

家居建材卖场明码实价难执行 折扣见人不同

你的实价就是底价么?

现在可是明码实价!



导读:在购买建材家居用品时,“明码实价”让消费者感觉比较放心。但节日前后连续不断的优惠促销活动中,枣庄市的家居卖场中,就出现了“标虚价,折后卖”以及“折扣见人下菜碟”的现象。

在购买建材家居用品时,“明码实价”让消费者感觉比较放心。但节日前后连续不断的优惠促销活动中,枣庄的家居建材卖场中,就出现了“标虚价,折后卖”以及“折扣见人下菜碟”的现象。也就是说,同一产品在不同家居城,标签上价格不统一,实际售卖价格更是因消费者的砍价水平而定,参差不齐,最终,标价≠最终售价的情况并不少见。显而易见,在一些家居城推行“明码实价”,一些家居城抵制“明码实价”的状况中,家居产品的价格又乱了。同一件产品,到底有几个价格,什么时候买折扣最低?面对家居品牌再度从价签上“玩猫腻”,消费者“全城比价”的辛苦又将重演。他们怕的是,再次陷入家居产品价格动荡的“罗生门”。

产品标价≠最终售价 消费者需费神询问

商家的定价、调价和折扣力度都被监管,定价有依据,折扣有规律,消费者最终在店内看到的“标价=售价”,遇到特定时段推出优惠,也是透明公开,这才是“明码实价”最理想的状态。然而,《家居周刊》的记者发现,如今,部分品牌在“标价”和“售价”上玩起了猫腻,并未将“明码实价”实施到底,产品标价≠最终售价的情况正在发生。

“3·15”和清明期间,走进薛城区某家居卖场,各类促销招牌迎面而至。“这套沙发是按照标签上的价格卖吗?”面对疑问,位于一层的某知名功能沙发品牌导购回复说:“还能再打折,3·15活动在‘标价’上打7.8折。”“如果不在节假日买,标签上价格还能便宜吗?”导购答:“可以,平常会在标价基础上再打9折。”

走访中,面对相同的询问,商家给出的答案各不相同。某国产儿童家具品牌导购表示,标签上是9折的价格,一般不变,但平常很少按标价卖,每个周末或特殊节假日都会另有折扣;而某知名板式家具品牌的价格则相对简单,导购称,价签标价已经是8.5折后的价格,平常都按标价卖,只有特殊节假日

导读:3月25日,广东省质量技术监督局公布16种产品专项监督抽查质量状况公告,包括卫浴产品、热水器等。其中,卫浴产品质量专项监督抽查结果显示,不合格产品发现率为23.33%。

3月25日,广东省质量技术监督局公布16种产品专项监督抽查质量状况公告,包括卫浴产品、热水器等。其中,卫浴产品质量专项监督抽查结果显示,不合格产品发现率为23.33%。

多类产品被检不合格

在卫浴产品质量专项抽查中,共有广州、珠海、佛山、中山4个地市48家企业生产的卫浴产品60批次被抽查,依据QB2584-2007《淋浴房》、QB2585-2007《喷水按摩浴缸》及经备案现行有效的企业标准或产品明示质量要求,对淋浴屏(房)产品、蒸汽淋浴房、喷水按摩浴缸产品等产品进行抽查。结果显示,多类产品被检测不合格。其中,淋浴房产品的主要不合格项目为“表面处理”和“结构和装配质量”,蒸汽房和按摩浴缸产品的不合格项目主要为“标志”。此次抽检的承检单位为佛山市

质量计量监督检测中心和广东省中山市质量计量监督检测所。

富丽斯洁具两批次产品被检出不合格

在抽检结果中,共发现14批次产品不合格。其中,由佛山市富丽斯洁具有限公司生产的,商标为“FVLISI”,生产日期批号为“2014-11-28”的两款规格型号不同的简易淋浴房“结构和装配质量”项目不合格;由佛山市欣浪洁具有限公司生产的,型号为1000×1000×1930mm ST-805、生产日期为2014-11-28淋浴屏,以及广东尚高科技有限公司生产的,商标为“Suncoo”,型号为“艾米9581”的淋浴房,同样被检出结构和装配质量项目不合格。此外,8批次产品标志项目不合格,其中包括由佛山市浪鲸洁具有限公司生产的型号为1500×1500×680 A111B,生产批次为2014-11-22的按摩浴缸,以及由阿波罗(中国)有限公司生产的,商标为“APOLLO”、型号为950×950×2230mm,批号为“41730”的蒸汽房。

