

第八届中国(淄川)建陶卫浴洽交会圆满落幕

本报9月10日讯(记者 陈姿彦 通讯员 赵增艳) 第八届中国(淄川)建陶卫浴洽交会于9月9日在淄川建材城圆满落幕。淄博市房地产商、物业公司、家装公司、全国瓷砖卫浴知名品牌代理商、建陶企业一起亮相,本届建陶盛会不断推陈出新,亮点纷呈,成果丰硕。

此次洽会活动中,为宣传自己的品牌、提升品牌知名度,也为了抓住洽交会的契机占据更多的市场份额,淄川建

材城部分全国知名品牌瓷砖卫浴经销商各推出1-2款特价产品进行团购,并且专门设计产品展厅。同时,其他商户也根据各自产品制定放“价”促销活动,在店内进行各种形式的让利优惠活动,各商户店内及展厅迎来许多前来咨询及购买的客户。

7日,宏宇陶瓷负责人说:“昨天店里瓷砖交易量比较可观,今天上午展出不到1个小时就成交了两笔,客户分别是杨

寨和城区的。总体来说,对此次洽会的效果比较满意。”

另一卫浴商户表示,当天来咨询、参观的客户上千人,“我觉得当天的交易额有多少并不重要,重要的是品牌形象的展示,把自己的品牌推销出去,扩大影响力,抓住潜在客户的心。”

另外,为了给建材城瓷砖卫浴商户提供更好的交流平台,淄川建材管委会特别推出建材家装电子商务沙龙,邀

请淄博安安之家公益沙龙创始人王鲁民讲授建材家装电子商务的发展及美好前景。

马克波罗卫浴经销商宋平说:“这次洽会增加了很多往年没有的环节,联合房地产商、物业公司、家装公司、瓷砖卫浴知名品牌代理商、经销商,淄博建陶企业进行交流洽谈参观展厅等活动,有利于提升品牌知名度,拓展更广阔的市场,是今年洽交会有意义的一部分。”



洽交会现场活动吸引众多市民参与。 闫苏 摄

开拓新商机、谋划新蓝图、抱团齐发展,本届洽交会硕果累累

瓷砖卫浴创新一站式服务

第八届中国(淄川)建陶卫浴洽交会圆满落幕,与往年相比,今年的洽会除了全国知名品牌瓷砖卫浴商户外,还有房地产商、家装公司、物业公司等多个相关行业参与,“是一次规模比较大、相关产业一体化服务的活动。”一位参展商这样说。

本报记者 陈姿彦 通讯员 赵增艳

新增参展商创造瓷砖卫浴新商机

房地产商金城·康桥名郡是第一次参加中国(淄川)建陶卫浴洽交会,其相关负责人表示:“瓷砖卫浴与房地产销售关联很大,首先,瓷砖卫浴的发展是建立在房地产行业发展基础上的,其次,市场上客户整体性服务的需求也把瓷砖卫浴和房地产商更加紧密地联系在了一起。”

宏宇陶瓷的负责人表示,这次参加洽会主要是想展示一下品牌形象,加强对外地市场的宣传。该负责人表示:“此次洽交会平台很高,是同行的一次整体形象展示,便于经验

的交流与学习。此外,在洽会上认识了更多的合作伙伴。

佛山金福地瓷砖有限公司已经连续参加了八届洽交会,其相关负责人崔新说:“作为比较高端的品牌,我们这次参会的目的就是通过推出一系列优惠活动,增加品牌知名度,效果还是很令人满意的,今天1个小时成交了好几笔交易。”

对于这次洽交会上,房地产商、物业公司、家装公司等同时参展,崔新表示,的确增加了潜在的商机,可以与他们开展新的合作。

一站式服务成为行业发展新趋势

7日,淄博安安之家公益沙龙创始人王鲁民博士向淄川建材城的业户们介绍了建材家装电子商务发展的新趋势。

据王鲁民介绍,目前淄博市场上很多房子都是精装修,是瓷砖、卫浴与房地产商推出的一站式服务,开发商推销的不仅仅是房子还有床头橱柜、窗帘等一系列产品。此次洽交会活动后,瓷砖、卫浴商户与房地产开发商的合作更加紧密,对今后的发展也提供了更好的商机。

