطه وجود آن‌ها، طی ساعات خلوتی و حتی تعطیلی واحدهای تجاری نیز برای دریافت خدمات، در مراکز تجاری حضور پیدا می‌کنند. برج اداری تجاری آرمیتاژ گلشن هم بر همین مبنا، خدمات و امکانات متعددی را در قالب هایپرمارکت، رستوران، فودکورت، سینما، شهربازی، کارواش و کافی‌شاپ به مراجعان ارائه می‌کند تا ضمن تأمین کلیه امکانات رفاهی و تفریحی در یک مرکز تجاری، مجتمع را در تمام ساعات فعال، زنده و پویا نگه دارد.



پردیس سینمـایی مدرن گلشن

استقبال از هنر هفتم در سال‌های اخیر سبب شده که فیلم دیدن و سینما رفتن به یکی از تفریحات جامعه امروز بدل شود. آرمیتاژ هم با هدف فرهنگ‌سازی و ترویج و حمایت از فعالیت‌های فرهنگی، با رویکردی مدرن نسبت به احداث و راه‌اندازی پردیس سینمای مدرن خانوادگی در برج اداری تجاری آرمیتاژ گلشن اقدام کرده است.

این مجموعه سینمایی که در طبقه پنجم برج جانمایی شده، در یک سالن با ظرفیت ۲۵۰ نفر و سه سالن با ظرفیت ۵۰ نفری، ظرفیتی برابر با ۴۰۰ نفر را در هر اکران در فضای سرپوشیده و نیمه باز پوشش می‌دهد. امکاناتی همچون سیستم صوتی دالبی، فضاسازی زیبا و مدرن، نزدیک بودن به مجموعه غذای فودکورت و همچنین برخورداری از فضای کافی‌شاپ نه تنها موجب می‌شود تماشای فیلم به تجربه‌ای مفرح و لذت بخش در این مجموعه تبدیل شود بلکه مجتمع تجاری در ساعت‌های کم تردد، نیز پویا و پر مخاطب باشد.



هـــایپر مارکـت اونیک

فروشگاه‌های بزرگ لوازم مورد نیاز خانه، آشپزخانه و خورد و خوراک که این روزها به هایپرمارکت‌ها شهره شده‌اند، یکی از امکاناتی هستند که به دلیل حجم بالای مراجعات و رفت و آمدهایی که دارند، نفسی به جان مجتمع‌های تجاری می‌دمند، آن‌هم طی ساعاتی که فروشگاه‌های دیگر، مشتری و مخاطبی ندارند. همین رفت و آمد به هایپرمارکت‌ها باعث بیشتر دیده شدن فروشگاه‌ها و سایر واحدهای تجاری می‌شود. آرمیتاژ گلشن هم فضایی با وسعت ۸۰۰ متر را در طبقه منفی یک با امکان دسترسی مناسب به پارکینگ و خدمات حمل و نقل به هایپرمارکت اونیک برای تأمین بهترین، باکیفیت‌ترین و متنوع‌ترین برندهای مایحتاج روزمره خانواده‌ها تخصیص داده است.



کـــافی شـــاپ شوآن

کافی‌شاپ‌ها هم از جمله فضاهایی هستند که در هر ساعت از شبانه روز مخاطبان خاص خود را دارند. وجود کافی‌شاپ در فضای تجاری، نه تنها فرصتی برای آرامش و استراحت فراهم می‌کند بلکه جاذبه‌ای برای ورود و ماندگاری طولانی‌تر مخاطب در مجتمع محسوب می‌شود. کافی‌شاپ شوآن با مساحتی بالغ بر ۱۴۵ متر مربع در طبقه منفی یک بخش تجاری و ۷۵ متر در طبقه سوم بخش اداری برج آرمیتاژ گلشن به‌عنوان بخشی از خدمات رفاهی، محلی مناسب برای گذراندن اوقات فراغت و مکانی آرام برای قرارهای ملاقات مخاطبان برج است که در فضایی دلنشین و زیبا، پذیرای مراجعان در تمام ساعات فعالیت مجتمع تجاری است.



شهـــرمشاغل کـــودک کارالند

کوچک شدن فضاهای مسکونی و به‌ویژه هرچه محدودتر شدن محیط بازی کودکان، سبب شده فضاهای مخصوص بازی کودکان به یکی از نیازهای شهری امروز بدل شود. آرمیتاژ هم با رصد این نیاز شهروندان، نسبت به راه‌اندازی شهـــرمشاغل کـــودک کارالند به عنوان محیطی امن برای بازی کودکان در طبقه سوم برج آرمیتاژ گلشن اقدام کرده است.

این مجموعه تنها شهربازی سرپوشیده کشور است که به صورت حرفه‌ای در زمینه معرفی مشاغل فعالیت می‌کند تا در شرایطی نزدیک به واقعیت مبتنی بر بازی، شکل نوینی از تفریح و سرگرمی را برای کودکان ۳ تا ۱۲ سال رقم بزند. این سرزمین رنگارنگ در فضایی به وسعت ۸۰۰ متر در دو طبقه به کودکان این امکان را می‌دهد تا برای چند ساعت به یاد ماندنی، از میان ۲۲ اِلمان و شغل، حرفه‌های متناسب با علایق و گروه سنی خود را انتخاب و ابزار مورد استفاده آن را با خلاقانه‌ترین روش ممکن به خدمت بگیرند.



فـــودکـــورت آرمیتـــاژ

فودکورت گونه نسبتاً جدیدی از رستوران‌ها و کافه‌هاست که با توجه به وجود نگاه تفریحی به خرید و بازارگردی در کشور ما، چند سالی می شود که در مراکز خرید با استقبال خوبی از طرف مراجعه کننده‌ها مواجه شده و طرفداران زیادی را به خود جلب کند.

فود کورت آرمیتاژ شامل ۱۰ مجموعه غذایی ۴۰ متری می‌باشد که به لحاظ موقعیت مکانی و شرایط دسترسی، به گونه‌ای طراحی شده‌اند تا علاوه‌بر سرویس‌دهی عمومی به مخاطبین بخش تجاری، متقاضیان بخش اداری را نیز به خوبی پوشش دهد.

این مجموعه ها شامل:

نانداوز، نیبر، گودتوگو، وقت سیب زمینی، علاءالدین، لیو، وقت برگر، ساب ساندویچ، سالادبار، تاکسی می‌باشد.



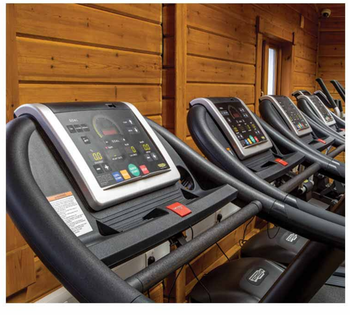
رستوران بین‌المللی با خدمات VIP

وجود یک رستوران مجلل و بین‌المللی در محیطی اختصاصی، مجالی برای ماندگاری بیشتر افراد و امکان برگزاری جلسات کاری به همراه ارائه سرویس پذیرایی در وعده‌های مختلف غذایی، یکی از محاسن بزرگ یک فضای اداری و تجاری محسوب می‌شود. رستوران بین‌المللی بخش اداری برج آرمیتاژ یک مکان لوکس جهت برگزاری جلسات پذیرایی از مهمانان و مالکین برج با ارائه سرویس VIP می‌باشد. رستوران VIP با دید و خدماتی ویژه در مساحتی بالغ بر ۴۰۰ متر مربع و تراسی در حدود ۸۰ متر مربع در طبقه پنجم، محلی مجلل و مناسب برای صرف غذا در حین قرار ملاقات‌های کاری به‌شمار می‌رود.



شستشوی ماشین به روشی نوین

احساس آرامش ناشی از حضور در مکانی که تمام امکانات مورد نیاز روزمره را مرتفع و کمکی در راستای تسریع سایر امور هم محسوب می‌شود، تجربه‌ای است که با حضور در مجتمع تجاری آرمیتاژ گلشن ممکن می‌شود. وجود یک کـــارواش مجهز به تکنولوژی روز دنیا برای شستشوی پرسرعت و با کیفیت خودرو به صورت اتوماتیک یکی از همین امکانات ویژه محسوب می‌شود. علاوه‌براین امکان شستشو خودرو طبق زمان بندی درخواستی مراجعان، ارائه سرویس‌های ویژه کارواش مانند واکس و پولیش بدنه، داشبورد و لاستیک و خشکشویی داخل خودرو از جمله خدماتی است که در این مجموعه ارائه می‌شود.



مجموعه تفریح، سلامت و کلاب ورزشی

دغدغه داشتن یک جامعه سالم و با نشاط و ایجاد مجهزترین و معتبرترین مرکز ورزشی، پزشکی و رفاهی شرق کشور، مبنای شکل گیری ایده احداث مجموعه تفریح، سلامت و کلاب ورزشی در آرمیتاژ گلشن بود که به مرحله اجرا درآمده است.

این مجموعه در کنار کلیه تجهیزات مدرن ورزشی، امکاناتی چون استخر، سونا، جکوزی، اسپا، ماساژ، سالن‌های بدنسازی و یوگا، سالن بیلیارد آبشار آب سرد، تردمیل در آب و غیره را نیز ارائه می‌کند تا بهترین ساعات تفریحی و ورزشی برای کلیه مالکان و مراجعه کنندگان برج در این مکان فراهم شود. علاوه‌براین‌ها، مرکز پزشکی و سلامت نیز در این بخش طراحی شده تا با حضور و استقرار پزشک متخصص و کادر پزشکی متبحر نیازمندی‌های پزشکی کلیه ساکنان برج و مراجعان مجموعه ورزشی در تمامی ساعت‌های فعال برج تأمین شود.

بلـــوار هفت تیـــر، هفت تیـــر۸ (گلشـــن)،
برج تجاری اداری آرمیتـــاژ، طبقه منفی یک
۰۵۱-۳۸۳۳۵۳۸۰
@hyperonic
@hyperonic

اونیک
هایپرمارکت
ONIC HYPERMARKET

پایان جســـتجو...







درباره کارلند: " اولین مرکز تفریحی در مشهد با رویکرد نقش آفرینی کودکان "

شهر مشاغل کودک کارالند در طبقه سوم برج تجاری اداری آرمیتاژ گلشن مشهد در فضایی با وسعت ۸۰۰ متر مربع طی دو طبقه را در اختیار گرفته است .

تا امکان کسب تجربه کار در شرایطی نزدیک به واقعیت و البته با محوریت بازی را برای کودکان ۳ تا ۱۲ سال فراهم آورد . این شهربازی نوین با در نظر گرفتن اهدافی چون تقویت استقلال شخصیتی کودک ، آشنایی با مشاغل و تجربه آنها، تجربه فرآیند هزینه و درآمد و تفکر اقتصادی ، تقویت روحیه کار تیمی Teamwork آموزش حین تفریح **Edutainment** و تقویت و شناسایی استعدادهای کودکان در مجموع ۲۱ المان و شغل متناسب با گروه‌های هدف را طراحی کرده است.

مشاغل این مجموعه تفریحی آموزشی که با همت شرکت توسعه بازیهای نوین آفرین (تبنا) و مشاوره و ایده کمپانی JORAVISION به اجرا درآمده است ، خدمات فعالیت‌هایی همچون بانکداری ، آکادمی موسیقی ، اصول اولیه بهداشتی و پزشکی ، دندانپزشکی ، هایپرمارکت ، گالری نقاشی و کاردستی ، خلبانی ، کلنیک فنی ، آتش‌نشانی ، شیرینی سرا ، آموزش رانندگی ، رالی خودرو ، سالن زیبایی و ... را دربر می‌گیرد. علاوه بر اینها مجموعه کارالند فضاهای تخصصی دیگری نیز مانند:

سینما ، کافه تریا ، آتلیه عکاسی و سن برگزاری جشن‌ها را جهت رفاه و جذابیت هرچه بیشتر محیط برای کودکان در نظر گرفته است.



شهر مشاغل کودکان

(مشهد. برج تجاری آرمیتاژ گلشن)



















کارالند

Karaland



فودکوت آرمیتاژ
ARMITAJ Foodcourt

صبحانه
ناهار
شام

ساعات کار: ۸ صبح الی ۲۴ بصورت یکسره
آدرس: مرکز خرید آرمیتاژ گلشن (طبقه ۴+)
تلفن سفارشات: ۳۱۹۰۷

Telephone 051-31905
Telegram ARMITAJTOWERS
Instagram ARMITAJTOWER
Web Site ARMITAJMALL.COM

بهترین ها زیر یک سقف!

Nando's
niper pasta
Lio Italian Restaurant
Potato Time
SUBSANDWICH eat fresh.
TAX PERSIAN SALAD BAR
GOOD TO GO
علاالدین
Burger Time



آرصیت گلشن

پردیس سینمایی گلشن
GOLSHAN CINEMA

اَوَلینْ پَرْدیسِ ـــ پِنَمایِی مَراکِزِ خَریدِ شَرْقِ کِشْوَرْ

- دارای ۴ سالن
- سینما رستوران با فضای تابستانه
- ظرفیت ۴۵۰ نفر
- مدرن ترین تجهیزات صوتی و تصویری
- بوفه و کافی شاپ

پردیس سینمایی گلشن
GOLSHAN CINEMA

افتتاح بـه زودی...



HOW TO DESIGN THE SHOWCASE?

51

ویترین مغازه را چگونه طراحی کنیم؟

اگر بگوییم که ویترین مغازه شما ارتباط مستقیمی با میزان فروش شما دارد، بی‌راه نگفته‌ایم، چرا که ویترین مغازه اولین برخورد خریداران با شماست و باید در همان نگاه اول یک ارتباط قوی بین مخاطبان و مغازه شما برقرار شود. یک طرح و دکوراسیون خوب می‌تواند مشتری را به‌سمت مغازه شما جذب نماید و یک طرح غیر استاندارد با رنگ‌بندی نادرست می‌تواند عاملی برای دفع مشتری باشد. چیدمان ویترین یک مغازه، اگر به‌صورت استاندارد و مطابق با اصول حرفه‌ای طراحی و پیاده‌سازی شود، قطعاً در زمانی کوتاه، بعد از اجرای پروژه می‌تواند باعث شود شما تغییرات اساسی در میزان مراجعت‌ها به مغازه‌تان را ببینید. به‌همین دلیل تصمیم گرفتیم به‌سراغ طراحی ورودی مغازه‌ها برویم و نکات مهمی که برای داشتن یک ویترین کارآمد لازم است بدانید را با شما در میان بگذاریم. با ما همراه باشید.

شفافیت و خوانایی ویترین مغازه

همان‌طور که گفتیم، ویترین مغازه پل ارتباطی مشتریان با شماست و هرچه این پل ارتباطی خواناتر، شفاف‌تر و با مبانی زیبایی‌شناسانه همخوانی داشته باشد، تاثیر مثبت‌تری را روی مشتریان شما خواهد گذاشت، بنابراین بهتر است ویترین مغازه‌تان پیغامی صاف و شفاف را برساند. داشتن ویترینی زیبا و در عین حال کاربردی کار سختی نیست و تنها لازم است به ترکیبی خوب و کاربردی دست پیدا کنید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید کاربری مغازه است که به طور مستقیم بر نوع طراحی و رنگ‌های استفاده شده در آن تاثیرگذار است.

استفاده از رنگی خاص

استفاده از یک رنگ خاص باعث می‌شود تا مغازه شما در ذهن مخاطبان و مشتریانتان راحت‌تر نقش ببندد و حتی می‌تواند باعث شود که آن‌ها مغازه شما را با آن رنگ به خاطر بیاورند و به نوعی این رنگ می‌تواند معرف و امضای مغازه شما باشد. حتی این رنگ خاص می‌تواند نشانه‌ای ثابت از شرکت شما هم باشد، مانند خیلی از بیزینس‌ها و شرکت‌هایی که رنگی مشخص برای معرفی خود دارند.

نورپردازی در ویترین

ویترین مغازه‌ها را می‌توان با استفاده از نورپردازی‌های مناسب چهره‌ای خاص بخشید. این نورپردازی‌ها، هم می‌توانند کل فضای ویترین را در بر بگیرند هم می‌توانند بر یک تکه‌ی خاص تاکید بیشتری کنند. استفاده از نورپردازی‌ها باید خیلی هوشمندانه صورت بگیرد و شدت و ضعف آن‌ها هم باید متناسب با سطح ویترین باشد. استفاده از نورهای خیره کننده در ویترین مغازه خیلی مناسب نیست و می‌تواند به‌جای یک عنصر جذب کننده تبدیل به عنصر دافعه شود.





