重庆邮电大学移通学院

COLLEGE OF MOBILE TELECOMMUNICATIONS.CHONGQING UNIVERSITY OF POSTS AND TELECOM.

满堂红红木家具
营销战略策划书

年级：2012 级

班级：07121212

组长：曾淦伟　2012214026

组员：　　2012214041

方　媛　2012214038

沈　桐　2012214031

研究方向：市场营销

指导老师：

时间： 2014 年6 月1 日

成绩：

摘要

家具是人类生活所必须，是物质文明的一部分，所以家具的发展史也同人类社会发展的一样，是不断进步的。家具源于生活，服务于生活，它的发展与变化取决于生活方式的变化和家庭形态的变化，体现人们的文化，风俗习惯，民族传统，而且与时俱进，具有鲜明的时代性。中国红木家具之美，历来为世人称道。它不仅为中国人名作喜爱，也备受国际友人青睐。因为它完全是名贵天然实木制成，视觉， 触觉优良，是绿色环保产品。精美的红木家具不仅能满足人们生活跟工作的需要，而且是一种艺术品，具鉴赏和收藏的价值。居室内有几件红木家具可以说能使四壁生辉，既改善了居室环境，又显示了主人品味。本方案对红木家具市场行情、消费者、竞争者进行了分析并得出了红木家具的机会点和问题点，本方案主要为了提高满堂红的红木家具知名度和销量,并且在推广的过程中使消费者更加了解红木家具的优点，脱去红木家具古板单一等老旧的印象，进而使使用红木家具成为一种时尚。

关键词： 满堂红 红木家具 生活 品质 推广活动

目录

一.策划背景.....4
1.产品介绍 4
2.目前的营销状况、问题及面临的压力.....4
二. 红木家具市场分析.....5
1、红木家具市场行情.....5
2.红木家具消费者分析.....6
3.红木家具的竞争分析.....9
4.满堂红红木家具的问题点和机会点.....10
三. 满堂红红木家具推广策略.....11
1.满堂红红木家具推广目标.....11
2.满堂红红木家具推广时间安排.....11
3.满堂红红木家具推广总体设想.....12
四. 促销活动方案.....12
1.活动目的 12
2.活动对象 13
3.活动主题 13
4.活动方式 13
5.活动时间和地点 13
6.前期准备 13
7.活动内容 14
8.活动注意事项 16
9.后期延续 17
五.满堂红红木家具媒体运作设计.....18
1.媒体诉求 18
2.传播内容设计 18
3.传播媒体组合 19
4. 媒体发布计划 19
附：财务预算.....21
参考文献.....22
满堂红红木家具市场调查问卷.....23

一.策划背景

1. 产品介绍

所谓红木家具，主要是指用紫檀木，酸枝木、乌木，花梨木、鸡翅木制成的家具，除此之外的木材制作家具都不能称为红木家具。紫檀木是红木中的极品。其木质坚硬，色泽紫黑、凝重、手感沉重。年轮成纹丝状，纹理纤细，有不规则蟹爪纹。酸枝木俗称老红木。木质坚硬沉重，经久耐用，能沉于水中，结构细密呈柠檬红色、深紫红色、紫黑色条纹，加工时散发出一种带有酸味的辛香，故名。乌木颜色乌黑发亮，结构细密凝重，有油脂感。乌木多见制作筷子、墨盒之类小件，少见制作家具。花梨木又称香红木，与酸枝木构成相近，其木质坚硬，色呈红黄或红紫，纹理呈雨线状，色泽柔和，重量较轻，能浮于水中，形似木筋。目前市场上的红木家具以花梨木居多。鸡翅木木质坚硬，颜色分为黑、白、紫3 种颜色，形似鸡翅羽毛状，色彩艳丽明快。但因木内含有细微沙砾等杂质，敌难以加工，善做装饰边角材料。市场上很难见到成套的鸡翅木家具。例如被列入国家红木标准的贵重热带硬木只有几种：紫檀、黄花梨、乌木、酸枝、鸡翅木、香枝木等几种。

