

中国家居

热情与纠结有增无减
家居业线上线下或将今年平分秋色

已经过去的 2013 年,网购是家居行业最热门的一个词。曾经被认为不适合网上销售的大件家居产品,不知不觉间也开始在网上热销了。自从消费者和商家盯上了家居网购,它就以迅雷不及掩耳之势渗透到人们的生活中。至 2013 年底,买卖双方线上交易家居用品的新鲜感已然逐步褪去,但热情与纠结却有增无减。

业内人士称,中高端家居产品网购前景不佳,实体店面销售仍占主导作用。但中低端家居产品,伴随专业物流与售后的完善,实体店与线上结合的加深,网购会走得更稳。2014 年,家居行业线上消费或可能与线下消费平分秋色。

(青时)

在那个冬日的下午

几个月不见,感觉中国家具协会理事长朱长岭又瘦了一圈。在一个阳光明媚的冬日下午,柔和的光线穿过窗玻璃,照在朱长岭的办公桌和他身上,让他发散出一股由内而外的精气神。背后的大书橱里,一眼看去都是和家具行业相关的书和杂志,有的书籍封面带金属光泽的字,在阳光的映衬下反射出熠熠的光芒。接任中国家具协会理事长 3 年了,他有什么变化吗?朱长岭说,最近他要出一本书,内容就是他的微博里关于家具行业的记录和思考。这会是什么样的一本书?与一般的同龄人不同,

朱长岭不仅经常用微博,而且喜欢用手机上微博、发微博,很多家具行业里的大事,不是电视、网站先报出来,而是他的微博先报出来的。记者对他的专访,也许同样是由他的微博报道出来。

专题采访中国家具协会理事长朱长岭,既酝酿良久,又非常突然。说酝酿良久,是每年新年之际,本报都会专访中国家具协会理事长,今年也不例外。离元旦还有一个多月,我们就开始和朱长岭理事长商议专访的事。说非常突然,是和他约了几次,都是因为他出差,没定

好专访的时间。但是在那天下午,通电话时他说正好有时间。于是,本报记者一行三人匆匆放下手里的工作,赶到了北京市朝阳区百子湾 5 号楼中国家具协会所在地,为的是不错过这难得的机会。

一见面,朱长岭理事长就摸着自己的头发笑着问:“看我的白发是不是明显多了?昨天刚从浙江参加完浙江省家具协会的年会回来,明天一早又要去山东参加一个会议,唉!累啊。”

虽然相识 10 多年了,但我们之间没有寒暄几句,就开始进入采访。因为他的时间实在是太紧了,本来稍显疲惫的他,一提起中国家具行业一年来取得的各种成绩和存在问题,一下

子又充满了精神。各种行业新数据、新情况,他都掌握得清清楚楚,谈起来有条不紊。

虽然中国家具行业的发展状况,都尽在理事长的了解掌握中,但是朱长岭的办公桌上的并没有堆满资料,而是清清爽爽的。他指着办公桌上的电脑说:“这台电脑新换,功能很强,系统也是新的,界面有些功能我还太熟悉,得抽时间学一下。新东西不学不行啊。我工作和储存资料都在电脑上,不适应还真不行。”

正如朱长岭对新事物的接受和学习,2013 年家具行业出现的新变化、新特点,以及中国家具协会一年来的工作情况,他都为我们梳理得井井有条,一幅中国家具行业发展的蓝图,呈现在本报记者面前——

产值、利润、出口增长,2013 年中国家具业稳健运行

调整的态势 活跃的行业

——新年对话中国家具协会理事长朱长岭

□ 本报记者 陆俊 祁忠 许晓东

刚刚过去的 2013 年,是整个国内经济转折的重要一年,特别是房地产业,出现了剧烈的波动。作为与房地产紧密相关的家具行业,在 2013 年整体是什么样的运行态势?进入 2014 年,又将出现什么样的发展趋势?

生产量下降 利润、出口增长

记者:2013 年,可以说还是家具行业比较艰难的一年,楼市低迷对行业的影响还在继续,样的年份,中国家具行业的总体运行情况是怎样的?

