



2014.09.30 星期二
责编童婷婷 美编江佳镜 组版丁亚平

美居线
Nanjing Holiday

家装市场十一促销花样多 该出手时就出手

种类1 简单粗暴会是王道吗？

对于很多家具建材商来说，“简单粗暴”的降价优惠是吸引业主最有效的方法。例如金陵国际家居里的很多大牌建材品牌都在为十一疯狂降价，届时，马可波罗全场5.5折再返现20%；科勒买断坐厕只要1380元；志邦橱柜爆款橱柜9999元；东方邦太专场团购全场8.5折起；圣象、生活家、李洋地板采取工厂团惠的形式，地板全场98元/㎡起……

除了传统的降价模式，借助新品登陆降价吸金也是商家惯用手段，不过业主在这个时段确实

能买到一些超值新品。例如，好莱客衣柜国庆期间新品发布，买移门送柜体，下单抢单；老板大吸力油烟机号称“鲸吸全城”，几款新品登陆也打出了前所未有的低价。

另外，限时优惠也是不错的选择，不过你需要提前列好购物清单，以免到时候慌了阵脚。比如高力家具港将在10月1日举办国庆夜场狂购，当天16:00-21:00，购物满1000元可减300，对于购买量大的业主来说，不容错过。更有商家为了宣传品牌煞费苦心、

不惜“割肉”，十一期间，博克曼衣柜将在江东门金盛、红星卡子门店、红星中央路店打出“不买也能玩”的噱头吸引消费者，业主可以去看看，只要关注其微信，动动手指就有机会抽到吸尘器、充电宝之类的小家电，关键是不用花钱。

种类3 跨界营销 噱头足足的

国庆长假，很多业主觉得把时间用来跑卖场、看装修实在是很无奈，浪费了这么充裕的游玩时间，要是能边看边玩就好了。对于这部分业主，国庆南京也有一些去处，既好玩又能买到优惠。

9月27日至10月7日，去金盛国际家居江东门广场、建宁路广场，则能参与“赌石、淘金”的活动，当然，参加“赌石”是有条件的，凭2013年1月1日以后的房产证、2014年1月1日以后任意家居卖场的销售订单、姓名中有“金、盛、国、际、家、居”任意一字三个条件才能获赠价值千元的翡翠原石，并可现场免费切割。对“赌石”有兴趣的，不妨去试一试运气。

种类2 价格战之外另辟蹊径

对于最近要定装修公司的业主来说，市场上各个品牌的报价已经非常透明了，各个价位都能找到。所以，家装公司要想在价格上做文章实在是老套又没效果，一些颇具前瞻性的家装公司都开始另辟蹊径了，而在压低价格的基础上拼工地工艺显然是聪明之举，更有家装公司将此做到了极致。

比如新爱华装饰就将于10月1日~10月7日在江苏议事园酒店举

办优惠活动。现场签约，就有好礼相赠。当然这只是“开胃菜”，重要的是业主还可以在现场预约参观新爱华装饰的样板工程和大型木作工厂，做到心中有底了再考虑签约。

很多业主都对装修时监管工地很头疼，不仅烦神而且费时间。星艺装饰则独创了一种新的装修方式，试想一下，要是你能在手机上看到家里工人的一举一动，真是

再美好不过了，星艺装饰就做到了这点，10月1日~10月3日，星艺将在长江路文化艺术中心举办活动，家装过程全监控则成为了杀手锏，相信很多业主对此充满好奇。

对于平时喜欢写写文字的业主，清晨装饰举办的装修日记大赛活动也是不错的选择。只要你把装修过程中的经验、教训写下来和网友分享，说不定就能评个奖，拿个液晶电视回家。

虽说时下不少装修公司、家具、建材品牌纷纷在做促销活动，但是由于不少家居卖场的经营面积庞大，如红星美凯龙、金盛国际家居等卖场面积都达到几万平方米，而且市面上优惠信息繁多，不免让人有种迷糊感。因此，记者就为打算趁着十一放假定装修、买材料的你，提供一些清晰明了的优惠信息分类，让你更轻松、更高效地购到所需的东西。