2. 目前的营销状况、问题及面临的压力

(1)红木家具是资源稀缺性行业，随着原材料匮乏，原材料出产国家严格控制原木出口，红木家具原材料价格逐步飙升，这也对规模不大的红木家具企业提出了严重的挑战，从某种程度来说，原材料价格的不稳定性是影响红木家具销售的首要因素。

(2)作为以古典风格为主的红木家具而言，其独特的文化属性、工艺特征及其养生功效并不为普通大众所认识、接受的。因此这也就决定了红木家具的消费层次较高，与此相应的消费群体也就越窄。现阶段就市场需求潜力而言，红木家具的需求弹性不大。再经过原材料价格的冲击，本身就很脆弱的需求市场大多也随之保持着持币观望的状态。

(3)营销宣传乏力。消费者的知晓度较低，宣传力度不够，吸引消费的能力低。

(4)营销途径单一。红木家具的市场参与难度较高，主要消费者集中于各个领导的人际关系网中，单凭借门店获得的销售额很低。

二．红木家具市场分析

1、红木家具市场行情

中国传统家具作为社会物质文化的一个组成部分，体现着浓厚的民族思想观念等。随着国内生活水平日益提高，人们对传统家具需求不断增加，市场规模也在日益扩大。而仿古家具市场多以黄花梨、紫檀、红酸枝等红木为主要材料，而红木价格的高昂则明确了其定位于高端消费群体的现状。

近年来，国内经济发展趋势良好，特别是政府为了防止经济过热和通货膨胀，加强了对市场经济调控的力度，并采取系列措施防止经济过热以及遏制通货膨胀等。在这种经济环境下，市场上的投资开始分散，红木家具的原材料稀缺且短期难以再生，艺术欣赏性和实用性并重，传统文化内涵浓郁，多年来保值增值的效应稳定而明显，成为

