

## 2021年 绿色家居实现多维突破

□ 本报记者 陆俊文/摄

2021年,一个最热的词是“双碳”目标,而且未来很长时间,绿色发展、低碳发展将成为国家产业大方向、大趋势。家居行业也紧跟这一国家产业大方向和大趋势积极转型,布局绿色发展、低碳发展,并在刚刚过去的2021年取得了重要的成效,一批龙头企业在绿色工厂、绿色产品、绿色技术等方面实现多维突破,引领家居行业在绿色、低碳转型中取得长足进步。而面对崭新的2022年,中国家居的绿色、低碳发展又将站在一个新的高度。

在国家提出“双碳”目标的时代大背景下,绿色、低碳对家居企业的发展起着至关重要的作用。2021年,家居行业大力推动绿色发展,推进绿色制造体系的建设,在绿色低碳转型发展方面取得了丰硕的成果,特别是一批有眼光的企业,在2021年加快布局绿色发展,迈上高质量发展之路。

## “绿色设计企业”“绿色工厂”成标杆

首先,在绿色技术、绿色制造方面,家居企业取得了飞跃性的进步,一批“绿色设计示范企业”和“绿色工厂”成为行业标杆。2021年,工信部发布《工业和信息化部办公厅关于公布工业产品绿色设计示范企业名单(第三批)的通知》,有7家家居企业成为绿色设计示范企业,分别是:曲美家居集团股份有限公司、美克国际家私(天津)制造有限公司、江山欧派门业股份有限公司、顾家家居股份有限公司、恒林家居股份有限公司、江西卓尔金属



设备集团有限公司、广州诗尼曼家居股份有限公司。

据了解,工业产品绿色设计示范企业的评价要求严格,企业需要将绿色设计理念和要求纳入企业发展战略规划,具备开展产品生命周期评价的基础能力,具有应用绿色设计基础数据库及先进设计工具与方法的能力,具有检验验证、计量测试、规模化生产等绿色设计应用转化能力。已开展绿色设计相关工作,产品符合绿色设计产品评价相关标准,或参与制定绿色设计产品相关的

技术规范、标准或政策;绿色设计产品在产品结构中的比例逐年提升,产销量及产值行业领先。

入选“工业产品绿色设计示范企业”的7家家具企业,为推进家具行业绿色设计与绿色制造,起到了标杆和示范作用。

而在工业和信息化部发布的《2021年度绿色制造名单》,九牧卫浴入选“绿色工厂”。九牧在行业首创提质增效、绿色环保的永春陶瓷5G智慧云灯塔工厂,有别于传统高能耗的工

业制造工厂,这里看不到污水横流、浓烟滚滚的景象,依托于新兴的创新科技生产,站在厂区放眼望去,依然是青山绿水,空气里带有自然的清爽气息。九牧的“绿色工厂”,成为引领行业绿色制造的标杆典范。

2021年7月,在“山东第二届智能化绿色化技改发展会上”,“玫德集团绿色工厂技改项目”成为为山东省绿色化优秀案例。

在玫德集团绿色工厂,车间配置LED灯、节能灯等5056盏节能照明设

备,办公楼等建筑全部采用节能灯照明。厂房选用自然采光、局部照明和混合照明三种方式,采取了分区、分组、定时自动调节。厂房建筑广泛采用加气块、节能保温墙体、Low-E中空玻璃等节能环保和回收材料,内部装饰采用环保材料。工厂建筑采用节水器具和设备,节水率高10%。此外,玫德还“荣获国家绿色工厂”“山东省2020年重污染天气重点行业绩效评级A级评估”“中国绿色铸造示范企业”等荣誉。

## 绿色节能技术结出丰硕成果

家居行业的绿色节能技术,也在2021年结出了丰硕成果。2021年广东省轻工业联合会主持召开了由广东万和完成的“氢能家用燃气灶具研究和开发”科技成果鉴定会,鉴定委员会专家认为:该技术整体达到国内领先水平,一致同意通过科技成果鉴定。项目技术对我国氢能燃气具技术和行业的发展具有引领作用。