来参加建陶卫浴洽交会的一位市民告诉记者,前年自己家3套房子同时装修,有半年时

间一直在为装修的事情操心。“一站式的服务能解决很多问题,带来很多便利。”

强辉陶瓷负责人冯英岭介绍,现在自己和一些同行还停留在传统思想上,“拿钱进货然后等客户来买,随着选择越来越多元化,瓷砖卫浴市场的发展面临新的瓶颈,我们现在得想办法把产品销出去,寻找新策略,一站式服务是趋势之一。”

“此次洽交会最大的意义在于,通过相互之间经验的交流,瓷砖卫浴商户有了新的启发,看见了更多的商机。澳标厨卫的负责人冯世伟说。

“抱团齐发展”建陶业发展又一契机

随着瓷砖卫浴市场竞争日趋激烈,商家们不得不突破旧的经营模式,创新营销策略。对于现在比较火的线上销售,一家已经开展线上服务的商户表示,“与一些网站合作,一个弹出窗口要几万元甚至十几万元,成本还是比较高的。”也有商户表示,由于成本高,线上的产品价格要比线下高,导致线上产品销量一般。

至于如何构建新型商业模式,在7日下午的建材家装电子商务沙龙上,淄川建材城瓷砖、卫浴商户展开讨论,交流,从打开市场、降低成本等

方面考虑,制定了“抱团齐发展”的策略,马克波罗卫浴负责人宋平说:“采用绑定、抱团的方式开发一个APP,表明一定的区域标志、地理标志,这样客户在选择的时候就方便多了,倘若一个品牌一个APP分散了客户,反而不利于发展。”

房地产商金城荣基的负责人表示,“跨界发展是未来产业发展的重要趋势,房地产商可以把自己的折扣活动和瓷砖、卫浴的优惠活动融合在一起,从而推出更实惠、更方便的整体、跨界服务。”

现场花絮

新增互动活动 商家纷纷点赞

为了了解广大客户的消费诉求,给建材城瓷砖卫浴商户和客户交流、互动的机会,此次洽交会专门开设参会商家与客户的互动环节。每个参会的商家先提前准备一组视频短片,短片结束后,由主持人对短片内容进行提问,回答正确的观众可以获得由商家提供的精美纪念品。

对于这项活动,大多数参展商都纷纷“点赞”,一商家表示,“为了得到纪念品,观众短片看得非常认真,这样有利于我们产品的推销,也培养了与客户的感情。”

本报记者 陈姿彦

应对市场异常 商户纷纷亮绝招

随着消费者的选择越来越多元化,为了应对商场竞争,建材城各瓷砖卫浴商户纷纷推出各种经营策略,以使得自己的品牌在市场竞争中占据更大的份额。

淄川建材城德美瓷砖的负责人告诉记者,他现在正积极转型,走高档路线,现在主要推出高档砖,尤其是别墅和酒店砖。另一家商户则推出个性背景墙,除了店里可直接售卖的华美、优质背景墙以外,该店还接受“私人订制”,“只要客户提供想要的图案,我们将专门为客户提供私人、个性背景墙。”

另外,商家还推出了进店送礼品、送货上门、免费安装卫浴等服务。

本报记者 陈姿彦

本报小报童 亮相洽交会

9月6日,洽交会现场,本报56名小报童亮相,统一的着装,响亮整齐的口号,成为本届洽交会上一道亮丽的风景线。

活动现场,小报童们通过卖报活动,为此次洽交会的宣传工作做出了自己的贡献,为自己积累了宝贵的经验,也使自己的沟通、交流能力得到锻炼。小报童周小意的妈妈说:“今天孩子进步很大,从早上不敢开口与陌生人讲话到落落大方地去卖报纸,让我感觉女儿一下子长大了。”

对于此次活动的感受,一名小报童表示,自己是第一次参加这样的社会营销体验活动,“觉得很有意义,认识了很多新朋友,也学到了很多新知识。”

本报记者 陈姿彦



参展商家为市民准备了很多惊喜。 闫苏 摄



建材城参展商家负责人现场献爱心。 闫苏 摄