广东十四批次
卫浴产品不合格

新春装新家晚报来补贴 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

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、华日本木门、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起,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牌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。

日才会在“标价上再打折”。可见,标签上的价格是不是实价,不一定。

折扣多而杂 考验算术能力

在市中区走访中,一对中年夫妇引起记者注意,他们拿着记满价格的小本,神情焦虑。交流中,他们表示,商家的折扣都不一样,不仅要挑样式,还得做笔记、算账、砍价,脑子里都乱了。另外,他们发现,工作日、周末和特殊节假日,同一品牌的折扣相差不少,不想花冤枉钱,还是得花把子力气,多逛多算多比较。至于“明码实价”,夫妇俩直言,听说过,但这半个月逛遍了市中区大小家居卖场,很少有商家按“标价”卖,而且有些品牌在不同卖场的标价和折扣都不相同,再加上各种返券、签售,最终价格哪里划算,还得根据各种情况自己算。他们感觉,买家居产品,“是世界上最熬人的事情”。

类似的是,“3·15”和清明假期期间,在滕州记者曾发现:一张“标价”3299元的实木床头柜,周一至周五打9折,为2969元,“3·15”期间打8.8折后,再打7.8折,售价为2264元。逛店过程中,诸如此类的情况并不少见。对此,同样作为消费者,记者的感受是,标签上的价格依然是随意标注,给折扣做好准备,而产品真正的合理价格,谁也不知道是多少。为了拼抢消费者,商家在“标签价格”基础上的折扣战,依旧热火朝天。

面对一些家居品牌拆台 坚守“明码实价”的品牌感觉无奈

标价即售价,明码实价买东西。对于品类繁多的家居产品来说,如此简单直接的购买方式,的确可免去消费者与商家之间的“折扣心理战”,让人省心省力。此外,明码实价的实现也能避免商家报价虚高、折扣不一以及不打折就卖不出货等令买卖双方纠结已久的本质问题。然而,记者在走访了市中区、滕州市、薛城区几个家居和建材卖场,并与部分商户和消费者沟通后发现,如今“明码实价”遭遇了新危机。

标出“实价”但从来不按照实价成交,“标价”基础折上折随时可见,同一品牌不同卖场折扣不一等现象,让原本家居消费更简单的明码实价计划遭遇阻滞。一位不愿意透露姓名的实木家具品牌负责人向记者表示,“标价即售价”的实现的确能帮消费者和商家解决许多问题,但在实操阶段存在困难。比如,一个成熟品牌产品更新换代快,产品有几万件之余,如果将每件产品的原价和折扣价都统一上报管理,费时费力,也容易出现错漏。而另一个施行明码实价的品牌则称,品牌内部价格管理体系如果是健全而严谨的话,随时上报新品价格,也并不那么难,关键看品牌的决心。

此外,有一些商家在“标价”上玩猫腻,悄悄抬高,再给出大力度折扣,这一行为屡见不鲜,其实性价比未必高,但消费者愿意跟风,这令愿意推行明码实价的品牌很无奈。若不跟着加大折扣,会在短期内失去部分消费者。当然,也有坚决实行明码实价的品牌向记者表示,家居建材产品价格体系混乱,给这个行业造成了长久的“信任危机”,先抬高,再打折,这种行为不仅令消费者烦躁不安,实际上也给品牌把关质量埋下了隐患。随着消费者成熟,品牌和品质将更能左右他们的选择,靠价格战生存,并非长久之计。

市民信赖诚信品牌展示



省心、省钱、省力、省时、省……
枣庄晚报(抱抱团),抱成一团享受出厂价。
报名电话:
18863239159
15562258577