53

HOW TO DESIGN THE SHOWCASE?





استفاده از دو رنگ متضاد در طراحی ویترین

همنشینی دو رنگ متضاد و ترکیب آن‌ها با نورهای ملایم و هماهنگ با رنگ‌ها هم می‌تواند در جذابیت ویترین مغازه شما تاثیرگذار باشد. این رنگ‌ها می‌توانند در فرم‌های متنوع بنشینند تا زیبایی و گیراییشان چند برابر شود.

هنرهای مفهومی در طراحی ویترین مغازه

استفاده از هنرهای مفهومی هم می‌توان به متفاوت شدن طراحی ویترین مغازه شما کمک کند. برای مثال برای یک مغازه عطر فروشی از مفهوم بوی خوش عطرها می‌توان استفاده کرد. این کار باعث می‌شود تا مخاطبان و مشتریان بیشتری به سمت این مغازه جذب شوند. طراحی کردن چنین ویترینی اصلاً سخت نیست؛ تنها باید برای ارائه مفهوم آنچه که در مغازه دارید راه جدیدتری را برگزینید.

تفاوت طراحی ویترین مغازه و طراحی دکوراسیون داخلی منزل

در طراحی داخلی، آن هم برای یک مغازه، شاید ریزه‌کاری‌هایی که برای طراحی دکوراسیون منزل لازم است داشته باشیم، نیاز نباشد؛ اما قطعاً با مسائل دیگری سر و کار داریم. باید بدانید که در یک محیط تجاری مانند مغازه به‌دلیل آنکه طیف مراجعه‌کنندگان بسیار وسیع است باید حداکثر دقت لازم را به‌عمل آورد تا در نهایت رضایت عمومی مراجعه‌کنندگان جلب شود. برای مثال در یک فروشگاه عینک فروشی می‌توان از چهره‌های مختلفی استفاده کرد که عینک‌های متفاوتی بر چهره دارند. این کار باعث می‌شود تا این حس به بیننده منتقل شود که در این مغازه برای هر سلیقه‌ای می‌توان عینکی مناسب پیدا کرد.

استفاده از جنس‌های مغازه در ابعاد بزرگ‌تر

برای این که مشتریانتان بتوانند ارتباط راحت‌تری با مغازه شما پیدا کنند، می‌توانید از خود اجناس مغازه در ابعاد بزرگ‌تر استفاده کنید، برای مثال، تصور کنید یک مغازه کاموا فروشی که ویترین آن به‌وسیله ماکت هر چیزی که به کاموا و دوخت و دوز مربوط می‌شود، طراحی و دکور شده باشد. ماکت‌هایی مثل خط‌کش، قرقره‌های نخ، خود کاموا و صد البته رنگی زیبا برای زمینه‌کار که به‌دیگر رنگ‌ها و عناصر تزیینی ویترین مغازه اجازه خودنمایی می‌دهد.

با ویترین مغازه مشتریانتان را کنجکاو کنید

این که حس کنجکاوی مشتریانتان را غلغلک دهید هم می‌تواند راهی برای طراحی ویترین مغازه‌تان باشد. برای مثال کتاب‌هایی که نصفه و نیمه از شیشه یک مغازه کتاب فروشی بیرون زده است، افراد را جذب می‌کند تا به‌داخل مغازه بیایند و ببینند این اثر هنری از داخل چگونه است.

استفاده از لوازم دکوری منحصربه‌فرد

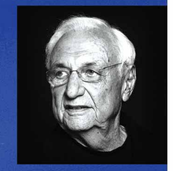
برای این که ویترینی خاص و متفاوت داشته باشید، باید هم منحصربه‌فرد فکر کنید و هم منحصربه‌فرد عمل کنید. یکی از ایده‌های فوق‌العاده که تاکنون اجرایی شده، استفاده از یک چرخ فلک تزیینی برای نشان دادن کفش‌ها است. این ایده می‌تواند هرکسی را پشت ویترین مغازه شما میخکوب کند و حتی باعث شود تا آن‌ها به امید دیدن وسایل و لوازم دکوری جذاب‌تر به داخل مغازه هم بیایند. پس از استفاده از این لوازم دکوری غافل نشوید.

ویترین مغازه، بهترین پیام رسان شما

ویترین مغازه شما می‌تواند پیغامی را به مخاطبان شما منتقل کند که برایشان هم مهم است و هم تاثیرگذار. مثلاً فروشندگان یک مغازه کفش فروشی تصمیم می‌گیرند با ساختن یک درخت کریسمس با کفش‌های داخل مغازه، آمدن سال نو را تبریک بگویند، خیلی هم ساده و تاثیرگذار. با این کار هم ویترین مغازه‌شان را به زیبایی تزیین کرده‌اند و هم مشتریانشان را راضی.

تلفیق دو هنر در طراحی ویترین مغازه

برای طراحی ویترین مغازه‌ها می‌توانید دو هنر را با هم ترکیب کنید تا به نتیجه بهتری برسید؛ مثلا هنر نقاشی و هنر طراحی دکوراسیون.



فِرانـک گـَری؛
بی زمان‌ترین معمار قرن

«فرانک گری» "Frank O. Gehry" در سال ۱۹۲۹ میلادی در خانواده‌ای یهودی در شهر تورنتوی کانادا (با نام اصلی فرانک اون گلدبرگ) دیده به جهان گشود. او در سال ۱۹۴۷ میلادی به همراه خانواده اش به لس‌آنجلس مهاجرت کرد و در دانشگاه جنوب کالیفرنیا به تحصیل در رشته معماری پرداخت.

فرانک در سال ۱۹۵۶ میلادی در دانشگاه هاروارد به تحصیل در رشته برنامه‌ریزی شهری پرداخت و همزمان در دفتر ویکتور گروئن مشغول به کار شد و سکونت خود در لس‌آنجلس را ماندگار کرد.

در کارهای اولیه گری (تا سال ۱۹۷۲)، فرم‌های هندسی ساده که از معماران سوئیس و فرانسه به‌خصوص «لو کوربوزیه» تأثیر گرفته بودند بسیار مشاهده می‌شد. به‌طورکلی کارهای او نوعی گرایش مجسمه‌سازانه را در خود دارند که در توسعه خانه همسرش در سال ۱۹۸۷ تا موفق‌ترین کارش در سبک فولدینگ که موزه هنرهای معاصر بیلبائو می‌باشد، تاثیر گذاشته است. او خود می‌گوید: «من آثار هنرمندان را نگاه می‌کنم و هنر را به مثابه وسیله‌ای برای الهام خودم می‌پندارم و سعی می‌کنم تحت تأثیر هیچ فرهنگی نباشم. برای من قانون و قاعده محدود کننده وجود ندارد و اصولاً مرزی بین درست و نادرست نمی‌دانم.»

گری از پیشگامان عرصه معماری فولدینگ محسوب می‌شود. (ما به ازای علمی زبان معماری فولد، نظریات بحران و تداوم است. بحران یا فروپاشی در تبدیل سریع ازحالتی به حالت دیگر، مانند آب به یخ یا بخار، تجلی می‌کند. بحران یا به دو پاره شدن می‌انجامد یا به پیچیده شدن، در هم فرو رفتن و در هم تنیدن که مضمون معماری فولد است.) در این معماری که گویی در حال فرو ریختن و کج شدن است، ترتیب پلان، نما و مقطع، با هم اشکال ابهام آمیزی همانند: کریستال‌ها را می‌سازند. این بازی را گری با در هم ریختن زبان‌های مختلف معماری و ترکیب آن‌ها آغاز کرده است.

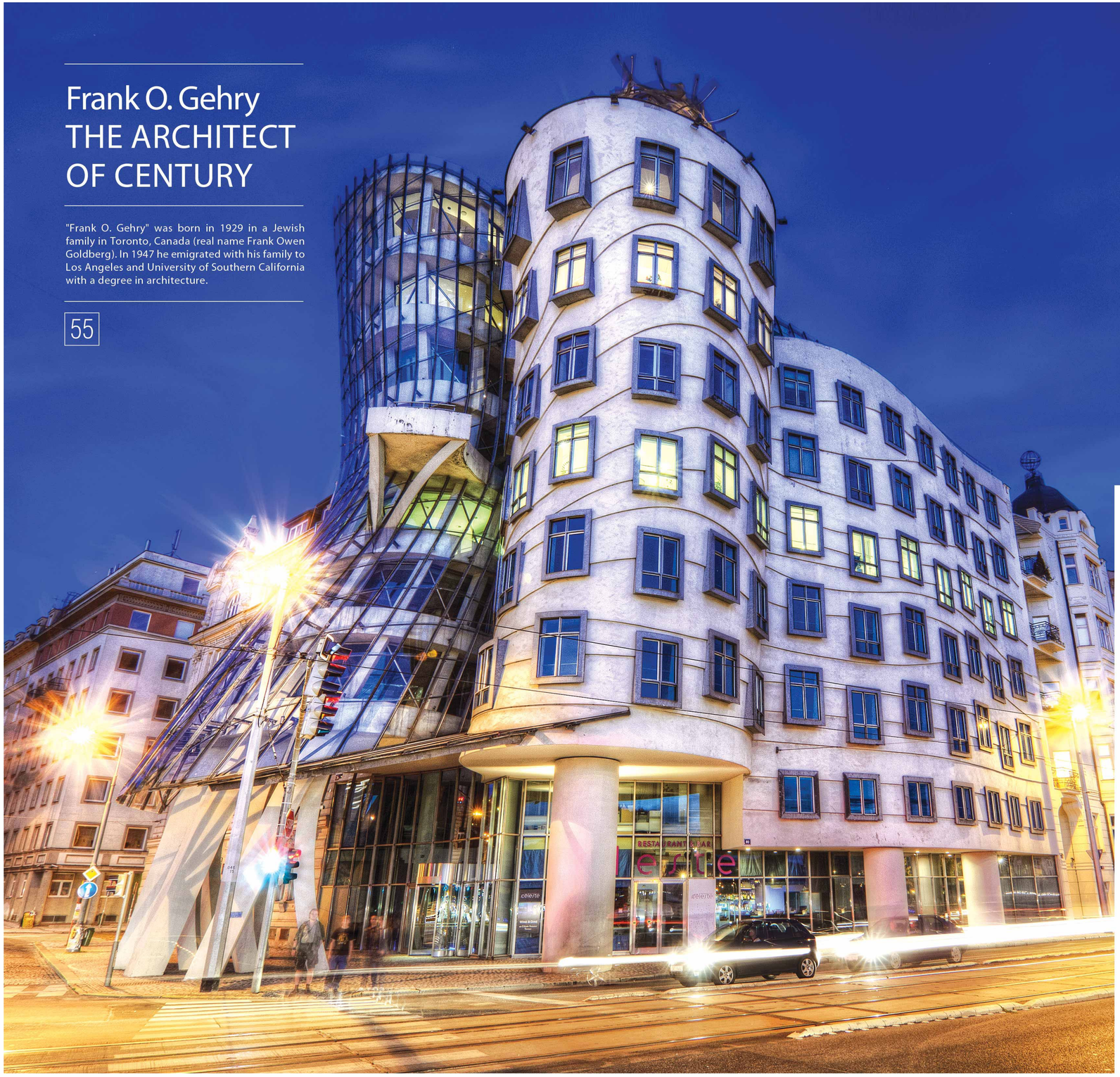
در بنای «موزه ویترای» او در وایمار آلمان، که در کارهای آیزنمن تأثیـرگذاشت، اجـزای معمـاری، مکعب‌های در هم تنیـده، دِفرمه و کج و کوژند هستند.

از همین رو بعضی معماری او را جانور گونه و کرم گونه نامیده‌اند در کل می‌توان گفت، معماری گری یک معماری شخصی و غیر تقلیدی است و یک نوع عدم قطعیت در بسیاری از پروژه‌های او دیده می‌شود.

پس از اینکه جایزه «پریتزکر» به فرانک گری تعلق گرفت، «آدا لوئیز» دربـاره‌اش نوشت: «ریسـک می‌کند، روی بنـد راه می‌رود و مرز محدودیت‌ها را می‌شکند. بناهای او روشنائی‌اند و طرح‌های زنده، نشانگر این مهم که چگونه چیزی که ظاهراً کم اهمیت است، می‌تواند با به کارگیری خلاقیت، شکلی نو و بی‌نظیر بیابد. او هنر معماری را به‌صورتی به کار می‌برد که در عین زیبایی، قابلیت استفاده داشته باشد. گری معماری را در بی‌زمان‌ترین معنایش و با شیوه‌ی مخصوص به خود به کار می‌گیرد. او می‌رود به قلب هنر زمان، با برداشت‌ها و فناوری جدید و بینش‌هایی که عمیقاً بیانگر عصر حاضر است.»

آثار گری به‌طورکلی نتیجه یک روند طولانی طراحی است که با استفاده از اسکیس‌های متعدد، مدل‌های کامپیوتری و ماکت‌های بزرگ حاصل شده‌است. اسکیـس‌ها و نمودارهـای اولیه به مدل‌های فیزیکی با مقیاس‌های مختلف تبدیل و این مدل‌ها در نهایت به ساخت ماکت‌های کامل می‌انجامد.

نکته بسیار جالب در روند طراحی گری استفاده از رایانه در این روند است. بر خلاف سایر معماران که از نرم‌افزارهای معمول دو بعدی و سه بعدی مانند CAD و ۳DsMAX برای کارهای خود استفاده می‌کنند، گری از نرم‌افزار «کاتیا» که یک نرم‌افزار مربوط به طراحی جامدات است، استفاده می‌کند. این نرم‌افزار بیشتر برای طراحی خودرو، هواپیما و محاسبات پیچیده بدنه‌های مختلف استفاده می‌شود و هماهنگی بسیار عالی با سایر نرم‌افزارها دارد. کاتیا سطوح را تحلیل و براساس محدودیت سازه‌ای، کارکردی و اقتصادی پروژه آن را تصحیح می‌کند. داده‌های عددی که به این ترتیب بدست می‌آمدند بار دیگر بر روی یک مدل پیاده می‌شدند تا حجم‌ها، کنترل شوند و در صورت لزوم تغییر کنند. این رفت و برگشت بین مدل‌های مطالعاتی و داده‌های دیجیتال، بنیاد شکلی پروژه را به‌وجود می‌آورند.



Frank O. Gehry
THE ARCHITECT OF CENTURY

"Frank O. Gehry" was born in 1929 in a Jewish family in Toronto, Canada (real name Frank Owen Goldberg). In 1947 he emigrated with his family to Los Angeles and University of Southern California with a degree in architecture.



کتابخانه ۳۰۰ ساله درقلب ایرلند

کتابخانه دوبلین در کالج ترینیتی ایرلند با شش میلیون کتاب، نسخ خطی، روزنامه، مجله و کتب نفیس، آرشیوی ارزشمند از تاریخ جهان را در خود جای داده است که عمر برخی از این کتاب‌ها حتی به بیش از هزار و ۲۰۰ سال نیز می رسد.

در داخل این کتابخانه عظیم یک تالار طولانی و بسیار بزرگ مکانی به‌نام اتاق طولانی «Long Room» وجود دارد که بازدیدکنندگان را به یاد فیلم‌هایی مانند هری پاتر یا انجمن شاعران مرده می‌اندازد. این بخش چشم‌نواز کتابخانه مکانی با چوب‌های تیره و خوش‌نقش به‌شکل بشکه‌ای تا سقف امتدادیافته و با سنگ مرمر تزیین‌شده است. این تالار رویایی که قلب اصلی کتابخانه دوبلین را تشکیل می‌دهد، توسط معمار و مهندس ایرلندی «توماس بورگ» در حدود ۳۰۰ سال گذشته ساخته شده که بیش از ۲۰۰ هزار کتاب نایاب را در طول ۶۵ متری خود جای داده است.

معروف‌ترین نسخه‌های خطی این کتابخانه، مجموعه کتاب کلز «Book of Kells» متعلق به سال ۱۶۶۰ است. (این کتاب چهار انجیل از عهد جدید می‌باشد که به لاتین روی پوست گوساله حک شده و جزو معروف‌ترین و ارزشمندترین نسخه‌های خطی در بین تمام آثار خطی حال حاضر جهان می‌باشد).