朱长岭:在过去的 2013 年,中国家具行业总体特点是“稳中求进”。2013 年,中国经济增长总体是下行的,家具行业也出现了下行情形,但是在下行中也有很多抢眼的增长类别。

2013 年,中国家具行业总产量下降,但是却出现了产值、利润、出口增长。特别是出口,2013 年前 5 个月增长达到 16%,后 7 个月增长虽然出现下降,但是全年的增长依然保持在 6%。此外,虽然处于下行之中,但是行业很活跃,很积极,投资活跃,全年投资增长预计达到 25.4%,而利润增长达到 18%。总体来看,2013 年中国家具行业并没有出现什么严重的问题,是一个“稳中求进”的态势。

记者:家具行业不同的地域,不同的分行业,发展是不平衡的,那么,具体来看,家具行业各个方面的发展形势是什么样的?

朱长岭:细分家具行业发展各方面的基本情况,第一是产业规模扩大,效益提高。2013 年,国家扩大“营改增”试点范围、改善小微企业生存环境等政策措施不断释放着改革创新的红利,为家具行业平稳运行注入了新的活力。



朱长岭,北京人,中国家具协会理事长。高级工程师。1969 年参加工作。曾在北京市光华木材厂、北京市家具公司、中国室内装饰成套用品总公司、中国家具协会工作,长期从事家具技术管理和家具行业管理工作。

1999 年任中国家具协会副秘书长

2004 年任中国家具协会副理事长

2010 年任中国家具协会理事长

新年致辞

10 年的时间,不算太长也不算太短。10 年前,亲手播下一粒树种,如今已然长大成材,虽然还不是什么参天大树,却也可以让路人和后人在树下歇歇脚,纳纳凉了。

做事如同种树。本报《现代家居》专刊,正是这样一个走过 10 年、以家居领域为报道范畴而建立起来的专业化媒体平台。但是,从今天起——2014 年 1 月 1 日,《现代家居》更名为《中国家居》,部门也更名为家居事业部。对家居领域的报道,开始了新 10 年的征程。

10 年前,2003 年 3 月 31 日,本报《现代家居》创刊。专刊专注于家居领域,专心于家居各个家居产业,专攻于家居领域发生的重点、热点、难点,坚守“专业创造未来”理念,坚定专业办刊的发展方向。

行业的历史和企业的成长,在动态中不断演进。专刊时时捕捉变化的形态,成功参与并报道行业内一系列重要活动,与行业和企业共长共进。

早在 1999 年到 2000 年,本报就深入跟踪国务院淘汰产品目录,参与淘汰“直排式”燃气热水器全过程,为媒体深入找到切入点,拉开了专业报道序幕。

嗣后,所参与的行业活动,注重在宏观上把控:参与院士对家具行业调查,参与工信部对厨房卫浴行业调查项目报告撰写。2008 年,在全球金融危机形势下,

对于美国商务部对中国家具反倾销做跟踪报道;关注金融风暴中家具企业圣奥集团重视对大学生人才培养,以其为典型给予的系列报道,在行业内引起积极反响……

特别是在迎接党的“十七大”、“十八大”的召开,家居专刊以关注家具、五金行业 10 年、20 年发展变化的积累,摆写出有深度的系列报道,得到行业、行家好评,并在此基础上续写出《家具大国成大业》的行业发展“准”白皮书。

当下,家居专刊更加关注行业、企业调整产品、调整产业结构,实现转型升级的成功做法;关注老龄化的“适老产品”,关注家庭装饰装修对老年人的需求;关注 PM2.5 的危害,吸油烟机及其他产品制造在技术层面创新……这些重点、热点以至系列报道,紧贴时代,紧跟行业,尽心尽责,不辱使命。

经过 10 年探索,家居专刊同仁深感到,定位于专业报道,对采编人员的要求,不是降低了而是提高了;要做的工作,不是减少了而是增多了;接触的人,不是窄仄了而是宽泛了;工作方式、方法不是粗放型了,而是更加精细和集

升级过程,是家具展会发展的旗帜。3 月份的广东、东莞、深圳三大展会定位清晰准确,吸引了不同需求的人群参展;7 月的成都展成为中西部地区全年最重要的展会。从近年的家具展会的具体服务来看,在强化交易功能的基础上,产品展示功能、流行趋势发布功能、品牌宣传功能也大大提升,成为企业占领市场制高点不可或缺的阵地。

第五是行业标准实施受关注。据统计,目前我国已发布家具标准 121 项,其中国家标准 60 项,行业标准 61 项。2013 年 3 月 1 日,实施新标准 8 项;7 月 22 日国家工业和信息化部发布修订订行业标准 32 项,12 月 1 日起实施。

新形势下的新特点

记者:2013 年,家具行业发展出现了哪些新的变化和特点?

