

2019 年家具行业迎转型关键期

经历了去年的消费升级、新零售、整装、并购等多方面的尝试和挑战,同时,相对较为低迷的房地产市场,都持续影响着家居消费,使原本竞争激烈的家具市场淘汰率不断加速。

2019年,家具行业将处于更加快速的变革转型和创新升级的关键时期。今年家具行业是否会像往常一样在年初微调价格?价格上涨的诱因等,成了业内人士和消费者格外关心的问题。

上游市场波动 家具行业相对趋稳

近日,国家统计局发布了2018年主要统计数据,其中,去年全年家具类零售总额2250亿元,同比增长10.1%,其它相关家居的电器、建筑及装修等零售额同比增长也接近10%。

家具行业的核心终端消费群体始终

与房地产市场有着密不可分的关系。值得关注的是,去年全年房屋竣工面积为93550万平方米,同比增长为-7.8%,商品房待售面积达到5241万平方米,同比增长为-11%;同时,房地产开发投资达到9.5%。地产行业相关人士表示,虽然无法与过去几年的快速发展相比较,但在当前的政策和背景下,9.5%的增长面还是相对趋稳的。

上游房地产市场的波动,是否对下游家具行业也带来了相对对应的影响?

数据显示,2018年1月至10月,全国家具制造业企业数量增长至6236家,其中亏损919家,亏损面为14.7%,亏损总额20.8亿元。但就该段时期内我国家具行业规模以上企业实现主营业务收入数据来看,同比却上涨了5.4%。

据中商产业研究院检测数据显示,近几年来,我国家具制造业的营业收入与利润总额始终保持稳步上涨,截至去

年10月底,我国家具行业利润总额达到了332.1亿元,相比去年同期增长3.1%。

“随着消费收入的提高和对居住环境的逐步重视,消费者对家具产品的个性化需求日益增加。”一位不愿具名的家具企业负责人表示,虽然家具行业受到多种因素的冲击,但结合整体的消费层次和消费需求来看,行业还算稳定。

原材料价格攀升 企业处转型关键期

除了上游市场的波动,原材料价格上涨、运输成本增加等风险因素也正在“侵蚀”着家具领域。原材料价格的攀升不仅会影响家具成品的价格,也会波及到制造、分销等全产业链。

事实上,自去年年底开始,家具行业所需的各种原材料出厂及购买价格就出现了明显的上涨趋势。从数据上来

看,去年的原材料、加工价格同比分别增长6.3%、3.5%,其中与家具产品相关的黑色金属材料类、木材及纸浆类、建筑材料及非金属材料、纺织原料全年同比分别增长了6.1%、5.4%、10.5%、2.2%。

值得一提的是,目前在各类家具的基础原材料中,木材的使用率相对较高。“从2016年开始,全球的木材价格都开始持续走高。”北京家具行业协会会长何法润就曾表示,由于木材的短缺,原木售价整体提升了5%~10%。据专家测算,到2020年,中国的木材需求量可能达到8亿立方米,其中2亿立方米必须进口。

而消费者更关心这些上涨的成本会不会从产品价格方面转嫁到自己身上。“家居行业正处在向高附加值制造、智能制造的转型关键期,需要强大的资本积累来支持。”何法润表示,如果企业

能找到合理的解决办法,积极协调,就会在很大程度上规避掉价格上涨对消费者带来的影响。

“精装房时代”到来 “伪创新”风光不再

严峻的市场环境让家具企业不得不调整各种营销模式,开发多元化渠道,做出新的创新尝试。据中商产业研究院初步统计,2019年全国家具类零售额将超过3200亿元。

总的来看,2019年家具行业主要将关注几大关键点:精装房格局带来的企业竞争、企业自身的模式创新与技术革新与多元化渠道共生。

首先是精装房格局带来的企业竞争。随着“精装房时代”的到来,房产企业开始寻求与成规模的家具企业合作,许多企业更是将未来几年的中心转移于此。部分

头部家具企业也逐渐开始了与地产开发商的紧密合作,为精装房提供配套的家产品。

其次,随着消费市场的变化,只有噱头而没有内涵的“伪创新”将不再风光。“未来消费者将更加关注产品的真实体验感,而非简单的产品说明。”一位家具门店的销售人员表示,消费者更需要真实的体验和感受,这将迫使家具企业将研发重心转移,研发出真正适合消费者的优质产品。

此外,家具制造业虽属传统产业,但多元化的渠道共生将为企业带来“共赢”。“家具产品的多样化与特殊性,注定要走多元化营销渠道。”相关人士表示,家居企业的各个渠道都拥有一定比例且相对较为固定的消费群体,在短时期内很难打破这种平衡,因此多元化将成为家具企业未来的一大出路。

(张鑫宇)

