



## 双11 线下“抗暴”

### 线上线下合作将是一种趋势

**天猫家居祭出“必杀技”**

满屏幕的促销信息，轰炸般的购物提醒。天猫商城，在“双11”来临前几天，频繁密集地向网民传递一个信号：“提前挑商品，到时间点鼠标。”和以往“双11”前夕一样，每到此时，传统商家均感受到巨大压力。为了进一步扩大市场业绩，今年天猫“双11”主打O2O模式，其中就包括昔日推广力度有限的家居行业。

作为今年的必杀技的O2O新模式，天猫对此还有一番解释，在其10月15日公布的促销计划显示，今年“双11”大促将线上线下打通中国1000多个县市的3万多家品牌店。在这一模式下，消费者可以在线下体验的同时，通过二维码等方式进行线上下单并获得网上折扣，然后再由线下负责送货、安装、调试等。

似乎所有信息传递出一种结果，家居大促，即将开启，巨额销售，十分可期。不过，就在天猫计划如期推进的时候，家居线下渠道却集体发声，抱团反攻。

#### 消费亲历：网购17种商品 比实体店便宜1万元

2013年，长春市民刘先生终于住进自己的新房。房子装修漂亮，特别是卫浴用品都是箭牌、科勒等大品牌。亲朋参观时都会夸奖。每当这时，刘先生都很开心。因为，网店帮他省了不少。

“房子装修一回挺费事，当时的想法很简单，买些靠得住的中高端品牌。”为了更好地了解产品的价格

和品牌影响力，把采购成本控制在预算之内，刘先生累计用一个月时间逛遍本地各大家居卖场。实地看商品、抄价比款式、托人探底价……据他介绍，当掌握了欲购商品大体情况之后，得出了一个初步结论，价格大部分没有商量余地，通过人脉个别品牌虽然能打折，可与心理预期价格相比，仍有不小差距。怎么办？闲聊时朋友的一句实在不行去网上看看呗，点醒了迷茫中的他。刘先生告诉记者，前期考察非常有用，至少做到了心中有数。通过与几位店主的交谈，在谈妥了价格、物流等细节后，正式下单。

在这份购物详单中，既有连体坐便器、浴室组合柜、浴缸大件商品，也有诸如冷热龙头、花洒、三角阀、五金挂件等小件，大大小小共计17种商品。商品一个不少，价格方面的优惠也是显而易见。他给记者举例，如果同样商品在本地采购，即便把友情价、活动价加在一起，与网购相比，后者比前者至少便宜了1万元左右。其中，最具代表性的一款名牌浴缸，本地实体店标价是2.3万，店内特价时7折多，找人也要5折以上。但网上购买算上运费不到8000元。

#### 线下商家：网购倒逼“抢钱”明显

最近，某家居品牌代理商何女士的手机上不断接到有关“网购优惠”的促销信息，如果放在过去，她看都不会看一眼，但现在不同了，凡是接收到的相关短消息都会认真查看。

“我之所以这么做，是因为员工

的抱怨。”她告诉记者，有员工不止一次提到，现在到店人数不少，价格也给到位了，可客人就是“不掏钱”，总是以“再看看”为由离店，过几天跟踪回访时，对方表示已经在网上买完了。何女士无奈地称，过去一直认为只有传统服装鞋帽、小电器等商家才会受到网络冲击，没想到如今这把火竟烧到家居领域。

#### 原因探究：陷入尴尬期利益被触碰

战争的背后，总会有一个理由。“冰冻三尺非一日之寒，你来店里选货，在网上下单，看着钱从兜里面被别人掏走，客户被别人抢走谁能高兴，这才是矛盾的焦点。”一位不愿透露姓名的家居卖场市场部经理表示，都是靠渠道流量吃饭的，双方根本的冲突在于利益分配，虽然吉林省在这次抵制中反应不算明显，但从从业者还是关心这件事，毕竟是行业内的“大事”。

按照业内人士的说法，经营成本过高、扩张过快、家居电商挑战传统卖场模式都使传统家居卖场陷入尴尬期，2012年公开资料显示，仅一年时间全国就有10余家知名家居卖场倒闭关门就是很好例证。

“传统实体店面的核心利益被触碰了，这是这些商家不能接受的。”艾媒咨询CEO张毅告诉记者，在标准化商品越来越成熟的时候，传统家居卖场所能提供的商品，网上基本都能找到，这在一定程度上颠覆原有家居卖场模式，而挤出价格水分，抢食实体店流量，家居电商正在向市场各个角落渗透。也是传统商家不能接受的，绕开商场内

