

卖场统一购销 免收家居厂家租金

欧华尚美首建直销广场

7月16日，欧华尚美与华源轩、健威、诺捷等200多个厂家签订入驻协议，宣布国内首家直销广场将于8月20日在北京亮相。入驻厂家均不用交纳租金，只需定期更换样品，所有产品由欧华尚美进行统一采购、销售和配送，这与传统摊位制家居卖场靠租金盈利迥然不同。欧华尚美首创的这种品牌直销模式，引发业内外关注与期待。

京城首现家居直销

7月16日，北京朝阳区巴渝宾馆，200多名从全国各地赶来的厂商代表聚集于此，为的是一个共同的目标——与欧华尚美签约，成为欧华尚美国际家居直销广场的首批入驻厂商。这一天，是欧华尚美国际家居直销广场的招商约会会。

欧华尚美国际家居直销广场位于欧华尚美来广营店二层，经营面积为1.4万平方米，主营家具和灯饰等家居用品，将于8月20日开业。与其他摊位制卖场不同的是，欧华尚美直销广场提出不收入驻厂家租金，厂家们也无须投入装修、管理和运营费用，只需定期更换陈列样品即可，这与传统摊位制卖场靠租金盈利的经营模式截然不同。

“以天天平价为经营理念，卖场的所有商品由欧华尚美从入驻厂家那里直接采购，然后进行统一销售、配送，欧华尚美只从销售商品中获得毛利。”在厂商云集的招商约会会现场，欧华尚美国际家居总经理郭奎的话掷地有声，引得在场的厂商代表连连鼓掌。



欧华尚美供应商大会上，厂商座无虚席。

直销破解租金之困

随着人们对家居消费品的认知度不断提升，中国家居消费市场逐年扩大，新的家居卖场冒出并不稀奇。此前，仅北京已有居然之家、红星美凯龙、城外诚、集美、蓝景丽家等数家知名卖场呈包围之势。在北京城之外，更有月星、欧亚达、金海马等一批颇有实力的卖场展开较量。“直销广场与这些卖场都不相同，进驻我们直销广场的厂家们不用交租金，为其渠道拓展省去了不低的租金成本。”郭奎如是说。

事实上，近年来持续上涨的租金成本一直是家居厂商的心头之患。家居

行业发展到今天，早已由最初的暴利时代转入高成本时代，在原材料、物流、人工、卖场租金等基础成本不断上扬的环境下，生产厂家在渠道拓展方面的成本越来越大，利润早已大大摊薄。尤其是在寸土寸金的北京，厂家的渠道拓展成本更高。用现场一位来自广东家具企业代表的话说，“在一些品牌知名度高的卖场，一个面积约百平方米的店，每月仅租金就要花费近10万元，更别提装修费用了”。

对有实力的家居厂商来说，不低的卖场租金显然不是难题，但对于成长中的中小型家居企业而言，就很难承受租金成本。免收租金的欧华尚美家居

直销广场将帮助他们解决这一难题。记者注意到，现场共有200多名厂商与欧华尚美签约，其中包括华源轩、健威、吉斯、哥伦比尼、诺捷等。

瞄准百亿销售目标

没有了租金收入，欧华尚美家居直销广场也并没有利用销售产品之机肆意提高售价，反而价格优势更加明显。用郭奎的话说，直销广场仅仅是欧华尚美在厂商和消费者之间搭建起的销售和购买平台。在这个平台上，消费者将以更优惠的价格买到产品，厂家也能以最少的投入获得最大的回报。

值得一提的是，在欧华尚美的发展蓝图上，直销广场仅仅是其新开辟的一种经营业态。在此之前，欧华尚美已先后建立了国际家居广场、国际饰品中心、国际家居精品馆、网上商城等多种业态的商场，在7个城市拥有11家门店，2010年销售规模达25亿元，被中国家具协会评为“年度成长最快的家居公司”。

