现象 家居卖场战鼓频密，提前抢跑金九市场。

信号 多个品牌促销效果明显，景气和信心逐步回归。

后市 政策利好长期市场，家居营销还需注重创意及概念创新。

抢跑金九，家居卖场齐战8月

促销大战打响，多个卖场交出漂亮成绩单，行业景气略有回升

8月的长沙，秋天来得有点早，入夜不久已经凉意习习。城南的一个卖场里，将近晚上九点仍然人声鼎沸灯火通明，家住瑞都华庭的杨女士正在等待即将开出的超级大奖。根据卖场规则，抽出的两大品类所对应的订单全部由卖场买单，这也就意味着，她手里厚厚的一摞付款单据中，最多可能有两张完全免费。

8月以来，这样的场景在各大卖场轮番上演。一扫前7个月的颓势，家居行业活动节奏明显加快，周年庆、万人团购、砍价会、夜场、建材进小区，尽管招数还是那些招数，但气势和效果已经明显不同。

主战派：8月促销鼓点频密

促销“战火”首先在红星美凯龙点燃。8月8日，红星美凯龙“全国首届百城家居夜宴专场”在韶山路店开席，活动从18时开始至23时结束，在持续五个小时的活动中，市民通过各种形式买到了心仪的装修产品。

两天后，万家丽“你购物我买单”百万巨奖大酬宾暨橱柜厨卫吊顶灯饰节启幕，最高免单大奖以30万元为上限，在前坪等待开奖的消费者摩肩擦踵，人气火爆可见一斑。

上周末，欧亚达家居和喜盈门建材家具广场也收获了漂亮成绩单，其中欧亚达家居长沙高桥店举办的“限时放价9小时”爆破行动，迎来了数千名业主，9小时内，销售业绩突破1000万元，创同期新高。

继去年8月17日首推品类免单活动大获成功后，上周末，喜盈门建材家具广场以单日超2500万的销售成绩复制销售神话。

接下来的时间，更具诱惑力的营销活动将次第上演。8月24日，井湾子家居广场的金秋家具“大放价”，联合500多家家具品牌开展底价销售，还有24件特惠家具一元一折抢。旺德府家居建材名品中心的12周年庆也将在8月底启幕，届时将推出多重优惠政策。

据统计，在这场提前拦截“金九银十”客流的阻击战中，万家丽、红星美凯龙、旺德府、井湾子、欧亚达、安居乐等城内主流卖场几乎悉数参战，且从现场人气和成交数据来看，均有可圈可点之处。

蛰伏派：清仓升级备战旺季

在主战场之外，也不乏一些品牌正在积蓄能量，准备集中在旺季释放。

部分建材家居市场选择在七八月传统淡季进行装修调整、店面升级，一来可以降低部分经营成本，二来为即将到来的市场旺季提前做好准备。

独立品牌也在进行升级改造，对库存货品进行清仓，促销的价格足以令消费者怦然心动。

在居然之家一家专营全实木家具的店内，负责人王先生向记者展示了库存的促销产品。他告诉记者，店内所有产品都是100%全实木，9月门店将升级改造为美式家居生活馆，所以对现有欧式风格和中式家具进行清仓，价格非常优惠，原本动辄数万元的真皮、实木家具1万余元就能搬回家，价格不到原价的3折。

信号：景气和信心逐步回归

提前抢跑，既是对即将到来的家居旺季的预热，也是对市场的一次测温，来自市场的反馈信息表明，家居市场的消费信心在逐渐回归。

8月中旬，商务部流通业发展司联合中国建筑材料流通协会共同发布了全国建材家居景气指数（BHI）7月份数据。数据显示，7月BHI反超上月，达到107.90，环比上升2.17点。全国规模以上建材家居卖场7月销售额为1062.7亿元，环比上升3.74%。1–7月累计销售额为6364.7亿元，同比上升0.78%。

根据中国建筑材料流通协会副会长秦占学的解读，景气指数上升的原因一是由于消费者日渐理性，集中消费越来越不明显；二是近年传统建材家居卖场压力日益增大，在淡季环境下，卖场加大促销手段，营造销售氛围以激发消费者的购买欲望，2014年淡市遇淡季，建材家居卖场更是绞尽脑汁创造节日，采用多种促销手段以稳住销量。

“销售能力指数”和“经理人信心指数”呈现出明显涨幅，则反映出行业人士对即将到来的市场旺季仍有期待。省室内装饰行业协会会长姚保林表示，新型城镇化进程、绿色建材的推广应用、二次装修潮的来临等，都是建材家居行业前景利好的影响因素，上半年因观望情绪积压的消费需求有望在下半年集中释放，家居行业无需过分悲观。