支付，直接选择线上支付，这对于家居卖场管理本身就是一种挑战。

#### 电商卖家居是趋势

有人说，由于受到物流配送、营销渠道、售后服务等因素的制约，即便有了用户体验，电商做家居只能昙花一现。但在吉林省家居协会副理事长兼秘书长傅文光看来，如此认为肯定是有偏差的。“很多会员在闲聊时都会感受到潜在危机，电商卖家居是一种趋势。”他认为，物流配送、营销渠道、售后服务等因素的制约都不是必要条件，市场配套衔接就是一个过程，当成熟度提高了，自然就成为了，商家应当顺应消费惯性，准确把握消费者心态，顺应市场，打破传统滞后经营模式，这才是聪明之举。

#### 线上线下竞争后合作将是一种趋势

吉林大学经济学院副教授丁肇勇表示，实体店对电商的恐惧与排斥，实际上所呈现出的是实体商家经营模式上的症结。网络购物是一个潮流，包括天猫在内的电商其实没有输，而是在等待市场反馈。线上与线下未来的竞争后的合作也将是一种趋势。传统实体店具备提货和体验功能，这其实就是O2O模式一部分，来看实体店面，家居卖场未来的核心竞争力，必然是超值服务，价格则是线上部分的优势。他预测，未来传统卖场在经营模式上将会发生改变，高租金降低，销售额扣点额度固定，降低进场门槛等措施，或是最直接手段。

新文化网



### 门窗实用知识 解析实木门的优缺点

实木门作为目前市场上最高档的木门类型，因为其环保天然的特性受到了高薪阶层的广泛关注。

#### 实木门优点：

- 1、木纹纹理清晰，有很强整体感和立体感。实木门就是门的整体完全用实木加工而成。时下比较流行的材质大致有榆木、红松、扎木、榉木、水曲柳、桦木等。因此木纹纹理清晰，有很强整体感和立体感。
- 2、不变形、耐腐蚀、无拼接缝及隔热保温。纯实木门是以取材自森林的天然原木做门芯，经过脱脂烘干处理，然后经下料、抛光、开榫、打眼、高速洗形等工序科学加工而成。纯实木门选用的多是名贵木材，如樱桃木、桃花蕊、胡桃木、橡胶木、金丝柚木、橡木等等，经过加工后的成品门具有不变形、耐腐蚀、无拼接缝及隔热保温等特点。同时，实木门因具有良好的吸音性，而有效地起到了隔音的作用。
- 3、内外材质一致。其结构主要为门框榫连接，镶嵌门芯板，属中高端产品。其最大的特征就是内外材质是一致的。
- 4、对紫外线的吸收能力强。实木门的选材大多集中在以橙黄色为中心的柔和的暖色调，木材的主要成分木素对紫外线的吸收能力强，加之木材表面的细微不平形成光线的漫反射，减少眼睛的疲劳和损伤。

#### 实木门缺点：

- 市场价格偏高，有的实木门易变形和有裂缝。
- 新华网



安居日记

### 小窝秀图



### 壁纸和涂料 哪个更好一些？

这是两类性质完全不同的产品：涂料、乳胶漆是化工产品，壁纸是工艺作品。因此，使用涂料、乳胶漆本身不涉及审美，不要求你的审美观，省心省事；而使用壁纸不要求审美，更要求令个性突出又令整体协调的能力。敢于建议你使用壁纸的装修设计师是真的用心与不怕麻烦才行！

涂料、乳胶漆买来即可用上，本身没有符号信息，不触动你情感神经；而壁纸其图案、色彩与工艺所传递出的层层信息则令你不可抗拒的去沟通，并促使你去寻找与自我审美与情趣共鸣的作品。因此，有设计大师说：壁纸由于品种丰富，是相对经济也最方便运用来表达设计风格与提升环境档次的首选装饰材料。

涂料、乳胶漆是当今建筑墙面处理最后工序必须的基本建材，正如当今一个人出门，都得穿一套上下至少整洁的服装，已不足为奇；而壁纸是用于营造环境风格方便而有效的饰材，就如一个普通女孩若有条件打扮一番，就会光彩夺目。装扮女孩的是时装，修饰墙面的是壁纸。壁纸即墙之时装矣！

因此，有心理学家观察到，涂料、乳胶漆虽可以粉饰太平，却不易掩饰墙体的冷漠与强硬感。而壁纸则能以其柔韧的质感，使墙面环境变得温馨、亲切与安全。这看来就是为什么星级酒店都用壁纸的缘故了。

搜狐焦点家居网



## 130平低调内涵混搭3口之家

