

· 闲话家居 ·

实创装饰凭啥转型互联网公司

吴厚斌

“明年我们将全面互联网化,彻底转型互联网,变成纯互联网公司,成为互联网里做家装的企业。”在2014年“双11”和“双12”真正尝到互联网带来的甜头之后,实创装饰董事长孙威发出了这样的宣言。

听到孙威的宣言,大多数人都觉得这不过是做秀或吹牛。在一般人看来,标准化、快消类产品才适合互联网,家居行业做得最好的林氏木业、尚品宅配等企业也是在卖产品,家装这种整合设计、产品、施工、服务的品类根本与电商挂不上钩,充其量不过是在网上开个店,赶赶时髦,适应一下潮流罢了。实创装饰却扬言要做纯互联网公司,凭啥?

如果看看实创装饰“触电”的业绩,就不难理解孙威的豪情了。“双11”当天,实创装饰天猫旗舰店接到订单400个,总销售额近2000万元;“双12”那天,一场名为“天猫家装博览会”的活动在全国28个城市同步举行,活动的主角就是实创装饰,在各个城市的主会场里,人们纷至沓来,让人觉得这不是签约做家装,而是上市场买白菜。

实际上,从四年前入驻天猫开始,实创装饰就在为开发互联网商机创造条件,那就是把家装方案当做产品卖。家装看起来产业链很长,流程很烦琐,涉及的产品众多,呈现在消费者面前的却是一个个整合方案。实创装饰是凭借“两万八千八,精装搬回家”这一套餐模式发展起来的家装公司,任何一个订单,从根本上来讲都是一个完整的产品组合方案,借助实创装饰多年建立起来的供应链体系,这种组合已经达到可以随意调配、更改、变换的自由度。家装产品就是整合方案,整合方案就是最终销售的产品,家装也就具有了可以通过互联网下订单的可操作性和便捷性。

将一个个互联网订单变成一个个消费者可以眼见为实的产品,实创装饰做了两大变革:一是产品族群化,二是品质透明化。产品族群化,就是将消费者按族群来划分,根据族群提供风格设计,简约的宜家风、品质化的无印良品风、美剧迷酷爱的纸牌屋风、享受生活方式的ZARA HOME风以及新中式风五大族群风格样板间推出,不仅让消费者有了更多的选择,而且能够实现个性化追求;品质透明化,就是改革原有的监理团队,创立“实小创”,全部招募退伍老兵,统一培训、统一装配,拿着iPad巡视现场,监控施工质量,杜绝私单行为。

家装行业有一个怪现象,员工自家的房子总是找别家公司装,原因在于深深了解自己的公司,不敢相信它。实创装饰却很牛气,员工基本上都让自己的公司装修,而且公司方面提供的折扣最低也就8.5折。用实创装饰副总经理韩晓静的话说,员工选择自己的公司装修,体现的就是信任,家装环节太多,任何一个环节出瑕疵,都可能让客户不满意,但与庞大的客户数量相比,这种不满意的比例也就少到微乎其微了。这也是实创装饰敢于与天猫合作做博览会的真正原因。在互联网上,失去了口碑,就难以生存。天猫从不帮客户删除差评帖,直接将自己置于消费者的监督之下,需要的不仅是勇气,更是实力,还有追求完美的信心。有着这么充分的准备,实创装饰要成为家装行业吃螃蟹者,踏上转型互联网公司之路,并非空穴来风吧!

三家企业涉嫌侵犯百强家具外观专利

家居行业首现亿元专利索赔

北京商报讯(记者 赵中昊)一次性涉及三家企业,涉嫌抄袭的家具多达十几款,这些数据注定将写进2014年家居行业的维权大事记。12月15日,百强家具总经理何弘毅正式宣布,因十多款专利产品外观被三家企业抄袭,已向中国首家知识产权法院提起诉讼。百强家具提出的索赔金额高达1亿元,创造了中国家居业外观专利申请索赔最高纪录。

据介绍,今年初,百强家具陆续发现一统家具、宣毅(天津)家具有限公司和天津东升家具制造有限公司生产、销售和许诺销售的瀚庭传奇家具中的床头柜(专利号为ZL2009301266958)、沙发(专利号为ZL2010301396812)等十多款产品侵犯了百强家具公司的设计专利,导致百强家具公司的合法权益受到重大损害。由于沟通无



