

这九年，营销改变收入



郑州晚报创刊62周年、改版9周年
改变就在身边 改变无处不在

A 一则广告改变生活

市民高先生是郑州晚报的忠实读者。2002年，正打算装修新房的他，在本报看到了那则星星装饰的栏目广告。正是这则栏目广告，改变了他的装修看法。

“那时候，手头没有多少钱，对家装更是不太认识。原本想着自己买材料，找一些工人干活就中了。”按照高先生最初的想法，他只是想把墙、顶、地等裸露部分掩盖起来，没有太多的花哨设计。当时，他在城东路上了一个家装游击队，经过交涉，他们给高先生手绘了一张“设计图纸”，看起来非常粗糙。

“要不是在晚报上看到了星星装饰的广告，我当时很有可能就选择游击队装修了。”经过仔细对比，高先生最终选择了正规家装公司，放弃了游击队，尽管费用稍微高了一点。然而，这么多年过去了，高先生对当初选择星星装饰的做法依然感觉很庆幸。

“和我一起装修的朋友不少，他们的家早在前几年就出现了水管漏水、墙皮脱落等大大小小毛病，然而我的家，几乎没有出现过这些质量问题。我觉得，正规的家装公司服务质量就是有保障。”高先生说道。

除了设计风格有了较为明显的变化，这些年，家居品牌的营销手段也开始有所变化。2002年，星星装饰在改版后的郑州晚报上打出了“恋恋样板间”的栏目，开启了家装公司在报纸上做广告的历史。随后，户外广告、广播、电视、网络、车体等，相继掀起了激烈的广告战。同时，各种除广告之外的营销模式，包括总裁签售、体验式营销等也相继推出。它们的出现，改变着家居行业的竞争格局。

晚报记者 倪子



总裁签售成为时下流行的促销方式

B 推陈出新渴望人气儿

俗话说，“买卖不在人气在”。在这个容许各公司竞相展示实力的中原家居市场上，是否发展顺畅暂且不论，关键得有热闹的人场。在各种各样的家具展、家装展、促销活动中，各种夺人眼球、吸引眼球的“热场”手段层出不穷。

其中，屡战屡胜的“美女效应”首当其冲。例如，在日前举办的“空间·音乐·生活家”大型高端酒会中，生活家地板将促销现场变成了由如云的美女模特、优美的动人音乐、精彩的舞蹈节目、高雅的红酒品鉴、睿智的精英对话等组成的高端推介会；在“圣象新实木地板品鉴会”中，圣象地板也邀请了风情万种的模特，通过手持地板走T台的形式，演绎了该公司推出的最新款产品。

此外，明星代言、总裁签售、体验式营销也是家居品牌乐此不疲的营销手段。陈道明、蒋雯丽、黄晓明、陈道明、孙红雷……很多企业认为，明星的形象与产品的品牌形象画等号，只要选择明星代言的方法，企业的品牌形象就会有所提升，品牌形象提升的同时也能够进一步的提升产品的销量。然而，一些业内人士直言，这种观念其实是企业对品牌塑造认知的最大误区，企业一厢情愿的以为明星代言真的能为品牌带来火爆明星效应，其实明星代言与品牌形象以及产品的销量并没有必然的因果关系。

C 营销手段趋向多元化

在这些营销手段中，总裁签售估计是最能直接反映人气的营销手段了。大自然地板、圣象地板、生活家·巴洛克地板……今年4月份，郑州家居行业轮番上演总裁签售活动。市民范女士说，相比其他营销手段，她觉得总裁签售还算“实惠”。

随着近几年装饰建材行业的快速发展，大型企业独占市场的份额正在不断地被瓜分。一些品牌建材商家、厂家、装潢公司为了实现其差异化经营模式，开始重视品牌的形象包装，开设独具其品牌文化的家居体验馆和生活体验馆，并将商场的店面、展厅布置成模拟的家居馆，将产品融入其中，包括相关饰品和配件，使消费者在参观时有身临其境的一种氛围。

“这种经营模式目前比较普遍，也很受消费者的欢迎，它更多地满足了大家个性化装饰的需求。当然，这需要强大的企业实力作为背景支撑。”在居然之家、红星美凯龙、欧凯龙等大型家居卖场，体验式营销随处可见。

