

宜家试水电商 宁波家具卖场过得还好吗？

见习记者 朱一诺

8月17日，宜家宣布，将全面上线电子商务，开设微信限时店“快闪店”，进一步降低服务价格，并探索市中心店的可能性，让消费者更容易买到宜家的产品。那么，宁波的消费者们都爱去哪里选购家具？各大卖场攻城略地的同时，风起云涌的电商又会对家居市场格局产生什么影响？

抬头挺胸的中高端家居市场

90后孙君刚刚完成新房装修，开始了选购家具之旅。他上网找过，去装修公司的合作商那儿看过，也把第六空间、红星美凯龙、宜家等商场都逛了一遍。

21世纪以来，这些家居卖场的新品牌打破了传统企业20年来的运作方式，开辟了家居市场新模式。如成立于2003年的第六空间，近些年来在宁波市场上的名气越来越大，但不少人只闻其名，未入其门。无论是第六空间卖场整体布局还是各大品牌店内部，大多以风格进行区划。在这里，中式风格、新中式风格、美式风格、新古典风格等任君选择；来自德国、美国、法国、意大利等各国的品牌应有尽有；一万多元一把的真皮懒人椅，十几万元一套的进口沙发，三百万元一组的小叶紫檀桌椅……昂贵的气息扑面而来，没有最贵，只有更贵。据店员说，该品牌店每年产值都在千万元以上。

第六空间楼上一家中式风格的品牌店内，一桌一椅一柜皆是艺术品，由上好的梨花木、稀缺的小叶紫檀雕刻成的家具，价格在几十万上百万元不等。“我们的中式家具可以说是全宁波最高端的，客人大多是成套购买。”老板坦言，宁波人不缺钱。

临完一番市面，走出第六空间，孙君也未落下红星美凯龙。根据弗若斯特沙利文的数据，红星美凯龙是国内经营面积最大、商场数量最多的全国性家居装饰及家具商场运营商。截至去年年底，红星美凯龙在国内经营了256个商场。据美凯龙年报显示，2017年，就零售额而言，红星美凯龙占中国连锁家居装饰及家具商场行业的市场份额13.5%，占家居装饰及家具商场行业（包括连锁及非连锁）的市场份额5.3%。

步入红星美凯龙宁波鄞州店，同样在非节假日，客流量却不如第六空间，尤其是一层陶瓷、地板的品牌店更是无甚人气。除却实体店，红星美凯龙还提供包括互联网家装、互联网零售等泛家居消费服务及物流配送业务。2014年，红星美凯龙就推出了电商业务，但在2015年以失败告终，面临大量裁员。到了2016年，CEO李斌上任，全力挽救美凯龙电商业务，提出“1001战略”（在实体商场拓展到1000家的基础上，打造1个互联网平台，以家为核心进行业务的上下游跨界外延）。在红星美凯龙的网上商城中，“看案例”“找装修”“找设计”“挑尖货”“逛商场”，看起来服务链非常完整。而据红星美凯龙鄞州店某品牌店员说，入驻红星美凯龙的各品牌产品基本都可以在APP上买到，但线上的销售量并不显著，也并未对线下店产生太大影响，顾客们还是更希望到线下体验。

今年7月，李斌离职，红星美凯龙刚抬头的电商业务未来又成问号。



三号桥

