

· 行业纵横 ·

集美家居备百台电器大奖庆周年

北京商报讯(记者 曲英杰)“购物抽家电,100台电器大奖抱回家”,这场将于4月21日-23日由集美家居卢沟桥店发起的“3周年店庆半价日”活动中,凡购物满500元的消费者均可获得抽奖券一张,多买多得,上不封顶。北京商报记者了解到,集美家居准备了100台电器作为奖品,包括58英寸液晶电视、四开门冰箱和滚筒洗衣机。

除了百台电器外,为了庆祝3周年庆典,集美家居卢沟桥店还推出多种别开生面的活动,如推出“10升100元”和“30升300元”现金券,活动之前11日,顾客可通过官网抢购现金券;此外,集美家居卢沟桥店还推出了购物返现金,最高可返30%。活动期间,集美家居卢沟桥店还将发行奥特莱斯会员卡,持卡即可购买全品牌限量奥特莱斯产品,最低5折起售。

香河国际家具展销售额将超30亿元

北京商报讯(记者 谢佳婷)香河国际家具城首次办家具展效果如何?北京商报记者获悉,以“‘俱’会香河,体验世界”为主题的中国·香河国际家具展,在4月10日开幕首日就交出销售额5.1亿元的成绩单,截至2017年4月18日,城内参展商4218家,外来参展商200家,接待采购商及周边消费者近30万人次,按家具城范围内工行、建行、农行、信用社提供的信息,这几天累计销售额突破29亿元,预计展会期间销售额将超过30亿元,采购商将突破32万人次。

北方不缺家具展,但首展就能取得如此佳绩并不多见,香河国际家具展有何独特之处?除了借助香河浓厚家具文化底蕴的先天优势以外,由中国家具协会、河北省家具协会、香河国际家具城共同举办的中国·香河国际家具展,还向众多国际、国内家具品牌发出邀约,并加大B2B、B2C网络商城的建设,将VR技术与传统家具购物理念相结合,打造了香河家具购、家具e购等网上家具产品搜索平台,让消费者在香河国际家具城数百万家具中能快速筛选产品,完成购买。

大自然家居举办原创设计师沙龙

北京商报讯(记者 曲英杰)2017年4月10日,一场以“从心发现大自然”为主题的原创设计师沙龙在福建福清落地,这是大自然家居2017年首场设计师活动,携手“80后”日籍建筑师青山周平,大自然家居发起了“设计+自然”大讨论。

这并非是大自然家居首次举办原创设计师沙龙,2016年6月,大自然设计工坊低调亮相,面向两岸三地招募产品设计合伙人,并且多位明星设计师启动“有态度的设计”原创设计师沙龙,呼吁更多人关注原创设计。

相比2016年的处女秀,此次设计师沙龙有三大升级:邀请嘉宾从国内设计师升级为国际知名设计师,拓展国际视野;增加我国台湾、欧洲游学项目,为设计师搭建更为开放的学习交流平台;不仅展示国际高端产品,还将展示品牌旗下全品类产品。

嘉宝莉首获美国绿色卫士认证

北京商报讯(记者 曲英杰)2017年4月11日,嘉宝莉集团家装漆事业部副总经理罗志清接受了美国UL公司全球副总裁Carlos Correia颁发的UL GREENGUARD绿色卫士认证证书,这一证书是北美首个特别针对商业建筑产品的产品排放认证,堪称世界上最严格的室内空气质量标准之一,从此前获得者名单中可见一斑:华为手机、联想电脑、海信电视……紧随这些知名家电品牌,嘉宝莉成为了国内首家产品获得UL GREENGUARD绿色卫士室内空气质量认证的涂料企业,标志着我国涂料行业产品达到了严苛的欧美环保标准。

此次通过UL GREENGUARD绿色卫士认证的,是嘉宝莉旗下海藻泥3代墙面漆产品,历经六年升级迭代,这款墙面漆产品还先后通过了法国A+认证和国内低排放A+标准以及十环II型认证,同时具备净味无添加配方I级抗菌、防霉、耐污、强力耐擦洗等特点。

“我们以前是产品提供商,如今开始打造一个强大的平台,一个制造、设计、资源共享的平台。希望通过大自然设计工坊,开拓设计师渠道,传递更多的信息和资源,让大家来分享。”大自然家居市场总部总经理姚武鹏表示。

居然元洲率先推出适老装修

家居老年房缘何姗姗来迟

“儿童房”不再是陌生词汇,儿童家具、儿童地板、儿童涂料都形成了成熟产业,但几乎家家都有的老年人,在装修、家居方面的需求却往往被忽视,“老年房”不见踪影。2017年4月15日,以居然之家专业养老用品服务平台——居然福康为后盾,居然元洲宣布全面启动适老装修服务,率先迈出这一步开辟适老装修的先河。老年房尽管姗姗来迟,却是一个巨大的蓝海,摆到了家装企业面前。

居然元洲的新动作

4月15日,在居然之家北五环店召开适老装修发布会之际,卖场3号门主干道一侧的适老装修体验馆迎来了参观小高潮。

方便轮椅通行的无障碍地面,马桶前端、鞋凳、床头附近的可折叠助力扶手,坐式淋浴器、可升降移动的床品……这些服务的“适老”定位,体现在体验馆的每一个细节中。“老年人的家居需求,不应停留在美观、质量和环保,应更多强调生活方式、功能性和舒适性,为老年人提供健康关怀。”居然元洲装饰总经理田志国表示。

