

中国家居

宜家研发充电餐桌

收集热能 转化成电力为设备充电

本报讯 宜家 (IKEA) 一直致力于科技与家居结合的产品设计, 最近它们又开始研发以减少能源使用为前提的 Heat Harvest 系列家具。

据悉, 该系列主打热能采集, 希望能利用家具产品收集热能, 并转化为电力为电子设备充电。开发小组期望利用纳米材料制作出热电发电机, 来实现从热力到电力的转化。虽然产品目前距离商品化还有一段距离, 但如果能研发成功, 那么以后我们在吃早餐的时候, 就可以顺道为手机充电啦。

大卖场展开主题促销 环保健康成关注焦点

节日能为儿童家具带来一波消费潮?

□ 本报记者 陆俊 文并摄

“六一”儿童节将至, 记者在北京城外城、集美等多个家居大卖场看到, 很多商家打出了儿童节主题促销广告, 而且很多广告都把重点放在了儿童家具的健康、环保上, “纯实木”、“无甲醛”、“进口环保松木”等用语充满了卖场。在网上, “儿童家具是六一节送孩子最好的礼物”这样的建议和广告也随处可见。“六一”节能否掀起一波儿童家具消费的热潮? 各个家居大卖场都使出了自己的手段。

大卖场开展“六一”促销

在红星美凯龙, 记者看到, 这里的儿童家具展位是广告最红火的地方, 很多儿童家居品牌展馆前都打出了“安全环保”、“超值特价款”儿童套房家具等广告。据销售人员介绍, 今年儿童节到来之前, 他们预备了丰富的货源, 其中主要是儿童套房家具和儿童高低床, 因为据他们往年的经验, 相比



单层床, 高低床显然更受小朋友们的欢迎。此外, 他们今年还推出了一些新产品, 比如可升降的书桌、可调节大小的儿童床等, 目前来看也收到了很好的市场效果。

据记者了解, 北京知名的家居卖场——集美家居将在儿童节期间联手耐特利尔、喜利美、欧嘉瑞尼三大家具品牌合力打造“疯狂六一 童乐嘉年华”大型亲子活动。据介绍, 2016 年“六一”正值周三, 处于非节假日期间, 如何使儿童节不致成为“儿童节违约日”, 许多家长心中为此犯愁, 为此, 集美家居“疯狂六一 童乐嘉年华”活动将在儿童节之前的周日, 即 5 月 29 日在集美家居昌平水屯店提前登场。

北京城外城家居广场在“五一”节之后, 就提前预热六一节, 推出了“六一”大型亲子活动。据介绍, 2016 年“六一”正值周三, 处于非节假日期间, 如何使儿童节不致成为“儿童节违约日”, 许多家长心中为此犯愁, 为此, 集美家居“疯狂六一 童乐嘉年华”活动将在儿童节之前的周日, 即 5 月 29 日在集美家居昌平水屯店提前登场。

北京城外城家居广场在“五一”节之后, 就提前预热六一节, 推出了“六一”大型亲子活动。据介绍, 2016 年“六一”正值周三, 处于非节假日期间, 如何使儿童节不致成为“儿童节违约日”, 许多家长心中为此犯愁, 为此, 集美家居“疯狂六一 童乐嘉年华”活动将在儿童节之前的周日, 即 5 月 29 日在集美家居昌平水屯店提前登场。

“六一”亲子套票提前送的活动。据悉, 城外城一直坚持为京城百姓送去充满爱与温暖的经典文化盛宴。继去年“城外城之夜”系列演唱会后, 今年“城外城之约”文化演出季也盛大开启。凡在城外城家具馆二层儿童区购物消费金额满 3000 元的顾客, 可免费获赠“大型儿童奇幻互动体验音乐剧”《音乐宝盒》亲子套票一套。

