

从宜家到喜盈门知名建材家具卖场被投诉背后

□ 钟 雯

“喜盈门建材家具广场的广告有欺骗顾客之嫌，承诺免费接送，根本就是骗人的。”连日来，多名网友投诉喜盈门建材家具广场宣传口号难实现。

投诉：喜盈门宣传忽悠人

网友付先生称喜盈门建材家具广场的广告有欺骗顾客的嫌疑。付先生于去年12月份在该广场的宣传单上看到，喜盈门称无论是否购买家具都可以免费接送顾客。付先生去年12月底室内装修，需要置购家具，便到喜盈门建材家具广场转了一圈，但是没有看到中意的家具，于是付先生拨通了喜盈门建材家具广场免费接送的热线。付先生向对方表示自己要回家，希望他们能够实现承诺，但遭到了对方的拒绝。

在喜盈门的宣传单上，笔者发现，该广场在宣传中明确表示，无论是否购买家具，他们都将免费接送顾客。“免费上门接送，不买照样把您送回家。”这样的宣传口号明确地出现在了喜盈门的宣传单上。

说法：送回家要提前预约

笔者来到喜盈门建材家具广场。随后，拨通了喜盈门建材家具广场免费接送热线，在电话中，笔者表示自己并没有购买东西，希望对方能入广告所言，免费送回家。“不可以，必须要提前一天预约才可以。”接电话的客服人员很明确地拒绝了笔者的要求。在电话中，对方告诉笔者，要免费接送必须提前一天预约，这样他们才可以送消费者回家。

调查：买了东西就送回家

当日15时30分，我们再次拨通了喜盈门的免费接送热线，在电话中表示，自己已经购买了喜盈门的建材家具，问是否可以送笔者回家。“你带着购物小票，提前一个小时到大厅门口登记就可以了，我们会免费把你送回家。”

让笔者想不到的是，当听说我们是购买了建材家具的顾客时，对方的态度马上发生了转变，随即表示可以免费接送，也根本不需要提前一天预约。对于是否购买了家具产品，喜盈门给出了两个不同的答案。

律师：喜盈门涉嫌虚假宣传

笔者随后拨通了华特律师事务所徐之春律师的电话。“喜盈门的这种做法明显属于虚假宣传，是在欺骗消费者和顾客。”徐律师说，在宣传中称免费接送，但喜盈门没有注明要提前预约。对于是否购买了产品的顾客待遇完全不一样，却又在广告中称不买照样送你回家，喜盈门的这种做法带有广告欺诈，属于虚假宣传。

人造板甲醛超标 百安居上海店被曝光

继2006年杭州百安居因为装修的一处新房甲醛超标而被罚10000元后，近日上海百安居的两家门店——闸北店和梅陇店又因为经销甲醛超标的人造板建材而被上海市工商局通报。

建材装修行业人士表示，与地板、瓷砖等主材不同，人造板材多为装修公司购买、使用，其甲醛释放量更容易被业主忽视。而装修公司可以通过购买上述危害人体健康的超标甲醛人造板，获取更高的利润。

工商：三种商品被判不合格

近日，上海市工商局公布了“2009年第三季度流通领域人造板及相关制品不合格产品”，百安居两家门店经销的三种产品位列其中。根据上海市工商局公布资料，该局近期在对29家销售企业经销的60个批次人造板及其制品进行的质量监测中发现，合格的只有43个批次，不合格的却占17个批次，合格率为71.7%。而百安居闸北和梅陇两店经销的台山牌胶合板、晨泰牌细木工板和台山牌柚木贴面板均因甲醛释放量超标而被判为不合格。

上海市工商局表示，在10批次甲醛释放量超标的产品中，有7个批次的细木工板，由于使用廉价的粘胶剂，直接导致甲醛释放量超标，个别产品甲醛释放量甚至超过国家标准三倍以上。

业内：人造板多非业主选购

由业主亲自选购的主材如品牌地板等，甲醛含量都会有明确标准，业主对这些主材的挑选也极为用心。相比之下，板材大多并非由业主亲自购买，据介绍，大部分家庭选择半包和全包的装修方式，大部分人造板材由装修工程的施工人员负责购买。一位了解情况的业内人士表示，相比普通的人造板材，甲醛超标的人造板材价格往往更加低廉。在业主降低预算的情况下，很多装修公司会选择使用甲醛超标的人造板。

一般业主由于缺乏专业知识，很难分辨两种不同人造板的差异，易被装修公司误导，选用甲醛超标的建材。上述人士认为，装修公司很容易利用购房者专业知识方面的缺陷，用甲醛超标的板材，替代价格相对较高的环保产品，以获取较高的利润。