根据规划，欧华尚美今后将以直销广场为主、其他4种业态齐头并进的战略进行市场拓展，计划在3年内新建35家门店以及1家网上商城，销售规模预计过百亿元。

商报记者 王格/文并摄

品牌看点

安信地板全国寻找老客户

十年以上用户可免费游巴西

如果你是2000年以前购买安信地板的顾客，凭有效消费凭证，如提货单等就有机会参加安信地板免费游巴西亚马逊一次的活动。安信地板自4月份在全国发起“寻人启事”以来，老顾客纷纷浮出“水面”，今夏地板市场由此显得异常热闹。

“由于本次活动是凭借单据，如果客户的单据在所参加的人选里是最早的，他就有可能获得本次机会，而不在于他是否就是最早购买的客户。”安信地板市场部总经理殷根源表示。据悉，“老客户”根据单据进行识别，通过三种方式即可：一是消费者亲临店面，提交购货凭据；二是消费者将购物凭据拍成照片，随同地板实景照一张以及联系方式发送至活动指定邮箱；三是用手机号码登录新浪乐居后，将地板实景照片、购物凭据

照片上传至指定空间。

2014年，巴西将是男足世界杯的举办国，如此胜地自然令人神往。自活动开始以来，全国已有超过400名老顾客手持凭证报名参加。殷根源介绍说，揭晓最终最老客户的时间为10月初，遴选出的老客户将随同安信地板董事长卢伟光飞赴巴西，在欣赏异域风情的同时，见证安信地板优质的亚马逊森林资源。目前，安信地板公司正对收齐的地板购买凭证进行真伪辨别，认证合格消费者，公司将安排售后人员对合格者进行登门拜访。

“‘寻人’活动还将加大力度在全国继续下去，让更多人参与进来，没有任何商业意图。”卢伟光在谈及此次活动时表示，期待老客户能够分享他成功的喜悦，感受他感恩的心意。

本报记者 张帆

两居室、三居室样板间亮相建博会 威能定制中小户型采暖方案

刚刚结束的广州建博会上，在中国建筑装饰协会、全国工商联房地产业商会与中国(广州)国际建筑装饰博览会、北京科普兰德公司、科普兰德设计师俱乐部联合打造的“2011中小户型全装修最优解决方案”活动上，德国供暖制冷企业——威能公司高调亮相，通过3套样板间内供暖产品的亮相，带给中小户型装修业主别样的感受。

中小户型是此次活动的重点关注对象。威能专门针对两个户型量身定做供暖方案——70平方米的两居室和140平方米的三居室。威能中国区总经理王伟东表示，当前消费者购买的户型大多数还是中小户型，我们希望借助这次活动，为广大中小户型的用户提供具有参考价值和具备可行性的供暖解决方案。

随着购房人群对家装

要求越来越高，家装公司推出的各项业务都有趋向个性化的特点，采暖装修也不例外。此次展会上，威能打出了“个性”牌，可以针对不同的中小户型提供装修方案：如果消费者拥有三居室的户型，可以采用24千瓦的turboTEC plus VUW燃气壁挂式采暖、热水两用炉；如果消费者家中客卫经常使用或者家中有大型洗浴设备，可以采用turboTEC plus VUW燃气壁挂式采暖系统炉，再配上70升标准的水罐。

“相信通过‘2011中小户型全装修最优解决方案’活动的举办，威能将会把先进的科技与整合设计装修方案一同带给全国的地产商，打造房屋建筑装修的新格局。”王伟东表示。据悉，7月11日广州建博会闭幕之后，威能还将在重庆、宁波、上海等多个城市做巡回展览。 商报记者 张帆

· 名企动向 ·

居然之家丽泽店摆橱柜“盛宴”

再过两天，由居然之家携手全国工商联家具装饰业商会、广东省家具商会共同举办的“第三届中国橱柜节”将在居然之家丽泽店隆重举行，届时将有总裁签售、买橱柜送现金卡等丰富多彩的让利促销轮番上演。

