

“五一”没来得及买家具?

去安居乐,大促销活动还有三天啦

第三届大河西家居建材博览会正盛大进行

五一小长假不过瘾?安居乐给你更长的“黄金周”。

4月29日,第三届大河西家居建材博览会开幕式在安居乐家居建材广场隆重举行。岳麓区商务局副局长冯江霞、安居乐家居建材广场总经理周嘉出席仪式并发表讲话,长沙市装饰建材商会代表们出席开幕式。

作为开幕仪式的一部分,参展商家代表上台宣读了“三真承诺”,确保家博会期间所销售产品“品牌真、品质真、标准高”,为此次家博会的产品品质签下了军令状。

年度盛会跨周上演

第三届大河西家居建材博览会为期一周,时间从4月29日一直持续到5月5日,汇集国内外高中低档300余个家装建材品牌,全面覆盖不同层次消费者的家装需求,同时推出多重优惠让利政策,如60大品牌工厂直销,联袂击穿价格底线;返现活动贯穿全场,最高返现达10%;业主消费,卖场买单,每天抽取一名顾客,幸运者可当场最高冲抵销售单货款4999元;同时还有10元限时抢购法恩莎座便器、箭牌龙头、厨卫电器、鞋柜、水槽等超值大礼,另外,还将在5月5日抽奖疯狂派送10万黄金,促销力度之大行业罕见,堪称河西家居建材年度盛会。

大河西家居新引擎

据悉,由安居乐家居建材广场承办的“大河西家居建材博览会”,崛起于“以湘江为中轴,河东、河西两翼发展”的城市背景下,自2011年5月以来,已成功举办两届,始终以“服务民众,推动行业发展”为

核心宗旨,并推出了“免费家装服务”、“无购物中奖”、“购物送现金”等一系列极富特色的让利惠民活动,现已成为长沙装饰建材行业的著名品牌活动,同时也将成为拉动河西家居行业发展的新引擎。

五一假期已经过去,促销黄金季仍在发声,第三届大河西家居建材博览会闭幕进入三天倒计时。还有家居建材购置需求的业主,不妨去安居乐家居建材广场看看。

■记者 张丹

►4月29日,第三届大河西家居建材博览会开幕。



“五一”后家居或将涨价?

“五一”期间,各大家居建材市场都在积极备战之中。而五一刚过,就有业内人士透露,家居业或将出现涨价潮,部分产品甚至已经出现调价迹象。

事实上,万象、福湘、帝森等品牌板材早已出现5%以上不同程度的涨价。省内主流家装企业均已感受到了供应商方的涨价压力,新一轮的家居涨价潮即将来临。

近日,记者走访多家家居卖场,有小部分品牌明确表示已经涨了一些,但大多数商家称只是收到厂家调价通知,具体什么时候调价,以及会上浮多少,还没有得到正式消息。

不过,作为坚挺的涨价派,地板企业从来不缺场。某地板品牌表示,迫于成本不断

增高,提价幅度可能在20%以上,尤其是珍贵材种的地板,幅度更高。

在大自然地板黄少波看来,地板涨价始终是常态现象,以后,地板、涂料、板材等建材产品价格都还将一路向上攀升。

美涂士漆集团副总裁邹今友也认为,涂料行业近几年的原材料一直在涨,加上通胀和人工工资上涨的压力,今年春节后各厂家纷纷大幅提价。这种情况下,有些厂家甚至是上一轮的涨价还没有完全执行,而下一轮的涨价通知又来了。

部分消费者因为担心价格涨得厉害,已在五一促销期间及时出手,提前预订抵挡了涨价风潮。

业内人士提醒,过于看重折扣容易走入误区,在不同品牌产品之间横向比较折扣,未必能得到“是否实惠”的真实结论。即使同一类产品,每一个品牌的价格体系、价格定位都不一样,折扣当然也不一样,纵向对比同一品牌产品在平时和折扣时的价格更有说服力。

同时,在打折商品中尾货处理的情况也很常见,有商家产品更新的需要,这个时候往往折扣力度最大、甚至不计成本。但消费者有可能会遇到尺寸或者花色选择余地小的问题,尾货在产品质量和售后服务上也要格外留心,日后如果需要补买或配套会相当麻烦。 ■轩萱

三湘专业音响广场 5月振聩发声

娱乐之都,聆听最真实的声音

自上个世纪90年代中期以来,长沙娱乐产业与音响市场的发展,一直运行在坐标系的不同象限:前者不断上扬,后者停滞不前;前者亮丽高亢,后者声色黯哑。近日,随着专业音响广场入驻三湘大市场,音像产业软硬件并行的和谐之声,终于要在长沙这座娱乐之城铿锵奏响。