免费咨询、解决方案、贴心设计、产品支持、专业施工、全程直播、管家服务和评价追踪,根据老年人的个性化需求,居然元洲推出了八大适老专项服务,26项适老解决方案。如针对不同年龄段的老人,居然元洲还提出了不同的空间方案:如60到64岁的老人尚处于健康活跃期,需增加抽屉方便取用物品;65到74岁的老人依然

品牌看点



床头附近的助力扶手可减少老年人起身的困难

可自理自立,建议增加夜灯等便利措施;对于75到84岁行动迟缓的老人,增加扶手非常必要;85岁以上的老人离不开照顾护理,改造空间方便轮椅行走必不可少。

此外,居然元洲将与居然之家专业养老用品服务平台——居然福康进行全面深度合作,居然福康将为元洲装饰业主提供老年人能力和居家环境评估、养老用品专业配置服务以及对老年人能力状况持续跟踪等服务。

老年人的尴尬地位

“我奶奶今年86岁了,她更愿意守着老宅子,每逢周末我父母会回去看望她,每逢春节我们这些孙辈的也都会回到老家,这些是她最开心的时光。中国老人90%以上更愿意守着自己的家,待在自己熟悉的环境里。爱他们,就给他们所需要的。”以自己奶奶的经历开场,田志国将情感作为居然元洲发力适老装修的出发点。

情感背后,这个市场还有着颇为广阔的前景。国家住建部住宅产业化促进中

心处长娄乃琳表示,截至2016年,我国60岁以上老年人口已达2.22亿人,占总人口的16.1%,未来20年中国将进入老龄化高峰,到2050年,中国老人人口将达到4亿到5亿,占比达35%。据估计,90%的老人更倾向于在社会化服务的帮助下居家养老,这也成为目前国内养老政策导向。

体量足够大,老年装修市场的“春天”缘何姗姗来迟?业内人士分析,老年人本身就是家庭资金分配的决策者之一,不少人更愿意将家庭资金向孙辈倾斜,忽视自身需求;在不少年轻人看来,父母退休后,往往成为家庭附属,例如照顾孩子的保姆,而非被照顾的对象,年轻夫妻的注意力更多会集中于孩子而非老人;社会大观念显然也并未照顾到老年人的需求,老年人的装修标准停留在成年人普遍需求的层面,尚未进一步开掘。

开拓新蓝海的机会

家装行业近年来对装修需求的挖掘,让居然元洲此番进军适老装修产业

有了先例借鉴:2015年初爱空间首次打出“家装平米套餐报价”,随后在2016年迅速占领以厨卫翻新为主流的局部翻新服务,挖掘不同群体消费者的装修痛点,已成为行业开辟新蓝海的着力点。

适老装修俨然成为一片广阔蓝海。据统计,到2030年,养老产业市场将达到13万亿元的水平,以儿童装修市场发展状况推算,老年装修也将是一个百亿级市场。广州酷漫居动漫科技有限公司创始人兼CEO杨涛曾估计,儿童整体家居行业的市场规模可达700多亿元,其中,仅立邦儿童房刷新服务,便可达到年两万单的市场规模。伴随着中国家庭结构的原子化,传统社会中的“四世同堂”场景很难出现,更多老人或许将面临着“空巢”困境,通过装修改造,让家更安全、舒适,自然必不可少。

“在尚未变老的时候就要做好准备,迎接养老时代的来临。”北京居然福康养老用品服务有限公司总经理李淼表示。

北京商报记者 曲英杰

老牌新貌 澳比德开出京城第七店



澳比德居然之家玉泉营店开业,顾客受到尊崇,坐着吃着享受精细服务。

北京商报讯(记者 谢佳婷)2017年4月18日,京城橱柜老牌澳比德居然之家玉泉营店正式开业,这是继居然之家丽泽店、十里河店、北四环店,集美定慧桥店、卢沟桥店及城外诚店之后,在京开出的第七家店。作为诞生于京城本土的第一批橱柜品牌,在图腾宝佳等诸多同辈老品牌早已在市场竞争中消失的大背景下,澳比德反倒逆势而上,不断创新、开店不断,显示出品牌蓬勃的发展力。

此次开业的澳比德居然之家玉泉营店面积共100多平方米,以实景样板间的形式,展出了澳比德的主打橱柜精品及四款全

新产品:德式系列、木纹系列、欧式现代系列和美式实木系列,全面覆盖当下主流风格需求及中高端消费群,精准出击京城橱柜定制市场。在推出新产品

的同时,澳比德还在新店引进了可以让顾客“所见即所得”的设计软件,从确定户型图,到选定橱柜产品风格、色彩等信息,12-15分钟即可看到实景装修

效果。这是继3月首开行业先河推出突破行业“工期长、交货难”痛点的“7天安装”之后,澳比德在服务上的再升级。

产品、服务的不断创新,正是澳比德在北京市场生存并蓬勃发展的秘诀所在,随着第七店居然之家玉泉营店的开业,澳比德在京的渠道布局也逐渐完善,占据了京城家居市场东南西北各大要塞。澳比德全屋定制执行总经理张■表示,新店开业后,将以此为模板,2017年内在北京再开2-3家新店,产品、服务、渠道三方发力,全面抢占京城橱柜市场,展现京派老牌橱柜的新风貌。