

## 龙头企业树立家居行业质量标杆

□ 本报记者 陆俊文/摄

9月——国家“质量月”，质量问题受到特别的关注。产品质量对于企业有多重要？今年疫情期间企业所受的考验，以事实证明了“质量就是生命”是企业发展的定律。同时，最近国家提出了“支持出口企业转内销”和“经济内循环”的概念，对以高品质产品促进内需消费提出了更高的要求。事实上，很多家居五金龙头企业在质量提升上已经取得了重大的进步，在行业内树立了标杆，值得同行学习和借鉴。

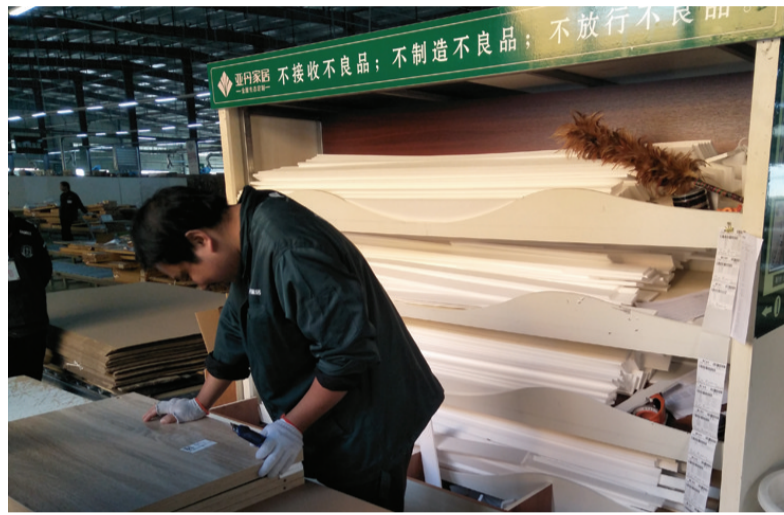
在新的经济形势和市场大环境下，再次关注质量问题，具有重要的意义。

## 质量助力企业走出困境

质量对于企业的生存与发展有多重要？今年的疫情对很多企业造成了巨大的冲击，但是在国内疫情得到控制以后，有些企业的生产销售迅速恢复，有的甚至达到和超过去年同期水平。这些企业有一个共同点——极度重视产品质量和服务质量。

美奢家居是国内疫情得到控制之后生产、销售恢复迅速的典型企业之一，据公司副总经理葛长伟介绍，美奢上半年的整体经营情况良好，特别是5、6月份，公司的订单已经接得很满，工厂已经全负荷运转。美奢是如何取得这样良好业绩的？葛长伟表示，主要得益于美奢的品质和品牌势能，是一个厚积薄发的结果。葛长伟认为，提升质量，做好内功是企业走出困境的关键。

而知名智能锁品牌凯迪仕的情况也很乐观。据悉，今年上半年凯迪仕线上增长非常快，有近200%的增长率，而线下的综合增长率也超过30%。公司如何实现这样的增长？公司常务副总经理李显认为，今年受大环境影响，



## 带动行业整体质量提升

整体来看，头部企业在质量提升上已经取得了巨大的进步，获得了很多国家级的质量奖项和荣誉，在行业内树立了标杆，带动了行业整体质量的提升。

不久前，第二届浙江省高质量发展智库论坛在杭州召开，浙江亿田集团入选2020浙江制造业企业高质量发展创新优秀案例，这是亿田多年来对质量不懈坚持的名至实归的荣誉。据介绍，在产品品质提升方面，亿田始终把创新放在首要地位。自集成灶面世以来，亿田就以不断技术创新和对自身的不断革新，持续向市场推出新产品。在品牌提升方面，亿田基于全新品牌定位“以集成灶科技重塑厨房空间”，对公司整体的品牌建设策略进行了调整，全新塑造了以科技、时尚、专业的品牌形象。

一些龙头企业对质量多年的坚持和成功经验，为行业提供了学习和借鉴的典范。对于质量的追求，方太总结出了九个字：有决心、有方法、有文化。方太认为，判断是否有决心的唯一标准就是当质量和成本冲突时如何选择？当质量和交期冲突时如何选择？这也正是为什么方太在产品的研发上愿意花3-5年甚至更长的时间。方太坚持每年将销售收入5%以上的资金投入产品研发，只要不浪费，研发预算也没有设置上限。

在质量月通过对优秀企业的聚焦可以看出，质量，依然是企业发展的核心要素，而且，未来的质量提升，已经不仅仅限于产品，专家认为，高质量的概念更加综合，企业不仅仅要保证产品的质量，还要进一步提升服务质量。这个服务指的不仅仅是售后服务，而是企业要根据用户需求做好从研发设计到生产制造到销售、售后的全流程服务，实现整体的高质量发展。

