Автор: Administrator
19.06.2012 00:00 -

В Китае производят практически все, и многое выпускают в огромных количествах. Например, двери, которые представлены на нашем рынке, часто являются именно китайскими. Мы расскажем и о качестве таких дверей и том, какие именно уловки используют производители, чтобы представить китайскую продукцию произведенной в других странах.

Несколько лет назад в нашей стране была убрана ввозная пошлина на металлические двери. Этот товар пользовался спросом, так что его стали везти, и в огромном количестве. Спрос был, и соответственно Поднебесная стала быстро на него реагировать. Результатом стало огромное количество дверей, что выпущены тамошними компаниями. Цена на них была невысокой и потребители обычно не задумывались, за счет чего можно было сделать цену такой низкой. А использовались просто некачественные материалы, и процессы производства делались максимально простыми. Вот и получались красивые изделия, которые на деле имеют минимальную толщину листа металла, а внутри заполнены хорошо, если не картоном.

Процесс ажиотажа на такие произведения китайских компаний длился недолго. Они начали быстро ломаться, и нужно было придумать, как привлечь к ним внимание. Результатом стало то, что компании из КНР начали использовать самую настоящую мимикрию, то есть выдавали свой товар за товар другой компании, причем на законных основаниях.

Как это можно сделать? Да просто. Не нужно трогать само полотно двери. Достаточно просто поставить на нее замок, что произведен очень известной компанией. Нормальный замок делает плохую дверь лишь немного надежнее. Но зато дает возможность использовать в названии двери товарный знак известной своим качеством фирмы. Причем и стоить такие творения будут достаточно дорого. И с полным правом будут носить знаменитое имя. Причем будет даже отмечено, что изготовлены они по европейской (американской, израильской, канадской, нужное вставить) технологии. И стоимость их будет примерно такой же, как у настоящей продукции известной фирмы. Чаще всего они продаются в магазинах, что не специализируются на таких изделиях, или в недобросовестных сетевых магазинах.