دلیل اصلی وجود این‌همه کتاب در این مکان هم این است که طبق تصویب قانونی در کشور ایرلند، باید یک نسخه از هر کتابی که در بریتانیا و یا ایرلند به چاپ می‌رسید، به کتابخانه دوبلین فرستاده می‌شد. این‌گونه بود که کتابخانه دوبلین به بزرگ‌ترین کتابخانه کشور ایرلند و یکی از بزرگ‌ترین‌ها در جهان و همچنین یکی از مراکز اصلی توریستی کشور ایرلنـــد تبدیل شد. با دیدن تصاویر آن، هر فرد علاقه‌مندی آرزو می‌کند تا در تالار جادویی آن با ورق زدن کتاب‌های قدیمی گشت و گذاری در دنیای خیال انگیز تاریخ داشته باشد.



300 YEARS OLD LIBRARY IN THE HEART OF IRELAND

فوتبالیست ها در دنیای برند

فوتبال در میان محبوب‌ترین ورزش‌های جهان قرار دارد و به دنبال این محبوبیت بیشترین درآمد را هم عاید بازیکنانش می‌کند. بازیکنان فوتبال در سطح جهانی با بینندگان ۲۵۰ میلیونی روبه‌رو هستند و می‌توانند توجه زیادی را به خود جلب کنند. همین امر هم سبب شده است تا مدیران برندهای مطرح دنیا راه نفوذ در قلب مخاطبان خود را در بهره‌گیری از برترین‌های فوتبال و همسوشدن با این ورزش پرطرفدار بدانند.

FOOTBALL PLAYERS IN THE WORLD OF BRAND



کریستین رونالدو، سفیر جهانی برند nubio

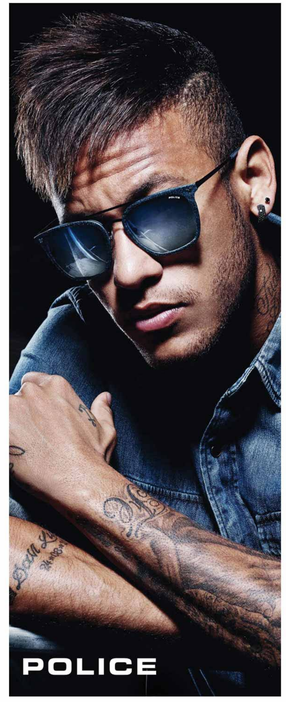
بازار گوشی‌های همراه بازار وسوسه برانگیزی است و هر شرکتی که وارد این بازار شده و توانسته برای خود اسم و رسمی دست و پا کند، به دنبال گسترش قلمرو خود می‌افتد. شرکت ZTE نیز برای گسترش بازار خود و گسترش تبلیغات جهانی «نوبیا»، دست به دامان کریستین رونالدو، ستاره معروف فوتبال شده است.

وی که به عنوان ثروتمندترین فوتبالیست جهان شناخته می‌شود، پیش از این تبلیغ برندهایی چون نایک، سامسونگ، تگ‌هیور، هواپیمایی امارات و... را بر عهده داشته است.



لیونل مسی، سفیر جهانی برند Huawei

«هواوی» یکی از موفق‌ترین تولیدکنندگان گوشی‌های موبایل به حساب می‌آید و موفق شده خود را به‌عنوان سومین تولیدکننده‌ی بزرگ گوشی‌های هوشمند در دنیا معرفی کند. این برند مطرح چینی در مراسمی «لیونل مسی» را به عنوان سفیر این برند در دنیا معرفی کرد. این بازیکن فوتبال که تا به حال موفق به دریافت پنج توپ طلا شده، یکی از محبوب‌ترین ورزشکاران در مستطیل سبز به حساب می‌آید. مسی پیش از این مبلغ برندهایی چون آدیداس، سامسونگ، پپسی و هواپیمایی ترکیش بوده است.

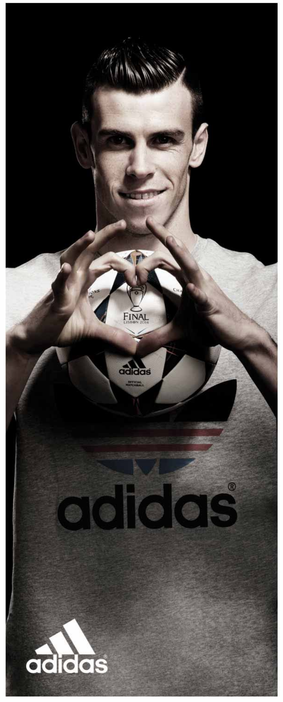


نیمار جونیور سفیر جهانی POLICE

«پلیس» نام برند ایتالیایست که در سال ۱۹۸۳ کار خود را با تولید Accessories آغاز کرد. این برند در سال ۱۹۹۷ مجموعه از عینک‌های خود را تولید و روانه بازار کرد و به خوبی توانست برای برندهای دیگر، رقیب سر سختی در تولید عینک باشد. در طول این سال‌ها برند POLICE از افراد معروف و سرشناس متعددی برای معرفی عینک‌های خود استفاده کرده است.«دیوید بکهام» ستاره فوتبال رئال مادرید و تیم ملی انگلستان از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۶ به عنوان سفیر برند POLICE محسوب می‌شد. او بعد از پالومالدینی دومین ورزشکاری بود که تبلیغ این برند را برعهده داشت. سال ۲۰۱۴ اما، نیمار جونیور امید تازه‌ای از فوتبال برزیل، چهره‌ی جدید برای تبلیغات POLICE شد و توانست حضور خود را تا امروز در تبلیغات این برند ادامه دهد. نایک، کاسترول، پاناسونیک، اورئال و فولکس واگن از برندهایی هستند که تا به امروز نیمار را برای تبلیغ به خدمت گرفته‌اند.

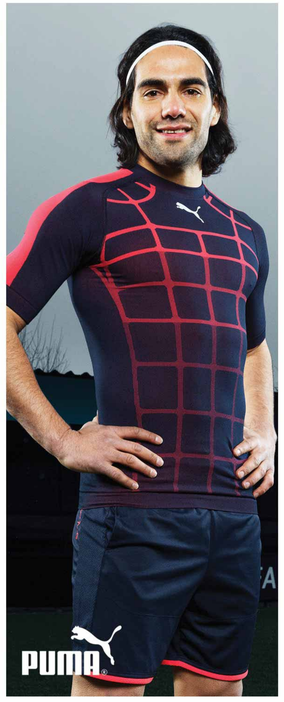
زلاتان ابراهیموویچ سفیر جهانی Nike

«نایک» که امروزه به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان پوشاک و تجهیزات ورزشی در جهان شناخته می‌شود در سال ۱۹۶۲ توسط Bill Bowerman و Philip Knight Sport در ایالات متحده آمریکا تاسیس شد. این برند مطرح ورزشی در طی سال‌های اخیر «زلاتان ابراهیموویچ» بازیکن پاری سن ژرمن را برای سفیری برندش به خدمت گرفته است. البته گفته می‌شود او برنامه قطع همکاری با نایک و مشارکت با برند آدیداس را دارد. ابراهیموویچ پیش از این تبلیغات ولوو رو در کارنامه تجاری خود داشته است.



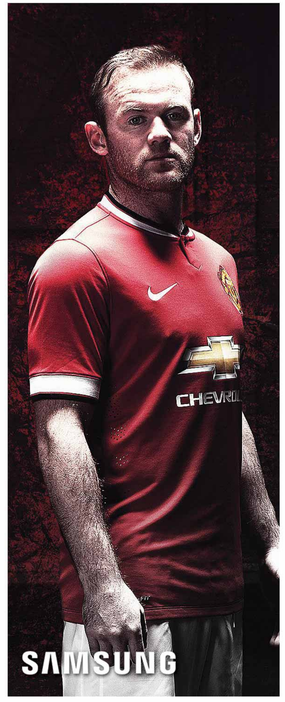
گرت بیل سفیر جهانی Adidas

برند ورزشی «آدیداس» در طی سال‌های فعالیت خود اسپـــانسری تیـــم‌ها و بازیکنـــان زیادی را برعهده داشته است. در این میان «گرت‌بیل»، بازیکن ولزی رئال‌مادرید، به‌عنوان شاخص‌ترین سفیر این برند شناخته می‌شود. این بازیکن با درآمد سالانه بیش از ۳۴ میلیون دلار جزء ثروتمندترین‌های دنیای فوتبال محسوب می‌شود.



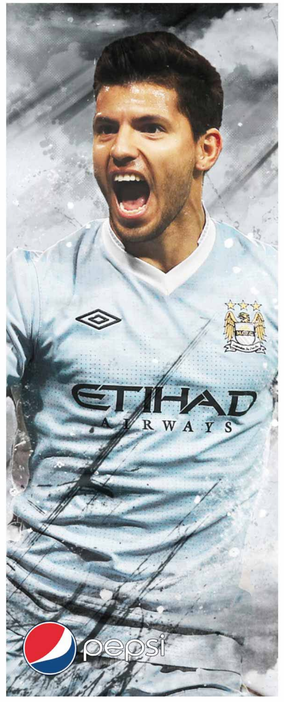
رادامل فالکائو سفیر جهانی poma

«پوما» یکی از شرکت‌های بین‌المللی برجسته در حوزه تولید کفش، پوشاک و لوازم جانبی ورزشی است که تولدش به سال ۱۹۲۴ میلادی بازمی‌گردد. این برند در طی سال‌های فعالیت خود سفیران بسیاری را به خدمت گرفته است؛ اما شاید بتوان شاخص‌ترین آن‌ها را «رادامل فالکائو» بازیکن کلمبیایی تیم منچستریونایتد دانست. این بازیکن فعالیت‌های انفرادی بسیاری در تبلیغات برند ورزشی پوما داشته است. سامسونگ و ژیلت از دیگر برندهایی هستند که فالکائو را در تبلیغات خود به خدمت گرفته‌اند.



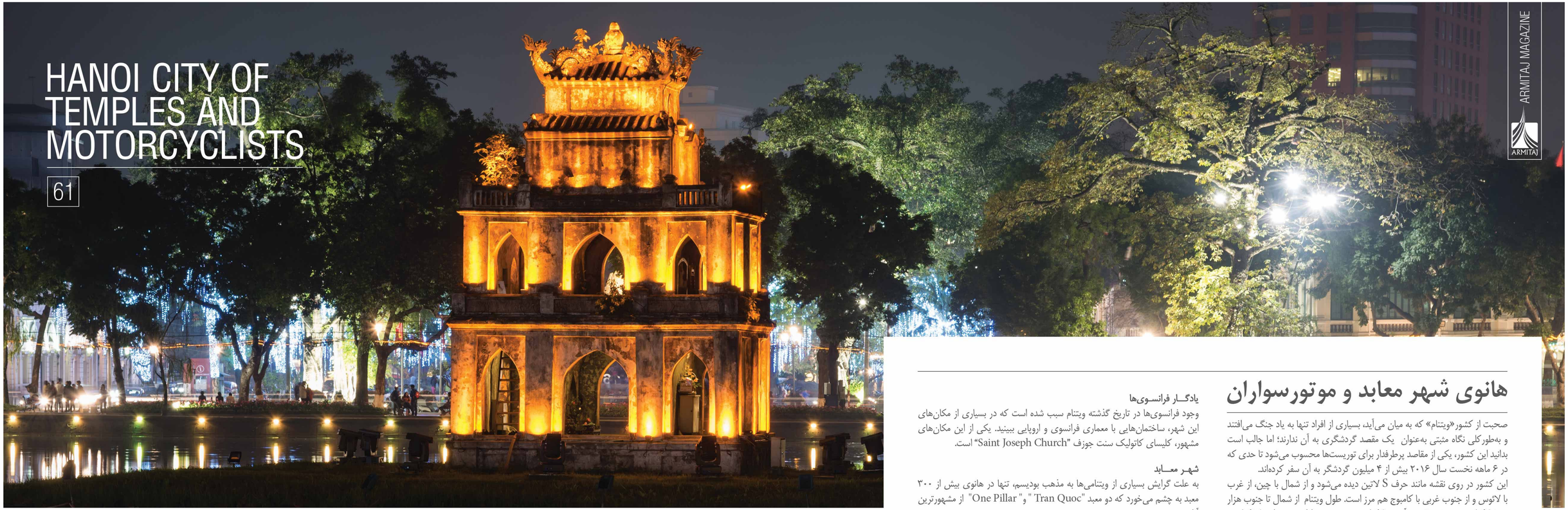
وین‌رونی سفیر جهانی Samsung

«سامسونگ» شرکتی که همه چیز از ماشین ظرفشویی گرفته تا اســـمـــارت‌فـــون تولید می‌کند، یکی از قدرتمندترین و شناختـــه‌شده‌ترین نام‌ها در دنیای تکنولوژی به شمار می رود. این برند فعالیت‌های تبلیغی متعـــددی برای نفوذ در مخاطبـــان خود داشته است که بخشی از آن شامل بهره‌گیری از سفیران ورزشی و هنری می‌شود.«وین رونی» بازیکن تیم‌ملی انگلیس و باشگاه منچستر یونایتد یکی از سفیران این برند در طی سال‌های فعالیتش می‌باشد که به‌عنوان هشتمین بازیکن ثروتمند فوتبـــال شناخته می‌شود. رونی پیش از این در تبلیغات برندهایی چون نایک و هارپر کولینز نیز حضور داشته است.



سرجیو آگوئرو سفیر جهانی PEPSI

«پپسی» حاصل اختراع کالب برادهم در سال ۱۸۹۸ در کارولینا است. این نوشیدنی با بیش از یک قرن سابقه تولید توانسته مخاطبان بسیاری را به سوی خود جذب کند. سرجیـــو آگوئـــرو، بازیکن آرژانتینـــی که در منچسترسیتی بازی می‌کند، همکاری خود را با برند پپسی با جام جهانی ۲۰۱۴ آغاز کرد. او پیش از این در تبلیغات پوما، ژیلت و بعضی از برندهای دیگر ظاهر شده است.



HANOI CITY OF TEMPLES AND MOTORCYCLISTS

61

هانوی شهر معابد و موتورسواران

صحبت از کشور«ویتنام» که به میان می‌آید، بسیاری از افراد تنها به یاد جنگ می‌افتند و به‌طورکلی نگاه مثبتی به‌عنوان یک مقصد گردشگری به آن ندارند؛ اما جالب است بدانید این کشور، یکی از مقاصد پرطرفدار برای توریست‌ها محسوب می‌شود تا جدی که در ۶ ماهه نخست سال ۲۰۱۶ بیش از ۴ میلیون گردشگر به آن سفر کرده‌اند.

این کشور در روی نقشه مانند حرف S لاتین دیده می‌شود و از شمال با چین، از غرب با لائوس و از جنوب غربی با کامبوج هم مرز است. طول ویتنام از شمال تا جنوب هزار و ۶۵۰ کیلومتر و عرض تقریبی آن ۶۰۰ کیلومتر و همچنین دارای سه هزار ۲۶۰ کیلومتر خط ساحلی می‌باشد. ویتنام به‌دلیل قرارگیری در محل اتصال اقیانوس هند و آرام، اهمیت ویژه‌ای برای ساکنان آسیای جنوب شرقی دارد.

موتورسواران در شهر

شهر «هانوی» با مساحت ۹۲۰ کیلومتر مربع درکنار رود سرخ قرار دارد و در جولای سال ۱۹۷۶، زمانی‌که ویتنام شمالی و جنوبی با یکدیگر متحد شدند به‌عنوان پایتخت این کشور انتخاب شد. مطمئناً بسیاری از افراد هنگامی‌که برای نخستین‌بار در خیابان‌های این شهر قدم بزنند از حجم تعداد موتورسواران آن تعجب خواهند کرد تا حدی که بسیاری از توریست‌ها و غیر ویتنـــامی‌ها عبور از خیابان‌های آن را یک ماجراجـویی می‌دانند. اما نگران نباشید؛ خطری شما را تهدید نمی‌کند، چرا که سرعت اتومبیل‌ها و موتورها در این شهر بسیـار پایین است! در این مطلب قصد داریم تا برخی از برترین جاذبه‌های گردشگری شهر هانوی را معرفی کنیم. همراه ما باشید.

دریاچه‌ای بر بستر تاریخ

دریاچه Hoan Kiem Lake که یکی از مشخصه‌های اصلی شهر هانوی است، «دریاچه شمشیر برگشت داده» معنی می‌شود. بر اساس قصه‌های باستانی، یکی از پادشاهان ویتنامی شمشیر جادویی را که از اژدها برای جنگ با چینی‌ها قرض گرفته بود، پس از پایان جنگ به لاکپشت مقدسِ درون این دریاچه برگردانده است. البته به‌راستی یک لاکپشت پیر و از گونه‌ای نایاب بنام "Cu Ra" به معنای جد بزرگ تا ابتدای سال ۲۰۱۶ در این دریاچه زندگی می‌کرد. این لاکپشت نمادی از مقاومت ویتنام در برابر تجاوز چینی‌ها بود. از چهار حیوانی که در فرهنگ ویتنامی‌ها مقدس به‌شمار می‌آیند تنها لاکپشت در دنیای واقعی وجود دارد.

