

# 谁是2019家居业十大质量黑榜主角

家居消费,品质为先。在2019年度里,谁是最值得自己警醒和消费者警惕的品牌?北京商报家居产业周刊通过以下四个维度甄选出2019年度中国家居十大质量黑榜,以期达到舆论监督和消费警示的双重目的,它们分别是:乐家洁具、亚萨合莱锁具、IKEA宜家、科勒、四季沐歌、林氏木业、无印良品、汉鸿板材、水性科天水性漆、美莱莎。四个甄选维度分别为:一是在家居各细分领域里,品牌具有一定的知名度和影响力;二是在2019年1-12月的一个年度里,产品被质检部门公开曝光不合格,或被消费者投诉存在严重质量问题;三是被曝光或投诉的产品不合格项目情节相当严重,比如甲醛超标、使用功能丧失等;四是被曝光或投诉的产品不合格项目情节不太严重,但屡次被曝光却不予改正,或屡次被投诉却拖延不予解决。

## 主角1:乐家洁具

**上榜原因:**产品抽检不合格,复检仍不合格

2019年12月11日,国家市场监督管理总局发布产品质量国家监督抽查情况的通报显示,企业名称为乐家洁具(苏州)有限公司,产品名称为纽瑞智能马桶(智能坐便器),规格型号为A811351000,产品等级为合格品,生产日期/批号为2019.7.15的一款智能坐便器因输入功率和电流项目不合格,登上质量黑榜。通报的备注中显示复检仍不合格。

**点评与追问:**乐家(ROCA)起源于西班牙,是享誉全球的世界级洁具企业,在中国自建了10家工厂,生产产品涵盖陶瓷卫浴、浴缸、水龙头、浴室家具、浴室配件和淋浴房,但在智能坐便器的电子元件方面,恐怕只能靠代工了。如果说第一次检测不合格是马失前蹄,“复检仍不合格”就不知是给谁丢脸了。

## 主角2:亚萨合莱锁具

**上榜原因:**两年两登黑榜,复检仍不合格

2019年12月11日,国家市场监督管理总局发布产品质量国家监督抽查情况的通报显示,

企业名称为亚萨合莱佳卫安防科技有限公司,规格型号为FDS-P11(左),产品等级为A级,生产日期/批号为20190514的一款机械防盗锁因“互开率”项目不达标,而被判定为不合格产品。在通报的备注中备注“复检仍不合格”。2018年底,同样是国家市场监督管理总局发布的产品质量抽查情况通报,亚萨合莱就有一款标称生产日期为2018-07-05的电子门锁(智能防盗锁)被检测出抗电强度、电源性能(欠压)、防破坏报警功能三项指标不合格。

**点评与追问:**时隔一年,亚萨合莱又成了质量黑榜主角,不过是换了一种产品,还被贴上了“复检仍不合格”的标签。公开宣称“每10个锁具和安防装置中就有1个是我们的产品”,亚萨合莱就这样玩儿票,全球该有多少家庭得因使用了它的产品而战战兢兢啊!

## 主角3:IKEA宜家

**上榜原因:**一年内4次被检出不合格

2019年12月11日,北京市市场监督管理局发布儿童床上用品产品质量抽检结果公示,标称生产企业为生产者:宜家瑞典有限公司;境内授权代理机构:宜家(中国)投资有限公司;进口商/分销商:宜家贸易(中国)有限公司,标称产地为瑞典,标称商标为IKEA,生产日期或批号为2018-12-10的DJUNGELSKOG尤恩格斯库格靠垫被检出耐磨擦色牢度项目不合格。此前5个月,宜家就因“孔及间隙”不合格被北京市市场监督管理局通报。2019年4月和2019年1月,宜家还有两次因“警示标识”不合格分别被深圳市市场监督管理局和上海市市场监督管理局列入质量黑榜。

