

# 2016年家居建材行业将呈现新的发展形势



随着家居市场竞争不断加剧,消费者消费观念转变,以及互联网对家居实体店的冲击,家居行业正在经历着新一轮的洗牌。在经历市场变革、行业洗牌之后的家居建材市场格局也将悄然改变,未来家居行业将呈现新的发展形势。

## 品牌升级或成大势

家居行业经过多年的发展,家居企业数量越来越多,整个家居市场正处在千帆竞渡、百舸争流的状态,除了各大家居企业使出浑身解数争夺市场份额之外,也有不少中小企业正突破重围力求发展。可以说,业内竞争已然异常激烈,而过度激烈的市场竞争也必将触发家居行业新一轮的洗牌浪潮。

在行业洗牌加剧的情况下,如果家居企业不适时进行改变,则很容易被市场淘汰出局,更别提生存下去。因此,不少有见地的

家居企业根据市场情况进行战略调整,不再单纯打价格战,而是通过扩宽销售渠道、提升品牌形象、改变产品诉求等品牌升级手段来抢占市场。纵观市场,有集美家居通过搭建电商平台把品牌传播出去;tata木门、欧派家居等企业通过聘请林志玲、孙俪等代言人进行品牌形象升级;六喜源从主打原木门升级为主打整木家装,专注原木全屋定制,满足消费者更多需求。

## 整体家装成新宠

随着消费需求的变化,越来越多人追求省时、省钱、省心的消费方式,从而催生了整体家装模式。从前几年兴起的整体厨房装修效果图、整体橱柜装修效果图,到最近大热的整体家装,无不打出了“一站式选购”、“一站式服务”的旗号,而整体家装的几大优势也吸引了不少消费者关注。

据相关数据显示,65%的消费者表示会选择在整体家装企业购买衣柜、护墙板等木质产品,是家居装修所需木制家具的结合,旨在为消费者提供一整套木制产品的家装解决方案。另外,据六喜源原木公馆总经理王彬先生介绍,六喜源的原木全屋定制模式可以根据消费者的个性化需求生产出款式、风格不同的原木家居产品,把消费者装修所需原木产品完美搭配在一起,让消费者一次性买到家装所需家具,做到省时、省心、省钱。而随着消费者对整体家装模式的认识加深,将会使整体家装产品销量大增,其前景甚好,经销商亦可抓住此机遇发展。

## 企业步入互联网冷思考期

在2015年大热的互联网思维,让不少企业看到商机,纷纷进入互联网。然而,经过一段时间的发展,各大进入互联网的家居企业发展却大有不同。其中,部分经过深思熟虑的企业根据自身和市场情况,找到了合适自己的发展道路,而一些由于没有多加思考和分析就盲目进入的企业,不但没有取得较好成绩,反而影响了发展。

到今年,在面对互联网时,家居企业已然更加冷静,相关数据显示2016年初进入互联网的家居企业同比去年减少了20%。虽然传统家居企业也迫切希望参与分享互联网这块蛋糕,但是到最后大家往往都会发现,尽管利用互联网思维在一定程度上能提高企业核心竞争力,但也需仔细考量是否符合企业发展情况,自身实力及技术等是否支撑得住企业进入互联网时遇到的考验。

对于家居企业面对互联网的冷静思考,有专家表示,这有利于企业认识自身并制定更合适的发展策略,同时也维护了已进入互联网家居企业的良好发展秩序。

其实,行业洗牌引发的格局改变和发展趋势变化,对于家居企业来说,既是挑战也是机遇,家居企业如若能审时度势,借机发展,或能把企业发展推向新高度。

## 家居新看点

# 家居建材业的入口前移

近年来,精装房逐渐成为市场的一大趋势。精装房的模式是实现房产商、装修设计、家居建材商的集体资源的整合。这给下游的家装行业、家居建材行业带来的是什么样的影响呢?记者走访了市场。

## 六成消费者选择带装修房

记者此前从顺德家居五金协会获悉,国家相关部门正在研究制定90平方米以下精装房交楼标准。深圳家具协会也接到多个房地产大鳄的邀约,希望进行精装房项目合作。据有关媒体报道,北京、上海、广州、深圳等一线城市中,精装房项目几乎是以每年10%的速度增长。

