

两个展会隔天开幕 品牌企业竞逐商机

木门产业崛起催火展览会

2月20日,由中国木材与木制品流通协会主办的“2012中国(北京)门业博览会”在北京农展馆鸣锣,上万平方米的展区吸引了百余家木门企业参展。时隔一天,由中国林产工业协会主办的“第十一届中国国际门业展览会”在位于顺义的新国展拉开帷幕,超过10万平方米的展区汇聚了近千家参展企业,其规模创历史之最。两大木门展热闹开场,其背后折射出木门产业的迅速崛起。借助展会这个平台,一大批发展中的木门企业正在寻求迅速壮大的商机。

两大木门展同期竞技

2月20日,在北京农业展览馆,由中国木材与木制品流通协会主办的2012中国(北京)门业博览会(以下简称“门博会”)在众人期盼中掀开神秘面纱,上万平方米的展区内百余家木门企业悉数亮相,有来自浙江的、有来自北京本地的,各个展台风格迥异,呈现出不同的视觉效果。

时隔一天后的2月21日,在北京顺义区的新国展,由中国林产工业协会等单位主办的第十一届中国国际门业展览会(以下简称“门展会”)热闹开场。这个开幕式上中外嘉宾云集的门展会,共吸引了全国近千家企业参展,展位面积达到11万平方米,参展商品的品类涉及木工机械、木器漆、木门、五金锁具等。

在木门行业,“门博会”被业内人士誉为“门业发展的风向标”,言下之意木门业的发展要看它;而“门展会”则有“全球门业第一展”的美誉,是木门企业发展渠道、找

寻商机的最佳平台。两大木门展会,仅仅时隔一天就先后拉开帷幕,与其说是各展风采,不如说是木门产业的崛起让木门企业急需展示自己的平台,从而催火了以木门为主体的展览会。

产业发展引外行切入

无论是“门博会”还是“门展会”,都不会缺少主角,TATA、霍尔茨、梦天、龙甲等主流品牌,都在两大木门展上亮相。今年的木门展会有一个特点值得关注,那就是“外行”企业格外多。

欧派家居,以橱柜为主业,近几年来因产业化布局的需要,开始涉足橱柜之外的衣柜、卫浴、电器等新领域。2010年,一个名为“凡帝尼”的木门品牌从欧派诞生,“尊贵”、“经典”、“时尚”三大针对不同目标群的系列木门接踵而至。在本届门展会的展馆外墙上,欧派凡帝尼木门的大型广告牌非常醒目。

圣象集团,以地板为主业,2008年依托圣象的品牌影响力,企业投资

2.5亿元从事木门产品的研发和推广。在本届门展会上,在一场名为“圣象门之舞”的情景剧浓情上演后,圣象dPad木门盛装登场,展现着现代、简约、个性的家居生活方式。

做楼梯的美步、做地板的大自然、做家具的华鹤,纷纷介入木门行业分切蛋糕,中国林产工业协会秘书长石峰认为,这与木门行业呈现蒸蒸日上发展势头不无关系。有数据显示,近年来木门市场每年以30%的速度向前发展,2011年生产企业已经超过5000家,木门行业总产值已经由10年前的近200亿元增长到1000亿元。

协会助品牌做大做强

木门行业兴旺,并不代表木门企业的日子个个都很红火。和家具、地板等领域不同,木门行业里的众多企业中,具有一定规模、产值上亿元的企业屈指可数,真正称得上家喻户晓的全国品牌更是微乎其微。业内人士认为这一方面与木门企业的规模化生产程度不高,

大部分企业还停留在手工作坊时代有关,另一方面则因为木门企业的品牌意识不强。

为提升木门企业的品牌意识,扶持有一定实力的木门企业跨上更高台阶,以中国林业产业联合会、中国木材与木制品流通协会为代表的行业协会近几年来做了不少工作。2月20日,在人民大会堂,霍尔茨木门总经理赵崇联从中国木门协会会长张国林的手中领走“中国木门30强”的奖牌。2月21日,在新国展的一个大型会议室,TATA木门吴晨曦抱走了中国林业产业联合会颁发的“2011年度中国木门企业领军人物”奖牌并获得了惟一的“十星品牌”称号。润成创展董事长关润开、梦天木门董事长余静渊、博亮木门董事长于洪臣、龙甲木门董事长荣绍纯等领军人物的公开亮相,使木门行业越来越有榜样可学、有标准可依。他们不仅支撑起木门展览会的品质与层次,而且将推动木门产业进一步走向全国,进而走向世界。

本报记者 吴厚斌

· 行业动态 ·

群喜参与国标制定打造钢木门品牌

2月21日,记者从在北京新国际展览中心召开的“中国钢木门文化发展论坛”上获悉,《建筑用钢木室内门》国家行业标准有望今年4月出台。浙江群喜门业有限公司作为钢木门行业国标重要起草单位之一,借这一契机,将加大市场拓展力度,将自己打造成为钢木门行业的领军品牌。

作为全国工商联家具装饰业商会钢木门专委会的理事单位、钢木门行业国标重要起草单位之一,浙江群喜门业有限公司在生产钢木门方面达到了专业化。例如钢木门钢板厚度只有达到0.5mm或以上才能起到防撞击的安全规格等评审指标,为国标参考提供了大量可靠数据。目前,全国钢木门年产值已达50亿元,占室内门市场总值的1/3,行业年产值以40%的惊人速度增长,有专家称,我国钢木门行业未来市场空间广阔。钢木门是中国居室门行业的后起之秀,近几年来以其低碳环保、无毒无味产品特点受到广大消费者的认可,一直以来市场终端反响良好。