当今家装产业的主流态势和六大亮点

□李兴龙



建筑住宅家装进入了一个全屋整装为特征的发展趋势,凸显以人为本,满足审美需求,颠覆了单打一的传统装饰模式。建筑大师矶崎新曾说,他不把建筑看成是一个偶像,而是一个城市完整的构建系统。这个概念延伸至建筑住宅来讲,就是强调装饰的本质不是为物的存在,而是一切为人的健康、幸福存在。

当今全屋整装以系统设计为引领、实景体验为导购,放大了设计和人文关怀题材,激发了消费者对品质生活追求的热情。“创意设计”“绿色环保”“智能家居”“视觉审美”成为当今全屋整装突出的审美主流和文化取向。

亮点一：创意设计成为引领的主旋律

创意设计在当下家装领域最具活跃、最能彰显时尚和文化,成为产业引领的主旋律。创意设计最具包容性,消费者成为设计主人翁地位日益提高,他们阐述个性主张,从概念到蓝图全程融入,不再是有啥装啥,也不再唯设计师是从,这与过去家装业主不懂设计发生了天壤之别。

在以创意设计为引领的路径中,我们可以看到设计师多驾驭VR电脑软件让消费者业主去体验,共同融入一个虚拟的但又真切的时空,人的灵感与装饰时时碰撞出文化创意的智慧火花,在对话中构思、选材、预算、定型。创意设计以它特有的文化语境,走在了创造生活最前沿,消费者业主与设计师都成了总策划、总设计师。

建筑室内设计被上海市政府列入大力提倡文化创意的一大产业类别,并对有成果的家装企业予以政策、资金扶持,许多大中型企业在全屋整装实践中更加凸显文化创意对提升装饰附加值、增强企业软实力的重要作用。因此,创意设计就成为当今引领住宅装饰可持续发展的主旋律、主基石。

亮点二：VR+实景携手打造温馨的家

当人们从虚拟的VR电脑效果空间走出,再去体验全屋整装实景时,就会找到良好的互补灵感,体现在对原有构思再调整、再深化、再充实,使装饰前端变得细致,最大程度理顺设计与实际间的协调统一。VR+实景体验的模式符合了人的采购心理,是当今住宅装饰模式创新、服务创新的主流趋势和亮点。

全屋整装的体验过程,就是构建家文化的实践过程,它充满装饰自信,从大件家具到精致的工艺摆设等都可通过创意思维去移花接木。因此,体验全屋整装的过程,又是一次对空间六面体创意智造的过程,家具、卫生间、厨房、摆设、家纺用品、软装以及电器产品、隐蔽管材都是明码标价、有质保书的,因此,你的居家形态将是怎样的,完全可以现场指点勾勒。

亮点三：质量检测领跑健康装饰前沿

人们普遍以理性的眼光聚焦绿色环保和健康装饰,除了请监理公司做好“贤内助”、把好质量关以外,更重要的是对室内环境进行空气质量检测检验,根据国家颁布的《民用建筑室内环境污染控制规范》中明文规定的苯、甲醛、氨、氡、TVOC进行检测,成为家装全过程自我保护的强烈意识。绿色装饰的春天已经来临,它已不再停留在一个概念上,而是从政府部门到行业、企业、市民,全社会都在聚焦绿色低碳环保,形成的主流态势领跑健康装饰的前沿。

亮点四：智能家居科技改变你的生活

智能家居突出人与环境的和谐,给生活带来便捷和享受,智能家居成为当今消费者业主打造家文化的重要组成部分,且成为一大发展趋势。资料显示:日本大力开发智能家居,智能家居内各处配置传感器,如温度传感器、自动开关窗的磁开关传感器、

厨房有加热传感器等。这些传感器能够储存信息,像机器人似的能够判断主人何时在家或者不在家,适时调节照明和冷暖设备等。重要的是这种智能住宅还提供SOHO设施,SOHO指的是在家居中设置的与办公场所连接的网络设备,包括硬件和软件。当今智能家居的特点,一是空调设施自动化,包括调节温度和湿度;二是照明自动化,根据设定自动调节明暗;三是外部采光自动调节,窗帘自动收展自如;四是音频控制设施,各个房间都能放同样的音乐;五是图像设施功能,在各个房间配置电视屏幕;六是安全系统,家居中安装监视摄像头和各种传感器,防范家居入侵者,在发生火灾和煤气漏气时自动报警。智能住宅装饰强调安全和舒适,比较普遍的是卫生间设施智能化,地板温度调节装置智能化和火灾、煤气报警智能化等。我国智能家居装饰近年来发展很快,除了上述功能外,还包括“家庭影院”、“儿童保护”和“老人关怀”等智能化成为关键词。

