# 2013年家居业五大电商、创新引导家居企业转型

2013年,家居业平稳发展中暗潮涌动。这一年有的企业增长迅猛,也有的企业停滞不前;有的企业积极创新转型,也有的企业墨守成规;这一年有的企业积极创新产品,也有的企业频爆“质量门”。年终岁尾,以“关键词”形式来盘点即将过去的一年,电商大战、联盟营销、上市融资或将是2014年家居业持续的热点。

**关键词一:电商**

2013年“双11”电商盛宴,天猫想到传统卖场口袋里掏钱的做法,遭到红星美凯龙、居然之家等国内19家较大规模的家居卖场联合封杀。各大卖场悄然纳下了“投名状”,对于天猫等电商平台的冲击,将实施联合防御。在抵御的同时,传统卖场及各大品牌商家也涉足电子商务。11月5日,居然之家电子商务平台居然在线召开上线发布会,而在“双11”当天,罗莱、林氏木业等家居品牌均取得骄人成绩。

未来消费群体消费方式已改变,电商大势不可逆转。家居业市场潜力巨大,但受大宗耐耗品及半成品的特点限制,无论是卖场还是各大品牌在发展电商上都存在局限性。如何解决后期服务、配送及经销商利益冲突等问题,在家居电商化的进程中仍然待破解。

**关键词二:上市**

2013年底,东鹏控股在香港主板挂牌上市,成为国内首家登陆港股的陶瓷企业。而在年初证监会发行监管部对外公开的发行股票申报企业基本信息情况表中显示,目前家居行业排队上市的企业有红星美凯龙家居集团、曲美家具集团、广东美涂士漆、四川帝王洁具、广州好莱客创意家居、三棵树涂料、苏州柯利达装饰、上海全筑建筑集团、东易日盛家居装饰集团、浙江友邦集成吊顶等十家。虽然行业对于家居企业上市的看法各执己见,但排队上市俨然已经成为家居圈里的潮流事儿。

由于行业集中度低,家居企业通过资本之手谋发展似乎成为捷径。上市无疑对规范企业管理、财务体系,提升品牌知名度有益,但上市之后企业是否还能按照既定的发展蓝图规划难以预测,借用资本市场常说的一句话为家居企业所警醒,“上市有风险,入市须谨慎”。

**关键词三:质量**

去年9月18日,质检总局联合国家林业局共同组织对国内生产的胶合板、浸渍纸层压木质地板、刨花板、细木工板、竹地板等5类林木制品质量进行了国家监督抽查,森林人、北美金象、宏耐、肯帝亚等93个品牌产品抽检不合格。除了地板行业多品牌登黑榜单,航标卫浴淋浴房爆炸、富之岛床垫铺垫料物理性能不合格、上海豪门橱柜订制橱柜甲醛超标30多倍等质量问题一次次撼动消费者神经。

产品质量是企业的生命,甲醛含量等是家具生产基本规范,企业应该当成头等大事去抓。家具行业应更注重产品质量与安全,不要在一次次的质检黑榜中让消费者失去对家具品牌及市场的信心。

**关键词四:创新**

以营销创意著称的博洛尼在2013年又让人眼前一亮,CEO蔡明亲自上阵参与商战真人秀《赢在中国》,赚足了名声又省了广告费。和其他行业一样家居圈的各大商家在品牌营销的过程中也在不断创新。业之峰携手高晓松、那英等大咖投资公益微电影及公益歌曲,东易日盛携手冯小刚的贺岁片《私人定制》,左右沙发牵手杨澜要一同寻找幸福。家居企业打造品牌也逐渐偏向娱乐化,利用明星效应笼络大众。

经典案例赏析

## 精致家居从合理布局开始

业主:陈女士

面积:130平方米

户型:三房两厅

**客厅**
**对局部空间**
**进行功能提升**

本案是一套二手房物业,整体通风采光效果不错,但是局部空间的设计不太合理,陈女士认为玄关位置不够归一,用餐时饭菜出台传递的路线也不方便。此外,她希望对室内空间功能进行最大化设计,整体风格以现代简约设计为主,凸显生活品位。

设计师首先针对玄关、厨房区域进行局部改造,更符合业主平时生活需要。设计亮点在于改变了原有厨房门的位置,原来在入门处的左边即厨房的东侧,改造后位于厨房的北侧,刚好对着餐厅,这样从厨房至餐厅的线路更加顺畅,还为入门后的过道获得了更充裕的空间。

经过上述改造,在过道增设了一个时尚美观的整体鞋柜,不仅令单调的过道更有品位,也满足了强大收纳功能的需求,并配合时尚的白色整体柜,在柜体的对面墙,增设了一大幅带画框装饰效果的全身镜,过道的天花也进行了简单装饰,用柔和的灯光使得整个过道变成生活艺术走廊。

