

皇冠門窗專欄系列

理性消費成主流



隨着人們消費理念的日益成熟，對房屋質量的日漸關注，未來門窗市場的發展趨勢也在發生變化，高質量產品、高性價比產品愈加受到青睞。

從“感性消費”到“理性消費”

近年來門窗行業競爭不斷加劇，價格不斷透明化，特別在經歷了金融風暴的洗禮後，門窗產品的消費由“感性消費”轉變為“理性消費”成為目前市場最顯著的特徵。

其實，原本門窗行業屬於低關注度的行業，人們除了買屋裝修時會關注外，其他時候對門窗都沒有什麼概念，而且這種關注一生來講也是一次兩次而已。但隨着門窗業競爭加劇，促銷力度加大，以及環保節能概念廣為人們接受、政府節能資助計劃出臺等等，這些信息流量的增大、媒體的

關注，使得人們提高了對門窗的關心程度，同時消費行為也變得愈來愈謹慎和理性。業內專業人士認為，如今大家提倡的綠色消費，正是符合當前的理性消費，門窗行業也在積極地引導着回歸理性消費。

高質量、高性價比產品 成爲消費主流

隨着理性消費的回歸，2011年門窗產品設計風格更加注重簡約與實用，對產品質量和技術含量提出更高要求，更注重節能與安全，為消費者提供“物有所值”甚至是“物超所值”的門窗產品。

同時，提醒大家，購買門窗品牌產品，不僅僅停留在購買產品上，還要為每個顧客躉身定做不同的設計方案，為顧客解決整體門窗裝修方

案，除了保證產品本身質量外，亦注重服務，使得門窗適合不同的房屋，營造節能、安全、健康和溫馨的門窗空間。

說到品牌，我們覺得要做好一個門窗品牌需要堅持：

一，堅持信念，擁有信心，思想求新求變。面對市場變化，和消費者的不同需求，保質保量，將心比心，以滿足和適合顧客需求為己任；

二，堅持目光長遠，並不斷提高競爭層次、競爭水平，堅持品牌形象。

作為負責任的廠家和商家們達成共識，以低價格競爭是低劣的競爭手段，其帶來的長期負面影響是相當嚴重的，不僅影響到廠家的正常生產經營，擾亂秩序，而且不可避免，導致偷工減料行為，影響產品質量和安裝工藝；另一方面，還會促使門窗產品的消費周期變短。更可怕的是會錯誤引導消費者改變關注點，原本

應該比較關心產品質量的，卻出現偏重價格的不理性取向，最終導致消費態度改變，影響到整個產業的健康發展，而受害的最終還是消費者。

目前，市場發展還是比較健康，人們理性消費的回歸，說明大家已經或者說正在形成一種好的風氣和習慣，對於一個長期的消費行為，不急功近利，更關注產品本身質量與是否適合自己房屋，即品牌為您量身定做的設計方案，是否幫您解決到您的問題，這是關鍵，當然需要貨比三家，仔細推敲產品的各項指針和科技含量；同時不可忽視，售後服務的重要性。這樣，才可以合理的價格，買到最有價值的產品和服務，即可以達到最佳性價比，也使得您可以安居樂業，而無後顧之憂。

信息提供：皇冠門窗，歡迎電郵至 info @ crownwindows.ca

CROWN 皇冠 門窗

WINDOWS AND DOORS

頂 級 產 品 尊 貴 品 質

免13% HST

HOMETECH WINDOW CORPORATION
獨家華人總代理
3261 Kennedy Rd, Unit 1, Scarborough, ON (Kennedy夾Passmore)
營業時間：
周一至周五 11:00am~6:30pm
周六 11:00am~6:00pm
周日 12:00noon~5:00pm
www.crownwindows.ca
免費估價
416.298.9898
專業諮詢
647.200.1000

李亭 區宇航

皇冠門窗陳列室在2011年4月16日(星期六)邀請中文電台DJ作現場直播凡當日蒞臨本店均有機會參加幸運大抽獎：禮品包括Patio Door 落地窗門或現金禮券等*
受若干條款限制,如有改動,恕不另行通知。