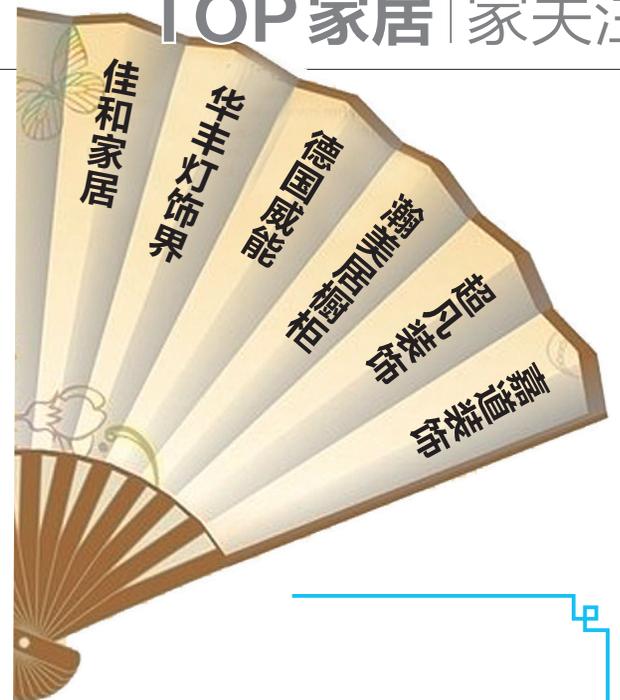


“上半年靠五一，下半年靠十一”，对于刚刚过去的国庆黄金周，几乎每个家居人都是寄以重望的，打折、抽奖、送礼、明星美女助阵等活动一波接着一波，准备大干一番，给上半年不景气的销售市场来个反击。但受到房地产市场的影响，总体而言，这个“黄金周”家具市场客流暴增的情况有所减少，人气平缓成为主要现象，整体促销含金量依然不足，销量依旧走低。而建业5D生活馆、欧凯龙、红星美凯龙、居然之家、金马凯旋、福蒙特、中博、佳和家居、华丰灯饰、居之宝、德国威能、瀚美居橱柜、超凡装饰、嘉道装饰、荣欣装饰等家居卖场和装饰公司、家居品牌，依靠好服务、好产品、好口碑、好品质，在“金九银十”中获得好成绩。

赵青 文/图



## 黄金周家居盘点 低迷中的赢家 好服务+好产品+好口碑+好品质 “金九银十”好成绩

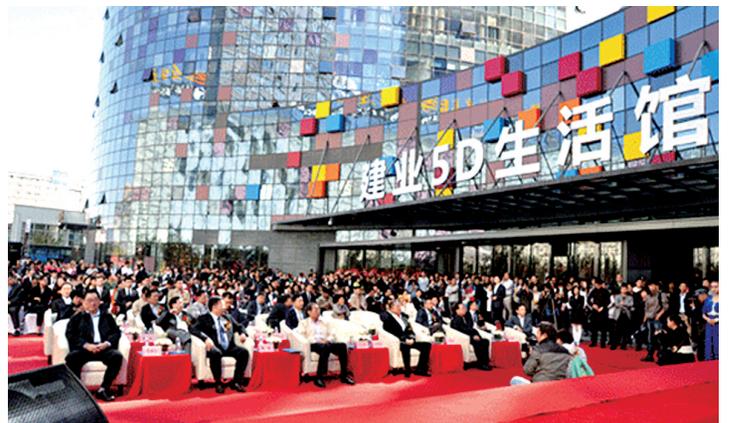
### 建业5D生活馆华丽绽放 引领河南人民新型生活方式

10月9日上午，建业5D生活馆在郑州建业五栋大楼盛大开业。建业集团董事长胡葆森、中城联盟现任轮值主席陈俊、金螳螂企业(集团)董事长朱兴良、罗莱集团董事长薛伟成等出席开业活动并参加战略合作签约仪式。建业5D生活馆是国内首个以全程体验型生活方式为核心，集楼盘展示、家居体验、私人影院、主题餐饮、创

意零售、艺术社交、科技体验于一体，集中展示建业大服务体系与深度体验新型生活方式的体验馆。

在建业集团董事长胡葆森看来，建业5D生活馆是建业新型生活方式的样板空间和建业大服务体系的展示大厅，融合了家居、时尚、科技、创意四大核心元素，自此，“建业+”战略又添一支特种部队，也是建业

集团从开发商向服务商转变的重要一步。建业将以此为开端，完成从成品提供到服务提供的华丽转身。其核心竞争产品——“房子”，也从1.0模式简单粗糙的“毛坯房”、2.0模式勉强凑合的“毛坯+硬装房”提升到3.0模式一步到位的“毛坯+定制精装+个性软装+……”并将向用户生活方式的构建进行延展。



### 欧凯龙十一销售全线飘红 瓷砖广场盛大开业

欧凯龙“十月盛宴”火热亮相，引爆全城。国庆七天时间，欧凯龙各大连锁商场实现了客流量和销售额的又一次集中爆发，再次成为全城瞩目的焦点，令行业侧目。10月1日早上8:30，距

