

姓名:建材品牌类

创新有压力 考分难如意

年中大考 之“建材品牌”

75

2011年中原家居行业年度中期综合调研试卷
满分:100分 考试时间:90分钟

试卷说明:

本套试题仅供中原家居行业内部使用,请拿到试卷的人员认真看题。试题没有标准答案,纯属行业参考。

Part 1 简答题(3×20分)

1.2011年,地板行业在河南的销售情况怎么样?

答:总体来看,前两个季度的销售情况还不错。尽管与去年同期相比,今年的消费需求有略微下滑趋势,但

如圣象地板、生活家地板、升达地板等地板品牌今年上半年相继推出系列力度较大的促销活动,如总裁签售、红酒

品鉴会、新品赏鉴会等,刺激了消费者的购物需求,提高了产品知名度,实现了上半年增量的目标。

2.今年上半年,省会橱柜产品的发展潮流是什么?

答:挑选橱柜就是挑选风情,选择一种风情就是选择一种生活方式。今年橱柜市场,风格多变,有实木制造的复古式典雅橱柜,也有以单色为主的时尚橱柜。总体来看,可分为现代风情、古典风情、乡村风情、前卫风情以

及实用主义。根据欧派橱柜、意大利橱柜等橱柜业代表介绍,自然、简单、实用的橱柜产品最受消费者喜爱。很多橱柜商家将结构简洁、颜色自然、功能体贴等作为橱柜卖点,那些色彩鲜明、时尚前卫的橱柜最受追求个性时

尚的消费者热捧。

“我们每年都保持工艺升级、产品多元化,今年上半年,欧派橱柜推出了更多顺应市场需求的新材质、新色彩的产品,其中,石英石花色新增多达90%。”欧派橱柜郑州公司总经理兰红说道。

3.卫浴产品在产品功能上有哪些变化?

答:马桶可以养鱼、浴缸可以打电话、淋浴室可以按摩……如今,这些新鲜概念已不新鲜。这些年来,卫浴产品表现出的多功能化让很多消费者感叹“跟不上脚步”。但是,与多

功能化不太匹配的是,普通消费者对此类产品并不感兴趣,也就是说,这其中的部分产品的终端销售并不理想。不过,整体卫浴却成为今年上半年卫浴产品的一大亮点。从电脑蒸

气房、按摩缸、浴室柜、浴室镜、座便器、洗手盆、妇洗器到五金配件等配套产品,消费者对整体卫浴空间装饰布局的设计、功能配置、氛围营造等要求越来越具体。

家现场

直击美颂雅庭欧标工程之六《成品保护篇》

深圳美颂雅庭装饰1993年成立于深圳,成为中国最早的家装企业。2009年与世界500强排名110位的法国圣戈班集团合资,成为中国第一家世界500强旗下装饰企业。今年,公司的上市工作又在紧锣密鼓的进行中,所独家研发的欧标工程系统是家装唯一“低碳节能环保项目”。深圳美颂雅庭装饰到底“强”在哪里?

本系列为您解析美颂雅庭装饰装修现场所用的基础材料,从一个个细节去剖析。连载6期,收集6期报纸的业主可获赠价值1000元的全面体检卡。让健康的人住上美颂雅庭“欧标”的家。

近期,在美颂雅庭工地宏光蓝水岸小区,进门后,有种进了太空舱的感觉,仔细一看,整个工地的地面都用油毡铺了厚厚一层;每个房间的开关、面板、龙头、门套、窗套、玻璃都用专用的塑料薄膜包得严严实实;所有基层接缝部分刮了原子灰后贴上了纸带。工程监理介绍道:这是为刷漆做成品保护。

在写着乳胶漆(油漆)堆放处的标志牌下,立邦乳胶漆、华润木器漆一桶桶堆放得整整齐齐。

现场忙碌的工人们先仔细除去基层上的浮灰及污垢,然后用专用工具进行涂刷。漆工师傅介绍说:刷漆讲究一个大面一次完成,颜色要保持左右上下的均匀。笔者从大厅转到各个房间,看到每个开关插座都用有美颂雅庭标志的透明胶带缠护得严严实实,让人觉得心里很踏实。

在主卧室,工人手持打磨机在衣柜上进行精雕细琢,反复抛光。时监理说:木器做油漆前要先批灰补灰,然后再进行打磨,将补的灰完全打磨进木器表层。补灰讲究很多,不能过厚也不能过薄。过厚油漆容易脱落,过薄油漆容易开裂。据了解,一周后即可欣赏到装修的整体效果。

美颂雅庭贵宾专线:
红专路店:65350888
郑汴路店:63636633
绿城百合店:68755777

Part 2 综述题:(40分)

请概述2011年中原建材品牌市场的总体表现

答:由于受到房地产调控等因素的影响,今年上半年的建材市场面临很大压力。根据众多建材代表反馈的意见来看,与去年同期相比,尽管有小幅增长,但是总体情况并不太好。作为建

材商们,除了积极开展以低价营销为突破口,充分利用假日营销举办各种主题促销活动,吸引了大量客户外,他们在产品创新、迎合市场潮流方面做足了功课。例如,圣象地板坚持延续“环保

风”,其推出的F4星标准地板,是目前国际上最高的关于甲醛释放量的限制标准,充分满足了消费者追求环保、健康的理念;升达地板也在产品花色、产品性能、工艺用途等方面不断创新。

Part 3 试卷分析

加强品牌差异化建设刻不容缓

凤凰名优建材城、五洲精品陶瓷城、新家居建材、新家园建材超市、好易家建材商场、金泰城灯饰广场,以及欧凯龙、红星美凯龙、居然之家等大型家居建材卖场,省会郑州大大小小的专业建材市场相继问世。面对装饰建材城“井喷”,市场能否承受?商家该何去何从?消费者又该如何选择?

建材是家居行业最基础的组成部分,也是每一个要装修的业主最先要搞定的事项。

欧派橱柜郑州公司总经理兰红

说,在河南橱柜行业相对趋于正规、理性,房市不景气的状态下,基本上实现了稳步增长。如今,各个品牌竞争日益激烈,市场无形中进行了洗牌,使强者更强,弱者更弱,品牌差异化不断凸显、增大,消费者其实是呼吁这种势头的。但也有商家缺乏市场战略布局,一旦大环境有影响,只能选择价格战,造成经营上的被动。兰红认为,建材品牌间应该寻找品牌差异,在加大和提升产品本身价值上多做文章。

河南圣象木业有限公司总经理史庆东则认为,建材市场属于“低关注

度、高学习度”行业,当人们有装修需求或者购买建材需求的时候,才会对这个行业产生兴趣。目前,河南的建材市场仍然存在一定的盲目性,不排除一些商家急功近利、盲目上项目的情况。实际上,建材市场面临的挑战不仅来自市场之间的竞争,还有来自商家销售模式多元化的冲击。随着更多新鲜血液进入市场,这些行业的新人将带来更多新的经营管理方法,硬件配套上也会更加完善,最终促进整个市场的发展。

本版文字:晚报记者 倪子

