

创刊词

资讯时代,宅居生活更突出,孵化宅男宅女,所以“家”的概念在今天是那么可人,而广厦美楼,温馨家舍,离不开饰材和装扮,更离不开能工巧匠的智慧。今天,《周口晚报·建材家饰》周刊,在这个家居生活崇尚唯美的日子里创刊了,将给广大读者带来丰富多彩的建材家饰的资讯生活。

作为周口的主流媒体,我们时刻关注着周口建材家饰市场的风云变幻和行情波动;时刻关注着市场格局的细分化走势;时刻关注着各大品牌的投放和运作;时刻关注着百姓消费及其家居生

活的审美动向;时刻关注着各大创意公司的风格流变及其在消费市场的反应指数……总之,周口的建材家饰生活,是我们永远关注的,我们的努力能为周口市场和百姓生活更添光彩。

我们的宗旨是将周刊办成专业性、服务性、时尚性、可读性更强的一份报纸,为商家和市场,为读者和消费者提供一个最具权威的资讯平台。周刊将根据读者的要求,推出行业资讯、卖点品牌、家饰天地等版面,将第一时间报道周口建材家饰市场的各类资讯和动态。

支持周口建材家饰市场做大做强、帮投放周口市场的各大品牌迅速找位、提升来周口的各路弱势品牌的知名度、为百姓装饰建房提供“货比三家”建材家饰价格和质地资讯,监督无法商家扰乱市场秩序等,这是我们永远的追求和不懈努力的方向。

我们相信,创刊后的《周口晚报·建材家饰》周刊,将是一张宣传、打造周口建材家饰市场的名片,更是架设市场买卖双方的一座沟通畅达的桥梁。

周口晚报建材家饰编辑部
2012年8月20日



周口铁路建材城一角 记者 梁照曾 摄

周口建材家饰谁主沉浮?

装房,必用建材,这是道坎!有人,就要有房,这是铁律!生活万象,纷纷扰扰,虚幻无常,而吃住,是真相,所以,建材家饰市场,也就牛,也就闹,也就争,也就乱,这就是周口的建材家饰市场的现状,也是老百姓走进建材市场的第一印象。

笔者所指“闹”“乱”,并非那种堆物杂乱、管理无序的表象,而是市场品牌的品质好坏不一,是深层次的问题。谁能给百姓消费提供指导?谁的产品和商品品牌能够给消费者带来实实在在的称心、满意和安全?不知道市场有几家能够回答这些问题。提倡绿色的未必是真绿色,污染难去,我只是想说谁敢拍着胸脯给老百姓一个承诺?

家住易天国际小区的赵女士投诉建材市场的某品牌卫浴产品存在质量问题。她第一次买来该品牌卫浴产品装上,出现开裂,到商家调换后装上,又一次开裂,此次开裂时,她和家人都不在家,造成水淹楼的情况,将木地板全部泡坏。此等劣质的卫浴,让消费者伤透脑筋。面对琳琅满目、牌子不一的建材装饰产品,我们该怎么去选择,实在是一件犯难的事。

所谓“争”,是周口建材市场的格局之争。现在,周口的建材家饰市场,经过近10年的发展和调整,已经逐渐形成南北对峙的格局,即铁路建材城、中原国际商贸城两大板

块,前者以商战之地利的优势,吸引着商家和消费者的脚步,成为市区撼不动的市场老大。哪怕是有关方面采取多么诱人的方式,企图打破这种失重的格局,但是面对市场的自然流动,谁也改变不了自然法则的定律,哪里挣钱往哪里去,这也是商家的规则。

近日,笔者听说市区另一块市场,也以理想主义者的冲动,悄悄启动建材之业。且不说,后来者以怎样的市场运作技巧来催升人气、招商引“风”,而一个市场的形成,不仅需要市场所需求的诸多要素,还需要运作者的超强智慧。其能否“后来者居上”,还要经得起考验。

周口建材市场的切割和流变,体现一个“牛”字,谁“牛”?市场“牛”,商家“牛”,建房离不开建材,不论是谁,盖房装修就必须买建材,身坐店铺,打点一两个品牌产品,滚滚利来,彰显卖方市场的“牛气”,然而面对消费者的理性脚步,商家明显感受煎熬,坐拥一线品牌,为何市场如“温水煮青蛙”般的乏力,这是眼下周口很多建材商百思不得其解的问题,而缺乏市场品牌的培育,是个关键因素。这就要求商家要有所割舍,要有远见,因为在市场中,消费者才真正“牛气”,谁敢招惹?冲着好的市场和品牌,消费者去消费,才能让商家“牛气”。

(梁照曾)

英皇电器时尚衣柜生活馆登陆周口



本报讯 随着物质生活水平的提高,我市众多消费者对家装的要求越来越时尚化和品牌化。源自欧洲,传承皇室尊贵、典雅的贵族气质的英皇品牌是闻名全球的国际化研发、制造企业。创立60多年来一直致力于新型节能、环保科技产品的研发及推广,拥有多项核心技术及国际专利,公司生产的英皇系列产品畅销全球100多个国家和地区。为了能够更

好地服务于消费者,近期在我市莲花路恒丰建材城精心打造了英皇电器时尚衣柜生活馆。

英皇电器时尚衣柜生活馆展示了佛山市英皇电器有限公司生产的高效率节能红外线、大气式燃气灶具、燃气热水器、吸油烟机、消毒柜、电热水器、集成厨房、时尚衣柜等主要产品,公司拥有占地面积近20000平方米的现代化公园式厂房,配备多条由