یادگـار فرانسوی‌ها

وجود فرانسوی‌ها در تاریخ گذشته ویتنام سبب شده است که در بسیاری از مکان‌های این شهر، ساختمان‌هایی با معماری فرانسوی و اروپایی ببینید. یکی از این مکان‌های مشهور، کلیسای کاتولیک سنت جوزف "Saint Joseph Church" است.

شهـر معـابد

به علت گرایش بسیاری از ویتنامی‌ها به مذهب بودیسم، تنها در هانوی بیش از ۳۰۰ معبد به چشم می‌خورد که دو معبد "Tran Quoc" و "One Pillar" از مشهورترین آنان هستند.

دریاچـه‌ای در دل شهـر

"West Lake" به‌عنوان بزرگ‌ترین دریاچه این شهر تعداد زیادی رستوران، هتل و فروشگاه مطرح را در اطراف خود جای داده است و به‌عنوان یکی از جاذبه‌های اصلی گردشگری هانوی، شناخته می‌شود.

طولانی‌ترین پل آسیا در قلب ویتنام

"Long Bien Bridge" یکی از طولانی‌ترین پل‌های آسیا محسوب می‌شود که طراحی آن را معمار مشهور فرانسوی گوستاو ایفل انجام داده است. این معمار طراحی برج ایفل و مجسمه آزادی را نیز در کارنامه کاری خود دارد.

مومیـایی‌ها در شهر

مقبره «هوشی مین» رهبر کمونیست این کشور نیز در هانوی قرار دارد و شما می‌توانید از بدن مومیایی او در "Ho Chi Minh Mausoleum" بازدید کنید.

از زنـدان تا هتـل

اسیران ویتنامی در دوره نفوذ فرانسوی‌ها بر این کشور و اسیران آمریکایی در زمان جنگ ویتنام و آمریکا در زندان (Hanoi Hilton) "Hoa Lo Prison" نگهداری می‌شدند. جالب است بدانید که لقب هتل هیلتون هانوی به طعنه و توسط آمریکایی‌ها به این مکان داده شده است.

موزه بخش جداناپذیر فرهنگ هانوی

این کشور به‌خاطر داشتن فرهنگ غنی خود، دارای موزه‌های جالبی است که موزه زنان ویتنام Women Museums و موزه مردم‌شناسی Ethology از مطرح‌ترین آنان هستند.

قدیـمی اما دیـدنی

"Hanoi Old Quarter" بخش قدیمی و بسیار جالب و دیدنی شهر هانوی را شامل می‌شود که همیشه مملو از توریست‌های خارجی می‌باشد و هتل‌ها متعددی را نیز در اطراف خود جای داده است. البته این مکان در مقایسه با "West Lake" بسیار شلوغ تر می‌باشد.

۱۰۰ سال با خانه اُپـرا

خانه اپرای هانوی قدمتی ۱۰۰ ساله دارد و توسط فرانسوی‌ها در مرکز این شهر برپا شده است. هتل مشهور هیلتون نیز، شعبه خود در شهر هانوی را در نزدیکی این بنای با شکوه ساخته و به‌همین دلیل نام Hilton Hanoi Opera را برای آن برگزیده است.

ادبیـات در هانـوی

معبد ادبیات هانوی "Temple of Literature" به‌عنوان قدیمی‌ترین دانشگاه شهر محسوب می‌شود و تاریخ ساخت آن به سال ۱۰۷۰ باز می‌گردد.

پارک پرندگـان

پارک طبیعی "Ba vi National Park" در ۴۸ کیلومتری غرب هانوی واقع شده است. در این پارک زیبا شما گیاهان و پرندگان خاص و زیبایی را مشاهده خواهید کرد.

هـانـــوی شـهـــر خـوراکـی‌ها

غذاهای شهر هانوی به سبب وجود تنوع و زیبایی، جذابیت‌های بسیاری برای گردشگران و ساکنان این شهر دارد. اگر قصد سفر به این شهر را دارید بهتر است با برخی از مطرح‌ترین آن‌ها آشنا شوید.

Bánh mì

ساندوچی با نان باگت که داخل آن با گوشت‌ها و سبزیجات انتخابی مشتریان پر می‌شود.

Bún cha

در وقت نهار، عطر این سوپ نودل برنج، فضای هانوی را پر می‌کند و شما در هرگوشه از شهر شاهد صرف این غذا به‌عنوان وعده نهار هستید.

Phở

این سوپ کلاسیک نودل که صبحانه اصلی بسیاری از ویتنامی‌ها محسوب می‌شود از صبح زود تا آخر شب در گوشه و کنار این شهر به چشم می‌خورد. این سوپ نودل به همراه گوشت و یا مرغ سرو می‌شود.

Nem cua be

اسپیرینگ رول‌های چهارگوش خوشمزه ای است که داخل آن با مواد مختلفی مانند غذای دریایی، قارچ و سبزیجات مختلف پر شده است و با انواع سس‌های مختلف سرو می‌شود.



عجیب‌ترین مناسبت‌های تقویم جهانی

تقویم هر کشور مملو از مناسبت‌هایی است که ریشه در فرهنگ، تاریخ، مذهب و باورهای آن‌ها دارد. مناسبت‌هایی که در نگاه نخست عجیب و یا تا حد زیادی مضحک و کمیک به نظر می‌رسند؛ اما قصه‌ای تاریخی را در دل خود جای داده‌اند. همراه ما باشید تا با بخشی از این مناسبت‌های عجیب که در گوشه و کنار جهان گرامی داشته می‌شوند، آشنا شوید.

روز جهانی پاستا

شاید هیچ‌کس به‌اندازه ایتالیایی‌ها و چینی‌ها نتوانند روز جهانی پاستا را گرامی بدارند! سال‌هاست که میان این دو کشور بر سر پاستا (که تقریباً همان ماکارانی خودمان است!) مناقشه تاریخی وجود دارد. اما در سال ۲۰۰۵ یک قبر ۴ هزار ساله در چین کشف شد که در یکی از ظرف‌های موجود در آن، مقداری پاستا وجود داشت. این کشف، باعث شد تا در ظاهر، مناقشه به نفع چینی‌ها پایان یابد. حالا شرکت‌های تولید کننده پاستا، روز ۲۵ اکتبر را روز جهانی پاستا اعلام کرده‌اند و برای انواع گوناگون آن جشن می‌گیرند. هدف اصلی آن‌ها از برپایی روز جهانی پاستا، برشمردن فواید غذایی آن است.

کانادا، روز ملی بدون شلوار

در ابتدا تنها یک مد برای جوان‌های آمریکای شمالی بود. از زمانی که جوان‌ترها تصمیم گرفتند مرز سنت‌های مرسوم را کنار بزنند و با ژست‌های پست‌مدرن بیشتر جلب توجه کنند، این روز خاص هم در تقویم ملی آمریکای شمالی وارد شد؛ روز بدون شلوار! مردم آمریکای شمالی به خصوص کانادایی‌ها سال‌هاست که در یک تعطیلی رسمی، نخستین جمعه ژوئن (تیر ماه) بدون شلوار به خیابان‌ها می‌آیند. البته همه وارد بازی سورئال آن‌ها نمی‌شود و تنها افرادی که باور دارند در این دنیا هیچ چیزی عجیب و غیرعادی نیست و می‌شود با یک تغییر نگاه و به قول شاعر شستن چشم‌ها، موقعیت‌های عجیب و غریب را یک جور دیگر دید، این رسم را انجام می‌دهند. آن‌ها روزهای اول می‌خواستند روحیه لیبرالیشان را به رخ مردم بکشند و در کنار این تابوشکنی، کمی به آدم‌هایی که با دیدن آن‌ها جا می‌خورند، بخندند و شاد باشند؛ اما این مسئله بعد از مدتی جدی‌تر از تصور همه شد و آنقدر تب و تابش بالا گرفت که حالا تقریباً بیشتر شهرهای شمال آمریکا را به تعطیلی می‌کشاند.

تی شرت من، صدای من

تی‌شرت در اواخر قرن نوزدهم، توسط کارگران معادن و بارانداز‌ها، به‌عنوان پوششی مناسب در محیط‌های گرم مورد استفاده قرار می‌گرفت. بعد از آن استفاده از این جامه به‌عنوان یک پوشاک ساده و بدون دکمه در آمریکا فراگیر شد. در دهه پنجاه و بعد از آنکه «مارلون براندو» این لباس را در فیلمی به نام «اتوبوسی به نام هوس» به تن کرد، محبوبیت بیشتری یافت و بالاخره به جایگاه یک پوشش مد روز و تک‌پوش برای استفاده روی زیرپوش رسید. ۲۱ ژوئن «روز تی‌شرت» نام‌گذاری و براساس شعار «تی‌شرت من، صدای من» تنظیم شد. طوری که شما با دیدن طرح چاپ شده روی تی‌شرت‌ها به قهرمان زندگی، دغدغه یا علاقه اشخاص پی می‌برید. شاید نمونه ایرانیزه شده این تی‌شرت‌ها را که چند وقت پیش با اسم «قهرمان من» مطرح شد، بشناسید!

ژاپن، روز ملی احضار روح

هیچ ملتی به‌اندازه ژاپنی‌ها روز ملی عجیب و غریب ندارند. آن‌ها برای تعطیلات مختلفشان در روزهای سال، بهانه‌های خاصی دارند. برای مثال، در میانه ماه آگوست سه روز تمام در خانه‌هایشان می‌نشینند و منتظر آمدن روح خویشاوندان می‌مانند. به عقیده آن‌ها در این سه روز که به تعطیلات «اوبن» معروف است، ارواح مرده‌ها به خانه بر می‌گردند. برای همین باید همه چیز برایشان مهیا باشد. ژاپنی‌ها در این سه روز شروع می‌کنند به برق انداختن خانه و برای هدیه به روح در گذشته‌ها غذاهای مخصوصی درست می‌کنند و کنار خاکستر آن‌ها می‌گذارند. روز رشد، روز تعطیل گیاهان سبز، روز احترام به سالخوردگان، روز اعتدال پاییزی، روز ورزش و حتی روز فرهنگ دیگر روزهای عجیب تقویم سرزمین آفتاب است.

روز جهانی توالت

حتما تعجب کرده‌اید که مکانی مثل توالت هم یک روز را به نام خودش زده باشد، آن هم روزی از نوع جهانی! اما اگر در عمق این موضوع فکر کنید و اگر بدانید، بیش از یک میلیارد نفر در جهان به توالت دسترسی ندارند و این موضوع به خاطر گسترش بیماری‌ها حتی یک تهدید به شمار می‌آید، آن وقت است که به اهمیت نام‌گذاری چنین روزی پی‌می‌برید! نوزدهم نوامبر روز جهانی توالت است که در آن، سازمان ملل‌متحد آمار افرادی که به توالت دسترسی ندارند، را منتشر می‌کند. جالب است بدانید، اولین‌بار در قرن ۱۴ میلادی، انگلیسی‌ها توالت فرنگی را مد کردند؛ قبل از آن همان توالت‌های ایرانی که در کشورهای دیگر به نام شرقی یا زمینی شناخته می‌شد، مرسوم بود.



MOST AMAZING EVENTS ON WORLD'S CALENDAR

65



آمریکا، روز ملی لنگه جوراب

هر آدمی در طی زندگی‌اش حداقل یک جفت جوراب را گم کرده است. به‌خصوص در دوران کودکی که جوراب‌های گوله شده، لایه‌لای اسباب‌بازی‌ها و کتاب و دفترهای مدرسه، سرنوشت نامعلومی پیدا می‌کردند. شاید اگر لباس دیگری بود، انسان بیشتر دلش می‌سوخت؛ اما کمتر کسی برای گم شدن یک لنگه جوراب ناراحت می‌شود. با این حال مردم آمریکا هر سال در روز «هشتم ماه می» دور هم جمع می‌شوند و به یاد جوراب‌های گمشده‌شان با همدیگر ابراز همدردی می‌کنند. در این روز، هرکسی یک لنگه از جوراب دوست‌داشتنی‌اش را می‌آورد و به داربستی که برای وصل کردن لنگه جوراب‌ها علم شده، آویزان می‌کند. به این امید که تا سال دیگر، کسی لنگه‌اش را جایی ببیند و تحویل صاحبش بدهد.

کره، روز ملی خط

خط و زبان برای هر کشوری ارزشمند است؛ اما کره‌ای‌ها بیشتر از دیگر مردم دنیا برای خطشان احترام قائلند تا حدی که یک روز را به افتخار آن تعطیل می‌کنند. کره‌ای‌ها به الفبایشان می‌گویند «هانگول» و مدت‌هاست، روز هانگول یکی از تعطیلات مهم مردم دو کشور کره شمالی و جنوبی محسوب می‌شود. با این تفاوت که شمالی‌ها روز ۱۵ ژانویه را جشن می‌گیرند و جنوبی‌ها روز ۱۹ اکتبر. این طور که می‌گویند خط کره‌ای، اولین رسم الخط نگارشی است که معلوم شده چه کسی آن را اختراع کرده است.

ترکمنستان، روز ملی طالبی

«خداوند، زمین‌های ترکمنستان را چنان حاصلخیز آفریده است که بهترین میوه‌ها در آن پرورش می‌یابد. به خصوص طالبی ترکمنی که مزه میوه‌های بهشتی می‌دهد. طالبی ترکمنستان مایه افتخار ملت ماست. طالبی ترکمنستان چنان بویی دارد که در هیچ جای دنیا نمی‌شود لنگه‌اش را پیدا کرد. بویی که هر کسی را مست و بی‌خود می‌کند.» همین جملات ساده «صفر مراد نیازوف» اولین رئیس جمهور ترکمنستان، آنقدر کشاورزان این کشور را هیجان زده کرد که سال بعد به در خواست آن‌ها یک روز تعطیل در تقویم ملی آن‌ها به اسم روز«طالبی ترکمن باشی» وارد شد. حالا چند سالی می‌شود که مردم ترکمنستان دومین یکشنبه ماه آگوست به خیابان‌ها می‌آیند و با خوردن طالبی و جشن و پایکوبی خدایشان را شکر می‌کنند. ترکمن‌ها در نام‌گذاری تعطیلات خاص، دست کمی از ژاپنی‌ها ندارند. آن‌ها علاوه‌بر روز طالبی، روزهای تعطیلی مثل، روز ملی همسایه خوب یا روز ملی فرش نیز دارند.

اندونزی، روز ملی سکوت

به روزی فکر کنید که در آن هیچ کاری صورت نمی‌گیرد. این روز معمولاً یک روز تعطیل است؛ اما در بالی اندونزی، این روز تنها یک تعطیلی مرسوم نیست. در این روز نباید هیچ صدایی به گوش برسد و از این رو خودروها هم در شهر به حرکت در نمی‌آید و فرودگاه هم بسته است. از این مهم‌تر قرار نیست در این روز کسی تفریحی هم داشته باشد و حتی چیزی بخورد. این قواعد مربوط به یک مناسبت دین هندو است و فلسفه‌اش این است که انسان‌ها در این روز به خود رجوع کنند و نوعی مدیتیشن داشته باشند. البته روز سکوت از ساعت ۶ صبح آغاز و در ساعت ۶ بعدازظهر تمام می‌شود و بعد از آن دوباره تمام شهر را شلوغی و حرکت فرا می‌گیرد. روز سکوت در بالی اندونزی بیست و یکم مارس است.

سوییس، روز ملی سوزاندن آدم برفی

روز ۲۰ مارس در تقویم مردم سوییس، تعطیل رسمی است. آن‌ها در این روز به این بهانه که از ۲۱ مارس بهار از راه می‌رسد، روی آدم برفی‌هایی که در حیاط خانه‌هایشان ساخته‌اند، ماده اشتعال‌زا می‌ریزند و به تماشای آب شدن آن‌ها می‌نشینند. سوئیسی‌ها اعتقاد دارند که با این کار زمستان را برای مدت زیادی از خودشان دور می‌کنند و راه برای آمدن بهار آسان‌تر می‌شود.

