

“联盟飓风” 袭卷家居建材市场

多个品牌抱团出击迎战淡季

□记者 任富强

入秋之后，建材家居市场进入销售淡季。为了赢得市场和消费者，我市不少商家抱团搞促销，频频开展“联盟营销”，成为一个独特的市场现象。

强强联合“联盟营销”唱主角
市民王先生最近正在装新房，与家装公司签约后，他开始往返于各建材家居市场，着手选购地板、卫浴、家具等建材产品。偶然间，他在太平洋灯饰城看到一则关于“超值联购”的消息，这些建材品牌不仅是行业内的佼佼者，也是他心仪已久的品牌，更重要的是还有各种优惠活动，王先生毫不犹豫地加入其中。

近几年来，家居建材行业联盟组织层出不穷，他们联合同业品牌共同开发市场，共同举行大型活动。以今年为例，自“领袖联盟”于今年 7 月成功举办第二届建材团

签会后，11 月的建材家居市场再掀“联盟营销”高潮，“领袖联盟”军团成为最耀眼的市场主角。11 月 20 日，“领袖联盟”筹备多日的“岁末巨献，机会只有一次”活动将在上海世家绚丽举行。

回望当前建材家居市场这股“联盟营销”风潮，其实源自 2010 年。当年，箭牌卫浴、东鹏瓷砖、全友家居、美尔凯特吊顶、欧普照明、生活家地板、华鹤木门、欧派橱柜、好莱客衣柜、如鱼得水窗帘、大鹏采暖，这些国内家居行业的 11 大巨头携手成立了“领袖联盟”，引起了广泛关注。此后，联盟军团的作战方式在全市范围内掀起一股热潮，如今，建材家居联盟俨然成为行业的营销新模式。

联合让利 “联盟营销”与消费者双赢

联盟现象的层出不穷充分说明建材老板们都了解“人多力量大”

的道理，然而，品牌联盟究竟能否给消费者带来实惠？联盟能否达到大家都想要的共赢效果？

今年 7 月 16 日，热闹的五一路人民会堂里满是穿梭的身影，市民刘女士正忙着下订单。刘女士表示：“家里装修已经半月，很多建材都还没有购齐，跑了很多家觉得一下子花费这么多钱还没有多少优惠，心中十分不平。这不，今天赶上这个活动，优惠了不少。”据了解，刘女士当天在箭牌卫浴、欧普照明、生活家地板、华鹤木门、如鱼得水窗帘等几家品牌建材店共下了 3 万余元订单，获得数千元的优惠，让她欢喜不已。

另一位在排队付款的市民张先生也表示，5 月以后，建材市场就没有什么促销优惠活动，此次“领袖联盟”活动给夏季装修的业主提供了一站式消费，不仅品牌众多，价格也挺实惠。

据了解，联盟内的品牌都是家

居行业的知名品牌，不仅品类多、涵盖面广，而且质量好、服务好、价格稳定。它以一个群体的力量，给予消费者一个真实的、最实惠的高端品牌主材采购链，在让利的前提下，为消费者提供一站式服务。对于消费者来说，既能节省费用，也可以节省时间。“假如采购的产品均来自这些品牌成员，我不仅能享受到最实惠的‘厂家价’，还有机会获赠家用电器、免单大奖，这的确很划算。”市民张先生如是说。看得出，他心里的如意“小算盘”早已打好。

而对于商家来说，组成联盟不仅可以提高产品销量，还可降低商家的活动费用。同样的活动，如果单独一个商家操作，花费数额巨大，而大家联合起来，费用均摊后较为实惠，宣传效果也令商家较为满意，这样，商家又可以把降低的费用回馈给消费者，形成良性循环。



多数现代人对装修设计一知半解。于是，装修前不做预算导致严重超支；装修后，也达不到自己满意的效果，往往劳神又伤财。家庭装修，切忌五大通病——

[通病四：一步到位]

年轻人装修新房总想“一步到位”，做满屋子的柜子和一些固定性的家具，结果很长一段时间无法再做改变与调整。装修应该随环境改变做相应的调整。不同的季节更换相匹配的家居配饰，主人的心情会随着家居的变化产生新鲜感。更重要的是，当二人世界变成三口之家时，如何合理规划和利用房屋的空间，主人还需要进行重新规划。

专家建议：新房装修一定要“留白”，以适应未来变化。

[通病五：盲目攀比]

很多人装修房子喜欢跟风，看到别人追求豪华，也一味追求，结果一套居室装修下来，耗去数十万元。

事实上，很多部位实在没必要“大动干戈”。譬如，大多房屋内部只有两米多高，做“天花吊顶”的装修是不适宜的。吊出的顶即使再漂亮，也易给人一种压抑感，不如改为贴饰些木材或石膏饰件；装修材料未必越高档越好，采用质优价廉的材料，每平方米能省下几十元的费用，用这些钱买些高档大气的家具及电器，则更为实用美观。

专家建议：现代人装修的理念应该是从简、环保，居住时温馨和舒适，“盲目攀比”投入资金比重偏大，占据室内空间也较多，同时因为使用有毒有害材料较多，对身心健康也很不利。

