

“红星美凯龙”喊你玩转“2天来了”促销盛宴

这几天,“+”成为明星面孔,频频出现在两会和网络上,“xxx+”如同为各行各业的商家打开了幸运通道。说好运,好运到,家居厂商们就遇到“红星美凯龙+”的好事:在“2天来了”活动中,红星美凯龙将带他们跨界营销。

“小伙伴们”,3月28日、29日,红星美凯龙喊你玩转促销盛宴!

只有大咖才能玩得风生水起

尽管业内人士普遍看好2015年的家居卖场,但是,有分析人士称,家居行业仍处于深度调整期,竞争日趋激烈,特别是单打独斗的老一套营销模式,亟须升级。

时代在变,“咏春拳”再厉害,也难有打遍天下的永远春天。正是意识到这一点,近些年,不少家居厂商纷纷踏上跨界营销。虽然跨界营销在汽车、互联网等行业中涌现成功案例,但由于家居行业的特殊性,大多数“试水者”并没能捞到大鱼。

所以,真正将跨界营销玩得风生水起,还是得看敢创新、善突破的行业大咖。红星美凯龙,作为中国家居行业的领军品牌,作为家居营销模式的创新者,一举一动吸引着行业的关注。带着“小伙伴们”又酷又好玩跨界,红星美凯龙当仁不让地位被寄予厚望。

为“小伙伴们”提供飞起来的“风口”

此次“2天来了”活动,是红星美凯龙跨界营销的杠杆品牌。上世纪八九十年代,中国各类家具建材市场鱼龙混杂。1996年,红星美凯龙在扬州率先实施“品牌捆绑式”经营,进行“市场化经营,商场化管理”,“红星号”初露头角,推动了整个行业的升级。近年来,红星美凯龙又先后领跑园林式环保商场、情境体验家居MALL。

在这个过程中,很多家居品牌的品牌商跟着红星美凯龙发展起来。自创业以来,红星美凯龙已与2000多个厂商签订联盟协议,带着他们征战全国,目前,在110多座城市开办了150余座家居商场,建立起一个稳固的厂商群体。红星美凯龙开到哪里,这些厂商就跟到哪里,“小伙伴们”都爱跟红星美凯龙一起玩。这次“2天来了”就是“红星号”的一次新玩法。红星美凯

龙以强大的行业号召力,凭借全国性的战略资源合作,组织百大品牌,一同促销。

只有站在风口上,才能更好地飞起来。观察人士认为,红星美凯龙以行业地位和号召力,通过“2天来了”活动为家居行业厂商提供飞起来的“风口”,必将让他们乐享营销成果。

用文化引燃新“爆点”带来长期的品牌溢价

“2天来了”跨界营销盛宴,虽然“菜品”花样繁多,但并非简单的大拼盘。一则营销理念精髓贯穿其中,那就是红星美凯龙对目标消费群体的准确定位。所有营销手段都由此展开。

经过科学调查,红星美凯龙分析认为,2015年,85年出生的人群已到30岁,“85后”群体达1.3亿,在互联网时代成长的新一代人群已经成长为消费中坚。他们对家居产品的需求,不仅要求满足基本功能,而且渴望体现个人的生活理念和品位。

因此,红星美凯龙在这次跨界大趴上,还特意为“85后”准备了一道“西餐”:邀请“世界上拍MV最好的乐队”OK Go飞越半个地球空降而至。

OK Go乐队可谓“85后”的青春伴侣。乐队1998年成立于芝加哥,一面世就因其创意十足的MV而走红,赢得大量粉丝,被称作“世界上拍MV最好的乐队”。MV《I won't let you down》上传第一天,在Youtube上的播放量就达到了108万次。

10多年隔海相望,今朝近在咫尺,能不让国内粉丝们喜大普奔么。与红星美凯龙合作,是这支美国流行乐队在中国的首秀。携手OK Go乐队,表明在家居厂商跨界营销已不新鲜的当今,红星美凯龙用文化引燃新“爆点”,玩出新花样。文化符号与物理产品跨界联手,能更全面诠释当前消费中坚群体的生活理念,满足他们的消费追求。

因此,不少业内人士分析,“2天来了”活动中,美国流行乐队与国内各路家居标志性品牌的“化学反应”,将在消费者心中建立忠诚度、认可度更高的品牌认知优势:“红星美凯龙不仅卖家居,而且在推广一种现代生活理念和方式”。显然,这将给参与其中的家居厂商带来长期的品牌溢价。

