

# 家居：内外兼修 环保与设计共驱动

2014年马上就要过去，曾经在2013年里犹如在风中摇曳的家居业在这一年中并不觉得疲惫，趁着这个过渡时期开始酝酿新的变革和提升。

这一年中，一些家居卖场进行了格局转变，实现了优胜劣汰；一些品牌的“质量门”让业界警醒，也督导品质提升；一些企业的设计态度发生了转变，让设计不再只是花瓶。这一切看似充满着朝气，但未来的路也十分坎坷，如何运作上市、运筹帷幄，如何打开电商、开启新市场，如何适应环保、走进新趋势，还需要即将迈向2015年的家居从业者共同深思。



## 现状篇

### 关键词 1 新格局

2014年，整个家居市场环境仍不是很好，但聚集着家居、建材众品牌的家居卖场正在悄然升级、扩张、改变，形成了新的卖场格局。

以京城为例，首先是新八大灯城格局的形成，旧八大灯城中的八方龙、北四环灯具市场等较低端的灯饰市场让出舞台，以居然靓屋、高力国际灯具港领衔的档次更高的卖场成为新“八大”的主角；5月28日，北京东南四环吕家营一声礼炮响，带来了家和家美红木第一城的横空出世，它的出现改变了京城红木专业卖场的旧有格局，与居然之家红木大会堂、红博馆形成三足鼎立之势。

除了专业卖场的格局之变，传统卖场也迎来升级和扩张。11月15日，家居流通领域翘楚居然之家在甘肃兰州实现了百店梦想，其在北京地区的店面也扩大到了8家。集美家居也在今年度过了而立之年，并迈出了新阶段向养生业态进军步伐。红星美凯龙更是在上海开出了第九代商场，树立了中国家居企业品牌新形象。

### 关键词 2 质量门

无论多好的市场环境、多好的商品服务，也无法阻挡突如其来的质量问题，2014年，“质量门”事件依然层出不穷，其中主角还不乏大品牌，让人堪忧。

马年刚到，上海市工商局就曝出惊人内幕：铅析出量超标成为水嘴问题的重灾区，摩恩、美标、科勒、汉斯格雅等国际一线大牌无一幸免。下半年，欧琳、百鸟、普乐美等品牌分别被曝铅铬超标，国内外水嘴大牌集体陷入“毒素门”。3月31日，广东省工商局公布了一批危及人身、财产安全的53款缺陷商品中，有26款床上用品存在染料可分解致癌芳香胺、纺织品pH值不符合问题，其中包括著名品牌水星家纺，使家纺企业陷入“致癌门”。今年8月，上市企业兔宝宝旗下的细木工板，因两次被曝甲醛超标栽入了“甲醛门”。

今年的“质量门”涉及品牌很大，出现问题不轻，让家居行业笼罩在品质阴影中，但同时也给家居企业敲响了警钟——不要只注重品牌宣传，更有效地宣传是重视产品质量。

### 关键词 3 重设计

中国的家居设计长期以来处在两面夹击的窘境下，一面经常被国外设计界指称抄袭，一面容易被国内消费者视做花瓶。2014年里，中国家居设计界散发了巨大的正能量，调整设计心态，告别花瓶形象，为中国家居设计插上了一双腾飞的翅膀。

春节刚过，居然之家就率众品牌开启了米兰之旅，同时开设顶层设计引入国际大师工作室，拉开了今年家居界设计态度转变的序幕。年底，家居流通领域另一大巨头红星美凯龙举办创新设计联盟周年庆，一次性引入3个设计师品牌，这些品牌较以往更接地气。家居品牌也在设计方面各显身手，曲美将获奖作品“万物”开进万达广场，百强、华日、天坛等企业也围绕着设计做出令人称赞的创意。这些现象表明，今年的中国家居设计已经告别了以往的花瓶形象，开始朝着更加实用、接地气的方向进军，而抄袭风在今年也有所减弱，很多品牌都专注于自身的外观专利保护。

正如著名设计师梁建国所言，从根本上说，国内外设计并无差别，最大区别在于态度，态度转变了，设计也就变得更自信了。

## 趋势篇

### 关键词 1 谋上市

2014年，中国家居业在上市路上获得了新的突破。1月17日，诺华家具成功冲入美国纳斯达克以新代码(NVfy)挂牌交易，成为该板块上的中国家具第一股。仅一个月后，著名家装品牌东易日盛在深交所挂牌上市，拿下“家装第一股”的封号。

随着资本市场的闸门在2014年初正式开启，另有一批家居企业成为证监会上市预披露的对象，红星美凯龙、曲美家具、顾家家居、好莱客、欧普照明等十多家家居企业站到了上市的边缘。家居企业上市之路看似一片大好，但也有业内人士透露，一些家居企业有打着拓宽渠道的幌子上市之嫌，前景并非乐观。明年家居业可能还会有更多的“第一股”诞生，但谁能真正被资本垂青，既需要实力也需要智慧。

毫无疑问，上市可以融资、提高企业发展规模，但上市之后企业也背负着巨大的盈利责任，这个差事就如同刀尖上的舞蹈，美丽但也危险，真正考验上市企业的是上市之后该如何走上持续发展的道路。

### 关键词 2 倡环保

2014年，无论是家居企业还是家居协会，都意识到了环保、治污的重要性，企业开始寻求环保生产的新稻草，行业协会也开始四处为企业寻觅“新家”，这意味着家居企业要良性发展，不下决心提早开启环保的阀门，未来恐怕会寸步难行。

北京家居业率先拉开治污大幕，曲美等家具企业纷纷升级生产工艺，全面采用无毒无害的水性漆，业内人士预测，水性漆的使用或成家具标配。霍尔茨木门成为北京首个由国家质检局颁发的“生态原产地保护产品”认证称号的企业，全产业链实现了环保。7月30日，在中国家居协会及非同家具等几十家北京知名家居企业的见证下，北京家居行业协会与河北芦台经济开发区正式签约，拉开京城家居企业生产外迁序幕。

但环保大趋势背后，形势依然严峻，据北京市环保局统计数据显示，去年仅半年内全市共有92个家具企业出现污染问题，未来如何寻找出路、如何实现真正环保，还需企业提早进行生产方式的转变。

### 关键词 3 拓电商

2014年，家居企业在电商的大潮中更显活跃，一些企业根据自身的情况探索出适合的电商通路，也有一些企业在“网刷数据”的同时饱受诟病和质疑声。

2014年初，一些家居企业很忙，忙的是处理上年度“双11”不俗销售背后的售后问题，这些问题的集中爆发主要因为送货不及时、退货不容易、品质不靠谱等“电商后遗症”。今年“双11”，林氏木业、全友家居等家居品牌总销售额再创佳绩，但这些光鲜的销售数字背后却曝出暗藏刷单、提价、囤单三大黑幕。在面对质疑声之余，也有一些家居企业实现了电商渠道的新突破，居然之家、TATA木门、美乐乐、超舒适等家居企业开始奋力摆脱天猫等传统电商平台自拓电商渠道，均收到了良好收益。

明年家居电商应该依然极具争议性，到底是需要靠传统电商平台生存还是自立门户开启电商新旅，还需要企业继续努力。业内人士认为，家居行业要想真正拥抱电商，须破解厂商意识不强、与经销商分享利润、线上线下价格统一三大难题，任重而道远。