

双赢季

2011年 | 十堰晚报 | 消费大全 | 建材卷



为迎十一,在我市商家从9月起就开始做“功课”:先是首届橱柜文化节拉开序幕,紧接着冠军联盟促销会上演。从中秋小长假开始,车城家居建材市场就一直没有闲着……

“银十”到来商家促销战抢跑国庆

“十一黄金周”,历来是商家卖得欢、业主买到笑的时候。每年的十一,都是居民消费的小高峰,车城家居市场也上演了酬宾秀,多家家居卖场纷纷推出优惠促销活动,更有建材商家选择在居民的装修旺季增开门店,旨在让消费者在小长假期间享受新店开业折上折。

其实商家为迎十一,从9月起就开始做“功课”:先是首届橱柜文化节拉开序幕,紧接着是冠军联盟上演促销会。从中秋小长假开始,车城家居建材市场就一直没有闲着,连续的活动聚集了很大的人气。十一假期是传统的促销旺季,也是装修旺季,家装卖场更是各展实力、招揽顾客。

■见习记者 张飞



消费者: 看好十一促销战

面对家居卖场和商家推出的诸多优惠措施,消费者则选择更加理智的对待十一促销活动。记者在卖场碰到了前来挑选家具的许女士,她表示:“早就有国庆期间购买家具及建材产品的打算,这几天先到市区几家大卖场里逛逛,提前挑选好自己满意的产品,目前家居卖场数量多,产品的种类更加丰富,可选择的余地非常大,过节时又会有各种各样的促销,因此在选择时要货比三家,价格、售后、质量都成为考虑的因素。”

这些年来随着家居市场的日渐成熟,“促销战”也是接二连三的上演,节日期间铺天盖地的促销信息在消费者看来已经习

为常,在选购家居产品时消费者心中也有了自己的“算盘”。

对于建材市场的现状和企业适时推出的各种促销政策,有业内人士表示,不管是建材市场还是建材超市,在淡季推出系列促销活动,无非是想带动整个市场。然而,目前消费者日趋理性化,对于低价促销等也会持币观望,但对于部分消费者来说也是个不错的时机。只要消费者细心,理性地看待,肯定能从中得到实惠。对此,一些装修业主也表示,对于消费者来说众商家搞促销当然是好事,只要产品是最新的而且质量有保证,最终受益的应该还是消费者。

商家:

铆足劲迎战“银十”

楼市的“金九银十”也深刻地影响着家居建材市场,下半年家居企业的重点之一就是做好“金九银十”的促销。

据了解,为了能打开“金九银十”家居市场,我市的一些家居卖场和商家早已制定了详细的中秋、十一促销活动方案,商家希望借助多场优惠促销抓住客户。据虹桥建材商城一卖场人员透露:“卖场打折促销从中秋节就开始了,活动一直持续到十一长假之后,相比中秋节我们更加看重十一市场,因为十一的市场更加成熟,很多消费者也会在此时集中购买家居产品。”

如今“黄金九月”已经接近尾声,虽然整个九月份家居市场上不少商家发起了让利促销活动,特别是在中秋促销、商家联盟促销等时段,市场反映出了极大的需求量。但尽管如此,“十一黄金周”做为一个传统的消费旺季,其市场消费放量仍是平时促销活动所难以企及的。“你们中秋节打了七五折,国庆节的时候会打几折呢?”记

者在虹桥建材商城一家地板经营店欲先行摸底,却发现现场前来咨询十一促销动向的客户也不在少数,大部分消费者只问不买,坐等十一商家进一步的打折。尽管商家一再承诺目前已经是最低折扣,但大多数消费者仍更为关注十一商家的动作。商家、消费者各自打着“小九九”。

尽管很多商家承认“黄金九月”家居市场的需求并没有得到很大程度的释放,但商家并没有灰心,在摸清消费者的消费心理之后,他们对即将来临的“十一黄金周”寄予了厚望。就目前来看,部分家居企业有关的预案已经搬上了荧幕后,宣传做得相当给力,只为掘得“十一黄金周”的一桶金。“因为要提前储备好‘冬眠’的粮食,商家都会铆足劲迎战‘银十’,这个时段各商家的优惠力度应该是这一年中最大的,我们冠军联盟也将把十一期间的优惠作为联盟活动的一个延长期。”冠军联盟成员李总表示。