

# 增速下行,机遇仍在 2020家居产业链迎来“聚变”

不难发现,近两年在家居行业内出现了不少“负面”的声音,市场大环境不好,国家整体经济形势处于增速下行的压力当中,甚至有报道指出,2019年前三季度的家居行业增速低于GDP增速。

房地产精装房对家居行业的市场份额造成冲击,精装房、全屋整装、电商线上购买等等一系列新的东西出现意味着容易的时代已经过去,只有紧跟时代变化的步伐,才能更好地站稳脚跟。近日,在一场名为“聚变·2020·家居全产业链峰会暨第43届名家具展创新发布”的活动上,吸引了大量来自房地产、设计、家居领域的业内人士,用主题演讲、对话等形式,共同应对行业变局。

■新快报记者 毛静/文 资料图片/图

## 全屋整装、新零售已然成为行业新风口

从2019年前三季度的家居行业市场数据来看,受上游房地产行业的持续调控,家居行业的市场份额受到一定的冲击,且精装房、全屋整装、电商、购物中心等商业渠道的多元化,以及新媒体达人、播主带货能力的崛起,也导致家居企业的客流分化。然而,在这样并不尽如人意的大环境中,还是有许多业内人士依然看到整个家居装修市场的需求是在上扬的,其中更有调查数据预测,未来五年整装市场规模将达到万亿级。加之,80、90后人群占了装修消费市场的60%以上,全屋整装、新零售成为他们主要的装修消费方式,已然成为行业新的风口。

快速破局的方法是大融合,企业利用自身优势,与产业链上的资源组成一个新的体系,找到新的利润空间。对此,国际名家具展率先做出反应,并将在2020年

3月16-20日举行的第43届名家具展上,将全屋整装的核心展区4.2/5.2馆全屋整装馆应运而生。国际名家具(东莞)展览会总经理方润忠表示,随着企业对市场需求越发清晰,也更明白未来发展应该转向哪里。据悉,展会还聚拢1000+强势一线品牌阵容,年年红、恒大美森美、富鑫(慕冠)、汉尊等优秀品牌,都是数年以后重新回到名家具展大家庭;同时,展会优选200+新生代高颜值品牌及原创大牌加持,如HC28&都汇里、羽珀、DAaZ、大师荟、欧极家、大红鹰、库斯、天物新家、木美等;还引进了大量的新国际品牌,如美国著名品牌Ashley、意大利品牌Devise、Cierre、Gamma、Domiso等;国际名品街仍然是品牌总部店集聚地,华意空间、阅梨、卡缤、博纳奇将在展会上全新绽放。



## 以“设计+定制”打造更为高端的整装产品

从定制开始转向整装的主题,“无边居所”便是一个成功的现实案例。这个早在2018年在全国展览会中以固定展和永久展的方式亮相的产物,一座28天快速建造安装完成的装配式建筑,两幢单体建筑拔地而起,成为第40届名家具展的亮点。据了解,该项目是由名家具展组委会联合独立艺术家、设计师仲松共同发起成立,并建立了整装系统,目标是整合家居产业上下游供应链企业,重构产业生态,重新定义全屋整装。经过一年多的运作,通过万物家整装系统打造的店面已经进入终端市场,分别在名家居世博园、武汉等地落地,以“设计+定制”的模式打造整装产品更为高端消费者接受。因此,第43届名家具展,无边居所将大体量呈现,并将以设计师为主导,打造生活美学样本。

作为全屋整装展的另一个核心展区,“设计·家——《指向未来的艺术家》”也将于2020年3月全新亮相,届时将呈现由仲松、吴滨、曾建龙和孟也等设计师打造的4个实

景样板房。据介绍,“无边居所”是可体验、可居住型的新型展览;展会期间,它将是非常具有活力和吸引力的热点;日常期间,它又成为可以转化订单,可以向有需求的客户实景展示的场馆。“未来的制造业是制造+服务,服务是什么,希望2020年的全屋整装展能够给大家提供一个思路。”仲松表示,无边居所是一个引领生活方式的展览,可呈现、可销售、可体验、可投资,代表一种生活体验样本。



## 隈研吾为百得胜操刀品牌新LOGO

新快报讯 12月28日,百得胜携手日本著名建筑大师隈研吾发布品牌全新LOGO,重新解构空间关系、定义品牌内涵与中国新人居美好生活方式。记者现场获悉,百得胜全新LOGO由日本著名建筑设计大师隈研吾亲自操刀设计,据了解,隈研吾是日本著名建筑设计大师,2020年东京奥运会主会场设计者,曾获得国际石造建筑奖、自然木造建筑精神奖等。而该设计是以定制家居行业为原点,结合企业发展所沉淀的品牌文化和企业精神,用建筑空间交错的元素加以体现而得出。LOGO主体以六片变形树叶组成,代表着百得胜关注环保,注重打造健康宜居环境的持续发展理念;LOGO通过几何分割与色彩搭配营造出建筑空间感,象征企业在定制家居行业不断推陈出新持续积累,厚积薄发;中英字体设计也围绕建筑构成立体展开,代表着定制家居与建筑设计的异曲同工之妙。



百得胜董事长张健表示,百得胜全新LOGO的发布是基于当代主流消费群体审美需求的变化而做出的必然选择。80、90后消费者对于家居产品美学需求大幅提升,设计力成为产业发展的重要动力,百得胜要想获得长足发展必须积极洞察消费需求,更换LOGO是其中一个重要的表现。第二,百得胜旧有的

LOGO旨在与其板木战略相匹配,“百得胜”三字由定制衣柜的各组成部分拆解而成,非常精准地为大众传播了百得胜的企业理念及战略定位,随着泛家居产业链的相互融合,百得胜进一步转型升级,提出“小家居大融合”的空间战略,新LOGO更能准确地体现其战略思维。

(毛静)

## 赋能门窗企业 省门业协会助推门窗行业升级

新快报讯 2019年12月30日,由广东省门业协会主办的“蝶变·升级,定制门窗亮剑双20”广东定制门窗高峰论坛暨2019广东省门业协会年会在佛山举行。会上,广东省门业协会会长、广东润成创展木业董事长关润表示,2019年每个行业都经历了巨大的挑战和前所未有的困难,由于国际经济形势与国内经济下行的压力等因素,导致行业两极分化。

更多的企业是通过产品与经营管理等方面的创新在稳步前行,但仍有部分企业面临经营的困难,难以为继。广东省门业协会执行会长邓树生称,2020年协会工作将围绕几个方面重点开展工作,一是继续以佛山潭洲门窗展会为平台,带动企业提质增效,打造品牌,向创新型、高质量水平方向发展;其次将组织会员企业广泛开展国内外门窗行业技术交流活动,提升企业竞争力;此外,还会优化协会职能与服务措施,提升协会创新服务能力,提高协会的社会影响力。中国木材与木制品流通协会木门窗专委会常务副会长张鹏认为,近几年行业有一些缺乏竞争力的企业已被淘汰,但整个行业依然是大有可为。行业阶段性的阵痛是必要的,它将促进行业蝶变升级。未来,企业的定位要清晰,品牌集中将是趋势。

(何璐诗)