百安居：供应商提供合格报告

“此次被上海市工商行政管理局抽查出问题的供应商在2009年提供过来的产品检测报告表明，其产品的甲醛指标经检测是合格的。”百安居方面回应说，由于甲醛需要专业设备检测，所以，作为零售企业，百安居目前主要是以加强供应商的质量监控为主。百安居方面称，曾要求供应商每年对其在百安居销售的产品提供由权威检测机构出具的检测报告，但是供应商很难做到对每批产品均提供这样的报告，多数产品采取在出厂前由工厂对其主要指标进行抽检。针对此次发现的问题，百安居已要求供应商进一步完善其检测手段，强化产品的出厂检验，增加送检频次；同时，百安居也将加大对产品的抽查；百安居商店也将加强对供应商及产品的监控。所有不合格批次的产品在收到工商局检测通知后均已撤架并且退回供应商处。

频现问题家具 宜家召回儿童椅

据报道，瑞典家具制造商宜家(IKEA)表示，由于接到数宗关于一款婴儿专用高脚椅的损伤报告，该制造商决定全面收回所有投放到市面上的这款婴儿椅。

宜家已经接到11份关于这种婴儿用餐椅的投诉报告，称这种椅子座位可能整个脱落，弄伤婴儿。这种椅子在欧洲的宜家分店销售，售价为35元英镑，由红色座椅和黑色支架组合而成，用弹簧锁连接。但是一旦弹簧锁

有所损毁，婴儿可能连人带座椅跌落到地上弄伤头部、脚部等身体部位。除此之外，有婴儿坐在椅子上啃咬弹簧锁，好在家长在婴儿将弹簧锁部件吞下肚子之前及时发现，否则会造成不必要的伤害。由此，宜家宣布在欧洲范围内全面回收这款产品。

黑货车揽客抢生意 宜家配送显露弊端

就在宜家频频曝出问题家具的同时，宜家的配送服务又出现问题。由送货服务中心送货，起步价50元至60元不等，如需安装，安装费为被安装家具价格的4%，送货收费服务一直备受争议的宜家怎么也想不到，最终受累的还是自己。

近日，有媒体报道称，北京宜家商场内有不少黑车司机进场低价揽客，为顾客提供送货及安装服务，为此宜家不得不安排多名身着便衣的保安加强巡视、监督，及时驱逐黑货车司机。只是，这一行动收效甚微，目前仍有不少顾客钟情于黑货车送货。

宜家产品配送也成为一条利益链

资料显示，相比宜家制定的送货价和安装费，“黑货车”的收费的确便宜许多，一般起步价从二三十元开始，而且还可免费或“优惠”安装家具。对此，宜家做出的反应是，与辖区内的运管、城管部门及时沟通，这些部门将定期过来清查。有业内人士认为，黑货车的出现无疑会扰乱商场正常的经营秩序，但也足以让宜家反思，为什么有顾客宁愿当“黑客”也愿把生意留给宜家做，今后如果此风见长，宜家的送货服务中心恐怕也要闹“危机”了。从最初的宜家风格盛行，到山寨宜家的出现，再到宜家的问题家具以及宜家的配送渠道黑幕，无论是优势还是问题，这些现象的出现无疑都与

装修消费者的“宜家情结”密切相关。而相对于消费者而言，宜家需要做的反思远不止于此。宜家在本土化的同时，只有将产品质量和售后服务进一步提升，你我的“宜家情结”才会更加长久。

大型卖场优势凸显 家居卖场面临新考验

近日，记者从大型的家居建材卖场了解到，为了适应家居市场的新形势，大部分卖场都推出了“商业升级”方案，“品牌升级、规划升级、服务升级”等一系列升级工程，全面引发了一场家居卖场经营业态转型新思考，这从一个方面反映出，作为销售终端的家居卖场，正面临着前所未有的模式突破、管理理念变革和营销方式的创新考验。

“市场在变，我们也在变!”业内人士告诉记者。房地产上游行业的改变直接决定了作为下游产业的家装行业的变化，目前精装房大量充斥着房地产市场，且得到了许多买家的认可。精装房市场多以中小户型为主，让业主能够既省时又省力，且这种方式还可以大量节约建筑成本避免浪费，国家相关政策也非常支持精装房交楼。这意味着交易形式发生了变化，从之前的零散销售到现在的集体采购形式，而交易形式的变化又将促使家居卖场经营模式谋求求变。这种新形式对于作为下游产业的家居卖场来说，其实是一个意外的惊喜，这意味着未来家居市场空间将更加广阔，尤其相对于传统商铺零售业态来说，大型品牌家居建材卖场的优势就更加明显。一个好的家居卖场应当站在市场的前沿，顺应市场形势的变化，不断提升自身的能力，充分发挥卖场整体的品牌效应，并适时调整方针策略以顺应市场形势的变化。



