家居“品牌联盟”受青睐

随着消费观的变化，多数消费者购买家居时已从原来以“优惠、便宜”为本的观念转变成对品牌及风格意识日趋加强，今天的80后已到适婚年龄，他们正成为家居消费的主力军，并对装修有独特的审美和消费方式。家居“品牌联盟”一站式购物正逐渐成为市场主角，也成为了购买家居的考量标准。 记者 王玮伟

省城家居“品牌联盟”卖场云集

近年来，省城合肥家居市场逐渐出现了以各种品牌汇集的家居大卖场，除了早前入驻的美家居、南北家居巨头红星美凯龙和居然之家也先后纷纷入驻合肥，伊赛特和山水家居情景馆的加入也让合肥家居卖场竞争日趋激烈。

面对竞争日益激烈的市场，商家纷纷结盟来提升竞争力，而这种结盟往往是由具有一定实力的卖场牵头，以品牌联合的方式，通过共同的策划、互动以实现客户资源、宣传资源、资金资源等多方资源共享。业内人士纷纷表示，联盟营销模式或成为众企业面对激烈市场竞争夺得销量的潮流趋势，也必将成为未来市场营销的重要发展手段。

同时，品牌联盟模式正好满足了消费者的需求，首先，入选品牌均是各大卖场的知名品牌，品质、服务有保障；其次，参与联盟活动的家装品种丰富，消费者可以一站购齐；第三，品牌联盟做活动时，卖场与多个商家共同打折，折扣力度大。

联盟营销将加速行业竞争

家居行业联盟军团的涌现让原本不平稳的家居市场又呈现出一些不确定性，这必将加剧市场的竞争，从终端市场就为一些企业带来重创。

从企业联盟不断出现的趋势中我们可以看出，家居联盟是借助企业与企业之间的联动而带动发展的，对于企业来说，是一个加快品牌建设、促进商家合作以及稳固市场地位的过程。业内人士表示，选购家居时建议选择信誉好的家居城采购，在经济允许的情况下选择有环保和质量保证的品牌家居，这样才能保障家居的品质与耐用。

皖龙港装饰：14年品牌文化与企业精神完美缔造

14年倾心于家居文化与企业文化的探索与钻研，拥有着全国住宅装饰质量、服务五星级企业、全国住宅装饰优秀企业、全国住宅装饰知名品牌等众多头衔的省内家装龙头企业——皖龙港装饰，将企业文化与家居文化紧密结合，以缔造完美品质家居为己任，多年来形成了以“5A级质量服务保障体系”为核心的独特家居文化系统。

健康“家”文化树立品牌

皖龙港装饰品牌建设的14年，也是构建其独具特色的家居文化的14年。

正如“皖龙港”的名字一样。“皖”是安徽的简称，这从一开始就奠定了皖龙港以为安徽人民服务为目标，为安徽人民创造完美家居应运而生的。

“龙”是中国人的图腾，是中华民族精神的象征，是吉祥、高贵的象征，又是幸运和成功的标志，皖龙港装饰取“龙”之祥瑞，意在为客户创造出具有高贵气质、凸显主人品位的家居；龙的另一个文化象征意义是出类拔萃、不同凡响，皖龙港就是要成为龙腾万里、独占鳌头的装饰公司。

“港”是家的延伸和发展，体现了皖龙港人真心为客户服务的精神；“港”也是港湾，是皖龙港腾飞的起点。“皖龙港”即是要有龙的气度、为安徽人民服务、并不断创造美好生活的港湾。

核心“家”文化成就品牌

皖龙港装饰14年的发展过程中，本着“专业、诚信、创新、发展”的企业精神，推出了以“专业服务零缺陷”为核心的“5A级服务体系”，依靠体系的力量保证每项家装均是精品工程。公司独创的“团队化集成设计、全程上门服务、多级监理制度、全程精装修服务、全程施工档案服务、水电验收实景摄录服务、工程总监直通热线服务、装饰免息按揭服务”八大特色服务，领行业之先，受到了消费者和业界共赏。同时，公司独家开发使用“家装全球眼”工地实时监控系统开创了行业先河。

今年，皖龙港装饰又被授予全国住宅装饰装修“五星级”称号，并被指定为全国装饰“低碳装修试点企业”。作为家装业标杆，皖龙港装饰将一如既往，为美好家居奉献光热，继续推动家装业向更精、更高层次发展。