



2013
年度
盘点

2013惊动家居业十大事件

事件1

家具以旧换新正式实施半年

7月1日，北京市商务委正式启动北京家具以旧换新，12月31日结束，为期半年。除去年试点时参与的居然之家、红星美凯龙、蓝景丽家、城外诚和集美家居5家企业以外，强力、曲美、家和家美、天坛、欧罗汇（原北京百强国际家居）等6家企业也加入，范围进一步扩大，要求更为严格，对于旧家具的处理等做出了明确要求。

商报观点：家具以旧换新本是居然之家为推动销售开展的一项回馈活动，去年纳入政府试点1个月，拉动销售达1.5亿元，今年这一政策正式重启，并历时半年，表明家居行业的消费潜力不可小觑。

事件2

家具行业首现“三年三包”服务

2月26日，居然之家宣布自3月2日起全国门店同时延长“三包”服务期限，其中家具建材产品的“三包”期由原来的一年延长至三年，家装服务的“三包”期由两年延长至三年。这项服务承诺不仅跨越了居然之家先前的老“三包”标准，更是大大超越了行业服务标准。

商报观点：居然之家每年在“3·15”期间都会推出一项创新服务举措，最后都会引起行业争相效仿，有的甚至成为国家标准，今年也不例外。“三年三包”首现家具行业，刺激了京城其他卖场和商户延长“三包”期限，促进了行业整体服务水平的提升。

事件3

家居企业打央视广告推“2天”促销

2013年3月初，央视密集播出的一则红星美凯龙“2天来了”广告引发人们的广泛关注。广告中某女白领为了“2天”气势汹汹地跑进老板办公室请假，即使扣工资、减奖金也在所不惜。此外，还有“新闻播报的女主播疯了”、“妈妈苦练体能”等镜头，吊足了人们的胃口，大家都想弄清“2天”到底有什么，但广告最终只出现了“2天”——3月23日、3月24日的字样。这一系列悬念十足的广告为红星美凯龙发起“2天来了”全国大型促销起到了极佳的市场预热效果。

2013年家居行业风起云涌，众多与消费者紧密相连的重大事件层出不穷，整个行业备受瞩目。在这里，北京商报记者特别选取惊动家居行业的十大具有代表性的重大事件，予以回顾与评说，让人们记住2013年的那些家居风云。

商报观点：一个家居企业不惜动用昂贵的央视广告资源，为一个历时仅“2天”的促销活动做轮番轰炸，显示出红星美凯龙的高端、大气、上档次。悬念式的广告在吊足人们胃口的同时，硬是开创了一个让消费者疯狂的“2天”，创造了2天销售20亿元的销售神话。这件事给家居企业一个很好的启示：不要说打广告没用，关键是如何打。

事件4

九牧乐家等卫浴品牌陷“毒铅门”

九牧水龙头铅超标18倍！乐家水龙头铅超标34倍！7月14日，一则《水龙头“铅阴影”》的报道，公布了惊人的铅超标数值，让九牧、乐家、摩恩、高仪等九大中外知名卫浴品牌陷入了“毒铅门”丑闻之中。

商报观点：九牧等知名卫浴品牌齐陷“毒铅门”，涉事企业齐声“喊冤”，疑遭对手陷害，在卫浴行业掀起了一场轩然大波。虽然九牧等随后送检的同款产品也都合格，但最终也没有给消费者一个明确的说法，反倒是揭出一大惊人的行业潜规则：所有铜质水龙头都或多或少含铅。

事件5

广东两家协会会长产品登质量黑榜

10月30日，兴利集团旗下的欧瑞品脾衣柜因甲醛释放量不合格被湖南省工商局曝光，该集团执行董事是担任过12年深圳家具行业协会会长的黄伟业；一个多月后的12月4日，一款富之岛弹簧软床垫因“铺垫料物理性能（软质聚氨酯泡沫塑料的其他回弹性）”不合格，被国家质检局列入质量黑榜，该品牌董事长是广东省家具协会会长何循证。广东两家具类行业协会会长旗下产品齐登质量黑榜，行业为之震动。

