**邯郸县农村地区家纺企业经营模式创新探索**

张 婧[[1]](#footnote-1),[[2]](#footnote-2) 郭红莲1

1.北京物资学院 2.邯郸县招贤竹连家纺门市

**摘要**：小微企业是我国经济体的“毛细血管”。在经济新常态下，我国既需要顶天立地的大型企业，更需要铺天盖地的小微企业，这样才能形成层次结构合理、经济循环活络的企业生态系统。农村地区小微企业更是拥有提高农民收入、解决农民就业的重要功能，在农村经济中起着不可替代的作用。本文针对目前邯郸县农村地区家纺企业经营中存在的销售量不断减少、产品缺乏吸引力、营销方式单一、管理技术人才缺乏等问题，提出了促进邯郸县农村地区家纺企业转型升级的几种新模式，分别是：基于电子商务的经营模式、基于微信的经营模式和虚拟体验的经营模式，并对各种模式的特点和适用企业进行了分析，以期为相关企业提供决策参考。

**关键词**：邯郸县；农村地区；家纺企业；经营模式

Home Textile Enterprise Business Model Innovation in Rural Region, Handan County

Zhang Jing1,2 Guo Hong Lian1

1. Beijing Wuzi University 2. Zhaoxian Zulian Textile Retailer, Handan County

**Abstract：**Small micro enterprise is the capillaries of China’s economy. Under the new normal economy, our country needs both indomitable spirit of large enterprises, more in need of a frenzy of small micro enterprises, so as to form the level of reasonable structure, economic cycle active enterprise ecosystem. Rural small enterprises has important function to improve farmers' income, solve the rural employment, plays an irreplaceable role in the rural economy. This paper aimed at the present situation of Handan county rural home textile enterprises with falling sales, product less attractive, and marketing of a single, lack of management and technical personnel and so on, put forward promote transformation and upgrading of Handan county rural home textile enterprise of several new models, respectively is: based on e-commerce business model, based on WeChat management pattern and the operation mode of virtual experience and the characteristics of various patterns and for enterprise are analyzed, so as to provide decision-making reference for relevant enterprises.

**Key words:** Handan county; Rural areas; Home textile; Business model

引言

河北省邯郸市邯郸县地处[华北平原](http://baike.baidu.com/view/29666.htm)南部，位于河北省南端[太行山](http://baike.baidu.com/view/27555.htm)东麓，晋、冀、鲁、豫四省的交界处。总面积279.87平方公里，2015年人口30万左右。邯郸县农村地区家纺企业大都是家族经营，规模较小，既为周边农村居民提供物美价廉的家纺服务，又为当地解决了不少妇女的就业问题，一定程度上提高了当地居民的收入。然而近年来，邯郸县农村地区家纺企业普遍面临着需求减少、效益下滑的问题。基于此，本文将对邯郸县农村地区的家纺企业进行研究，拟寻求新的经营模式来突破当前面临的困境，进而提高企业的经济效益。

1. 邯郸县农村地区家纺企业经营模式现状

**1.1产品及需求特征**

邯郸县农村地区家纺企业主要为周围居民提供床罩、被罩、窗帘、夏凉被等家居产品，当地居民家庭在婚庆和新居装饰时需求量最大，其次是由于节日和集会时要接待客人，最后是日常的家居用品新旧交替需求。

**1.2产品加工模式**

邯郸县农村地区家纺企业大多采用订货型生产。规模一般为10人以内，结构大多为：家庭成员2-3人，长期聘用当地人员1-7人，需求旺季还会临时聘用员工3人左右。工作地点很灵活，员工一般集中在店里工作，也可以将原材料带回家进行加工，完成之后拿到店里销售。报酬采用计件工资制，平均每个员工每月大约可以收入1300元。（每年工资最多的员工可得16000元，最少的临时工3000-4000元）。由于这种工作形式既不耽误做家务、农活，又可以提高家庭收入，因此员工都很满意。