这是继一周年店庆后居然之家丽泽店发起的新一轮促销攻势。此前，在周年店庆上，通过家居、建材明折明扣和力度超前的赠礼活动，居然之家丽泽店两天的销售额超过5000万元，集中送出了百台3D液晶电视和一批原装进口松下冰箱，送出的礼品价值达数百万元，让消费者真正感受到丽泽店回馈客户的诚意。“这一次促销在延续上次明折明扣的基础上，新推出买橱柜送现金卡活动，还将针对橱柜品牌举行总裁签售。”居然之家副总裁兼丽泽店店长任成透露，丽泽店还针对上班族推出了夜场打折活动，让下班后的白领们也能参与此次促销“盛宴”。

商报记者 王格

飞利浦提倡灯光设计以人为本

“恰到好处的灯光设计，不仅为居住空间提供了健康舒适的照明环境，更有助于人们情绪的释放与表达，所以灯光设计应该以人为本。”近日，在飞利浦照明举办的“光·创所未见——未来家居照明趋势”论坛上，来自我国台湾的著名室内设计师李玮珉如是阐述未来家居照明设计的努力方向，指出“以人为本”是未来家居照明的主要发展趋势。

“以人为本”，正是飞利浦照明一直倡导的家居照明理念。在家居照明领域，飞利浦很早就提出灯光更多要关注人的感受和心理需求的转变，帮助人们根据心情或场合的不同来营造不同的个性化家居氛围，并通过时尚的家居照明设计来强调个人空间。为此，飞利浦推出了一系列具有创新意义的灯具产品，比如在此次论坛上展出的Ledino现代简约型LED灯具，就是专门针对个性爽朗的消费者打造的。据介绍，这款产品造型力求简单，没有一丝复杂的设计，材质上选用高品质纯铝，不着痕迹地体现出一种质感。

商报记者 王格

伊力诺依开设意大利家具专区

随着人们对生活品质日益注重，越来越多的消费者颇为青睐有艺术气息的意大利家具。7月23日，以家具风格多元化著称的家居连锁品牌伊力诺依将推出新品牌——Puccini意术馆，旨在为消费者提供血统纯正的意大利家具。

Puccini意术馆位于北京汇天地四层，汇聚了来自意大利的七大顶级家具品牌的产品。比如起源于米兰的Minotti，以强烈的时尚感为特色，获得众多好莱坞一线巨星的喜爱；Rampoldi Creations品牌的木质家具结实可靠，每件产品均经过严格的把关；作为新古典家具的代表品牌，Zanaboni精选自佛罗伦萨的布料制作布艺沙发，且图案全部是手工缝制，产品多年来被各国皇室贵族所喜爱。除了出售顶级意大利原装进口家具产品，Puccini意术馆还携手意大利本土高端家具制造厂的设计师，与客户一对一沟通，为顾客敲定初步方案后，将与客户一同亲临意大利参观选购。

商报记者 王格

圣火“造血型”捐赠帮扶贫困家庭

7月15日，在北京市丰台区辛店镇东河沿村，一场与众不同的社会公益活动在此举行——北京圣火科贸有限公司向该村无偿捐赠了价值10万元的资金和蜜蜂。据悉，这些资金和蜜蜂将被用来成立养蜂合作社，合作社将销售蜂蜜所得的收益无偿资助孤老病残贫困家庭，以改善他们的生活。

值得一提的是此次的“造血型”捐赠模式，与“一次性”捐赠资金或者物品相比，此次捐赠的资金和蜜蜂可以通过养殖的可再生效应让受助家庭一直获益。此次活动是北京市工商联、北京市光彩事业促进会和北京市光彩教育基金会联合开展的“光彩惠农行动”之一，是为贫困人群寻找致富之道的行动。参与捐赠仪式的北京圣火科贸有限公司成立于1993年，业务涉及采暖、物业、家居建材和工商业地产四大板块，近年来一直积极参加社会公益活动，累计投入600多万元用于社会效益及慈善事业。

商报记者 张帆