商报观点：作为中国家具主产地的广东省和深圳市家具行业协会的会长，何循

证和黄伟业本应该带头抓好产品质量，然而他们旗下的产品却成为质量门主角，令人唏嘘。尽管后来查明让欧瑞蒙羞的那款产品不是欧瑞生产，也暴露出企业管理方面的漏洞。至于富之岛，已经不是第一次成为黑榜主角了，更值得反思、检查。

事件6

19家家居卖场联合抵制天猫

“双11”来临前夕，居然之家、红星美凯龙等19家中国家居行业最大的连锁或区域大卖场联合签署《关于规范电子商务工作的意见》，要求商户“不能变相让卖场成为电商的线下体验场所”，“未经卖场允许，不许利用卖场的商标、商号进行宣传，不许通过电商移动POS将卖场的业务转至他处交易”。此事经媒体曝光，19家家居卖场联合抵制天猫惊动行业。

商报观点：有人说，家居卖场是在逆势而行，试图阻止网络大潮。实际上，要是天猫不把触角伸入家居卖场，也不至于让家居卖场联合下达抵制令。线下渠道与网络鹿死谁手尚不得而知，但“大路朝天，各走一边”的商业规则却不得不遵守，无论你代表传统还是时尚。

事件7

实木家具外观专利第一案胜诉

11月6日，北京市高级人民法院做出终审判决，确认赖氏家具侵犯双叶家具专利权成立，判决赖氏家具赔偿双叶家具46.78万元。双叶家具诉赖氏家具外观侵权终审宣判获胜，成为中国家居行业实木家具类专利维权胜诉第一案。

商报观点：双叶的胜利为家居企业外观专利维权获得胜利开了一个先河，赢得叫好一片。以后那些想要抄袭别人专利的家居企业可要小心了，随便抄人家的东西可能就得付出代价，免费的午餐结束了。

事件8

立邦遭仿冒揭出涂料造假产业链

8月23日，北京市工商局发布的流通领域室内装饰装修材料类商品质量监测公告显示，一款商标为“广东立邦”、生产企业为“上海思锦涂料有限公司”的金装全效星级版五合一内墙乳胶漆，因耐洗刷性和对比率两项指标不合格登上质量黑榜。立邦公司和思锦公司都否认这款产品是自己生产。通过记者深入调查，一条由制假、搭售、分销三个环节构成的涂料造假产业链也浮出水面。

商报观点：“立邦”是个好品牌，因而屡遭仿冒。可遇仿冒品时，立邦态度不是堵住源头，而是通过声明撇清与自己的关系，不做深入追究，大有纵容造假之嫌。涂料造假产业链的形成与立邦等涂料大牌的这种纵容或许不无关系。

事件9

东方家园等四大卖场在京消失

1月初，在京有十多年历史的著名建材超市东方家园退出市场。此外，还有开业仅1周年的祥和之家“短命”转型成为新东郊市场而退出江湖，蓝景丽家丽泽店和住总建材家具商城也相继停业、拆除，退出历史舞台。

商报观点：一年内，四个家居品牌在京消失，却没有影响人们家居消费的品质与便利。无论是经营不善的东方家园、祥和之家，还是配合政府改造的丽泽、因违建被拆的住总，都不过是匆匆过客，谁能屹立不倒，才是真正英雄。

事件10

东鹏“自燃门”中在港上市

8月初，东鹏洁具一款装在别墅浴室里的智能马桶忽然发生燃烧，损坏屋内物品价值近30万元。该质量丑闻并没影响东鹏向资本市场挺进的步伐，3个月后的12月9日，东鹏控股正式挂牌上市，成为首个在香港上市的内地建陶企业。

商报观点：遭遇“自燃门”，却依然成功上市，显示出东鹏的强大实力。只是，资本追逐的是利润，上市首日即跌破开盘价8.163%，它的上市路真那么好走么？

北京商报记者 谢佳婷

