

· 闲话家居 ·

达芬奇难题:如何抹除负面阴影?

吴厚斌

在被央视曝光涉嫌“造假门”一年零五个月之后,达芬奇家居再次成为人们聚焦的对象。与当时所有媒体对其口诛笔伐、品牌形象一落千丈不同,这次达芬奇是以一种卷土重来的姿态,扬眉吐气地站到了人们面前。它“傍”上了一个新靠山——首旅集团,一个在旅游、餐饮、酒店、交通、商业以及景区等多个领域均有建树、具有国企背景的大企业。

2012年12月中旬,关于达芬奇家居被重组的消息从旅游和家居两个方向传出,迅速扩散开来。消息称,首旅集团将出面重组达芬奇家居,占有33.8%的股份,其余股份则由现任董事长潘东尼和另一位中国企业家各占一半。重组完成后,首旅集团总裁刘毅将于2013年初就任达芬奇家居新任董事长,原达芬奇家居总经理潘庄秀华将继续担任执行总裁。

当这一消息从各方面得到证实之后,人们对达芬奇家居的重生充满了期待。要知道,它曾经是高端家具销售的平台,是奢华与品质的象征。自从成为央视曝光的主角之后,达芬奇业绩跌到谷底,2011年出现了前所未有的经营赤字,雄心勃勃的上市计划也戛然而止,即使到今天,业绩恢复也未必能达到原来的七成。背靠着首旅集团这棵大树,达芬奇会获得更多的渠道,整合更多的资源,除了过去作为富裕一族的个人消费品以外,更会在高端酒店家具市场获得拓展机会。

在一系列的利好面前,达芬奇家居要重现当初辉煌,似乎指日可待。不过,前面的路并不好走。尽管没有多少证据证明达芬奇确实存在产地造假等“劣迹”,但在危机面前潘庄秀华不做回应,只“痛说革命家史”之类的表现,经过各类媒体铺天盖地的渲染之后,达芬奇“蒙人”、“不诚实”、“价格奇高而品质奇差”等印象已经深入人心,拥有一套达芬奇销售的家具从高贵的体现变成傻冒的选择。潘庄秀华设局录音,并将她请来帮忙的朋友的不良作为公之于众,更使其个人被指“缺失人格”,间接影响到达芬奇家居的品牌形象。

对于大众来说,首旅集团是否入股,并不知情,达芬奇作为一个立于街头的招牌,依然打着以前深深的烙印。央视曝光后,一个个以达芬奇为被告的纠纷和官司仍处于未结状态,会对其品牌继续带来负面效应。比如,就在几天前,杭州消费者状告达芬奇家居欺诈,达芬奇退了86万元货款给消费者,消费者却不肯退还家具,为此达芬奇讨要40万元家具使用费的案子刚刚开庭。如何让公众知晓今天的达芬奇已经与以前有所不同,并在公众心中树立起新的形象,也是一个难以短期内实现的目标。此外,达芬奇在“遭难”的一年多时间里,失去了一些原来合作的意大利品牌,如何消除在合作伙伴眼中的负面形象,也是不小的难题。

国企背景的首旅集团的入股,对于达芬奇家居重现辉煌一定是天赐良机。如果它能抹除笼罩在品牌身上的负面阴影,或许会铸就一个新的奇迹。

· 微论坛 ·

林周勇离职引发业内慨叹

12月14日,博洛尼品牌推广部总经理林周勇在微博上透露自己要离开工作11年的科宝博洛尼,并表示要开始一段全新的旅程。此微博一经发出,立即引发业内一片感慨之声。

@博洛尼的苏大少:人生犹如旅程,有些景色注定要来,有些人终究要分别。再见面的时候,我们依旧笑得像个孩子般拥抱。

@风舞冷月:我还从来没有和林总一块喝几杯,昨天的怎样都要过去,希望林总下一个十年创造全新奇迹!

@小小木兰花:这可能不是个坏消息,十多年来,他在科宝博洛尼的品牌推广之路上功不可没,从最初的橱柜、到中期的家装、到现在的新媒体营销,每个阶段他都有耀眼的代表作。对于营销、互联网、新媒体,他有太多自己的思考,带着这些思考他将开始另一段征程。

@花开海岸孤绝处:又一颗年末炸弹,祝福林总。

本栏目由《北京商报》与新浪家居微博合办,更多精彩博语请登录 jjju.sina.com.cn/weibo 查看。

栏目编辑:赵中昊

首个以“家居”命名的行业协会在北京成立

原创设计助推家居业升级

12月12日,首个以“家居”这个词命名的协会组织——北京家居行业协会正式宣布成立。这个从诞生之日起,就将家居各个领域纳入自己关注范围的协会,不仅推举了行业里有着领袖风范的居然之家总裁汪林朋担任会长,还成立了一个以红星美凯龙副总裁王伟为主任的设计专家委员会,以推动原创设计为支点,提升行业的核心竞争力。随着这个全新协会的成立,在原创设计带动下的家居行业的升级序幕也徐徐拉开。



新当选的会长汪林朋(左四)、执行会长郝丽萍(右三)共庆协会成立。

“家居”首成协会名称

家居行业不缺协会。据不完全统计,与家居相关的各类协会在全国不下100个。

只是,这些家居协会都只专注于家居的某个领域,如建筑装饰协会以装饰企业为主要服务对象,家具协会主要服务家具企业,都在自己的领域发挥作用。这些协会相互之间交流很少,各自为政,都有自己的势力范围,形成一个个小圈子,还处处设防,生怕别人侵入自己领地。

