

· 闲话家居 ·

## 穗宝年终大促推8款新品床垫

北京商报讯(记者 曲英杰)2016年正进入尾声,各大品牌年末大促如期而至。穗宝携8款新品床垫,发起“玩赚终端,年底大冲关”大型促销回馈,推出抽红包、砸金蛋活动。

穗宝推出的8款床垫新品各有特色:配备从天然芦荟中提取成分的贝卡特面料,既杀菌又能保护脊椎的家合;装有新式舒背型床网、软硬适中、可彻底放松颈部及腰部的华泰;可根据人体需要自动塑造舒适效果,有效把人体压力化解为零压的华尚;安有特制护脊加强型弹簧,具有超强的支撑力,有效保护脊椎,使脊椎自然弯曲,更加放松的华安;0甲醛、0过敏源、无任何挥发和释放,100%环保无污染,用天然乳胶做面料,具有透气性强、除湿、防螨、防静电多种优势的华健;杜绝了普通发泡海绵填充物的自然收缩,使床垫经久使用不会出现收缩和变形的华强;可用于净化空气、消除室内各种有害气体,能够在人居住的环境内营造一种森林的气息、杀灭细菌的华祥;拥有乳胶面柔软舒适和3E椰棕面刚硬护脊的华尊。

即日起至2017年1月16日,凡到穗宝大北方区各大专卖店的顾客,均可享受穗宝推出的三重优惠。活动期间,凡进店客户,都可享受神秘精美礼品一份,还可在不购买任何产品的情况下抽取红包、砸金蛋。此外,凡购买家合、华泰、华尚任意一款床垫的消费者,均可获赠穗宝床笠一个;凡购买华安、华健任意一款床垫,均可获赠穗宝决明子木棉枕一个;购买华强、华祥、华尊任意一款床垫,送穗宝决明子木棉枕两个。此外,穗宝老客户还可享受免费预约上门保养服务。

## 大自然吉祥物设计大赛金像奖出炉

北京商报讯(记者 谢佳婷)2016年11月30日,大自然家居奖学金颁奖暨“请您帮我画个像”大自然家居品牌吉祥物设计大赛颁奖典礼在中南林业科技大学举办,来自江苏城市职业学院的李超以“小绿叶”为设计原型设计的“然然”,夺得此次大赛的金像奖。

“请您帮我画个像”——大自然家居品牌吉祥物设计大赛于10月26日启动,吸引了20所高等院校参与,征集了560份作品在网络投票环节,107份优秀作品在64小时内共获23.3万投票量,最后选出30名最佳人气奖,来自中南林业科技大学的邓征凡,以“复活草”作品获2.7万投票,当选NO.1最佳人气奖。

历经紧张而激烈的两轮评审,最终评选出优胜奖10名、铜像奖3名、银像奖2名、金像奖1名,李超凭借作品“然然”摘下此次大赛的金像奖,并将万元奖金收入囊中。

大自然家居方面表示,“然然”以绿色为主要色调,拥有较强的视觉冲击力,与“大自然”品牌的绿色、环保、健康理念十分吻合,且该卡通人物动作设计灵活轻巧,适合做成公仔或毛绒玩具等衍生品,用于市场终端。

# 大家居 馅饼还是陷阱

在11月27日举行的“链接·未来的家”为主题的THINK「家」峰会暨2016中国家居建材品牌发展论坛上,面对欧派、尚品宅配、华耐等家居行业赫赫有名的品牌掌门人纷纷抛出大家居路线图,名创优品董事长叶国富却发出一声棒喝:“企业越大、越全,反而没有竞争力!”大家居,对曾经专注于某一领域的家居企业来说,到底是馅饼还是陷阱?

