

# 德国玛堡壁纸拓展布艺坚守纯进口

进入中国市场20多年,德国百年品牌玛堡壁纸终于在品牌名后加了个后缀——布艺。

2019年3月下旬,以位于北京住邦2000的玛堡之家北京展厅为据点,德国玛堡壁纸启动布艺招商。“走进展厅的德国玛堡经销商99%都签约了布艺。”德国玛堡中国区负责人向北京商报记者表示,玛堡壁纸拓展布艺瞄准的是高端布艺市场,布艺产品仍然坚持高品质“欧洲纯进口”,研发和设计均由德国玛堡壁纸总部操盘。

这一次是中国市场推动德国百年品牌的转变,不变的是,德国玛堡布艺品类将继续死守“欧洲纯进口”。

## 入局布艺

专注壁纸170余年的德国玛堡,终于迈出了布艺这一步。

2019年3月26日,玛堡布艺首秀上海建博会。展馆里,这位百岁巨人首次以德国玛堡壁纸·布艺新形象公开亮相,成为参观者关注的一大焦点。步入展厅,映入眼帘的是一面开满白色兰花的帷幔,犹如一件软雕塑。它是德国玛

堡创意设计总监费利克斯·迪纳(Felix Diener)为德国玛堡独家设计的《Primus壹壹》系列中的一款,该系列主要灵感来源于大自然,融合了水、火、空气、土四大元素,有的像阳光反射下的都市建筑,有的如同柔软的云朵。展厅中,各种极具设计感的布艺与壁纸相互搭配,唤醒人们的感官,启迪着人们打造专属设计空间的灵感。“可以用它做软隔断。”一位参观者托腮轻语。

入局布艺,玛堡不再仅仅是壁纸。让一个百年品牌改变并不容易,推动德国玛堡发生历史性巨变的是中国市场。近两年,国内墙饰上演春秋混战,墙布崛起挤压壁纸江湖,软装成为趋势,向尚未形成品牌的布艺延伸,抢占高端布艺市场,成为德国玛堡强化中国市场至关重要的一步。

这一步,德国玛堡国内经销商已经等了很久。3月18日,玛堡之家北京展示中心,德国玛堡布艺全球首发,近300名经销商鱼贯而入,99%当场签约,拿下玛堡布艺经销权。“我们对布艺新产品在中国的上市和发展充满信心。”德国玛堡全球执行长沃夫·卡本(Wolf

Kappen)透露,未来德国玛堡布艺将开启全球战略,把布艺业务扩展到全球。

## 死守纯进口

入局布艺,玛堡将死守“欧洲纯进口”战略。

展厅内,一排精美的布艺产品旁边竖着一块红色的牌子,上面明示着“欧洲纯进口”,图片右下角还有几个小字:“玛堡出品,欧洲制造”,简单的几个字宣示着它的高贵血统。北京商报记者了解到,玛堡布艺的设计和研发都是德国玛堡总部负责,生产委托欧洲优质布艺工厂,其中最年轻的工厂也拥有30多年历史,有一些甚至是百年企业。国内布艺市场巨大,但缺乏大品牌,同质化严重,玛堡要用高品质的“欧洲纯进口”撬动这个巨大的市场。

“欧洲纯进口”映射的是高品质,坚持使用原生纱线、经过10000次捻经,玛堡欲以高品质抢占高端市场。也许因为玛堡布艺设计掌门人是拥有丰富奢侈品布艺设计经验的费利克斯·迪纳(Felix Diener),在玛堡布艺上还可以捕捉到奢侈品的设计美感。比如大胆地

将玛堡的LOGO融入产品主图案设计,中式的龙、西式的皇冠与LOGO巧妙组合,浑然一体,不仅有一种独特的美感,而且令同行难以抄袭。

将视线从一款款布艺产品上收回,再次注视费利克斯·迪纳(Felix Diener)的眼睛,仿佛听见他在说“相信我的眼睛”“每一款设计都是喜悦”……

## 筹谋壁布

德国玛堡手中还有一颗没有拿出的棋子——无缝壁布。

所有的无缝壁布都是基材纸和饰面材料复合而成,没什么核心技术壁垒,但布基本上没办法通过后续的工艺改变,玛堡要在布的表面做特殊处理,形成新的工艺印刷,让布不仅仅是基材,而是更完美的饰面材料。据透露,德国玛堡现在连生产无缝壁布的版样都准备好了,随时可以上无缝壁布产品。

万事俱备,但玛堡却并不急于出招,它还想再观察一下,墙饰的春秋混战中壁布还能热闹多久?对于玛堡来说,进入新市场,不能晚,更不能错。

北京商报记者 谢佳婷

## 行业动态

# 跨界软装 居然之家加速布局大家居

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)软装市场需求火热,给了居然之家引入软装企业的底气。2019年4月2日,在居然之家&家居软装行业合作峰会上,北京居然之家家居新零售连锁集团有限公司总裁王宁宣布,居然之家将跨界软装,并在全部门店复制推广,在推动家居行业、企业与软装行业跨界融合的同时,加速居然之家由小家居向大家居的迈进。

