

家居建材行业投诉多 “山寨”涂料横行

□ 新 民

根据消费者协会网站的数据,在过去的2009年里,装饰材料行业接收到的投诉量下降了9.4%,但仍以1.5799万件投诉“跻身”投诉量前十行业的“黑名单”中。山寨建材一直是家居行业揪心的痛。木板、卫浴、瓷砖、漆料、橱柜,装修链条上的每一个环节都有可能“被山寨”。虽然消费者在装修选建材时会处处留心,但很难避免中招,不少消费者直呼“道高一尺,魔高一丈”。

货不对板

80后的陈小姐最近正在装修新房,精明的她喜欢通过网络购买各种家装的建材。这次,陈小姐在一个皇冠卖家手里买了几桶立邦净味全效墙面漆,但拿到货开罐时却闻到刺鼻的味道。找卖家投诉,没有实质的证据投诉无门。无奈,陈小姐只能到正规的店面重新购买。

曝光台：近几年来网购大量兴起,由于网购的方便快捷且网购产品价格相对低廉很多,一时博得了为数不少的消费者的青睐。然而,即使类似淘宝网

通过卖家信誉、买家评价等措施对虚拟网上的商家进行监督,消费陷阱仍“十面埋伏”。立邦中国区总裁钟中林表示,至少80%网上销售的产品来源无法被立邦公司所确认,更不用说提供涂料延伸各种保障的服务。立邦目前已经全面禁止经销商通过网络进行销售。

防患未然：消费者在选购油漆涂料时,要“一看二闻三观察”;首先,注意油漆是否是正规生产厂家的产品,并具备质量保证书。要看清生产的批号和日期,一般油漆的贮存期为一年,商场在搞活动促销时,特别要注意产品是否超过了保质期。目前市场上销售的油漆中,或多或少含有游离的异氰酸酯、二甲苯这些对人体有害的物质。在选购之



前可以对这些物质含量的安全性进行了解,看产品是否对相关有害物质进行标示,并选用较低含量的品种。其次,正规的质量好的油漆没有添加香精,气味小,而山寨货正相反。第三,打开油漆桶要观察,油漆越是细腻,上漆效果越好。如果出现结块、颗粒,则要及时找商场或厂家进行沟通,避免买到山寨或过期产品。

金蝉脱壳

“这地板铺上去好好的,怎么两个月不到,有些地方鼓起来,有些地方凹下去,都变形了。”李先生踩在凹凸不平的地板上,十分懊恼。当时在买木地板时,李先生觉得反正木头都差不多,这个比较便宜就买下了,谁知道便宜还是没好货。更后悔的是,出了问题又联系不上厂家,所谓的售后服务也是纸上谈兵。

曝光台：以次充好是山寨木板厂家的惯用伎俩,山寨木板厂家对基材要求不高,往往采用色泽、纹理相近的低档木加工后充当高档木料。此外,偷工减料、缩短干燥期、减少养生期、简化刷漆工艺、采用劣质不环保的漆料也会导致



地板的稳定性差,强度和防潮性能弱,漆面附着力、漆面硬度达不到国家标准。这样的产品容易起拱、变形、掉漆、表面不耐刮、倒角脱落等。这些问题往往在购买或刚装修完的时候无法识别出来,但过一段时间就会逐渐暴露。大自然地板的总经理王卫东表示,目前地板行业的山寨产品很多,整个行业大概有几千家厂商,而实际上只需三四百家就能满足市场的实际需求。激烈的竞争大多停留在低层次的价格战层面。而目前正规厂家跟山寨厂家在市场上的比例大概是五五对开。因此这又给消费者选购和辨别出了一个大难题。

防患未然：在选购板材时要“三看”:一看板材厂家是否具有正规执照,二看是否具有国家相关检验标准,三看相关检测报告,板材市场上的多数卖家都会为木板改一个美化名,如“象牙白”、“富贵榆”,消费者在购买时不要被

其美名所迷惑,要看清材料本身的检测报告。此外,山寨木板往往仿造名牌,在商标上采取与品牌商标相似的设计,混淆视听,这就需要消费者到正规的厂家购买,否则就要擦亮双眼,处处留心。

山寨时代 消费者需练就“火眼金睛”

上面所陈述的只是一些比较典型的例子,山寨帮的花样还在不断翻新。但要避免受其侵害其实也很简单,无非是通过正规的渠道、正规的卖家,在购买过程中看清相关的销售证明、质量检测以及售后保证。在假货令消费者和相关监管部门防不胜防的今天,更多消费者也不要再盲目购买,而是通过多种途径了解家装建材的相关知识,防止上当受骗。

“封杀”经销商网售 立邦漆以退为进？

□ 宋一民

近日,立邦漆的经销商们都收到了一个通知,今后不允许产品放到网络销售。在行业其他竞争品牌都在为电子商务摩拳擦掌之际,立邦的这一做法让很多业内人士感到不解。

立邦公司给出的解释是,网络上越来越多的假货已经使公司的信誉受到了严重损害。但据行业人士分析,立邦此番“收权”恰恰是在为公司总部进军电子商务铺路。

涂料行业在物流和售后服务上存在一定的特殊性,这也是行业企业虽对网络销售的前景垂涎不已,但又迟迟不敢迈出这一步的一个重要原因。立邦涂料中国公司有关负责人在接受记者采访时则表示,公司未来肯定会重新杀回网购,但还在等待合适时机。

