

北京疏解低端家居建材市场



随着京城老牌家居卖场万家灯火健翔桥店摘下牌匾，正式宣布闭馆，谁将是告别京城的下一家卖场引人关注。笔者注意到，在万家灯火健翔桥所在的海淀区东升镇提供的《东升镇低端有形市场疏解工作情况汇报》中，另一家颇为知名的建材市场——金五星也正面临着今年底关停的命运。

探访：金五星仍在招商
“通厦花卉市场、金五星建材市场、

市场观察

广州市质监局抽查 软体家具产品质量 全部符合标准要求

本报讯 近日，广州市质量技术监督局官网公布 2016 年广州市软体家具产品质量监督抽查结果，该局近期对广州市生产领域软体家具产品质量进行了监督抽查，共抽查了 11 家企业生产的 11 批次产品，经检验全部符合标准要求。本次抽查依据 QB/T 1951.1-2012《软体家具 沙发》和 QB/T 1951.2-2011《软体家具 弹簧软床垫》，对软体家具的面料、面料物理性能、铺垫料物理性能、金属件用料、木制品、卫生、安全、甲醛释放量、弹簧要求、力学性能、耐久性等项目进行检验。

恒大家居联盟产业园签约

品牌企业与房企合作 开辟新的合作模式

本报讯 近年来，家居品牌纷纷伸手房地产业，以求通过合作实现共赢。而房地产业也主动变革，向家居市场这块“大蛋糕”靠拢。近日，恒大百亿投资一家居产业园，已吸引多家家居企业入驻。不得不说，联合房地产，开辟新联盟模式成为当下家居企业的新尝试。

5 月 12 日，由恒大集团与兰考县政府举行的恒大家居联盟产业园签约仪式正式举行。目前，首期确定进驻 7 家企业中，上市公司 4 家，索菲亚、曲美、广东顶固集创、喜临门；行业龙头 3 家，广东联邦家私、深圳仁豪家居、深圳森堡家私。后续进驻家居品牌企业会多达 50 多家。

在签约仪式上，恒大集团材料设备公司董事长余伟桥表示，该产业园投资总额 100 亿，占地 1 万亩，首期投资总额超过 40 亿。家居联盟产业园将被打造成为中部家居产业集聚区，恒大集团及七家企业共同出资，建成后将成为亚洲最大的家居产业园。

作为房地产的下游产业，家居家装市场下滑已是不争的事实。伴随今年以来楼市利好政策的频频出台，有望带动家居家装需求复苏。例如，如今精装房发展势头火热，家居家装企业通过房企兜售精装房，其实是做“批发生意”，也是“捆绑销售”，省去了高昂的广告宣传等费用，在零售市场逐渐萎缩的情况下，一定程度上会更加轻松。由此看来，与房企合作会产生“化学反应”毋庸置疑。

这或许可以称得上是一种多赢的市场战略。首先，房地产商通过智能家居增加楼盘的附加价值，赢得业主的青睐，加速回笼资金。其次，通过“送”来取代“卖”，让业主零成本享受家居，迅速提升普及率。但是，把产品卖给房产开发商并不意味着企业就会受益，因为最终还是要看消费者是否买单。（云 彩）

清河农副产品市场、小营建材市场于 12 月 31 日前完成关停。”东升镇提供的《东升镇低端有形市场疏解工作情况汇报》中明文写道。

不过，5 月 14 日，笔者探访金五星建材市场时，却并未看到任何即将拆除的迹象。市场内没有出现大面积打折出售的广告，商户也没有接到即将于年底拆除的通知，仍在正常营业。开利地毯的经营者表示，自己

从未听说过要拆迁，也从来没有接到过任何通知；商铺名为“天丽壁纸”的商户告诉笔者，听说市场明年 4 月可能会拆，自家店铺已经在着手寻找下一个落脚处；一位卖地毯的老板则表示，自己听说这处市场是 1997 年建的，租地合同期是 20 年，明年市场合同就到期了，到期后将被拆除。在四号厅最内侧，记者发现有 4 个连续的摊位已退租，附近的一位商户表示，这 4 个摊位同属一家人，退租是由于家庭原因，与卖场拆迁无关，“拆迁已经说了好几年了，这几个摊位是半年前撤的，和拆迁没有关系”。