后市：楼市政策利好长期市场

8月以来，长沙楼市政策组合拳频频出击。在月初明确解除限购令后，湖南省住房和城乡建设厅发布“湘五条”，明确规定异地购房者可申请公积金贷款、住宅产业化建设项目受支持、资本金监管减半、将从政府回购普通商品房用作保障房源等，从五个方面促进湖南省房地产市场平稳健康发展。

“湘五条”出台后不过一周，为鼓励住房消费，长沙市望城区政府公布《关于支持和促进房地产业持续健康发展的若干意见》。从《意见》中的相关规定来看，望城区政府将拿出1亿资金帮助购房者降低购房成本。

救市政策之外，大规模的棚户区改造也将提升对家居产品的需求。在长沙市委、市政府的部署中，争取用4年左右时间，即从2014年到2017年，基本完成城区集中连片棚户区改造，预计带来376万平方米住宅需求，而这一部分的住宅需求，将成为家居行业的重要市场。

作为房地产业的下游链条环节，家居市场和房地产市场密切相关。“上游的松动，对于家居来说，最大的作用可能来自于情绪上的松绑，提振行业信心和期待，毕竟房产和家居市场始终有一段滞后期。要对市场形成直接有效的刺激，估计至少需要3–5年。”欧亚达家居长沙高桥店总经理周泽表示。

8月底，旺德府建材名品中心将启动店庆大促。

记者手记

寒冬里，跑得愈快的人御寒能力愈强。今年上半年以来，感受到市场气候的明显降温，家居行业的促销活动已经成为常态。应该看到的是，在一波又一波的车轮战中，价格不再是企业的通用利器，卖场也更注重根据个性充分发挥自我空间。

“促销已经是惯性动作，营销成本也越来越高，在这种情况下，如何做出差异性和创新，是保证活动效果的关键”，有多年爆破活动经验的陈国兴告诉三湘都市报记者，市场不好的情况下，消费者对价格战的敏感度越来越小，需求呈现多样化，个性化需求也越来越显著，因此组合式营销及量体裁衣是活动成功的策略保障。

如果要说产业寒冬对于品牌有什么意义，那么家居行业在逆境中显示出来的活力确实成为了低迷背景下的一抹亮色。这种活力主要体现在企业的商业视角更显广阔，在营销服务上拿出了更多元的创意，做出了更大胆的实践，也取得了更实际的效果。这种活力使他们在顺境中更得心应手，在逆境中也有足够的正能量应对更长的寒冬。

■记者 张丹

增值服务成家居建材新卖点

旺德府12周年店庆 免费送全房设计方案

8月刚进入下旬，不同形式的促销活动就开始在家居卖场频频发声，接连而来的捷报似乎预示着，收获的季节将在9月如期到来。打折、特价、送礼，在这些司空见惯的让利政策背后，更精明的商家开始注重增值营销服务，来赢得消费者青睐。

8月30日至31日，旺德府家居建材名品中心将迎来12周年庆典，为了使消费者获得更多增值服务，店庆期间家居服务中心将推出免费设计活动，消费者购买4个以上活动品牌，即可获得一对一全房免费设计方案；活动期间凭户型图咨询整单购设计方案并参与免费平面设计的客户可获得精美礼品一份；签订《设计订单》，购买金额达一定标准即有精美礼品送上，并享受双倍积分。

除增值服务外，旺德府家居建材名品中心将投入近两百万元支持店庆。期间消费者在旺德府购买任意家居建材产品，即可返现6%，消费金额达到3000元以上，还可在8月31日参与总经理签售，加返2%的现金，返现总额达到8%。活动期间购买瓷砖产品可享受满10000元返500现金券的优惠政策，现金券除瓷砖之外全场通用。

与此同时，“购名品建材，中全房家电”等促销活动项目也将同步展开，8月8日至8月31日期间，在旺德府家居建材名品中心消费满1000元即可获得机会，参与31日晚7点举办的大抽奖，一等奖3名，将获得42英寸液晶彩电、空调、冰箱、洗衣机的全房家电套装。二等奖10名、三等奖15名，可分别获得高档家居建材产品。

■记者 张丹

识别上海天力管小妙招

1、购买时请认准上海天力实业（集团）有限公司所生产的系列产品。

2、“天力管，健康源”以产品为中心，为客户效用永管道提出健康保障的口号。

3、上海天力实业（集团）有限公司生产的产品均有16位防伪码（刮开涂层）查询。电话查询：拨打400-687-1993，根据语音提示依次输入16位防伪码查询。短信查询：手机编辑“16位防伪码”发送到10669588210B查询。网站查询：登录上海天力网站（http://www.tilici.com）后输入16位防伪码查询。

天力管
健康源
专业铸造品牌 历史见证品质
DICC
客服热线：400-1891-892