

去天津，谈一场与实木的恋爱

2016 中国(天津)国际实木家具博览会回眸

□ 本报记者 许晓东 文/摄

轻轻走进天津梅江展览中心，谈一场与实木的恋爱。

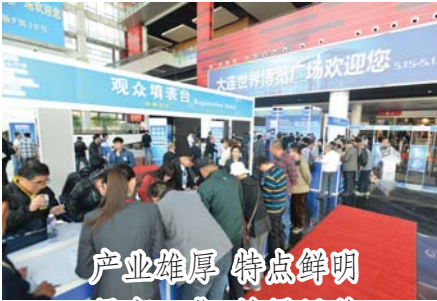
5月10日，广受关注的2016中国(天津)国际实木家具展览会终于在天津梅江国际会展中心拉开帷幕。

该展会由天津市家具行业协会联合北京居然之家投资控股集团有限公司共同举办，得到全国各省、市、地区100多家家具协会的全力支持，展览面积12万平方米，参展企业316家，共计展出10个馆，其中7个馆为中国实木家具展馆，成为名副其实的全中国实木家具展会。为延展并升级展会的精准服务，组委会开设了英、日、韩等国语言网站，并邀请众多媒体参与展前全国地区的推广报道。根据开幕当天人流统计，现场涌入2.1万观众，为期4天的展会于13日落幕。

10日上午，中国轻工业联合会会长步正发到会，中国家具协会理事长朱长岭对大会表示祝贺，主办方居然之家集团副总裁任成女士致辞。

据悉，2014年、2015年已在天津成功举办两届“天津(国际)家具展览会”，均得到天津市委、市政府和各级部门的支持和认可，期间接待参观人数10万人以上，从2014年举办至今，已成为天津市的一张“名片”。通过两次成功举办，天津也成为北方实木家具生产基地，品牌企业数量居北方第一位，中国(天津)国际实木家具展览会塑造了“中国实木家具第一大展会”称号，成为全国实木家具“风向标”，奠定了珠三角、长三角、环渤海家具展“三足鼎立”的格局。

2015年底，在中国家具协会推荐



产业雄厚 特点鲜明
展商云集 效果显著

第21届中国国际家具(大连)展6月3日启幕

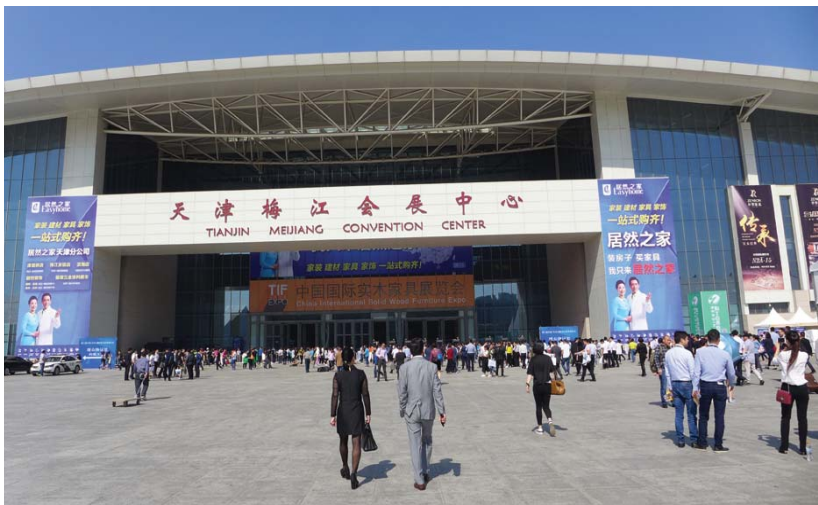
本报讯 由大连市人民政府主办，大连市家具协会、大连北方国际展览股份有限公司承办的第二十一届中国国际家具(大连)展览会将于6月3日至6日在大连世界博览广场举办。第二十一届中国国际木工机械(大连)展览会、第二十一届中国国际家具配件及原辅材料(大连)展览会同期举办。

截止目前，已有光明、源丰、金凌、梦乡、野田、万鹏、养心堂红木、佰林达、华夏、万鹏、三友、荣浩、展辰、中野、宝丰、天润木业、美国木业、贝利木业、永大建材、路嘉、东盛华腾、青城木工机械、豪迈隆利、尤比等近200家企业确定参展。展示产品涵盖了实木家具、软体家具、户外家具、办公家具、板式家具、家居饰品、木材、油漆、刀具、配件等、机械设备和技术等多个领域，是中国北方地区真正的一站式家具采购平台，真正的全产业供需链条。