无论是明星代言、总裁签售，还是体验式营销，这些花样繁多的营销模式改变了中原家居行业的面貌，从某种程度上来说，更提高了企业的盈利水平。



“买家具奖轿车”，商家总能想出吸引眼球的噱头。

龙发九周年庆典 九大看点 五重享受 上演家居界“龙卷风”

龙发装饰郑州公司9周年庆典，9项礼遇惠中原。

不论您住的是倾尽心血购买的小户型，还是奢侈豪华的别墅大宅，谁不希望交上一份全家满意的装饰答卷呢。匆忙的脚步请停一停，为了让消费者消除装修初期因知识储备不足所造成的茫然感，为了向中原市民展示最真实的9年积淀“品质”服务，本周，笔者携手龙发，带着精选市场的九大热点问题，寻找最佳看点。

倪子

看点一：活动现场展示当前热点楼盘主力户型优秀设计作品。龙发主力设计师精心力作，多种方案、多元风格：多元世界、简约有理、奢华当道、雅致神韵……助您轻松营造爱家。

近年来，在普通家装市场相对平稳甚至略有萎缩的情况下，高端市场的空间及前景相对更为乐观。随着客户审美水平的提升，阅历甚至已经超过大多普通设计师，因此针对部分纯高端客户，迫切需要与之匹配的精品设计力量。事实上，业内人士对“精品”含义的理解已心照不宣，精品设计的核心源于设计师长年累月的经验积累、智慧的结晶甚至长途跋涉的采风。这些设计师大多每年都会到国内、外走上几次，他们更擅长把握整个设计流程、施工以及材料的研发。

看点二：代表国内家居设计最高水平的龙发集团FA专家工作组莅临郑州，零距离与您定制完美家装方案。

笔者发现，很多消费者在选择家装公司的时候，更多的还是看中家装公司的服务和质量。消费者在家装消费的过程中所关注的内容

也由点到面，对个性化装饰风格的追求已经成为对高品质生活追求的一种时尚消费。

看点三：热点小区五星工程样板间鉴赏，尽览最新风尚家装，悉知当下家装流行趋势、近距离感受龙发独有材料、独特工艺、规范的管理、优质的服务。

专业的工程质监环节，无疑是签合同之后最为关注的。龙发绝对能让您享受到“特殊照顾”。

看点四：活动期间交定金、签单前三名者，将有机会点选龙发十大金牌施工项目组，顶级施工工艺水平为您定制高品质的家居环境。

看点五：龙发装饰2011年质检服务之星，可为交定金、签单前三名的客户提供工程监理服务，专业、严谨、尽责，加上严格的施工规范和高效的工程监督管理体系，使工程质量更加放心、安心。

看点六：龙发装饰2011年初至今设计业绩



龙发装饰精品设计样板间

前十名设计师，可以供您现场点选一对一服务。

看点七：装饰，无疑是属于服务行业，琐碎的装修流程与细节，各项服务到位是最关键的。龙发装饰2011年设计师服务之星，现场为您提供咨询和贴心设计，带给您全新装修的亲身体验、新感受。

看点八：现场展示龙发装饰专用基材、主材。全国统一的标准化材料配送、全国统一的程序化质量保证，权威严谨的材料研发……使材料在保证质量的基础上价格更为优惠。

看点九：龙发装饰第八届工程质量大比武技能大赛获奖作品展示，零距离感受龙发装饰独有工艺及高度专业化、规范化的施工标准。

笔者了解到，本次龙发装饰郑州公司九周年庆典活动，还推出了五重享受回馈中原消费者。

- 一重享受 管理费震撼折扣感恩回馈。
- 二重享受 定金增值，真实给“利”。
- 三重享受 签单满额送主材。
- 四重享受 交定金再抽奖，众多超值大奖，等您来拿。
- 五重享受 活动期间买主材享特惠。

参与方式

- 1. 西区现场：郑州市伊河路中段156号嵩山饭店三楼国际会议中心（5月28日09:00~18:00）
- 2. 东区现场：郑州市金水大道东段机场路86号兴亚建国饭店二楼上海厅（5月29日09:00~18:00）