

华声家居榜之三月卫浴篇

“一切行业都是娱乐业。”美国著名管理学者斯科特·麦克凯恩曾经这样说。

自本月起,《华声大家居》将针对家居行业各个品类,每月推出一期榜单,我们将一改严肃古板的排榜方式,以娱乐作派梳理行业品牌。

最佳亮相奖:贝朗卫浴

作为德国百年卫浴集团Dietsche旗下高端品牌,贝朗卫浴3月进驻长沙,在三湘华声全媒体主办的2013春装博览会暨长沙首届户型节上,以一场香艳火辣的超模浴缸秀,惊艳亮相红星美凯龙。这款供超模现场演示高端洗浴生活的天价浴缸,采用进口纯亚克力材料,同时添加水疗按摩功能,可以变换12种颜色,价值人民币118000元,是贝朗卫浴的限量版恒温有氧浴缸。这一场艳遇,让人们记住了长沙首届户型节,也记住了这个品牌——贝朗卫浴。

最具创意奖:申鹭达卫浴

它细细追寻中国7000年水文化源头,建立起行业内首家国家级博物馆——“中国水龙头博物馆”;它借王朔小说原型,提出“橡皮人新梦想”的主张,倡导在职场中工作失去目标、缺乏激情、彻底沦为职场和生活的边缘人,从改变家居生活做起,形成新的生活理念,主动进行心态改良。它联手青海卫视、中国儿童少年基金会,发起关于救助失学女童实现就学的“温暖中国”行动,打造《花儿满天下》栏目,用爱心温暖中国版图;它率先开展病毒营销,推出网络视频短片《水龙头编年史》,成为网络最具人气的

短片之一;它引入动漫营销,打造卡通动漫形象“小鹭天使”;它开通微信平台,携手《幸福微剧场》,敏锐地把握新媒体的营销机构,全面展开新媒体营销价值挖掘。

品牌创意推广做到这个份上,你还找得到营销的影子吗?

旅游大使奖:高仪卫浴

它是五星级酒店“钦点”品牌,全球80%以上的喜来登、凯悦和香格里拉酒店都选用它,它是德国卫浴龙头厂商中最早实现全球性销售与国际生产网络的品牌,也是北京奥运会、上海世博会首选产品。作为世界顶级酒店的标配品牌,高仪甚至已经成为酒店星级评定的普世标准——不用高仪,你都不好意思说你是五星级。

最上镜品牌奖:德国唯宝

每次德国唯宝一出现,总是伴随着无数的闪光灯,以绝对焦点谋杀全场菲林。素有“卫浴国宝”之称的德国唯宝,是欧洲人口中“洁具里的劳斯莱斯”,哈德逊隧道上的精美瓷砖、布宜诺斯艾利斯的圣安东尼奥大教堂和泰坦尼克号的头等舱,奢华的餐具是罗马教皇、皇室贵族、社会名流召开盛宴的必备品,德国唯宝的圈子定位明确、推广策略卓越,曝光率极高。

■记者 张丹



设计有风格 卫浴有流派 浴室风格打造全攻略

不同的卫浴设计流派代表着不同的设计理念和价值取向。因此,根据个人的喜好选择不同设计流派,彰显使用者的个性是很重要的。当今卫浴的设计风格可主要分欧洲流派、美日流派,从多数知名品牌中都可以看到这两种设计思想的痕迹。

欧洲流派设计的卫生洁具以劳芬、吉事多等品牌为代表,产量不是很大,但源于欧洲传统人文思想的影响,比较

讲究产品的艺术美感和人性化追求。

在选择欧洲流派的洁具时,因其设计感较强,对现场安装使用条件要求更高,消费者须根据实际情况设计合理的施工和安装方案,这样会省去不少麻烦。同时,因其生产工艺和用料较考究,产量不是很大,价格一般高些,购买时也要考虑自己的预算。

美日流派设计的卫生洁具以美标、TOTO等为代表。

其特点是造型比较简单,不是非常注重外型的设计,产品造型往往比较单一,变化较少。

美日流派洁具因为产量大,需要大规模的销售量支撑,因此市场上的代理商和分销商很多,市场秩序不是很稳定,因此消费者购买时应注意货比三家,注意价格与服务的对比,争取选购到性价比最合适的产品。同时也应考虑好卫生间的尺寸,以免安装方面遇到问题。 ■本报综合

圣象地板连续16年全国销量冠军 品牌价值121.35亿,居建材行业榜首

3月底 抢工厂!

圣象地板, 总裁带来“工厂价”!

抢工厂时间: 2013年3月底 价格低低低! 地板抢抢抢!

没有签售, 没有噱头, 没有豪礼, 只有价格, 低、低、低!!!

*注: 为避免现场拥堵, 圣象地板各专营店已经接受预定。

浏阳市: 83631959 长沙县: 82390048
望城县: 82381970 宁乡县: 87823111
长沙市: 82661515 82253348

圣象木门、RAINBOW瑞宝壁纸(原圣象壁纸)同步参加活动。

圣象集团总裁: 曾欣

圣象地板

¥49/m²起
(裸板价)

多款新品
低至4折



仅限 1天

价格之低, 惊掉一地眼镜!