大连家具系列展创办于1996年，是中国最早举办的专业家具展会之一。对日本市场的成功开拓，确保了展会的国际色彩和独有特点，大连家具系列展20年致力于对日本市场的开拓，与日本家具主要采购商和经销商保持着密切的合作关系，每年都有大批日本采购商莅临采购，日本最大的家具零售商SH会等业内具有影响力的采购商几乎每届必到，大连家具系列展已经成为中国最具日本色彩的家具体展。2016年继续深度发掘日本市场，与《东洋家具》达成全新战略合作，多渠道邀约优质日本买家与会采购。

不仅如此，本届展会还致力中国企业抢占韩国市场，2016大连家具展，借中韩自贸协定签署良机，不仅全力协助中国家具企业抢占韩国市场，同时积极引进韩国家具生产企业，促进两国产业交流。

2016大连家具系列展，三展联动，联通家具产业链的多个环节，为供需双方提供展示交易的卓越平台，6月3日至6日，相约星海湾世博广场，共襄中国家具盛宴。(北展)



下，经过商务部批准，原“天津(国际)家具展览会”升级、更名为“中国(天津)国际实木家具展览会”，成为“国”字头大型国际家具展。组委会从参展商的前期工作，到展会现场落地以及会后撤展等服务都全面提升。

据悉，从往届展览结束后，参展企业就开始研发这届展览推出的新品。据主办方透露，今年的展会立足京津冀协同发展作为起点，以“一带一路”发展的市场渠道为方向，围绕政府、市场经济宏观政策，努力搭建并推动家具企业与终端市场的合作。升级后的大展也更接地气，10至11日专业观众洽谈高峰结束后，12至13日，200多个套系的实木家具新款将敞开优惠，让市民尽情“扫货”，做到“专业不落空，市民得实惠”。

秉承“比肩国际，爱‘木’天津”这一不变的办展主题，2016年中国(天津)国际实木家具展为吸引人才启动校企联合项目，举办“居然杯”大学生原创大赛；为加速转型由中国家具协会流通专业委员会主办“首届中国家居流通大会”；为扩大销售开设“家具经销商赢利大讲堂”；为紧随时尚推出互联网+家居项目——“数联·家具场景高科技展示”等等，这些系列活动都为展会增添了“亮点”。

居然杯·大学生原创家具设计大赛

“居然杯”2016大学生原创家具设计大赛是天津市家具行业协会与中国(天津)国

际实木家具展览会组委会，为贯彻落实国务院颁发《推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》以及适应行业发展、市场需求、产业转型升级趋势而策划、举办的一项专业比赛。大赛于2016年3月30日开始启动大赛投稿，4月29日评审工作已圆满结束。

经过初赛和决赛中的仔细斟酌、层层筛选，评委团最终从600余幅参赛作品评选出一等奖、二等奖、三等奖及优秀奖获奖作品。

天津理工大学张营的作品《净》获得一等奖；天津职业技术师范大学白静、程业波、张雅鑫作品《室内公共座椅》、天津城建大学汪琦、章慧慧作品《新中式家具设计》获得二等奖；天津城建大学曹春蕾、张鑫、杜雨桐作品《静·简》，天津工艺美术职业学院李路路作品《模块化屏风》，天津工业大学林则全、张帆作品《利萨如椅子》，天津理工大学王超作品《山形云梯系列》，天津大学仁爱学院方宁作品《舒心椅》，天津商业大学王帅伟、李政晓、刘强、曹志作品《“木心窝”椅子》，天津美术学院栗悦作品《“面具”——壁挂式装饰板凳》获得三等奖。

评审过程中，家具企业代表对参赛作品质量给予了高度评价，部分作品的创意与概念被认可，并有意将其制做出实物。

令人欣喜的是，企业希望挑选优秀人才充实本公司设计团队，为未来的产品吸收新鲜创意；同时参赛选手得以在实习或者工作机会中开拓视野，将设计概念落到实处，增强自身竞争力；校方也可在一定程度上，优化本校应届毕业生就业率，并提升本

学院的知名度与影响力。

首届中国家居流通大会

开幕当天，由中国家具协会流通专业委员会主办、中国家具销售商联合会协办，天津市家具行业协会、北京居然之家投资控股集团有限公司承办的“首届中国家居流通大会”，中国家具协会秘书长张冰冰主持大会。邀请了商务部副巡视员张祥、中国商业联合会会长姜明、中国轻工业联合会会长步正发、中国家具协会理事长朱长岭到会致辞。著名经济学家杨宗华就“当前宏观经济形势分析与解读”发表主题演讲。经济学家马光远解析“大势十年：中国宏观变局与房地产应对”。数联云集团总裁杨茗杰对“场景时代，终端再造”概念进行了解答。随后，中国策划研究院副院长、中国管理科学学会咨询委员会委员、中国家具协会培训部副主任赵龙主持了“中国家居行业转型变革方向”论坛。

