

双11行动攻略

又临近一年的双11狂欢节,双11预售早在10月20日便已经火热开启了,你的购物车是否已经满满当当了?每年的双11天猫等购物平台都会推出各种活动,各种玩法让人眼花缭乱。10月20日开始,天猫全品类超50万款商品开启预售,支付定金即可获得立减优惠。天猫发放的购物津贴统一采用“每满400元立减50元”的规则,可以跨店、跨品类使用,还能与红包、商家优惠券、品类优惠券等平行叠加。还有全民集能量,瓜分10亿红包。11月1日到7日理想之城瓜分红包……双11攻略你是否已经能够玩转起来?今年,家居企业中除了居然之家早前高调宣布和阿里巴巴联手双11,在家装家居主会场也可看到众多知名家具品牌,欧派、索菲亚、TATA木门、顾家家居、芝华仕、慕思、法恩莎、欧路莎、九牧等均参与其中。

网购渐成趋势,无论是小件的家装家饰,还是大件的沙发床品,抑或是需要上门测量的全屋定制,甚至是全屋的装修,都可以足不出户,货比三家,通过手机、电脑触手可得。很多朋友都会想着趁着双11打折优惠淘一些物美价廉的家居建材用品。但家居用品性质特殊,如何才能在网上购买到满意的家居用品?网购家具应该注意哪些问题?

提前列好清单

双11期间,商家各种打折让利,引起消费者的购买欲,让你忍不住买买买。提前列好购物清单,一方面可以避免盲目消费,另一方面可以避免遗漏需要

购买的物品,第三,还可以在购买前去线下实体店体验一番再下单,看看产品的质量、大小放在自己家中是否合适,可以大大减小退货概率,更有保障。

不要盲目被低价吸引

网购虽然给我们的生活带来了许多的便捷,但是网上的物品质量参差不齐,家居用品很多都属于耐用品,对质量、寿命等方面的要求都比较高,因

此,消费者在购买时,不要仅仅被低价所吸引,还要注意辨别产品的优劣,最好去有线下实体店的品牌旗舰店购买,为自己的消费多一重保障。

购买前一定要测量好尺寸

将自己的房间大小量一量,最好能画一个简单的结构平面图,写上要摆放的家具的大概尺寸,测量时最好留出富余量,这样就可以避免家具送到而没法搬进家门的尴尬了。需要测量的定制产品,选择网购时更要慎重。定制产品从测量到设计,从选择款式、五金件到敲定合同,从交付安装

到维修售后,即使是在线下的实体店沟通也是件劳神费力的事,因此选择网上购买更要谨慎。橱柜产品的设计定制安装会涉及到家中的水电路的改造环节,需要专业人员线下的密切配合,选择网购也要慎重。门窗等产品家家尺寸不同,线上购买时也要确定好尺寸。

运费、安装费要明确

网购家居产品,有时会碰到大件产品不包括送货上门服务,要么消费者自己去代购店取货,要么另加钱才能送货上门。有的小区没有电梯也会加收额外的上门费,还有些高层也会遇到需要额

外加收运费的问题。网购产品在当地有没有安装服务,上门安装是否包括在产品的费用之内还是需要另加费用,这些问题消费者都要在购买前与卖家沟通好,以免后期出现不必要的纠纷。

谨慎购买 避免退换货

卫浴产品大多是淋浴房、浴缸、马桶等陶瓷、玻璃制品,易碎,安装、售后等后期问题一定要跟卖家提前沟通好,以免后期出现问题,责任难以界定。成套的大件产品可能会有色差等问题,消费者可以选择在实体店看好后再在网上购买,以免实物与图片有出入,效果不理想。虽然现在很多店铺都开

了七天无理由退换货,但是很多商家在其中都是有附加条件的,比方说,所退货物不得影响商家二次销售,顾客承受相关的运费、包装费、服务费、安装费等前期费用,定制家具不可退货等。而且家居用品的退换货往往会面临着高昂的运费,因此购买家具时一定要看好、选择好,争取一步到位,尽量避免退换货。

货物验收有技巧

货物送到家中,除了享受收快递的快感,不要忘了仔细检查验货。木材家具要检查是否有虫眼、掉末,如果有,说明烘干不彻底。外观检查完毕后,还要打

开柜门、抽屉看看内部是否有腐朽,是否有刺鼻的气味。还要检查家具放在地上是否平稳,桌面是否平直。床品、沙发等要仔细检查是否有刮伤划痕……

■友情提示

这两年,互联网快速发展,消费人群和消费方式也在快速的转变,家居企业开始扩展网络业务,在各大电商平台开展旗舰店,但家具建材产品属于大件耐用消费品,使用周期长、价格较高、物流成本也比较高,素有“三分产品,七分安装”的说法。网上下单虽然方便快捷,但后续的生产、送货、安装、售后等问题也会接踵而至,为了保证能有一个愉快的购物体验,消费者在下单前一定要跟商家沟通好产品的尺寸、送货时间、安装费用、质保期限等问题,避免后续出现纠纷,让网购真正成为为生活带来便利的工具。

刘旭/文

家具送装新规定 为网购家具保驾护航

网购家居用品的物流和安装一直是消费者投诉最多的方面。今年,国内家居电商行业首个送装标准《家居电商送货与安装服务规范》正式发布实施,为网购家具再添了保障。该规范由全国工商联家具装饰业商会联合京东物流共同编制。

规范的内容围绕消费者关切、商家关心的各个环节展开,对人员要求、设施设备、送货、安装、验收、售后服务、服务质量评价等方面进行规范。其中规定,电商可独自提供服务或与专业的商品送货、安装服务提供商联合为客户提供服务,但电商为商品送货和安装服务

的总协调者和第一责任人。在送货过程中,服务双方应就送货时间、运输方式、交付方式等进行商定。当客户发现收货与所购商品不一致或外观、数量、质量等有问题时,可采取更换、退货等处理措施,相关责任由电商承担。在服务过程中,电商应与客户明确服务包含的内

容、商品质量及标准、服务模式、服务时间、服务验收标准、服务费用及支付方式等。电商应对服务人员进行培训、评价,通过建立等级评价制度,持续改进服务质量。同时,电商应制定售后服务的时间、期限、方式、费用、质量标准等。

作为家居电商行业的首部送装服务标准,规范的出台有助于厘清家居电商配送与安装服务过程中各方的权利与责任,通过对各流程和环节进行规范,维护消费者及商家的权益,推动行业朝着健康有序的方向发展。

刘旭/文