**1.3产品销售模式**

邯郸县农村地区家纺企业的销售模式为：顾客到达店铺后，在店员的引导下参观样品，选择满意的颜色、样式，然后根据自己的需求订下产品并交付定金（一般为200元）；企业根据订单进行制作，完成之后，根据预定日期，顾客到店铺取货并付款；企业还会为购买窗帘的客户提供安装服务；当产品出现问题时，例如产品有一小部分开线、回去试过之后尺寸不合适，则店铺会根据情况进行售后服务。（见图1-1）。

资金流

信息流

到达店铺

看样品选货

下订单

客户

服务流

物质流

信息流

根据订单生产

交货（安装）

售后服务

企业

**图1-1 目前邯郸县农村地区家纺企业经营模式**

1. 邯郸县农村地区家纺企业经营中存在的问题

**2.1需求不断减少**

近1-2年来，邯郸县农村地区家纺企业产品的需求不断减少。主要原因一是受全国经济增长放缓的影响，居民家庭收入减少，由于家纺需求对收入的弹性比较大，因此需求减少；二是农村城镇化发展迅速，农村人口减少并且老龄化现象严重，结婚人数减少，对需求造成了很大冲击；三是农村地区的房屋结构改变，使得变化后门窗数量减少，也造成对门帘、窗帘需求数量减少（以前一户院落平均有7个门，现在变为3-5个）。

**2.2产品缺乏吸引力**

产品相对于之前缺少吸引力。一是现在顾客的需求向个性化、多样化发展，但在农村家纺企业中产品还是比较单一，样式陈旧。二是现在顾客对家纺产品趋向于简约化，即简约、时尚，又实用，但现在家纺企业的产品设计不能快速灵活地根据需求进行改变。

**2.3营销方式落后**

邯郸县农村地区家纺企业的促销方式目前只有两种：一是当企业有新产品时，给一些对新产品有兴趣的顾客打电话进行通知宣传；另一种就是店铺所在地区有集会时或年底时进行促销活动，利用村委会的大喇叭进行宣传。这两种营销方式都是宣传范围窄、有效性差。

**2.4管理和技术人才缺乏**

邯郸县农村地区家纺企业的创始人一般都是农民，学历不高，对管理方面的知识不了解，创业以来解决问题都是靠自己摸索和经验解决。员工也都是农村的人口，没有经过专业的技术训练，大都不能自觉主动进行产品和技术创新。因此，农村地区的家纺企业普遍缺乏管理和技术人才。

3. 邯郸县农村地区家纺企业新经营模式设计原则

**3.1能够提升产品质量和服务过程质量**

产品品质是一个产品的核心所在，家纺企业改善经营模式的前提就是要保证产品的品质，并在现有的基础上进一步提升。增加服务过程质量就是使顾客在购买的过程中可以感受到舒适、自然，使顾客可以轻松地对样品进行浏览，减少收货过程的等待时间，并且对收到的货物满意，付款的过程便利、安全。

**3.2能够提高消费者购买的便利程度**

提高消费者购买的便利程度实质上是减少了顾客的服务获得成本。新的经营模式应该让顾客在浏览样品、订货、付款、提出售后服务方面不受时间、地点的限制，随时能够得到企业的响应，缩短顾客下单后、提出服务要求后的等待时间，提高顾客接受服务的便利性。

**3.3能够提高营销的有效性**

新的经营模式应该进一步增加促销的力度、广度和有效性，以增加客源，提高销售。

4. 邯郸县农村地区家纺企业新经营模式构想

**4.1 基于电子商务的经营模式**

随着互联网与商业模式的不断融合，电子商务由于其潜在客源广泛、信息传递快捷、交易不受时间和空间的限制，越来越受到广大企业的欢迎。邯郸县农村地区家纺企业应该抓住时代的机遇，大力发展电子商务的经营模式。

