

“五一”小长假期间,我市几家大型知名家居卖场和建材市场生意十分火爆,销量较去年同期有大幅增长——

# 家居市场“五一”上演旺销“大片”



家居卖场人流如织。刘宁 摄

□本刊记者 刘丁

为买特价卫浴产品彻夜排队,每天1000份特价品一开门就被抢购一空,成交额与同期相比多出8倍,紧急加赠500套好礼……这些都是“五一”期间我市家居、建材市场的真实写照,火爆程度令人惊叹。广大消费者在这场盛宴中享受到了巨大的优惠与快乐,而“五一”过后,商家如何才能延续这种火爆的销售态势呢?

## 消费热浪 持续不断

“五一”期间我们的生意非常火爆,销售额比去年同期有大幅增长。许多前来名优建材城的消费者找不到停车位,极旺的人气出乎店老板的意料。为了能买到51元的坐便器,许多消费者4月30日晚上就在欧派卫浴店前排起了长队。“五一”期间该店的销售额成数倍增长,其中包括许多未打折的商品。地板、门等经销商也都取得了喜人的业绩。一个品牌吊顶经销店一天就签出30多单,该店老板喜出望外……”名优建材城一位负责人在接受记者采访时兴奋地说。

据了解,“五一”期间,我市几家大型知名家居卖场和建材市场的生意都十分火爆,销量较去年同期都有大幅增长。

“五一”期间,红星美凯龙第三届家居文化节对广大消费者产生了巨大的吸引力,受到消费者的热烈追捧。商场推出的每天1000份特价品,一开门就被抢购一空。该商场负责人表示,今年是装修的高峰期,因为新区的房子销售得特别多,很多人都开始装修了,而红星美凯龙位于新区,所以来这里挑选家具的人也特别多。

金梦家具城“五一”期间推出的金梦豫西家具建材万人采购会,于5月3日在金梦润峰家具广场圆满落幕。本次采购会期间,商场人流量达8余万人次,成交额与同期相比多出8倍,顾客不仅买到了物美价廉、性价比高的商品,更获得多重惊喜大奖。

欧亚达家居洛阳店“五一”期间同样热销,创下销售新高。活动现场人流沸腾,现金返还处顾客云集,重重好礼即刻赠送一空。活动的最后一天在意向客户的热烈追捧下,商场紧急加赠了500套好礼,火热的抽奖气氛更是点燃了全场顾客的激情,将“五一”促销活动推向高潮。

此外,大唐宫陶卫商厦、百年家居建材城等在“五一”期间也都推出了诱人的促销活动,取得了丰硕的成果。

## 红星美凯龙精彩亮相世博会

本报讯 5月,红星美凯龙在世博会的光环照耀下备受瞩目。作为入驻世博会的家居流通企业,红星美凯龙的影响力毋庸置疑。全国60家连锁卖场也在“五一”期间捷报频传,洛阳红星美凯龙更是在第三届家居文化节上,以骄人的销售额再次创造了洛阳家居业的奇迹。

此次亮相世博会的民企馆由红星美凯龙、阿里巴巴、大连万达、民生银行、苏宁电器等16家企业组成,这一民企群体首次集体亮相世博,被誉为“中国民企第一阵容”。

## 抓住时机 快乐消费

“这个‘五一’我收获太大了,不仅将新家的所有家具都购买齐了,而且享受到了平常享受不到的优惠价,省了好几千元,非常划算。其实,我早就从《洛阳晚报》上看到了各大家居卖场的促销活动,一直在对比,就是要等到‘五一’最优惠时再购买……”新区的王先生在接受采访时高兴地说。

据了解,“五一”期间,许多消费者都是手里拿着几张报纸在我市几大知名品牌家居卖场和建材市场内寻找“目标”。他们为了买到既适合自己、价格又最低的家具或建材商品,不惜花费大量时间,一家一家仔细对比,最终都买到了自己满意的商品。

消费者张女士表示,“五一”期间,商家为了促销,都会推出力度非常大的活动,降低赢利空间以吸引消费者,而“五一”过后,这些特价商品通常会马上恢复原价,因此消费者要抓住时机,果断出手,就能享受到消费的快乐。

## 挖掘潜力 延续火爆

面对“五一”期间家居、建材市场的火爆销售场景,我市一位专业人士分析说,能取得这么好的业绩,一方面是各大家居卖场和建材市场与生产厂家联合推出了极具诱惑力的重磅促销活动,加上抽奖、送礼项目等将销售的氛围烘托得十分火热;另一方面是去年我市房地产市场的火热催生了大量的家具与建材商品的消费需求,加上媒体的大力宣传,使这些需求在今年“五一”比较集中地释放出来了。