王宁认为,与软装行业的合作,契合了居然之家所推行的三大融合战略:居然之家正在实现从小家居向大家居、大消费以及家居生活MALL的转型升级,引入窗帘、壁纸、墙布、家纺、灯饰等软装企业,有利于带动原有的家居建材品类销售,实现

从低频购物向高频购物的转型”。

作为家居流通行业巨头,居然之家看到的是软装市场的需求越来越旺盛。“经过五年多的发展,作为软装行业中重要一份子的家用纺织品行业销售产值已经达到1.2万亿元。”中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华认为,现在家纺企业不仅仅是生产一块布、卖一块布,而是成为软装解决方案的提供者。

据居然之家家居业态管理部负责人董云武透露,居然之家与软装行业的合作将分四种方式进行:厂家直接入驻居然之家卖场,开设综合软装馆展厅;跨界经销商和厂家经销商入驻居然之家卖场;软装+家纺、橱柜+餐厨用品、家具+家纺/饰品等跨界代

理;家纺品牌为家具品牌提供ODM/OEM服务。通过与软装行业的跨界融合,居然之家也就能满足不同消费群体的个性化需求。

未来以北五环店和十里河店这两家核心门店为跨界融合风格软装馆样板,居然之家将借助合同调整的契机在全国308家在营门店中全面补充家纺、灯具、艺术品、家居用品等软装品类,同时将在120家新开设分店中进行软装空间的布局规划,每家门店的软装面积不低于5000平方米。董云武表示:“到2019年底,居然之家全国分店软装空间总面积将突破100万平方米,按照2019年居然之家全年销售额850亿元进行预估,软装市场销售增量将突破10亿元。”

# 三天吸引逾万人次参观 天格造地暖实木地板 博物馆”

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)2019年3月26日,第21届国际地材展在上海开幕,其中在首次开辟的地暖实木地板专馆内,连续19年参展的天格成为全场焦点,仅三天的展会中,天格展馆就接待参观观众10000多人次,成为展会上的明星展商。与其他展馆展出产品不同的是,天格通过别出心裁的“博物馆”展位设计亮相,全面演绎了地暖实木地板品类的历史发展轨迹,对地暖实木地板在消费领域的推广起到了积极的作用。

7000年前的河姆渡干栏式建筑、考古发现的3000年前商代木地板遗址、100年前的南京总统府、南浔刘氏

梯号和始于上世纪80年代的三代实木地板……本次展览天格汇集了20余件历史展品,从新石器时代干栏式建筑,到最新的美好家居元素地暖实木地板,通过一件件展品的无声述说,让每位观众感受地暖实木地板跨越数千年的漫长进化历史。

随着消费升级趋势的加强,环保健康的地暖实木地板成为当下地板行业火热的产品,但消费者对地暖实木地板的认识还存在很大的缺口。本次展会上,天格联手行业协会和知名设计机构举办了“未来,更美好|天格地暖实木地板品类推广大使签约仪式暨消费指南”赠书仪式”的主题活

动,从消费者层面使地暖实木地板成为真正的主流品类。同时在展馆中,天格通过十余种木材、上百款花色的直观展示,让观众切身感受到产品具备的功能、材质以及设计之美。

此外,天格通过东方卫视《梦想改造家》栏目中真实案例故事的展陈,从耐用、安全、环保到保健、宜居、美学六大高端价值为观众一一叙述,全方位展现时下地面材料的潮流趋势。天格还与《梦想改造家》设计师谢英凯签署了“地暖实木地板品类推广大使”的协议,随着天格与设计界日趋深入的互动,“让生活更美好”的地暖实木地板也将进入千家万户。

## 品牌聚焦

# 集美家居北苑商场 推踏青补助

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)春风渐盛梨花落,桃花初深清明至,正是踏青赏花的好时节。2019年4月5日-7日,正值清明假期,集美家居北苑商场将推出含有多种踏青补助的桃花节活动,让消费者在京城休闲游玩的同时,可以到集美家居北苑商场尽享置家的乐趣。

2019年3月29日-4月4日,消费者关注集美家居小程序,每天15时、20时可准时抢购15元升300元、50元升1000元升值券,升值券可在2019年4月5日-7日活动期间到集美家居北苑商场使用。

2019年4月5日-7日活动期间,消费者在集美家居北苑商场签单即可赢取红酒、家电、现金券等多重好礼。同时单笔合同消费每满3000元,即可抽取最高2000元踏青补助;消费每满1000元,即可获赠1张抽奖券,抽奖奖品为面值500元的超市购物卡。不仅如此,只要在集美家居北苑商场购物签订正式购物合同单(实付满1000元),持合同与销售人员合影,并将美颜发送至朋友圈,即可领取合同金额对应的双倍奖券,中奖几率翻倍。此外,消费者凡在活动期间到集美家居北苑商场消费,即可享受购物1:1积分,凭积分可免费兑换现金券、家电好礼及千款家居用品。

据了解,集美家居北苑商场坐落于北五环北苑桥向北一公里处,周边有地铁5号线北苑路北站,交通便利,整个家居商场占地2万平方米,聚集了众多家具、建材品牌。2019年是集美家居北苑商场开业的第十年,十年来集美家居北苑商场为城北地区消费者带来了方便快捷的家居购物体验。