亮点五：追求大气谦和的通透式空间

开放式空间主要有客厅与书房的开放形态,比较多的是开放式厨房,为现代居家构成了一个休息+餐饮的共享文化空间。开放式空间其实并不在于开放形式,而是让空间装饰充满视觉感,满足现代人生活节奏效率、人体工程学的需要。曾经在上海举办的“艺术巴黎·家中绽放”展览中,让人体验到开放式厨房的共享之美。

在法国,客厅家具是讲究经典精致的,面对一个开放式的共享空间以后,这类与之相配套的厨房家具同样也是经典精致的,而且其色调和材质肌理都是相同的;一个浪漫的客厅陈设,相对于厨房来讲同样要呈现出同样的风格,它是种视觉艺术。诚如一位法国设计师所说,室内空间所有的



可见饰物都存在于开放的空间审美视觉里,都应该给人带来一份情感视觉愉悦。当开放式厨房富有“艺术生活化”时,它已不再是传统习俗上煮饭烧菜、发出锅盖声响、排出油腻的空间,而是像一个咖啡厅、一个HOTEL中的自助餐厅,居室主人常喜欢在这样的一个温馨的、充满诗意的、大气谦和的空间里一边烘焙面包,一边喝着咖啡,一边阅读报刊或接待客人。开放式厨房改变了传统的烹饪习惯。

亮点六：学习型居家氛围成为新时尚

随着社会文明进步和人的文化素养提高,住宅家装已从过去单纯的“物质实用性”向“学习涵养型”方向转变。学习型居家普遍成为老百姓对空间认知的一种时尚,其亮点是书房。书房装饰又延伸出书房家具、照明系统、工艺美术、字画悬挂、茶文化以及音乐等;书籍的排列整齐之美,陈设的造型意境之巧都烘托了禅的宁静、和谐、健康之美;书房,之所以日益成为人们去努力打造的雅致空间,更多说明过去仅为物而寻求的装饰消费取向已失去了价值,人们不再疲惫地跟着感觉走,已融入到“生活艺术化”的时代气韵之中。

结束语：

家装产业的主流趋势和亮点除了上述以外,更多的还存在于我们身边的软装饰(家用纺织、墙饰涂料、工艺美术)卫浴设施、地暖设施和送风设施等,都将在不同地域、不同文化中形成新的流行发展趋势。

随着生活水平的提高,形成的新趋势、新时尚将层出不穷,更加凸显室内设计创意性、家具制造的文化性和材料产品的科技性,以不断满足人民群众对美好生活的向往。

革新建筑领域 演绎都会繁华

——嘉华(中国)投资有限公司市场销售总经理杨景辉访谈



每一轮的都市板块的升级,都是一次智慧与精神的碰撞融合,都有一个个标杆项目拔地而起。近日,在香港及上海拥有丰富豪宅开发经验的嘉华国际集团有限公司宣布,其在上海市中心的2019年开年力作“瞰峰·嘉御庭”于3月中旬正式入市。3月9日,为了先行揭开“瞰峰·嘉御庭”的神秘面纱,记者探访了该项目,并就全新亮相的三期产品“瞰峰·嘉御庭”从户型设计、装修配置到生活尺度等全面提升等话题,专访了嘉华(中国)投资有限公司市场销售总经理杨景辉。

演绎都会繁华 瞰峰香榭铭邸

杨景辉告诉记者,绝佳的城市核心资源,完善的硬件设施打造,优秀的团队资源整合和“酒店式礼遇”的超前概念,这就是“瞰峰·嘉御庭”106套稀缺平墅户型在市中心高品质住宅市场的点睛之作。

他说,每个城市都有自己的核心地标,每个地标必铭刻在万众仰视的显赫地段,标注着这座城市的精神名片和生活高度,这就是上善生活和卓越地段的辩证统一。“瞰峰·嘉御庭”具有得天独厚且不可复制的地理位置,项目位于上海徐汇核心地段的建国西路上,从上世纪20年代至今,这里一直是上海高尚住宅区的代表。人文底蕴深厚,独揽法式风情区的全景,入则宁静,出则繁华。坐拥淮海路、新天地、徐家汇三大商业圈,集品质餐饮、国际学校、高端商超百货等多种商业业态,以及周公馆、孙中山故居、马歇尔公馆等众多文化传承,在尽享国际都市的便捷与繁华的同时,感受完美海派生活。而承袭了国际生活审美的“嘉御庭”国际艺术生活街区“嘉御里”,精心引进了文化教育、艺术美食、运动健康、生活概念等多业态商户,吸引了包括蒙特梭利幼儿园、纯正法式面包旗舰店、星巴克华东首家社区宠物友好店、Y+瑜伽、空间美学馆、厨房知名品牌Mein Studio展示店等众多品牌前来,业主轻松品味时尚生活。