碧桂园旗下创喜邦盛家居有限公司也向市场推出了精装房的样板间,其精装房比以前带简单硬装的项目更深化一步,连入户鞋柜、玄关柜、电视柜、衣柜等柜类产品也整合在内了。“消费者只需要购置家具、窗帘、灯具和软装饰品就可以入住了。”创喜邦盛家居副总监何毅告诉记者。

记者对顺德本地市民做了问卷调查了解到,当购房、装修预算都不成问题时,62.5%的被访人群愿意接受带装修的房子,有37.5%被访人群仍然选择毛坯房。60%的消费者认为,如果装修也由楼盘负责,以后出现质量问题可以比较容易找到负责单位,避免了装修投诉无门的情况。

## 现场施工始终会被淘汰

近几年的精装房趋势越发明显,装修市场对此越矛盾和纠结。许多装修公司认为,精装市场的兴起,对家装市场有利有弊。一方面,家装企业可以和房产商一起合作,这样的家装企业可以快速做大。但是只有部分有实力的企业可以承接到来自精装修项目,大部分依赖普通家庭装修存活的装修公司可能会难以生存。

顺德室内设计师协会秘书长、德豪装饰设计总监王积峰告诉记者,无论装修企业愿意与否,市场的趋势不可阻挡。从未来发展的方向来看,传统的现场施工始终会被淘汰,木材加工环节会放在工厂完成,再送到房子现场简单安装,这样的模式不仅可以减少不必要的材料损耗,而且样式更好看,消费者肯定欢迎。特别是现在水电工、木工越来越难请,工人难以管理。这就是快装产品和定制产品能够在中国流行的原因。“坦诚地说,除了豪装、工装市场,家装市场将会被逐渐蚕食。家装企业只有加紧谋求变化,迎合新趋势和定制企业合作。或者找到新的路子。”

## 家居建材入口前移

相对于家装企业的矛盾心态,家居建材行业乐见精装房市场的发展。首先家居建材产品入口得到前移,而不是被动地放在装修末端环节。包括华润、大自然等大品牌企业,已经在和房产商合作构建精装房的供应链了。

业内人士认为,这对家居建材的品牌化有积极影响。因为房产商在推精装房的同时,家居建材产品品牌也会得到宣传,让家居品牌及早被消费者了解。当然,房企也会寻找信誉度、知名度更好的品牌合作。正能量的相互叠加,将推动家居建材企业品牌化进程。

此外,家具行业也是积极跟进精装房市

场。顺德家具品牌联盟此前就与碧桂园建立战略合作关系。“我们不仅和碧桂园寻求合作,也和恒大集团进行了洽谈,迟点还会到万科、星河湾考察。顺德家具面向全国的市场主动出击,多渠道拓展。”顺德家具品牌联盟主席周振洋表示。

顺联家具城运营中心负责人钟永宏表示,为了帮助家具厂商拓展新的市场,顺联下半年的重点也是开发小区市场。“与房企的合作,能够让厂商了解到,消费者真正需求是什么。未来将会调整产品线,增加更受消费者欢迎的时尚、现代、小清新、年轻化的家具产品。”钟永宏认为,精装房市场发展,会让“轻硬装,重软装”的理念得到落实,消费者更加有时间和财力关注软装产品,这对家具行业是利好。



## 装修最前线

# 2016年大量劣质企业将被淘汰!



在经济下行压力不断增加的背景下,刚刚结束的中央经济工作会议具化了2016年的政策,且力度比大。经济转型时需要一个相对宽松的货币政策,现在货币政策上工具多,在调控上可以更精准。

复旦大学经济学院院长张军对新常态下中国经济和社会变革发表了看法。他表示,在经济下行压力不断增加的背景下,刚刚结束的中央经济工作会议具化了2016年的政策,且力度比大。经济转型时需要一个相对宽松的货币政策,现在货币政策上工具多,在调控上可以更精准。财政政策也更积极,中央已经提出扩大财政赤字,他认为财政赤字率提高1个百分点没问题。

张军认为,明年供给侧将加大调整力度,也就是要关停或并购那些资不抵债且不在政策鼓励范围内的行业企业,明年会有大量的企业遭淘汰。

“我希望2016年变成这些年来经济最差的一年,我的意思是说如果我们能够做到这是最差的一年的心理准备的话,那么我们在政策的执行力度上更大。让一些企业倒掉不是一件坏事,这样也是弥补之前两次经济深度调整机会的损失。有了这样的一些调整,供给和需求匹配的问题可能更容易实现。”张军称。