(伟芳 东平)



[通病一：胸无全局]

很多准业主在拿到新房钥匙后，还没选择好装修风格就立刻进行装修，凭一时好恶边装边看，结果导致装修效果与预想相差甚远不说，装修预算也超支很多。

专家建议：准业主们拿到钥匙后，应先确定装修风格，包括装饰材料、家具和摆放位置等，然后结合自己喜好的风格、自身的经济能力，尽量控制预算。委托一家信誉好、质量可靠、价格公道的装修公司，将您的资金投入情况，对房屋的功能需求表述清楚，由装修公司为您设计、装修。同时，您应常去现场，随时和施工单位磋商，以获得最为理想的装修效果。

[通病二：贪小便宜]

事实上，很多装修上的纠纷都是消费者贪小便宜造成的。比如，为了省钱，聘请街头施工队进行装修。这些施工队伍通常以低价格吸引客户。一旦达成协议，使用的材料以次充好等装修问题就会接连出现，有的甚至把上一家业主装修剩余的材料都拿来使用。其次，

按合同，该竣工时却迟迟不能完工。而在环保方面，许多业主在装修结束后几个月还不能入住，因为室内的味道让人不敢正常呼吸。

专家建议：一分钱一分货。装修这钱，省不得。

[通病三：生搬硬套]

装修前，李女士在网上找了很多漂亮图片，还买了很多时尚家居杂志。装修时，她把精挑细选的图片拿给设计师看过后，设

计师却说没有一个适合刘女士的新家。其实，适当的参考与借鉴是必要的，但一味地模仿则完全没有必要。同样的装饰造型，在他人的住宅中显得匀称得体，但用在自己家里可能会给人凌乱的感觉。

专家建议：在施工之前，准业主应该及时告诉设计师自己的需求，并根据自己家的户型，就购买哪些家具、如何摆放这些家具、还需要添置哪些配饰等问题与设计师达成共识，才能真正装修出适合自己的家。

如鱼得水窗帘 受客户好评

本报讯 深受市民关注的、有中国第一品牌窗帘之称的如鱼得水窗帘自 9 月 29 日盛装开业以来，一直销售火爆，开业前期，市民预订的窗帘全部安装到户。根据市场调查发现：市民对该产品均有很高满意度，无一业主发现窗帘瑕疵，或者出现色彩、质量问题，市民纷纷称赞其高品质。

据了解，如鱼得水窗帘在行业内，无论从品质、款式、口碑还是综合服务，都称得上业界“大哥大”。该品牌经过数年发展，历练出的核心竞争力主要有“零星订单、标准化流水线生产、成品快捷供给模式”的开创者；品牌来自上海，通过全国连锁专卖积累的经验至诚为您服务；款式的设计由台湾布艺设计师领衔与国内多位顶尖设计师全职负责产品的研发创新，款式全国领先；生产工艺，有多位服装工艺师担当技术指导，目前，制作标准已超过 300 个，产品来自标准化工厂，制作工艺全国领先，西装工艺，真正的好窗帘。

如鱼得水窗帘还有以下优势：面料净面率超过出口欧美的质检标准；拥有完整的零库存销售服务体系，从店面选址、设计、装修指导、培训、上样布展、开业协助、跟单专管、专用订单管理系统、后勤物流、例行维护等已建立标准体系，对每个专卖店形成强大的支撑，使专卖店给客户能够提供更加贴切的服务。

记者调查得知，如鱼得水窗帘在全国首家成立客户服务中心，坚持“耐心、和蔼、高效、有方法、有道理，尽我所能，所有问题到我这里为止”的服务态度。目前，如鱼得水窗帘的成品窗帘销售形势良好，安装到户的业主均对其评价很好。

(见习记者 雷明辉)

厨房要漂亮 更要实用

拥有一个精心设计、装修合理的厨房会让您变得轻松愉快起来。厨房装修首先要注重它的功能性，以下几种方式为您打造一个漂亮实用的厨房。

● “黄金三角”

“黄金三角”，就是说您的炉灶、水盆和冰柜要成三角形。三角形里的空间就是您站立的位置。那样，您就不需要来回跑，只要一转身就能拿到需要处理的材料。这对于面积大的厨房尤为重要。

● 收藏空间

收藏空间主要有两种，壁橱式和抽屉式。壁橱式就是打开一道门，门后是收藏空间，通常我们得爬高钻低地把东西往里塞。抽屉式就是把收藏空间从门后解放出来，不劳您低头弯身。但是挑选的时候，还要特别留心材质。理想的材质能承受合理的重量。

● 空间特定性

抽屉里面的间隔有很多种。瓶有瓶的位置，碗有碗的位置，这当然要整齐，不过值得注意的是用具因需要经常更新，空间的特定性如果越高，将来能继续使用的机会就会越低。

● 干净不凌乱

厨房不光要有足够的收藏空间，还要有足够的工作空间。有些人喜欢把油、盐、酱、醋等东西统统放在工作台面上，其实工作台面是不适合放很多杂物的，这不仅显得凌乱，而且厨房油烟重，容易污染瓶罐，所以，收起一切零散的东西，多留些空间吧！

(小雨)