

1200个厂家参与 家装家具建材联动

城外诚发起新春底价营销

在2012年成功以四次“爆破营销”屡创奇迹的城外诚，2013年将新春第一场促销攻势选定在3月30日-31日这个大周末，届时城外诚将携1200个入驻厂商抛出工厂底价，并以各种大奖诱惑，将家装、家具、建材进行联动，目标是两天内突破1亿元销售额，从而炸响京城家居市场第一声春雷。

1200个厂商亮底价

进入3月，家居行业迎来消费旺季，厂商、卖场积极踊跃地通过参展、团购、促销等各种方式抢夺春装市场。在2012年成功地发起四场“爆破营销”的城外诚，蓄势发起的春季首场大促销令整个行业翘首以待。

“城外诚将携卖场1200个厂商抛出工厂直销底价。”3月22日，在今年的首场新闻发布会上，城外诚家居广场副总经理刘洋正式宣布，将于3月30日-31日发起为期两天的首场“春季家具建材巅峰采购惠”，届时将有1200个厂商底价直销、千名总裁亲临

现场签售推出折上折优惠、上万款底价商品倾情销售……无论是品牌参与度还是促销力度，此次活动都是史无前例的。

家装家具建材联动

“1200个厂商”这个数字还意味着，城外诚首场“春季家居建材巅峰采购惠”范围在进一步扩大。其中，家装、家具、建材联动，是另一大亮点。

针对整房装修的消费者，城外诚发起征集200户作为装修样板间的活动。凡在3月31日14时前与城外诚驻场家装公司签订家装合同，清工辅料款不低于1万元并已支付首款的

消费者都可报名参加此活动，享受免费装修设计、工程预算、上门测量、全程监理“四免”服务，同时还可通过抽奖的方式获赠500-10000元的装修基金，100%中奖。据刘洋透露，此活动首次推出就得到了消费者的广泛支持，“从3月15日征集样板间开始后的一周时间里，报名者就突破了500户”。

北京商报记者注意到，以前在“爆破营销”中属于“看热闹”的办公家具、红木家具，此次也加入了蓄势待发的大促销。为了吸引消费者，还准备了各种红木知识讲座、拍卖会等专场活动。

两天销售欲破亿元

“我们对这次的营销活动非常有把握，两天内销售破亿元并无悬念！”城外诚家居广场董事长刘长河谈及对此次活动的期许信心满满，原因是“经过过去四年四次成功的‘爆破营销’，城外诚已经建立起完善的精准营销体系”。

“单是楼盘推广员就达270个，更有几百个电话营销员和300万张DM单，我们会把信息传递到千家万户。”刘洋表示。50英寸液晶电视、10万个现金红包、奢华饰品和iPhone5手机等十分具有诱惑力的大奖，更为此活动增添了十足的趣味性。

2013年开春以来，家居行业营销活动不断。此次城外诚的大促销试图引爆京城家居市场第一声春雷，因而备受期待。

北京商报记者 谢佳婷

品牌风采

两大行业权威研发基地双双入驻

柏尔领跑地热地板细分市场

北京商报讯(记者 谢佳婷)3月26日在上海开幕的“第十五届中国国际地面材料及铺装技术展览会”上，参展的柏尔地板成为人们关注的焦点。中国林产工业协会纯实木地热地板技术研发基地、吉林省林科院实木地热地板产学研基地两大权威机构双双入驻柏尔地板，为其进一步领跑地热地板细分市场插上了“双翼”。

“纯实木地热地板项目科研基地成功入驻柏

尔，是2013年最大的利好消息，也是柏尔品牌发展史上值得铭记、浓墨重彩的一笔。”柏尔地板董事长朱国良表示，借助两大行业权威研发基地的入驻，柏尔在实木地热地板这一细分领域将实现更大质的飞跃。

近年来，柏尔凭着钻研精神与专注态度，一举攻克实木地板运用于地热环境的技术难题，成就突出。比如2012年获得中国木材流通协会授予的“中



中国林产工业协会执行会长王满(左)及顾问张森林(右)为柏尔地热地板技术研发中心揭幕

国实木地热地板王牌”称号、参与编写行业首本《地暖用实木地板消费指南》、

推出“14.5mm节能型实木地热地板”，成为地热地板领域的领军品牌。

冠名江苏卫视热播栏目《郭的秀》

我乐橱柜塑造亲民品牌形象

北京商报讯(记者 谢佳婷)德云社一票难求，让人直呼“看不过瘾”。为了让“郭氏幽默”更深入老百姓，江苏卫视特为郭德纲量身打造美式脱口秀栏目《郭的秀》，一经播出收视率便不断攀升。随着《郭的秀》的欢乐热播，其独家冠名品牌我乐橱柜也走近消费者，树立起亲民的品牌形象。

“冠名《郭的秀》是我们进行娱乐营销的一次大胆尝试，也是塑造品牌形象的一次创新。”我乐

橱柜负责人表示，郭德纲从德云社走出来现身脱口秀节目，与我乐橱柜走下来亲近消费者一样，打的都是“亲民牌”，一致的路线是促成这次合作的重要契机。

据悉，江苏卫视每周一22时播出的《郭的秀》，是全国首个将大型全民互动与脱口秀创新混搭的节目，开播七期以来每一期的节目都有吸人眼球的好看点，比如赵本山对话郭德纲、龚琳娜献唱新神曲《如梦令》、曲婉婷

