

2012/2

16

星期四  
农历壬辰年正月廿五淇  
晨  
报

## 消费周刊

总第 106 期

内容专业权威 发行全面覆盖

“2011 鹤壁家居口碑榜”暨鹤壁消费者最喜欢的家居品牌评选

## 拥有口碑才是硬道理

□晨报记者 赵玮 实习生 窦建榕

判断某种品牌的家居产品质量是好是坏、使用时间是长是短、所用材料是否环保等,该用什么标准?看品牌?有点虚,达芬奇也在造假;看实力?消费者很难真正了解。经过大量调查,众多消费者认为,口碑是评判产品好坏的标准。而众多商家也一致认为,在仿冒风盛行、产品同质化的市场环境下,好口碑是助力品牌脱颖而出的关键。

2011年正阳·爱家家居国际城、红苹果家居城、宜佳欧式生活馆等高档家居卖场相继开业;面积达5万平方米的四季青国际家居广场主体落成,诺贝尔磁砖、马可波罗磁砖、恒洁卫浴等一线品牌相继在鹤壁设置专卖店或扩大经营规模,鹤壁家居企业正齐头并进,迈向更高的辉煌。纵观2011年,家居行业磨砺出一大批规模宏大、实力雄厚的标杆企业和企业领军人物。鹤壁日报社举办的“2011家居口碑榜”年度评选活动作为年度行业的见证顺势而为,让大家共同感受一种来自真正市场基层需求推动的语境和氛围,让更多的优秀品牌、优秀企业和优秀人物,为人所知,为人所识,同时帮助消费者做出最理性的判断。

## 【市民声音】照着家居口碑榜 评选结果选产品

“天气逐渐变暖,我家房子的装修也提上日程了。但是我很发愁,各大家居商场转了又转,也不知道到底选哪家的产品好。”听说鹤壁日报

社举办家居口碑榜评选活动,梁女士高兴极了,想知道什么时候评选结果能公布出来,好照着口碑榜选产品。

“我平时的工作比较忙,很少关注家居品牌,举全家之力才买的房,当然要小心装修一下,所以我们近段时间非常关注家装、家具品牌的动态。我女儿了解到‘2011鹤壁家居口碑榜’评选活动正在进行后,我们全家就开始密切关注活动的进展,希望能从榜单中找出些有用的信息。”市民任先生在接受记者采访时表示。

山城区的陈女士虽然不急着装修房子,但仍很关注这次活动。她说,通过口碑榜评选,待装修者可以了解到鹤壁各大家居品牌以及产品的特点、价格,找到性价比高、放心的品牌装修公司,多了解一些这方面的信息,不定什么时候就用得上了。“口碑榜评选活动,为鹤壁百姓熟悉我市家居企业、商家提供了重要平台。”陈女士表示。

“口碑,在《辞海》中的解释是‘比喻众人头上的称颂’,言下之意它是建立在人与人之间的口头交流上,具备极大的影响力和传播力。鹤壁日报社举办的家居口碑榜评选活动有着主流媒体的公信力,评选出来的结果更加真实,更加值得信赖,可信度更高。”在新区某高中教语文的王老师在接受记者采访时说。

据活动组委会有关负责人介绍,为了给市民以最大的发言权,此次家居口碑榜评选活动提供多种方式让市民进行评论,市民不仅可以投票,还可以拨打热线电话3319289讲述自己的装

修经历和购买家居产品的心得,在这里,“品牌效应”全部归零,只有汇聚“大众效应”的口碑。此次活动期望得到更多市民的心声,以便评选出市民心目中真正拥有良好口碑的企业和商界人物。

评选活动消息一经刊发,热线电话3319289的铃声便此起彼伏,市民的积极性空前高涨,甚至有市民除了投票之外还特意来到消费周刊编辑部,讲述自己的意见和建议。

市民常先生说,鹤壁日报社举办的这次活动非常好,让市民不必在众多卖场中奔走比较,浪费时间和精力,希望能通过此次给更多的读者或是想装修的人可靠的家居消费指引。

组委会负责人介绍,本次评选活动众多商家积极参与,消费者反响热烈,消费者的投票和建议,将作为最终评选的重要参考。

## 【企业态度】口碑比赚钱要紧

记者在活动组委会了解到,“2011鹤壁家居口碑榜”评选活动推出以来,受到各方追捧。目前,我市的几家大型品牌家装公司和大型家居卖场均表示要积极参与到这次评选活动中来,并纷纷表示,他们也非常想知道自己的品牌在市民心目中的位置和消费者使用过产品后的感受,同时也期待着能够接受大家的评审,为未来的潜在家居消费客户拨开迷雾,让更多老百姓了解他们的品牌和核心产品。

“2011鹤壁家居口碑榜”评选活动推出后,

不少品牌商家表示,此次活动将使我市市民对家居品牌企业有一个更加全面的了解。“通过这一活动,能够让消费者尽快地发现行业内优秀企业,认识企业品牌核心,也能够更好地督促企业老总做一个负责任的企业家,而不仅仅是以赢利为目的的商人。”全友家私家具城总经理李跃霖表示。

