

一年新开千店 敏华控股逆势扩张

“2019年，我们将再开1000家门店。”3月18日，深圳国际家具展开幕前一天，敏华控股董事局主席黄敏利在敏华控股全球合作伙伴答谢宴会上，当着数百名家居行业老板的面郑重宣布，此时敏华控股在全国的门店数量已达2500余家。凛冬已至，众多家居企业缩减店面数量准备猫冬，敏华控股却喊出再开千店的目标，逆势扩张，底气何在？

人头攒动的展厅

逆势扩张，需要的不仅仅是勇气，更是人气。

2019年3月19日，深圳国际家具展开幕当天，深圳会展中心汇集了来自天南海北的参展商和观众，其中在软体家俱馆，敏华控股旗下品牌芝华仕沙发的展厅被参观者挤得水泄不通。大多数人都是冲着芝华仕的名气去的。上海的李女士在芝华仕沙发旁端详许久，抚摸面料，又坐上去感受了一番，甚是满意，“听说芝华仕的沙发特别舒服，这回算是体验到了，我打算买一套回去”。北京的吴女士与李女士一样慕名而来，她是买来送朋友。

人头攒动的展厅，商机涌动，许多来自全国各地的经销商争相与芝华仕

达成合作意向，他们看中芝华仕的现在，相信敏华控股的未来。2018年，家居行业整体增速趋于放缓，许多家居企业收缩店面，甚至有的已经关门，敏华控股的业绩反而从2017年的85亿元突破到100亿元。“相对于全国家居行业3万亿元的市场潜力来说，100亿元只是很小的一部分，连1%都不到，远远没有到我们的目标。”敏华控股执行董事兼大中华区副总经理黄影影在接受北京商报记者采访时十分淡定，撞线百亿大关，给了敏华继续扩张的信心，也让经销商甘愿跟随。

此外，芝华仕的品牌形象也随着业绩增长深入人心。2016年，芝华仕沙发签下天王巨星刘德华作为品牌形象大使，伴着刘德华富有亲和力的笑容，“芝华仕沙发，把头等舱带回家”的宣传语在各大机场和高铁站反复传播，舒适的芝华仕沙发也就进入了千家万户。

特殊的颁奖嘉宾

北京居然之家投资控股集团有限公司董事长汪林朋、红星美凯龙家居集团董事长车建新，这两位家居大佬同时现身本身就少见，两人同时登台颁奖，更像是传说。

微笑、授牌、双手竖起大拇指合影……展会开幕前一天的3月18日，敏华控股全球合作伙伴答谢宴会上，汪林朋、车建新同时登台为敏华控股2018年度优秀店长颁奖，气场十足。两

位大佬不仅仅是在为店长颁奖，更是传达两大家居卖场巨头对敏华控股大扩张的支持。

这些优秀的店长是敏华控股新开千店最重要的基石。2012年，敏华控股启动了单店盈利战略，经过多年的优选，涌现了一大批盈利能力很强的店长。在单店盈利战略的助力下，店员增加了收入，店长赚到了钱，自然有更多的人愿意开店。

截至2019年3月，敏华控股已在全国拥有超过2500家门店，支撑这些门店盈利的，是敏华控股强大的生产、物流体系。黄敏利表示，敏华控股从意大利、德国、日本等国引进多组世界先进生产设备，在全球设立11个生产基地，在中国，敏华以广东、江苏、天津、重庆五大制造基地为配送中心，自建超过300辆专业物流车在内的配送体系，形成覆盖30个省、自治区和直辖市的市场网络，使得健康舒适的沙发、床垫和智能家居可以快速送达消费者家中。

强势的线下渠道

在盛大的、上千人参加的敏华控股全球合作伙伴答谢宴会上，坐在主桌的除了车建新和汪林朋，还有月星家居董事长丁佐宏、欧亚达家居董事长徐建刚、克拉斯家居董事长王大为以及各个流通渠道的巨头，他们来不仅仅是为黄敏利站台，更是为敏华控股提供店面展位，敏华控股拓展的1000家新店就将开

进这些全国知名的家居卖场中。汪林朋在现场承诺：“居然之家将为芝华仕的经销商提供最好的店面位置。”车建新和丁佐宏也表示，将为芝华仕新开1000家店提供支持。

“对于芝华仕来说，线下渠道仍然是主场。”黄影影认为，虽然线上消费是大趋势，敏华在电商方面也进行了拓展，但消费者在选购高端家具的时候，更注重线下体验感，会亲自摸一摸产品，所以芝华仕更适合到居然之家、红星美凯龙、月星家居、欧亚达家居、富森美家居等主流卖场中开店。

“2018年，线下渠道的业绩占敏华总体的90%以上。”黄影影表示，除深耕功能沙发外，敏华还将业务拓展到床垫、布艺等品类，已经拥有了芝华仕、头等舱、NICOLETTI（尼科莱蒂）、Bradington Young（伯恩名家）、HMi（伯爵美家）等五大品牌、9个系列。此外，敏华的店面数量也在不断增加。来自亿欧的数据显示，1996年敏华在深圳开出第一家芝华仕专卖店；2010年10月芝华仕在内地门店突破千家；2017年芝华仕门店数量达到1504家；截至2018年9月30日，敏华在华门店达到2516家。

