

新浪网就如何使建材进入家装
网上市场进行现场互动直播

传统石材将借助新媒体进入 网络销售新时代

——我国多家石材品牌将进入大众消费选材视野

侯建华 文/摄影

中国房地产排名500强的企业、装饰装修企业、广大消费者如何通过新媒体来选择建材产品与服务呢？2011年12月11日，由新浪网主办的2011~2012年度中国房地产500强企业首选建材供应品牌测评活动在北京石景山区万达铂尔曼酒店启动，我国石材企业首次进入大型房产企业及公众选材视野，环球、康利、万里石等众多石材企业榜上有名。上千房地产企业代表、建材装饰装修企业代表参会。

由新浪网主办，中国消费者协会、中国建筑材料流通协会、中国房地产协会、中国房地产研究会为指导单位举办的本次活动，旨在通过新媒体的受众面大与互动性，并联合传统媒体，将建材家居中使用的装饰装修产品的优秀品牌客观地侧评出来，并经新媒体推荐给广大消费者和房地产开发商。以使真正的优质品牌浮出水面。

据悉，目前已有1600余家建材装饰装修家居品牌与本次活动达成了战略合作联盟，并通过新浪家居、新浪地产、家居就、易居、百度乐居等多个网站上线，从运行的几个月反馈看，市场反应良好。本次活动涉及的建材装饰装修行业有防水、电梯、石材、玻璃幕墙、门窗、太阳能、保温材料、涂料、安防等。石材业作为首次参加的行业，受到了社会的关注，国内石材企业纷纷参加，现已经有环球石材、康利石

材、溪石、高石、万里石、博南石材、东星石材、松达石材、塔星石材、英良石材等多家企业参加。

这就向我国石材企业发出了这样的信号，进入最终端消费者的视野与市场，一定要有最终端的产品。过去我国消费者购买石材不去建材超市，只能去“脏、乱、差”的石材市场，因为超市里根本就没有石材。所以，生产出在建材超市里能看得见、买得到、买得好的石材，最终进入终端消费市场是我国石材企业转变经济增长方式最直接，看得见、摸得着的机遇。

据主办方介绍，对企业测评主要是通过网络投票、媒体投票、市场调研、权威机构测评、检测机构抽查、随机问卷等多种形式开展，旨在将国内最优秀的装饰装修品牌最终推荐给消费者。2012年底将在北京公布中国建材装饰装修品牌公众口碑榜，使房地产商、消费者喜爱的，最具有市场活力的品牌浮出水面、脱颖而出。



新浪网就石材产品等进入网上超市测评发布新闻