朱长岭:2013 年行业发展的特点主要有几个方面,首先,流通市场发展、渠道多元化,电商成为热点。2013 年,我国家具流通市场面积已超过 7000 万平米,在流通卖场大发展的同时,我国家

专业创造未来

——写在《中国家居》开篇之时

约化了;新闻的内在规律和属性不是模糊不清了,而是更加直接和清晰了;肩负着坚持党性原则、坚决与党中央保持一致、坚持正确舆论导向的担子,不是放松了而是更加重了……只有高屋建瓴,坚初坚毅,尊崇客观事物的内在规律,立足在行业企业“内循环”上把关、探索,实体经济才会成为终端市场的坚强后盾;只有熟练运用各种新闻手段,用智慧服务产业市场,才是专业新闻人应该具备的品格。

世间亘古不变的就是变。经过 10 年历练,家居专刊和部门重新更名、定名,给专业报道打开了新眼界,提上了一个新高度。未来,《中国家居》及其事业部,将会在报道组织形式、报道内容与方式上,呈现出新变化:

第一,专刊系统化。创造条件,有步骤、有计划地系统推出以家具、五金、装饰、陶瓷以至更细化的厨卫、红木等系列化报道专刊,本着成熟一个推举出一个的原则,把专业做精做细、做深做透。

第二,报道深入化。立足关注国家产业政策、我国行业和企业国际、国内走势,有计划地开展深入化报道,有选择地

优先策划,使报道有深度,有高度,有广度;做到可看,实用,实效。

第三,形式多样化。充分调动、灵活运用消息、综述、通讯等各种新闻表达手段,融各新闻样式之长、创新模式,增加可读性,为丰富多彩的行业和企业服务。增加栏目设置,本刊在第一期的《中国家居》,增添了“封面人物”新栏目,并辅现场描摹式的人物素描,力求增加报道的可读性。新栏目,本刊还将逐步推出。

变中有不变。专刊同仁,将一如既往地尊崇客观的内在规律,坚守专业范畴,关注行业“内循环,练内功”的行为法则,坚守行业道德标准,在细分市场的报道中,精准定位,稳中求进。

中国的未来是美丽的,美丽的未来给伟业的创造者提供了前所未有的良机。中国家居的前途是美好的,媒体采编人员,也将和着美丽中国的节拍,创造出一番前人没有做过的事业——为着家居领域实体经济的健康发展,为着国人生活的美好,为着社会和世界的美好,努力勤奋,向上进取。

我们期待着,昔日播下的专业树种,明天长成参天大树。

穗宝集团
SOMNPRO
深睡床垫 焕新明天

TEL: 010-57051921
地址: 北京市丰台区南三环西路18号程宝商务中心三号楼301室
www.suibao.com

中国驰名商标
依丽兰家具
为家 • 为爱 • 为生活

全国免费服务热线: 8008032166
网 址: www.enleen.com.cn

vanward 万和
让家更温暖

股票代码: 002543

国家火炬计划重点高新技术企业
国家认定企业技术中心
院士专家企业工作站
中国航天事业合作伙伴

联乐
床·垫·沙·发·软·床

野人野梦
联乐一生

全国服务热线: 400-027-1999
网 址: www.lianle.com.cn

颐康 YEKANG
床垫防螨剂

中华人民共和国轻工行业
软体家具·弹簧软床垫
防螨标准验证产品
www.ykang.com

温州颐康公司
全国服务热线: 800-857-7826

de RUCCI
慕思
GLOBAL HEALTH SLEEP RESOURCES COLLECTIVE
全球健康睡眠资源整合者

全国客户
服务热线 400-777-0077
www.de.RUCCI.com

KAGE: Citecia De senaci 3D

SUNON 圣奥
圣奥集团

总部地址: 杭州市钱江新城市民街200号
圣奥中央商务大厦
服务热线: 4008-600-666
网址: www.sunon-china.com

Jing Jing 晶晶
晶晶床垫
——专注健康睡眠28年

中国质量公认十佳品牌 中国著名品牌
云南省著名商标 中国家具行业床垫知名品牌

电话: 0871-8058917
地址: 云南省昆明市龙泉路金凤桥