

家居产品电商化渐被认可

多数企业走进“大家居”时代

在宏观经济转型、实体经济放缓尤其是上游房地产市场依旧不振的背景下，家居行业发展也面临着巨大压力。在市场洗牌加快、行业竞争加剧的大背景下，家居企业均在摸索转型升级，布局后市场发展。

■ 记者 王珊珊/整理



市场冷淡需改变思路

2014年对家居行业而言，是多事之秋。上游房地产市场从中国央行楼市信贷政策松绑到近一个月以来各地政府“救市”，房地产市场的起色依旧不大，这也使得国内家居市场持续低迷，局部甚至有恶化趋势，以往呈现高增长的局面已难再现。延续优化经营思路，全面进行战略性转型升级，在保持产品市场占有率的前提下，通过继续优化渠道建设、加强品牌推广和宣传、强化高端定位、提升研发实力等措施来保业绩，成为众多家企不得不选择的新道路。例如慕思寝具选择品牌宣传攻势，持续推动公司门店新形象改造，追求品牌的中高端定位和年轻化重塑，同时也在进行智能家居产品探索。还有美克家居仍坚持多品牌发展战略，由零售商向品牌商转型，提出拓展一体化的家居综合消费品市场。

产品电商化逐渐被认可

刚刚过去的“双11”购物狂欢节，家居品牌表现不俗，据阿里数据统计结果显示，家居行业网络销售额突破亿元。据了解，很多暂时无法实现线上交易的装修企业，在“双11”期间，也搭上了购物狂欢的快车，纷纷推出

各自的优惠活动，以争取更多的客源。目前家居产品多是大件商品，需要业主到现场进行体验式消费，但家居产品电商化是目前的发展趋势。业内人士建议，传统家居企业不能一味地排斥和抵制互联网，而应根据各自

的现实条件，在营销、推广和网上销售等多方面积极取得突破，充分利用电商“快捷、低价、比较”的优势，和发挥传统家居卖场“体验、服务、诚信”的自身优势，实现与电商平台的分工合作。

新模式力促家企新发展

为满足消费者需求，也为获得更多的市场利润。眼下，不少企业通过跨界、联盟、产品链延伸、细分消费群体等方式，走进“大家居”时代。一些企业开始至少两种品类产品的研发和销售，有的还建立工厂。消费需求催

生“大家居时代”，家居企业“分水岭”越来越模糊。业内人士表示，大家居模式的提出，对行业来讲是个重大转变。这种新模式结合行业的发展趋势，引领家居企业从“产品经营者”转变为一体化的解决方案提供者，向消

费者提供“一流的家居设计方案、高品质的家居产品配置、人性化的家居综合服务”。从而改变目前家居产业同质化、产品品质参差不齐、企业实力较弱基本处于中低端产品线价格竞争的局面。

中州红星家具商场

活动时间
2014年11月30日

万人家具集采节
第二季

活动内容

家具3折起

家具0元拍

订单逐级送

家电豪礼奖

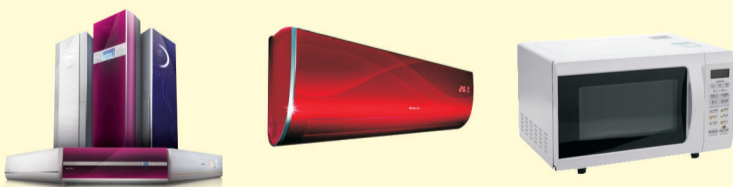
活动期间凡在中州红星家具商场统一收银满额即可逐级获赠精美礼品：

购满1000元，赠味斗；
购满2000元，赠玻璃杯；
购满3000元，赠奶锅；
购满4000元，赠饭盒或五件套；
购满5000元，赠电水壶或取暖器；
购满6000元，赠养生锅或格兰仕电炖锅。

例如：顾客交1000元可获得味斗一个；若交2000元即可获得玻璃杯+味斗；若交款3000元可获得奶锅+玻璃杯+味斗，依次类推、逐级递增。奖品有限先到先得送完为止

活动期间凡在商场统一收银满1000元即可获得抽奖券一张，多买多送，上不封顶。

一等奖	★★★★	液晶电视	1名
二等奖	★★★	空调	1名
三等奖	★★	格兰仕电烤箱	3名



宜家居生活馆



优尚窗帘墙纸



YADI 雅迪



YAHA 瑶海

中州红星店地址：合肥市四里河路明发商业广场北侧
公交车线路：市内可乘49、53、59、143、157到明发站下

电话：0551-65630967
招商热线：0551-65372726