کنیا، روز ملی باراک اوباما

باراک اوباما برای مردم کنیا چهره مهمی است. آنقدر که آن‌ها از ۶ نوامبر ۲۰۰۸ تا امروز، یک تعطیلی خاص را به افتخار رئیس جمهور آمریکا وارد تقویم ملیشان کرده‌اند؛ روز ملی باراک اوباما. این نام‌گذاری به این بهانه که رئیس جمهور سابق امریکا از جانب پدر اصالت کنیایی داشته، صورت گرفته است.



لـذت اقیـانـوس‌نـوردی بـا تـورکشتـی کـروز

سفـر بـه قلـب اروپـا

نام کشتی کروز برای تمامی آن‌هایی که عشق به سفر و رویای کشور گردی روی آب را در سر می‌پرورانند، آشنا و وسوسه برانگیز است. کشتی‌های عظیم الجثه‌ای که تا پیش از این دوران تنها برای باربری استفاده می‌شد، امروز به حدی امکانات رفاهیشان توسعه پیدا کرده که جذابیت سفر با آن‌ها حتی از تورهای هوایی ویژه هم بیشتر شده است، به‌طوریکه امروزه این غول‌های عظیم الجثه، خود جزء مقاصد گردشگری به حساب می‌آیند. یک کشتی تفریحی لوکس که تجربه‌ای تازه و شیرین از دیدن مقاصد مختلف و چشیدن لذت و ثبت خاطرات خاص را به ارمغان می‌آورد.

کشتی‌های کروز، شهرهای مدرنِ شناوری بر روی آب هستند که تمامی موارد لازم برای لذت بردن از یک سفر را در خود فراهم کرده‌اند از مراکز خرید مدرن با قیمت‌های مناسب بگیرید تا استخرهای سرپوشیده و رو باز، سونا، جکوزی، پارک آبی، سالن‌های سینما و تئاتر، شهر بازی کودکان و ... که به جرات می‌توان گفت، تنها بخشی از امکانات این شهرهای شناور هستند.

این حجم از امکانات باعث شده، ده‌ها شرکت کشتیرانی بزرگ در دنیا برای ارائه خدمات بهتر به مسافران شکل بگیرند که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان Royal Caribbean, Norwegian Cruises, MSC Cruises, Costa Cruise و Celebrity Cruises اشاره کرد.

در حال حاضر بزرگ‌ترین کشتی‌های تفریحی متعلق به شرکت آمریکایی Royal Caribbean است و جدیدترین آن‌ها Harmony Of the Seas نام دارد که در ماه مِی سال ۲۰۱۶ ساخته و به آب انداخته شد.

کشتی‌های کروز مسیرهای مختلفی را پوشش می‌دهند که از محبوب‌ترین و کامل‌ترین آن‌ها می‌توان به تور اروپا، فرانسه و اسپانیا اشاره کرد که در مسیر خود در شش شهر زیبای ناپل، رُم، لا اسپتزیا، کن، بارسلونا و پالما توقف دارد.

امکانات و خدمات در کشتی کروز

کشتی کروز برترین خدمات غذایی را در خود جای داده است. در این کشتی‌ها سالن‌های رستوران در چندین سطح ارائه خدمات می‌کنند که معمولاً یک رستوران اصلی و چندین رستوران فرعی هستند. در رستوران اصلی، سرو غذا ساعت معینی دارد و حتماً باید با لباس رسمی به آن وارد شد؛ اما رستوران‌های دیگر ساعت کاری آزادی دارند و محدودیت‌های پوششی در آن‌ها وجود نداد. برخی از این رستوران‌ها در عرشه کشتی و در فضای باز ارائه خدمات می‌کنند و برخی دیگر با سالن‌های غذا خوری سرپوشیده که با دیزاینی خاص طراحی شده‌اند، تلاش می‌کنند تا مسافران را مجذوب خود کنند.

امکانات این کشتی‌ها تنها محدود به خدمات غذایی نیست و عوامل تفریحی گسترده‌ای را پوشش می‌دهند که شامل مرکز تناسب اندام، جکوزی، استخرهای شنا، وان‌های آب داغ، سالن کتابخانه، سینما، تئاتر و ... می‌شود.

کابین‌ها را بهتر بشناسیم

کابین‌ها در کشتی‌های کروز تفریحی به چهار نوع داخلی، پنجره‌دار، بالکن‌دار و سوئیت‌های مختلف تقسیم می‌شوند.

کابین‌های داخلی: (Inside) این کابین‌ها که به طرف داخل کشتی چیده شده‌اند، فاقد پنجره هستند و از طبقات پایین تا بالای کشتی ادامه دارند. طراحی داخلی و نورپردازی این کابین‌ها به‌نحوی است که نبود پنجره در آن‌ها احساس نمی‌شود.

کابین‌های پنجره‌دار: (Outside / Ocean view) این کابین‌ها به‌طرف بیرونی کشتی و رو به دریا و اقیانوس هستند و تا طبقات میانی و زیر کابین‌های بالکن‌دار ساخته شده‌اند. در این کابین‌ها پنجره کوچکی رو به اقیانوس قرار دارد که قابل باز شدن نیستند.

کابین‌های بالکن‌دار: (Balcony) همانطور که از اسم این کابین‌ها پیداست آن‌ها دارای بالکنی هستند که به میز و صندلی مجهز است. این کابین‌ها در طبقات بالاتر از کابین‌های پنجره‌دار قرار دارند.

سوئیت‌های مختلف: (Suite Balcony) این اتاق‌ها که بالکن‌دار بوده و در طبقات بالای کشتی قرار دارند، خود به چند نوع تقسیم می‌شوند که بسته به شرکت کشتیرانی نام‌های مختلفی می‌گیرند. این سوئیت‌ها سایزهای مختلف دارند و برخی دارای تعداد اتاق‌های بیشتر نیز هستند.









ARMITAJ CUSTOMERS CLUB

acccard.com



باعضویت در باشگاه مشتریان آرمیتاژ

هرماه با کروز سفر کنید



ARMITAJ Customers Club

درجمع بهترین‌ها باشید

باشگاه مشتریان آرمیتاژ

با عضویت در باشگاه مشتریان آرمیتاژ از تخفیف ها ، اعتبارات ، امتیازات و هدایای آرمیتاژی بهرمند شوید:

- در هرخرید اعتبارها و امتیازهای آرمیتاژی کسب کنید .
- تا سقف اعتبارهای آرمیتاژی خود بدون پرداخت مبلغ خرید نمایید .
- از زمانی که به ۵۰۰ امتیاز برسید به قرعه کشی سفر با کشتی کروز راه پیدا می کنید .
- با کسب امتیازات بیشتر به رویدادهای جذاب و خصوصی دعوت خواهید شد .
- اعضای فعال باشگاه مشتریان آرمیتاژ از خدمات ویژه باشگاه برخوردار خواهند شد .

برای اطلاع دقیق از برندهای عضو باشگاه مشتریان آرمیتاژ و همچنین تخفیف ها، میزان اعتبارات و هدایا و رویدادهای خاص باید به وب سایت و یا شبکه های اجتماعی ما مراجعه نمایید:

acccard.com | @armitajtowers | @armitajtower | 051-31906

www.acccard.com



ehsanyeganeh 0915 515 4204

www.acccard.com

ARMITAJ Customers Club

درجمع بهترین‌ها باشید

باشگاه مشتریان آرمیتاژ

نحوه عضویت

شما می توانید برای عضویت در باشگاه مشتریان آرمیتاژ به کانتر باشگاه در برج آرمیتاژ گلشن مراجعه نمایید و فرم درخواست عضویت را تکمیل نمایید . پس از عضویت می توانید به راحتی با هریک از کارت های بانکی خود که در فرم درخواست ثبت نموده اید مانند سابق اقدام به خرید نمایید و با هر تراکنش اعتبار و امتیاز آرمیتاژی کسب کنید . با رسیدن امتیازات شما به ۱۵ ، کارت باشگاه مشتریان آرمیتاژ برای شما صادر می گردد و می توانید آن را دریافت نمایید.

اعتبارات آرمیتاژی چیست؟

با عضویت در باشگاه مشتریان آرمیتاژ در هر خرید، به میزان درصد مشخصی از خرید شما به صورت اعتبارات آرمیتاژی در کارت شما شارژ می گردد که اعتبارات کسب شده را می توانید در همان فروشگاه و یا دیگر فروشگاه های عضو باشگاه خرج کنید، پس با عضویت در باشگاه مشتریان آرمیتاژ لازم نیست همیشه پول بپردازید و گاهی اوقات هم با اعتبارات آرمیتاژی و **بدون پول خرید خواهید کرد.**

امتیازات آرمیتاژی چیست؟

با عضویت در باشگاه مشتریان آرمیتاژ، در هر خرید علاوه بر کسب اعتبار آرمیتاژی، امتیاز آرمیتاژی نیز کسب می کنید که این امتیازها برای شرکت در رویدادهای خاص، قرعه کشی ها و تغییر سطح کارت باشگاه مشتریان آرمیتاژ مورد نیاز است. در تمام فروشگاه های عضو باشگاه مشتریان آرمیتاژ به ازاء هر ۱۰۰ هزار ریال خرید، ۱ امتیاز آرمیتاژی کسب خواهید کرد.

ACC
ARMITAJ CUSTOMERS CLUB

باشگاه مشتریان آرمیتاژ

۷۰۰۰ امتیاز

کارت مشکی بالاترین سطح در باشگاه مشتریان آرمیتاژ است که با آن علاوه بر دریافت اعتبارات و امتیازات و هدایا ، به رویدادهای خصوصی و جذاب ویژه این سطح دعوت می گردید.

۲۰۰۰ امتیاز

کارت طلایی سطح بالاتری از کارت آبی است که با آن علاوه بر دریافت اعتبارات و امتیازات و هدایا، به رویدادهای متفاوت مخصوص این سطح دعوت می گردید.



با افزایش تراکنش ها رنگ کارت خود را ارتقا دهید

acc card.com
ARMITAJ Customers Club

ARMITAJ CUSTOMERS CLUB

امور مشتریان ۳۱۹۰۶-۰۵۱

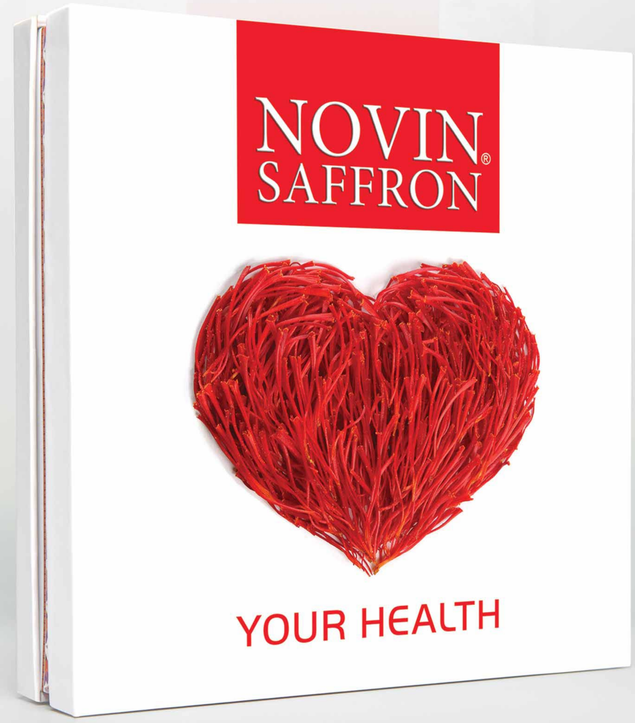


Unique | بلـوار هفـت تیر،برج آرمـیتاژ،طـبقه ۱-
لاین خـروجی هایپـرمارکـت
مغـازه دوم، واحد ۱۶۰ ۰۵۱۳۸۹۰۵۴۸۶

نوین زعفران

Saffron safran Azafrán

藏紅花 Zafferano Safran サフラン



« بهتریـن زعفـران صادراتی ایران را از ما بخواهید »

شـعبه فـروش نویـن زعفـران : بلوار هفـت تیر ، مجتمع گلشـن آمیتـاژ ، طبقه ۱- ، جنب

هایپرمارکـت - تلفـن تمـاس : ۲ - ۳۸۳۳۵۶۴۰ - ۰۵۱

بـا عضویـت در باشـگاه مشـتریان از **تخفیفـات ، قیمت و خدمات ویژه** بهره مند شـوید

The Best Exporter of Iran

The Statuette of Observance of Consumers' Rights

WWW.NOVINSAFFRON.COM

09123311700 saffron@novinsaffron.com novinsaffronco



گالری مرکزی طلا و جواهر کودک اخلاقی
احمدآباد، خیابان راهنمایی بین راهنمایی ۹ و ۱۱ طلا و جواهر کودک اخلاقی تلفن تماس ۳۸۴۰۶۹۳۴ - ۰۹۱۵۳۲۱۶۷۹۲

شعبه ۱ طلا و جواهر کودک اخلاقی
بلوار وکیل آباد، خیابان هفت تیر، برج تجاری آرمیتاژ گلشن
طبقه ۳+ پلاک ۵۰۸ تلفن تماس ۹-۳۸۳۳۵۱۸۸-۰۹۱۵۳۲۱۶۷۹۲

کودک
طلا و جواهر



طلاابریشم
SILK & GOLD ACCESSORIES



جلـوه زیبـای نوآوری در مـیان تکـرارها، طلـوعی دوباره برای خلاقـیت اذهـان هـنرمـند و انسـی دوباره برای انسـان و طـبیعت.





طلا ابریشم،تلفیق شگفت انگیز دو هـنر نفیس ایرانی، برای به تصویر کشـیدن زیباییهاست.



درخشان و لطیـف، اصـیل و آرمانی...

طلاابریشـم شـما بـا ابریشـم دوزی ،رنـگ بنـدی و سـایز مخصـوص شـما بطـور سفارشـی طـی ۴ روز کاری آمـاده و به همه نقاط ایران و جهان ارسال خواهد شد.

برای دریافت فرنچایزی و نمایندگی با شماره ۰۹۱۲۳۹۸۸۲۲۶ تماس حاصل فرمایید.

مشـهد، نبـش هفت تیـر ۸، برج تجاری اداری آرمیتاژ گلشـن ، طبقـه ۱+، واحد ۳۳۷
تلفـن: ۳۸۳۳۵۹۱۵-۰۵۱/ ۰۹۱۵۳۱۸۲۷۰۷ / ۰۹۱۲۳۹۸۸۲۲۶

info@talarabrisham.com / www.talarabrisham.com
t.me/talarabrisham/ instagram.com/talarabrisham



Hamen

مجسمه های هـامن، آیـنه ای در بـرابر شـما

تـهران | خـیابان فـرشته
مـشهد | بـرج آرمـیتاژ
۰۵۱-۳۶۰۱۴۲۲۵-۲۷
۰۲۱ -۲۶۲۹۱۹۵۸
Hamen 3D

دنیا سیر نمایندگی کشتی کروز اروپا در استان خراسان

Cruise Ship MSC

مجری مستقیم
اروپا - کانادا
(تور - بلیط)

خط ویژه 051-38182

اقامت اسپانیا
در کوتاهترین زمان
نرخ ویژه



www.donyaseir.com

KHORASAN
DONYASEIR
TRAVEL & TOUR AGENCY



تاج مکمل زیبایی منزل شماست

برج آرمیتاژ گلشن طبقه ۱- واحد۱۳۹ ۳۸۳۳۵۶۸۰

@tacarmitaj @tacarmitaj



CREATION OF THE LOYAL CUSTOMERS CLUB

تولـــد باشگاهـی بـرای مشتریـان وفـــــادار

افتتـــاح و آغاز به کار رسمی باشگاه مشتریان آرمیتاژ به عنـوان یکی از خلاقانه‌ترین، کامل‌ترین و فعال‌ترین کمپیـن‌های تشویق مشتریان در کشور، از جمله آن اتفاقاتی است که نمی‌تـوان از کنارش به سادگی عبور کرد. به همین دلیل هم به واسطه برگـــزاری جشنی ویژه و استثنایـی، هفدهم شهریـورماه ۹۶ به یکـی از باشکوه‌ترین و به یاد ماندنی‌ترین شب‌های آرمیتاژ گلشن بدل شد.

حضور هنرمندان بین‌المللی از کشورهای اکراین، ارمنستان و ازبکستان برای اجرای برنامه‌های نمایشی مفرح و دیدنی، حضور حسام نواب صفوی هنرمند مطرح کشوری و تک نوازی پیانو توسط ایشان برای حضار و میهمانان برج و همچنین رونمایی از ماکت کشتی کروز به دست مدیرعامل مجموعه، آتش بازی و پذیرایی ویژه از مدعوین و میهمانان بخشی از برنامه‌های جذاب و به یادماندنی آرمیتاژ گلشن در شب تولد باشگاه مشتریان وفادارش بود.













