

看懂报价 选对辅料

窗户、吊顶、淋浴房报价存在消费陷阱,提前了解避免装修价钱潜规则

不少消费者有这样的经历,安装窗户、吊顶完毕后,实际支付价钱比商定好的价钱高出许多。由于市场竞争激烈,很多商家选择利用消费者专业知识不对称,以较低报价吸引消费者,在计价方式上玩猫腻,最终牟取暴利。在主材价格已经透明的市场,一些看似简单的辅料,成为行业内的消费陷阱。在选购时,消费者应多看多问,避免价格潜规则。

窗户 辅料价格高

窗户安装,除了玻璃与窗框,还有很多其他需要花钱的地方,例如五金件、纱窗等。一些商家利用消费者对此不了解,报价时只报玻璃和窗框的钱,故意漏报一两项,以低价吸引消费者签单,在安装时告知还要加其他零件和工序,否则窗户无法安装或使用,消费者只能掏钱。有的商家增项严

应对:

窗户报价一般包括玻璃、窗框、五金件、纱窗、横梁立柱、封胶(黏结玻璃与窗框)、胶条(黏结窗框与窗框)等,消费者要问清楚商家的报价包括哪些项目,每个项目的数量、

淋浴房 异形玻璃价格高

不同商家的淋浴房面积计算方式不同,选购和安装淋浴房也容易产生纠纷。非整套出售的产品,需要设计师上门测量计价,品牌商给出配选范围,消费者自行选择款式、玻璃、铝材、配件等,通过最终面积计算出价钱。在这其中,有些商家在玻璃面积的计算方式上玩猫腻。一般来说,平面玻璃和特殊造型的玻璃(如弧形)的价格是不一致的。弧形玻璃在加工时有损耗,底座、框架、封边的配料损害更多,

应对:

在选购淋浴房时,尤其是造型特殊的淋浴房,要跟商家约定好面积计算方式。据介绍,正规厂家在设计安装淋浴房时,都要收取一定设计费用和安装费用。如果商家承诺免费,可能在其他方面多收费。除玻璃外,其他零件使用的品牌、数量、规格,也应和商家问清楚,算出总价,再决定

重,消费者实际支付的价钱比最初报价要高出一两倍。有的商家利用消费者不懂材质区别,以次充好、更换材料、偷工减料,消费者在使用一段时间后才能看出来,受到损失。

据介绍,目前市场上窗户材质可分为木质、塑钢、断桥铝三大类。断桥铝使用较多,

规格、尺寸,尽量避免在安装时产生增项。在签单时,消费者要与商家核对这些信息,最好约定如果产生增项,责任由谁承担。窗户在测量安装的时候,消费者最好全程参与,

价格大约是每平方米800元。在选择材料时,消费者要看型材柔韧度。材料偏小、偏薄会导致刚度降低,影响抗风压等性能。窗户玻璃一般需要两层胶,一层用于黏接玻璃与框架;另一层用于玻璃之间的密封,消费者要仔细观察验收。

与商家共同商议使用材料和数量,并在施工过程中监督,是否按照商议进行。除了订单和销售合同,最好与商家签订保修合同,约定双方责任。



木地板龙头企业大手笔“总裁开仓放价”活动圆满落幕 ——圣象地板“6.22 抢工厂”活动纪实



■记者 田松平

作为木地板行业龙头企业的圣象地板,经过近一个月的紧张筹备,终于在6月22日成

功举行了圣象17年来仅有的一次“总裁开仓放价、抢工厂”活动。

6月22日6时许,位于工农路与黄河路交叉口的圣象地板周口专卖店门口停了几辆大巴车(如图一),它们准备载着周口的消费者去信阳参加“总裁开仓放价、抢工厂”活动。本报记者赶到圣象地板周口专卖店门口时,大巴车已经被专卖店的工作人员装扮一新,车里坐了一百多位周口的消费者,他们整装待发去信阳“抢工厂”,“抢49元每平方米的地板”。据周口圣象负责人张小坤介绍,此次活动参加的消费者大部分都是豫南地区的客户,由于场地有限,河南全省只能分3个片区举行。

经过两个多小时的长途跋涉,大巴车终于到达了信阳,一百多位周口的消费者在工作人员的安排下到达了活动现场。几千平方米的仓库中摆放着百余款花色的产品,现场近百名销

售人员、十个收银组在不停地忙碌着(如图二)。家住周师北院、还没有交房的时女士高兴地拿着订单说:“这样规模庞大的活动我还是第一次参加,我是和朋友一起来的,我们定了5家。”当记者问为什么定那么多时,她激动地说:“因为我另外两个朋友虽然没有交房,但是这次的价格是实实在在的优惠!”经过近两个小时热火朝天紧张地抢购,活动已经接近尾声,记者好不容易在茫茫人海中找到了本次活动的主办方圣象集团的负责人,集团华北区销售总监李总。据他透露,圣象集团为了回馈17年来消费者对圣象地板的支持与信赖,回报全国700多万的消费者,集团在全国举行“总裁开仓放价”活动,此次活动圣象集团越过代理商、越过分公司直接把实在的优惠让利给全国的消费者。据了解,此次豫南地区的抢工厂活动,总计签单订货金额1300万左右,合计订单

量超过千余单。记者在回周口的途中了解到,此次前来的消费者都抢到了中意的产品。正可谓:不怕远、不怕累、让更多的消费者用得起圣象地板才是硬道理!



图二