



# 家居产业周刊

## Home Weekly



家居周刊订阅号

# C1-C4

2017.12.6

总第529期 今日4版 周三出版  
新闻热线 64101916  
主编 吴厚斌 执行主编 谢佳婷



·年终盘点·

# 2017中国家居业十大热词

## 热词一：新零售

单纯线上是伪命题,构建线下成为必然,马云提出的“新零售”概念在2017年开始向家居业蔓延。9月,带着首个家居新零售范本光环的“家时代”亮相杭州西湖银泰广场,500平方米的店面包含2万个SKU,电子价签、品质可感……线上线下高度融合,让人感觉家居距离新零售不再遥远。

**商报视点:**对于家居行业而言,消费者想要体验的不仅仅是价格和品质,如何解决家居场景式体验和大件家居用品的体验,是所有想要步入家居新零售的企业需要思考的一个重要课题。

## 热词二：整装

整装是从传统家装、互联网家装之外派生出来的一种新模式,不仅仅完成硬装,而且把所有软装、配饰全部配齐,完全拎包入住,被认为是家装的终极模式,颇受推崇,2017年众多家装公司纷纷深化整装布局。

**商报视点:**看似高大上的整装,实质上不过是一些传统家装公司无利可图之后,试图打包一些产品赚取利润的新玩法。整装是否真正红火,关键不在模式,而在是否真正满足消费者需求。

## 热词三：明星

2017年,明星频频出现在家居卖场,仿佛成为企业做活动的必要配件。有人戏言:要想见明星,不用去电影院,也不用去时尚圣地,直接去家居卖场就好了。

**商报视点:**明星给家居企业带来多大效应尚且不论,但卖场营销需要人气,品牌营销需要噱头,通过明星聚拢人气、营销品牌,明星还赚取银子,大家都乐意,岂不美哉?

## 热词四：共享

在共享经济的风口上,家居行业思维快速打开。一批批按摩椅进入家居卖场,为消费者提供自助式服务;一些独立店开始让出部分面积,与其他品牌建立共享店,企业与企业之间也联合开店,寻求共享多赢;

**2017年接近尾声,家居行业一个个热点仍然在寒风中涌动。北京商报《家居产业周刊》根据这些热点的关注度、影响力、传播性,总结出年度十大热词——新零售、整装、明星、共享、转移、资本、定制、VR、设计、家居展,以期对经营者产生启迪,对消费者提供参考,为行业来年发展提供方向。**

获得300万元天使轮融资而迅速蹿红的“抖抖家居”,更是直接打出首个“共享家具”品牌的概念。

**商报视点:**通过共享达到资源合理利用,是一种不错的理念,但家居行业除了按摩椅真正实现共享以外,其他大多数共享家居不过是在炒作概念罢了。

## 热词五：转移

2017年,家居企业从北京等大城市搬离,实现产业转移,不再是大势所趋,而是必须之举。搬出京城,并不意味着转移的实现,承接地对环保的要求依然苛求,使得不少企业不得不增加环保投入,甚至二次转移,很多企业在转移大潮中被逼退出江湖。

**商报视点:**换一个地方,污染问题不解决,照样会被嫌弃的对象。从心里重视环保,舍得投入,有能力投入,才是立业之本,也是企业能够继续发展的基础。

## 热词六：资本

2017年争相上市的家居定制企业在进入资本市场后,因坚持主业取得傲人业绩,一些卖弄概念的互联网家装在资本的武装下,短时间内迅猛扩张而后迅速凋敝,相互投资、跨界投资潮流也在家居圈内悄然涌动。

**商报视点:**资本的入局,让家居行业竞争变得更加波诡云谲,在资本的加持下,发展可能变得更快,死亡也可能更快,这就要考验企业利用资本的能力了。

## 热词七：定制

定制家居在2017年呈现极其火热的态势,不仅定制企业集体火热,而且地板、木门、传统家具企业都纷

纷转向定制,一时间,无定制、不家居,全民玩儿定制。

**商报视点:**盛极必衰,在大家都看好定制是赚钱的风口之时,也就是很多企业步入下坡路的开始,这个时候一头撞进去的企业,当心自己牺牲了,还要帮对手扛大炮。

## 热词八：VR

VR虚拟现实技术2017年在家居行业相当受宠,“720度沉浸式全景体验”的标语随处可见,VR体验区成为展厅标配,几乎所有厂家都宣扬能实时看到设计效果,无VR就仿佛是落伍。

**商报视点:**通过VR看到的光鲜场景,实际上在粗放的家居企业手中,根本只是空中楼阁。交付与设计的错位,让VR不过是营销的一个道具,真正服务消费者还很遥远。

## 热词九：设计

米兰家居展上,中国家居企业派出强大展览团队;北京设计周及各种展会上,家居企业争相推出新设计产品。火了很多年的设计,2017年在家居行业更加火爆,哪个企业不做设计就是落后,不喊设计就不合潮流。

**商报视点:**设计对于企业来说必不可少,但现在的所谓设计无非是设计师闭门造车,难接地气,炒热了一批设计师,忽悠了许多企业,坑骗了不少消费者,真正的设计仍然悬在空中。

## 热词十：家居展

2017年广东三大家具展依旧火热,搬到上海的家具展也开始站稳脚跟,广州建博会更是人山人海,居然之家在北京的首展也初获成功,展览作为一种产业,以京沪粤三地为主体,在家居业持续升温。

**商报视点:**尽管招商这种传统需求正在转弱,但很多企业还是要参加展览的,一方面需要宣传品牌,另一方面还得给主办方捧场,至于展会的实际效果,只有当事者自知了。

北京商报记者 谢佳婷

