

家居建材春季促销热闹开场 种种优惠陷阱须看清



内容提示:对于追求品质的消费者来说,名牌就是品质的保证,然而如果遇到不法商贩,这种说法就靠不住了。多年经营基础装修材料的老吴告诉记者,店里摆优等品,送货时却偷梁换柱换次品的现象,在小建材市场并不鲜见。

新一年的春季促销又来了,家居卖场和建材品牌火力全开力争拿下马年第一战,“最低折扣”、“买断单品”、“买家具送家电”、“保价半年”等各种促销消息闪花了消费者的眼睛。面对应接不暇虚实难断的促销信息,消费者如何保持淡定,如何避免掉入优惠陷阱?本期晚报家居热线为你专访多位业内人士,为你擦亮双眼。

比价格 数字游戏忽悠你!

在消费者心目中,只要是大大卖场的特价品,就可以放心购买。殊不知即使是大卖场,有些促销也是有九九的。

在某家居卖场记者发现,一款原价3146元的品牌马桶,特价只要999元;一款标价9329元的卫浴套餐,特价仅2999元。然而,一位卫浴经销商道出玄机。他告诉记者,卫浴产品的定价和卖价差别很大,也就是说,哪怕是在平时,卫浴产品的实际卖价都是远低于定价的。“消费者在购买时,不应只看定价,而要比较该品牌平时的实际卖价,才能知道真正的打折幅度。”

这位经销商还说,购买特价产品时要注意产品本身质量。比如,有些产品打折原因是设计过时、工艺落后、存在瑕疵甚至是压库存的滞销品。“购买特价商品时,一定要多向导购问几个‘为什么’,弄清楚做特价的真正原因。”

还有一些特价只是诱饵。一位瓷砖经销商则称,很多广告中的9元仿古砖、8元抛光砖事实上都是限量购买,每户只享有几个平方米的价格优惠,超出部分还是要按照市场价销售,这样的特价实为鸡肋。

有大礼 羊毛出在羊身上!

近几年,家居赠礼级别也越来越高,早些年买东西送点大米食油如今已拿不出手。现在的赠品动辄名牌家电,抽奖送轿车的也不难遇到。那么消费者是否就从这些赠品上捞回了本呢?

其实没那么简单。从事过家居营销策划的王先生告诉记者,从消费心理来看,很多消费者在购买商品的时候,对其所附赠品的注意力常常大于所购买的商品,甚至有时候左右了消费者的购买需求。所以商家们抓住的恰恰就是消费者的这种消费心理。

可能会有人说:“我的的确是领到奖品了啊。”错,行内人会告诉你:羊毛出在羊身上。一位定制家居品牌的负责人告诉记者,他们参加了某商场的周年庆活动,买满3万元产品,就会送出一台价值大概1800元的32英寸液晶电视。但实际上,如果消费者不需要电视,我们在总价上是可以让利6%的。”用这位负责人的话说,这台附加的电视机不过是换了个方式由消费者埋单。有些如果没有电视机需求却为了这台电视机而凑单到3万元的消费者,就更是得不偿失了。

看品牌 小心狸猫换太子!

对于追求品质的消费者来说,名牌就是品质的保证,然而如果遇到不法商贩,这种说法就靠不住了。多年经营基础装修材料的老吴告诉记者,店里摆优等品,送货时却偷梁换柱的现象,在小建材市场并不鲜见。他建议,消费者在收货时,应及时开箱检查,看送来的产品是否与自己选择时一致;另交款时一定要索要正规发票,并在发票上注明货品型号,以便日后货不对版时方便维权。

更多的业内人士则建议,购买品牌建材最好到大型家居卖场选购。即使在大卖场买到不良产品,商场本身的赔付实力以及运营实力,也能大大降低消费者的维权难度。

爱网购 不见得就更便宜!