品类的扩大、店面数量的增加和单店业绩的增长，给了敏华逆势扩张的底气。品牌深入人心、产品家喻户晓、营销体系健康发展、合作伙伴源源不断的扶持，敏华控股正向着更大的目标前进。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

行业动向

提升睡眠效率 慕思发布全球首款人工智能床垫

北京商报讯（记者 谢佳婷）在这个无眠的时代，用传统的睡眠方法已经无法解决问题了，数字化产生无眠的烦恼就要靠数字化的睡眠解决方案来解决，所以只有人工智能才能带领人类进入深度睡眠时代。”2019年3月19日，在由中国睡眠研究会、慕思寝具联合举办的“AI时代·智慧睡眠”——2019世界睡眠日主题论坛暨慕思T9智能睡眠系统发布会上，慕思寝具总裁姚吉庆现场发布了全球首款人工智能睡眠系统——T9智能床垫。

T9智能床垫是全球首款运用人工智能打造出的自适应智能化产品，其核心技术在于慕思寝具首次将“智能调节”“睡眠监测”与“科学分区”三项人工智能技术结合在一起。它的工作原理是通过床垫感应到人体的数据，再由手机App传到云端，云端有100万的数据，还有不同的睡感，把个体的数据跟9.3万多条数据进行匹配，用人工智能进行调节，通过不同的反馈，不断地深化，让深度睡眠时间达到最长，从而提升整个睡眠效率。

“T9智能床垫开拓了智慧睡眠新时代，这套系统在全球来说都是跨时

代的。”姚吉庆透露，T9智能床垫由慕思寝具、澳大利亚睡眠研究所以及萨尔兹斯奎大学失眠研究室联合打造，历时五年，包括三年研发以及两年的实验认证，做了3万次的压力实验，才诞生了全球真正意义上的智能睡眠床垫。

作为出席本次活动的重要嘉宾，阿里巴巴集团副总裁刘松对慕思寝具研发的首款人工智能床垫给予了高度评价：“慕思从T9智能床垫出发，正走向一个万物有灵的健康生态，所谓人工智能、物联网、5G等技术，其实就是一个为了万物有灵的服务，服务一个有灵性的的生活状态”。

会上最新发布的《2019中国青少年儿童睡眠白皮书》覆盖内地31个省、市、自治区及港、澳、台地区，囊括了67564名国内样本量，数据显示，有62.9%的青少年睡眠不足8小时，其中13—17周岁青少年睡眠时间严重缩短，睡眠时长低于6小时的占比高达81.2%。除了课业压力、3C产品的影响以外，睡眠环境也是影响青少年儿童睡眠的重要原因，借助人工智能手段改善青少年儿童睡眠状况将逐渐成为主流趋势。

“寻布中国”首发 帝标重新定义布艺沙发

北京商报讯（记者 谢佳婷）传统文化与沙发碰撞在一起会发生什么？2019年3月19日，第34届深圳国际家具展开幕首日，深耕布艺沙发16年的软体家居领军品牌帝标家居，携手人类非物质文化遗产宋锦织造技艺国家级唯一代表性传承人钱小萍大师共同推出新品锦作锦程，引来众多嘉宾观赏。这场特别的新品发布，意味着一个新的开始，帝标家居“寻布中国”第一季正式启航。

“寻布中国”由帝标家居联手中国非物质文化遗产宋锦制造技艺大师发起，希望探寻、传承中国传统布艺文化，复兴传统工艺技术，通过家居市场和现代生活对布艺产品的重新解读，重塑传统布艺文化价值。作为“寻布中国”第一季的主题作品，锦作锦程有一种特别的传统文化气质，它的造型参考帝标经典的孔雀椅，面料选用钱小萍大师监制的宋锦，既华丽又优雅，演绎了传统宋锦与现代时尚的完美结合。

“随着市场环境和消费理念的不断变化，人们对布艺文化、品质、品味、审美等更深层的需求逐步提

高。帝标家居在聚焦‘沙发’品类的同时，希望深挖中国传统文化的核心价值，让中国传统通过布艺沙发文化和现代设计，形成享誉世界的中国布艺沙发品牌，让更多人享受中国布艺沙发带来的生活改变。”帝标家居营销中心总经理雷驰透露，从2019年1月开始，帝标就从“丝绸之路”出发，寻访了宋锦、蜀锦、云锦、缂丝的织造大师和专家学者，寻求传统布艺文化与现代家居产业的有机融合，与宋锦大师合作的新品是一个全新的开始；在接下来的寻布之旅中，我们还将继续结缘传统布艺文化领域的大师们，携手为“中国布艺沙发”输入传统内涵，为非物质文化遗产的传承与再造做出自己的一份贡献”。

分析人士认为，众多布艺沙发品牌争相向国际潮流靠拢，帝标家居却埋头挖掘中国传统文化的内涵，在同质化较为严重的布艺沙发市场，这种差异化路线颇有看点，随着“寻布中国”影响力不断扩大，中国布艺在全球布艺产业中的影响力与形象也会随之提升。