德国引进的现代化高科技生产线,以及各种先进生产的研发、检测设备,设有技术开发中心,检测中心和使用寿命测试实验室,主要从事低碳、节能环保厨卫电器,集研发、生产、销售为一体高科技综合型企业,公司拥有集五金冲压、模具设计、电子脉冲开发、厨卫电器产品组装等多家子公司,已通过ISO9001国家质量管理体系认证,实行管理系统化、制度规范化、生产专业化、成果数据化、质量标准化、服务一流化的企业管理体系。公司一贯注重品牌的力量,以品牌为战略,以品质为核心,注重市场,致力于产品质量研究探讨、创新,不断开发和探索新的业务品种,把企业推向具有规模现代化,产品工艺先进化,主导产品和特色产品延伸加工发展方向。

周口英皇电器时尚衣柜生活馆刚刚试营业就迎来络绎不绝的消费者。在火爆的销售现场,一位姓崔的女士掩不住激动的心情对记者说:“俺信赖英皇电器,不仅仅是它的品质,还有它的时尚元素和性价比,能真正让咱老百姓在家门口就能享受到世界领先高科技产品。”

(徐如景)

周口业之峰喜迁新址

多重优惠馈市民

□ 记者 田松平

本报讯 8月25日,周口业之峰装饰有限公司将喜迁新址重装开业。这意味着周口业之峰以崭新的面貌为业主提供更加优质、更加全面的高品质服务。为感谢广大市民多年来对周口业之峰装饰的关爱,该公司将推出很多优惠活动回馈消费者。

“进驻周口以来,业之峰就深受广大业主的关爱。现在我们把新址迁到龙都国际广场,就是为了更好地为业主提供一个平台,将我们国际化的设计理念,更好地传播给消费者。”周口业之峰装饰有限公司负责人师总说,希望以本次重装开业为契机,为注重品味生活的顾客提供高品质服务。

据了解,业之峰装饰有限公司1997年在北京成立,主要从事住宅及大型公用建筑的设计、施工和建材供应等相关业务,是中国最大的家装公司之一。业之峰的分支机构,遍及全国各地;20多家直营分公司、

90余家加盟分公司、200余个店面、2000余名设计师和20000余名专业施工人员,构成了中国最大的家装服务网络。

业之峰一向以创新引领行业发展:1997年,推出了家装行业的第一份报价单,规范了市场报价;1998年,率先提出“脱离主材,专心做好工程”的经营理念,从而创建了“京派家装”模式;2000年,率先走出北京在全国各省市开设直营分公司,为装饰公司走向全国做出了重要贡献;2002年,首家在家装行业开展特许经营模式,为特许经营业探索出了一条新路径;2005年,率先实施“完整家居”服务运营模式,开始为客户提供一站式家装服务;2006年,推出了著名的“蓝钻工程”,在家装界确立了施工领域的领导地位。

业之峰凭借10余年100000户的装修经验,在环保家装的路上不断探索与创新,已成为名副其实的“中国环保家装领跑者”。

“中国卫浴节 恒洁欢乐购”启幕

周口市场优惠幅度大

□ 记者 田松平

本报讯 百城千店齐让利,节水体验惠万家,第5届“中国卫浴节·恒洁欢乐购”已于日前在全国33个省级行政区近2000家专卖店盛大启幕,高品质卫浴、厂价直供、节水体验触手可及。从即日起截止到9月9日,恒洁卫浴周口专卖店将与你分享购物的欢乐,为你提供用心优质服务实实在在的优惠。

“中国卫浴节·恒洁欢乐购”已经连续举办了5届,这是中国卫浴的大品牌、领航者——恒洁卫浴所创办的一场规模宏大、全国联动的欢乐购物节活动,目的是让中国千万家庭卫浴需求者在购物的过程中享受恒

洁卫浴的优质服务和实实在在的优惠。5届欢乐购让节水体验走进了中国千家万户,向更多的人传递“每一滴水都是生命之源”,节约从每一滴水做起的道理。也让越来越多的家庭可以享受到高品质卫浴,拥有自己温馨的家,健康的生活。

高档限量马桶仅需599元,纯铜材质淋浴设备也是599元,高档浴室柜也是1899元……昨天上午,在市区大庆路龙都国际广场,记者看到恒洁卫浴周口专卖店正在通过厂价销售、来店有礼、惊喜抽奖等活动,为消费者打造欢乐购物的节日气氛。“座便器、花洒、浴室柜、水龙头,4件套卫浴组合只花了3288元?”市民刘先生瞅着眼前的4件套

卫浴兴奋不已。“与平日销售价相比,此次活动单品价最低将优惠20%左右;而组合套餐形式的捆绑销售,更是可以优惠40%左右,有的甚至零利润销售。”恒洁卫浴周口负责人介绍,此次活动中,恒洁卫浴还推出了节水花洒、节水龙头等卫浴产品,其中不乏融入了节水的设计理念,如通过开关来控制出水量的大小等。

据了解,恒洁第5届中国卫浴节虽然开展了诸多打折活动,然而其服务却没有因此打折。活动期间,消费者将享受到售前技术咨询、施工过程的安装技术指导及服务热线、网络平台互动等多渠道的全程式服务。