装饰公司低价材料暗藏陷阱

装饰公司出工出料,业主承担地板、瓷砖等主材的采购,这是目前枣庄市家装行业极为普遍的半装修模式,对于家装公司提供给的辅材清单,大多数业主关心的是价格,很少关心材料的品牌、规格、产地,但殊不知这些低价材料的背后隐藏着很大的猫腻,木工板即使厚度相差仅1mm,价格却会相差十几块钱一张,仅木工板基材一项柳桉芯板就比松木芯板单价高出100多元。

“目前有不少中小型家装公司,为了招揽客户,以超低的价格吸引消费者,30元—40元一张的木工板,乳胶漆200元/桶,设计师谈单子也是速战速决,等到签完合同,材料进场开始装修时,业主才发现材料跟当初想象的情况相差甚远,无论品牌还是质量都不是想象中的那样,如果按自己的要求做,消费者就要增加不少费用。”一位业内人士告诉记者,“通过我们做的几百家客户,发现这样上当受骗的消费者非常多。”据透露,作为装修的主要辅材——木工板是家装公司经常动手脚的地方,造成一些公司木工板报价低的原因很多,业主在检查核实时一定要谨慎。

木工板厚度相差1mm,单价差别十多元

据了解介绍,影响木工板价格的最大因素在于厚度,按照国家相关标准,木工板的厚度至少保证在1.7cm,目前市场上普遍的厚度在1.6cm左右,“不要小看这1mm的厚度差别,木工板的单价却相差至少10元/张。”据介绍,一张木工板1.22米*2.44米是由三层木板组成,最里面是基材,外面一层是杨木单板,最外面一层是奥古曼面板,这三层板子的厚度或木料品种直接影响到木工板的价格。

杨木单板

按照国家相关标准规定,杨木单板的厚度至少保证在1.5mm以上,市场上一些较差的杨木单板只有1mm不到,单价相差2元—3元/张。一张木工板需要6张杨木单板,整体就相差12元—18元/张。

芯材

据了解,目前市场上用作木工板芯材的品种相对集中,松木、杨木、柳桉、杉木及杂木,品种不同,价格也相差很大。其中,单价最高的是柳桉,柳桉芯的木工板单价至少在160元—170元/张,松木芯相对便宜,在60元/张左右。

同时,国家相关标准规定,芯材的宽度不能大于厚度的3倍,保持在3—5cm,芯材的宽度越大,木工板越容易变形,一些劣质木工板芯材宽度大小不均,但是一些不法商家会在木工板的四周做上围边,消费者无法从里面辨别。

此外,不少芯材都有不同程度的豁皮,即砍伐原木时留下的一些树皮痕,正规的木工板豁皮的数量不能超过板子的0.05。

奥古曼面板

这是木工板的最外层,正规的厚度应在0.6mm,但市场上一般厚度只有0.25mm,两者单价相差20多块钱,厚度薄的奥古曼面板容易造成木工板出现“透胶”的现象。

此外,环保等级不同,木工板的价格也相差很大。同时,正规的木工板采用机器拼接和机器烘干,严格控制含水率;而伪劣产品则采用手工拼接,大大降低了板子的强度,而且采用自然晾干的方法,含水率大大超标。

饰面板底板材料决定价格

据专业人士介绍,正规的饰面板厚度应在2.5mm左右,而影响价格的最大因素在于底板材料,目前常用的材料有杨木和柳桉,两者的单价差别在25元/张,一些不法商家在处理杨木底板时,会加入一些红色颜料,冒充柳桉木。

同时,市场上存在“EP”和“EV”两种饰面板,EP是指不破坏原树种结构,将其染色,弥补原有缺陷;EV就是俗说的科技木,它改变了树种原有的纹理结构,进行重新组合,但两种材质的饰面板市场价格相差不大。

多层板厚度是唯一因素

据了解,多层板在装修中主要用于做门套、止口、家具背板、抽屉框架等。目前装修使用的多层板主要有九厘板、五厘板和十二厘板,一些不法商家在厚度上“缩水”,十二厘板的厚度只有9cm多,九厘板只有不到7cm。

