# 我爱我家



4月17日至19日,第十 四届齐鲁家居博览会将在 济南舜耕国际会展中心举 办。家博会的举办对于日 益回暖的济南家居建材市 场将会产生明显的拉动作 用,家博会对于品牌知名 度的提升和产品销售量的 提高都会产生明显作用。 这是历届参加过家博会的 品牌厂商们的共识。今年 春季招商刚开始,就有许 多建材和家具厂商预定了 展位,咨询电话更是接连 不断, 展位销售已经超过 七成

## 齐鲁家居博览会招商火爆 家博会已成家居建材产品销售主渠道

□本刊记者 朱俊义

#### 家居行业的发展瓶颈

经过二十多年的发展,济南家居建材行业已经走过了粗 放式的增长阶段,这种粗放式的增长方式给厂商的感觉是普 遍繁荣,即有钱大家赚。这种增长方式给济南家居建材行业 造成的直接后果是,家居卖场的饱和,相同品牌相同品类的 产品在济南不同家居卖场同时拥有几家店面,造成成本的不 断上升,品牌厂商抵御风险的能力较差。家居行业的发展遇 到了瓶颈,行业怎样发展业内人士见仁见智。

一位资深经理人张经理在接受记者采访时说:"销售利润不够支付卖场租金,一个月赔好几万,不得不撤场!"对于撤场这种通常做法,许多实力较大的品牌商也有不同看法。正在家居卖场内寻找场地,准备装修新的家具形象店的王经理说:"撤场只是下下策,产品的不断更新换代,精准定位寻找目标客户,拓展营销渠道这些都是突破口。像家博会这样较为有影响力的展会我们每次都参加,效果也不错,不失为一条销售的主渠道。"

### 敏锐观察找到市场机遇

上周六,记者走访了几家大型的家居卖场,发现和二月份相比家居卖场内人气要旺得多。虽然家居卖场内品牌厂商还没有开始组织大型的促销活动,但不时能看到三三两两选购家居建材产品的消费者,记者在圣象展厅遇到了谢先生夫妇正在选购地板,谢先生告诉记者:"我们夫妇平时较忙房子一直没时间装修,这不乘3·15期间来选购主材,本来我们看中了较普通的地板,考虑到将来要选购实木家具。因此,

选择了一款实木纹理较强的三层实木地板,价钱也不是很贵 并且比较好打理,今天过来下单。"

进入三月份之后,不少品牌明显感觉到销售情况有所上升,但能否抓住市场机会快速发展,还得看各个品牌决策者对市场敏锐的反应能力。齐鲁家居博览会是大品牌十分看重的展示机会,在展会上的销售情况又年年增长,因此许多知名品牌将参加齐鲁家博会看成不可多得的机遇,因此每届展会都会参加。一位已经确认参展的地板厂商告诉记者: "齐鲁家博会办了好多年了,消费者较为认可,因此我们认为参加这样的展会对我们品牌的提升作用非常大!"

#### 展会时机选择恰到好处

据齐鲁家博会组委会工作人员介绍,第十四届家博会亮点非常突出,首先是家博会时间节点选择的非常好。四月中下旬是家居建材行业的旺季,许多参展的家居建材厂商认为与其被动的等待不如主动出击,齐鲁家博会又恰巧在五一假期之前开幕,也是主动出击最有利的时机。往届家博会期间的销售订单证明参展商们的判断是正确的,家博会让参展的品牌商占得先机,相当于在五一之前提前过上了"销售旺季"。

其次,齐鲁家博会的参展厂商涵盖了家装公司和建材商及家具厂等,这样消费者就在展会现场可以享受一条龙式的服务,购买齐家居产品,这样既省钱又省力的家居行业的展会在山东省内较少,因而很多参观齐鲁家博会的消费者频频出手。最后,第十四届齐鲁家居博览会和2015齐鲁(春季)房地产展示交易会同一时间同一地点举行,有利于实现家居建材业和房地产业的纵向连接,发掘潜在的巨大市场,摆脱激烈的无序竞争。展会咨询:0531-85196153,85196826