**点评与追问:**一年4次产品不合格,屡曝屡犯,得有多大的勇气!线下销售乏力,不得不恶补网销课的宜家,产品持续往质量黑榜里钻,也许最先该补的是品质课!

## 主角4:科勒

**上榜原因:**产品抽检不合格,品质及服务遭投诉

务遭投诉

2019年11月19日,江苏省市场监管局发布的抽检报告显示,一款标称商标为科勒,标称规格型号为K-5339T-KT200,标称生产日期为20150423,标称生产企业为科勒(中国)投资有限公司的净水器被检出说明书、包装项目不合格。2019年2月底,杨女士向北京商报记者投诉,花8万多元购买的3个型号为K3900T的科勒智能坐便器先后出现不能自动冲水、不能自动上水、不能自动翻盖、侧面按钮失灵等质量问题,在经历了9个多月的售后拉锯战后仍然无法彻底解决。

**点评与追问:**净水器不好好弄说明书,不过是不尊重中国的品质标准,还算小问题,智能坐便器一个个不合格还久拖不决,损害消费者权益可就是大事儿了!科勒这个将近150年历史的品牌,在中国太受欢迎,所以患上了一种难治之症——大牌病。

## 主角5:四季沐歌

**上榜原因:**多种产品多次抽检不合格

2019年11月10日,国家市场监督管理总局发布的抽查情况通报显示,标称生产企业为江苏四季沐歌有限公司,标称规格型号为L1PB32-T32S1,标称生产日期为2018.11.06的一款燃气采暖热水炉被检出极限热输入时CO含量项目不合格。此前不到一个月的10月23日,上海市市场监督管理局发布的通告显示,标称商标为四季沐歌,标称生产企业为广州四季沐歌厨卫有限公司,规格型号为X-GS004(80),合格品的一款浴室柜组合套装(卫浴家具)被检出抽屉和滑道强度不合格。

**点评与追问:**四季沐歌以集成热水器、太阳能产品闻名,如今遍地开花,家居领域四处跨界,却四面楚歌,不论是江苏还是广州生产,不论是采暖热水炉还是浴室柜,竟相往不合格名单上涌。跨界本是为了做大企业,要是缺乏足够的技术和实力,恐怕跨的就是安全界、生命界,不是好玩儿的!

## 主角6:林氏木业

**上榜原因:**网销冠军产品多次抽检不合格

2019年11月6日,黑龙江省消费者协会发布的24款儿童床比较试验结果显示,标称品牌为林氏木业,购样地点为淘宝,售价为2618元的一款实木复合儿童床被检出含有锐利尖端及缺乏警示标识两项不合格。半年前的5月26日,北京市消费者协会发布的商品比较试验结果显示,从苏宁易购购买的一款林氏木业1.2米L型手摇学习桌被检出结构安全(孔及间隙)不合格。2017年12月-2018年6月的半年间,林氏木业还有两次被检出产品不合格。

**点评与追问:**连年夺得“双11”家具类网销冠军的林氏木业,已经连续三年成为质量黑榜主角。屡曝质量丑闻,产品却能持续大卖,林氏木业创造的是什么奇迹?

## 主角7:无印良品

**上榜原因:**一次抽检6款产品不合格

2019年7月17日,北京市市场监督管理局发布的抽检结果显示,标称生产企业为无印良品(上海)商业有限公司,产地为上海市,标称商标为MUJI无印良品的不合格产品占据了半数以上——共有6款产品不合格,其中包括“标称材质与实际材质不符”等让人充满想象力的问题。

**点评与追问:**曾经被中国商业界尤其是家居界奉为经营圣经的无印良品正在走下神坛,持续盈利的店面商业模式已经面临危机,在中国甚至不得不推出家装业务以带动产品销售。无印良品的粉丝大多看中它的设计,倘若觉醒过来在乎它的品质,又会怎样呢?

## 主角8:汉鸿板材

**上榜原因:**一次抽检四项指标不合格

2019年5月20日,广东省市场监督管理局发布抽查通告显示,一款生产单位名称为广东汉鸿木业有限公司,规格型号为2440mm×1220mm×4.5mm,生产日期/批次为2018-07-27 20180727A.4.5-125-02-1,检验报告编号为SC201805700136033J的中密度纤维板,内结合强度、表面结合强度、静曲