调查儿童家具消费因素

虽然卖场都在尽力地预热儿童家具市场, 但是对于家长和小朋友们来说, 影响他们儿童家具消费的因素有哪些? 恐怕很多商家都不甚了解。就在六一前夕, 一项关于儿童家具消费的网上调查出炉, 吸引了行业的关注。

据悉, 新浪家居、今日头条等联合展开了一项《儿童家具消费调查》网络投票活动, 该调查共收到有效问卷 1431 份。“环保健康”、安全性、材料“是本次调查中, 家长最关心项目的三甲, 这三者都指向同一个问题, 就是家长们最关注的健康与安全, 家长们希望确保小孩能够在安全健康的环境下成长。只要保障安全这个第一要素, 款式外表、设计、功能性等等是可以做牺牲的。关心价格的家长们只有 8.3%。”

实木家具以其环保耐用性能著称, 因此选择实木的家长占到 71.9%。家具是低频高价又十分注重实际体验的耐用消费品, 一直以来家居卖场都是家具消费的最主要场所。虽然家居卖场 60.1% 的选择仍是最重要的购买渠道, 但这个数据却意味着卖场的地位不再如日中天, 有意向网购的家长已占到四分之一, 可见网购成为不容小觑的购买渠道。

家居卖场本身就是能直接获取家具信息的最直观场所, 30.3% 的比例属于正常范围。但网络搜索和门户网站家具频道两者占据了获取家具信息来源的半壁江山。关于“哪些信息会影响您对儿童家具的选择”议题, 品牌知名度成为了第一名。品牌可能意味着更高的品质, 随之而来的是更高的价格, 可见, 家长们已经愿意为更高的品质埋单。

在本次调查中, “一个品牌也不认识”的家长仅占比 5.2%, 而松堡王国、多喜爱、七彩人生、我爱我家、喜梦宝、晶彩第六季等一线儿童家具品牌的认知比例还是相对较高的, 普遍在 10% 以上。

孩子的喜好成为影响家长选择的第二元素, 说明给儿童选择家具, 不再是家长一手包办, 他们也会听取孩子的意见。网络评价的比例仅微弱次于孩子喜欢, 也是影响家长选择的一大因素。

也是影响家长选择的一大因素。

未来市场将保持 10% 以上高增长

当前, 我国 0 至 14 岁儿童超过 2.2 亿, 约占人口总数的 16.6%。而“全面放开二孩”的政策施行后预计未来五年将有 800 万新生儿, 进一步促进了儿童家具行业的发展。业内人士表示, 预计未来几年儿童家具依旧能够保持 10% 以上的高增长。这些客户都是属于儿童家具产业的精准定位人群, 市场发展空间巨大。“二孩”政策将会让越来越多的家庭拥有两个小孩, 适合多子女的儿童房及儿童产品将会逐渐增加。据了解, 有“二孩”计划的家长, 除去有足够经济基础能够换大房的以外, 多数还是希望通过对儿童房的改造来完成容纳新宝宝的预想, 因此组合式儿童家具市场将有不少潜力可挖。

业内人士表示, 目前很多家庭的儿童房面积大多在 10 平方米以下, 如果再添一个孩子, 要在方寸之间设计出两个孩子的休息、学习甚至娱乐空间比较棘手。而多功能组合式家具最节省空间, 可以满足“二孩”的使用需求。为此, 很多儿童家具品牌充分利用双层床的下层空间, 增设书架、写字台或衣柜等, 将双层床变成了一个集学习、休息、储物等功能于一身的多功能组合空间。

但总的说来, 环保和安全性是消费者选择儿童家具的第一考虑要素。业内人士表示, 天然实木家具是不少消费者的首选。据记者了解, 近些年来, 儿童家具设计不合理、环保不达标等问题频频被曝出, 自从我国首部儿童家具强制性国家标准《儿童家具通用技术条件》正式实施以来, 对于整个行业来讲, 称得上是一次升级和革新。