全球首款“情侣”微波炉亮相

冠名为“热恋”，分男女版，一个叫男朋友，一个叫女朋友

本报讯 5 月 13 日，格兰仕产业互联网品牌 UU2 周年北京粉丝见面会上，“西红柿”粉丝与格兰仕共同揭幕了全球首款情侣微波炉。这款冠名为“热恋”的微波炉，分男女版，一个男朋友，一个女朋友，男朋友天蓝秀气，女朋友粉红可爱。“情侣”微波炉亮相，宣告了家电人格化时代的到来。

作为一名格兰仕的铁杆粉，“西红柿”崔小姐知道掀启白色家电色彩革命的“黑金刚”，迎来光波时代的“数码光波微波炉”，打响能效革命的“中国红”，颠覆微波炉发明 60 多年来方形外形和侧开门方式的 UOVO 圆形微波炉，赢得工业设计“奥斯卡”iF 奖的 i 双变频系列。“没想到微波炉还可以有性别之分！”崔小姐说。格兰仕的独具匠心之作 UU “热恋”情侣微波炉，用年轻时尚的创意设计，智能实用的创新功能，再一次打动了她。

两年前，格兰仕推出产业互联网品牌 UU，旨在为年轻的消费者带

来新的体验、服务和感动。UU 主打时尚外形与定制概念，致力于奋斗路上的 80、90 后提供一位到位的生活享受，专供满足 80、90 后消费期望的极致性价比产品。

前瞻：杂牌无处可去加速洗牌
随着金五星建材市场的拆除，这些凭借低成本、低价格在京城建材市场中分得一杯羹的低端市场，将面临无处可去的局面。

正大刀阔斧落实首都核心功能大政的北京，在逐步清理着那些曾随处可见的低端建材市场。以万家灯火、金五星所在地区海淀区东升镇为例，仅 2015 年一年便关闭了鑫方盛建材市场、尧舜建材市场、易欣奇建材市场、京海兴建材市场、北振建材市场五处低端建材市

全球首款“情侣”微波炉亮相

冠名为“热恋”，分男女版，一个叫男朋友，一个叫女朋友

本报讯 5 月 13 日，格兰仕产业互联网品牌 UU2 周年北京粉丝见面会上，“西红柿”粉丝与格兰仕共同揭幕了全球首款情侣微波炉。这款冠名为“热恋”的微波炉，分男女版，一个男朋友，一个女朋友，男朋友天蓝秀气，女朋友粉红可爱。“情侣”微波炉亮相，宣告了家电人格化时代的到来。

UU，被称为年轻的格兰仕，坚持每一款产品都为年轻人度身定做，为消费者带来极致消费体验，让消费者付出更少，获得更多。两年来，不管是 UU 变频空调、UU 变频滚筒洗衣机，还是 UU 光波炉、UU 风冷冰箱，在各大主流电商平台上都是爆款。这些互联网产品，以“只为感动年轻的你”而生，都是格兰仕“努力，让顾客感动”的匠心传承。

“热恋”微波炉是格兰仕“对需求抓得准，把自己逼得狠”的新成果。一蓝一粉，一男一女，UU“情侣”微波炉不仅给“热恋”赋予了最新的格兰仕科技，还细致地为其赋予了

家居流通业遭遇三大困境

未来 1/3 卖场或将关闭

本报讯 经济发展达到了一定的峰值之后，便渐渐走起了下坡路，经济新常态之下，家居流通业亦遭遇了困境。“即使政府不疏解，很多中低端家居市场也逃不出倒闭的命运。”在 5 月中旬举行的首届家居流通大会上，中国家具协会市场委员会执行主席、居然之家董事长兼总裁汪林朋宣称，未来至少 1/3 的卖场会退出市场，只有企业、卖场、经销商三方构筑起多赢的互利关系才能够存活并发展。