80%网售产品无法确认来源

李彬(化名)与立邦的经销合同2010年3月1日到期,在他与立邦签订的新一期经销合同里,增加了一条醒目的约束条款:未经公司许可,经销商手中的立邦漆产品都不得进行网络销售。3月17日,立邦中国区企业品牌传播高级经理吴佳伦向记者证实了这一消息,称公司已决定全面禁止旗下经销商进行网络销售,所有在2010年3月到期的经销合同中,这一约束条款都会



在新合同里明确。

吴佳伦解释称,2008年起,公司陆续接到消费者投诉,称在网购立邦漆时遭遇假货。公司随即组织专门团队对网络上销售的立邦漆产品进行调研,他们惊讶地发现约80%的网售产品无法确认来源。

“这个行业有些特殊,首先是产品跟消费者的健康紧密关联,另外是售后服务环节程序比较多。”吴佳伦说,而一旦网购的产品无法确认来源,上述程序公司都无法跟进。随着一些消费投诉事件的发生,公司的信誉受到了严重损害。

在立邦全面禁止经销商网络销售

时,它的竞争对手却都或多或少已开始涉足电子商务这一领域。如国内涂料企业嘉宝莉在2009年的上半年就已开通了其官方直营B2C电子商务网站,还有很多品牌也正在组建电子商务的专业团队。

立邦的这一做法也让很多业内人士感到不解。据吴佳伦透露,立邦在收紧经销商网络销售政策的同时,2009年投入到网络营销的费用就超过了3000万元。

之前,受国内一些涂料企业委托对国内电子商务市场做调研时,赢道顾问总策划邓超明就发现,尽管整个涂料行业在电子商务领域普遍未成气候,但在

淘宝等销售平台上,立邦与多乐士的销量要远远领先其他品牌。

因此,在邓超明看来,立邦此番“收权”举措另有意图,即立邦中国总部打算以网络商城或旗舰店的方式进入,这样既能确保公司不至于失去涂料行业电子商务的新机会,又能有效避免经销商自己做带来的蹿货、假货的问题。

涂料行业电子商务不易

对于立邦计划以总部名义进入网络销售的说法,吴佳伦并没有否认,并称公司绝不会放弃电子商务这个立足于未来的销售方式,但何时进入、以什么样的方式进入目前仍不方便透露。

邓超明表示,涂料行业有一定的特殊性,相关企业在决定进军电子商务领域之前必然要有更长时间的准备。首先肯定的是需要解决线上线下产品的价格体系问题,如果两个渠道的价格相同,线上销售就失去了竞争优势,但如果线上的价格更为便宜,则很可能会影响到线下门店的销售。

涂料行业的特殊性在于其后期“比空调行业复杂的多”的售后服务,这是很多行业企业确定竞争优势的重要砝码,相关企业都在不惜成本地做一些特色的售后服务项目。而一旦决定正式进军电子商务,售后服务能否做到及时跟进就显得尤为关键。

另外,涂料产品既具有快速消费品

的特性,又本属化工产业,商品多数是桶装液体,很多快递公司都不愿意接这样的单子。这就意味着涂料行业的电子商务不能完全拷贝服装、家电等其他行业的做法,而需要建立自己的物流体系,或者充分利用现有的经销网点,其中涉及到的利益分配和精力投入,都使很多行业企业望而却步。

邓超明表示,对于立邦这样的企业而言,网络销售远非单独设立一个电子商务部门这么简单。其中不仅要建立一个全新的与经销商的合作模式,或许还要等待一种新的消费习惯的诞生。

链接

网购这一模式的出现,让很多品牌企业遇到了新的管理难题。

正方:百丽

2008年8月,“鞋王”百丽旗下的百朗商贸在淘宝网开设多家百丽直营网店,并自建电子商城淘秀网,此外还授权了多家淘宝网的商家在线上销售百丽产品,同时授权红孩子和走秀网为百丽线上加盟商。直营、加盟双箭齐发。

反方:安利

2009年年底,安利将开设网店的消息一度在 market 上传开,安利高官立即出面澄清,“目前网上的安利网店都是‘李鬼’”。营销人员在淘宝上售卖安利产品,将会伤害了其他营销人员销售产品的机会,从而扰乱公司的经销体系。

地板下乡引爆市场 地板企业的又一春天

□ 吕 飞

2010年政府吹来了建材下乡的春风,地板无疑将是这场盛宴的最大赢家。日渐完善的销售渠道,在四级市场较高的认同度,相对其他家居建材产品,地板在下乡这一块做得是比较成功的。这一方面归功于国内地板业对于品牌的重视度,包括投放央视、大型综合门户网站广告,定期举行大型市场活动等,让几个一线品牌在行业中凸现了出来;另一方面国内地板企业的及时调整战略,重视全国市场的触角延伸也功不可没。地板企业势必也将在建材下乡政策出台后,更好地带动优质低能耗地板产品的下乡进程,迎来美好的春天。

那么在具体的下乡过程中,地板企业最为关键的是哪些问题?确保落后产能的淘汰,以及优质地板产品的下乡,

企业又有何深入见解?