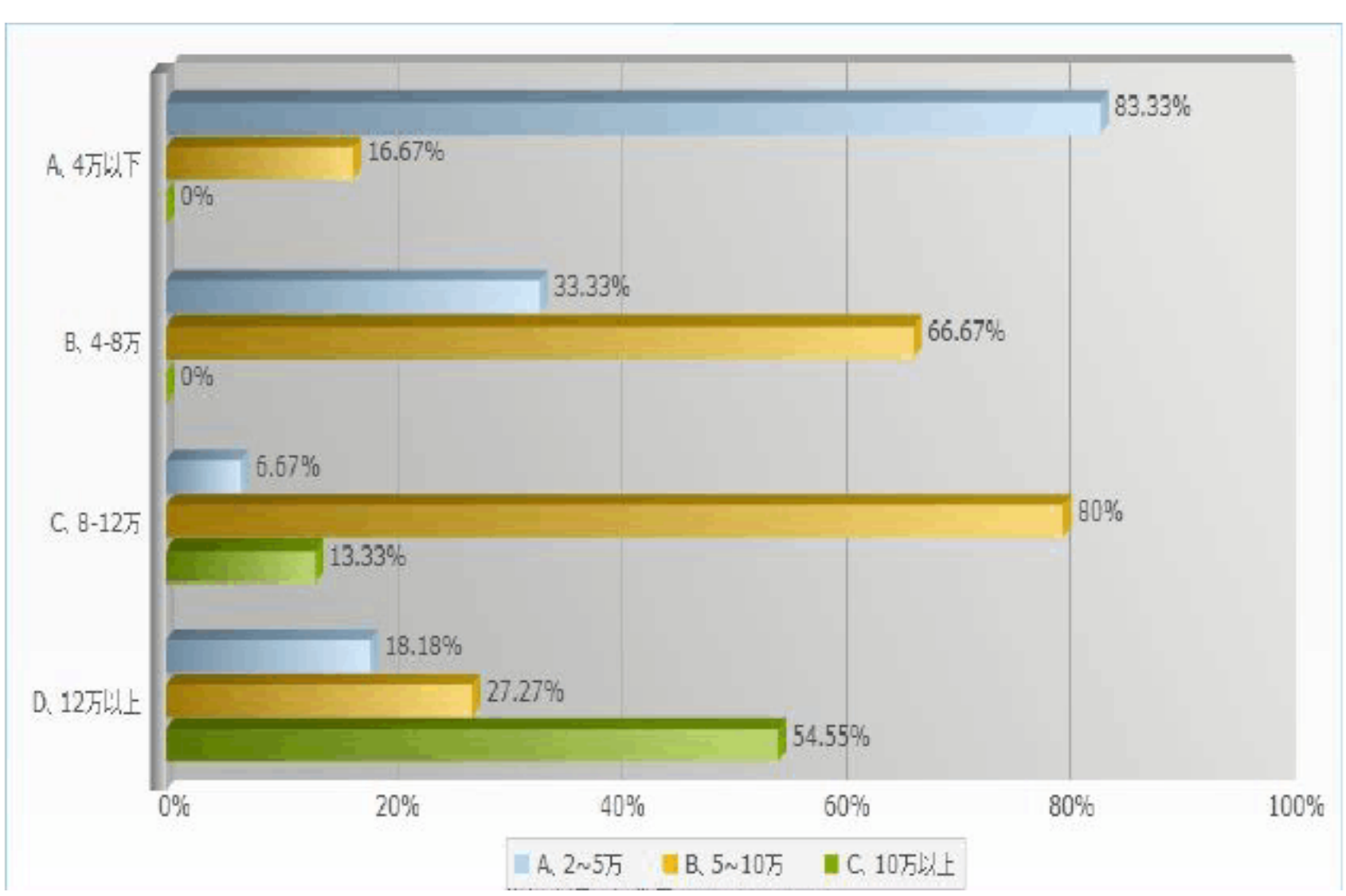
了投资者所青睐的新目标，这些资金或者大批购买名贵木材，或者直接投资建厂，斥资千万甚至过亿的新生企业层出不穷，使得红木家具行业发展势头十分迅猛，这种飞速的发展可以说是既有利也有弊，有利的是行业竞争的加剧可以提升产品质量水平，而弊端则是，对于一个依赖全天然材料，技能培训模式依然遵循千百年来师徒相传的传统行业来说，已经超出了其承受范围。

综合行业发展现状来看，市场将出现两极分化的走势。激烈残酷的竞争所带来的资源紧缺将促使定位高端的企业加大设计和工艺制 作上的投入，以质量提升产品内在价值，定位高端精品收藏类型家具， 保持利润空间和行业优势。而相对而言，定位中低端市场的企业将可能转型开发其它相对价格低廉的木材，在产品造型上将更为贴近实 用，丰富市面上的红木家具种类。然而，目前消费者的审美眼光日益提高，消费行为也越来越冷静和理性，那些以次充好、粗制滥造的企业生存空间将会逐步减小，最终会被市场淘汰，市场存在洗盘巩固的需求，经过去粗存精的淘汰后，危机感将会使精品意识深入每家企业中，有利于行业整体健康发展。