家居消费 “她”更看重什么呢

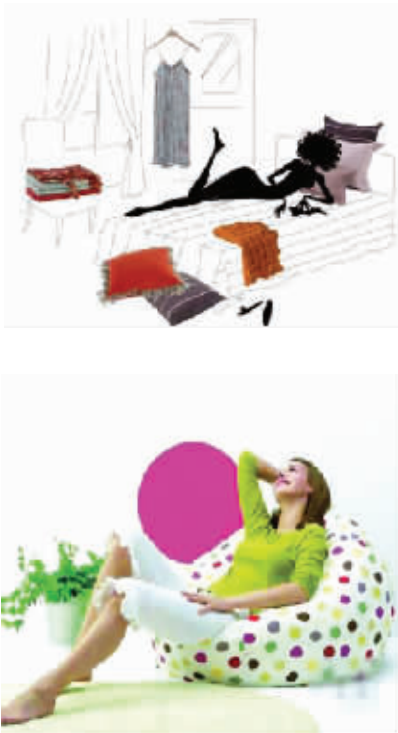
□ 何一飞

商家们越来越重视女性的消费力，这一方面得益于近年来女性消费能力的崛起，另一方面，女性在家庭中扮演了越来越多的“决策者”角色。调查显示，女性不仅是个人消费品的购买者，也是绝大多数儿童用品、老年人用品、男性用品、家居建材用品等购买的决策者。那么，女性在购买家居用品过程中，会看重哪些方面呢？

关键词：性价比

刚刚入住新家的周小姐经历了漫长的装修、家居用品选购之后，颇有心得。她认为刚买了房子，已经花了一大笔消费，因而在家居用品选购上会更看重产品的性价比。如何能够买到高性价比的产品，周小姐的经验是通过团购，或者一站式购物服务。也有商家推出一些家装套餐，不同组合，不同价格，但整体而言性价比比较高，而且用的基本上都是知名的品牌建材，便能做到省心、省力、省时、省钱。

关键词：售后服务



面的创意点、闪光点。

同样的功能，不同的外形，突破传统才更能让人眼前一亮。一些充满创意的家居用品不但能让家充满艺术性，更显出主人的个性和品位。

喜欢创意家居用品的女性，通常好奇心强，对生活环境有较高的要求，追求时尚，更重要的是，这个阶段的朋友经济实力也是最强的，不在乎花几个小钱把自己的家装备得漂漂亮亮，创意十足。

关键词：对网购说 NO

现代人的工作和生活节奏都很快，好不容易忙完了装修，紧接着需要操心的就是买家具。整天往家居卖场跑，既费时又费力，于是，很多消费者尤其是年轻一族纷纷把目光投向了资源浩如烟海的网络。在网络上，“宅女”们也可以看到小到一只枕头、一幅挂画，大到一张床、一套组合书柜，几乎所有的家居用品都可以通过网络店铺购得。也有人在网上“淘”到不少便宜的个性化家居用品。周小姐也是个“网购达人”，大部分消费都通过网购完成，也曾有过网购家居用品的经历，但经历过后对这种消费方式坚决地说了“No”。她认为，网上购买家居用品虽然价钱优惠，但中看不中用。她曾经在網上购买了几床蚊帐，结果尺寸有出入，也没有网上展示出来的效果，最后退货还亏了来回邮费。

另外，她认为，家居消费购买的商品大多是大件商品或易损、易碎物品，如果通过网络购买家具等家居商品，售后服务不可避免地成为难题。

关键词：软装饰

从事广告业的朱小姐比较看重家居用品中的“软装饰”产品。而当前“轻装修，重装饰”的概念也大行其道。所谓软装饰，是指装修完毕之后，利用那些易更换、易变动位置的饰物与家具，如窗帘、沙发套、靠垫、工艺台布及装饰工艺品、装饰铁艺等，对室内的二度陈设与布置。家居饰品，作为可移动的装修，更能体现主人的品位，是营造家居氛围的点睛之笔，它打破了传统的装修行业界限，将工艺品、纺织品、收藏品、灯具、花艺、植物等进行重新组合，形成一个新的理念。“软装饰”更可以根据居室空间的大小形状、主人的生活习惯、兴趣爱好和各自的经济情况，从整体上综合策划装饰装修设计方案，体现出主人的个性品位，不会“千家”一面。如果家装太陈旧或过时了，需要改变时，也不必花很多钱重新装修或更换家具，就能呈现出不同的面貌，给人以新鲜的感觉。