对于总被明星梦想砥砺的人们来说,长沙无疑是一座圆梦之城。在选秀造星的强大引力下,每年有大批的新星从这里升起,像一周一次的橘洲焰火一样,点亮城市夜空,把长沙装点得光鲜亮丽风姿绰约。

唯楚有才,唯湘有色

在长沙,娱乐是最亮丽的名片,快乐是最普世的产物,除了长沙,你找不到哪一座城市有这么明显的城市属性。这里有全国最好的专业团体,娱乐节目创造了全国最高的收视率,有来自世界各地高水准的演出——去年就有伦敦爱乐乐团为星城人民送上新年音乐会,还有令人瞩目的“金鹰艺术节”和“桔洲音乐节”,跨年演唱会也占尽风头。

从电视湘军到娱乐选秀,长沙一直走在娱乐风潮的前沿,商业活动及文化、娱乐消费异常活跃,文化特质相当独特,超大型商演活动也十分密集,以此为背景,作为支撑文化产业的硬件,长沙的音响市场本应当空前繁荣需求巨大,令人意外的是,无论从市场状况、家庭普及还是市民认知上来说,长沙音响市场离规模化、系统化、专业化,都有一段不小的距离。

繁荣很近,真实很远

与其他城市一样,随着邓丽君、罗大佑的风靡,长沙音响市场也曾经有过黄金时期。

上世纪九十年代中期,火车站附近就



有晓园电器城、启银电器城、朝阳电器城,包罗了近百家电器店,销售火热,不同品牌的音响争奇斗艳。风光的日子没过几年,电器城渐渐式微大幅退步,仅有两三家销售专业音响的门店留存下来,更多的品牌则进入到家电卖场,不但位置不起眼,而且面积小,品种少,客源稀薄,门面冷清,黄金时代一去不复返,尽管这些年长沙文化产业不断升温成绩骄人,但直至今日,音响市场仍不断萎缩,专业化程度逐年降低,类似广州“海印广场”那样的音响专营市场迟迟没有出现在长沙地界。

于是,长沙人面临这样一种尴尬的视听现实:有最丰富的声色资讯,却缺少专业的传播介质;明明处在娱乐之都的中心,却

听不到最真实的声音。

或许手里有黑胶碟和老唱片,懂崔健的愤懑和许巍的沧桑,却分不清楚功放和扬声器的区别;走在步行街不得不被直立大功率音响播放的经典流行歌曲主导视听,回到家看看电影,炮弹从头上飞过耳边却一片萧索,终于挨不住困意沉沉睡去;电视选秀,一遍一遍感叹现下的年轻人唱功江河日下声音单薄贫瘠,坐在高价门票的王菲演唱会现场,终于体会到歌声原来还可以穿透心脏悠远空灵。

相比感性表达,数据更容易理性说明问题,据调查统计,音响产品在发达国家的普及率高达75%,这一数据在长沙当前却不足20%,即使在经济最发达地区,音响的拥

有率也只达到33.6%,行业存在定位不够明晰、经营场地分散、品牌意识淡薄等问题,消费者需求旺盛,但缺乏集中消费地和专业指导,大量的市场空白等待填补,音响消费文化亟需引导。

音响集散地,以乐会友新据点

一个好消息是,这一状况可能在接下来的一段时间迎来转机。

中南地区首个高档室内专业音响卖场已落户三湘大市场,预计将于5月中旬正式营业,卖场面积6000多平方米,目前已有BMB、EV、声博、银千、MESUCA、雷拓、声王、声艺、威狮、ABK广播、百威、动力等多个专业音响品牌确定入驻。

据悉,三湘专业音响广场除为消费者提供专业音响设备外,主要为多功能厅、会议室、酒吧、KTV、公共广播系统提供投影机、灯光、多媒体、户外、室内演出等高品质全套音响设备及专业服务,广场集品牌展示馆、试听室和销售为一体,精心构建成品牌旗舰店、专卖店等多种业态共生的大型专业音响购物中心。

相信不论是对于音响发烧友,还是希望提升生活品质,追求更高视听享受的人们来说,这都是一个充分利好的消息,不仅因为这100多个专业品牌在一地集结,更多选择意味着更多欢乐,它最大的意义可能在于,我们离真实的声音又近了一步。 ■记者 张丹