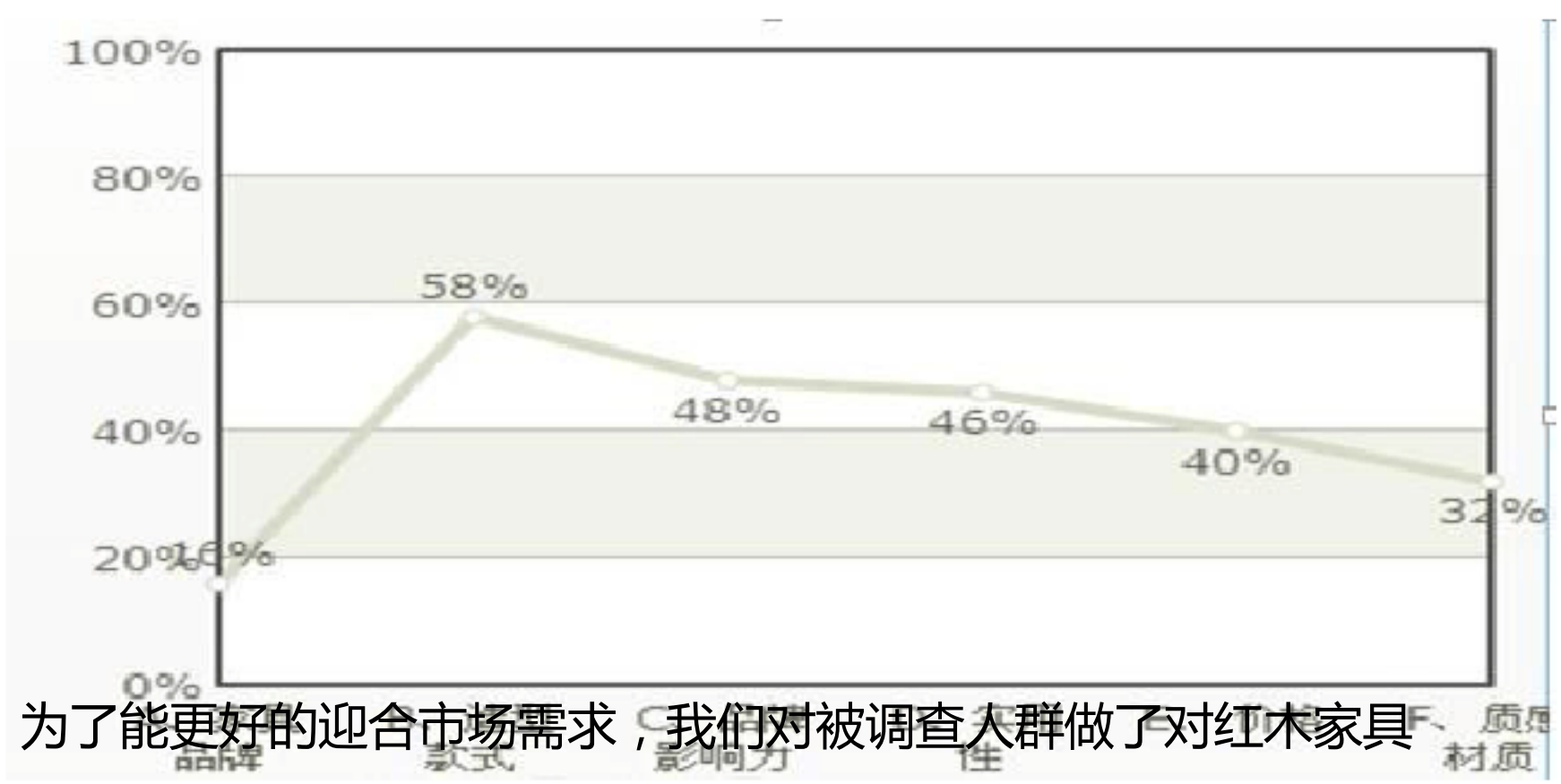
2.红木家具消费者分析

愿意购买红木家具的消费人群的年龄段主要还是集中在45 岁以上的人群，但不乏有很多年轻人对红木家具产生兴趣，如今购买红木家具的工薪阶层、年轻人多起来了，70 后、80 后的客户在各个品牌专卖店都常常能见到。与前些年不同的是，红木家具市场不再是标准的金字塔式的消费，呈现出扁平化、大众化、年轻化的趋势。

