

价格差别悬殊、各家说法不一——

地暖专供地板：噱头大过实用



◆晨报记者 杨焜宁 济南报道

因为在省空间、隔音、节能等方面有着突出优势,不少人对“地暖”这一采暖方式情有独钟,在装修时选择将暖气片改装为地暖的业主并不少见。尤其是时下正在装修的业主,因为天气的原因更是将采暖问题当作重要方面来考虑。而为了吸引更多拥有地暖式住房的消费者,各地地板厂商更是很合时宜地推出各式各样的“地暖专供地板”供广大业主选择。而记者在济南市场上出售地暖专供地板的多家品牌门店进行实地走访后发现,不同品牌对于“地暖专供地板”的解读差别甚大,产品价格上更是千差万别。

纯实木地板到底能否适用于地暖?

记者在走访中发现,目前济南市场上大多数“地暖专供地板”产品以实木复合地板和强化复合地板为主,适用于地暖的纯实木地板较为少见。升达地板红星店的负责人告诉记者,因为纯实木地板的稳定性较差,用在地暖上时间一长很容易出现“扒缝”现象,所以该品牌一直没有引入适用于地暖的纯实木产品。而同样已进驻济南市场的圣和地板却高调打出了“纯实木地热地板真专家”的宣传口号,门店内的主营产品也是纯实木的地暖专供地板,该品牌欧亚达店的销售负责人张林告诉记者:“我们的产品经过特殊技术处理,耐热性能极好,不会轻易出现扒缝或者空鼓的现象。而且纯实木地板在所有地板产品中环保性能无疑是最好的,这样可以将地暖可能带来的甲醛等有害物质挥发降到最低程度。”对于圣和地板的这个说法,在济南市

场上承接多家知名地板品牌安装业务的齐磊告诉记者:“可以适用于地暖的纯实木地板并不是没有,但它对于技术的要求很高,而且与实木复合或强化复合地板比起来,它的稳定性的确差一些。如果经过碳化处理使产品可以耐受高温,那地板的活性功能将会受到很大影响,这得具体看消费者如何选择。”

记者发现,大自然、圣象等知名地板厂商在济南市场上只推出了少数适用于地暖的纯实木地板产品,而且销售人员介绍时都不会首先推荐此类产品。

价格差距为何如此悬殊?

目前济南市场上销售的适用于地暖的地板产品多以实木复合和强化复合地板为主,少数品牌涉及到纯实木地板产品。上文提及的主营纯实木地热地板的圣和地板目前推出了几款特价地板产品,有的低至每平方米400元左右,而大自然地板为数不多的几款适用于地暖的纯实木地板产品价格都较高,每平方米多在六七百元甚至更多。除了正在促销打折这一解释之外,圣和与大自然地板都以同样的理由向记者解释了差价较大的原因——“材质不同”,也就是说,同样类别的地暖地板出现差价与“可适用于地暖”本身并无太大关系。

但记者在走访中看到,目前大打“地暖牌”吸引消费者注意的地板厂商比比皆是,同等类别、同样材质的产

品因为“适用于地暖”而出现价格抬高的情况也并不罕见,这很容易让消费者进入“适用于地暖的地板产品价格理应高些”的误区。而实际上,地板产品的价格仅与地板所用材质及所属类别(纯实木、实木复合、强化复合)有关,那些打着“适用地暖”的幌子抬高产品价格的厂商还是不信为好。另外,因为强化复合地板的稳定性较好,所以一般的强化复合地板都可以适用于地暖式住房。而因为强化复合地板的成本相对较低,选材范围也相对较广,目前济南市场上每平方米几十元至几百元的产品均有出售,价格区间跨度很大,消费者更应理性消费。

“地暖”成冬季促销宣传牌?

记者在采访中看到,不少厂商在门店内用统一的LOGO将其主推的地暖适用产品进行统一标注,更有厂商干脆在门店周围用灯箱对其适用于地暖式住房的地板产品进行重点推介,由此足可以看出商家想抓住冬季装修市场之心。而记者经过走访了解到的情况却并不乐观,不同品牌对于地暖产品的评价有高低并不奇怪,但奇怪的是,各品牌之间对于哪种类别的地板产品更适用于“地暖”都存在很大争议。因为在稳定性和环保性上存有较大差别,纯实木、实木复合、强化复合三类地板在用于地暖式住房时利弊显得非常明显,纯实木因为胶含量最低而环保性能最好,但其稳定性差,极易在用于地暖后造成可能扒缝等潜在隐患;强化复合地板在稳定性上是最好的,但因胶含量普遍较高,不少厂家指出用于地暖后会产生大量有害气体而使环保指数大大降低。这些问题的客观存在导致各厂商在推介自己的产品时“对症下药”,主推哪款产品便将其视作时下“地暖”式住房的最佳选择而大加推介,实际上无外乎是套“夸利隐弊”的宣传手段,诱导消费者尽快下单、拉动销售才是厂商的根本目的。如此看来,所谓的“地暖专供”地板宣传噱头就远大于实际的使用价值了。消费者在购买时应理清逻辑关系,根据自己的实际情况,参考产品价格、品类及厂商的售后服务状况等因素后进行理智选择,切忌被宣传牌冲昏了头脑,多花钱却事倍功半。



某品牌门店的宣传牌

济南家居行业过“寒冬”——为省成本部分门店“关灯待客”

◆晨报记者 杨焜宁 济南报道

“品牌联盟、店庆促销、年终钜惠”……这是时下家居卖场和品牌厂商的促销信息中十分常见的字眼。虽然业内人士为拉动销售不遗余力,但就济南近期家居卖场的人气状况来看,家居行业“遇冷过冬”已是大家默认的事实。