高端人居品质 体验主流时尚生活

作为一家在国内外房地产行业深耕细作数十年的老牌房地产企业,嘉华国际始终坚守“品质质优”的精品战略。杨景辉强调,除了得天独厚的地理优势,“瞰峰·嘉御庭”项目全新的理念、全新的设计和全新的服务将是其与众不同的基因所在。随着沪上购房者对高端住宅市场需求的进一步升级,想要在这一细分市场脱颖而出,住宅产品就应当尽可能避免同质化,为住户创造更多附加价值和 service。

“瞰峰·嘉御庭”由国际著名建筑及室内设计师团队合力打造,坐拥约10000平方米经典法式园林。双层酒店式挑高大堂恢宏壮丽,独具匠心的渐变玻璃幕墙佐以深米色镜面装饰立柱,在剔透中增加了空间的纵深,同时又恰到好处地保障了隐私性。在户型设计上,建筑面积约246~542平方米的大平层空间,一梯一户,并配有独立的工作电梯。大部分单元内配置了中西双厨,且配有独立的保姆房。以环球鉴赏家的挑剔标准,打造观赏性与实用性兼顾的居住细节,以大师级奢装品牌及科技系统,体验主流时尚生活。

享专属尊崇圈层 尊贵服务礼遇

在项目的创新方面,杨景辉进行了简略介绍。他说,“瞰峰·嘉御庭”以“酒店式礼遇”的超前概念为创新突破点。“嘉御庭”专属会所“嘉御会”,建筑面积约4400平方米,配备了可定制中西料理的宴客厅、健身中心、SPA、天幕晶钻半户外泳池等高端配套。“瞰峰·嘉御庭”一至三层又为瞰峰业主特设了专享的健身中心和酒廊,瞰峰业主足不出户,即可在双重生活会馆内休闲娱乐进行朋友聚会,享受尊崇服务。

另外,“瞰峰·嘉御庭”还聘请专业物管团队,24小时的专业管家提供全天候的生活及商务服务,旨在让住户归家后享受到星级酒店般的礼遇。

革新建筑领域 推出尖端技术

嘉华国际嘉御庭落址上海,于这一绝佳臻地,缔造细腻多变、极致饱满的格调居所。房间的厨卫产品都是德国的知名电器品牌,是质量高、技术先进、注重细节、良好设计和经久耐用的代表。

嘉御庭的建筑外立面和五金件都用了旭格公司的产品。据介绍,旭格公司是从铝合金加工商和建筑外立面供应商。旭格系统概念是一站式产品、软件、机械和服务保证统一标准的高质量系统,优势是结合建筑要求持久耐用采用可再生原材料、满足被动房标准的高隔热窗系统,质量经过反复检测。全方位的防护使旭格窗系统坚固的铝合金型材和隐藏式多锁点五金件提供极高水准的安防性能;防盗等级升至WK3(RC3)。高端便捷窗户的自动开关单元结合自然通风系统、遮阳系统以及市内照明和供暖系统,通过电子连接实现自动化。功能优势结合经典设计,高质量的表面处理方式,统一的执手设计、纤细的轮廓及个性化的玻璃提升住宅价值。另外,旭格65窗系统是标准窗系统,运用满足国际市场需求的标准铝合金窗系统,带玻璃槽口隔断,隔热值1.93W/m2k(可视面117毫米)。宽泛的型材选项,包括旭格65窗系统和旭格65多轮廊窗系统设计,提供带中间密封条和多种五金件解决方案的外开窗系。

(记者 顾今)

南昌打造装饰行业“命运共同体”

3月19日,从南昌市装饰行业协会会员大会和跨界思维·资源互补高峰论坛上获悉,南昌市装饰行业协会广泛凝聚建筑装饰企业的智慧和力量,力争打造行业“命运共同体”。

南昌市装饰行业协会成立15年来,经过屡次换届和发展壮大,已成为一支有着几百名会员和数万名从业人员的装

饰服务机场。仅去年,协会就拜访企业178家,接待企业122家,吸纳新会员49名,在产品推广、信息交流等方面做了大量的工作,充分体现了协会服务企业的宗旨和职责。协会不断通过宣传推介优秀材料供应商,把好产品优先推荐给会员企业集采平台,实现资源互利,促进企业发展。

据协会会长万顺桃介绍,协会在服务平台、合作沟通交流平台、文化平台、创新平台、爱心平台、党建平台等六大平台的作用日益凸显。通过为会员单位提供有效服务、组织合作沟通交流、提升网络思维、关爱弱势群体、参加公益事业等举措,不断增强协会的公信力和凝聚力。

中国建筑装饰协会、中国建筑设计院、江西省住建厅、省市场和质量监督局等单位相关领导和专家在论坛上就当前和今后一个时期建筑装饰行业发展的趋势,存在的潜在风险和防范措施等专题进行了演讲。南昌地区600余名企业代表参加了会议。

(王纪洪 何华丹)