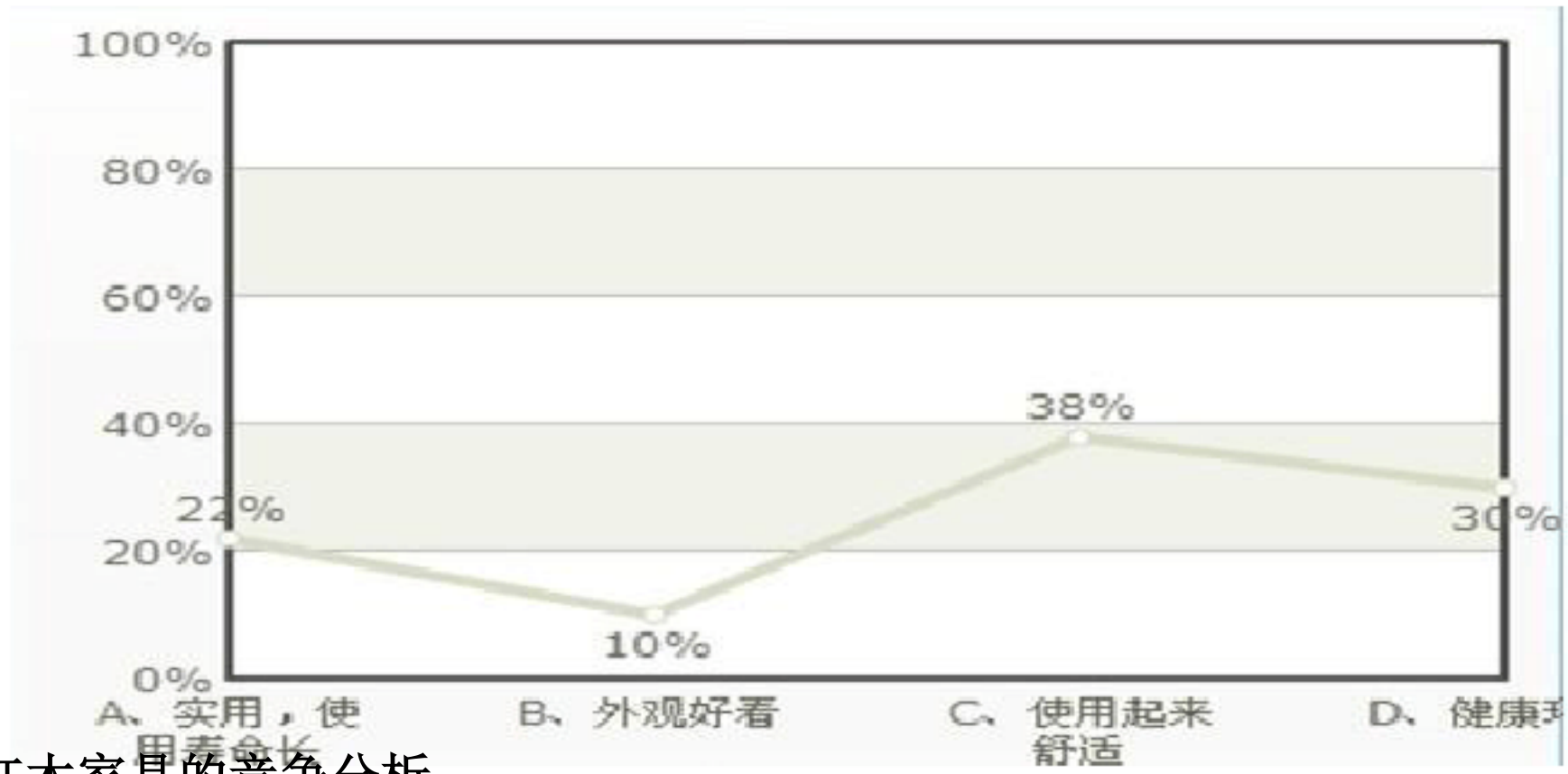
尽管如此，人们对红木家具消费还是存在着误区。很多人认为红木家具都是价格昂贵的奢侈品，买不起用不起，通过我们的调查问卷分析，只有年薪在12万以上的人群甚至百万千万富翁才会接受价格较高的红木家具，大部分普通人群觉得红木家具价位在10万以下可以接受，这就是对红木家具的一种误区， 其实红木家具消费分两种，一种是上百万、数十万海南黄花梨、小叶紫檀这样收藏级的消费，一种是买红酸枝、缅甸花梨木这样实用、增值保值的消费。比如，一套缅甸花梨木的卧房家具，和一套书房家具，市场价格在8万——14万之间，几乎和一些实木家具不差上下。并且红木家具近几年在传承的同时，推陈出新，许多新产品更加适合现代居住空间，符合不同阶层、不同年龄的消费品位和需求。所以说，在经济迅猛发展的今天，中高端红木家具的市场前景应该会很有潜力，所以说我们的目标市场主要还是先以现在商界、知识文化界等高收入阶层为基础，在此为大前提的条件下不断开发年轻人中的潜力消费者尤其在企业通过 不断的改革创新适应市场的前提下，本地的发展前途。