居然之家集团董事长汪林朋、红星美凯龙集团董事长车建新、克拉斯家居董事长王大为、喜盈门家居副总裁许惊鸿、简爱家居董事长罗钢俐、月星家居副总经理兼开店中心总经理张立军等行业领军人物的到场，为展会增色不少，也吸引了中国来自全国各地媒体的极大关注。中国家具协会流通专业委员会执行主席、居然之家董事长兼总裁汪林朋，最后做的中国家居流通行业发展现状及方向主题报告赢得场内阵阵掌声。

数联云集团在展会现场为企业做了三维实景网络展示，当产品三维数字化后改变了陈列展示方式、改变互动导购方式、改变营销传播方式、改变销售渠道形态、改变终端店铺形态、改变设计研发方式、改变供应链条融合、改变企业管理的模式，最终将会改变行业和产业。

“比肩世界 爱‘木’天津”是中国(天津)国际实木家具展永恒不变的主题。有600年历史的天津，是历史文化名城，也是传统文化和外来文化交汇的地方。这既是天津家具文化最大的无形资产，也是津派家具持续发展的丰厚土壤。这些家具文化的历史沉淀，都将成为今后津派发展创新和传承的续航动力。据组委会透露，2017年中国国际实木家具展览会实木展馆将增加到9个馆，同时再增加10万平方米软体家具展区。

植根中国文化 培育国际气质

浙江美大：敢做高成长的企业



资进行全面的统筹布局。

这两个部门从不断研发核心技术，到上市企业的资本运作，都为企业导入了全新的理念，既为未来的发展规避了“穿新鞋走老路”的制肘，也为培育企业新一代人才梯队提供了发展后劲。

强调快乐 激励全员成长

中国人每周法定的工作时间是40小时。而法国拥有全世界最长的节假日时间。每年大约有150天不用上班。每周工作时间也仅为35小时。希腊是欧洲工作时间最长的国家，每周工作时间为42.2小时，每年工作时间为2000小时。相比之下，德国只有1400小时，但希腊工人的效率比德国工人的效率却低70%。从工作效率分析企业员工的工作动力，不难看出，高效率源自一种激励。

在俄罗斯留学多年，走过很多国家的夏博士，通过自己海外的求学和



本报讯 (记者 许晓东)5月21日，海南国盛古典家具有限公司设在北京红博馆内的旗舰店开业，中国家具协会理事长朱长岭、秘书长张冰冰等嘉宾，与红木业界同行、媒体，以及黄花梨收藏者上百人莅临现场，见证了颇具代表性的海南黄花梨工艺品和多种门类红木产品，自海南入驻北京市场。

据悉，海南国盛古典家具有限公司是中华协会会员单位，也是海南省规模居首的红木家具企业，董事长吴名光为中华协传统家具专业委员会主席团主席、海南省古典家具协会会长。

中国家具协会理事长朱长岭代表中国家具协会致辞。他表示，海南国盛在红博馆开业是一个大喜事。海南黄花梨在家具中是最好的材料之一，吴名光是中华协传统家具专业委员会主席团主席、海南省古典家具协会会长，对中国红木家具行业有一种特殊贡献。海南国盛做出的小件工艺礼品真材实料，在近20年当中有很大的发展，因此获得了成就感。红木家具在全国家具行业中是一个重要载体，并在世界享有盛誉，红博馆对家具的传统文化作出了贡献。海南国盛针对北京地区的红木爱好者和收藏者，拿出好的产品做展示和销售，让消费者更加方便，也通过红博馆这一窗口告诉消费者——真货在这里，让消费者获得更多了解，并传达一个信息——这里可以进行文化传播、展出、举办签售等交流活动。借此之机，也希望大家积极关注7月1日至4日在北京举办的第四届红木家具精品品鉴会。

吴名光在讲话中表示，今天我们欢聚在这里，共同庆祝海南国盛新店的开业，我对大家的到来表示欢迎。国盛来自海南黄花梨的故乡，从事红木家具的生产已经有十多年的历史。不断增强服务意识，成为国盛品牌的特色和典范，在行业中取得了一点成绩。在此，对大家的关心表示感谢！这次在红博馆新开的旗舰店，选择有档次、有品位的产品，为北京消费者提供了一个平台，为古典家具消费者提供了机会。借开业之际，国盛要向同行学习经营管理经验，提升和发展品牌。