离9:30商场开门营业还有一个多小时，欧凯龙东区旗舰店门前广场已经是人潮涌动，几乎可以用“站无虚席”来形容。10月1日和7日两场“奢华夜宴”抽奖活动更是再次掀起多个高

潮。10月7日晚上10:00欧凯龙各商场依然熙熙攘攘。此外，欧凯龙东区旗舰店负一楼的瓷砖广场也在十一期间盛大开业，巨幅优惠得到了顾客朋友的一致称赞。

### 中博家具中心升级软硬件 人流量、成交量普遍增长

作为郑州本土老牌家居卖场，24年来，中博家具中心以实惠的价格、优质的产品和服务赢得了百姓的信赖。去年以来，中博家具中心全面提升管理水平和服务能力，改造以后的中博9大商场外立面大气时尚，与品牌布局结合更加紧密。开通4000090680

客服电话，第一时间受理顾客反映、建议和投诉，让消费者无后顾之忧。中博家具中心营销总经理李飞介绍，十一期间，中博家具中心举行双节特卖会，迎来了几年来最大的一次人流量和成交量，带动了家居市场的销售。

### 红星美凯龙借营销东风 人流量超过故宫3倍

国庆期间，红星美凯龙黄金周客流量186万人次，是故宫的3倍！红星美凯龙创造了全国商户销售总额达到48.3亿，同比增长15%。为什么一个“7天”，红星美凯龙能有这样的销售

成绩？红星美凯龙借来3道营销东风。高圆圆 & Angelababy 联合40位明星，以“代言人+全国商场活动明星”的强大矩阵组合，让商场变成景区。红星美凯龙在国庆期间整合全国

优质厂商资源，共推出了“3万款”爆款产品。红星美凯龙会员总量已经达到357万，会员平均客单价达到3.27万，这种“精准蓄客”的做法使得会员的消费高于普通顾客。

### 福蒙特促销盛宴完美亮剑 高性价比成销售利器

十一小长假，“福蒙特国庆大抢节”活动众品牌销售再创新高，促销盛宴实现了一次完美的亮剑。尤其是思铂锐办公、神宝床垫、大自然室鑫、欧梵办公、澳泰龙沙发、港梦床垫、新景美嘉等品牌纷纷推出新品促销，精彩纷呈的活动吸引了不少

顾客询问购买！据福蒙特负责人介绍，为迎国庆福蒙特提前斥巨资补贴，重磅联合数千家品牌推出了一系列的震撼促销活动，因此造就了福蒙特国庆火爆的销售佳绩，此外，福蒙特实惠的促销也是其中的一大“利器”。

### 居然之家“创世纪”大促完美收官 客流量和销量均创行业新高

今年十一期间，居然之家卖场比往年显得尤为火爆，商场外停车场一位难求，但在商场工作人员的引导下，还是缓解了顾客停车的烦恼，路边的人行

道上都被临时挤满了车辆；商家的临促尤为热情，宣传手段不断推陈出新。店面内，顾客络绎不绝，收银台和赠品发放处也排起了长龙，商场不得不临时

加派收银，保证顾客能够及时缴款。据统计，今年居然之家商场的客流量明显大于往年，销售额也比去年同期有所增长，客单价明显高于去年同期。

### 佳和家居十一喜获丰收 靠“积累”赢得好成绩

在刚刚过去的十一七天小长假，佳和家居也收获颇丰。活动期间，店内人头攒动，排队交款。此次为期7天的促销活动效果喜人。

活动前期，恰逢佳和家居成立18周年店庆之际，佳和家居为更多的消费者提供质量过硬的品牌以供

选择，特将陇海路店和秦岭路尚品馆进行品牌升级，调整了产品结构，优化了商品组合，以便在活动期间更好地满足不同消费者的需求。本次活动，佳和公司一贯坚持“实惠让利”的促销宗旨，为中原消费者献上真诚大礼。

### 金马凯旋家居CBD名店街开街 一站体验式购物乐园引爆全城

10月1日，郑州金马凯旋家居CBD家具MALL再增家具购物“新天地”，总建筑面积3.4万平方米的名店街盛装开街营业，全面满足时尚人群的购物需求。

国际家具MALL是金马凯旋品牌塑造的第一站、领头羊，6月27日，国家家具MALL开业创造出1.5亿的辉煌销售业绩，郑州金马凯旋家居CBD一炮成名；随着

10月1日汇聚各大品牌的名店街盛装开街，国际家具MALL实实在在成为了中国中部单体规模大、品类全、档次高的一站体验式购物乐园。

### 华丰灯饰界双节大促 灯饰“大阅兵”大悦全城

双节期间，华丰灯饰界联合商场内600多家商户着力打造的“灯饰大阅兵 买灯到华丰”活动圆满收官。12天的超长促销时间、商场火爆的商场促销活动、多种多样的商家促销活动让每一位到华丰灯饰界的消费者都

体验到了无与伦比的双节灯饰巨惠。双节期间，华丰灯饰界独领风骚，再创销售佳绩，销售额同比往年直线增长。12天里，商场共接待了数以万计的消费者，火爆场面此起彼伏。(下转 AA08版)