影响消费者购买红木家具的因素主要为家具品牌、造型款式、品牌影响力、实用性、价格、质感材质，其中最为主要的因素是造型款式，造型款式新颖多样的要求占比例为58％，之后消费者购买红木家具的的重要影响因素就是品牌影响力和对实用性的要求，所占比例分别为为48%和46%，此外，消费者对价格的要求占到40%，考虑到家具的质感材质占到32%，而对于具体品牌的喜好占的比例相较偏低，只有16%费者注重。



为了能更好的迎合市场需求，我们对被调查人群做了对红木家具特点认知的调查，调查结果显示，有较大比例的人群认为红木家具使用起来舒适，占到 38%，其次，有 30%的人认为红木家具具有健康环保的特色，认为实用性为主要特性的只占到 22%，感觉外观好看的人群只占到 10%。



2. 红木家具的竞争分析

正如古语所云：知己知彼，方能百战百胜。企业需要把竞争者的产品、服务、策略进行分析比较进行 SWOT 分析，了解双方的优势与劣势，这样才能更好地制定一系列的营销策略。根据红木家具在如今的大环境下，红木家具如果想要在众多各种材质家具的包夹下突出重围，取得可人的销售业绩，就必须对它的市场竞争者有一个深切的了解，通过对“敌我”双方的对比分析后，对竞争者的优劣势有所了解，这样对自身也是一种完善。下面我们分析一下市场现存的其他主要家具种类：

板材家具：板材家具是以刨花板、纤维板、胶合板等人造板材为基材制作的家具，它以传统的制作手法，用金属连杆、圆棒榫等连接组装而成。可拆卸，造型富于变化，外观时尚，不易变形，质量稳定，价格实惠。板式家具运输方便，在温度、湿度变化较大的时候，人造板的“变形”要比实木小得多，质量要比实木家具稳定。但是使用的材质和各种粘合剂和添加剂中含有化学物质较多，环保性较差。

金属家具：其材料以黑色金属为基材，发展为各种金属材料和轻质高强度合金材料。金属家具色彩明快，线条硬朗，它的出现又给家具增添了一种更新颖、更有装饰美的新形式。门类品种多样，具有折叠功能，货品物美价廉。现代金属家具铸、所用金属材料，通过冲压、锻、模压、弯曲、焊接等加工工艺。可获得各种造型。但是质感单薄，略缺乏厚重感，体现的文化深度较低，缺乏底蕴。

软体家具： 软体家具主要指的是以海绵、织物为填充造体成型的家具,包含了休闲布艺、真皮、仿皮、皮加布类的沙发、软床,制造工艺主要依靠手工工艺，主工序包括钉内架、打底布、粘海绵、裁、车外套到最后的扪工工序。软体家具的最大魅力是非常松软舒适，让人身在其中，感觉像被温柔地环抱住一般外表材质不易保护，容易被损坏和玷污。而缺点在于:沙发、床等软体家具使用的木制材料、粘胶、海绵等都会产生气味，布艺软体家具容易产生静电、面料起球等问题。

3. 满堂红红木家具的问题点和机会点

问题点:满堂红创办的时间较短,市场还没有完全打开,红木家具的种类还比较少,红木家具的品牌还没有创立起来,销量有限。

机会点：正因为满堂红红木家具开始销售不久，所以这这个阶段公司可以抓住机会，创造自己的品牌形象，使消费大众接受和认可本家具城的红木家具。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
https://d.book118.com/766200051010010114