12月4日、5日,记者分别选取上午十点、中午十二点、下午三点及五点半四个时间点随机对地处济南北园大街的多家家居卖场进行实地走访后发现,目前各卖场内的人气指数差别不大,且都维持在较低水平,而进驻卖场的各家居品牌在想方设法通过各种促销手段拉动人气的同时,也在“节省成本”上下足了功夫。记者发现,几乎每个家居卖场内都有部分品牌门店选择“关灯待客”,即在消费者问及某款产品时才将店内该区域的展示灯亮起,无客时则关闭;同时,销售人员的数量也比旺季时减少很多,偌大一个门店只留一名销售人员的情况也较为普遍。记者以普通消费者的身份与部分门店内销售人员沟通后了解到,目前卖场内“人气不足”导致门店销售欠佳,在“开源”困难的情况下不少品牌决定以“节流”的方式达到缩减经营成本的目的。

记者发现,即便在卖场人气普遍较低的情况下,不同品类的家居品牌对消费者的吸引力也显现出较大差别。家具品牌中,经营休闲椅等小家具及窗帘等室内装饰品的门店人气要明显高于经营奢华欧式家具的店内人气,推出冬季新款或打“温暖”牌的家具对消费者更具吸引力;经营瓷砖、壁纸、吊顶等建材类产品的品牌门店人气则普遍较低。而通过门店“关灯待客”等日常经营过程中的“节流”方式缩减经营成本的商家以二三流品牌居多,仅在一个或几个卖场拥有门店的中小型家居品牌更是大多选择此做法。而有实力的大品牌似乎很少在乎这点“可缩减的成本”,在应对行业“寒冬”时显然更有资金及营销优势。

欧亚达家居荣膺“消费者满意单位”殊荣

晨报济南讯 (记者 杨焜宁)

12月4日上午,山东省第九届消费者满意单位表彰大会在济南南郊宾馆隆重举行。中国消费者协会副会长、秘书长姜天波与省消协、省工商局、省文明办、省商务厅、省质监局等单位的相关领导出席了此次表彰大会。

欧亚达家居济南北园店副总经理袁德胜受邀参加了此次会议,并登台领取了“第九届消费者满意单位”奖牌,欧亚达家居也是本年度省城家居行业中唯一荣膺此奖项的家居卖场。袁德胜表示,多年来,欧亚达家居以“一切为了消费者满意”为服务理念,以诚信经营为立身之本、发展之道。作为全国知名家居连锁卖场,欧亚达家居视诚信经营为使命,奉优质服务为灵魂,在家具行业率先推行“先行赔付”、“不满意就退货”、“首问责任制”、“差价赔偿制”四大售后服务制度,让消费者对于“品牌放心、品质放心、价格放心、售后放心、承诺放心”。获得“山东省第九届消费者满意单位”殊荣的欧亚达家居必将以更优质的服务回馈各界厚爱!

“新国标”距离强制实施仅剩俩月——部分红木家具仍未挂上“身份证明”

晨报济南讯 (记者 杨焜宁)《红木家具通用技术条件》(以下简称“新国标”)自今年8月1日出台以来就因其对整个传统硬木行业的规范而受到业内人士及消费者的广泛关注。如今新国标出台已经四个多月,这中间关于它是否实施、如何实施的讨论一直没有停歇。而根据新国标的要求,自该标准出台之日起六个月后,所有市场在售红木家具必须符合此标准,否则一律禁止出售。也就是说,距离明年2月1日新国标强制实施仅剩不到两个月的时间。那么,济南市场上的红木家具是否已经开始根据新国标作出调整了呢?

根据新国标要求,市场在售红木家具必须将“产品使用说明书、产品质量明示卡及产品合格证”配备齐全,作为红木家具产品的“身份证明”。而近日记者走访济南多家经营红木家具的门店后发现,不少红木家具产品仍未挂上“身份证明”,而消费者也表示并未看出新国标出台前后红木家具产品的厂家介绍有明显变化。

在位于北园大街的富雅红木楼,记者看到,在此出售的红木家具产品都已统一配挂了“红木家具产品保证文件”,作为红木家具



部分红木家具“身份”尚未明了

的“身份证明”;在欧亚达家居四楼的红木家具主营区、青木堂、大展居等品牌红木家具也都已开始对照新国标着手调整产品信息公示

的内容。但在走访中记者也发现,济南市场上部分将红木家具作为主营产品的门店尚未根据新国标作出实质性改变,产品规格仍以卖场通用的一般信息卡向消费者公示,仅涉及产品规格、产地、主要木材等基本信息。对此,某红木家具品牌济南市场部经理孙鑫告诉记者:“新国标虽然规定了红木家具需具备‘1书1卡1证’才能对外销售,但并没有对这些文件的具体体现形式进行详尽规定,有的产品可能会通过丰富产品信息卡的方式将新国标要求公示的内容体现出来。距离新国标强制实施还有一段时间,我们会尽快按照相关要求进行调整。”

对于部分挤进家居卖场的中小品牌来说,在目前市场竞争日益激烈、自身优势并不突出、强制实施日期尚未到来、卖场方面尚无相关处理措施的情况下,新国标的实施就变成了能拖就拖的事儿。虽然新国标的实施因其对行业风向的指示及行业乱象的调整作用而备受消费者推崇,但对于身处行业内的中小品牌来说,不得不经历这次可能会“伤筋动骨”的洗牌。既然这次洗牌早晚要来,倒不如早作打算、按章行事的好。