百强家具(上)与涉嫌侵犯其外观专利的家具(下)外观几乎一模一样。

效,百强家具向中国首家知识产权法院分别对三家企业提起诉讼,并要求赔偿1亿元。目前,此案已被法院受理,这是知识产权法院成立以来受理的首例知识产权案件。

据了解,百强家具是家居业最早与国外设计事务所合作、购买优秀设计版权的企业之一,也是最

早给家具产品申请外观设计专利的企业之一。对于此次被三家家具企业抄袭外观,百强家具总裁陈晓太表示,抄袭设计是企业违背商业道德、无视法律尊严的失德行为,这些企业抄袭的产品可在外观和材质等方面模仿百强,但做工粗劣,影响了百强家具的形象,也欺骗了消费

者。北京商报记者在百强方面提供的涉嫌侵权的家具外观对比图看到,涉嫌外观侵权的产品与拥有专利权的百强家具产品几乎一模一样,涉及床头柜、书桌、衣柜、沙发、餐桌等多个品类。

针对百强家具的维权诉讼,12月15日北京商报记者致电被告之一一统国际家居总裁张海林,他表示目前还未收到相关通知,需要与律师进一步核实。百强家具代理律师王国华表示,家居企业勇于维护自身知识产权,显示出近年来企业维权的决心越来越大,“随着国家在知识产权立法、执法方面的细化和法治进程的完善,家居行业将会有越来越多的企业加入到维护合法权益中来,虽然此案还未审判,但已为维护行业有序发展贡献了积极能量”。

聚焦十里河

美联居尚开出6000平方米水族馆

大型观赏鱼产业基地亮相十里河商业街

北京商报讯(记者 谢佳婷)养观赏鱼成为家居生活的新时尚,位于京城著名的十里河家居文化商业街的美联居尚开出一个占地6000平方米的水族馆——美联居尚文化园,在为京城百姓提供了一个选购观赏鱼和渔具的好去处,更丰富了十里河商业街上的家居业态。

“对于‘鱼迷’们来说,养鱼并不是简单的买回家看。”美联居尚董事长吴晓

认为,鱼作为一个不会发声的宠物,与人的交流主要源于人对它的把玩,这其中的很多乐趣在养鱼的过程中。可以说,美联居尚文化园俨然一个观赏鱼的海洋,从大型的鲨鱼、龙鱼到普通的锦鲤、金鱼,再到小如米粒的红绿灯等微型观赏鱼,一应俱全,价格从十几万元到几元不等,其中更不乏全京城独有的“名品”,比如镇店之宝——来自亚马逊河的银

红相间的招财猫,无论从观赏性还是体型上来说,都堪称“京城一绝”,慕名而来者不在少数。如果想顺便购买专营水箱、鱼草、鱼食、鱼药、制氧机、加热泵等与养鱼相关的器具,只需在美联居尚文化园多逛一会儿就行,这里覆盖了整个观赏鱼产业链中所有细枝末节。

业内人士认为,十里河商业街无论是做家具、建材市场,还是做观赏鱼市

场,都是在挖掘“家居需求”,因此越来越多注重生活品位的中产阶层都喜欢在家中养几尾观赏鱼,不仅能起到装饰作用,还能为家增添更多情趣和鲜活气息,十里河商业街在满足京城百姓对家具、建材、家装等家居硬性需求的同时,建立大型观赏鱼产业基地,更是丰富家居文化需求的表现,未来这条街上应该还会出现越来越多与“家居需求”相关的不同业态。

亞美特家具
asinabest

板材和五金的完美结合

WWW.YMT88.COM



尖端的设备才能做领先的家具
尖端豪迈生产设备
诚邀您的加盟 010-81509688 13811322170
北京市大兴区长子营开发区
电话: 010-81509688/99 传真: 010-81509677

蔚蓝海岸
地中海系列黄金
胡桃色
系列

再创经典 荣耀上市

高质选材
环保先行EO级环保板材
德国五金配件