



### 居家风尚大奖年度热词

## 家装展会

会展经济,指通过举办各种形式的会议和展览、展销,带来直接或间接经济效益和社会效益的一种经济现象和经济行为。这几年,南京的家装展会层出不穷,主材展、家博会、文化节……比如今年,仅仅是南京国际展览中心,就承接了超过15场家装展会,平均每个月一场还要多。

2015南京居家风尚大奖年度评选正在进行中,您可以扫描二维码参与评选。参加活动,还有机会获得惊喜礼品。



# 家装展人气旺,不是靠价格战这么简单

如今,家装展会已经是除店面之外另一个重要的交易场所。从年初到年末,各式家装展会充斥市场,而业内对于家装展会的褒扬和质疑皆有。其实,一个展会效果的好坏,与主办方的策划、组织、宣传、执行能力密不可分,但展会要想创新和变革,也需要商家的积极配合。那么,展会和卖场的销售,究竟有哪些异同?家装展怎样能够收益长红?作为普通消费者,又如何从展会中淘到更多的实惠?

现代快报记者 董婷婷



CFP供图

## 蓄客,是保证展会人气的基础之一

在南京国际展览中心公布的2015年展会排期表上,一共罗列了将近110场展会,其中家装类相关展会共计15场,占比13.6%。而玄武湖规划展览馆、长江路文化艺术中心、河西博览中心等场馆也常常接纳家装展会的举办。

这些家装展会有政府部门与行业协会共同主办的大型展会,比如主材展;有以某一类产品集中销售的展会,比如红木家具展;有打造家装、建材、软装一站式购齐的家博会;也有某一些品牌以联盟形式举办的中小型展会;还有主打家装设计主题的文化节等等。

这些展会一个重要的集客渠道就是自己开设在各卖场的门店。上周,记者来到金盛国际家居、金陵国际家居、红星美凯龙等家居卖场,科勒、TATA木门、克诺斯地板等品牌的营业员,无

一例外地向记者热情推销2016年2月将在南京国际博览中心举行的家装主材展的补贴卡。

当看见记者因为该卡需要花100元购买而犹豫,克诺斯地板营业员说:“这张卡里包含的优惠券非常多,你在主材展上能享受到的优惠肯定远超100元。而且,如果你购买超过3个门类,100元购卡的钱是可以退的,如果不买任何产品,这100元也是退的。”而科勒的营业员的招数更直接,“如果你买这张卡,今天你下单的产品,我给你减100元,相当于这张卡送给你。”她又表示,主办方对于各品牌售卡数字是有任务的,而他们如果完成不了任务就会被扣钱。

除此之外,各展会还会通过电话邀约、微信转发、熟人介绍等方式广泛传播,通过较长的蓄水期,保证展会的人气。

## 通过“全精准”,提升展会品质

如今,80、90后已成为家装消费市场的主力,有的甚至开始由“刚需”过渡到“改善性需求”。对于生于80年代,成长于90年代的消费群而言,他们不像父辈那样,勤于跑家居建材市场、比价格,而是更愿意淘方便,为创意买单、为时尚买单。那么,模式简单、高频次的家装展,又如何吸引到这批有个性的刚需消费群呢?

首先,是全。如今的家装展会普遍主打“一站式”购物理念,一场展会上,家具、家电、建材、家装、家饰等装修全线产品云集,比如上文提到的主材展,除了主材之外,还有家电、家装、家具等各线产品的加入。

其次,是精。家装展一改“门槛

低、品质差”的传统形象,以品质为核心,实行严格的品牌准入制度,并结合互联网+模式,将电商的优惠优势和展会的品牌优势相融合。

再者,是准。不少商家的定位更精准到了本地市场,比如实景展这种搭建的创新,在展会现场以一比一的比例搭建样板房,而且还有不少是按照南京热门楼盘及户型进行精准设计。在样板房里,商家还原了装修全过程,它不同于传统展会的出样式布展,实景样板间中包含客厅、餐厅、卧室、厨房、卫生间等所有功能间,地面、墙面、顶面、家具、配饰也全部到位。这种形式,不光能买到便宜实惠的东西,更会教你怎样装修,人气怎能不旺?

## 思考

### 已成双刃剑?

销量有提升,价格体系却遭破坏

某家居卖场负责人告诉记者,“卖场的交易功能似乎在渐渐弱化,变成了商家展示商品的出样平台。”前几年,有卖场曾经打压参加家装展会的品牌,但后来家装展会越来越多,参与的品牌也越来越多,打压也就无疾而终了。

南京市装饰行业协会秘书长孙建设说:“家装展会产品种类多且齐全,折扣也不少,所以呈现出较强的生命力。”

也有商家认为,展会不但导致了卖场业务量的萎缩,对于总体销售也日渐式微。年终结算时总体业绩没有多少提升,营销费用却大幅增长。静下心来想一想,才发现展会其实是透支了店铺的资源——本来可以在店里成交的,却在展会成交了,单量增加不多,价格可能还更优惠,利润也就降低了。更要命的是价格体系被破坏了:为了多接单,又要跟竞争对手短兵相接,只能把折扣放下来。

记者发现,展会上的优惠似乎并不再是独家:如果业主错过了展会,后期再前往卖场与导购员讨价还价,导购员为了成交,可能还是会把展会优惠给你。既然如此,何必再去展会上人挤人,在卖场里享受轻松的购物氛围,不是更好?