专家掌握技巧选木工板

记者了解,在挑选或检查板材的时候,首先选择品牌板材,品牌板材在长方向的围边上都有电脑打字,主要内容是品牌、厂家、甲醛释放量等指标;其次看产品商标、及防伪标识,并打咨询电话查询真伪。

业内人士提醒消费者,装修产品“一分钱一分货”,很多商家为谋取利润,对装修材料偷梁换柱,严重损害了消费者的利益,业主在选择家装材料时,不要只看价格,更多地要看产品品质。

新年装新家晚报来补贴 最低500元、最高20000元
晚报让你的新家更安全、免费验毒、监测工地

家居补贴”申领将在1月举行读者见面会,而补贴申领也将在本月告一段落。补贴申领报名进入倒计时,还未报名的读者可拨打3127930//18863239159进行报名。关注“枣庄晚报”家居,您可以看“枣庄晚报家居版”继续投票评选您满意的家居品牌。

2015“福满全城”购物消费节,枣庄晚报读者团团员组成活动,“新年安家·家居补贴”将面向装修业主发放500-20000元的家装补贴。准备装修的业主,可报名申领建材消费补贴。此次活动现场,由活动组委会审定认证的多家活动试点家装公司、建材品牌、家居品牌将现场接受消费者的咨询。由于场地有限,参与读者众多,所以提前报名的消费者可优先至活动现场,进行咨询、填报、申领。

由《枣庄晚报》主办,生活家地板、立邦漆、鹰牌瓷砖、青岛一木家具、华日木门、索菲亚衣柜、圣罗帝王橱柜、容声集成吊顶、川一硅藻泥、生活家灯饰、美大集成灶等近20个品牌协办的枣庄市民信赖诚信品牌让你的家居生活更安心。

从拿到新房钥匙那一刻,每个人都在为不远的幸福居家生活开始畅想,从基装改造到选购材料到施工验收,我们在整个装修过程中接受到的品质并不比那些新鲜的家装术语少。如何从数百个品牌中遴选出自己满意放心的目标,对于很多第一次接触装修的市民是个头疼的难题。

《枣庄晚报》家居版从2015年1月初开始,为广大家装业主推选家装过程中必需的三大环节(卖场、家装公司、材料)的几大高性价比品牌,以期让您的家装历程更省心放心。

本报主办的大型公益活动,“新年安家·

红星美凯龙“2天来了”促销盛宴

这几天,“+”成为明星面孔,频频出现在两会和网络上,“xxx+”如同为各行各业的商家打开了幸运通道。说好运,好运到,家居厂商们就遇到“红星美凯龙+”的好事:在“2天来了”活动中,红星美凯龙将带他们跨界营销。

“小伙伴们”,3月28日、29日,红星美凯龙喊你玩转促销盛宴!

只有大咖才能玩得风生水起

尽管业内人士普遍看好2015年的家居卖场,但是,有分析人士称,家居行业仍处于深度调整期,竞争日趋激烈,特别是单打独斗的老一套营销模式,亟须升级。

时代在变,“咏春拳”再厉害,也难有打遍天下的永远春天。正是意识到这一点,近些年,不少家居厂商纷纷踏上跨界营销。虽然跨界营销在汽车、互联网等行业中涌现成功案例,但由于家居行业的特殊性,大多数“试水者”并没能捞到大鱼。

所以,真正将跨界营销玩得风生水起,还是得看敢创新、善突破的行业大咖。红星美凯龙,作为中国家居行业的领军品牌,作为家居营销模式的创新者,一举一动吸引着行业的关注。带着“小伙伴们”又酷又好玩跨界,红星美凯龙当仁不让地位被寄予厚望。

为“小伙伴们”提供飞起来的“风口”

此次“2天来了”活动,是红星美凯龙跨界营销的杠杆品牌。上世纪八九十年代,中国各类家具建材市场鱼龙混杂。1996年,红星美凯龙在扬州率先实施“品牌捆绑式”经营,进行“市场化经营,商场化管理”,“红星号”初露头角,推动了整个行业的升级。近年来,红星美凯龙又先后领跑园林式环保商场、情境体验家居MALL。

在这个过程中,很多家居品牌的品牌商跟着红星美凯龙发展起来。自创业以来,红星美凯龙已与2000多个厂商签订联盟协议,带着他们征战全国,目前,在110多座城市开办了150余座家居商场,建立起一个稳固的厂商群体。红星美凯龙开到哪里,这些厂商就跟到哪里,“小伙伴们”都爱跟红星美凯龙一起玩。这次“2天来了”就是“红星号”的一次新玩法。红星美凯