知名财经作家吴晓波也在发布会上分享了对产业变化和转型升级的一些看法。

他表示,大规模化生产正朝着定制化生产发展,中国有不少企业也正朝定制化生产方向前进。

吴晓波举例称,在行业不景气下,顺德一些家具企业的年销售额复合增速达到60%,因为这些企业开始定制化生产家具。某知名品牌洗衣机也可以选择款式容量和颜色。

他认为,中国人去日本买马桶盖等事情,反映了中产阶层对品质的追求,物美价廉的错误观念正在被打破。

吴晓波称:我在中国有一个很大的体验,买不到一条好的毛巾,要么褪色,要么脱丝,但在日本花30~40元就可以买到一条很好的毛巾。这是一个很大的问题,我们不是没有钱,不是不愿意为质量买单,而是因为制造业领域里面长期形成了物美价廉的概念。随着中国中产阶层消费者的崛起,制造者价廉物美的逻辑被打破了。从这个层面上看,对中国制造业的转型升级有很大的信心。

他接着称,那些低质量提供劣质商品的企业应该迅速离开中国,被强制性淘汰,这些企业基本上就是中国制造业的负能量,未来几年内这些企业将进入大规模的淘汰期。

他称,未来企业提供的商品不需要讨好所有人,而只要为100万人、2000万人服务就可以了。其实大众品牌大众消费在中国已经不存在了,所以在这样的环境下,过去二三十年来所谓在中国品牌榜上的品牌有可能会消失。

在上述发布会上,新浪网副总裁周晓鹏对升级中国战略项目进行了介绍。新浪将积极借助自有平台及资源,立足于国民生活方式的升级,通过对目标用户生活细节、生活诉求的挖掘与再造,寻找最佳生活方式,以及最佳生活场景,引领人们的生活理念进行升级,进而协助国家、政府、企业,民众在升级转型过程中找到正确方向,并致力于提供一揽子的升级解决方案。

## 家居建材市场多元化 铝合金门窗加盟商顺势而行

目前,伴随铝合金门窗行业的不断发展,铝合金门窗市场竞争环境也开始变得愈发复杂,与此同时,外部环境的不断改变也使得铝合金门窗行业内衍生出了更多的发展趋势。在这种情况下,亿合门窗认为铝合金门窗加盟商也必须要深刻认清行业内的趋势,顺势而行,走长远的发展道路。

有业内人士表示,互联网电商的神话将逐渐淡去,以服务为价值需求点的铝合金门窗行业,将有越来越多的铝合金门窗加盟商开始审视自己的电商发展策略,有更多的铝合金门窗加盟商开始利用互联网进行线下客流的导入。同时,消费者对于铝合金门窗产品的需求也迫使电商起家的加盟商开始线下的布局。在门窗产品高度同质化的家居建材行业,要想区隔铝合金门窗加盟商之间的差异,门窗体验服务是一个很好的切入点。在2016年,随着互联网线下门窗服务的需求加大,将有越来越多的铝合金门窗加盟商重视服务的导入,用服务体验驱动门窗产品的销售。这从传统的铝合金门窗产品驱动服务的模式,彻底转换为服务驱动门窗产品的销售模式。

对于铝合金门窗加盟商而言,在市场竞争异常激烈的情况下,铝合金门窗加盟商的发展也必须紧密结合时代趋势进行,时下,市场竞争趋势的多元化也使得企业在今后的发展中面临着更大的挑战,这就需要铝合金门窗加盟商有极强的市场洞察力,唯有根据趋势做出分析,才能在未来的战略规划中少走弯路。

时代在变化,家居建材市场也在不断的变化,在这种市场环境下,铝合金门窗加盟商唯有顺势而行,迎合市场的需要才能找到持续发展的动力。

本栏目由山东家顺装饰赞助刊登

## 山东家顺装饰 套装家居 全屋量尺定制

自有房产无租金 保证降低您的消费成本  
自备工厂自加工 使您家居质量充分保证

电话:3051588 客服:400-618-6169 地址:建华西路92号(三中西校对面)