



家居产业周刊

Home Weekly

总第538期 今日4版 每周四出版
新闻热线 64101916
主编 吴厚斌 执行主编 谢佳婷



家居周刊订阅号

C1-C4

2018.2.8



西街沙龙解读家居企业京郊攻略

西街,和平里西街21号之简称,北京商报社址。企业总裁们汇聚西街,做客商报,纵论天下,“西街沙龙”应运而生。在消费升级的新时代下,北京郊区消费越来越受重视,品牌业绩的增长离不开对京郊市场的开发与抢占。2018年2月4日,由北京商报、腾讯家居联合主办的“西街沙龙”第六期,邀请家居品牌老总,研讨如何抢占日益增长的京郊市场。居然之家顺义店总经理赵金涛、集美广场总经理曲晓红、永林家居总经理李政、北京欧派第三事业部总监胡云婷、强力家具销售部经理崔文成、大信家居北京江苏大区总监孔胜利、宇曼家居董事长助理兼直营公司总经理郭亚洲、穗宝床垫燕郊总代理李青春八位家居老总给出了制胜京郊的三个大招:建立大店树品牌、优化产品赚口碑、升级服务谋发展。

建立大店树品牌

在京郊,很多品牌都会遇到京郊消费者到市区购买家居产品的尴尬。抢占京郊市场,需要让消费者留下。对此企业给出的第一招是:开大店、树品牌。

“很多大品牌已意识到郊区庞大的市场,提前布局。”居然之家顺义店总经理赵金涛对大品牌在郊区的布局很了解。很多品牌在居然之家八角店、顺义店、大兴店已开设了大店,面积在400-600平方米。在顺义店就有欧派、马可波罗、TATA、诺贝尔、格莱美、A.O.史密斯6个品牌,形成很好的品牌形象。”

北京欧派第三事业部总监胡云婷印证了赵金涛的话。北京欧派2017年开的11家新店中有7家是面积300-800平方米的大店,范围覆盖顺义、石景山、怀柔、密云等。郊区的营业额近1.9亿元,为完成整体12亿元的销售额立下汗马



西街沙龙第六期聚焦家居企业京郊攻略,企业家们与北京商报《家居产业周刊》主编吴厚斌(中)一同探寻抢占京郊家居市场之道。

功劳。”胡云婷很是自豪。欧派看到了京郊市场的潜力,成立的郊区事业部专门负责京郊的业务发展。”

强力家具作为北京传统的家具品牌,在京郊有着先天的优势,为了提升品牌影响力,尤其是在郊区的曝光率,强力首先将市区的活动复制到郊区。虽然力度没那么大,但模式、流程都可以复制,效果非常不错。”强力家具销售部经理崔文成解读了强力家具在郊区的发展之道。每个地区都有特有的宣传方式,在延庆我们用大客车、拉客的平板车、延庆电视台宣传,都收到奇效。”强力家具在郊区的品牌塑造很接地气。

优化产品赚口碑

开大店、树品牌对于成熟品牌是必修课,但对很多二三线品牌来讲,核心的竞争力仍来自于产品以及好口碑。这就要求家居企业优化产品赚口碑。

宇曼家居在多数京郊地区都有直营店面。宇曼家居通过直营模式保证产品品质、服务质量,形成了良好的口碑和品牌形象。”宇曼家居董事长助理兼直营公司总经理郭亚洲把宇曼家居在京郊取得的成绩归功于直营模式。未来,宇曼家居将定位设计、时尚和高端,大力推进全屋定制业务发展,注重大单、产品结

构和单值,提高我们的销量和利润。”

调整产品结构,提高单值的不仅宇曼家居,大信家居同样很看重价格这个因素。郊区消费者最看重的仍然是价格,“大信家居北京江苏大区总监孔胜利对此直言不讳:价格永远不是大信的核心竞争力,但是价格一定是核心竞争力的一个表现形式,在原材料成本上涨的情况下,我们依然能够保证2018年不给经销商涨一分钱,保持竞争力。”

在关注价格的同时,大信家居更关注老顾客口碑的传播。老顾客是我们大信能够在北京站稳脚跟非常重要的因素。密云店85%的销量和老顾客基本上都能挂上钩,只要是老顾客介绍来的新顾客,大部分都会转化为实际的交易量。”孔胜利非常了解京郊消费者的消费习惯。

升级服务谋发展

京郊消费者到市区采购家居产品,图的就是市区大卖场优质的服务以及便利的购物体验。京郊卖场也意识到服务的重要性,升级服务谋发展。

房山永林家居拥有30多年经营史,有近300个商户在经营。永林从原来一个单纯的建材市场已经升级为集家具、建材、家用电器、装修设计为一体的综合卖场。通过商场软硬件的改造,跟品牌厂

商合作更加紧密,充分发挥永林家居在房山区的优势。”永林家居总经理李政对永林家居进行了大刀阔斧的改革。

开业仅三年多的集美家居卢沟桥商场在2017年12月30日正式更名集美广场,完成了从家居卖场向综合商业体的转型,增加了电影院、特色餐饮、KTV、健身房、超市、儿童乐园、超市等业态。集美广场提出了购在京西、玩在京西和玩购京西的口号,引进大品牌,开设独立大店,力争把附近10公里内40%-60%的家居客群留下来,并吸引五环以内的客群来集美广场购物娱乐,实现一次停车,解决所有的问题,让消费者玩到底、购开心,玩购有特色,商家有生意。”集美广场总经理曲晓红一手打造了集美广场,对未来更是胜券在握。

不管是永林家居,还是集美广场都是在北京范围内,而地处河北的燕郊,虽不属于北京,却居住着数十万在京工作的人造就了燕郊独特的家居市场环境。

“2016年,燕郊新房成交6万套,与北京相当,家居产值达到120亿元。”穗宝床垫燕郊总代理李青春对燕郊市场很了解;但令人惊讶的是燕郊有8个建材卖场,竞争非常惨烈。”对此,李青春组织企业成立了三河市家居建材协会,抱团取暖,实现资源共享。在商场内成立小联盟,一起做联盟活动,没有联盟的商场,就三五家联合起来做市场开发。”李青春通过共享方式,提升服务,抢夺市场。

北京商报记者 李振兴



观看西街沙龙视频请扫二维码

家和家美

红木奥特莱斯OUTLETS

名品+实惠 五折以下

常态钜惠 每周六日有3折限量特价

地址:东南四环吕家营村社区1-8号、十八里店南桥往北200米红绿灯(吕家营餐饮街南口)见红木第一城牌楼左转直行即到。 电话:87696335、87699007 网址:www.jhjmhm.com