



家居产业周刊

Home Weekly



家居周刊订阅号

C1-C4

2017.4.20

总第500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



吴晨曦低调介入 詹绵阳全身投入 幸福民大举深入 门窗成家居大鳄下一个拓展风口

随着索菲亚、好莱客、尚品宅配、欧派等一批定制家居巨头相继敲钟上市，家居行业下一个风口会在哪里？TATA木门创始人吴晨曦、在好莱客敲开资本大门后功成身退的詹绵阳，以及定制家居知名品牌诗尼曼董事长幸福民，都不约而同地将触角伸向了一个“老”行当——门窗。精装房成趋势、老房换窗时代来临、门窗江湖远未排定座次，巨大的商机等着开掘，以吴晨曦、詹绵阳、幸福民为代表的家居巨子争相跨界，使得门窗行业成为下一个值得关注的定制大风口。

门窗新军来势凶猛

2017年4月17日，在TATA木门京城首个大店居然之家十里河展厅中，一张施工隔板围住了三层大店展示区。工作人员告诉北京商报记者，预计7月展厅将装修完毕，新展厅中将专设一处空间展示TATA新款门窗。而在居然之家北四环TATA木门这个1600平方米的超级体验店里，位于内侧一角已经专门设置了一处室内场景展厅，主角不再是TATA木门，而是四到五款TATA门窗。

一直专注木门的吴晨曦从没有在公开场合谈及介入门窗领域，可谓相当低调。相反，好莱客原总经理詹绵阳在辅佐老东家上市之后，随即交出帅印，全身投入到集成门窗行业。2017年3月31日，詹绵阳带着自创的集成门窗品牌“美诗固”高调亮相第八届中国（广州）门业博览会，宣布蛰伏一年的战果：美诗固成立一年，已将渠道布局到全国50余个城市。

另一个定制家居品牌诗尼曼，则在门窗领域采取了大举深入的策略。2002年便试水互联网推广纱窗的幸福民，在带领品牌实现连续十年70%增长之后，2015年再度将重点向门窗行业倾斜：在当年衣柜新品“月光宝盒”首发的同时，诗尼曼宣布正式成立门窗事业部，在完善衣柜、布局橱柜的基础上深度拓展门窗。幸福民告诉北京商报记者，截止到2017年3月，诗尼曼门窗专卖店已在线下布局超过300家，预计2017年底店面将达到500家。



居然之家北四环店的TATA木门大店里，门窗成为一道靓丽的风景，意味着吴晨曦已带着TATA低调介入门窗行业，门窗也成为下一个家居定制风口。

与美驰、森鹰、爱乐屋等深耕多年门窗行业的老品牌相比，TATA、美诗固和诗尼曼只是门窗行业的新面孔。不可忽视的是，它们背后都有在其他领域颇有建树的产业支撑和经验后盾，吴晨曦、詹绵阳、幸福民更是家居行业领军人物，纵是门窗新军，也是来势凶猛。

满足需求各出奇招

进入新领域，满足新需求，离不开新产品、新思维、新战略。无论是TATA、美诗固还是诗尼曼，都是各出奇招。

TATA在木门领域已经形成的市场渠道、品牌口碑、制造能力和产品特色，让它在从室内木门跨界到更为广泛的门窗行业时，有着不低的起点。TATA木门一位工作人员告诉北京商报记者，延续TATA木门一贯的高品质定位，TATA门窗以高端的铝包木为主要材质，同时继承TATA木门的静音定位，最高可降噪50分

贝。更强的竞争力来自产品自身的配套性，门窗颜色、风格可根据木门种类随意定制。进军门窗领域，意味着TATA将可以包揽木门、窗套和窗体，实现居室整体风格统一。

美诗固则直接提出“集成门窗”概念，自辟一片新蓝海。詹绵阳提出的这一新概念颇有诱惑力：将家具、地板、墙壁、天花与门窗一道进行一体化集成组合，打造美观坚固、隔音静音、隔热节能、防蚊防盗、防水遮阳及装饰一体化的门窗解决方案。

已经在衣柜和橱柜领域深度布局的诗尼曼，涉入门窗行业无疑是为大居战略再添砖加瓦，使其“全屋定制”更加完善。诗尼曼在衣柜领域十余年积累的生产、渠道、安装和后期服务经验都将为门窗事业板块提供支持，而门窗领域这一新房装修前置业务和老房改造必备业务，又将为衣柜、橱柜业务板块吸引更多流量，达到双

赢的局面。

把握商机杀出重围

门窗“土著”纷纷发力，家居大佬跨界“截和”，一直在装修中被忽视的门窗行业，近几年突然变得热闹起来，精装房成趋势、老房换窗时代来临和门窗江湖远未排定座次的市场格局，是搅动这一潭清水的动因。

舍毛坯房，拥抱精装房，工装行业这一趋势催热了门窗市场。门窗采购由价格主导，转而将消费者个性化需求纳入考虑之中，这种转变为门窗品牌提供了自由成长的土壤，也让TATA木门和诗尼曼在定制领域的经验获得用武之地，更让成功运作定制家居企业好莱客上市的詹绵阳看到了巨大的商机。

换新时代来临，使门窗产品的市场需求呈指数级攀升。窗户使用十年以上，早已变形生锈，更换窗户往往是老房装修的第一步。颜值必须在线的同时，降噪、防雾霾、防儿童坠落等要求也纷纷提出，这些新课题让沃伦、维朗、绿盾中天等一批在专利技术上积蓄已久的品牌杀出重围，也给TATA、美诗固、诗尼曼等新军纷纷携独有技术跨界抢夺蛋糕创造了机会。

市场蛋糕足够大，竞争对手多是马路游击队级别的小杂牌，门窗市场远未饱和。一位业内人士指出，目前直接面向家装市场的门窗品牌，还没有一个市场份额超过1%，门窗行业进入考验品牌的时代。已经在木门定制领域有着丰富品牌运作和生产经验的吴晨曦，曾辅助好莱客上市如今又全身投入于门窗行业的詹绵阳，在衣柜行业摸爬滚打十余年熟悉定制规则的詹绵阳，三位身经百战的家居老将将成为门窗新军，让门窗成为下一个定制风口，也让这一行业的未来走向变得扑朔迷离。

不过，想要分羹门窗红利，并不容易。维朗门窗总经理张伟表示，门窗行业最终拼的是物流配送和安装能力，因为门窗产品体积大、易损坏且维修难度高，行业门槛较高，这也是门窗新军们需要及时补足的一课。

北京商报记者 曲英杰



· 红木家具城

红木精美真，如玉如黄金。
人生路漫漫，红木永相伴。

南四环吕家营

· 古老家具石刻市场

让古老再度流行
经典永不落幕！



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