

双11造就家居亿元户逾40个

黑马频出 客单价超高难逃刷单嫌疑

2017年的双11盛宴，家居行业收获颇丰。一个个不断飙升的数字让人心惊肉跳，有人甚至发出这样的感叹：这回不仅是银河系，连全宇宙的人都出来装房子了！据不完全统计，单是当日销售额突破1亿元的家居企业就超过了40个。这些单日亿元户的背后，自然是企业多日蓄客和通过网络拼命导流带来的聚集效应。然而，频频曝出的黑马和超出想象的客单价，却不得不让人生疑：为了取得好排名，你真的没有刷单吗？

亿元户爆棚 黑马频出

双11大幕落下，天猫平台最终以1682亿元的成交额收官，订单量达8.12亿件。其中，家居企业成交额相当喜人，林氏木业、全友家居、顾家家居、PINGO国际、诺贝尔瓷砖、东鹏、九牧、大自然、TATA木门、索菲亚、欧派等品牌均以1亿元以上的销售额引人关注。据不完全统计，双11当天造就的家居亿元户超过了40个。

尤其引人注目的是，在各品类排名前十的家居亿元户品牌中，涌现出不少黑马。在装修设计监理领域，2016年才开设天猫旗舰店的木门品牌——展志天华以2.3亿元的销售额位列2017年双11全屋定制品类销售额第七名；2016年双11还名不见经传的泥巴公社装饰，2017年双11销售额也突破亿元，排名装修设计类第五名。

亿元户爆棚，黑马频出，一个个惊天的成交数字冲击着人们对家居业的传统认知。难怪有业内人士笑称：“如果2016年是全银河系人民都在装修，那2017年来的一定是全宇宙。”

蓄客引流并举

不可否认，双11家居业确实取得了辉煌的业绩，业绩背后，是家居品牌前期精心蓄客、当天高额投入引流的结果。

在蓄客方面，企业的布局明显提前。以家居定制类企业TATA木门为例，一两个月前，TATA木门就推出了高性价比的肌肤系列产品，成为双11疯抢的爆款。顾家家居在双11前半个月就进行预热，在重视线上的同时也强调线下体验，并注重解决消费者的后顾之忧，率先推出“180天无理由退换货”的服务举措。负责箭牌、东鹏、TOTO等卫浴品牌线上运营的东箭完整家居，早在10月20日就开始启动双11的蓄客行动，推出“一元抵百元”的特权金抢购措施，获得超强人气。

在线上引流方面，很多品牌不惜血本，技术和资本的投入都不遗余力。据一位家居企业负责人介绍，从近两年的数据看，大品牌的企业越来越受到平台的重视，他们通过技术手段将线上流量导给大品牌，在增加大品牌销售额的同时，树立家居线上品牌榜样，消费者购买的产品也更有保障。当然，流量也不是免费的，需要企业投入巨额资金购买，并强化流量的有效性。以东箭完整家居为例，为了提高流量的转化率，他们准备了600人的团队与客户进行一对一的沟通，用董事长陈杭闻的话说，“马桶都是一个一个卖出来的”。

蓄客多日，在双11那天成交，将获得更多的优惠，于是人们纷纷在当日清空购物车，支付提前选好的产品，才有了当天销售数字的迅速飙升；引流成功并有效沟通，提高转化率，从而使消费意向变成真正的销售，还增加了平台的收入。平台、品牌、消费者三者共赢，双11就成为一场购物盛宴，一场行业的狂欢。

难除刷单嫌疑

众多品牌通过高额投入蓄客、引流，取得的双11营销成绩有目共睹。然而，一个个惊人的数字又让人不得不陡生怀疑：你真的没有为争取好排名、拉高销售数字而刷单吗？

如果形象地比喻那些双11的销售数字，着实会令人吃惊：索菲亚以5.47亿元成交额问鼎定制衣柜类冠军，按爆款单价799元计算，相当于卖出了68万平方米的衣柜；欧派照明销售额突破5.5亿元，以爆款产品2149元计算，相当于卖出了25.6万个灯具套餐；九牧销售额达5.3亿元，以一套卫浴爆款1000元计算，得有53万人要去装修卫生间。

一个值得关注的现象是，各个企业发布的双11销售数据多为销售额，订单量却秘而不宣。TATA木门是为数不多的与销售额同步公布订单数的企业，双11当天共有39408个用户选择了TATA木门。如此算来，TATA木门6.19亿元的销售额，客单价是1.57万元。“为了避免有刷单之嫌，我们有一个700万元的订单被拒绝进入双11的销售统计”。TATA木门创始人吴晨曦表示，上年客单价是1.2万元，“今年我们的客单价提高了，销售实在出人意料，还有必要刷单吗？”

研究一下双11的客单价就不难发现，有些数据并不一定是真实销售而来的。某地板品牌双11当天客单价为10.12万元，相当于平均每个双11下单该地板品牌的客户，房屋面积都达100平方米，选购的地板售价达1000元/平方米。难怪有人戏言，“双11不是让平民省钱，而是为富翁炫富”。

尽管国家已经立法将严惩刷单行为，但网络平台对订单量有意无意的隐藏，让刷单现象依然难以避免。一个好的排名意味着一次极好的品牌宣传，这是多少广告费都难以达到的效果。一些企业抱着“不刷白不刷，送点儿销售额、提点费，权当做广告”的心理铤而走险，照刷不误。“倘若每家企业都像TATA木门那样敢于公布客单数，或者网络平台与销售额同步发布客单数，也许刷单现象才会有所收敛”，一位业内人士表示。