市场充满危机，也充满机遇，凯迪仕就是以符合消费者需求的高品质产品和新型营销方式抓住了机遇，实现了企业销售的逆势增长。

可以看出，这些企业之所以能够在疫情初步得到控制以后生产、销售迅速恢复，有个最重要的原因是产品高品质和品牌高知名度，而品牌，又是建立在产品品质之上的。

## 以质量激发消费市场潜力

最近，国家提出了“支持出口企业转内销”和“经济内循环”，激发国内消费市场潜力。这对企业来说，既是机遇，也是考验，没有质量过硬的产品，是无法在竞争日益激烈的国内市场生存和发展的，为此，行业龙头企业纷纷提出了自己市场策略，其中一项最重要的措施，就是加强技术研发、提升产品质量。

“中华老字号”张小泉认为，面对内销市场竞争日趋激烈的局面，内销龙头企业应继续保持并加强在技术研发、产品质量方面的优势，及时扩充产

能以满足客户需求，适应竞争日益激烈的市场环境。为此，张小泉在保持业内核心技术的基础上，不断提升产品品质，研发新产品，拓宽现有产品矩阵，建设了行业内领先的试制车间，坚持对于五金刀剪实验室的不断投入，为公司的发展构筑了壁垒。

而九牧卫浴的做法是用好质量管理工具。九牧围绕全球泛家居智能定制战略，满足消费者个性化与品质消费升级需求，实施了“C2F信息化制造的质量管理”项目。为更好地推进C2F项目实施，九牧聘请了西门子、华为、立波特等国内外专业团队，打通客户端到工厂端，实现产品下单和后端生产系统无缝对接的智能生产。通过流程、工艺、产品设计等标准化管理，实现产品质量、成本及交期有效管理。

很多企业认为，《意见》的出台，推动国内消费与产业升级的同时，也可能带来更为激烈的市场竞争。而最好的应对方式，是产品品质提升和研发智造，以创新技术和新品满足市场需求。

## 家装市场 旧房改造成为新动力

□ 双木

北京石榴园南里小区居民刘女士最近比较烦，因为她住的那栋楼里好几户业主在装修，她觉得有点吵，休息不好，但同时，她也想把自家重新装修一下，现在的房子是十几年前装修的，她觉得设施老化，设计落伍，是时候改造一下了。

链家石榴园店客户经理周轩向记者介绍，在他们片区，7月份和8月份，北京的二手房成交明显上升，已经回升到去年同期时期的水平，9月份目前看来，成交还是上升的，金九银十是一个小旺季。他注意到，很多购买二手房的客户，房子过户以后第一件事就是装修，因为他们买房子就是自住，以前那种投资性购房很少了。

记者在石榴园南里十号楼看到，这里的九层就有三家业主在装修，由

于装修人家太多，噪音听起来的确比较大。一位正在给一个两居室户型装修的工长告诉记者，他们装修队在附近已经接了四个家装工程，全部是旧房装修。最近两个月装修工程开始多了起来，本来他们是不敢接这么多活的，因为他们没有工人，自从北京第二波疫情发生后，他们的装修活基本停止了，工人都都回了老家，但是最近工人都陆续回来了，他们也敢多接点活了。

工长表示，旧房装修其实还是比较麻烦的，一个是拆除旧装修，一个是原来的老旧水电线路、下水管道改造，比新房装修费劲。不过最近他们接的旧房装修工程多了，也有了一些经验，一般的装修改造都没有问题。他觉得，现在旧房装修活比以前明显增多了，而且以后可能越来越多，他们工程队想把重点转到这上面来，专门做旧

房改造装修。“这是个机会。”他说。

旧房装修的确是未来家装市场的一个机会。据土巴兔不久前发布的一项互联网装修指数报告，国内二手房交易量增长明显，特别是一线城市。去年北京二手房成交量占比79.5%、上海为78.4%、深圳为67.1%。而且很多二线城市的二手房交易量也增长迅速，超过了新房交易量。一、二线城市已经进入存量房时代，这将为旧房改造、装修带来新的机会。

据该报告统计数据信息显示，2019年12月，局改、半包、旧房消费价格指数环比涨幅分别达到了10.1%、6.5%和6.3%。根据统计数据，旧房的局部改造和装修的费用，超过原预算的比例最多，这也显示出业主更愿意在旧房装修改造上花更多的钱，预示着二手房装修改造的消费和市场潜力比较大。

## 东拉西扯

□ 双木

如果用心的话，会发现有很多消费需求未被发现或消费需求未被满足，比如电竞家具。玩电竞游戏是年轻人非常喜爱的一项活动，可能很多人不会想到这也是一项重要的家具消费需求，但是国际家居巨头宜家就看到了，并且和华硕旗下高端电竞品牌ROG玩家国度合作，将开发一种新的家具品类——电竞家具。据悉，宜家将游戏玩家再细分，根据不同人群的需求，设计、开发了30多款“精品化”、“智能化”、“网联化”、“复合化”的深刻变革，在各位同行及各级主管部门的共同扶持与推动下，将迎来中国厨房创造的美好明天。