A GIFT TO EXPRESS OUR APPRECIATION

تحفه‌ای به پاس قـدردانی

قرار داشتن در جمع بهترین‌ها و حضور در برنامه‌های مختص باشگاه مشتریان آرمیتاژ به طور قطع به‌معنی حضور در رویدادهای بی‌نظیری ست که یکی از شیرین‌ترین و هیجان انگیزترین آن‌ها، شرکت داده شدن در قرعه‌کشی ماهانه سفر به دور اروپا با کشتی کروز است.

نخستین مرحله قرعه‌کشی این اتفاق هیجان انگیز در بیستم شهریور ماه با حضور مدیر عامل مجموعه، صاحبان برندها، اسپانسرها و اعضای پُر امتیاز باشگاه مشتریان در مجموعه غذایی آرمیتاژ برگزار شد تا نخستین قرعه‌کشی با اجرای هنرمندانه چند ساعت برنامه شاد توسط عباس رضازاده رویدادی ماندگار و قابل توجه برای تمامی همراهان این مجموعه باشد.

این قرعه‌کشی توسط نماینده‌هایی از میان جمع حضار انجام شد که طی آن، قرعه نخستین برنده تور اروپا با کشتی کروز به نام محمدامین محمدیور افتاد. سایر هدایا نیز توسط اسپانسرها و برندهای معتبر حاضر در مرکز تجاری آرمیتاژ گلشن به قید قرعه پیشکش اعضای محترم باشگاه شد.











خاطره‌سازی به سبک آرمیتـــــاژ؛
دنیـــــایی از شـــــور و هیجـــــان

زمستان ۱۳۹۵ برای خانواده بزرگ آرمیتاژ فراموش نشدنی ست، زمستانی که افتتاح غرورآفرین بخش تجاری، بلندتریـــن برج اداری تجاری شرق کشور گرمابخـــش روزهای سردش بود. این افتتاح بزرگ و باشکـــوه نخستیـــن گام آرمیتاژ در تلاشش برای تلفیق خریـد و سرگرمی و ایجاد حس خوشایند گردش در فضایی تجـــاری بود. از آن پس آرمیتاژ گلشن بارها و بارها محل امنی برای خاطـــره سازی و گذراندن اوقات شاد و مفـرح برای میهمانانش بوده است.



شأنی برای رویداد بزرگ شهر

افتتاح مجموعه‌ای که نام بلندترین و مدرن‌ترین و شکیل‌ترین برج اداری تجاری شرق کشور را در کنار خود دارد، به طور قطع یکی از رویدادهای مهم شهر محسوب می‌شود. برای همین هم بود که این مراسم در دو نوبت به صورت رسمی و عمومی در بهمن ماه ۱۳۹۵ برگزار شد.

در افتتاح رسمی بخش تجاری برج گلشن شهردار و معاون اقتصادی شهرداری، فرمانده نیروی انتظامی استان، رئیس شورای اسلامی شهر، مدیرکل ورزش و جوانان استان، مدیران بانک‌ها و مؤسسات مالی، رئیس اتاق اصناف و دیگر مسئولان دستگاه‌های مختلف دولتی در کنار جمعی از سرمایه گذاران و فعالان پروژه‌های شهری حضور یافتند تا این اتفاق بزرگ شهر را در کنارهم رقم بزنند. اما آئین افتتاح این پروژه کلان شهری بدون حضور مردم به عنوان مخاطبان و بهره‌برداران حقیقی این بنای فاخر، نا تمام می‌ماند. به همین منظور مراسم افتتاح مردمی بخش تجاری آرمیتاژ گلشن در دو روز با حضور میهمانان، مالکین و سرمایه‌گذاران برج به صورت ویژه با اجرای برنامه‌هایی همچون نورافشانی، حرکات نمایشی، حرکات آئینی و سنتی و ... برگزار شد.



بهشت کودکان

وجود یک بخش تجاری مجزا برای تأمین کلیه نیازهای کودکان از خوراک و نوشیدنی و البسه گرفته تا بازی و تفریح، اتفاقی نبود که پیش از این در هیچ مرکز تجـاری در سطح شهر تکرار شده باشد. این اتفاق با برنامه‌هایی چون اجرای نمایش، بازی، قصه خوانی، گریم و نقاشی صورت، اجرای موسیقی زنده توسط کودکان، پذیرایی‌های ویژه کودکانه و .... تحت عنوان افتتاحیه بخش تخصصی کودک و نوجوان آرمیتاژ در اسفندماه ۹۵ جشن گرفته شد.

تغذیه‌ای سالم در محیطی دوست داشتنی

افتتاح رسمی مجموعه غذایی آرمیتاژ در اسفندماه با برگزاری یک جشن تمام عیار همراه شد. جشنی با حضور بالغ بر ۴۰۰ نفر میهمان و پذیرایی ویژه واحدهای غذایی فعال در فودکورت، اجرای برنامه‌های نمایشی شاد، حرکات آئینی، موسیقی زنده و نورافشانی را به مراسمی خاطره انگیز بدل کرد.

MAKING MEMORIES ARMITAJ STYLE







MAKING MEMORIES ARMITAJ STYLE





خاطره‌سازی به سبک آرمیتـــاژ

نوروز در آرمیتـــاژ

آرمیتاژ گلشن با مجموعه‌ای از بهترین‌ها به استقبال نوروز ۹۶ رفت و برای پذیرایی از خریداران و مراجعان خود طی این ایام در کنار برنامه‌های جذاب آتش بازی تحویل سال، چیدن سفره هفت سین استثنایی و بی‌نظیر و فراهم کردن امکان عکاسی، با پخش موزیک های شاد نوروزی، بهار را خوش‌آمد گفت.

به یاد حکیم طوس

۲۵ اردیبهشت ماه سالروز بزرگداشت حکیم طوس ابوالقاسم فردوسی، حماسه ساز تاریخ ادبیات ایران زمین، آرمیتاژ گلشن هم رنگ و بوی حماسی گرفت. در کنار جانمایی تندیس عظیم الجثه این شاعر نامدار پارسی در مقابل درب ورودی مرکز تجاری، شاهنامه خوانی و نقالی از دیگر برنامه‌هایی بود که توسط آرمیتاژ گلشن در پاسداشت سالروز تولد این گوهر ادبیات سرزمینمان برگزار شد.

میزبانی از جنس نور و آینه

آرمیتاژ گلشن در نخستین میزبانی خود از ماه خدا، المان ساخته شده توسط چند تن از پابلیک آرتیست‌های مطرح کشور را که بیانگر توجه به ارزش‌ها و سنت‌ها در سبک زندگی امروزی است رونمایی و به نمایش گذاشت.

در ایجاد این المان ۳ متری که با آهن و آینه ساخته شده بیش از شش هزار قطعه آینه به روش سنتی به کار رفته است و بازی نورها، توجه به هویت مشهد در این المان به همراه نورپردازی در شب، ترکیبی مدرن از اعتقادی روحانی و معنوی را برای مخاطبان ایجاد کرد.



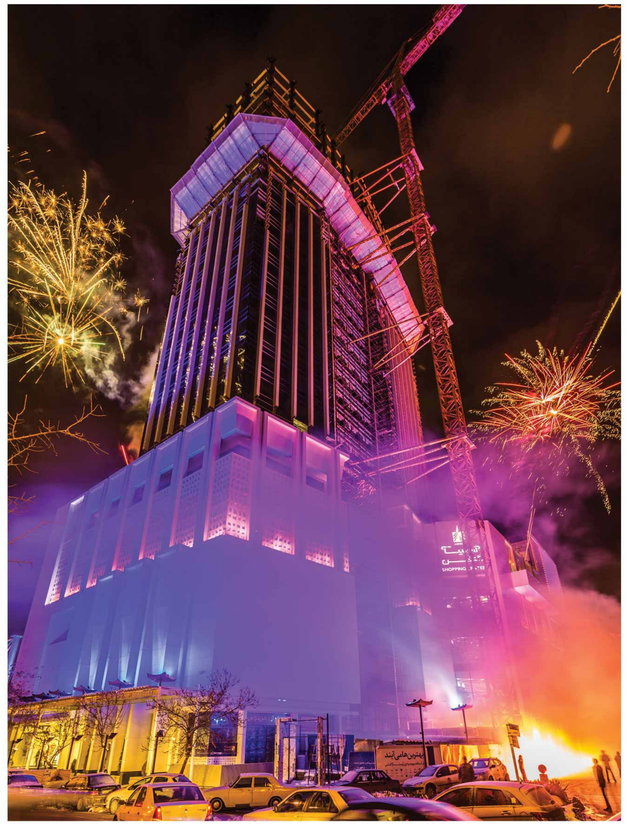
خاطره‌سازی به سبک آرمیتـــــاژ

گذشت ماه خدا و رسید عید صیام

آرمیتاژ گلشن میهمانان خود را در شادباش یکی از بزرگ‌ترین اعیاد مسلمانان با برگزاری برنامه‌های متنوع و باشکوهی همچون نورافشانی، آواها و نواهای شاد عیدانه، اجرای موسیقی زنده و پذیرایی ویژه گروه با البسه آئینی و سنتی همراهی کرد.

دهه کرامت؛ جشن نور و آینه

دهه کرامت هم بهانه بزرگ و ارزشمندی بود برای برپایی جشن و سُرور به سبک آرمیتاژ. در کنار حال و هوای جشن و شادی در برج، ولادت امام رضا(ع) و حضرت معصومه(س) به عنوان دو رویداد شاخص در این ایام با برنامه‌های آتش بازی، نورافشانی ویژه، پذیرایی عیدانه توسط دختران و همچنین اجرای برنامه‌های شاد در طبقات مختلف برج برگزار شد.



MAKING MEMORIES ARMITAJ STYLE







خاطره‌سازی به سبک آرمیتـــــاژ

قصه خوانی و بازی خلاق

۱۸ تیرماه روز ادبیات کودک و نوجوان به عنوان شاخصی برای یادآوری اهمیت ادبیات، شعر و قصه کودکانه در آرمیتاژ گلشن نیز از نظر دورنماند. برگزاری برنامه شاد و مفرح قصه خوانی، کارگاه بازی خلاق و نمایش عروسکی در طبقه تخصصی کودک و نوجوان توسط یکی از اساتید پیشکسوت این هنر در چهار نوبت اجرا و مورد استقبال و توجه بی‌سابقه کودکان و نوجوانان قرار گرفت.

کارالند؛ سرزمین تجربه‌ها و فرصت‌ها

مجموعه شهر مشاغل کارالند، ۱۸ مرداد ماه را برای افتتاح رسمی خود انتخاب کرد تا با معرفی ۲۱ شغل ویژه کودکان ۳ تا ۱۵ سال، فعالیت خود را به صورت رسمی در مرکز خرید آرمیتاژ گلشن آغاز کند. جشنواره افتتاحیه این مجموعه به مدت پنج روز با همراهی هنرمندان برتر عرصه کودک و نوجوان همچون عمومهرداد، مسابقه محله، محله گل و بلبل، خاله شادونه و فیتیله‌ها برگزار شد تا شروع به کار این مجموعه تفریحی و آموزشی برای کودکان مشهدی خاطره انگیز و به یادماندنی باشد.

MAKING MEMORIES
ARMITAJ STYLE

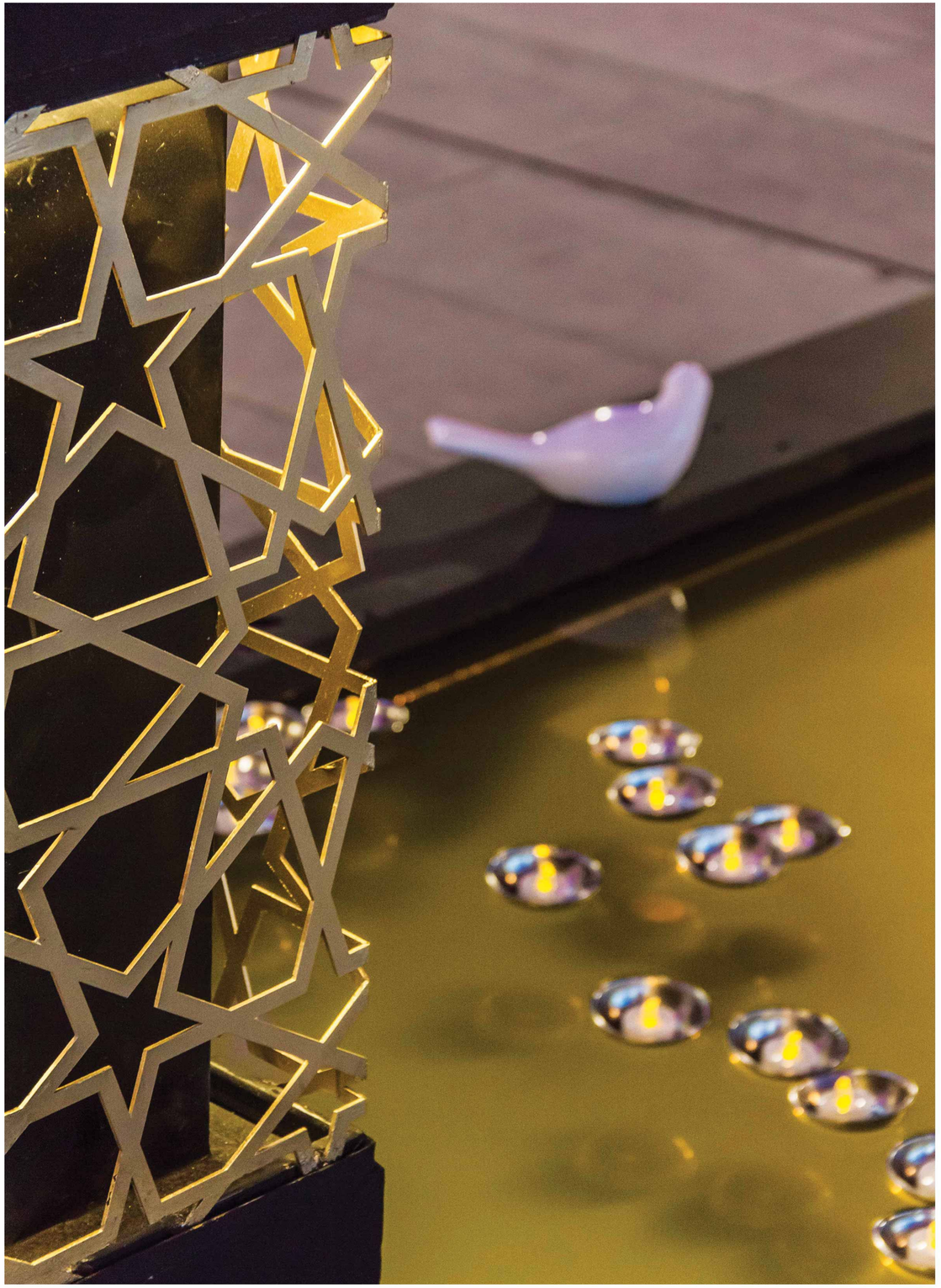


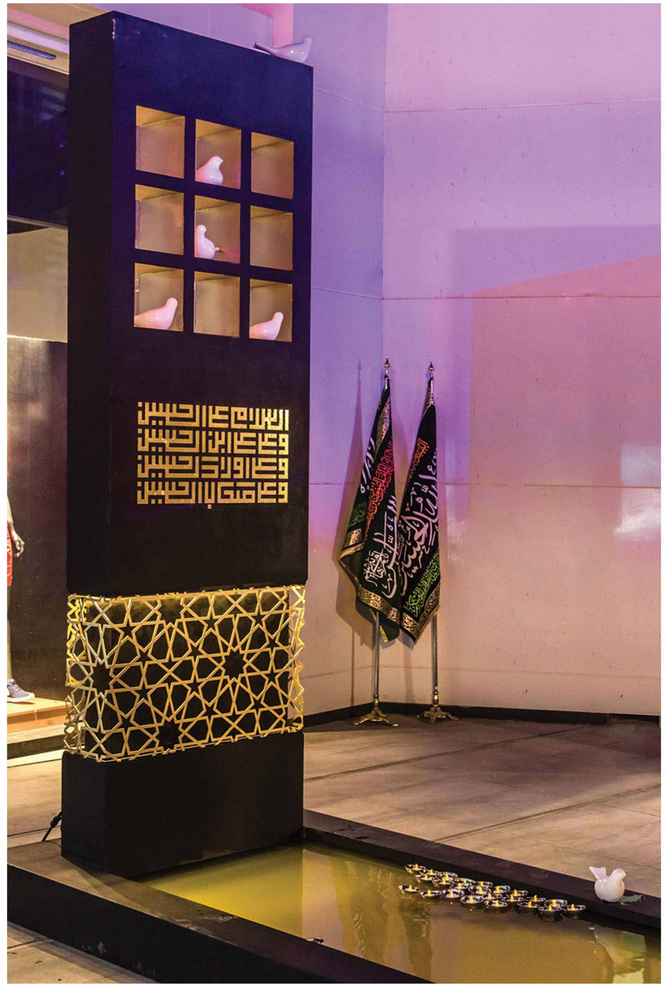














92

MAKING MEMORIES ARMITAJ STYLE

خاطره‌سازی به سبک آرمیتاژ

عاشورا؛ نماد استقامت و ایثار

آرمیتاژ در راستای مسئولیت اجتماعی خود و با توجه به اهمیت مراسم سوگواری سید و سالار شهیدان در مشهد مقدس نسبت به رونمایی و نمایش اِلمان عاشورایی با عنوان « آغاز آزادگی» همزمان با آغاز ماه محرم اقدام کرد.