## 如何到家装展淘实惠

1.别以为有了家装展,前期就可以不去了解产品了,一般的家装展只有1~3天,根本来不及一一比价。所以,还是得先去卖场把

你想买的品牌的产品的情况了解清楚,特别是价格,这样也能确保你在展会上有跟商家还价的底气。

2.如今各个展会的优惠五花八门,做好全面比价再下单。

3.下单的时间也有讲究:展会刚开幕,商家精力足,能谈下来的

优惠可能会小一些;而展会的最后一天下午,商家可能要忙着扫尾收摊,准备的优惠产品可能也销售出去了。而其他的时间段,淘到实惠

的可能性相对较大一些。

4.在展会上签单,一定要与商家就送货、安装、售后等问题约定好,以免后期扯皮。



# 业主花了16.5万,安装中央空调和地暖,结果空调开关竟然没有布线,也未装出水管 科宁舒适家只赔一万四,够不够?

一次装修,却让家住天元吉第的王先生郁闷了很久:花了十几万装的中央空调,居然没有布线、没有安装出水管,还把新安装的吊顶泡了,而和装修公司的赔偿要求,也一直没有谈妥……于是,王先生在近日找到了我们“家装110”栏目,希望能够帮他出出主意。

现代快报记者 徐赞睿

## 业主: 低级错误太业余,后期隐患让人担忧

据了解,王先生在去年和科宁舒适家签订了合同,安装家里的地暖和中央空调,整个工程花费了16.5万元。但在工程结束后,问题就接踵而至,而且都是一些低级失误。“去年10月份,他们喊我验收的时候,我发现中央空调的控制面板按了没反应,拆开来看居然没有布线,当时我就发火了,从来没见过这种失误。”

无奈之下,王先生只好让对方凿开墙开始布线,科宁舒适家也因此赔偿了4000元人民币。但事情远没有就此结束。在住进去之后,王先生第一次使用空调还没有几分钟,就突然听到有水声,抬头一看,客厅的空调出风口居然在滴水。这可吓坏了王先生,“于是我赶紧检查其他出风口,结果发现餐厅出风口也在漏水,我这新的吊顶就这样泡了水,

幸好发现得早。”王先生联系了科宁舒适家的费经理,要求其过来检修,并给个说法。

更意想不到的,对方来到了王先生家,检查之后发现是空调没装出水管!听了对方的解释,王先生表示完全不能理解,竟然出现如此业余的低级失误,“这真的让我开了眼界,第一次听说安装空调不布线,现在居然还不安装出水管!”经过几次争吵和协商之后,今年8月份,科宁舒适家就出水管问题赔偿了王先生10000元。

不过,王先生认为家里的吊顶都被水泡过,可能后期会出现问题,到时候维修需要花钱;而且出水管都是凿墙安装的,破坏了美观。所以,王先生希望科宁舒适家再赔偿其4万元,但对方并不同意这样的赔偿方案。协商无果之后,王先生向我们“家装110”栏目求助。

## 科宁舒适家: 延保1年,4万元的赔偿无能为力

记者就此事采访了科宁舒适家工程部的费经理,费经理告诉记者,“王先生家的装修,原先负责工程的人辞职了所以换了人来做,可能前后两批人在工程交接上出了问题。对于布线和出水管的问题,是公司的的工作失误,也向业主表示了歉意。”

## 专家: 赔偿可以再协商,吊顶应当换掉

江苏省消协装饰监督站站长龚庭喜认为,此事的缘由,还是科宁舒适家的施工质量实在太差,不应该出现这样的低级失误,而且总价16.5万元的工程,只赔偿14000元确实有点少,后期又存在安全隐患,双方可以再

至于对于业主提出的4万元赔偿,费经理表示,“我们已经做出了整改,给了业主合计14000元赔偿,并且还还把保修期延长了一年,保证吊顶出现问题我们负责出钱维修,双方也就赔偿签了协议。但业主又提出4万元的赔偿,实在是有点多,无能为力。”

坐下来商谈赔偿金额。

卓燃律师事务所的虞律师认为,既然科宁舒适家安装中出了错,作为受害者的消费者完全可以要求对方把泡过水的吊顶重新换掉。科宁也有义务为自己的失误承担责任。

如果您在装修过程中遇上什么纠纷或难题,可以与我们“家装110”栏目联系,我们将在第一时间出马,为您协调解决。  
投诉咨询热线:96060  
84783564、84783682

互动微信:  
住在南京  
(xdkbnjznj)