氢能作为家用燃气具燃料加以利用,是氢能应用的重要发展方向。该措施在拓展工业副产氢气以及其它来源的氢能利用途径、减少碳排放、解决环境污染方面具有重要优势。万和积极投入家用燃气具领域的氢能技术研究和产品开发工作,万和的“氢能创想”计划包括了富氢天然气型家用燃气具和纯氢型家用燃气具的研究和开发工作。

## 绿色产品成为市场新宠

家居企业2021年还推出了多款

“绿色产品”,绿色家居产品低碳、绿色、环保等优势深受消费者青睐,成为市场的新宠。例如九牧推出的系列“绿色”产品——虹吸节水坐便器、i80魔力泡抗菌智能马桶、空气能花洒等,应用双驱动超漩节水、涡轮双旋风冲水动力等技术,让节水大大超过国际标准,有效避免了水资源的浪费和污染,践行了绿色、低碳理念。

而万和研发生产的3款燃气采暖炉产品,入选了国家工信部《“能效之星”装备产品名录(2021)》。据悉,为推动节能和能效提升,助力碳达峰、碳中和目标实现,工信部组织开展了2021年度国家工业和信息化部节能技术装备产品推荐工作。

万和本次进入“能效之星”产品目录的VB5、UB4、VB4系列冷凝式燃气采暖炉,采用二级冷凝换热技术提高产品能效。根据测算,如使用万和的这三款燃气采暖炉,一般家庭每年花在采暖及热水供应的燃气费可节省1000余元。入选“能效之星”是万和助力碳达峰、碳中和目标实现的具体实践,也是万和持续引领行业技术变革的最佳明证。

绿色制造是解决国家资源和环境问题的重要手段,是实现产业转型升级任务、实现绿色发展的有效途径,同时也是企业主动承担社会责任的必然选择。家居行业积极响应国家“双碳”目标,推动企业将加速绿色转型升级在2021年取得了很大的成就,未来,在国内绿色、环保要求不断加强的环境下,行业还将大力推动绿色发展、推进绿色制造体系建设。

## 社区家居店 开创小而精零售新模式

□ 本报记者 陆俊文/摄

在电商时代,家居实体店将走向何处?大型连锁卖场已经饱和,并且受电商冲击客流量下滑,艰难支撑;小型家居商场缺少品牌竞争力和抗风险能力,纷纷倒闭或转型。但是一种新的家居实体店形式——社区家居店,却出现另类的积极扩张势头,显示出不一样的发展潜力。

## 社区居民认知度和信任度更高

在北京西南四环怡海社区,最近出现了一家专营橱柜及家居电器的小店,小店面积不到100平米,但是装修精致、经营专业、品牌知名,成为社区众多小商家中客流量很大的门店之一。记者看到,到这家家居店浏览、购物的主要是中老年社区居民,但是进店的顾客看的多,买的少。很多人说:“要等家里重新装修或者淘汰电器的时候再过来买。”

但店主似乎对此早有心理准备,她向记者表示,刚开店的一段时间都是这样的,他们店现在的目的也就是树立品牌,提升社区居民认知度和信任度。但

是以后,如果附近的居民家里装修改造或者更换家具、电器,很多都会优先到店来下单。因为他们品牌在其他小区开的店就是这样的,过一段时间后就会得到社区居民的认可。因为店开在家门口,选购、送货、安装、售后服务都很便捷,随叫随到,给附近居民带来了很大的方便。

业内专家表示,由于疫情影响,很多消费者改变了线下购物的习惯,逛大型商场的次数越来越少,但是逛家门口的菜市场、特色小店的频率却越来越高。社区家居店,把店开到消费者家门口,不仅吸引了消费者,增加了顾客进店的频率,而且店开在社区也增加了安装、售后等各项便利,此外顾客都是附近居民,店里产品的价格都比较实在,不会乱忽悠、不会售卖“假冒伪劣”,让消费者更放心、更省心。

## 大卖场已经“过饱和”

社区家居店的出现和发展,是和大型、连锁家居卖场近几年的“不景气”相关的。众所周知,近几年来国内电商的飞速发展,受影响最大的就是实体店。

特别是对家居大卖场来说,近几年的建设密度越来越高,家居大卖场已经处于“过饱和”状态,在电商的冲击下,很多家居大卖场的人流量严重下滑,流量成本大幅度上升,营业成本大幅增加。

