

家装·材料



宁波广告独家代理: 宁波博派文化传媒有限公司 广告投报热线: 0574-87193030 15908591282



2012 家居业形势变化明显，挑战与机遇并存！

回望 2011 年,由于消费需求下降、运营成本上升、外部出口受阻等诸多原因,家居行业震荡不安,行业格局也随之发生变化。而在多方面的压力之下,2012 年家居业的形势变化也将越发明显。业内专家预测,2012 年卖场将遭受到更加严峻的挑战,家装市场细分将更加彻底,二三线城市消费市场的厮杀将进入白热化,一线品牌将加速整合、融资,2012 年将是企业稳中求变、变中求胜的关键一年。

■ 猜想 2012

卖场关店潮或显现

2011 年,大型家居卖场关闭、退市的新闻屡见不鲜。在北京,10 年老店三环家居城关门、家得宝挥泪退市、乐华梅兰大郊亭店停业、祥和之家“难产”。外埠地区,欧亚达百利家居国际馆沈阳三店“全军覆没”等。业内人士认为受 2011 年经济形势和政策的影响,2012 年卖场倒闭的浪潮还将继续涌动。

从去年开始,家居行业承受多重压力,部分卖场却逆势扩张,不断扩大经营规模、开设新门店,很多企业也“被扩张”,跟着卖场开新店。快速扩张反过来又导致了卖场数量激增,同质化严重、竞争加剧;不断上涨的租金则让很多商家不得不另寻渠道。

2012 年,愈发激烈的市场竞争会加速淘汰一些无法跟上时代脚步的卖场,也会给盲目扩张的卖场当头一棒,那些为了扩张而扩张、却不能入乡随俗、因地制宜的卖场也将被无情清洗。

家装公司彻底分化

作为楼市影响重灾区的家装行业,在 2011 年进行了许多思考和探索,这些举措也成为 2012 年各公司前进和发展的方向,家装公司将在今年彻底细分市场,凸显特色优势。

实创装饰董事长孙威认为家装企业要应对市场变化,应该找准自己的市场定位,对市场进行细分,实现差异化经营。业之峰诺华装饰股份有限公司董事长张钧也认为,

专门针对某一层面的消费群体,有利于将产品和服务做深做精。今朝装饰设计有限公司董事长戴江平更明确表示,在市场消费萎缩的情况下,要应对政策和市场变化,企业要做自己擅长的,并且做出特色。

据悉,2012 年家装公司的分化将更为明显和彻底。东易日盛继续走有机家装之路,定位高端人群;科宝·博洛尼将致力发展软装,主打产品,玩整体设计概念;今朝在主攻老房装修的基础上,推出局部装修,紧抓老房、二手房装修市场;实创在套餐基础上深入创新,坚持速装、套餐不动摇。

二三线市场竞争白热化

自楼市调控后,二三线城市家居市场的蓬勃势头让众家居企业对其未来的发展也给予了厚望。

据北京市场协会家居分会秘书长刘晨介绍,限购令在二三线城市的影响远远小于一线城市,家居市场未来发展速度及幅度均要优于北京、上海等一线城市,刚性需求也非常大。

意风家具董事长温世权表示,对于全国连锁的品牌家具企业而言,一线城市的市场空隙日渐狭窄,因此二三线城市不仅是品牌精耕细作的领土,更是 2012 年攻城略地的重点。联邦家具北京公司总经理王建国也告诉记者,占据其全国销售额五成以上的二三线市场在 2012 年仍将是重点布局对象和主力销售地区。

二三线城市自身的消费潜力十足,加之企业积极布局区域市场、渠道下沉的速度加快,2012 年,家居主战场将逐渐向二三线、乃至四线城市转移。

红木行业洗牌加剧

回望 2011 年的红木行业,短短一年的时间内经历了原材料濒危与飞涨、市场高点与冷清的起伏。

据业内人士预测,2012 年,红酸枝、紫檀的价格随着数量的减少会水涨船高,这成为企业不得不面对的难题。宣明典居董事长付军民认为,红木行业尽管在 2011 年的形势不错,但到了 2012 年压力会增加,寒冬的氛围也会

更浓,洗牌在所难免。

连天红红木营销中心主任刘海潮认为,2012 年红木行业内将有更多行业外的炒作游资陷入,随着竞争的加剧,红木行业今年将会开始大洗牌,而且会持续洗牌 2 至 3 年。经过洗牌之后,缺乏实力、信誉的部分中小企业将被淘汰,品牌企业将得以凸显。

一线品牌加速上市

2011 年,索菲亚、大自然两大企业在深股和港股的相继上市,为家居行业刮起了一股“上市潮”,准备上市和规划上市的家居企业开始跃跃欲试。家具、木门、卫浴、橱柜、衣柜等行业一线品牌也加速了所在行业的整合步伐。2012 年将是一线品牌大显身手的一年。

天一美家家俱总经理袁新迁认为定位于中高端客户的家居企业受到影响较小。另外,调控导致了行业内的洗牌,不具备竞争力的企业将被淘汰出局,其市场份额也将拱手相让。

许多一线品牌的企业掌舵人正是基于这个出发点,或在 2012 年积极筹划融资上市,增加企业知名度和竞争力;或通过整合品牌,代理国内外大品牌,满足消费者对一线品牌逐渐增加的需求。“用资金助力发展”、“舍小求大”的观念将在 2012 年得到强化。

■ 2012 关键期

今年下半年将是关键节点

业内人士坦言,2012 年是家居行业至关重要的一年。东方家园家居广场副总经理殷玉新告诉记者,房地产政策对家居行业的压制不会长期存在,并且房产调控可能会为家居行业提供具有建设性的爆点。他认为短期来看,2012 年下半年市场会明显优于上半年。今年上半年由于受去年第四季度影响,市场依然冷淡。但每年第一季度国家对房产、信贷等调控政策会相对放松,因此一季度市场将趋于缓和,二季度可能会小幅常态增长。到下半年,政策应该会迎来微调,这对家居行业来说无疑是个好消息。

意风家具温世权告诉记者,七八月是意风在 2012 年发展的一个关键点。他表示,七八月时新建的两限房、经济适用房和保障房将大量面市,而过去两年里,意风调整战略主打外埠市场,在北京市场则进行细分精简,取得的效果非常好。因此,在 2012 年七八月之前,意风要做的就是继续进行渠道下沉,完成区域布局,搞好与经销商的关系,为征战市场做准备。

■ 消费提示

上半年可以及时出手

相对 2011 年,2012 年的市场行情将不会发生太大变化,家居产品大幅度降价的可能性不会太大。预计下半年会出现小幅度回暖,消费者选择在相对较淡的上半年出手比较可取。

对于卖场、家装公司、建材和家具品牌而言,节假日促销已经是历年不变的铁律,消费者可以选择在 3·15、五一、十一国庆等节假日期间购买产品。这时候厂家提供的产品不仅选择性丰富、性价比也比较高,有的商家还会抽奖、送大礼,以及提供其他增值服务。但消费者也需货比三家,在选择产品、购买和签订合同时谨慎一些,不仅能买到满意的产品、拿到好礼,也能规避不少风险。

而选择装修、买家具的消费者,也不妨选择在春节前下手。春节前是许多家装公司的淡季,企业为了在淡季吸引消费者,一般会给出比较诱人的价格,消费者能享受到真正的价格实惠,也能享受到更高质量的服务,而节后开工也不会影响消费者过年。

(请作者速与本报联系 以奉稿酬)