从“五一”红火的市场可以看出,我市家具、建材市场的消费潜力非常大,关键看商家如何挖掘了。要想延续“五一”的热销态势,我市的家居卖场和建材市场需要用心谋划,立即采取下一步的行动。在激烈的竞争形势下,如果商家能延续部分优惠活动或者再出新招,继续宣传自己的实力、卖点与特色,使自己的品牌形象与市场号召力不断延伸,那么,就能在下一步的搏击中取得主动权,消费者的购买热度或许能保持一段时间。整个5月其实是有利于商家的月份,只要商家很好地把握,肯下大工夫,想方设法将“五一”这个市场热度延续下去,就会取得意想不到的效果。

看来,如何继续吸引买方眼球,进一步激发人们的消费欲望,在激烈的市场竞争中始终保持火爆态势与领先地位,是需要我市家居卖场和建材市场用心思考的。

红星美凯龙借助世博机遇和民企独具的文化特色,提出了其独特的居家之道。红星美凯龙的VIP Room,试着将中国文化的精神、Art Deco、环保及自然的元素,形象塑造出当下城市的生活态度,向全球展示中国的家居生活文化和智慧。

红星美凯龙亮相世博会,不但是对“家居生活更美好”这一理念的践行,更是为我国千千万万的家庭创造更加美好家居生活搭建了一个平台。(刘宁)

## “五一”平板市场火爆

# 海信蓝擎LED热销

今年“五一”小长假,家电市场异常火爆,引领产业升级的LED液晶电视成为彩电市场的主角,许多家电卖场将营业时间延长至晚上11:00依然应接不暇,消费购买力得到集中释放。

## LED占主流

今年“五一”,LED液晶电视取代普通CCFL液晶电视的号角全面吹响,以海信蓝擎为代表的LED液晶电视受到市场普遍追捧,3天时间里,海信LED液晶电视的销量增长迅猛,LED液晶电视的普及速度远远超出了市场预期。与此同时,全新的海信55英寸3D-LED液晶电视也备受市场关注,前来咨询和体验的顾客络绎不绝,销售势头良好。

针对今年“五一”市场,海信做了充分的准备,不仅推出了技术领先、功能强大的蓝擎LED系列液晶电视,而且也加大了市场优惠的力度,海信以“技术进一步、价格让一步”的市场策略推动高端LED液晶电视的快速普及。

## 蓝擎受追捧

海信最新上市的蓝擎LED之所以成为市场关注的焦点,关键在于它的技术优势。海信蓝擎LED出色的双色注塑外观新工艺令人眼前一亮;它集LED背光、网络多媒体技术和3D立体显示技术三大主流技术于一身,是国内第一款实现电视与电视、电脑、手机之间视频聊天的“三屏合一”电视产品。尤为值得一提的是,蓝擎LED独具特色的Widget多视窗操作系统,支持

多任务操控,实现了电视节目和网络内容的叠加观看,用户可以自由管理电视机功能,自由删减和添加新的应用程序;蓝擎LED支持资讯、影视、天气、股票等众多网络功能,并可在线持续升级,保证电视机永不落伍。在专业机构的评测中,海信蓝擎LED备受推崇,其综合性能指标全面超越了洋品牌。

## LED专家实至名归

近年来,海信加大了以LED为核心的平板电视研发投入,打通了从LED背光模组生产到整机研发制造的全产业链。海信不仅承担起国家863计划的“LED背光系统开发”重点研发项目,还牵头起草了LED背光分规范国际标准,在LED技术领域,海信已经走在了国际最前沿;在产品方面,海信蓝擎LED系列产品较中外品牌也有着明显的性价比优势。在技术和产品上的领先,使海信成为名副其实的LED专家。

截至目前,海信共推出了覆盖19英寸到55英寸全规格段的30余款LED液晶电视产品,推动着中国LED液晶电视的快速普及。从2009年11月以来,海信LED市场占有率已经连续多月超过了30%,高居中国LED液晶电视市场第一位。

此次“五一”黄金周海信蓝擎LED的热销,将继续巩固海信在LED以及平板电视市场上的领跑者地位。

热烈祝贺八方电器5月1日~3日  
销售突破1亿元

## “五一”八方电器赚得满堂金

洛阳八方报出了前所未有的优秀业绩,得到了比去年同期销售增长翻番的数据。八方电器领导各品牌厂家上演的精彩促销战,使销售额呈现“跳跃式”增长,销售额与去年同期相比增长122.7%,其中平板彩电的增长比率最大,高达209.6%,空调其次,增长比率达到142.3%,仅空调这一个品类,三天零售总量就已超过2.8万套,又一次刷新了洛阳家电行业的历史纪录。

八方电器在此次“五一”期间,对产品结构和旺销型号的价格进行了重点调整,得到了适应市场的平衡点。与此同时,八方的各项抽奖活动也更加震撼人心,洛阳攻略取得了巨大成功,洛阳家电消费市场也从此开始进入绝对“井喷”时代!

在本次活动中,数十位顾客喜获大奖,以上为部分获奖者照片。