客厅与餐厅相连,色调以白色和金色为主,白色家具搭配金色背景墙透露出低调的华丽。紫色的水晶灯、蝴蝶兰以及红色抱枕作为点缀,增添喜庆气氛。

**阅读区**
**充分利用**
**角落面积**

设计师运用天花造型,将各空间进行有效分隔。客厅的造型天花,自然地将客厅、餐厅和阅读区进行巧妙隔断。值得一提的是,在客厅一侧和房间过道相对的一片小空间,设计成了小小的阅读区。用天花造景以及简约的白色书柜、书台等,创造出独立的阅读区,让室内每一寸空间都发挥其用处。

为迎合业主增加使用空间的需求,阅读区的背景墙面得到了很好地利用,直接用敞开式的书柜作为沙发背景,既是一个大的收纳空间,也是一道文化景观,坐在光线充足的阅读区,随手阅读一本书,相当便捷与惬意。

**卧室**
**满足三大功能需求**

主卧室比较宽敞,不包括主卫,面积有将近20平方米,设计简洁,但具有时尚品位,衣柜同样为白色,但增加了一条红色的腰线,相当时尚亮眼。黑色绒面的布艺床,搭配咖啡色花纹墙纸,个性十足。

主卧室没有设计主灯,而是采用简单方正的天花造型,搭配着柔和的射灯和壁灯,让主人房增添不少温馨,同时不会因为光线太亮而影响睡眠。为最大限度利用室内空间,主卧室被赋予了卧室、书房和衣帽间三种功能。入墙衣柜和书柜连成一体,具有较好的收纳功能。

## 装修骗人语录

常听人说,买房是一件纠结的事儿。其实,真正烦心的还在后头。房子装修是装修公司和业主之间的一场“斗智斗勇”的战役,对于一些没有经验的业主来说,如果碰到的是“没有良知”的装修公司可就劳民伤财了。下面一些经典骗人语录是业内人士经过自己多年的经验整理出来的,希望业主们看过之后能够轻松识破装修公司一些“善意”的谎言。

**骗人语录一:“我已经两个多月没睡懒觉了。”**

装修工头或工人总会利用自己没休息好来搏得业主的同情心,然后差遣业主买这买那,其实很多零件都是算在工程款里面的。装修工头总会把握各种机会。

**骗人语录二:“单项面积已经算得很清楚了。”**

一般业主也是关注单项的价格,至于实际的面积一般是估算,而这一块是装修公司或工头做手脚的地方,如果每项面积都稍微增加一些,那么少则几百,多则几千。

**骗人语录三:“放心,这样安装安全得很!”**

有些装饰公司为了省钱省时,往往直接拉电线,这样一来,如果电线发生意外被烧毁,重装电线时就得先破坏掉整个墙面,结果可想而知。

**骗人语录四:“这地方看不见的,就凑合凑合吧。”**

业主装修一般对木工、瓦工、油工等这些我们能真正“看得见、摸得着”的工程比较注意,但对于隐蔽工程和一些细节问题知之甚少,不少施工人员常在此做文章。

**骗人语录五:“这些废品我帮你扔了吧。”**

虽然卖掉的东西不值钱,但是不问过业主的话是不能随便帮业主卖东西。最好提前说清楚,这是原则性的问题,也是一种规定。

**骗人语录六:“二百都花了,还不如再贴一百买个好的。”**

装修预算就是这么超支的!一些装饰公司以低价接下了工程,必然会在下面的装修中布下“陷阱”。“低价”是“钓鱼”的“诱饵”,施工合同一签,装饰公司便开始“收线”了。

**骗人语录七:“只有进口石材才能‘达到效果’。”**

即使有价格比较便宜、装饰效果更好的装饰材料,设计师在设计中也不会用,因为建材商会给装饰公司或设计师回扣。

结语:装修公司的以上“骗术”您以前有碰到过吗?赶快收藏起来,让自己更多的亲朋好友知晓吧!

## 东易日盛装饰回报市民 免费维修水电路

家里老房子的水路电路坏了,有专业维修队伍上门服务,还免收维修费甚至是材料费?这不是天上掉馅饼,而是潍坊东易日盛装饰公司的真实行动。据了解,自从上周东易日盛装饰公司推出免费为100户潍坊市民维修水电路的活动后,受到了潍坊市民的热烈欢迎,报名参加活动的市民络绎不绝。

潍坊东易日盛装饰的负责人表示,水路和电路属于装修中的重头戏,在后期的居住过程中使用频率也很高,因此高水品的维修保养就显得很重要了。而东易日盛装饰举办本次活动的目的,就是为了回报潍坊市民多年来的支持,让潍坊市民能够更近距离地体验高水准、更规范的家装服务。