

面对红星美凯龙、欧亚达家居、居然之家等外地家居企业的冲击,洛阳本土最早的品牌家居卖场——欧陆家居没有硬拼,而是调整战略,另辟蹊径,重新定位,华丽转身,全力打造欧陆家居·洛阳红木第一楼——

## 欧陆家居:以特色引顾客 用专业赢市场

□本刊记者 刘丁

近日,记者在我市家居市场采访时发现,欧陆家居自7月底以欧陆家居·洛阳红木第一楼的崭新形象亮相以来,深受消费者追捧,店内的顾客量明显增加,销售业绩更是好得出乎意料。那么,一直以中高档品牌家具闻名的欧陆家居,为何突然转变业态,专营红木家具呢?

欧陆新世纪家居有限公司董事长董雅福告诉记者,欧陆家居之所以调整战略,将卖场定位为大型红木家具的专业卖场,是适应市场发展的需要。

据了解,欧陆家居作为我市最早一批知名的品牌家居卖场,十几年前曾拥有巨大的规模、较高的品牌知名度和市场占有率。近年来,红星美凯龙、欧亚达家居、居然之家等外地知名连锁家居企业陆续进驻洛阳,它们依靠巨大的规模、强大的品牌连锁等优势对洛阳家居市场造成了巨大的冲击,有一些小型的家居企业因缺乏竞争优势而经营惨淡甚至倒闭,而欧陆家居为了更好地生存和发展,没有与它们硬碰硬地力拼,而是另辟蹊径,采取特色化、专业化的错位经营战略,将欧陆家居重新定位,全面升级。全新改造后的欧陆家居·洛阳红木第一楼营业面积1万

平方米,包含年年红、红古轩、轩红坊、明智御品、京瓷、新明、明堂、中信、明清居等20多个全国一线红木品牌。同时,为了让消费者更好地体验红木文化,收获产品价值,欧陆家居将设立更专业、更权威的红木鉴定、检测、保养机构,并在服务上推出了一系列人性化的措施,确保消费者在此能放心、舒心消费。

2011年7月,河南省家具协会正式授予欧陆新世纪家居博览中心“洛阳红木第一楼”的荣誉称号,自此洛阳第一家专业红木家具卖场华丽登场。

谈起市场前景,董雅福非常有信心。他说,虽然目前洛阳的红木家具消费市场还处于起步不久的初级阶段,但是红木家具是兼具实

用性、投资性、收藏性等功于一体的家具,其稀缺与珍贵的价值被越来越多的消费者认识,因此红木家具的消费市场潜力非常大。而欧陆家居·洛阳红木第一楼定位为中高端红木家具市场,家具的价位跨度较大,能适应各个消费阶层的消费者,因此销售前景十分乐观。最近卖场不错的销售业绩就充分证明了这一点。

业内人士表示,欧陆家居·洛阳红木第一楼,在经营策略上剑走偏锋,颇具智谋,相信它能以特色吸引顾客,用专业赢得市场。



导读

百安居 D03版

八方数码 D05版

# 看本地信息 只上洛阳网



• 权威身份:

中共洛阳市委宣传部主管、洛阳日报报业集团主办,党报优势,新闻权威。

• 超群实力:

十三年成功运营,alexa统计全球排名1.7万,日均IP量8万,日均PV量120余万,全市第一,全省前三。

“洛阳社区”人气火爆,注册会员超26万人。

• 核心优势:

共享洛阳日报报业集团全媒体采访中心新闻,最新鲜,最生动,最详尽,离您最近。

• 荣耀见证:

河南省十佳网站、全国地方门户创新品牌奖、网盟理事单位。