



## 《春风吹》

春风吹,吹绿了柳树,吹红了桃花,吹来了燕子,吹醒了青蛙。  
春风轻轻地吹,春雨细细地下。大家快来种树,大家快来种花。

# 种桃种李种春风 2014湖湘家居发展走势同题答问

在加拿大,有座森林苗圃的墙上贴着这样一句话:“种下一棵大树的最好时机是25年前,第二个好时机就是今天。”

无论这个冬天多么料峭,风雪过后,该来的春天总是会来。25年太长,只争朝夕,花期紧凑,莫负春光。别忘了,每一个今天,都是“最宜播种”的日子。

2014年湖南家居行业走势如何?与2013年相比,将有哪些新变化?新的一年工作重心将放在哪里?又有什么新期待新愿景?我们邀请了七位家装、卖场、建材行业负责人同题答问,共同探讨来年风向。

■记者 张丹



湖南省室内装饰协会会长姚保林:

## 城市兴则行业兴,湖南家居将迎来发展黄金期

今年湖南家装行业的整体气候偏冷,但我感觉家装市场需求并没有萎缩,相反还很旺盛。最近参与了几场业内活动,感触很深,其中一场到场的业主近千人,一天下来,人流基本没有中断过。这说明,经济环境下行会加剧两极分化,优胜劣汰的现象也会更明显。因为在市场向冷的情况下,消费者只会更加理性,在品牌的选择上会更加考虑多重因素,比如诚信、品质和服务,而这些正是品牌的内涵所在。

从大环境来说,长沙明年的城市发展有非常好的契机。长株潭城市化发展进程将进一步加快,中央政府已形成“长沙共识”,对于打造

中部重要城市将提供政策支持、地铁线路即将开通和高铁构成城市高速路网,房价仍然有充分上升空间,这些因素为长沙发展创造了多项利好。城市兴则行业兴,城市的核心是人,经济发展了,城市人群的数量越来越庞大了,对于居住的诉求不再是“住得下”,而是“住得好”了,这个时候,行业的黄金时代就来了。

从行业发展路线来看,我认为,未来家居行业将呈现以下几大趋势,首先,装饰公司对于材料的整个力度将进一步加大,不仅是建材家具,电器、软装、家居百货也将被纳入产业链,未来的家装公司一定不是搞装修,而是卖产品。

第二,市场的精细化程度将进一步提高,企业将由产品提供者向服务提供者转变,卖油漆包涂刷,卖地板包安装,卖瓷砖包铺贴,设计和施工可能互相独立,分工将会越来越细。第三,线上线下充分结合,线上进行平台对接,线下提供实际体验,一定是未来的发展趋势;再次,精装房的比例会逐步上升,材料、款式、施工也会逐渐完善成熟;最后,对于环保,怎么强调都不过分,工程质量和室内空气质量将会成为衡量工程品质的两个硬性指标。

总之,市场是动态的市场,要做好企业,首先要做好品牌,同时要转变思路,应时而动。

井湾子家居广场总经理彭旭:

## 无论顺市逆市,都要脚踏实地

今年井湾子家居广场保持了良好的增长态势,不管是从卖场人气、实际销售数据还是商户的反馈来看,都取得了不错的成绩,这在行业气候普遍偏冷的情况下,我认为值得骄傲。而这种增长的背后,今年营销思路的转变应该说至为关键。正是由于大环境景气下行,使我们不得不加大促销频次,也更注重实效性。以8月的爆破活动为例,井湾子家居广场出动近200人的营销团队,形成分组竞赛机制,几乎扫遍全城每一个楼盘,效果非常明显,现场人气甚至超过当年国际家居

MALL开业,销售业绩更是相当于以往多场活动的总和。明年我们将继续参考这种模式,展开有针对性的脚踏实地的营销。

2014年的家居行业环境,我认为会随着宏观经济的复苏逐步向好。但不管是逆市还是顺市,我们始终相信一分耕耘一分收获,家居行业坐在家收钱的时代早就过去,卖场和商家都需要走出去,更接近市场和消费者。另外,井湾子位于河西的第四家卖场已经接近竣工,预计将在明年年底正式营业,这也是我们2014年的工作重点。