建材家居卖场回暖

4 月份销售额破千亿 景气指数为 111.66

本报讯 5 月 16 日, 商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布全国建材家居景气指数 BHI。数据显示, 4 月份全国建材家居景气指数 (BHI) 为 111.66, 环比上升 6.31 点, 同比上升 12.08 点。全国规模以上建材家居卖场 4 月销售额为 1061.1 亿元, 环比上升 14.56%, 同比上升 24.90%。1-4 月累计销售额为 3274.9 亿元, 同比上升 4.66%。

事实上, BHI 指数在 3 月份就已经显示出回暖迹象。今年 3 月份, 全国规模以上建材家居卖场 3 月销售额为 732.4 亿元, 环比上升 16.1%, 同比下降 9.2%, 随着天气转暖以及房地产市场的“小阳春”的到来, 春节期间遇冷的全国建材家居卖场开始回暖, BHI 指数有所回升。

3 月份回暖趋势延续到 4 月, 因此, 4 月份全国建材家居卖场销售破千亿是在预料中的。一些家装企业为了迎合春季家装黄金期, 纷纷选择将优惠活动提前或者将活动时间延长。

据国家统计局数据显示, 4 月房地产开发景气指数为 94.41, 比上月提高 0.23 点。1-4 月份, 商品房销售面积 36012 万平方米, 同比增长 36.5%, 增速

比 1-3 月份提高 3.4 个百分点。其中, 商品房销售额 27656 亿元, 增长 55.9%, 增速提高 1.8 个百分点。秦占学认为, 全国房地产市场自 2015 年底反弹以来, 4 月继续保持回暖态势, 量价齐升的市场现象激发了压抑许久的“刚需”集中释放。各建材家居市场提前开启的“五一”优惠促销活动叠加了传统的市场旺季, 激发了业主新一轮家庭装修和采购的消费需求。以上双重因素影响着全国建材家居市场 4 月仍保持上行。

然而, 4 月 BHI 虽仍保持上升趋势, 比去年 4 月同比上升达 12.08 点, 但 BHI 分指数中“经理人信心指数”、“出租率指数”同比均有所下降, 可见全国建材家居市场整体回暖基础支撑仍有不足, 仍需理性对待。

秦占学表示, 这与我国当前的经济现状保持一致, 据国家统计局与中国物流与采购联合会发布的数据显示, 2016 年 4 月份, 中国制造业采购经理指数 PMI 为 50.1%, 比上月微落 0.1 个百分点, 与去年同期持平, 连续两个月处于扩张区间, 走势平稳。但由于国际环境的不确定性以及市场的不稳定因素较多, 我国经济下行压力依然较大。他建议, 随着市

场环境的不断变化, 建议建材家居企业应用“互联网+”提高效率, 规范线上线下良好发展; 同时, 更应该以消费者需求变化为基础, 在提升品质的同时, 更要加强个性化定制, 注重品类多样化。

按照传统, 家装旺季从 4 月清明之后就一直持续到 7 月之前。业内人士分析, “五一”过后的家居市场仍然是活动促销的重要节点, 可分为两部分: 一部分是将“五一”促销活动延续到 6 月中旬, 着急选购的装修业主不要错过; 更多的家居卖场, 则将下一次活动放在 6 月中旬, 消费者可以在此时时间段, 多挑选对比, 待到活动进行时可直接下单, 不用匆忙选购。

业内有关人士分析, 正因为时下仍处于装修黄金时段, 有刚性需求的业主都会选择提前对家装市场进行了解, 以及有装修弹性需求的业主都会抓住旺季契机集中释放需求。但业内人士同时也提醒消费者, 面对众多的促销活动, 不要盲目“折”腰, 在选购时从需求出发, 充分对比主材、价格、服务等方面, 选择最合适自己的建材家居产品, 以达到最满意的效果。

(许蕾)

