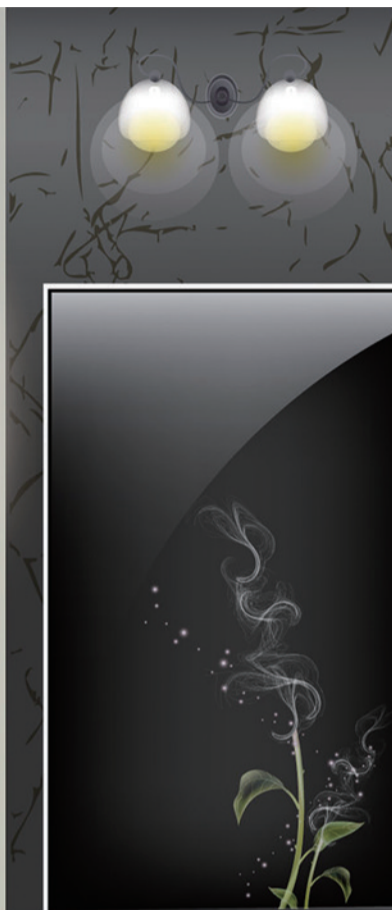
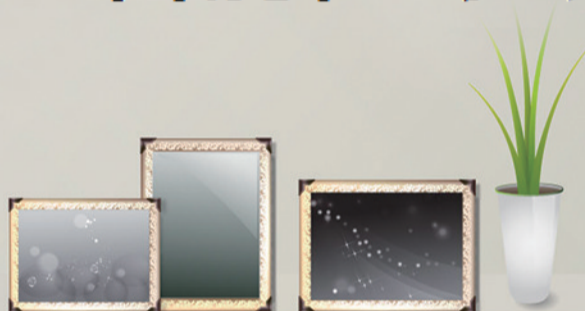




解析我市家居、建材卖场转型升级之路

专业化·智能化·多元化



□记者 霍媛媛

今年,自楼市调整以来,处于下游的家居行业也开始转型、升级。如何转型?怎么升级?上周,我市各大品牌家居、建材卖场已经给出了答案。(详见7月24日本刊D07版相关报道)

仔细分析这些答案不难看出,他们的转型、升级之路虽不尽相同,却都呈现出一些明显的趋势,如专业化、智能化、多元化。

单一的家具类、建材类产品经营似乎已经满足不了他们的胃口。为了让自己的业态更加丰富,吸引更多的消费者,很多卖场开始经营家电、古玩、饰品等,按照这一趋势发展,各大品牌家居、建材卖场也许会更加“大而全”。

多元化经营并不意味着家居、建材卖场会忘记“术业有专攻”。相反,随着市场细分程度越来越高,他们的专业化水平也将日益提高。相信经过产品与服务、经营与管理等各方面专业度的提升,一批卖场除了拥有“大而全”的外表,还将逐渐修炼出一颗“专而精”的“心”。

与此同时,由于生活节奏越来越快,人们对舒适、方便的家庭生活日益向往,由此,智能家居的概念应运而生。目前,智能家居在市场中虽然算不上主流,但智能化一定是整个行业发展的一大趋势。眼下,洛阳已有卖场开始打造智能家居体验馆,建材领域的智能产品也已经被不少消费者接受……

今起,本刊将推出“关注家居、建材卖场‘三化’现象”系列报道,洛阳晚报记者将通过我市各大品牌家居和建材卖场的具体案例,逐一解读这个行业中的专业化、智能化、多元化趋势。今天,系列报道的第一篇与您见面,详见本刊D08版。

第五届建材家具百名总裁签售会举办在即

80名总裁已确定来洛

□本刊记者 刘丁

8月9日,洛阳红星美凯龙将举办第五届建材家具百名总裁签售会,截至昨日,确定参加此届签售会的总裁已达80名,预计最终将有超过100名总裁参加。

据了解,已经确定来洛的这80名总裁均来自一线品牌的生产厂家,囊括以北京地区为核心的京派,以深圳、东莞、顺德为核心的粤派,以成都为核心的川派和以江浙、上海为核心的浙派。

在他们之中,资产上亿元的有50多名,所在企业创建历史超过30年的占95%以上,所在企业年销售额超亿元的占23%左右。

在第五届建材家具百名总裁签售会上,这些“大腕”将为消费者带来巨大的实惠。今起,部分“大腕”就将亮相,详见本刊D07版。

绘制
赵韵