自称“做了不少功课”的汪林朋如此介绍家居建材行业 2015 年的流通状况：市场规模为 42735 亿元，其中 2 万平方米以上的家居卖场销售额为 10849 亿元，网店销售额为 2050 亿元。在这些看似光鲜的数字背后，却是家居流通业存在的三大困境：一是实体卖场和店铺严重过剩，同质化严重；二是流通效率低下，消费者服务体验差；三是在互联网面前信心不足，甚至手足无措。

就卖场同质化而言，仅仅在北京，家居卖场的面积就将近 500 万平方米，单是居然之家就有大约 100 万平方米，大多数家居卖场采取的是粗放管理模式，物业出租是其主要收入来源。“这些卖场的市场定位、营销方式基本一样，同质化相当严重。”汪林朋表示。

就效率低下而言，汪林朋举例说，日本的物流成本仅占总销售成本的 3%-4%，但在中国，这个比例达到 10%以上；家居建材行业的人均销售额也相差很大，国外能达到 300 万元，中国仅在 80 万元左右。而在消费者服务体验方面更是没法相比，很多国外市场一家老小可以在卖场里吃喝玩乐一整天，而国内不少卖场环境很差，待一会儿就受不了。

就互联网而言，中国家居企业都在摸索中，目前尚无成功案例，居然之家为此已经投入了 2 亿元。不过，他认为有的企业放弃原有销售渠道只开网店，显然是没有找到方向。

汪林朋预言，在三重困境的重压下，家居行业洗牌重组在即，1/3 以上的中小家居流通企业将退出市场，同时流通业态将呈现多样化趋势，大型实体卖场将向综合型体验式购物中心转变。

如何突破困境？汪林朋开出的药方是：工厂、卖场和经销商三方之间要构筑多赢的互利关系。对于工厂而言，经销商只是下游商家，在店面、营销、仓储等方面，工厂没有给予足够的支持，有的工厂自己开网店，公开与经销商抢市场，甚至威胁到了传统经销商的生存，而经销商与卖场之间关系也很微妙，动辄集体抗租，影响了二者共赢互利的关系。“只有工厂、卖场、经销商三方利益共享，风险共担，才能走上健康的发展之路。”（米 宜）

场，随着 5 月 10 日万家灯火装饰城的关停，该市场内 70%的商户计划回老家，仅有 30%的商户或转往万家灯火在沙河的连锁店，或去往北京各大家居卖场。

“能去的地方很少，红星美凯龙这样高端些的家居市场，每个月房租都是这里的一倍，成本太高。”金五星内一位经营壁纸的商户表示，高端家居卖场的高入场费，将直接抬高这些小店铺的产品价格，与那些真正的大品牌产品相比，这些杂牌产品在质量上毫无竞争优势，若不能提供有竞争力的价格，等待这些杂牌的便只有被市场淘汰的命运。

“我们正在到处找地方，可现在在北京城里这些卖场都在拆迁，实在是没有地方可以去，只能往郊区那边看看，实在是不想离开北京。”一位在金五星建材市场内经营地毯的商户向记者表达了对未来无处可去的担忧。

业内人士认为，低端建材市场的消失，也将伴随着一大批低端家居品牌的消失，这将对净化京城家居市场、提高产品档次、加速行业洗牌起到重大的推动作用。

（北 商）



人格，让恋爱中的男女，即使隔着千山万水也能体会到近在咫尺的呵护。用“男朋友”或“新朋友”千里传情，为恋人煮一碗热汤，为爱解冻化解一切冰霜。这样一款活色生香的轻奢微米微波炉，是情侣间一件无与伦比的传情信物，也是格兰仕人带着匠心写给年轻西红柿粉丝们的一首情诗。

（春 丽）

5 月 20 日，主题为“互联互通、互利合作”的第三届中国（重庆）—东盟家具博览会，在重庆巴南区八公里铠恩国际家居名都开幕。自 5 月 20 日到 23 日期间，面积达 40 万平方米的展场将迎来包括来自印尼、马来西亚、新加坡、越南等东盟十国的近 60 家厂商以及内地、港澳台等在内的 1500 多知名厂商齐聚，消费者将在铠恩国际选购到来自国内各地及东南亚各国的 10 多万套高性价比的精品家具。