家居实话

受益者察

□ 中子

历来重视展会, 并力求把它的功能、作用、范围等充分发挥到极致的中国五金制品协会, 对 2016 年展会的控场空间、方法、力度, 正在发生着微妙变化。

这一点, 从先前展会粗放的联合组织形式, 到成立专业化服务公司; 从参加德国、美国国际性综合展会, 到参展俄罗斯单一主品展; 从仅仅举办综合专业展览会, 到对展会中一个个细分专业展的缜密命名, 都体现出带有根本性特征的变化。

展会, 在营销理论和实践中是市场推广的重要手段之一, 在企业发展战略中的功能和作用, 不可小觑。

展会是生产商、经销商进行交流、交友、交易的平台。专业性展

会, 是行业发展的缩影, 通过展会, 企业可以展示品牌、积极促销。

展会提供了与市场调查、对接的便利机会, 与会的厂商可以在展会收集到竞争者的产品技术、设计、价格等全方位信息, 及时、准确地了解到行业发展现状、趋势和新产品及发明, 为企业制定下一步发展战略提供依据。

展会能得到大多数媒体的关注, 利用媒体可以充分展示企业形象。凡此, 展会对现代市场营销的渗透力越来越强, 众多企业则把展会当作营销开拓市场的利剑。被誉为行业“风向标”、“晴雨表”的中国国际五金展, 2016 年发生着重大变化。

2016 年 2 月, 中国五金制品协会发布的《展览会承办权声明》宣布, 展会所辖业务由上海大陆工器具有限公司、新成立的北京合得沃会展有限公司承担。这是中国五

金制品协会在所举办的中国国际五金展展会的招展组织工作中, 抛出的重大战略举措。据透露, 目前招展工作进行顺利, 各方面都呈现出良好态势。

科隆国际五金博览会于今年 3 月在德国科隆召开, 中国五金制品协会作为中国五金制品行业唯一的制造商协会再次如约组团赴展。优越的位置、精心的准备和高效的沟通, 使随团参展企业产生了满意的效果。

协会还首次率团参展俄罗斯“2016 莫斯科暖通展”, 为中国燃气具开拓新市场大陆。

中国五金展会的脚步, 越走越宽, 越走越远。

相信 2016 展会变更后受益的终极者, 一定是代表实体集群的行业和企业。

这一点, 参展商、采购商, 必定能亲身体察到的。

畅销中国 50 年

凤阳牌 床垫 沙发 实木家具

彩钢板 镀锌板 镀锡板 装饰板 冷轧薄板

山东凤阳集团

地址: 山东省淄博市周村区凤阳路 138 号 邮编: 255300 咨询电话: 0533-6452519

淄博凤阳彩钢板有限公司

地址: 山东省淄博市周村区正阳路 188 号 凤阳工业园 邮编: 255300 咨询电话: 0533-6531333

de RUCCI
 慕思 de RUCCI
 GLOBAL HEALTH & WELLNESS RESOURCE COLLECTOR
 全球健康睡眠资源整合者
 全国客户服务热线: 400-777-0077
 www.deRUCCI.com

Jinglan
 京兰
 著名商标 可信产品
 地址: 北京市朝阳区安定门外大街东店
 电话: 010-64940326
 传真: 010-64939781 邮编: 100012

好家具 大品牌
 依丽兰家具
 为家·为爱·为生活
 全国免费服务热线: 8008032166
 网址: www.wnleen.com.cn

Yekang
 颐康
 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.yekang.com
 温州颐康公司
 全国服务热线: 800-857-7826

本刊支持单位:

中国室内装饰协会
 中国家具协会
 中国五金制品协会
 中国工业设计协会
 中国陶瓷工业协会
 中国木材流通协会木地板委员会

Vanward 万利
 让家更温暖
 股票代码: 002543
 国家火炬计划重点高新技术企业
 清洁能源院士专家工作站
 国家认定企业技术中心
 国家住宅产业化基地
 博士后科研工作站
 中国航天事业合作伙伴