



2013 湖湘家居年度汉字: 微



12月18日上午,2013两岸年度汉字评选在台北揭晓,“进”字当选年度汉字,描画出这一年的众生百态。纵观湖南家居行业全年发展态势,是否也可以一言以蔽之?

这一年,微平台的火热将品牌营销提升到新的高度,家居行业开始意识到,品牌的内涵在于与受众形成共同的价值观、共同的产品态度、共同的对话分享;这一年,传统守旧的营销方式开始式微,无法跟随时代节奏的企业开始黯淡谢幕,徒留仓促背影,更多的生力军加入行业阵营,迸发出蓬勃的生命力;这一年,行业进入微利时代的步伐骤然加速,市场环境的红海化,使价格战的节奏和力度进一步加剧,原材料、人力、物流成本纷纷上涨,利润被摊得越来越薄……“微”之一字,可作为这一年行业世态的总结。



关键词一:微营销

11月底,有一条微信在湖南家居建材圈很火爆,这条微信图文发布了一男子在长沙马王堆陶瓷新城当街“求租丈母娘,5分钟100元”,吸引了现场近百人围观。事情的缘起是某陶瓷品牌开展促销活动:业主带丈母娘到店砸金蛋,一锤子最高能省1万元。而该男子的丈母娘远在东北,无法到达现场,所以他灵机一动,决定花100元临时租个丈母娘。

这样一条微信原本只在朋友圈疯转,数小时后,却被数家网站纷纷转载,该事件所涉及的家品牌也意外受到空前关注。

这只是微平台能量的一个小缩影,家居行业也在与时俱

进。微信、微博、微搜索、微广告、微APP,这些我们可以统称为小微营销的现象,都在湖南家居行业渐渐流行。不管是卖场还是家装、建材品牌,纷纷开通微博和微信平台,进行品牌、活动的传播和推广。

欧亚达家居广场的分红日、喜盈门建材家具广场的“脱光宣言”被疯狂点赞,美迪装饰的官方微信成为了优秀设计作品的展示平台,金空间装饰在微信平台上开创装修课堂,点石家装通过订阅号进行新品发布,业主互动也在火热进行,限时秒杀、业主召集热潮方兴未艾。

没人会怀疑移动互联网将带来一个新时代,微信是一个开始,它会推动一些企业前进,也会阻挡一些企业。可以肯定的

是,没人能够错过它。

关键词二:微利时代

目前,湖南家装企业已达数千家,配套企业数据更加惊人。随着市场竞争的日趋激烈及营销市场的不断规范,家居行业暴利时期已经过去。一半以上的受访企业负责人表示“家居行业已进入不可逆的微利时代”。本土老字号井湾子家居广场总经理彭旭告诉记者,在家具行业,过去十年里,家具代理商的纯利润一度高达30%-40%甚至更多,近两年,这个比例已经下降到5%-10%。

在这个态势下,行业呈现出越来越明显的马太效应,扎实做市场做品牌的企业稳步发展,注重短期效益的品牌迅速萎缩,两

极分化的状况越来越加剧。

湖南省室内装饰协会会长姚保林表示,暴利时代的终结,和企业、经销商洗牌的加剧,是未来市场走向成熟的序曲。这种状态下,消费者的购买会越来越理性,对家居品牌的服务、产品质量和整体设计方面比以前要高得多,性价比将成为成交的最大因素,消费者也将成为最大的受益群体。

关键词三:传统营销逐渐式微

促销、打折、明星代言、专卖店……在竞争已陷入胶着状态的家居行业,传统的营销手段已经很难掀起轩然大波,甚至将使企业陷入艰难境地。今年5月,在长沙经营达9年之久的东方家园建材超市正式关门歇业,管

理缺位、模式无创新、营销落后正是痛点之源。

眼下,企业大打文化牌、节日牌、情感牌、体验牌,甚至还有新闻牌,独出心裁的营销办法,正刷新着家居行业传统的营销套路。红星美凯龙的爱家日结合微电影大打亲情牌和文化牌,喜盈门建材家具广场开业招募海量照片冲击吉尼斯,井湾子家居广场组建200多人的团队深入社区进行爆破营销,都取得了显著效果和超级人气。

有业内人士表示,新模式的诞生和旧模式的终结,都是在为更完美的行业环境做着铺垫,有没落就有崛起,有式微就有创新,这正是行业新陈代谢加快的表征,也是行业机体愈加健康的明证。 ■记者 张丹

2014年1月1日至1月20日 湖南首届木制工艺精品展

【根雕、茶台、木雕、大板】100款红木家具元旦全天成本价限量秒杀!



最精湛的工艺 \ 最稀有的材质
最文化的主题 \ 最经典的艺术

主办单位:湖南省家具行业协会 \ 晚安·中国红木馆



客服:400-0698-186 地址:长沙市猴子石大桥西(含浦)车塘河路晚安工业园