地板下乡一线品牌抢占先机

圣象集团市场部总经理王晓宇在接受采访时表示,从2008年开始,圣象整个销售的过程,都会有针对三四级市场、乡镇来开发的产品。包括“都市生活”系列,“新实木”系列等。德尔总裁汝继勇也表示,并不是说因为国家出了政策企业才来做建材下乡,而是在政策之前,企业就已研发了好几款产品,专门针对三四级市场。而在三四级市场,实行的则是深度扁平的模式,往终端上走,直接到下乡,所以在网点各方面已经占了先机。

地板企业高层看地板下乡



德尔集团总裁汝继勇表示,建材下乡不会像大家想像的那么简单。无论从工信部也好,从发改委来看,定下“建材下乡”的大方向,一方面是鼓励下乡,另一方面也是对这个市场有所保障,所以在品质和服务质量上,都要求那些真正能做好企业参与进来,而非在农村市场投机倒把,将这块具有巨大潜力的市

场破坏了。所以他预测表示,对于这个市场,国家会有非常高的门槛,而这个市场的竞争也肯定会有,只是不如一线市场的竞争那样激烈罢了。

圣象集团市场部总经理王晓宇更表示,竞争有助于市场更加规范,有助于质量的进步和稳步的提升,也能够实现优胜劣汰,让一部分有实力的企业,品质坚持的企业能够越做越好,同时淘汰一些没有竞争实力的企业,譬如生产五劣板的企业。

从企业负责人的发言中不难看出,一线地板品牌对于下乡政策出台同期,经由宏观调控来实现的对于地板下乡门槛的把控有着非常高的期待度。

“地板下乡”企业需把控成本

此外,进入新世纪以来,农村居民

价格产品。要严防借机倾销库存积压、倾销达不到国家标准要求的低质过期原材料和劣质产品。

建材产品的品种、品牌众多,产业关联度强,不可能采取单一品种、单一品牌的下乡模式。什么样的产品、品牌可以下乡?什么样的企业可以下乡?孟国强指出,关键在于制定出科学、合理,能够得到政府部门、业内外专家、行业组织、市场和企业都认同的市场准入标准和准入条件。在这个基础上,凡是达到标准和条件的产品和企业都应当支持放行,达不到的则坚决不能进入。

针对“建材下乡”过程中流通和市场的特点,孟国强认为,要特别注意依靠建材流通企业和市场,发挥主渠道作用。他

建议,要加快向三四级城市、乡镇延伸渠道,形成一套城乡结合的建材流通网络;要加强行业自律,诚信经营;要强化服务,逐步形成购买便利、报销简便、送货下乡、上门服务的优良的政策实施环境。

行业组织在“建材下乡”过程中一直发挥着重要的作用。孟国强表示,协会将进一步配合政府主管部门,细化“建材下乡”有关准入方式建议,严格审核、监督下乡产品的生产环节以及流通渠道。他说:“可以建立一些制度,通过研究探讨准入的方式、办法、条件,发挥协会的行业引导作用,配合政府主管部门建立完善的准入制度,全面保证‘建材下乡’活动的质量。”

如何保障下乡建材不坑农？

□ 依 杭

“建材下乡”将实行严格公平的准入制度,通过建立严格的产品品牌准入和建材下乡经销商准入制度,把质量过硬的建材产品推荐给广大农村居民,同时要针对建材下乡过程中的坑农害农事件坚决惩处。

对农民来说,比买家电、汽车更重要的是建房。今年中央一号文件提出,采取有效措施推动“建材下乡”。在全国两会上,“建材下乡”也成为代表委员们热议的话题。如何让“建材下乡”真正强

农惠民?记者近日就相关问题采访了中国建筑材料流通协会会长孟国强。

“2008年下半年以来,中国建筑材料流通协会通过对经济总体发展和建材产品在农村市场的需求判断,及时启动了‘建材下乡’专题研究,为‘建材下乡’政策建议的出台作了大量工作。”孟国强说道。

关于“建材下乡”,人们关注的是如何采取有效措施保证强农惠农,坚决杜绝坑农害农,对此,孟国强表示,“建材下乡”的根本目的是改善农村居民生活质量。“建材下乡”将实行严格公平的准

入制度,通过建立严格的产品品牌准入和建材下乡经销商准入制度,把质量过硬的建材产品推荐给广大农村居民,同时要针对建材下乡过程中的坑农害农事件坚决惩处。

“‘建材下乡’是要发展低碳建材,不是鼓励落后产能。”孟国强说,“通过严格执行国家标准,坚持绿色环保原则,高耗能、高污染、低质建材将不能进入建材下乡产品目录。”

他建议,要鼓励企业积极采用新技术、新工艺,加快产品更新换代,让农村居民享受到性价比最优化的高品质、低