

## 本土卖场借电商发力迎挑战

### 菏泽传统家居卖场加速转型,洗牌期或将建立行业标准

文/片 本报记者 陈晨



面对四大连锁家居卖场的强势来袭,菏泽本土家居卖场加速转型,有商家引进O2O电商合作模式,提供从装修设计到家居建材一条龙的服务来抢夺市场份额。与此同时,一些不学习先进理念的卖场将被淘汰。此外,业内人士分析,菏泽家居行业的洗牌期或将建立行业标准,推动家居市场健康良性发展。

#### 本土家居卖场 引进O2O模式加速转型

当前,中国家居建材行业的变革路径已经基本浮出水面。以红星美凯龙、居然之家为代表的传统家居卖场的电商平台以及天猫、京东为代表的第三方平台异军突起,齐家网、美乐乐等专业家居打造O2O平台等杀出重围,众多家居建材卖场开始谋求新的出路。

“新卖场的入驻确实加速了我们的转型,今年上半年就开始拓宽渠道,筹备线上到线下经营模式。”菏泽鸿翔家居有限公司董事长段鹏告诉记者,四大连锁家居卖场给本土家居卖场带来很大压力,使得他们意识到传统的

单一卖场竞争力薄弱,必须寻求更广阔的渠道来多元化发展。

经过长时间的考察,鸿翔家居公司选择以旗下中高端定位的名家居广场作为试点,力图在12月底完成转型。段鹏说,家居行业竞争愈发激烈,而租金的连年高涨给商家的成本造成压力,名家居广场转型的方向就是O2O模式,即建材家居行业电商化,用户可以在线上浏览产品,在线下卖场体验并且成交,最终再通过晒单、装修大学等引导用户回到线上。

段鹏认为,菏泽家居行业虽发展

缓慢,但以综合专业家居卖场为主是发展趋势,在洗牌期中势必会有一些品牌或卖场被淘汰,而鸿翔家居公司旗下的三家卖场中,爱家家居卖场与花都家居卖场定位中低端,受新卖场冲击力较小,以中高端定位的名家居广场必须转型才能赢得生存机会。

对家居建材企业来说,“O2O”是未来企业往电商转型的一个趋势。通过电商手段,消费者很容易就可以收集到各类合适的产品。在电商发展的基础上,传统专卖店的功能一定会更全面。



新家居卖场开业吸引了大批市民。

#### 规范化家居卖场 有望推动建立行业标准

据了解,目前菏泽家居建材行业的品牌管理还是传统的“粗放式”,而未来必然是“精细化”的品牌耕耘。四大连锁家居卖场的入驻,不仅对菏泽家居行业格局造成冲击,同时也会相对提高菏泽家居行业的发展水平,甚至有望推动建立行业标准。

业内人士称,家居、建材行业存在着产品非标准化、品牌高度分散、区域性等特点,导致消费者在传统装修过程中存在着三大痛点:过程繁琐复杂、价格不透明、装修质量难保证。

“我们带来的规范化管理模式,成

功经验和针对性的客户定位,都会对原有品牌及卖场有所影响。”居然之家菏泽店总经理张仲辉说,明码标价、双重售后、特色服务等理念是专业家居卖场的必然趋势,而规范化家居卖场进入菏泽将有力改变现有的行业混乱局面。

据了解,居然之家、银座家居等专业家居卖场都精细化管理卖场划分,居然之家分为精装材料馆、名品建材馆、软体家具馆、现代家具馆和古典家具馆五个区域,对菏泽本土家居卖场的转型带来冲击。记者了解到,名家居

广场已经准备增加建材区域以丰富卖场资源。

段鹏分析称,名家居广场已经迈入了转型阶段,在此同时,一些不学习先进理念的卖场将被淘汰,而紧跟转型步伐,找到精准定位的卖场才有生存之道。而在转型的过程中,原有的行业弊病将会随之淘汰,逐渐形成规范化的行业标准。

