

《红木大观》发刊词

本报记者 李玉亮

厚德载“木”，越来越多的消费者开始钟情于红木家具。无论是明式家具那简洁流畅的线条，还是清式家具那华丽细致的雕工，都足以让人叹为观止。

红木家具从根本上来讲，是一件手工作品，而不是工厂流水线的产物。33种国标红木，大多需要生长三五百年才能成材，是深山密林的馈赠。原材料的珍贵，意味着工匠们不能浪费

分毫。经过伐木选料、烘干刨平、开榫组装、打磨上蜡等工序，这些木材再次被赋予灵魂和生命，呈现出独特的神韵。

台湾导演侯孝贤说过：“我们之所以喜欢古的东西、手工的东西，是因为我们的美感来源，就是由这历时长远的技艺中，逐渐形成。”曾几何时，红木家具一度从大众审美的视野中消失，沉睡在博物馆昏暗的灯影

里。但令人欣喜的是，红木之美正在被越来越多的人发现，红木市场也在短短几年内火了起来，仅在东营，就有170多个红木商家。

这是一次文化复兴，也是一场资本盛宴，但热闹的市场图景中总少不了迷离乱象。作为普通消费者来说，总感觉红木行业“水很深”，既怕贵，又怕假。

有鉴于此，《黄三角早报》决定开

设“红木大观”专版，这是东营第一个，也是唯一一个红木专版。我们将在每个周四和您定期相见，旨在以一种感性而生动的方式传播红木文化。此外，我们还将不定期寻访诚信商家和能工巧匠，为读者提供一个比较平台和消费指南。我们不敢妄称专家，但愿意和您一起多比、多学、多看，在红木文化和市场面前，做一群敏而好学的学生。

170多个红木商家角逐东营

差异化发展 打文化牌成转型突破口

本报记者 李玉亮



在胜利大街与汾河路交叉口附近，分布着六七家红木店铺，在一些新建小区附近，红木店铺扎堆的现象很常见。 本报记者 李玉亮 摄

“分蛋糕”的人越来越多

周女士在东城经营红木家具已经有五六年的时间，据她介绍：“这几年做红木的越来越多，特别是这两年，我感觉红木商家的数量几乎翻了一倍。”另外一位业内人士对此也有着很深的感受：“东营就是一个地级市，市场规模摆在那儿了，但是分蛋糕的人越来越多。特别是随着国家八项规定的实施，官员都不太敢买一些高档产品了，消费人群产生了一定的变化。”

红木爱好者陈先生说：“我觉得目前的竞争基本上是一种同质化竞争，样式都差不多。”据了解，东营这边的红木商家基本上是从浙江东阳和广东中山进货，仅在浙江，就有3000多个红木厂家，大家的产品风格都差不多，这样让目前的局面更加不容乐观。

荣先生经营红木超过10年，在他看来，很多红木经营者脑子一热就进入了这个市场，但实际上他们对于红木也是一知半解。荣先生说：“我曾经在微信上晒了两个照片，一个是血檀（每吨木材的价格在1.2万元左右），一个是小叶紫檀（每吨木材的价格为100多万）。结果我朋友圈里很多做红木的老板，他们都分不出来。自身水平不过关，怎么能让消费者信任呢？”

一位业内人士分析，红木行业即将进入“冰河纪”。他补充道：“在冰河纪，很多物种灭绝了，但有一些物种能生存下来。我觉得2015年，一定有很多红木店要关门，这个洗牌的过程在所难免。”

“大路货”难立足 差异化路线才走得远

光靠“大路货”已经很难在市场中站稳脚跟，一知半解的“文化”、东拼西凑的“设计”，再也无法应对日渐激烈的市场竞争。很多红木商家开始打出“新中式”的旗号求新求变，王先生告诉记者：“我们观察到，年轻人也开始逐渐认可红木，消费人群的变化是一个很有价值的市场信息。我们除了代理一些红木品牌之外，还自己搞了一个加工基地，这样能够及时根据消费者的喜好来进行产品设计上的改良。”

国寿红木则走了另一条路线，把产品做精。记者在国寿红木的店内看到，该品牌的红木家具基本上全是缅甸花梨材质，但价格明显要比市场上同材质的家具高出许多。卖出高价的原因在于它的做工和器型确实很精致，在很多同行眼里都得到了认可。

而黄河口家具广场则充分发挥经营面积大的优势，同时代理多个品牌、多种风格的红木产品，在这里既能找到一些收藏级的高档红木，又能找到一些价位适中的、大众消费级别的红木。如今在高档消费明显缩水的市场背景下，一些低价红木走进寻常百姓家的势头却方兴未艾。

总之，在市场风格切换的背景下，那些单品牌经营、定位不清晰的红木店越来越缺乏竞争优势，而产品细分、走差异化路线成为每个商家需要认真思考的话题。

打好文化牌 提升营销软实力

光有好产品还不行，营销和品牌传播也得跟上。红木家具是一类具有浓郁文化属性的产品，仅靠店面营销和顾客老带新已经被证明了是一条死胡同。与此同时，越来越多的商家认识到，红木营销不能用简单粗暴的方式来进行，而是应该用一种柔软的、感性的传播方式与消费者形成情感勾连。

部分商家近年来举办过红木文化节之类的活动，旨在让消费者全面地认识和了解红木家具文化，业内人士吴先生说：“此类营销方式，还是以培养消费者为主，让消费者从不了解到了解，从了解到喜欢，喜欢了才能去选购，因此培养市场的工作一定要做。”

但红木文化的传播不是一蹴而就的，而是一个长期润物细无声的过程。记者在与部分商家谈到《红木大观》专版的筹建时，得到了很多商家的积极响应，这从一个侧面可以反映出商家在文化营销上的迫切需要。

无论如何，过去几年的爆发式增长已经告一段落，市场已经从跑马圈地阶段走入了精耕细作阶段，走得太快的红木商家此时应该慢下来，好好想一想，未来之路该怎么走。

东营红木第一楼
黄河口家具城
 为本栏目提供专业支持

地址：东营市西三路667号黄河口家具广场四楼
 电话：6066241 15315033366

哪些木材才能算“红木”？

认准现有国家标准 5属8类33种

本报记者 李玉亮

红木材质众多，而且每种木材基本上都有一个学名和一个俗名，让消费者更加摸不着头脑。市民李先生告诉记者：“我们到店逛，基本上是听店员的口头介绍，有时候店员说‘这是缅甸花梨的’，但我一看标签，上面写的是大果紫檀。那心里就会想‘这到底是紫檀木还是花梨木’。”事实上，很多消费者都有李先生这样的困扰。根据现在执行的国家标准，红木分为5属8类33种。



据了解，这个国家标准已经执行了14年，目前新的国家标准也正在紧锣密鼓地修订，树种将会有一些增减。但目前只能依据现有的标准来作为消费指南，这些木材纹理各有其美，也有所独有的一些“防伪特性”，我们将选取一些主流树种，在后面的红木学苑栏目中依次介绍。



不经意间，我们的城市多了很多红木卖场。据了解，东营目前有170多个红木商家，但随着同质化竞争越来越激烈，爆发式增长的时代一去不复返。穷则思变，寻求差异化发展、打文化牌成为很多商家的转型突破口。