电子商务的经营模式为：企业首先建立自己的电子商务网站；客户进入企业网站，在网站上浏览样品、与企业进行在线沟通、选择商品、下订单（此时可以在线支付）、选择交货方式；企业根据订单生产，完工后可交快递公司送货、自己送货或顾客上门取货（根据顾客订单确定，未支付货款的客户此时交付现金）；如有客户需求则进行售后服务（客户可通过网上申报、电话或登门提出售后服务要求）。（见图4-1）

家纺企业电子商务经营模式的特点为：第一，客户分布广泛。互联网的一个显著特点就是不受地域的限制，电子商务的建立，将打破之前农村地区受地域限制的约束，一个典型的例子就是邯郸县许家村的小商品集群，他们就是靠着电子商务将小商品远销国外。同时，供应商的选择也不再受地域的限制，根据需要可以在世界各地进行供应商的选择，并经过考察之后进行合作。第二，能够及时更新信息，令顾客时刻能看到最新的产品、最新的样式。第三，顾客购买方便。使用电子商务，可以使顾客足不出户就能得到想要的商品，对于人口日益老龄化的邯郸县农村地区非常适用。第四，对网络安全问题的担忧。电子商务经营模式有可能会是企业面临着信息安全、顾客支付安全、顾客个人隐私安全及被黑客入侵的危险。

资金流（现金支付）

进入网店

看样品选货

下订单（在线支付）

客户

服务流

物质流（快递公司）

信息流（网上申报）

根据订单生产

交货（安装）

售后服务

企业

信息流

信息流

**图4-1 家纺企业电子商务经营模式**

电子商务的经营模式适合于资金人员较为充足、有稳定的网络环境、交通便利的邯郸县农村地区家纺企业。

**4.2 基于微信的经营模式**

基于微信的经营模式也叫微商，是随着微信的使用以及电子商务理念运营而生的。不同于电子商务，微信的使用终端是手机，而手机相较于电脑有了很大的灵活性，同时由于微信只开放于微信通讯录里的人员，相较于电子商务，微商对于顾客来说又增加了一定的信赖程度。

资金流（现金支付）

进入微商店铺

看样品选货

下订单（红包支付）

客户

服务流

物质流（快递公司）

信息流（网上申报）

根据订单生产

交货（安装）

售后服务

企业

信息流

信息流

**图4-2 家纺企业微商经营模式**

基于微信的经营模式为：企业首先建立微商店铺界面，编辑包括图片、描述、价格等内容；顾客通过手机APP进入店铺，根据自己的需求进行选购。在顾客需要个性化需求或店铺里不没有符合自己需求的商品时，可以关注店家，并与店家进行谈话、沟通，实施实时对话，并通过此过程下单（此时可以通过微信红包支付）、选择交货方式；企业根据订单生产，完工后可交快递公司送货、自己送货或顾客上门取货（根据顾客订单确定，未支付货款的客户此时交付现金）；如有客户需求则进行售后服务（客户可通过网上申报、电话或登门提出售后服务要求）。（见图4-2）。

基于微信的经营模式特点为：第一，客源较固定。微信互相关注之后，一般情况下顾客数量不会有太大变化。当企业将产品做到一定程度，既有顾客会对身边的人群进行无意识的宣传，企业的客源也将增加。第二，客户心理容易把握。基于微信软件聊天的特性，企业可以实时与顾客进行沟通，也就对顾客的心理变化及时掌握。第三，所用成本较小。一部手机、一台电脑再加上网络，就可以与顾客进行微信互动、对顾客进行产品更新通知，这些不需要企业投入太多的成本。第四，支付方式较不便。微信红包是微信的唯一支付方式，而微信红包有转账限额，若产品超出限额，则需要重复支付，直至支付完毕；另外，使用手机还可用支付宝转账支付，进一步提高了手机支付的便利性。

基于微信的经营模式适用于：资金短缺，人员较充足，网络比较稳定的农村地区家纺企业。还可以与电子商务的经营模式结合使用。

**4.3 虚拟体验式的经营模式**

在购买之前可以体验家纺产品的使用效果，可以让客户对产品有个更直观地感受。虚拟体验式的经营模式就是建立在虚拟房间、虚拟灯光、环境等的基础之上，让客户可以选择更加满意的产品。