در این اِلمان که با هدف نمایش مفاهیم ارزشمندی چون شهادت، آزادگی، خود شناسی، مشارکت و بازآفرینی رسوم، ایستادگی، فروتنی و آزادگی درنهاد عاشورا به اجرا درآمد، تعداد ۳۶ عدد شمع جایگیری شده که با بازتاب آن در آب، نمادی از ۷۲ تن شهید کربلا به نمایش در می‌آید.





AN EVENT
NOWBARANEH FOR BEST

نـــوبرانه‌ای برای بهترین‌هـــا

جامعه جوان و پرشور این روزها، شاید بیشتر از هر وقت دیگری نیاز به ایجاد فضای نشاط و شور دارد و چه فرصتی بهتر از تابستان که فصل فراغت است و تفریح. همین دغدغه هم ایده اولیه برپایی جشنواره‌ای شد که هدفی جز تبدیل کردن فرایند خرید و بازارگردی به تجربه‌ای مفرح و شیرین و پرخاطره در بستری از جنس نور و رنگ و شور و نشاط و اتفاقات سرگرم کننده بی‌بدیل نداشت. «نوبرانه»‌ای که هرچه اتفاق نو را نه فقط برای جوان‌ترها که برای هر سن و سال و سلیقه‌ای، طی ۱۵ روز در خود جمع کرد تا بازهم رویدادی بی‌نظیر را برای نخستین بار در تاریخ شهر و استان رقم بزند.

به ثمر رسیدن این جشنواره که برآیندی از برگزاری جلسات برنامه‌ریزی و ایده‌پردازی متعدد و بهره‌گیری از نظرات کارشناسان، متخصصان و صاحب نظران در حوزه‌های مرتبط بود، توانست در طول مدت برگزاری ضمن معرفی هرچه بیشتر مرکز تجاری آرمیتاژ گلشن، نام خود را در خاطرات تابستانی خیل کثیری از مردم، مسافران و گردشگران به ثبت برساند.

«نوبرانه» از ابتدای مرداد ماه ۱۳۹۶ آغاز و هرروز یک رویداد نو، تازه و متفاوت را به مخاطبین خود هدیه داد.

طعم‌های اصیل، رنگ‌های زیبا

در طول برگزاری جشنواره نوبرانه، مناسبت‌های دینی و تاریخی حائز اهمیت و ارزشمندی وجود داشت که از آن میان می‌توان به ولادت حضرت معصومه(س) و امام رضا(ع) اشاره کرد. حضور تعدادی از دختران سرزمینمان با البسه محلی و اهدای گل و پذیرایی در روز دختر و همچنین نورافشانی از بلندترین نقطه برج در ارتفاع ۱۵۰ از سطح شهر با قابلیت دید در بسیاری از نقاط شهر به همراه جشن و تقدیم هدایا به کودکان و پذیرایی با البسه محلی و خراسانی در روز ولادت امام رضا(ع) بخشی از برنامه‌های مناسبتی جشنواره نوبرانه به‌شمار می‌رود.

غرفه‌های متنوع پذیرایی همچون خانه کودک نینا، چاکلز، کوکاکولا و عرقیات افشار و غیره نیز در کنار رونمایی از محصولات جدیدشان، نکاتی را در خصوص سلامتی به کلیه مخاطبان ارائه می‌کردند.

با مشاهیر ایران باستان

حضور هنرمندان تئاتر با معرفی۱۵ تن از مشاهیر ایران باستان و اجرای روزانه تئاتر با مضامین مربوط به هر شخصیت، نه تنها گامی در راستای ارتقاء فرهنگی و بازشناسی مشاهیر سرزمین‌مان محسوب می‌شود، بلکه تجربه لذت بخش مشاهده تئاتر در یک مرکز خرید را به رویدادی بی‌نظیر و دیدنی تبدیل کرد.

روح موسیقی در کالبد جشنواره

از آنجا که تأثیرات شنیدن موسیقی فاخر و پخش موسیقی در فروشگاها و مکان‌های تجاری را نمی‌توان در نوع رفتار و حس خوب مشتری انکار کرد، اجرای موسیقی زنده نیز به یکی از بخش‌های جذاب و ثابت برگزاری جشنواره نوبرانه بدل شد.

بر همین اساس اجرای ۱۵ نوبت موسیقی زنده کلاسیک، سنتی، تلفیقی و همچنین ۵ نوبت اجرای ویژه تک‌نوازی سازهای ویولون، پیانو، گیتار و نی در طول برگزاری جشنواره به انجام رسید.

ردپای هنر در آرمیتـــاژ

درکنار تمام برنامه‌های تفریحی و سرگرمی بی سابقه‌ای که در طول جشنواره نوبرانه در مرکز خرید آرمیتاژ گلشن برگزار شد، رویدادهای هنری متعدد و ویژه‌ای نیز به صورت زنده به اجرا درآمدند.

استاد مرتضی فریزی کرمانی، هنرمند مجسمه ساز در کنار عرضه نمایشگاهی آثار هنری خود، به صورت زنده به ساخت و پرداخت سردیس‌های مشاهیر به همراه ارائه توضیحات در ایام جشنواره پرداخت.

استاد سیدعلیرضا ساعدی، هنرمند قلم‌زن با اجرا زنده هنر قلم‌زنی بر روی سنگ ضمن نمایش برخی از آثار خود، نسبت به زنده نگه داشتن و معرفی دوباره این هنر اصیل ملی به بازدیدکنندگان اقدام کرد.

استاد مجید رجایی، هنرمند خطاط نیز به بداهه نگاری آثار هنری خود به صورت زنده در طول برگزاری جشنواره پرداخت.

برگزاری کارگاه‌های آموزشی رایگان میوه‌آرایی توسط استاد دوستی نیز از دیگر برنامه‌های هنری و آموزشی جشنواره نوبرانه محسوب می‌شود.







نـوبرانه‌ای برای بهترین‌هـــا

تنها خودروی فرمولای کشور در آرمیتـــاژ

برای نخستین بار در کشور، تنها خودروی فرمولای ایران با حضور کوروش محمدخانی دارنده ۲۳ مقام اروپایی و جهانی در مرکز خرید آرمیتاژ گلشن رونمایی شد و به مدت یک هفته برای مشاهده عموم به نمایش درآمد.

طی این مدت چندین اجرای برنامه نمایشی توسط کوروش محمدخانی در داخل مرکز خرید آرمیتاژ گلشن انجام شد که با استقبال بی‌نظیر عموم مردم مواجه شد.

همچنین ایستگاه‌هایی نیز برای ارائه توصیه‌هایی جهت رانندگی ایمن و اصولی در طبقات مختلف مرکز تجاری با شعار «ایمن برانیم» قرار گرفتند تا از این طریق گامی هرچند کوچک در راستای اعتلای فرهنگ رانندگی، برداشته شود.



تجسم آینده در نبرد ربات‌ها

ربات‌های دوقلوی غول پیکر به مدت ۵ روز مهمان جشنواره نوبرانه در مرکز خرید آرمیتاژ گلشن بودند که طی این مدت برای نخستین بار در مشهد ۲۰ اجرای نبرد و حرکات نمایشی را برای بازدیدکنندگان به اجرا گذاشتند.

کودکان شاد آرمیتـــاژ

توجه به سلامت روح و جسم کودکان از نظر دور نماند و بر همین اساس هم برنامه‌های تفریحی متنوعی برای این گروه از مخاطبان در طبقه ویژه کودک و نوجوان درنظر گرفته شد. از این میان می‌توان به معاینه رایگان دهان و دندان کودکان، اسقرار بوم‌های نقاشی متعدد جهت نقاشی و رنگ‌آمیزی، گریم رایگان صورت، حضور هنرمندان با لباس شخصیت‌های کارتونی محبوب کودکان و بازی و سرگرمی اشاره کرد.



AN EVENT
NOWBARANEH FOR BEST







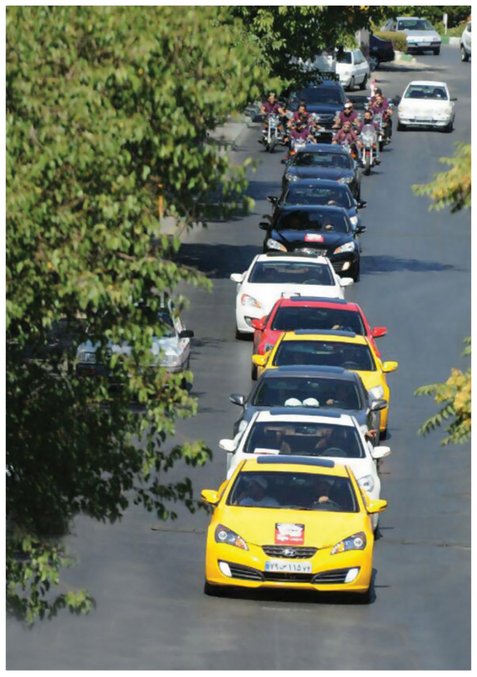


رالی بزرگ خانوادگی

مسابقه بزرگ رالی خانواده با نظارت و حمایت هیئت اتومبیل‌رانی خراسان رضوی و با هدف ارتقاء فرهنگ ترافیکی شرکت‌کنندگان در شش کلاس مختلف، جمعه ۱۳ مردادماه همزمان با ولادت امام رضا(ع) از مقابل درب ورودی آرمیتاژ گلشن برگزار شد. با حضور حدود ۲۰۰ شرکت کننده در این رقابت کم نظیر شهری شرکت کردند و تعداد بسیار زیادی از مردم نیز نظاره‌گر این رقابت پرهیجان بودند.

جشن اقوام در مسیر تاریخ

جغرافیای گسترده ایران زمین در مسیر تاریخ شاهد ایجاد آئین‌ها، سنت‌ها و مراسم متعدد و متنوعی بوده است. اجرای ۱۵ نوبت حرکات آئینی و رقص‌های محلی طی ۵ شب از برگزاری جشنواره، نه تنها فضای بانشاط و شاد جشن را برای بازدیدکنندگان ایجاد می‌کرد بلکه فرصتی برای آشنایی با آئین‌ها و رقص‌های اصیل خراسانی، تربت جام، آذری، کردی و ... در مجموع اقوام ایرانی بود.



رویدادهای آرمیتـــــاژ

کسب مقام نخست در ایمنی پروژه‌های ساختمانی

همایش منطقه‌ای ایمنی در کارگاه‌های ساختمانی با معرفی آرمیتاژ گلشن به‌عنوان ایمن‌ترین پروژه در سطح خراسان رضوی به کار خود پایان داد.
در این همایش که ۲۷ مهرماه سال ۱۳۹۶ با همت سازمان نظام مهندسی ساختمان استان خراسان‌رضوی و انجمن صنفی کارفرمایی سازندگان مسکن و ساختمان مشهد برگزار شد، ۸ پروژه استان خراسان‌رضوی در زمینه ایمنی در کارگاه‌های ساختمانی معرفی شدند که در این میان پروژه برج تجاری اداری آرمیتاژ گلشن به‌عنوان برترین آن‌ها انتخاب شد.



هم گام با مهر آفرینان

مراسم فروش خودروی علی پروین به نام آسایشگاه‌های شهید کامیاب شهرستان گناباد و شهید بهشتی مشهد در برج تجاری اداری آرمیتاژ گلشن برگزار شد. در این مراسم که روز پنجشنبه ۳۰ شهرورماه ۱۳۹۶ با حضور جمع ارزشمندی از هنرمندان عرصه بازی و موسیقی برگزار شد خودروی بنز علی پروین پیشکسوت فوتبال کشور با مشارکت خیرین و مردم حاضر در مراسم به صورت نمادین به فروش رسید.



آرمیتـــاژحامی هنر و فرهنگ

تئاترهای موفق «بی‌خردان» ، «یتیم‌خانه فونیکس» و «هیولا خوانی» با حضور آرمیتاژ به عنوان حامی فرهنگی به روی صحنه رفتند.

بـــی‌خـــردان

اجرای نمایش «بی‌خردان» که به نویسندگی و کارگردانی کیوان صباغ و تهیه کنندگی مسعود حکم‌آبادی با مضمون طنز سیاسی به اجرا رسید، در سه هفته نخست اجرای خود توانست موج گسترده‌ای از تئاتر دوستان مشهدی را به تماشای خود جلب کند. در این اجرا که از یکم تا ۲۴ دیماه در سالن اصلی تئاتر شهر مشهد به روی صحنه رفت.

یتیم‌خـــانه فونیکـــس

تئاتر «یتیم‌خانه فونیکس» که برای نخستین بار تیر و مرداد ماه ۱۳۹۵ در سالن اصلی تئاتر شهر مشهد به روی صحنه رفت، پس از یک اجرای موفق و با جذب بیش از ۸۷۰۰ مخاطب در ۲۸ شب نمایش خود توانست به‌عنوان یکی از نمایندگان مشهد در جشنواره تئاتر فجر ۱۳۹۵ انتخاب شود. این تئاتر که بر پایه موسیقی آپرا به کارگردانی محمد حسن نیازی، نویسندگی و شعر آرش خیرآبادی و تهیه کنندگی مسعود حکم‌آبادی و با حضور ۲۷ بازیگر به اجرا در آمده است، توانست در بخش جوان این جشنواره برای طراحی لباس و طراحی صحنه دیپلم افتخار را از آن خود کند و به عنوان تئاتر برگزیده این گروه معرفی شود.

هیولا خوانی

نمایش «هیولا خوانی» به کارگردانی سمیرا سلطانی و تهیه کنندگی حمیدرضا کوثر از ۲۳ اردیبهشت ۱۳۹۶ در تماشاخانه «شمایل» مشهد به اجرا درآمد.
در این نمایش که تقابل تفکر درست و اشتباه را به نمایش درآورد، هنرمندانی همچون احمد ریحانه، رضا عرفانی، مهشید شریف و سعید معتمدزاده نقش آفرینی می کنند.





ARMITAJ STYLE EVENTS



همایش دوچرخه سواری و مسابقه دوگانه

همایش دوچرخـه سواری و مسابقـات دوگانه دهه ولایت، جام شهر بهشت و آرمیتاژ با همراهی مرکز خرید آرمیتاژ گلشن برگزار شد. جمعه ۱۷ شهریورماه همزمان با آغاز جشن‌های ولایت، مجتمع آرمیتاژ گلشن با همکاری آکادمی سه گانه شهر بهشت اقدام به برگزاری یک برنامه جذاب همگانی (دوچرخه سواری) و رقابتی (دومیدانی) کرد.
در این همایش که به عنوان بزرگ‌ترین رویداد دوگانه در سطح کشور تبدیل گردید، بیش از ۲۵۰ دوچرخه سوار در بخش همگانی و یکصد و بیست دونده در چهار رده سنی نونهالان، نوجوانان، جوانان و بزرگسالان با یکدیگر رقابت کردند.

رویدادهای آرمیتـــــاژ

آرمیتـــــاژ طراح رویکردی نوین در مدیریت پروژه

در نخستین نشست تخصصی «فرصت‌ها و چالش‌ها در مدیریت پروژه‌های بزرگ» که به مناسبت روز مهندس توسط دپارتمان مدیریت پروژه پیام مهندس برگزار شد، مهندسین و مدیران برترین پروژهای شهر مشهد تجربه‌های موفق برج تجاری اداری آرمیتاژ گلشن را در قالب پرسش و پاسخ مورد بررسی قرار دادند.

