



家居企业布局保障房行情

套餐形式抢占市场份额

保障房扩大市场蛋糕

住房和城乡建设部副部长齐骥透露的数据,今年,我国将建设1000万套保障性住房和棚户区改造住房,保障房数量可能将首次超过商品房规模,投资金额将达到1.3万亿元。作为背靠房地产开发市场的下游产业,商品房市场的交易状况与家居行业发展密切相关。但从今年的市场发展来看,这种担忧已然消散。相反,不少家居企业纷纷表示:“楼市的调控并没有想象中可怕,保障房建设规模的扩大对家居行业更多的是利好。”

乐观情绪并非毫无根据,保障安居工作大规模推进,首先利好的便是家居建材市场,为门窗、地板、陶瓷等细分市场提供更多的发展空间。有业内分析人士认为,保障房工程大规模推出,相当于将市场蛋糕做大,风险变得更小。加大保障性住房建设力度能有效弥补房地产开工的不足。

套餐形式抢占市场份额

与商品房不一样,作为政府为中低收入阶层提供住房保障的特定工程,保障房更多的是针对市场中的刚性需求和首次置业者,才是家居行业消费的主要

群体。

保障房与商品房不一样,更多的不是看开发商,而是以个人消费为主。如何吸引消费者是关键,业内人士分析。而在目前市场上,针对这一类型的消费需求,不少家居企业已开始以“经适房套餐”、“保障房套餐”的形式抢占市场。

“家居套餐对个人的吸引力比较大。同时也能节省家装成本。”据透露,目前在很多家居卖场,已经在开始调整销售策略,以套餐的形式推销产品越来越普遍。

家居团购越推越火

不少家居企业为了抢市场,开始大力推广网上团购业务。据第一次推出家居团购的马可波罗负责人介绍,团购业务刚推出就获得相当不错的反响,“订单量远超过预期。”目前,家居团购已成为市场销售一个新的亮点。

据专家介绍,目前众多家居企业所做的团购仅仅是一种尝试和推广,其目的是为了应对今后几年市场变化而作的准备。在保障安居工程被政府大力推广的情况下,压低价位,以规模效应推销产品也是占领家居企业抢占未来市场份额的一种可推广措施。

2011厨卫市场发展趋势“很抢眼”

2011年,人们居住水平将进一步提高,需求量巨大,厨卫产品种类更加丰富,众多厨卫企业面临广阔的生存和发展空间。国内外名企的参与,提升了全行业整体的水平和实力。我国的厨卫产业开始形成一定的规模和实力。

产品价格易涨难跌
 但不会出现暴涨暴跌

可以想象,2011年大多数厨卫企业将面临成本上升的压力,产品涨价成为趋势。有眼光的企业会寻求降低成本的良策,通过提高效率、提高设备性能或批量生产等方法,将成本降低,而不是将成本压力全部转到消费者身上。暴涨暴跌的情形在2011年不会出现。

厨卫家电下乡产品
 将会普及到全国农村

2011年是全国家电下乡政策实施的第四年。适合农村消费特点、性能可靠、质量保证、物美价廉的厨电产品将会大量走进农村。厨房电器在2011年将会有光明前景,政府将烟灶列为家电下乡产品,会给农民带来更多的实惠。





春天里! 川豪为你装好家

——川豪装饰“精益设计、品质生活”三月启幕——

活动时间: 2011年3月1号——3月31号

- ◆ 装饰满额即送10000元央视上榜品牌帝王风实木门!
- ◆ 活动期间所有客户,指定项目经理为其全程服务
- ◆ 买建材,最高返工程造价比例22%(以上优惠2选1)
- ◆ 只要交定金,均能参加水电预收上限优惠活动
- ◆ 前所未有的,优惠前置!

主材合作伙伴: 马可波罗、萨米特&罗浮宫、蒙娜丽莎、L&D、特地、钰荣、博德、东鹏、恒洁卫浴、尚高卫浴、东鹏洁具、生活家巴洛克地板、大国地板、大自然地板、帝王风厨柜、美佳厨柜、志邦厨柜、帝王风实木门、帝王风欧意浓、友邦吊顶、品格吊顶、托斯卡纳、宝利鸿、KD移门衣帽间、方太电器、瑞鑫电器、科恩电器、汇泰龙/百乐门五金、西蒙开关/照明、甲天下生态鱼缸、金乌炭雕、摩力克窗帘、英伦美家软装、佳泰智能。(以上排名不分先后)