强度、弹性模量四个指标均不合格。

**点评与追问:**汉鸿木业官网宣称产品“达到或超过了欧盟、美国质量标准和ROSH质量标准”,却在国内一次寻常抽检中四项指标不合格,不知道汉鸿木业为何那么推崇外国的标准,就是不遵守中国的标准呢?

## 主角9:水性科天水性漆

**上榜原因:**宣称“无毒”却屡曝“有毒”

2019年4月30日,深圳市市场监督管理局发布抽查通报显示,受检单位为深圳市光明新区马田街道水性科天家装材料馆,标称生产单位为兰州科天环保节能科技有限公司,规格型号为2.5L/桶的一款水性润彩木器透明底漆被检出总挥发性有机物,g/L项目不合格。一年前的2018年5月22日,深圳市市场监督管理局发布的抽检通报中,水性科天3款水性漆被检出总挥发性有机物不合格。

**点评与追问:**“总挥发性有机物”是多种有毒气体的总称,能让人体视觉、听觉、嗅觉受损,引起长期或短期记忆混淆、机体免疫系统水平失调、中枢神经系统紊乱,严重时甚至可损伤肝脏和造血系统。一直以“无毒”给产品贴标签的水性科天却屡曝“有毒”,自己用产品打脸。

## 主角10:美莱莎

**上榜原因:**号称源自丹麦却屡曝不安全

2019年1月18日,上海市市场监督管理局发布抽检报告,在月星家居茂销售,标称商标为美莱莎,型号规格为47×62×61(cm)82-10044-11的一款游戏桌(儿童家具)结构安全(边缘及尖端)不合格。此前5个月,北京市工商局公布的抽检结果中,美莱莎的一款子母床就因“上层床安全栏板、梯子(脚踏板尺寸)”不合格登上质量黑名单。

**点评与追问:**美莱莎号称源自丹麦,拥有45年历史,是专业儿童家具品牌,到了中国怎么在抽检中接连被判不安全?不遵守中国的质量标准,如何在中国市场生存?

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

· 品牌动态 ·

## 谋办公家具蓝海 城外诚中标北京市采购协议单位

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)

2019年12月20日,北京城外诚家居广场通过微信公众号宣布,城外诚办公家具展区,中标北京市市级行政事业单位2020-2022年度办公家具定点政府采购协议单位。在众多竞争者的角逐中脱颖而出,城外诚办公家具展区中标,是其品质、服务等综合实力的体现,也强化了其作为专业家居卖场的品牌形象。

近年来,越来越多的人将目光投向办公家具市场,办公家具市场渐热。精致独特的前台是企业的门面,一方面彰显着团队的文化气质,让人眼前一亮,另一方面也是品牌的重要标识,给员工提供归属感;员工日日坚守的工位尤为可爱,各自独立的隔断,有利于每位伙伴专注工作,再摆上家人美照、可爱绿植,打造每个人专属的个性天地;一条长桌、一台投影,一块白板,构成了会议室的最主要功能区,在这里传达任务、交流观点、碰撞思想。

城外诚不仅仅是深受老百姓欢迎的家居卖场,在办公领域也颇有名气。早在2015年8月12日,首届京城办公家具集团采购交流会上,城外诚家居广场就成为北京市首个官方指定的办公家具集团采购基地。

频频被选为办公家具指定采购单位,是因为城外诚不仅拥有家具馆、建材馆、

饰品馆、中式古典馆、欧美国际馆五大场馆,产品品类丰富,风格全面,而且经营了面积3万多平方米的城外诚办公家具展区,汇聚了猫王、蒂克豪斯等60余家国内外知名办公家具品牌,涵盖老板办公家具、高管办公家具、主管级办公家具、员工办公桌椅、办公空间办公家具、茶歇间、会议室及保险柜、文件柜、办公配饰等品类,为企业提供规模化、专业化、系列化、一站式的办公家具专业采购平台。

据前瞻产业研究院发布的《中国办公家具行业市场调研与投资预测分析报告》最新统计数据,2017年,中国办公家具市场规模达到1811亿元。其中,办公椅和系统家具的市场规模分别为564亿元和526亿元,占办公家具的市场份额分别为31%和29%。

