风尚

家装特刊

编辑：孔　波
组版：杨茗捷

回首▸▸

潍坊家装这五年：

卖场变身，极速扩容

品位提升　市民消费追求品牌

要说家居卖场，不能不提的就是目前行业内的红星美凯龙、银座家居和中百益家园三大巨头。2010年，全国性连锁家居品牌红星美凯龙和银座家居相继进驻潍坊，随后两个外来大鳄迅速展开布局潍坊的步伐，搅动了潍坊市场“鲶鱼效应”，带动不少本土卖场改造“变脸”。

回望五年，几乎潍坊所有的家居卖场都在由外部升级，到内部扩张，实现量、质双提升，走出了潍坊家居卖场模式的大步伐发展，特别是中百益家园升级改造完毕后，走出更加专业化的路子，巩固了自身地位。

回顾整个潍坊家居卖场的格局，五年间，以往单纯展卖式的店铺逐渐被淘汰，随之而来的是质感华丽的装修、丰富多元的产品和体贴周到的服务，五年来，潍坊的家居卖场在肩负产品买卖任务的同时，也传递着一种优雅的生活方式。一边赚钱一边引领潍坊人拥有更好的家居环境，这正是潍坊家居卖场经过这些年发展获得的成就。

五年来，随着潍坊市民的消费能力提升，越来越多的消费者开始追求“品牌化”的家居消费，家居商场也不再一味地固守高端，“名品低价”的家居即将彻底取代往昔的地摊式家居。很多消费者的消费理念也发生了变化。时至今日，“品牌化”家居消费逐渐成为越来越多消费者的最终选择。买家具、买建材，要选择品牌的。到家居商场购物，同样出现了品牌化选择的倾向。在好的家居商场，无论何时，人气都很旺，好的家具建材品牌，照样销量有保证。

家居卖场　远比地摊市场受信赖

家居市场、家居卖场，两者只有一字之差，区别却绝不仅仅是这么多。

如今，在天坛市场等一些以地摊店模式为主的传统家居建材市场，乍看上去，依旧车水马龙，依旧生意红火，可是，这些市场已经不可避免地走上了下坡路。由于管理体制过于松散，缺乏必要的约束，商户都在各自为政，不仅市场里的品牌分布毫无规律，让消费者进入市场后如坠云雾中，很难找到想买的东西，更为严重的是，这种“任其自生自灭”的发展状态直接导致商户过于追求经济利益，伪劣产品泛滥成灾。

不过，业内人士认为，即便是这样，这些传统家居建材市场在短时间内也不会彻底消失，这跟家装行业历经多年发展，仍然无法彻底根除“家装游击队”是一个道理，“价格可以做到最低”是这些家居建材市场赖以生存的最大法宝。至于售后服务，就很难得到保障了，频繁出现的消费投诉和纠纷似乎可以说明一切。

业内专家认为，对于这些雄心勃勃的家居商场品牌来说，行业升级扩容，店面数量、体量日益增加，既带来了进一步发展壮大的机遇，也带来了严峻的挑战。如何为消费者提供始终如一的良好服务？如何平衡商场自身与众多商户的利益，实现始终如一的共赢发展？如何在激烈的市场竞争中始终如一地保持旺盛人气？这些都需要不断探索实践才能得出答案的问题。

专刊记者　孔波