据介绍，本届东盟家博会较前两届相比，在诸多方面均有着不小的提升，东盟参展客商积极性更高，进口家具的品质更好，参展品牌也更具代表性。除了规模更大，产品更丰富的家具展销、开幕典礼等活动以外，还将开展重庆与东盟的系列深度经贸合作和文化交流活动，增进共识，达成合作。如果说前两届参会各方是在不断探寻与磨合中获得成功。那么，今年将是重庆与东南亚各国经贸合作再度加深了解、推进实施的一年。

实现跨国商贸连接
据悉，本届东盟家博会将举行九大活动，活动包括重大贸易项目签约、第 32 届东盟家具工业理事会会议、第五次中国（重庆）—东盟 10+1 家具产业联盟会议，促进重庆与

印尼家具业到广东举办投资贸易论坛

工人月薪合人民币 700—1000 元，引起国内企业投资兴趣

本报讯 五一节前，印度尼西亚共和国投资统筹部部长凡迹、印尼广州总领事馆领事诱翡一行专程来到东莞，与东莞经信局有关人士、家具企业家举行印尼家具业投资贸易论坛。论坛上，印尼的人力成本低、原材料丰富以及东南亚市场潜力引起东莞家具企业的极大兴趣。

在论坛上，凡迹部长表示，中国是印尼最大的投资国之一，至今中国企业在印尼投资额度大约在 500 亿美元左右，且有逐年增



本报讯 5 月 16 日，万家乐在北京重磅推出燃气热水器新品“X7 中央热水”。新产品搭载了自主研发的“东方恒热芯”前沿技术系统，专为中高端家庭设计，设计适配于 90%以上的中国城镇家庭。

目前，国内消费者对洗浴热水的基本需求已经得到满足，但随着生活水平的提高，消费者产生了一些更高的体验要求，如“舒适、智能、环保、人性化”等。目前市场上的热水器基本都是基于传统的产品思维而开发的，并没有足够考虑到用户的使用体验，这使得热水器在使用过程中存在诸多不足，如沐浴前要先放掉一段冷水、等待热水的时间过长、沐浴过程中水温忽冷忽烫等。这些热水问题饱受诟病，其主要原因是中国城镇家庭普遍采用的是无回水管道的“冷热水管双管”布局，但因为常年没有技术解决方案，渐渐成为用户无奈的习惯。

“意识到这些问题，但没能拿出很好的解决方案，作为一个专业热水人士，我有种惭愧感。”万家乐燃气具有限公司总经理余少言表示，“为此，我和工程师们下定决心，一定要攻克这些难题，让中国家庭用上酒店级热水。”

为了这一承诺，万家乐进行了大量的市场调研，走遍各个主要地域城镇，实地探访用户，记录用户的使用过程和习惯，深入分析使用痛点，并且进行了大量的实验和设计，尝试为用户带来一个全方位舒适的热水体验。自 2009 年推出第一代“集成式家用燃气中央热水系统”之后，万家乐的顶尖研发团队匠心潜运，不断攻克技术难关，历时 7 年，打造出一款面向未来的划时代产品——X7 中央热水。这款产品研发的前后共有近 100 多位工程师参与，由 150 个家庭实测使用超过 1 年时间。就目前而言，这是业界最完善的家庭酒店级中央热水，而且能适配 90%以上中国城镇家庭的。

X7 中央热水的技术核心是万家乐自主研发的“东方恒热芯”系统，包括 Hot 热力环、Pre 恒热池、Easy 热力门、iCloud 控制云等 51 项独家专利技术。

“Hot 热力环”，智能回收管道中的冷水，将其循环加热后再输送至每个用水点，实现全屋热水供应，打开水龙头只需 0.7 秒即出热水，不仅减少等待时间，大大提高沐浴舒适度，还减少了大量水资源浪费。