这种状况在2012年12月12日这一天宣告结束。当天成立的北京家居行业协会,首次将“家居”一词纳入协会名称之中,将整个家居行业的各个分支纳入自己的关注范围,囊括了卖场、家具、家装、地板、木门、橱柜等各个领域。实际上,“家居”已经是一个庞大的产业综合体,所有与家庭装饰装修相关的领

域都属于家居的范畴,家居产业年产值超过1万亿元,足以与服装、汽车、食品等行业相提并论。“家居行业各领域之间的交流与合作再无障碍,这对行业发展来说是个里程碑的大事件。”一位见证了北京家居行业协会成立的业内人士评价。

汪林朋当选会长

一个企业能否发展,要看老板的思路;一个协会能否有作为,则要看会长的号召力。新成立的北京家居行业协会,在200多名首批理事的推举下,一个行业领袖人物走上了前台,成为会长,他就是居然之家总裁汪林朋。

从“先行赔付”的率先推行,到送货安装零延迟、明码实价、家具以旧换新等服务的跟进,居然之家始终站在行业的领头羊位置,而其经营模式的中高端定位和一站式购齐则集中了市场上最有代表性的家居品牌。“选举居然之家

总裁汪林朋做会长,可以说是我们这个协会的众望所归。”意风家具董事长温世权由衷地表示。

作为推动北京家居行业协会成立的功臣,皇家现代副董事长郝丽萍则被推举为执行会长。这位具有靓丽容貌、优雅气质和审美情趣的女士,让这个新成立的协会从一开始就带有时代的烙印,具有时尚气息,而她本人的创新精神,也将给协会带来新的发展契机。

以原创推动行业升级

与众多行业协会只是为企业服务不同,北京家居行业协会将自己的服务范围定位在整个行业,其突破口正是行业的软肋——原创设计的缺失。

中国家居行业尽管产值很大,但因没有原创设计而得不到应有的尊重。为此,北京家居行业协会特别成立了一个设计专家委员会,担任主任的是红星美凯龙副总裁

王伟。正是在他的组织下,2012年3月的米兰展上,破天荒地出现了中国家具的设计作品。随后,他又在北京红星美凯龙东五环购物中心开设了一个8000平方米的“亿空间”原创家居设计馆,为设计师搭建设计、交流与交易的平台。在王伟的领导下,首批加入设计专家委员会的设计师阵容不凡,如DOMO品牌创始人赖亚楠,清华大学美术学院教授、博士生导师柳冠中等。作为执行会长的郝丽萍更是以设计见长,她主持创立的皇家现代LACASA品牌,早已成为多个企业抄袭的对象。

“以原创设计为龙头,整合家居产业链,提升人们的生活品质,让更多人享受舒适家的情趣,是我们的心愿,在这个过程中,家居行业也将进步得更快。”王伟的这番话,让人们们对北京家居行业的未来充满期待。

商报记者 谢佳婷

行业聚焦

将圣象地板纳入套餐 全国扩张战略提速

实创装饰明年将新开十家分公司

商报讯(记者 赵中昊)12月18日,实创装饰董事长孙威与圣象集团副总裁曾欣的两双手握到一起,宣布一项互借优势提升竞争力的战略联盟正式成立。实创装饰将把有着强大口碑效应和品牌形象的圣象地板纳入套餐中,给人们提供更多的选择。随着产品线的进一步扩大,实创装饰将加速向全国的扩张步伐。

从2005年在业内推出“两万八千八,精装搬回家”这句著名广告语以后,实创装饰首创的菜单式装修模式就逐渐演变成业内主流。在菜单套餐实施中,实创装饰选择与多家著名品牌进行合作,形成强大

的竞争优势。据实创装饰采购总监王卉介绍,这些年同唯宝、科勒、宝路莎等多家品牌进行合作,建立起装修建材产品优质渠道,成为业内装修模式的一个标杆。此次与圣象集团结成战略联盟,将圣象地板全面纳入套餐中,正是为了增加实创套餐产品的竞争力。

作为16年同类产品销量第一的地板品牌,圣象还是头一回参与套餐模式的销售,但在圣象地板市场部总经理王晓宇看来,实创装饰的这个销售渠道,让圣象大为受益。“菜单式装修已经成为业内主流,名牌产品的加入,无疑使这种模式更具魅力。”王

晓宇表示,圣象地板生产的中高端档次产品,可以分别对实创的不同价位套餐进行有针对性的推广。孙威则透露,实创的渠道有着别人无法复制的两大优势:首先是没有任何中间环节,连与建材商应酬的钱都没有,消费者将直接面对建材产品的选择,规避了行业内的“回扣”潜规则;其次是实创一直都与高品质品牌进行合作,形成了自己特有的优质渠道,有些装修公司与实创的套餐价格虽相同,但质量却不能同日而语。“这次圣象选择与实创合作,也是因为看中了我们的企业品质信誉以及战略模式,进而为强强联合提供发展

的可能。”

2012年被认为是家居行业的“寒冬”,实创装饰却成功实施全国推进战略,新开的外埠分公司达5家,分公司总数达到18家。据实创装饰集团首席运营官陈卫透露,实创装饰明年还要在全国新开10家分公司,届时预计有超过50万平方米的地板使用量。曾欣也表示,圣象将利用好这个全新平台配合装饰的特色开发出新产品借机推向市场。借力产品线的进一步扩大,实创装饰的全国扩张战略正在提速,给合作伙伴带来了正面效应,也给家居“寒冬”散发出“春天”的气息。