资金流（现金支付）

服务流

物质流（快递公司）

信息流（网上申报）

根据订单生产

交货（安装）

售后服务

企业

信息流

信息流

进入虚拟店铺

看样品选货

进入虚拟房间，观看匹配效果

下订单（在线支付）

客户

**图4-3 家纺企业虚拟体验经营模式**

虚拟体验的经营模式是以电子商务模式为基础的，也就是说它是电子商务经营模式的一种功能延伸。该模式为：首先企业建立虚拟店铺界面，包括店铺介绍，产品介绍，虚拟房间种类等，方便顾客根据自己的需要选购商品；当顾客进入网站虚拟店铺后，可以先浏览商品，对产品大致了解后，根据自己的房屋结构选择进入相应的虚拟房间，将选好的产品与之匹配，观看效果；满意后下订单、选择交货方式；企业根据订单生产，完工后交货；如有客户需求则进行售后服务。（见图4-3）。

虚拟体验经营模式的特点为：第一，形式灵活。虚拟体验式的模式不受固有的模式限制，可以根据企业的需要进行内容及结构的调整，具有很强的灵活性。第二，具有柔性。虚拟体验式的模式可以不受时间及地区的限制，顾客可以根据自己的需要进行自主匹配，并可以进入虚拟房间，提前了解产品的使用效果。第三，可能存在一定的误差。由于是模拟现实，因此在颜色、合适度方面会存在一定的误差，会导致顾客在收到成品之后降低满意度。

该模式适用于：具备一定的规模以及拥有一定的资金基础，有网络技术人员，经营者的知识面比较广泛，逻辑性强，可以综合把握各方面的信息并合理分析。

5. 结论

本文针对目前邯郸县农村地区家纺企业经营中存在的销售量不断减少、产品缺乏吸引力、营销方式单一、管理技术人才缺乏等问题，提出了促进邯郸县农村地区家纺企业转型升级的几种新模式，分别是：基于电子商务的经营模式、基于微信的经营模式和虚拟体验的经营模式，并对各种模式的特点和适用企业进行了分析。农村地区家纺企业转型成功的前提是做好自身：管理与质量。以上的三种经营模式都需要农村地区家纺企业在管理方式上进行改进，而管理的提高会促进企业质量的管理，从而提高产品的质量；而质量的提高在一定程度上会促进企业的管理更加完善。以上是对于农村地区家纺企业经营模式的创新探索，以及所做的分析，以期为相关企业提供决策参考。

**参考文献**

[1]苏珍珍,王建伟. 创造与新生——品味许村家纺产业[J]. 中国纺织,2015,08:34-39

[2]邵爱华. 农村电子商务的优势及其对经济的促进作用[J]. 经营管理者,2015,24:280-281.

[3]李明. 博弈中的电子商务优势与劣势分析研究[J]. 科技风,2011,07:82.

[4]. 2009美国纺织业:无奇迹发生,但稍晚可走出底谷(一)[J]. 印染,2009,06:54-55.

[5]段梦莹,徐平华,万莹莹,丁雪梅,翁和生. 产学研合作构建家纺产品全球电子商务与技术支持网络平台[J]. 北京服装学院学报(自然科学版),2011,01:65-69.

[6]期刊特稿.家纺行业焦点问题[J].纺织导报,2011,08:30-32.

[7]李明. 博弈中的电子商务优势与劣势分析研究[J]. 科技风,2011,07:82.

[8]赵永胜. 品牌家纺企业渠道选择策略研究[J]. 中国商贸,2011,31:170-172.

[9]. 2009美国纺织业:无奇迹发生,但稍晚可走出底谷(一)[J]. 印染,2009,06:54-55.

[10]周浩. 对比分析家纺企业获得竞争优势的关键[J]. 中国商贸,2010,12:231-232.

[11]谢作渺,张红娟,崔鹏飞. 中小家纺企业设计人才紧缺的原因与对策[J]. 企业活力,2007,10:46-47.

1. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)