名匠装饰董事长何建林:

## 材料结构优化和工艺创新是2014名匠工作重点

2013年对于名匠来说是成长年,今年我们几个重要事件,一是产业园建成投产,同期我们向消费者开放了工厂,不仅展示产品原料,还把生产全过程置于公众视线范围。二是推出零醛精装,全面升级五大材料。再就是联合福湘漆推出海藻泥墙面漆,进

一步优化材料结构,提升产品环保标准。新的一年,我们将把工作重心放在资源整合与工艺创新上,一方面为消费者提供更高端更环保的材料产品,另一方面加强工艺创新,全面解决装修过程的多项痼疾,让消费者能在名匠体验到更优质的家装服务。

美迪装饰总经理江涛:

## 行业进入发展成熟期,品牌价值决定消费导向

近年来,家装企业竞争日益激烈,推动着行业逐步成熟,今年有一个特征特别明显:大部分刚需消费者选择家装时开始以品牌作为导向和标准,相比单一强调价格,更关注品质、服务以及性价比,这对于品牌公司来说是极大的利好。

由于在设计、施工、服务

上不断发力,今年美迪的发展状况令人欣慰,市场占有率也较去年同期有了相当比例的增长,比如新推出的博格整装升级产品,独家开创的五大金钥匙管家系统、十大质量保障体系和ERP数控管理体系,都在高端整装市场引起了强烈反响。设计方面今年也取得了非常不错的成绩,揽获一银一

铜,其中银奖作品所在的奖项类别金奖空缺,相当于这个品类的无冕之王。

来年,我们将继续瞄准高端整装市场,致力于内部系统的完善,具体表现为提升产品性价比的同时也完善和深化服务体系,并将进一步优化设计人才培养机制,争取在来年取得更好的成绩。

晚安集团商业运营中心总经理张黎明:

## 红木市场潜力巨大,专业化主题化是必由之路

作为长沙乃至湖南唯一的红木家具主题式专业卖场,中国红木馆自10月份开业以来,受到了各方的肯定和好评,销售额之高也远远超出最初预期。这说明湖南的消费潜力很大,也说明中高端的文化家居理念广受认同,更说明家具卖场的专业定位有很强的社会必要性。

新的一年,中国红木馆将进一步扩大规模,原本我们的四楼是晚安家居文化广场,明年将拓展为红木高端会所,晚安工业园的9号栋也会打造成以中高端实木家具、进口家具为主的高端卖场,与红木馆互相呼应,形成木制家具集散地的整体氛围。另一方面,中国红木馆在立足专业化定位

的基础上,进一步以文化营销为核心,为消费者提供高品质真材实料的红木家具,把中国红木馆打造成集红木文化传播、红木品牌营销、红木工艺传承、红木艺术品鉴、二手红木交易等功能于一体的专业卖场,为广大市民构建放心消费、明白消费、文化消费和品质消费的红木交易平台。

东易日盛装饰长沙分公司总经理于强:

## 2014全力打造客户满意度

对于东易日盛来说,基本没有大年和小龙之分,发展步伐一直都很稳健。今年整个集团同比增长超过30%,长沙的业绩增长也在30%以上,是东易日盛进入湖南以来发展最好的一年,高级设计分部和湘潭分部先后投入运营,市场份额不断增大。来年我们

将继续以客户满意度为核心,不断完善服务体系,实现口碑营销,另一方面市州的拓展将进一步加快,岳阳设点已经在规划中。

高端市场是个圈子市场,只有使客户100%满意,赢得口碑,品牌影响力才能越来越大。

湖南恒信华典长沙总经理赵向前:

## 半年连开3店,为2014形势转好提前布点

到今年为止,恒信华典进入湖南已经整整十年,一直以来专业、专注做高品质实木家具,几乎见证了实木家具在湖南的整个发展过程。今年对于恒信华典来说非常重要,尽管市场比较淡,半年内我们仍然在长沙连开3家店。从

上游产业来看,去年下半年和今年上半年长沙楼市成交量并不低,按照装修周期,今年年底到明年上半年,家具消费都存在着旺盛的刚性需求。近期的这个店定在12月底开业,也是想抢在年前这个节点,为明年形势转好提前布局。