

关注家居市场工厂直销现象 系列报道之二

为清理库存,帮助经销商完成全年任务,工厂以出厂价直供消费者—— 工厂直销来袭,再掀低价风暴

□本刊记者 刘丁

将于11月16日举行的洛阳红星美凯龙第二届工厂直销节,不仅引发了业界的广泛关注,而且也令广大消费者对工厂直销的巨大优惠和超低价的家居、建材产品产生了浓厚的兴趣。

1 工厂直销活动 切实送去实惠

据了解,“10·26名优建材城厂价直销签售会”整合了十三大业种的数十家知名品牌商户参与,品种丰富,互动性强,让利幅度大。厂家代表及商户依次上台报价,拿出年度最优惠的价格让利消费者,给消费者提供了一个集中购物、快乐消费的机会。

而洛阳红星美凯龙采取的则是另外一种工厂直销模式。它依托自身的品牌优势和强大的战略联盟优势,与各大品牌的生产厂家老总直接对话,将家居、建材产品的价格压至最低,使工厂直销节成为真正将实惠送给消费者的直营活动。

去年11月10日,洛阳红星美凯龙举办的第一届工厂直销节,就因超低的价格和巨大的实惠受到广大消费者的追捧与赞誉。据了解,今年将于11月16日举行的第二届工厂直销节活动,无论从规模上还是服务上,都将进一步升级。经过洛阳红星美凯龙一个多月的精心筹备,目前踊跃参与第二届工厂直销节活动的工厂品牌有近百个,相比去年数量翻倍,这就为广大消费者提供了更多的选择机会。

2 年底以价冲量 绝佳消费时机

专业人士表示,目前,我市的家居、建材卖场之间的竞争非常激烈,工厂直销活动拼的不仅是价格,而且还要拼资源、拼推广、拼服务等。其中非常重要的一项就是工厂资源的竞争,因为这是源头,是竞争的关键所在,谁的工厂资源丰富,谁的工厂资源过硬,谁就能在竞争中处于主导地位,立于不败之地。

2013年只剩下不到两个月的时间了,年底前家居、建材卖场内

的品牌经销商面临全年销售任务的重压,经销商只有完成规定的销售量,才能拿到生产工厂的返点,所以经销商必须在年底前进行收官之战,奋力冲刺,全力完成全年的销售任务。

而工厂直销活动则给这些家居、建材卖场内的各品牌经销商提供了一个很好的机会,这些品牌经销商可以借此机会,以价冲量,努力完成年度销售目标。

当然,工厂直销活动对于广

大消费者来说,也是一次不错的消费机会。虽说工厂直销活动有整体性产品优惠、特供产品、清理库存产品和旧款产品等多种优惠方式,但是“年底冲量拿返点”的大幅度优惠还是非常吸引人的。

比如,广大消费者在洛阳红星美凯龙第二届工厂直销节活动中,不仅能享受到工厂直销的超低价格,而且还能享受到洛阳红星美凯龙“自掏腰包”为消费者送上的礼品和现金补贴。

3 提前打探价格 明明白白消费

洛阳红星美凯龙一名木门经销商对记者说:“往年生产厂家按照金额制定销售任务,我们直接打款就能完成了。可是今年按照数量,则要完成900套木门的销售任务,目前我们只完成了500多套的销售任务,省内很多经销商都没有完成销售任务,所以厂家提供了几

款产品专门在第二届工厂直销节上销售,帮助我们完成销售任务。”

同时,洛阳红星美凯龙一名家具经销商也表示:“去年的工厂直销节效果非常好,所以这次厂家给的优惠幅度更给力,这么低的价格平时连我们都拿不到……”

家住洛龙区的市民王先生说:“去年洛阳红星美凯龙举办的工厂直销节我参加了,价格确实非常低,我新家的大部分家具都是在该活动中购买的,节省了不少钱。不过,我想提醒今年装修的消费者,因为参与的家居、建材品牌太多,建议消费者在工厂直销节活动开始前,提前到洛阳红星美凯龙进行‘踩点’,对意向购买的产品进行了解,还可到其他品牌家居、建材卖场进行价格摸底,工厂直销节活动期间再与工厂直供价进行对比,看是否真的便宜,做到心中有数,明明白白消费。”



西工消防人员深入欧亚达进行技术指导

10月27日下午,西工消防大队组织技术服务组主动上门,对洛阳欧亚达建材家居商场消防工程中存在的问题进行技术指导。

洛阳欧亚达家居商场总经理助理叶小改和商场物业、安保等工作人员一同陪同考察工作,并对大队技术服务组积极主动为单位想方设法解决实际问题的衷心感谢,下一步工作将按照服务组提出的建议抓紧落实,认真地做好消防工作,确保消防安全工作万无一失。(江颖)



易百装饰公司盛大开业

11月2日,洛阳易百装饰公司盛大开业。易百装饰(新加坡)集团有限公司创始人、总裁冯易进先生参加了此次开业盛典。当日,冯易进先生为到场的业主朋友进行总裁签售卡的签售,并参加了装修彩虹卡新闻发布会。

易百装饰(新加坡)集团有限公司创立于2006年,是近年来迅速崛起的新锐力量。易百品牌享誉业界,实力雄厚,是国内一家充满魅力的高素质的装饰公司。易百品牌辐射全国13个省50座城市,拥有60多家分公司。(晓依)