璐顺装饰公司董事长王璐顺说:“非常愿意接受口碑榜评审团的考验,希望能够通过此次评选活动,让更多的百姓了解品牌和整体家居解决方案的核心,也让家装业主对品牌遴选更加轻松和明确。同时,也感谢口碑榜活动给我们企业提供了一个展示的平台。”

“口碑比黄金重要,尤其在当前市场环境受影响的背景下,企业更应该注重品牌形象,以服务为根基打造品牌。”恒洁卫浴总经理王红旗表示,对于2012年市场,恒洁卫浴制定的战略是“扩大优势”,其中品类齐全是主要优势。“橱柜、五金、浴缸、淋浴头、橱柜,恒洁的产品线非常长,消费者选择面广,了解熟悉恒洁的机会多。”王红旗强调,加强与消费者的接触,针对他们提出的问题给予解决,企业会更容易获得他们的认同,“市民的认可,就是对我们最高的评价,口碑比赚钱要紧。”

新中源陶瓷鹤壁专卖店经理朱琳认为:“企业更应该有社会责任感,《淇晨报·消费周刊》上周四刊发的访谈中有个口号‘金杯银杯不如老百姓的口碑’,我非常喜欢。一个企业或品牌只有拥有好的口碑才是硬道理!”

## 冬装换季价见底 春装上市不打折



晨报讯(记者 赵玮 实习生 窦建榕)“现在冬装的价格已经见底,尤其是二线品牌的冬装,价格回落幅度更大,很多都是在低于进价销售,这时买冬装是最好的时机。”2月13日,我市某大型商场的服装经销商李先生在接受记者采访时表示。

李先生同时告诉记者,目前春装已经上市,和2011年开春时春装价格大幅上涨相比,今年刚上市的春装价格上涨幅度比较平缓,记者走访各大百货商场,多数服装经销商表示春装价格只涨了一两成,但现在没有折扣,而冬装价格已近谷底。

## 冬装优惠力度大,此时出手,性价比最高

“真是没想到这件我年前就想买的羽绒服这会儿能以这么低的价格买到。”2月14日,在我市新区某服装专卖店,李女士以五折的价格买到了心仪已久的一件长款羽绒服。

记者在我市各大商场走访后发现,2012年的春装已占据百货商场的橱窗,冬装则迎

来了大力度打折。很多服装店的店员都表示,2月底前买冬装正是时机,促销随处可见。

据了解,一些平时不做折扣的一线品牌也参与到折扣中,二线品牌的服装价格回落尤其显著,“冬装的折扣已经到底了,从销售和利润上来讲,冬装现在的价格只是收回成本。”经销唐古拉毛衣的李先生说,他们的毛衣部分也已经低于进价销售,对于想买毛衣的消费者来说,是性价比最高的购买时机。

## 今年春装价格涨幅不大

相较于去年服装价格的大幅上涨,2012年的春装价格涨幅不大。“这个价格是维持在正常的提价范围内,较2011年春装提价一到两成左右,因为是新装上市,现在不打折。”某专卖店负责人王女士表示,2011年春装价格已达到历史最高点,反观今年并未在价格上做太大调整。

分析原因,王女士认为,今年春装价格涨幅不明显主要是由于去年下半年棉花价格降低,今年的春装大部分都是那个时候之后开

始生产的。原材料成本的下调,也相应拉平用工、运输上涨的部分。

## 气温虽然走低,但并不影响春装销售

“虽然已经立春,但天气预报说气温较往年同期偏低,不过这并没有对春装的销售有太大的影响。”经销迪奥尼斯女装的姜女士告诉记者,目前来看,春装所出售的件数明显高于冬装。由于现在家庭和单位的暖气都比较好,在办公室,脱去厚重的棉衣,穿上轻盈的春装,跨季节的混搭越来越成为常态。不少消费者认为,喜新不厌旧才是时尚省钱妙招,所以尽管天气还是寒冷,但春装也会成为热卖的商品。

“相比皮草、羽绒服等冬装,春装的整体价位相对低些,这也是带动销售的原因。”某服装专柜的导购人员介绍。

“天气冷对客流是有影响的,预计未来气温每提高1℃,人气就增加近一成。”一家百货商场负责人说。

ARROW 箭牌卫浴·瓷砖

诚聘

销售人员 10 名  
底薪 1500 元 + 提成 + 奖金 + 三金 + 公休安装工 3 名  
一经正式录用月薪 1800 元以上

诚聘现金会计

联系人常经理:13939256785

TIBEL 諾貝爾磁磚 品质生活 值得拥有

诚聘

销售人员 10 名  
底薪 1500 元 + 提成 + 奖金 + 三金 + 公休小区业务 20 名  
底薪 1500 元 + 优秀奖金 年薪 3-5 万元

诚聘现金会计

联系人冯经理:13939207361

爱玛 AIMA 电动车

感谢 800 万用户 成就爱玛 三连冠

限时抢购 3 天 2月17日-19日

想省 600 元 有木有?! 1599 元 可以有!! 错过机会 真没有!!

另全国 8000 万大礼相送