## 需求无处不在

家居环境。

电竞家具只是一个很小的例子，还有很多家具细分领域的消费需求没有被关注和开发。中国是家具制造大国，家具种类已经非常丰富，但是，涵盖的主要还是传统领域，开发新兴及特殊领域消费需求的还很少。消费市场是处于不断变化当中的，有的家具种类在某一时期消费需求会很大，但经过几年的变化可能消费需求就小了；有的家具种类原来没有或者需求量很少，但过了一段时间，需求量可能就变大了。比如适老

家具，在国内老年人占比很小的时候，需求量很少，关注的企业不多，但是随着老龄化社会进程加快，适老家具就成了很大的一个市场。还有适合年轻人需求的小型家具、轻便家具；适合婴幼儿需求的婴幼儿家具；适合户外活动人士需求的车载家具、房车家具等，很多家具需求是随着时间和经济发展变化而变化的，很多新的消费需求已经出现甚至需求已经很大，但是不用心，发现不了这些新的需求，也就失去了一次企业跃升的机会。

## 走向我们的小康生活

“山高不过凤凰山，花美不过白牡丹，我和妹妹见不上面，苦日子啥时能过完……”

青海“花儿”这段唱词，道出高原人的热情奔放，也道出这片土地的落后贫瘠。高原、高山、高寒，艰苦恶劣的自然条件下，“贫困”二字一度成为青海的标签。

截至2019年底，青海省累计减少贫困人口53.9万人，基本实现绝对贫困“清零”目标。眼下，从易地搬迁的崭新面貌，到乡村旅游的热火朝天，再到光伏扶贫的不断探索，还有产业扶贫持续发力……脱贫成了新生活的起点，致富成了心心念念的目标。

记者一路走过三个村庄，深感乡亲们如今的好日子就像格桑花一样，盛开在高原，更盛开在他们心中。

## 易地搬迁，搬出美好新生活

“当时家在后山上，三块石头支个锅，四面秃墙搭个窝，娘人的生活全靠亲戚接济。”回忆起丈夫离去后自己独自拉扯两个女儿的日子，兴海县安多民俗文化村村民拉毛吉几度落泪。

2018年，以草场和牛羊入股合作社，拉毛吉和女儿搬到了安多民俗文化村。当保洁员、打厨工、享受合作社分红，不仅全家顺利脱贫，大女儿还考上了青海大学。“去年收入有4万多元呢！”拉毛吉乐开了花，“树挪死，人挪活，这日子比以前想都不敢想。”

“十三五”期间，青海在全省1249个村实施易地扶贫搬迁项目，搬迁安置农牧民群众5.2万户、20万人，居住条件得到历史性改善。安多民俗文化村就是一个缩影。

这个占地1500亩、总建筑面积6万多平方米的崭新社区，解决了5个乡镇、1200户农牧民的居住问题。体育场、卫生所、商铺一应俱全，集乡村旅游、餐饮住宿为一体的“乡土人才孵化中心”，更成为亮点。这不，一楼大厅里，一场带货直播正在进行。

“这是来自海拔4000米的牦牛肉，绿色健康。”镜头前的小伙子叫洛加太，流利的普通话，帅气的外表，轻松幽默的表达，刚一上线，就吸引了300多名粉丝前来“围观”。

洛加太两年前大学毕业，本想回家乡大干一番，可既没资金，也没技术，一筹莫展之际，网络直播让他找到自信：“除了自己能拿提成，还可以推介家乡特产，我很喜欢这份工作。”

“下一步，我们将加强与机关、企业开展用工对接，拓展家政服务等等22个工种的用工渠道，增加安置点农牧民收入，确保‘两条腿走路’，强化后续产业发展路径。”兴海县扶贫开发局副局长梁宗孝说。

## 光伏扶贫，村民吃上“阳光饭”

“现在的生活真好！”站在宽敞的院子里，56岁的拉吉加对记者说。走进客厅，古色古香的藏式沙发，崭新的双开门电冰箱，电视墙上摆放着家人合照，非常温馨。

“以前住的是山上的土房子，土墙开裂，摇摇欲坠，连一件像样的家具都没有，喝水都得骑马去几里外的地方取。”拉吉加连连摇头，“草场的草长得不好，靠养牛羊，一家人糊口都比较困难。”

2017年8月，拉吉加响应政府号召，搬到共和县甘地乡切扎村，从此过上了“城里人的生活”。拉吉加掰着指头算了一笔账：“去年，打工收入、草原禁牧补贴、光伏分红等加起来，超过三万五千元。”