前瞻产业研究院认为,智能化和定制化的办公家具将拉动整个办公家具行业的增长,预计到2024年,我国办公家具市场规模将突破2800亿元,发展前景非常可观。

### 公告

北京丽婉婷日用品商店(工商注册号:110101604022760)不慎遗失营业执照正本副本,特此声明作废。  
北京丽婉婷日用品商店  
2019年12月26日

## Market focus

### 特别关注

## 总部乔迁中国锦 三个吉祥物揭出尚层发展之秘

进驻望京,离阿里巴巴、美团等互联网企业更近,与世界500强朝夕相处,是很多企业的梦想,也是尚层装饰的。2019年12月24日,专注别墅装修13年的尚层装饰将总部从扎根多年的马甸搬到望京,入驻地标性建筑中国锦。新总部集办公、展示、培训等多功能于一体,北京商报记者透过三个有趣的吉祥物,揭示出尚层装饰别样的发展之秘。

### 专注:静坐的孙悟空

在尚层装饰总部,一个满身白毛、手握金箍棒、静坐冥想的孙悟空形象被摆放在入口处,着实让人好奇。尚层装饰董事长林云松向北京商报记者揭秘道:“孙悟空这么活泼的人物都坐得住,可想而知企业能做长久”。

成立13年来,尚层装饰不断深挖别墅居住问题,从别墅设计、装修、翻新到养护不断完善。如尚层装饰新推出的尚层管家和别墅保养4S店,是对高品质生活的延续,像保养车子一样,为别墅提供一对一上门保养、别墅养护、24小时客户服务响应、2年工程整体保修、3年设备产品保修等服务。

如果说管家服务是尚层装饰的外功,那么机电就是尚层装饰的内功。当很多装修企业还停留在卖主辅材和家

具,用价格、套餐吸引客户之时,尚层机电已经建立了从空调、采暖、空气净化、水净化到智能、节能的强大舒适生活保障系统:生活热水循环系统,即开即热,温度高于40度时自动关停;新风系统,采用食品级抗菌管道,将新鲜空气输送到每一个房间。

### 整合:戴红领巾的雕塑

在尚层装饰,人们会发现一件奇怪的事,从意大利原装进口产品,比国产高端品牌还便宜20%,价格十分亲民。这并不是尚层装饰在用价格作营销,而是整合能力的体现。

“尚层装饰针对全球家具行业供应链,整合适合中国高端私宅软装产品体系。”林云松指着角落一尊意大利雕塑说道:“这也是我们从全球采购而来的室内装饰品,它戴着红领巾,看着有些喜感。”靠着强大的采购系统,尚层装饰让产品在保证质量的同时,价格也能很美丽。

更重要的是,作为别墅装修的服务商,尚层装饰不做生产和研发,只做标准和施工,却能为客户提供一切与别墅有关的需求,秘诀就在于建立体系。尚层装饰从全球整合了上万种产品,通过设计体系、施工体系、交付体系把所有产品衔接在一起。

### 艺术:纸做的毯子

在用专注的态度、完备的体系提升消费者生活品质的同时,尚层装饰也在逐渐挖掘别墅装修更深层次的价值,那就是艺术。

挂在尚层装饰总部墙上的一块虎纹毯子,如果不用手去摸,光凭感觉绝对想不到这块毯子是由纸做的。“摸一下,可能就是几万块钱。”林云松调侃道:“这是新淘来的装饰品,很有创意,摆在家中提升品位。”类似的装饰品还有很多,尚层装饰把别墅当作一个艺术作品,专门成立了软装设计团队,通过艺术化的场景布局,将简单的一个房间改造成美好的生活空间,让人们为一幅画、一个瓶子、一盏灯而买单。

不用效果图,只用实景图,也是尚层装饰对真、善、美的艺术追求。每年尚层装饰都会完成2000套左右的实景作品,形成了庞大的私宅知识库,根据不同私宅的设计特点,提炼出最有效的解决方案,再反馈给私宅设计师,形成完善的设计体系。

如林云松所言,乔迁到望京是新的起点、新的升级,尚层装饰将一直聚焦、专注于别墅装修,构建一厘米宽,一公里深”的终身服务体系。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