携年度金曲《我的歌声里》亮相、赵雅芝、叶童“新白组合”重聚、开心麻花对阵德云社……不是聚焦网络热点事件与人物，就是呈现与制造最轰动的电视事件，或者将最耀眼的名人、最意想不到的组合请上台来，在节目中郭德纲充分展现相声艺人的语言能力，站在平民化的视角上谈论热点话题，独特的“郭氏幽默”与思想深度令《郭的秀》脱颖而出，备受瞩目，成为“超高人气节目”。业内人士评价。

观众们在幽默、欢乐、轻松的氛围中欣赏完笑料百出的《郭的秀》，自然会对冠名品牌“我乐橱柜”的品牌形象有了更直观的认知，与此同时，我乐橱柜的品牌知名度、美誉度顺势提升，亲民形象悄然立起。《郭的秀》自2月11日首期开播以来收视率就位列同时段第一。

“从目前的收视率数据、品牌传播的监测数据看，我乐橱柜冠名《郭的秀》的营销举措无疑是成功的。”业内人士评价。

· 行业动向 ·

居然之家3月新开三家店

北京商报讯(记者 赵中昊)三月春风遍地，国内知名家居卖场居然之家也将步伐踏向全国更多城市。3月9日开业的居然之家淮南店、3月16日开业的居然之家运城店和枣庄店分别以全新面貌向消费者展示着居然之家新一年进一步扩张全国的强烈势头。

据悉，居然之家3月开业的这三家新店的所在地皆属于重要战略发展要地。其中，淮南店地处安徽省会经济圈，总面积约6.5万平方米，是淮南地区最大规模的一站式大型家居建材主题购物中心；运城店整体面积更是达到12万平方米，共有300多个国内外知名品牌入驻，是晋陕豫黄河金三角品类最全、档次最高、服务最优的家居建材零售卖场。枣庄店面达到7万平方米，同样也是枣庄当地档次最高、品类最全、服务最好、环境最佳的家居建材购物中心。

随着3月淮南店、枣庄店、运城店的开业，居然之家已在全国范围拥有69家店面，百店梦想指日可待。

高端家居专营卖场圣弗朗落户天津

北京商报讯(记者 谢佳婷)3月26日10时，由天津圣弗朗投资发展有限公司主办的“圣弗朗国际家居品牌联盟签约仪式”，在天津津利华大酒店举行。随着引进众多国际著名品牌的圣弗朗4月28日正式开门营业，预示着天津地区没有高端国际家居专业卖场的市场空白将被填补。

据了解，圣弗朗位于天津市河西区，占地12000平方米，目前已筹建完毕，将打造成天津第一个专营国际高端家居的专业卖场。此次签约之后，将迎来瑞典床垫品牌Hastens、美国家居品牌Bassett、意大利家居品牌Turri等世界顶级品牌的入驻，圣弗朗旗下著名红木品牌“红韵中国”也将同期进驻。

“消费者在‘圣弗朗’可以充分感受到东西方家居文化的融合。”天津圣弗朗投资发展有限公司总经理汪俊清表示，除了国际一线家居品牌之外，圣弗朗还将引入翡翠、茶等中国顶级生活元素，未来，圣弗朗将不仅是一个顶级家居卖场，更是顶级生活方式的引领者。

搜狐焦点启动装修日记明星大赛

北京商报讯(记者 赵中昊)十年磨一剑，搜狐焦点家居举办的10届装修日记明星大赛硕果累累。新阶段，第十一届装修日记明星大赛又盛装开启。3月23日，十里河龙凤之家人流攒动，人气十足。第十一届“东鹏洁具”杯装修日记明星大赛在这里启动，为全国装修达人在这个春季带来了怦然心动。

在全场网友见证下，一个巨大的金黄色钥匙作为活动启动的信物将现场掀至高潮。据悉，本届大赛力邀“智囊团”全程参与指导，进入到总决赛的选手还可与“智囊团”面对面交流。本次大赛参赛门槛宽泛，2012年8月1日-2013年5月1日，在搜狐焦点家居装修论坛发表满3篇日志的网友，便可与全国装修高手同场PK。晋级北京站总冠军的选手将获得1000元奖励，拔得全国总冠军头筹的，更有5000元奖励等待。北京商报记者在现场看到，为了让大赛融入更多新鲜血液，装修大学还力推耀眼新秀金小虫分享了他的装修心得。一篇“懒”的设计的幽默讲演，体现出新一代装修达人的独特魅力和装修体验。

据悉，已走过10个年头的装修日记明星大赛已涉及全国60多个城市，共诞生作品千余篇，培养出众多装修达人，更让无数消费者体验到家装的魅力。

空气净化器将成消费热点

北京商报讯(记者 赵中昊)3月19日，国家室内车内环境及环保产品质量监督检验中心发布的全国室内车内环境行业发展舆情通报中显示，空气净化器可以有效解决室内环境污染问题。中心同时还发布了《空气净化器净化PM2.5测试方法》，权威地验证了空气净化器具有去除室内PM2.5的效果。这意味着，空气净化器有望成为一个重要消费热点。

国家室内车内环境及环保产品质量监督检验中心主任宋广生表示，经测试，具有高过滤功能的空气净化器的净化率可达到99.9%，超高效过滤器的净化率可达到99.999%，因此空气净化器是值得大力推广的室内环保产品。据了解，国家室内车内环境及环保产品质量监督检验中心还组织专家制定了《空气净化器去除颗粒物PM2.5试验方法技术规范》，从而更准确、科学地评价空气净化器去除PM2.5的能力。