



家居产业周刊

Home Weekly



家居周刊订阅号

C1-C4

2017.3.30

总第497期 今日4版 每周四出版
新闻热线 64101916
主编 吴厚斌 执行主编 谢佳婷



家装江湖,风云再聚。2017年3月的第四个周末,来自湖南的苹果装饰、面包与纽扣、柠檬树、天地和组团闯荡帝都,分别落子东北三环西坝河西里、东四环慈云寺桥、东四环外青年路,欲在帝都一年30万待装房的体量里争夺一方之地。此前不过一周,“北京土著”业之峰装饰高调发布子品牌“全包圆”、“品德”。新品牌的涌入、新模式的创新,让传统家装品牌不得不慎重应对,一场家装行业的格局颠覆战悄然打响。

“湘军”北上 京城家装格局生变

新品牌组团闯京城

冬去春来,万物复苏,2017年的春天对于北京家装市场来说,不是复苏,而是新生。2017年3月,苹果装饰、面包与纽扣、柠檬树、天地和、全包圆、品德等新品牌在京城集中绽放,任何一个实力都不容小觑。

2017年3月25日,苹果装饰带着“好住”的梦想,在位于朝阳区的红都阳光会馆开出北京旗舰店,宣告着正式入驻京城,面积1000多平方米的体验馆极好地展示了南方人精细的性子。“油渍溅在墙面上,清理很麻烦,尤其是墙砖缝隙的地方;夏天做饭非常热,做完一顿饭下来衣服都浸湿了……”在1:1样板间里,苹果装饰对玄关、客厅、卧室、厨房、卫生间、儿童房等不同空间的痛点进行总结,并给出了具体的解决方案,温暖而细致。

成立于2003年的苹果装饰,目前已经拥有16个品牌,遍布26个省份,成立200多个直营分公司,此次进京赶考,苹果装饰盘算的不仅仅是家装市场份额,它还带来了旗下公装品牌——面包与纽扣以及时尚家居品牌柠檬树。柠檬树被称为“专为年轻人打造时尚家居的美好生活研究所”,展厅除了传统的材料区、体验间以外,还设置了充满人性化设计的水吧、散发着文墨香的美好书店、遍布嬉戏声的儿童游戏区,引导北京青年研究美好生活。

千人齐贺,是2017年3月26日天地和家装豪装工厂店第26家超级旗舰店落户北京创造的盛况。2万平方米的展厅内,20多个风格的家装样板间尽情展示,比自己装至少省30%的工厂价十分诱人。“贵一万补一万,贵十万补十万,不满意砸掉。”天地和家装总裁仲伟现场郑重承诺,让人感觉到这个湖南品牌身上的火辣味儿。

像是心有灵犀一般,在湖南品牌集中进京的3月,“北京土著”代表业之峰抢先发布了针对刚需客户的“全包圆”、小而美



新品牌进入北京带来的是新模式。图为苹果装饰体验馆的样板间,细腻的指示显示出南方企业的体贴用心。

的“品德”,一场新品牌角逐的硝烟悄悄弥漫在京城家装行业。

新模式分切家装蛋糕

北京家装市场从来就不缺品牌,苹果装饰、面包与纽扣、柠檬树、天地和、全包圆、品德争相亮相之所以如此引人关注,是因为它们不谋而合地抛出了全新的模式,每个开业现场都是人潮涌动,不知不觉分切掉家装市场的不少蛋糕。

在开业现场,苹果装饰北京旗舰店总经理邓鹏程公布了苹果装饰打磨三年的创新之作——苹果|当家(苹果装饰旗下首款科学整装产品),从收纳、照明、色彩、工学四个方面,打造70项魔鬼装修细节,以科学整装系统和动人的家居设计细节,1:1呈现未来家的样子。邓鹏程告诉北京商报记者:“苹果装饰目前除了家具和软装,基本上可以做到拎包入住,消费者可以选择的主材种类非常多,例如橱柜有十多款可供选择,而非许多标准化家装套餐

给消费者的选择非常有限。”

作为公装品牌,面包与纽扣推出的整装更为彻底,提出“一站式打造明星店铺”的口号,不仅仅是做装修,还负责前期选址、后期提供媒体包装等服务。

开启“第五代买家模式”的天地和,不光包括设计、人工、水电等所有人工项目,还包括所有主材建材、全房家具和全房家电,且工厂价套餐比自己装至少省30%。“传统套餐中不包的,我们都包了。”仲伟表示。除了整装模式以外,天地和还多了一种工厂模式,它通过两种形式实现,一是自己开工厂,计划在每两个城市之间建立一座工厂,目前已经开设了39座工厂,可以自行生产橱柜、家具门、部分灯具、部分瓷砖,将来会考虑将其他品类也生产,同时成立一个自己的天地和品牌,开设工厂最重要的原因是为了控制产品的质量;二是和材料供应商合作,目前已经与176家建材商合作,通过大规模采购拿到比较低的价格,

从中赚取价格差。

就在这些湘军进入北京前几天,业之峰挥出了三支重剑进军整装江湖,其中,“全包圆”在家装界打造了新的商业模式“超低空飞行·爆款”,以低价锁定刚需,工程、主材、家具、灯具、窗帘等所见即所得;“品德”四大样板间皆由欧洲一线大牌设计师亲自设计,带着业之峰装饰董事长张钧“让大师作品以平民化的价格走进千家万户”的情怀。

新格局颠覆传统格局

作为兵家必争之地,北京除了重要的战略地位以外,还是个潜力巨大的市场。2016年12月6日,全国工商联家具装饰业商会家装专委会发布的《中国家装行业优秀品牌企业发展状况报告》指出,家装行业市场有着1.5万亿元的空间,目前最大的家装企业只能达到60亿元,1000亿元的公司仍未出现。来自万科的数据显示,北京房子总量有700万套,平均每年进行二次装修的比例约4%,加上新房,大概约有30多万套需要装修,仅北京市一年的家装市场规模就在900亿-1000亿元。

“我们有信心在帝都一年30万待装房的体量里占据一方之地。”邓鹏程这话说出很多带着新品牌来到北京的家装开拓者的心声。新品牌带来的新模式,正在打破北京家装市场的传统格局。

十多年来,“京城十大家装公司”宝座基本上是东易日盛、业之峰、实创、今朝等那么十几个熟人轮流坐庄,爱空间等互联网家装的横空出世,让转型艰难的老家装品牌倍感压力,一些甚至悄然消失了,如今外来军团的蜂拥而入,更将传统品牌逼到了不得不变革的境地。“业之峰今年将迎来20周年,能活到20岁的家装企业不足3%。”在业之峰成品家装三剑齐发的发布会上,张钧表示,坚持创新是业之峰走到今天的重要原因。新品牌、新模式的角逐,一个颠覆传统的京城家装新格局正在酝酿形成。

北京商报记者 谢佳婷



· 家居红木城

红木精美真,如玉如黄金。
人生路漫漫,红木永相伴。



主营: 红木家具、古老家具
石刻、石雕、古玩杂项
根艺根雕、文玩把件

地址: 东南四环十八里店南桥往北200米红绿灯(吕家营餐饮街南口)见红木第一城牌楼左转弯直行即到。 电话: 87699006、87699007、87698791 网址: www.jhjm.cn