### 风口上的大家居

2016年11月27日,天气渐寒,撑起家居业半壁江山的大咖们齐聚广州,在THINK「家」峰会暨2016中国家居建材品牌发展论坛上,“大家居”的当下与未来的命题激起了领袖们火光四射的思想碰撞。

华美立家是论坛的承办方,也是建材零售流通领域做大家居的一大代表,2016年3月华耐家居、华美立家、中陶投资董事长贾锋曾高调宣布华耐家居全面布局大家居战略,从全国第一大瓷砖卫浴流通企业向第一大全品类流通商迈进,论坛上他对大家居的看法格外引人关注:“原来每个企业都挣钱,每个企业都有自己的市场和渠道,大家都过得去,现在消费者的识别能力、消费能力越来越强,信息越来越对称,但下一步的打法肯定是往死里打,我们通过产品选择与搭配



叶国富棒喝“大家居”,称企业越大、越全越没竞争力。

最大化地满足消费者,同样的展示中心,让消费者买的产品越多,服务成本就越薄。”

在大家居这条路上,华美立家并非形单影只,原本专门生产制造地板产品的圣象、大自然早已入局,以生产橱柜起家的欧派等品牌也争相推出了大家居战略,近两年,家居企业一哄而上,将“大家居”吹到了风口。

### 大家居有无边际?

2016年9月17日,展示面积近2000平方米的欧派全屋定制MALL在城外诚开业,集合橱柜、衣柜、木

门、寝具、卫浴、壁纸以及家具七大品类,并配备家具设计师、全屋规划师,把家装的事儿也顺手搞定,这让人不禁发问:大家居难道没有边际?

“我们窗帘、墙纸都做,但不做接水电,在每个城市会推荐几个合作伙伴,客户跟他们签合同,如果发现不行,就从战略伙伴名单中撤掉。”欧派家居董事长姚良松认为,即使是做大家居一样应该有边际,边界不清会有很多麻烦。欧派家居的大家居战略正如火如荼地推行着,似乎是行业里离成功最近的一个,自2014年提出大

家居战略以来,以橱柜起家的欧派,逐渐向衣柜、木门等领域渗透,整合欧派家居七大品类产品,并设立样板间,真正为消费者打造所见即所得的购物体验的全屋定制MALL,并在全国各地落地开花。“我们从门店中消费者兴奋、发亮的眼睛里看到信心。”

分析人士指出,一味求大并不是大家居的核心,具体到每个企业边界更是不同,做大家居需量力而行,地板、家具、木门、橱柜、衣柜……每个小领域都有自己的行业门槛,随意跨越,即使斥资上亿元也可能是付诸东流。

### 馅饼OR陷阱

就在家居大咖们兴奋地勾勒“大家居”的未来时,迎来了叶国富的当头棒喝:“大卖场销售额都在下降,越大越没有竞争力,消费者体验不好,企业又难做,按照顾客的流量做精、做细才是未来消费升级的核心。”

值得注意的是,征战大家居版图的大军,似乎都处在探索阶段。已经尝到馅饼香甜的姚良松也坦承大家居仍在探索之中,路并没有定型。保持着谨慎与冷静的欧神诺陶瓷总裁陈家旺虽然看到大家居环境里机会很多,但并未明确表态做不做大家居,只说“坚持不犯错,做好产品,做好服务”。

市场竞争日益加剧,美好的“大家居”概念,诱惑着众多专注某一领域的家居企业跳入,然而大家居并非制胜法宝,要小心吃不到馅饼反掉进陷阱。

北京商报记者 谢佳婷

(西境)

XI JING

居然西境进口家装

EASYHOME INTERNATIONAL DECORATION

居然装饰  
EAS DECORATION

蓝色星家居  
BLUE STAR HOME

星饰国际  
STAR-LIVING

联合出品

瑞士

西班牙

法国

德国

比利时

意大利

WORLD 把“世界”搬回家

北四环店 北京市朝阳区北四环东路65号居然之家·居然西境进口家装体验馆 010-87633073

丽泽店 北京市丰台区丽泽商务区西三环南路27号居然之家丽泽店一层西境进口家装体验馆 010-83708608