

号称价格最低 实则变相加价

小网站“家居砍价会”为美丽陷阱

日前,有报料称,近两年深圳兴起一股家具建材“砍价会”风潮。因为声称能帮装修业主拿到“绝无仅有”的“惊天折扣”,所以吸引了大量的装修业主趋之若鹜。据称,多数“家居砍价会”并非宣传的那样,而是一个由“砍价师”和商家合演的双簧戏。他建议市民在参与类似的“家居砍价会”时要擦亮眼睛,慎之又慎。

疑点一:“家居砍价会”为什么不敢公开

记者了解到,不论是哪种形式的“家居砍价会”大多为封闭式活动,场所要么定在酒店,要么定在一些空置的场地。参与的人必须要获得一本准入证才能参加,这本准入证被称之为“护照”。场内看管较为严格,不准任何人在现场拍照或录音。

据熟知内幕的一位张先生称,每场“家居砍价会”活动一般能召集几百上千人不等。这些人从哪里召集来的?他称主要有三种来源,一是“砍价师”的团队成员通过电话约人,二是“砍价师”的团队到楼盘现场去拉人,三是合作商家在店面召集人。其中店面召集的人约占整个参与人数约六成以上。以一个品牌来说,在深圳如果有 20 个专卖店,每个专卖店召集 30 个人,就能够召集到 600 人。参与的品牌越多,召集的人也就越多。

据该人士透露,商家在召集参与顾客时,会明确说:“如果你们现在要买,只能给予正常折,如果到我们举办的家居砍价会现场,可以获得比正常折扣要低很多的折。”商家为什么要这样做,主要是让顾客没有同类产品可以进行比较。听了商家这样的话,多数顾客会选择后者,哪知其实是掉入了商家设计的“美丽陷阱”。

疑点二:折扣是不是最低?

大多数顾客参加“家居砍价会”图的是便宜,受到了大多数商家“史无前例的折扣”的诱惑。那么“家居砍价会”真的就是“史无前例的低折”吗?记者从某网站搜索到的一条网友的投诉中看到,该网友称于去年底参加过一场“家居砍价会”活动,结果无意中发现同一品牌的产品要比不久后的“五一”活动价贵很多,才明白上当受骗了。

一位熟知内情的人士告诉记者,“家居砍价会”之所以在活动期间可以做到低折促销,实际上这是商家们玩的一个“移花接木”的伎俩。在活动期间(一般为四个月内),他们会通过厂家和总代理商要求该区域的所有店面必须执行一个统一的折扣,而特意给“家居砍价会”一个较低的折扣。以便让顾客感到“砍价会”的折扣大,不明真相的顾客当然不知道里面的玄机。

疑点三:砍价过程像在演双簧戏

“家居砍价会”的现场颇为壮观,在一个数百人的封闭场所里,台上是商家和“砍价师”

在针锋相对,台下坐着一群懵懵懂懂的顾客在看热闹……这是记者潜伏到一个“家居砍价会”现场看到情景。

现场的“砍价师”是一个长相斯文、口才极好的中年男人。他一上来就介绍自己参加过多少场砍价活动,属于这个行当的顶尖高手。作为砍价师他的目标只有一个:那就是为顾客省钱,让他们拿到最低的折扣。一番精彩的开场白后,轮到一个个商家上场,进行砍价。

乍一看“砍价师”真可谓是真心实意地为顾客考虑,但究其真实目的却有另一番实情。据报料人士称,就他所知道的情况,一般的“家居砍价会”投入的成本并不少,场地、奖品以及砍价师的费用多则几十万,少则十多万。其中光“砍价师”一场活动至少要收取几万元,还要从每单成交里抽取 100 多元的提成。这些成本都要事先从商家那里预支,商家最终又从顾客的成交里获利。既要满足商家的利润,又要满足砍价师的分成。按照这个逻辑,顾客获得的优惠有多少就可想而知了。

(据《深圳特区报》)

金牌厨柜——索尼亚是厨房更是私人会所



厨房和橱柜的设计,在家居生活的使用功能和环境氛围中,都具有极为突出的作用。厨房更是住户操持一日三餐的重地,营造一个洁净明亮、操作方便、通风良好的室内环境非常重要。因而,在厨房和设施的配置上,也应该在视觉上给人们以井井有条、温馨典雅的良好感受,“生活在厨房”的理念越来越得到推崇。今天,将为您介绍一款金牌橱柜索尼亚。

金牌厨柜索尼亚是厨房,更是私人会所。在当下会所文化风生水起的趋势下,金牌厨柜推出的高端实木厨柜——索尼亚,首次在厨房

设计中导入“私人会所”的设计理念,循着“如何将厨房打造成使用者的私人会所”的设计思路,引领了国内高端厨柜领域的新一轮设计主题。

古铜嵌暖白色陶瓷拉手,更是这个古典橱柜设计的点睛之笔。门板、岛台、踢脚线都设计成弧形。滚筒状的弧形岛台及仿古吧椅,弧形结构不仅是索尼亚在造型上的亮点,也成为索尼亚独特的气韵,一气呵成的优雅弧度,让厨房空间更彰显出老派的优雅和不凡的尊贵。

(杨杰)

惠达卫浴 2014“五一”大促销奏中国卫浴最强音



□记者 田松平

本报讯 “五一”的销售高峰即将来临,拥有 32 年历史,国家住宅产业化基地企业、中国卫浴领军品牌惠达卫浴,携带厂家直供特惠产品及智能坐便器、家电等丰厚大奖,全国倾献,再次打出了促销大牌。厂供特价、抽大奖、享补贴,惠达卫浴出尽法宝,将在“五一”期间给全国消费者带来一场消费狂欢。

进入 2014 年,惠达继续发力和深耕国内卫浴市场,在各个重要时刻均打出了强有力的促销活动,每一次活动都给消费者带去了实实在在的优惠和惊喜。据悉,惠达卫浴将在全国各地的终端店面举办惠达“五一”,惠动中华大

型促销活动。

本次惠达的促销活动,力度前所未有的。推出了包括花洒、座便器、智能便盖等众多钜惠单品,超低的价格,超实惠的产品,钜惠单品,件件精品,圆你美好卫浴生活梦想!

钜惠单品智能坐便产品,韩国进口,技术成熟,品质可靠。是惠达与韩国公司共同投资智能产品生产线。功能完善,操作简易,适宜老人、儿童、女性、便秘人群使用。工厂让利,平民价格,享受国际产品。

除了钜惠单品,惠达还精心准备了钜惠套餐系列,经过设计师精心的搭配,既能享受到国内外顶尖设计师的关怀,又能以最低价轻松打造完美的卫浴空间。