

扫描全局 把握当下 2015年家居行业变革进入快车道

宁波家居行业暗流涌动,行业跌宕起伏。无论是新开卖场、家居电商的迅速布点,还是营销策略与政策法规的转变,这一年中家居行业的变化与发展相当迅猛,不少业内人士对2015年的业绩增长保持谨慎乐观的态度。不过,互联网化的探索进度缓慢,从火爆的团购降温到动作迅速的卖场品牌调整潮,2014年的家居行业用一句“山雨欲来风满楼”来形容。

如果说2014年,家居行业还在讨论行业进入洗牌期,那么,2015年可以说整个家居行业进入了深度调整期:有些企业推出多品牌战略;有些企业走上多元化发展之路;有些企业通过线上线下多渠道拓展;未来更是家居行业创新、突破、变革的一年。



企业升级 市场洗牌

转型升级是现下各行各业流行的词语,当然家居卖场行业中也不例外。一些成熟的家居卖场经过多年拼搏,已经在市场中占据了有利位置,不过,在进入2014年后都深切感到了重新定位的必要性。

而对于家居卖场来说,目前也面临着激烈的竞争,如何重塑未来格局是这一行业需要深刻思考的问题。2014年华生国际家居广场这艘“航母”的起航,刺激了整个行业的加速变革。

据华生国际家居广场负责人透露,华生国际家居广场将成为集设计、展示、销售、办公、仓储、物流、文化信息交流等功能为一体,覆盖星级酒店服务、Shopping Mall,工程采购、零售、国际贸易等多个商业领域的综合性卖场。

随着家居卖场渠道下沉和扩张的持续,可以想见的是,未来卖场的竞争将异常残酷,洗牌之后还是洗牌。

生活变革 文化输出

随着生活水平提高,家居

已经不仅仅是使用功能,它还承载了消费者自身的生活品质,生活情趣。“作为一个家居卖场,我们不只是售卖产品,还是传播时尚生活方式,从而面对人群,挖掘人群,积攒口碑。”第六空间总经理张继东称,目前卖场一楼集中了大量国际国内一线或独有的十多家高端品牌旗舰店集群,并以此为主题打造满足个性需求和时尚生活方式的原动力。

新规颁布 提高标准

新环保法于2015年1月1日起施行,它的出台将掀起一场家居业的绿色革命。

此外,《红木类商品销售及售后服务管理规范》标准6月份已正式进入起草,并于2015年正式颁布实施。届时,红木企业可依据标准建设规范的红木销售与售后服务体系。

其实任何一个标准的提高,对消费者都是一件好事,尤其是新《环境保护法》的推出,更让家居行业首当其冲。尽管从长远来看,新环保法应该是有利于家居业的发展。

宁波华康名家私营销总监张陆宏表示,对卖场来说法规细则反而成为来衡量品牌调整的尺度,就2014年新开的大型红木家具店为例,正是合理法规促进了红木家具的升级质变,在2015年华康还将继续引入性价比高、生命力强的品牌旗舰店。

营销革新 会员主打 发力电商 前途未卜

品牌参与度与活跃度是家居卖场营销活动成败的关键。而卖场的核心竞争力无非就是抓住消费者,提高自身卖场的忠实客户群,为此宁波不少家居卖场开始有针对性地卖场会员升级优惠。

“除了开春大型促销会、周年庆,以及传统节点,我们现代商城2015年主要是延伸大数据下的VIP客户资源挖掘。”现代商城企划负责人称,将产品有效调整是招商运营的工作,而商户调整依据恰恰是2014年会员客户数据反应,卖场会把自身有效数据和商户数据对接,形成信息共享的局面,有效合理地配置货源,在促销活动中有的放矢。

据了解,红星美凯龙也在新年全面升级了会员系统,增加了很多专属会员优惠功能。其实很好理解,一场活动商场让利一部分、工厂让利一部分、品牌再让利一部分,多种让利指导依据如果来源于卖场自身数据,那就更加事半功倍了。

是不是每个家居企业都适合做O2O?是不是做了O2O企业就可以高枕无忧了?业内人士认为:“企业需要做好自己的本职工作,看自己是否具备了互联网化的要素、是否能迎合消费者真正的需求、售后服务能否跟上,这里面没有什么标准化可言。”即使企业做了O2O,也还是需要更好的品质来留住这些客户,而不是就此一劳永逸。

提到“触电”,在行业人员看来,线上下单、线下体验未来是一种趋势,但是家居产品是非标件,一般购买家具的过程中,不少顾客都要需要触摸、观察、体验其感受,才会选择下单。 陈诗虹/文

创想·由心开始

樱花卫厨以旧换新火热进行中...

燃气热水器以旧换新最高可折价 **200** 元

注:此活动只针对燃气热水器以旧换新

SAKURA 樱花卫厨

活动时间:1月16日-1月31日
活动地址:宁波区域各樱花销售网点

关注樱花卫厨,优惠力度大!

【徽·石头路】

讲文明树新风 廉政公益广告系列

行路,我只走踏实路。

东南商报