海南国盛古典家具设在海南红博馆(玉泉营馆)的旗舰店占地800余平方米，店内专门辟出一个区域，以专柜形式展示了大量珍贵的海南黄花梨雕刻工艺品。其中有代表性作品《龙壶》、《金鱼壶》、《福壶》、十八罗汉大型系列根雕等，这些难得一见的海南黄花梨艺术珍品吸引了众多人气。以十八罗汉大型系列根雕作品为例，其价值在680万元以上。现场参观的行内人士评价说：“海南黄花梨大料和油梨老料已越来越罕见，能收集到这么多有一定分量和天然造型的原材料用于创作，简直就是一个奇迹。”据介绍，收录这些珍贵黄花梨工艺品制作而成的《海南国盛古典家具有限公司邮票珍藏册》，已于2016年5月4日被中国国家博物馆编目收藏。

开业当天，与会者在海南国盛旗舰店内，看到了陈列着的海南黄花梨原木，它们是海南国盛古典家具的实力象征。吴名光介绍说：海南黄花梨是中国明清两代最受推崇的木料，它色泽雅致柔和，纹行云流水，华美而且绚烂，空灵飘逸，用它制作成工艺品或家具，气质高雅，令人喜爱。经科学研究，海南黄花梨除了是制作硬木古典家具的上乘材料。还能够用于药材，海南黄花梨的心材就是中药降香。改革开放后，海南黄花梨的价值重获重视，尤其最近十多年来，价格一路攀高，从当初每斤30多元涨到现在每斤约2万，飙升约500倍，掀起了国人追捧黄花梨家具和工艺品的热潮，即使在目前红木家具市场随着经济发展进入“新常态”的形势下，海南黄花梨制品因其珍贵和稀缺，在收藏市场上价格也一直稳步上升。

当天，海南国盛古典家具北京旗舰店开业典礼与北京国画艺术家协会成立十周年会员精品展，在红博馆(玉泉营馆)同期举行，到场嘉宾、收藏界人士和红木家具爱好者在店内黄花梨工艺品和红木家具前流连忘返，细细欣赏，连连赞叹“巧夺天工”“美不胜收”。一些懂行的收藏家看到这么多好东西，喜不自禁，开始询价。

工作经历，对如何更好地统一和协调工作与生活有自己的理解。他认为，工作和生活一定要开心。高成长的企业必然是员工和企业共同成长，只有员工收入稳步提高，幸福指数增加，才能激励工作的热情和创造动力。

多年来，在紧张的工作之余，企业也一直紧盯与行业相关的国际市场的新热点和新趋势，在夏鼎的鼓励下，高管团队不断走出国门去更好地对接国际市场，如生产老总去欧洲参观2016“米兰国际厨房家具展和国际卫浴双年展”，以此了解国外厨房产品的潮流发展和变化；销售老总积极参与东南亚国家的多个行业内外展会，进一步加深了对不同地域国家市场的理解。因为，国外的厨房文化与中国有很大的不同，特别是欧美国家，人均厨房面积大、注意在烹饪过程中卡路里的摄入、少油少盐等都与现在中国人的饮食习惯有较大的差异，尤其重要的一点是欧美家庭中厨房是一个家人交流的亲情感中心。理念上，与中国厨房的最大不同是交流亲情重于美食的操作。因此，中国的厨电品牌在保持中国文化的同时，还要融入国际化观念，才能成长和成熟。中国人的厨房从操作中心走向亲情交流中心，虽然还需要一个漫长的过程，但这种国际气质需要不断培育。

忠诚市场 推进用户布局

如今的营销形式和方法层出不穷，集成灶在厨电领域要走差异化路线，设计平凡化，细分市场，关注品牌布局，才能打开一线中心城市市场，增加产品的覆盖面。如果只做高端，难免曲高和寡，做不出家喻户晓的效果。夏鼎认为，生产出来的是产品，销售出去的是商品，消费者买回家的才是用品。以市场为导向，以用户为中心，是美大始终坚持的发展方向。作为上市公司，浙江美大的新一年的目标期望值是增长20%—25%，不仅要考虑到利润，面对投资者和消费者，都要肩负起一份沉甸甸的责任。为了保障消费者权益，我国早在《家用燃气燃烧器具安全管理规则》中就明确规定了厨卫家电的使用寿命为5000次，人工煤气燃气热水器为6年，人工燃气灶具使用6年即应报废，石油天然气灶具使用8年即应报废。超过标准使用，机械设备存在一定安全隐患，同时功率下降，损耗增加，对人体健康指数造成严重威胁……以旧换新的销售推广，其实就是一种人文关怀。

2010年11月，夏鼎回到企业，从理论到实践学以致用。他的体会是，管理说复杂也复杂，说简单也简单，无非是管好人物财，补企业的短板，更好地发挥企业中每一个员工的正能量，管理起来就能游刃有余。

改变传统厨电行业同质化竞争格局，以全新的健康整体厨房概念激活传统行业，实现新跨越，终究是一种从成长到成熟的历练。