مدیر پروژه آرمیتاژ گلشن در این نشست با تاکید بر اهمیت جایگاه مدیر پروژه در برج آرمیتاژ گلشن گفت: این برج نیز همانند دیگر بناهای در حال اجرای بخش خصوصی با مشکلات و چالش‌های عدیده‌ای روبه‌رو بوده است که تنها با بهره‌گیری از دانش روز مدیریت در کنار کادر حرفه‌ای توانست راه خود را سهل کند.

وی ادامه داد: مجموعه آرمیتاژ با نگاه حرفه‌ای که برای خود در نظر گرفته، تلاش کرده است تا تمامی مراحل تامین تجهیزات فنی، ایمنی و اجرا را به صورت گام به گام و اصولی به اجرا در آورده تا در کسب تاییدیه‌های سازمان‌های نظارتی کمترین خطا و بازنگری را داشته باشد.

این مدیر پروژه با تاکید بر اهمیت جایگاه خواست بهره‌بردار در ساخت و طراحی فضاهای مختلف تجاری و اداری اظهار کرد: مجتمع آرمیتاژ از ابتدای طراحی با انجام نظرسنجی‌های مختلف از بهره‌برداران پروژه‌های گذشته خود، نیازها و معیارهایی که می‌تواند برای مالکین و بهره‌برداران و حتی فضاهای خاص و خدماتی همچون هایپر مارکت و شهربازی قابل اهمیت باشد را با نگاهی ویژه مورد بررسی قرار داد.

نخستین نشست هم‌اندیشی بهره‌برداران مرکز خرید آرمیتـــــاژ گلشن

نخستین نشست هم‌اندیشی بهره‌برداران مرکز خرید آرمیتاژ گلشن با حضور هئیت مدیره شرکت و عموم بهره‌برداران این مجتمع برگزار شد.

در این نشست که با حضور مدیران برندهای خارجی و داخلی مطرح کشور و کلیه بهره‌برداران پس از ضیافت افطار در هتل آبان مشهد برگزار شد، تبیین اهداف و برنامه‌های پیش‌روی مجتمع تجاری، ایجاد همدلی و وفاق، برگزاری جشنواره‌های فروش ویژه متناسب و در خور شأن مجتمع در راستای رونق هرچه بیشتر فضای کسب و کار و همچنین ایجاد فضایی جهت بیان نظرات و خواسته‌های تمامی بهره‌برداران مورد بررسی قرار گرفت.

همچنین طی این نشست مدیران و سرمایه‌گذاران مجموعه‌های بزرگ حاضر در مرکز خرید شامل «شهر مشاغل کارالند»، «پردیس سینمایی آرمیتاژ» و «هایپر مارکت اونیک» به تشریح اقدامات، برنامه‌ها و نحوه عملکرد خود پرداختند.

بازدید هیئت بارزگانان مکزیکی از پروژه آرمیتـــــاژ گلشن

هیئت فعالان اقتصادی و بازرگانی مکزیکی در راستای افزایش زمینه‌های سرمایه‌گذاری در ایران و همچنین ارتقاء مراودات گردشگری میان دو کشور، از پروژه آرمیتاژ گلشن بازدید کردند. در این جلسه بازدید مشترک، اعضای هئیت اقتصادی کشور مکزیک با مهندسان و طراحان برج اداری تجاری آرمیتاژ به تبادل ایده‌ها پرداختند و نقاط قوت و ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری و اجرایی طرفین مورد ارزیابی اجمالی قرار گرفت.

جمع‌آوری خط گـرم ۲۰ کیلو ولت حریـم پل هوایی پـروژه بـرج آرمیتـــــاژ از طریـق پسـت آرمیتـــــاژ

به‌منظور افزایش ایمنی محدوده پل هوایی بلوار هفت‌تیر و پروژه برج گلشن، عملیات رفع خطر برق ۲۰ کیلوولت از سوی شرکت آرمیتاژ با همکاری شرکت برق منطقه انجام شد.



در این عملیات که با حضور کارشناسان و مدیران برق منطقه همراه بود، کابل‌های ۲۰ کیلوولت خطرساز محدوده پل هوایی هفت‌تیر بدون هیچ‌گونه خاموشی از کابل هوایی به کابل زمینی تبدیل شد که در نتیجه آن میزان هدر رفت انرژی در هوا کاهش یافته و خطرات احتمالی برق گرفتگی در طبقات اداری برج و محدوده پل هوایی هفت تیر از میان رفته و امنیت برج به میزان زیادی افزایش یافته است. گفتنی است برج تجاری اداری آرمیتاژ گلشن تاکنون توانسته علاوه‌بر کسب گواهینامه ایمنی برای کارگاه، مجهزترین پست برق را در خود مهیا کند و به‌عنوان پیشرفته‌ترین برج در حال احداث شناخته شود.

طی بازدیـــد هیئت فعالان تجـــاری جمهـوری چک از آرمیتـــــاژ گلشن مطـرح شـد؛ انتقـــال تکنولـــوژی در مسیـــر توسعـه تجـــاری

هیئت فعالان اقتصادی و تجاری جمهوری چک با حضور در شهر مشهد و در راستای افزایش سطح مبادلات تجاری و اقتصادی میان دو کشور، از پروژه اداری تجاری آرمیتاژ گلشن بازدید به عمل آوردند. طی این بازدید که با هدف و محوریت توسعه روابط اقتصادی به انجام رسید پتانسیل های سرمایه‌گذاری در حوزه صنعت و تجارت و همچنین امکان حضور در بازارهای جهانی و فراهم بودن شرایط مساعد ترانزیت کالا مورد بررسی و تبادل نظر قرار گرفت.

نخستین جلسه آموزشی باشگاه مشتریان آرمیتاژ گلشن

نخستین جلسه آموزشی باشگاه مشتریان آرمیتاژ گلشن با حضور، مدیریت شرکت توسعه سرمایه گذاری آرمیتاژ، مدیران برندهای عضو و مدیران ارشد فروشگاه‌های آن‌ها برگزار شد. در این جلسه که ۲۶ مهرماه ۱۳۹۶ در سالن جلسات هتل آبان برگزار شد، مفاهیم وفاداری به عنوان کلیدی که با ایجاد احساس ارزشمندی، مشتری را برانگیخته و آن را همراهی ثابت و وفادار باقی نگاه می‌دارد، مورد بحث و بررسی قرار گرفت. علاوه‌براین عناوین، گزارش کاملی از عملکرد و فعالیت‌های باشگاه به همراه برنامه‌های آینده و پیش رو آن برای مدیران حاضر در مراسم ارائه شد.



نمایشگـــاه وصـــال ۷

آرمیتـــاژ و اسپانسری پلاتینیوم نمایشگاه

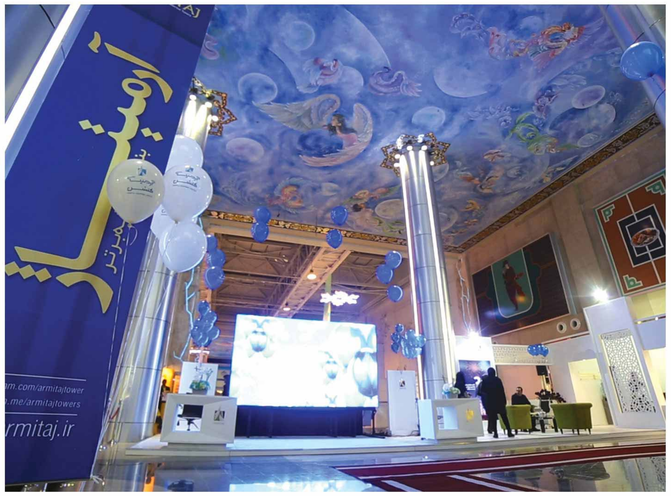
هفتمین دوره نمایشگاه وصال که به عنوان لوکس‌ترین نمایشگاه برندینگ در مشهد مطرح است، با حمایت ویژه «آرمیتـــاژ» به عنوان اسپانسر پلاتینیوم نمایشگاه برگزار شد.

این نمایشگاه که طی ۴ روز از تاریخ ۲۷ بهمن ماه در سالن ویژه مرکز خرید پدیده شاندیز به عنوان یکی از زیباترین و مجلل ترین فضاهای نمایشگاهی کشور و با حضور جمعی از مدیران استانی و شهری در حوزه های مختلف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، امنیتی و هنری آغاز شده بود در تاریخ اول اسفندماه به کار خود پایان داد.

نمایشگاه وصال ۷ با همراهی ۶۰ برند برتر در قالب غرفه های ارائه خدمات و اطلاع رسانی شرکت ها و اصناف مختلف برگزار شد که غرفه «شرکت توسعه سرمایه گذاری آرمیتاژ» در فضایی ۴۰۰ متر مربعی به عنوان بزرگترین غرفه نمایشگاه نسبت به ارائه اطلاعات و خدمات به کلیه بازدیدکنندگان اقدام کرد.







اولیـــن گـــردهمـــایـــی معماران و طراحان داخلی

کلکسیونی از برترین برندهای فعال در زمینه معماری و دکوراسیون داخلی در طبقه تخصصی مبلمان مرکز خرید آرمیتاژ گلشن گرد هم آمدن تا یک رویداد شاخص و بی بدیل را به نمایش درآورند.

در این برنامه که با حضور چهره‌های شاخص معماری همراه بود، بیش از ۳۰۰ آرشیتکت و طراح مطرح مشهد آخرین دستاوردهای حوزه دکوراسیون داخلی را مورد بازدید قرار دادند.

گفتنـــی است در ایـــن رویـداد، برنـدهـا مطـرحی همچـون دوان، گروه معماری حجری، مبلمان اِرم، مبلمان رُست، خانه لوکس دائمی، موگه، چشـم انداز، مبلمان ایتالقـوم و هارمونـی به عنوان میزبانان اصلی، بازدیدکنندگان همراهی کردند.









سخـن روابــط عمومـی Public Relation word

ترسیم خلاقیت ارتباطی بر بستر فرهنگی

در دنیای پرتکاپو و پرسرعت عصر حاضر، اهمیت ارتباطات و تأثیرگذاری اَشکال مختلف آن در روابط میان فردی و گروهی غیر قابل انکار است و با پیشرفت روزافزون فن‌آوری‌های ارتباطی، دیگر تنها زبان نیست که سخن می‌گوید. راه‌ها و شیوه‌های گوناگون برقراری ارتباطات نیز در کنار تکنولوژی به عنوان بازوی توانمند عصر ارتباطات، کارایی روابط عمومی را برای جلب مشارکت مخاطبان ارتقاء می‌بخشند.

از آنجا که روابط عمومی در هر سازمانی موظف به انجام امور متعدد کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت است تا اهداف سازمان متبوعه و مخاطبان خود را محقق کند، روابط عمومی آرمیتاژ نیز همگام با همین روند، رویکردهای نوین و خلاقانه‌ای را در جهت برقراری ارتباط با مخاطبین خود پیش گرفته است تا امکان ایجاد ارتباطی دوسویه را هرچه بیشتر و فعال‌تر فراهم کند.

از جمله اقداماتی که شرکت توسعه سرمایه گذاری آرمیتاژ و گروه شرکت‌های پاریز توجه ویژه‌ای به آن داشته و دارند، برنامه‌ها و هدف‌گذاری‌هایی بر بستر فرهنگ بوده که توجه خاص و متفاوت به مناسبت‌های آئینی، مذهبی، ملی و تاریخی به عنوان بخشی از فعالیت‌های عمومی و فراگیر این مجموعه محسوب می‌شود.

شاهنامه خوانی و قرار دادن تندیس حکیم سخن پارسی در روز بزرگداشت فردوسی، ساخت اِلمان مفهومی ماه مبارک رمضان برگرفته از حال و هوا و هویت شهری، ایجاد فضای روحانی و ملکوتی در سوگ رهبر کبیر انقلاب، ساختِ و رونمایی از اِلمان مفهومی و مدرن محرم به عنوان نماد ایثار و آزادگی تنها بخش کوچکی از این اقدامات را شامل می‌شوند که تمام گروه‌های سنی را از لحاظ بصری درگیر می‌کند.

از جهات دیگر برگزاری برنامه‌های متعدد برای گروه‌های سنی مختلف، تشکیل دوره‌ها و برنامه‌های جذاب ویژه بانوان، همایش‌ها، جشنواره‌ها، مسابقات و بسیاری از برنامه‌های مناسبتی از این دست نیز در کنار ایجاد شبکه هدفمند تبلیغات و راه‌اندازی کمپین‌های بزرگ و موفق اطلاع‌رسانی از دیگر راه‌های انحصاری روابط عمومی آرمیتاژ در راستای جلب نظر مخاطبین بوده که به جرأت می‌توان گفت تمامی آن‌ها برای نخستین بار در شرق کشور توسط این مجموعه پیشرو طراحی و به اجرا درآمده‌اند.

در پایان امید می‌رود با ادامه این روند و حفظ ارتباط هرچه نزدیک‌تر و افزایش تعاملات هرچه بیشتر میان این مجموعه و کلیه نهادهای دولتی مرتبط، زمینه‌های برگزاری برنامه‌های فرهنگی و تفریحی جذاب‌تر و متفاوت‌تری بیش از پیش فراهم شود. این میان نقش مردم به عنوان مخاطب اصلی کلیه این اقدامات از جایگاه ویژه‌ای در آرمیتاژ برخوردار است و از همین رو نیز بستر ارتباطی گسترده‌ای توسط روابط عمومی مجموعه فراهم شده تا مخاطبین با هرنوع دسترسی به ابزارهای ارتباطی نوین، امکان اعلام نظرات و پیشنهادات خود را داشته باشند.

تلاش ما این است تا به مدد تمامی این راهکارهای ارتباطی گام‌های بزرگ‌تر و محکم‌تری در راستای رفع دغدغه‌های فرهنگی مجموعه بزرگ آرمیتاژ برداشته شود.

مجید مسلمی

مدیر روابط عمومی و امور بین الملل

+98 51 3 1905

www.armitajmall.com

armitaj.co@gmail.com

SMS +98 30006215

telegram.me/armitajtowers

instagram.com/armitajtower



برند محبوب ایران

درسال ۱۳۹۵

Iran Hotel Online .com

رزرو لوکس ترین هتل های ایران با تخفیف های طلایی

تفاوتهای شاخص ما :

- بیش از ۳ میلیون مشتری وفادار
- بیش از ۵۰۰ هزار نظر واقعی
- رزرو بیش از ۱۵۰۰ هتل به صورت ۱۰۰درصد آنلاین

برخی دیگر از تفاوتها و خدمات ما :

- گارانتی بهترین قیمت در لحظه
- امکان تغییر و کنسلی رزرو به صورت آنلاین
- صفر درصد کارمزد کنسلی
- امکان پلن های ویژه برای مسافرین کثیر السفر
- ارائه **Sign** و **API** به تمامی آژانس های ایران
- ارائه پلن های فروش ویژه برای ارگان ها و سازمان های دولتی و خصوصی
- پوشش حداکثری واحدهای اقامتی ایران
- دارای ۵ شعبه خدمات مشتریان
- بیش از ۱۱ سال سابقه فعالیت

برخی از هتل های زنجیره ای طرف قرارداد ما :

گروه هتلهای آرتا | گروه هتلهای جهانگردی | گروه هتلهای سوربنت | گروه هتلهای کوثر | گروه هتلهای مهر | گروه هتلهای کاسپا | گروه هتلهای آریا

گروه هتلهای پارسیان | گروه هتلهای هما | گروه هتلهای پارس | گروه هتلهای اسپیناس



IHO_Channel

24 ساعته آنلاین

هوشمندانه سفر کنید...

کد تخفیف : MahanAir-v4



رزرو آنلاین بلیـط هواپیمـــا

مطمئن و بی واسطه خرید کنید

از طریق سایت و اپلیکیشن

خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی
ره بال آسمان
Tour & Travel Agency Co.p.j.s

www.Rahbal.ir

Rahbal_Aseman

info@Rahbal.ir ۰۵۱-۳۷۱۷۰

مشهد / بلوار سازمان آب / بین شهید صادقی ۱۵و۱۷

دانلود اپلیکیشن خرید بلیط پروازهای چارتری و سیستمی

Download on the SibApp

دریافت از بازار

GET IT ON Google Play

