



家居产业周刊

Home Weekly

总第587期 今日4版 每周四出版
新闻热线 64101916
主编 谢佳婷



家居周刊订阅号

B1-B4

2019.4.18

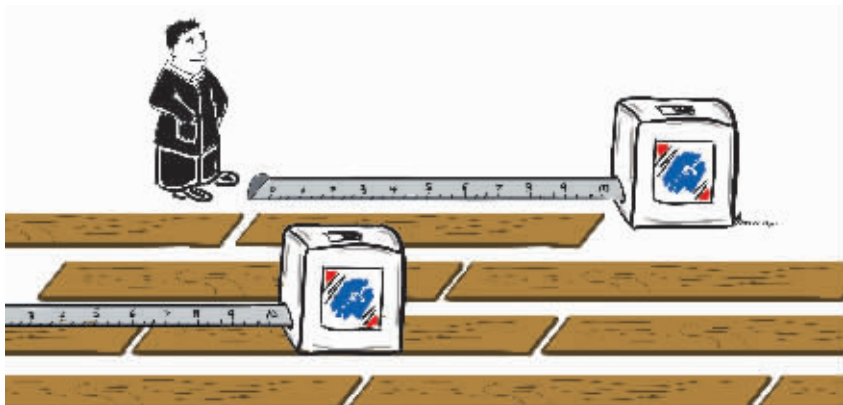


板材巨头齐玩定制:抢市场还是赶时髦

在“无定制,不家居”的2019年,一些定制新品牌正在悄然浮出水面。

布兰莎、悠厨生活、易装、全屋易装、全屋速装、We+等独立定制品牌,或依托知名商标加后缀的定制品牌纷纷涌现,局外人未必知道,它们的背后是掌控供应链源头的大王椰、爱格、兔宝宝、千年舟、莫干山、鹏鸿等板材巨头。

板材巨头不约而同地玩起定制家居,究竟是为了抢市场还是赶时髦?



牌板材作为补充。布兰莎从2013年创立至今已经开出200多家店面,与欧派近7000家店面和索菲亚2000多家店面相比还有差距,但与很多尚在艰难跋涉的同行品牌相比,已经算是比较成功的了。

市场变化倒逼延伸定制

板材巨头争战定制,最直接的原因是传统板材销售业务不断被挤压。

一位板材商向北京商报记者感慨,过去像大王椰、莫干山之类的板材企业基本不愁生意,只要在城乡接合部开个店,就能轻松地以环保的产品和实惠的价格吸引不少需要打家具的木工,过着悠哉乐哉的日子。随着定制家居的发展和消费升级趋势的加强,大城市的家具市场被知名成品家具和定制家居切分,板材巨头已将线下渠道延伸到三四线城市,影响不大,但近两年随着城镇化的推进,加上以居然之家为代表的卖场渠道迅速下沉,带动全友家私、掌上明珠等成品家具品牌拓展到更远、更深的地区,而且它们都在布局定制,打家具的用户渐少,板材的销量随之日渐萎缩。

定制是板材的重要消费入口,但这个入口正不断地被定制家居企业所侵蚀,单纯依靠板材销售的企业变得越来越困难,向定制延伸,是市场倒逼出来的不二选择。“不用跨界的思维,企业就很难有突破性发展,深化战略思考,才能抢占发展有利地位。”大王椰董事长顾国良对媒体记者表示,大王椰以高端实木板材作为聚焦方向进行多元化布局,与流行的板式定制相比,也就形成了自己的特色。

业内人士认为,板材企业跨界定制并非完全是为了赶时髦,对他们来说定制不太好做,生产板材却相对容易得多,但是市场发生了变化,不得不走跨界定制这条路去抢夺市场,尽管这条路任重而道远。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮/文 宋媛媛/漫画