龙以强大的行业号召力,凭借全国性的战略资源合作,组织百大品牌,一同促销。

只有站在风口上,才能更好地飞起来。观察人士认为,红星美凯龙以行业地位和号召力,通过“2天来了”活动为家居行业厂商提供飞起来的“风口”,必将让他们乐享营销成果。

用文化引燃新“爆点”带来长期的品牌溢价

“2天来了”跨界营销盛宴,虽然“菜品”花样繁多,但并非简单的大拼盘。一则营销理念精髓贯穿其中,那就是红星美凯龙对目标消费群体的准确定位。所有营销手段都由此展开。

经过科学调查,红星美凯龙分析认为,2015年,85年出生的人群已到30岁,“85后”群体达1.3亿,在互联网时代成长的新一代人群已经成长为消费中坚。他们对家居产品的需求,不仅要求满足基本功能,而且渴望体现个人的生活理念和品位。

因此,红星美凯龙在这次跨界大趴上,还特意为“85后”准备了一道“西餐”:邀请“世界上拍MV最好的乐队”OK Go飞越半个地球空降而至。

OK Go乐队可谓“85后”的青春伴侣。乐队1998年成立于芝加哥,一面世就因其创意十足的MV而走红,赢得大量粉丝,被称作“世界上拍MV最好的乐队”。MV《I won't let you down》上传第一天,在Youtube上的播放量就达到了108万次。

10多年隔海相望,今朝近在咫尺,能不让国内粉丝们喜大普奔么。与红星美凯龙合作,是这支美国流行乐队在中国的首秀。携手OK Go乐队,表明在家居厂商跨界营销已不新鲜的当今,红星美凯龙用文化引燃新“爆点”,玩出新花样。文化符号与物理产品跨界联手,能更全面诠释当前消费中坚群体的生活理念,满足他们的消费追求。

因此,不少业内人士分析,“2天来了”活动中,美国流行乐队与国内各路家居标志性品牌的“化学反应”,将在消费者心中建立忠诚度、认可度更高的品牌认知优势:“红星美凯龙不仅卖家居,而且在推广一种现代生活理念和方式”。显然,这将给参与其中的家居厂商带来长期的品牌溢价。

红星美凯龙建材/家居一站购齐

地址:滕州市奥体中心南 客服电话:0632/8078888



鲁南地区最大的
欧美家具生活馆

M 红星美凯龙
MACALLINE

红星美凯龙(滕州)全球家居生活广场MALL
地址:滕州市北辛路与科圣路交汇处(奥体中心对面)

全国统一服务热线:4008 213 213
www.chinaredstar.com

MMALL.COM
红星·美凯龙 星易家

关注红星美凯龙
新浪微博



红星美凯龙
FUN生活



- 100个好神拖、100台微波炉、50台洗衣机、15台冰箱 满额即送!
- 1000箱莫斯利安酸奶满就送
- 刷工商银行信用卡满5000返100
- 88个免单终极大奖、美国舒达床垫 等您来抽!

2015家居团购直通车现已全面启动,延续势头为枣庄家居再续传奇。“家居团购直通车”是为枣庄日报社为装修、扮家提供一种全新的模式:一站式获取多个家居卖场的最新信息,方便、快捷的同时还为读者提供了交流心得、享受团购价格的平台。读者只需要给我们的热线电话报名,热线电话 1886323915,就可以免费搭乘,参加“枣庄日报家居团购之旅”。

本次团购直通车团购地点位于枣庄市一个大市场,参与本次团购的品牌商家涵盖整体衣柜、地板、涂料等家装所需建材。

家居直通车开始报名

报名地点:枣庄日报报业集团一楼大厅
报名电话:1886323915

报名时间:2015年3月25日—3月29日

报名方式:拨打报名电话或到枣庄日报报业集团一楼大厅报名

报名费用:免费

报名礼品:报名成功后,将获得价值50元的家居团购直通车专属礼品

报名须知:报名成功后,将获得价值50元的家居团购直通车专属礼品

报名须知:报名成功后,将获得价值50元的家居团购直通车专属礼品

市民信赖诚信品牌展示