“园区光伏扶贫电站，让村民有了稳定的收入来源。”甘地乡政府干部李秀才让接过拉吉加的话头，电站发电收入，六成用于发展村集体经济，四成用于支付公益性岗位工资，“村集体在国道边投资建酒店、商店、餐厅，发展旅游；村民在家门口就业，实现稳定脱贫致富。”

切扎村的电站，位于几十公里外的海南藏族自治州村级光伏扶贫电站园区。蓝天白云下，青青草原上，一片片蓝色的光伏板一直延伸到远处山脚下，有如波光粼粼的海洋，蔚为壮观。

“园区包括5个县级、11个村级光伏扶贫电站。”海南州扶贫开发有限责任公司董事长代合楼介绍，截至今年7月底，累计发电1.33亿千瓦时，总收益近1亿元，每个村级光伏电站收益由多个贫困村共享，由此带动全州173个贫困村平均每户增收超过57万元。

青海地处高原，光能充足，青海抢抓政策机遇，大力发展光伏扶贫产业，促进贫困群众稳定脱贫、持续增收。目前，全省累计建成光伏扶贫项目总装机容量73.16万千瓦，年发电产值预期8.8亿元，扶贫收益5.7亿元，带动7.7万户28.3万贫困人口吃上了“阳光饭”，占全省贫困人口的52.5%。

## 乡村旅游，秀出幸福高颜值

各种花卉竞相绽放，9栋独立欧式七彩木屋掩映在山水之中，游人络绎不绝……这里是坐落在贵德县河阴镇团结村的美地花田农场。

几年前，村两委班子引进青海三兄弟生态农业科技有限公司，推动流转土地2380亩，打造美地花田农场乡村旅游项目。“平均每天接待游客500多人，收入达2万元左右。”公司副总经理杜海勇说。

“旅游生意红火，村民的土地流转费、工资以及贫困户年底分红就有了保障。”村支书羊壮太说。这种“公司+基地+家庭农场+农户合作社”的模式，带动团结村及周边村落发展生态观光旅游、生态种养产业。2016年，扶贫开发局将团结村周边6个村、250户建档立卡贫困户共836人的产业到户资金注入美地花田农场。“企业有了雄厚资金发展壮大，同时，产业扶贫项目让困难群众多了一份收入。”贵德县扶贫开发局负责人刘忠华说。

卓尔是团结村一名建档立卡贫困户，在农场务工近两年，家里有上学的孩子、生病的媳妇和老母亲，每月3000元的工资收入，年底还有分红。“家门口就能有稳定的工作，真好！”卓尔心里很踏实。

据青海省扶贫开发局局长马丰胜介绍，青海全省共有208个村通过发展乡村旅游，实现整体发展、稳定增收。截至去年底，全省有1.5万户、5.3万贫困人口通过发展旅游脱贫致富。（人民日报）

## 《中国新厨房白皮书》发布

本报讯（记者 陆俊）

近日，中国五金制品协会、中国城市科学研究会与老板电器共同发布了《中国新厨房白皮书》。业内人士认为，这是“引领烹饪变革”的一种行动，也是厨电行业多年对厨房创新的理念结晶。

研究显示，疫情影响之下，消费者对厨电产品的选购出现三大变化：一是健康，二是便携，三是追求更高品质高价值。疫情后的厨电市场，消费者追求健康，集杀菌、储存为一体的洗碗机和消毒柜都迎来了快速增长。更便携的懒人厨电，因为迎合当下的高效率，销售也呈上升态势。疫情后市场，消费者更加认识到厨电产品在家庭中的重要性，不满低价不好用的厨电，开始追求高品质高价值的厨电产品，导致高价位的高端厨电产品销售大增。

据悉，在2020版的白皮书中，详细研究了中国厨房的变革历程，提出了“更懂中式烹饪”的中国新厨房理念，并且总结出了一系列中式烹饪对于中国厨房的要求。白皮书从“更强性能、更优空间、更多功能”三个维度，为消费者提供了最大化利用厨房使用功能空间的中式烹饪产品解决方案。在烹饪智能化软件建设上，创造性应用“中式烹饪”曲线，让用户有更优的参与感，更容易掌握中式烹饪，使烹饪体验更加健康、便捷、有趣。

白皮书提出了四项呼吁——“扩容厨房的面积”、“调整精装修厨房的设计”、“制定厨电的新标准”、“促进厨房新消费”。白皮书认为，由于厨房正在经历“精品化”、“智能化”、“网联化”、“复合化”的深刻变革，在各位同行及各级主管部门的共同扶持与推动下，将迎来中国厨房创造的美好明天。

依丽兰 ENLEEN 设计 软装 家具 软装

依丽兰大家居 全屋整装 定制家居

400-839-2888 www.enleen.com.cn

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  
中国陶瓷协会  
中国林产工业协会地板委员会  
中国木材流通协会木地板委员会