本报记者 王格

夕阳助手专攻老年卫浴市场

随着夕阳助手在淘宝的官网店日前正式上线,这个国内首家锁定老年顾客群的卫浴品牌,全面启动了国内直销市场,抢夺老年无障碍安全卫浴品牌尚处于空白状态的巨大商机。

夕阳助手是国内首家做老年无障碍安全卫浴的品牌,产品采用德国纯机械工艺设计,内芯采用不锈钢纯机械工艺打造。在销售方面,夕阳助手采用网络直销方式,打破区域时间限制,可以直接提供与欧美市场同步的新产品给全国消费者,同时也节约了运营成本,保证了价格优势。

目前,中国已经进入老龄化社会。据有关资料显示,到2015年,预计全国60岁以上老年人将增加到2.21亿,老年人口比重将由13.3%增加到16%。虽然围绕如何让老年人生活得更健康的产品越来越多,但在卫浴行业鲜见专门针对老年人而设计的卫浴品牌。业内人士认为,随着未来卫浴市场的不断细分,根据不同的受众需求,卫浴产品将走上定位更精准的发展之路。

本报记者 王格

施耐德电气建网上商城

近日,施耐德电气建立的官方网上商城正式上线,消费者登录商城后便可直接购买面板开关、排插、家用小型断路器等产品,这是继在淘宝网开出旗舰店后施耐德电气再次“触电”。

在施耐德电气网上商城,消费者除了可以购买所需电气产品,了解产品的价格、型号、规格、功能等详细信息,还可以通过点击页面上的“装修课堂”,以互动的形式了解安全用电和家装知识。消费者如果注册成为商城会员,不但可以追踪订单详情,还能不定期地获得优惠券。另外,网上商城还借助服务电话、客户留言等多种窗口,帮助消费者随时解决购物中遇到的任何问题。施耐德电气中国区副总裁殷涛表示,建立网上商城不仅为消费者带来更为便捷的购买方式,也为消费者购买正品提供了保障。

本报记者 王格

可耐福借绿色建材深耕市场

“可耐福将一如既往地以绿色、创新为发展核心,推动可耐福在中国市场的发展。”近日,德国最大的天然石膏生产商、全球知名新型材料建筑商可耐福公布2012年发展战略,可耐福大中华区总经理马克指出,绿色建材已经迎来发展的春天。

可耐福创建于1932年,总部位于德国巴伐利亚的依普霍芬市,如今在全世界40个国家拥有150多个生产基地,在上世纪70年代可耐福的产品进入中国。秉承绿色环保的生产与经营理念,可耐福在2011年推出了不少绿色建材产品和绿色建筑解决方案。如针对频发的外墙火灾事故,可耐福推出了高性能的外墙内保温系统,满足了对安全性高的外墙保温材料的需求;在第七届国际酒店设计与改造论坛上,可耐福首次展示了新型产品——减振隔墙系统;为减轻室内空气污染,可耐福研发出具有净化空气功能的新型材料——可聆诺穿孔石膏板。可耐福始终践行着绿色、创新的发展理念。

本报记者 王格

品牌看点

颠覆传统家装基础工程服务行规 实创装饰率先推出“终身保修”

2012年新年伊始,实创装饰就推出了“好邻居计划”,对定点小区的老房团装客户承诺基础工程“终身保修”。这一举措率先颠覆了家装行业对基础工程只予以两年保修的服务行规,在行业引起强大反响。

“好邻居计划”是实创装饰2012年启动的针对同一小区的老房团装优惠项目,可以更快、更省、更环保地提供整体老房装修解决方案。实创装饰通过“好邻居计划”,颠覆了行业内通行的基础工程两年包修、防水工程5年包修的传统,率先推出基础工程“终身保修”服务,包括防水工程、吊顶项目、新建结构墙、油漆制品等六大项。通过实创装饰的“好邻居计划”平台,用户在进行邻里团

装时,可以享受免费升级欧洲原装进口墙漆、原装进口地板以及先进的地板无尘安装工艺等,更有一站式服务、28天高效工期、环保化施工、团装返现等多项服务及优惠。

据中国消费者协会统计,2011年,全国共受理房屋和建材类投诉2.75万件。对于消费者来说,装修容易维修难。全国工商联家具装饰业商会家装委员会秘书长李玉洁认为,目前市场上保修期后的家装维修是一个空白,尤其是那些“游击队”装修工程,而“终身保修”不仅是争夺市场的举措,更体现了对工程质量的自信。实创装饰副总裁韩晓静表示,实创会成立“专业维修基金”来支持“好邻居计划”的运作。

本报记者 王格

与时尚接轨推广生活方式 大自然家居启动门模大赛



2月21日,在第十一届中国国际门业展览会上,数十名靓丽模特手持木门秀卡,亮相大自然家居旗下的德森堡木门的展会。伴随着悠扬的音乐,大自然家居(中国)有限公司木门事业部总裁杨伟明宣布,“大自然杯”首届超级门模大赛正式启动。

据杨伟明介绍,此次门模大赛将持续半年,最终结果将于7月在广州揭

晓。之所以举办这种与时尚接轨的大赛,一方面是从汽车展上车模大赛得到的灵感,另一方面旨在推广生活方式,让消费者借助一扇门来开启一种新生活。

带着70款新品亮相门展会的大自然德森堡木门计划在未来5年内,无论是品牌形象还是售后服务、渠道拓展,都力争跃居行业第一阵营。

本报记者 王格/文并摄