板材巨头争战定制江湖

2019年3月下旬,在第九届中国(广州)定制家居展览会(以下简称“广州定制家居展”)和中国(上海)国际建筑贸易博览会(以下简称“上海建博会”)上,布兰莎以“实木+全屋定制”的形象亮相定制家居馆,与欧派、索菲亚、尚品宅配、玛格、诗尼曼等老牌定制家居巨头同台PK。创立六年的新品牌布兰莎的背后,是板材巨头大王椰。

“我们发布的2019大商计划特别受欢迎,这几天已经不知道有多少人前来咨询加盟条件,每天展厅里就像春运一样。”在广州定制家居展上,布兰莎一位招商经理笑容满面,还没来得及向北京商报记者透露更多信息,就被一位来自上海的王女士拉着询问加盟政策。

布兰莎并非板材企业拓展定制的个案,头部板材企业已纷纷入局定制战场。已经在北京拥有多家专卖店的悠厨生活,尽管店面与欧派、索菲亚、好莱客等巨头比起来并不是那么显眼,但生意却颇为红火。其中一个重要的原因就在于,消费者了解到悠厨生活的创立者是最著名的进口板材爱格在中国最大的代理商阿钟后,出于对板材品质的信任,就将自己的家放心地交给了悠厨生活的设计师。悠厨生活负责人李卓■透

露,爱格在天津宝坻拥有一个巨大的板材存储基地,拥有先进的生产设备,给不少企业做产品代工,有了悠厨生活直接面对前端消费者,对于板材花色品种的调配、储存,以及给代工企业的设计、生产,都是最好的参考。

与大王椰、爱格创立独立的定制家居品牌不同,更多板材巨头选择了以品牌加后缀的方式,让人们轻松知道,它们就是板材品牌直属的定制品牌,享有对板材供应链的优先权,从而容易获得消费者的认同,如兔宝宝的定制品牌名叫兔宝宝易装、千年舟的定制品牌名叫千年舟全屋易装、莫干山的定制品牌名叫莫干山全屋速装、鹏鸿的定制品牌名叫We+。

不经意间,跨界定制不久的板材巨头,已经在定制江湖崭露头角。

跨界拓展各显神通

板材企业跨界拓展定制界,直接面对已经形成的四大定制势力:一是欧派、索菲亚、尚品宅配、好莱客等上市公司;二是诗尼曼、玛格、科凡等老牌劲敌;三是转型而来的博洛尼、红苹果、威法等成熟品牌;四是正在谋求转型的仁豪、联邦、全友等成品家具企业。出奇制胜,招术见新,方能杀出一片天地。为此,板材巨头竞相出妙招,各显神通。

兔宝宝作为国内首家板材上市企

业,成立与板材独立的家居宅配事业部,全面布局成品、定制家居业务,形成以衣柜、橱柜、地板、木门及其他木作制品、儿童家居为主的定制家居产能布局,其中易装专卖店是这些产品的落地途径,2019年计划开出200家兔宝宝易装专卖店,树立40家标杆形象店。兔宝宝在整个家装行业所占的市场份额并不高,因此要加大研发力度,深耕渠道,提升硬实力和软实力,提供给市场更好、更优质的产品和服务。”兔宝宝董事长丁鸿敏谦逊之下,正在暗暗发力。

其他板材企业也在努力以差异化切入定制领域。莫干山全屋速装,除定制家具主体外,还包含辅料、辅材以及同屋配色在内的多项服务,提出的目标是“消费者最多跑一次,就能解决全屋定制”,打造出与传统“莫干山板材专卖店”完全不同的“莫干山全屋速装馆”;千年舟全屋易装提出海量选材、DIY设计、标准加工、专业安装和三心服务,综合考虑绿色、健康、环保和安全,落地全屋易装服务体系,为消费者打造“绿色健康家”;鹏鸿We+定制家居以鹏鸿生态板、鹏鸿格美实木板等环保板材为基材,风格简约时尚,花色和款式可多样化选择……

作为大王椰多元化布局的一个方面,布兰莎定制家居产品使用的板材并不完全来源于大王椰,也引入了其他品