“Pre 恒热池”，对冷水进行集中式混合后再输出，让终端水温不受外界影响，无论是沐浴过程中关水再开，还是水压、气压发生波动，终端水温始终保持恒定。

“Easy 热力门”，是特别为中国的家庭房屋布局，无回水管路的情况而设计的。这个设计让中国家庭在原有管道布局下，就能实现热水的定向循环，而且安装极为便利，无论是新房装修，还是旧热水器替换升级，整个安装过程只需 30 分钟，不用重新打孔布管，不影响家居整体装修。

“iCloud 控制云”，是一个智能核心处理系统，集智能控制，云端操控反馈于一体。能够对用水情况进行大数据处理，智能输出匹配当前环境状态的最佳热水。用户还可以通过这套系统，在多个手机上进行远程操控，随时随地启动循环热水功能、选择预热模式、检查机器运作、查询水气使用状况，以及了解实时安全反馈等。

“X7 中央热水”的研发，同样体现了万家乐的社会责任感。测试数据表明，使用普通燃气热水器，长 20m 的出水管需要等待 66.48 秒才能出热水，这段时间内的冷水就白白浪费掉了。与普通热水器相比，一户三口之家使用 X7 中央热水一年可以节约等待时间 28 个小时，节水高达 13 吨，相当于 26000 瓶矿泉水。这是相当惊人的数据，对于我国这样水资源稀缺的国家而言，普及搭载了“东方恒热芯”技术系统的 X7 中央热水无疑具有巨大的经济与环境效益。（王 著）

汇集东南亚 10 多万套精品家具

第三届东盟家博会“中国—东盟家居文化周”重庆举行

东盟家具产业交流与合作；举行中国—东盟家居文化周，开展“发掘家居文化、畅叙民族友情，共建美好家园”关联活动；举行东盟家具品牌推介会，参展东盟 10 国的厂商利用新媒体以多种形式开展特色及重点产业发展项目、品牌的招商推介活动；举行“走进东盟、来到重庆”外商、经销商投资贸易对接会，参展东盟 10 国的厂商与本地家具代理商进行商贸洽谈，实现东盟家具品牌落户重庆，入住铠恩国际的展会目标。

搭建文化交流虹桥

据了解，中国—东盟家居文化周将贯穿整个展会，以“发掘家居文化、畅叙民族友情，共建美好家园”为主题，开展一系列活动。在展馆内，铠恩国际用大量展板图文并茂地展示了包括新加坡、菲律宾、柬埔寨、老挝、马来西亚、缅甸、泰国、文莱、印尼、越南等各国的民俗文化及家居文化，让消费者们对东盟国家及其产品有了更深层次的了解和认识。

印尼家具业到广东举办投资贸易论坛

工人月薪合人民币 700—1000 元，引起国内企业投资兴趣

本报讯 五一节前，印度尼西亚共和国投资统筹部部长凡迹、印尼广州总领事馆领事诱翡一行专程来到东莞，与东莞经信局有关人士、家具企业家举行印尼家具业投资贸易论坛。论坛上，印尼的人力成本低、原材料丰富以及东南亚市场潜力引起东莞家具企业的极大兴趣。

在论坛上，凡迹部长表示，中国是印尼最大的投资国之一，至今中国企业在印尼投资额度大约在 500 亿美元左右，且有逐年增

家具，实木家具在中国很受欢迎，预计未来 5 年，印尼的木制家具对华贸易将每年增加 500 万美元左右。

据凡迹等人透露，与中国的劳动力成本相比，印尼的工人工资相对来说要便宜不少，目前在出产木材、藤制家具的主要地区，工人月薪大约在 700~1000 元人民币之间，这对于前往投资的中国企业家来说是一个不小的优势。

当日大约有 300 家家具企业人士代表出席论坛，不少东莞家具企业人士表示，东莞家具企业如今也处在转型、提升附加值等关口，一些企业正处于走出去和实现智能化的转型期，印尼丰富的自然资源和低廉的劳动力成本确实是东莞家具业的一个重要合作之选。（文 公）

搭载自主研发『东方恒热芯』 万家乐 X7 中央热水上市
即开即热 全屋热水供应只需零点七秒