此外,随着近几年房地产市场高速发展,城镇居民自有住宅普及,家居市场的刚需潜力已经被释放,行业的高增长年代已经结束。同时,近年来精装房比例大幅提升,新房子“拎包入住”,家居市场的零售业务不断被工程业务替代。在众多因素的共同作用下,传统的大型家居卖场的客流量下降乃至枯竭现象也就不可避免。

新的市场环境形势下,家居线下终端销售渠道和实体店模式创新,就成为品牌的新选择。很多大型连锁家居卖场选择多元化转型升级,在卖场中引入餐饮、娱乐、休闲等各种业态,力图把家居卖场打造成集购物、休闲、娱乐为一体的综合性商场,但是这类综合性商场本已有之,并不是新鲜业态。另外,在疫情影响之下,消费者的消费行为已经发生了很大的改变,不再热衷于逛商场,而是更多地宅在家里网上购物,因此,很多综合

性大卖场近年来也是客流下滑,难以持续。家居卖场转型综合性卖场,实际效果还有待检验。

## 众多品牌布局社区家居店

据专家介绍,社区家居店面一般在数百平方米,覆盖周边5公里以内的社区,门店配备销售、设计、维修等人员。由于前期主要是树立品牌,增加顾客黏度,因此前期投入比较高,受益耗时长,主要是社区服务这块会比其他要求更加严格,但是做好了,这种邻里街坊的宣传有效性是非常高,客户黏性非常高。

在市场大环境改变的情况下,社区家居店的小而精和特别的获客能力,受到了很多品牌的关注并提前布局社区家居零售终端。比如碧桂园现已孵化出很多社区生态的家居业务:凤凰置家(家居)、橙家(家装)、安心家(智能家居)。定制家居行业的AI家居也发力社区小店模式,提出“打造中国家居社区第一品牌”这一愿景。AI家居把目光锁定线下社区,以楼盘为触点,像毛细血管一样触达目标消费群体,帮助社区店在小空间、低时间成本、低资金成本来赢得更高利



润。据悉,AI家居店从2019年面世,到2021年遍地开花,仅用了2年的时间,凭借模式、产品、渠道等多维度的创新,快速成长为一个激活家居社区消费和重构家居销售通路的新模式。

此外,苏宁、梦洁家纺、欧神诺陶瓷等众多知名品牌和装修公司,也在

布局社区家居店领域。

业内专家认为,社区家居店作为一种新的零售终端,以创新的小业态形式,在传统家居卖场、商业综合体等渠道之外另辟蹊径,把店开进离消费者更近的社区,打造出家居领域的创新业态。

## 东拉西扯

□ 双木

又是一年春节,又是一年就地过年。对于在外工作的人来说,不能回家过年有点遗憾,但是从另一方面来说,就地过年也有很多实实在在的好处,不仅安全、方便、省心省力,还节省了大笔路费开支和在家乡的人亲往费用。在非常时期,多节约一点总是好的。

对于家居企业来说,就地过年也是一个

## 就地过年 让家同样喜庆同样温暖

难得的商机。很多留在城市过年的人,也会有春节消费,甚至消费需求更旺。他们不在家乡赶大集、购年货,就会在当地进发相应的节日消费需求,除了传统的年货,充满喜庆年味的家居用品和饰品,也将是他们的首选。

家居企业面对这一市场新变化和消费新趋势,需要转变经营思路,紧紧抓住留在城市过年的人群特点和消费潜力,提供更新颖、更有吸引力、更适合就地过年人群需求的好产品。不单是满足市场需求,提升销售业绩,也是对就地过年倡议的响应和支持。

在营销方式和价格策略方面,家居市场也需要做一些改变和创新,比如家居大集、年货专场、春节特价送福等形式,可能更有吸引力、更受就地过年人群的欢迎。2022年春节,虽然不能回家过年,但是也要让大家把家布置得同样喜庆、同样温暖。

## 本刊支持单位:

中国五金制品协会  
中国室内装饰协会  
中国家具协会  
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