网购的最大优势,就是价格。所以很多消费者印象中,网购一定比实体店便宜,但事实上却并非如此。记者在线上比价后发现,某品牌的一款多层实木产品,在其天猫旗舰店标注的价格为179元/平方米,但在市内专卖店问价时,销售人员告诉晨报记者3·15的促销政策已经提前释放,每平方米的价格仅为159元。

晚报记者就此联系了这家品牌的山东片区负责人,他说,门店销售仍是家居品牌的核心终端,他们对品牌门店的支持力度也是最大的。“对家居而言,线上不一定比线下便宜,购买前建议多比价。”这位负责人还表示,对于建材、家具类产品来说,网页图片因为色差和拍摄角度、精度等原因,让人难以作出正确判断。

面对各类促销折扣,千万别挑花眼。

家装调查: 6成多受访者倾向于在春季装修 8成认为实体店购买家具建材放心

内容提示:对春季装修的计划,63.8%受访者都表示有计划在这个季节装修。无论是时间还是气候,春季对于装修而言,都是十分适宜的,所以现在便可以开始逛市场、选产品,与装修公司沟通了。

新的一年春季到来,你的家是不是也该重新装修一下了呢?面对琳琅满目的产品、五花八门的服务,您会做出什么样的选择呢?近日,枣庄日报记者在枣庄市家居市场做了“春季装修大调查”,对于春季消费者的装修意向进行了调查。

对春季装修的计划,66.2%受访者都表示有计划在这个季节装修。无论是时间还是气候,春季对于装修而言,都是十分适宜的,所以现在便可以开始逛市场、选产品,与装修公司沟通了。

在建材、辅料的购买方式上,选择“自己去市场上购买”的人占比61.3%,为所有选项中最多的,“去网上了解,线下购买”,占比19.7%,还有19%的消费者会接受设计师推荐购买。在家具、软装购买方式上,超过一半的消费者选择“自己去市场购买”,对于“设计师推荐购买”的,也仅占12.8%。可见对于涉及家居风格、搭配的部分,消费者有更强的自主性,呈现出需求的个性化趋向。产品性能的问题上,在本报列出的“价格”、“品牌”、“外观”、“功能”、“环保”等多个方面中,38.3%的消费者选择了环保。随着雾霾天气的增多,呆在室内的时间也越来越长,对室内环境的要求也越来越高,产品是否环保自然也成了关注之首。

理论上应该是品牌,因为是否环保消费者自己无法判断,而如果一个品牌可信度高,那么无论功能还是环保,都比较有保证。

在购买地的选择上,多数消费者选择了“综合性卖场”,占比42.6%,其次是“建材批发市场”,占比23.4%。其他“建材超市”、“品牌独立店”、“网络商城”等,占比均为10-15%之间。与其他消费品不同,家居产品属于大额慢速消费品,在服装、书籍、电脑等纷纷触网之后,家居行业的电子商务才姗姗来迟,尽管已有一些尝试,更多的消费者仍然乐意到综合性卖场购物,市中区的李女士表示,家居产品选购需要体验性,购买家居应该有产品服务更全面的体验馆,实体店购买产品有问题可以找到人处理,购买的放心。

记者:褚福永 夏宁



你投诉,我曝光!

家居行动维权大征集 《枣庄日报》

2015年将维权进行到底,行动起来,维护您的正当权益!

“家居维权大曝光”火热征集中,将您在家居生活中遇到的维权问题多途径一一曝光。经核实属实的《枣庄日报》和《枣庄晚报》设立独家栏目每周在【家居】版固定曝光您所遇到的问题,让那些不道德的商家胆怯起来吧,让更多消费者能认清他们的嘴脸,远离欺诈!

- 投诉范围:**
- (1)购买家具、建材、厨卫、地板、橱柜、家电等与家居相关的消费品,受到消费欺骗或者售后服务没有得到保障的消费事件,受骗经历。例如,某衣柜货不对板,得不到正常解决。
 - (2)装修或设计期间,遇到的损害正当权益的事情。
 - (3)网购过程中遇到被店主欺负的事情:承诺未兑现、电话要挟、退货难等等。
- 投诉方式:**
- 1.邮件:枣庄日报家居装修建材部
 - 2.邮箱:554918177@QQ.COM
 - 3.电话:0632-3127930 15562258577

市民信赖诚信品牌展示



鲁南装饰批发城94号 电话:0632-3585677



光明大道居然之家四楼东首 电话:0632-5765516



森博建材馆一楼观光电梯东 电话:0632-3253638



森博建材馆三楼观光电梯对面C区29号 电话:0632-3877638



森博家居三楼 电话:18264210859



市中区建华西路17号 电话:13561153411



光明路怡景丽家一楼