现代快报记者 徐赞睿

国庆促销商家频出奇招 “刀下留人”！商家玩穿越夺眼球



“金九银十”的装修黄金时间也是十一国庆长假，各建材装饰商家看准时机，纷纷推出给力优惠政策，希望借着黄金周的热度，实现销量增长，而很多商家绞尽脑汁，集思广益，开展的创意营销活动，也是相当有创意，其中金太阳装饰城的活动尤为突出。

现代快报记者 张彦怡

金太阳“县官出行”成亮点

市场上营销活动层出不穷，除了对人流、销量有明显影响外，营销方式的多样化也会让消费者更为关注。在“不促不销”的市场环境下，营销方式的变化，也为商家带来更多契机。

记者近日在南京城北看到，一群促销人员身着古装官服，戴着古装帽子，腰佩长刀，举着招牌气势汹汹地穿越而来。浩浩荡荡的队伍很是惹眼，好多市民争相跟着追捧，大喊“刀下留人”。可这群穿越而来的“古人”，毫不理会市民的呐喊，他们举着金太阳装饰城、零售开放日的宣传招牌，模仿着古代官员巡游的样子目不斜

视，似乎真的要押犯人赴刑场。如此惹眼，吸引了无数路人驻足观看。大家议论纷纷，还有很多人拿起手机进行拍照，发微博、微信朋友圈与家人好友分享这一“奇景”。

记者就此采访了一些围观的路人，他们表示对这种宣传方式很好奇，同时也表示这样的促销，是第一次见到，非常特别，的确比单纯发单页或者送礼品更加能引人注目，达到商家的夺人眼球、引人关注的效果。还有路人表示，“古装游行”的创意虽然很奇葩，带有恶搞的性质，但是想法很新颖，不得不说广告效果很好。

多数企业促销方式较传统

其他商家的促销方式又是如何呢，是不是也这样别出心裁？记者特地走访了南京几个建材卖场，活动形式大致相同，大多是利用传统的抽奖、打折、赠品等方式让利市民，从而提高成交量。

在卡子门的某卖场，顾客除了正常的进门礼外，可以通过电话预约报名参加VIP卡活动，凡

持有VIP卡的顾客在活动期间购物，可在参加商场所有活动后，再享受2%的返现特权。而位于雨花台区的某卖场，除了秒杀，送苏果卡外，还以送小黄人暖脚宝为亮点吸引业主报名。还有卖场在经营方式上出新，以“夜购”为主题大做文章，希望将白天没有时间购买建材的业主在晚上聚拢起来。



价格、服务是取胜的关键

现在的家装行业竞争越来越激烈，日趋白热化，商家为了拉拢消费者，抢夺商机，可谓煞费苦心。家装市场的现状是，谁能吸引消费者眼球，谁能留住消费者目光，谁就能在竞争激烈的市场上抢占先机。不过要想真正赢得消费者，除了创意外，商家还应该品质和服务方面多多考虑，真正做到为消费者服务。

记者采访了金太阳装饰城企划部的俞经理，俞经理表示，当初想出“县官出行”的创意，目的是制造噱头引起话题，现在看来，的确取得了不错的效果。很多消费者在路上看到他们“县官出行”的活动后，专门跑去打听卖场的活动信息。但面对越来越精明的业

主，除了劲爆的创意外，产品的“物美价廉”，商家的品质和服务更为重要。“10月1日到10月3日，我们金太阳装饰城举办三天的‘零售开放日’活动，不但以批发价做零售，更有最低1元的价格回馈消费者。品类十分齐全，包括陶瓷、洁具、五金、地板、灯饰等应有尽有。除此之外，活动期间在金太阳装饰城门市区(A区)以及特约商户门店购物的消费者，均可凭相关单据享受返利政策，返利最高额度为成交金额的10%。为了保证消费者真正购买到底价商品，我们还与场内商家签订‘最低价承诺书’，保证价格真实性。另外，活动期间还举办了各种丰富多彩的娱乐活动，绝对让广大消费者流连忘返。”