

消费诉求个性化 购物场景多元化 用户参与深度化

《2017年家居家装行业网购消费趋势报告》发布

京东数据研究院和南都消费研究所联合发布的《2017年家居家装行业网购消费趋势报告》(下称《报告》)近日出炉。《报告》认为,第四次零售革命正在改变互联网家居家装行业,消费诉求个性化、购物场景多元化、用户参与深度化将是行业三大未来趋势。

《报告》指出,房地产市场与家居家装市场为互补市场,中国房地产过去几年的火爆行情,为家居家装市场销售额提供了稳定支持。2013年以来,以京东为代表的互联网家居家装板块迎来快速发展,各项数据爆发式增长,2013年~2016年,复合增长率超过100%。

智能家居越来越吃香

报告显示,从年龄看,家居市场的消费群体结构发生着深刻变化,90后进入职场,开始独立生活,消费意愿开始释放;80后成为社会中坚力量,收入与消费水平逐渐提升。他们成了互联网家居家装消费的主力军。对这群人而言,成长于互联网时代,接受创新事物,并开始组建家庭,他们对新奇事物的追求和消费力远超过上一代,他们买、买、买的仅为打造一个能让

自己或全家住得更舒适的生活环境。而选择品质家居产品,对他们来说就等同于“取悦”自己。

以智能家居产品为例,智能马桶已从单品智能走向全智能,指纹锁、垃圾处理 器、智能马桶盖等都在成为销售新热点,“使用方便”、“经济实用”、“安全放心”、“外观漂亮”、“很智能”、“好品牌”、“相信品牌”、“大品牌”、“手感好”、“开关很好”已成为用户评价的十大关键词。与此形成对应的是,在购买时,用户也越来越相信品牌的力量。

细分而言,2016~2017年,智能锁、智能马桶、智能马桶盖等智能类商品的销量都实现了高速增长,比如智能马桶盖销量同比增长更是超过3000%。

追求品质和个性化

《报告》认为,消费升级下,整个家居家装行业都在呈现品质化和个性化的消费大趋势。2013~2017年,一级品类(厨具、家纺、家居日用、家具、装修服务、家装建材)品牌数量均呈逐年增长趋势。从销售金额看,各品类TOP50品牌的集中度有所提升,说明消费者开始注重品牌与品



质。例如厨具品类国际品牌取得迅猛增长,2017年上半年国际品牌销售额占比已超57%,其中WMF同比增长131%,Con-tingo同比增长超200%;进口收纳用品用户人群同比增长70%,是行业增速1.75倍;“网红”垃圾处理 器也受到越来越多消费者喜爱,今年618期间,京东垃圾处理 器

销售同比增长600%。

京东调研数据还显示,超一半的消费者表示会根据空间挑选家具。京东消费数据也显示,橱柜、衣柜和木门成定制家具排名前三的品类。《报告》认为,“网红”垃圾处理 器是消费升级下一个趋势,有望成为互联网家居家装将崛起的新类目。

“随着目前在建商品房逐步入市,预计在未来几年将为民用建材市场提供约300亿元的防水总量需求,而民用防水材料百分之八十的市场份额是防水涂料。”近日,在中国建筑防水协会防水涂料技术分会成立大会上,新当选的防水涂料技术分会会长、北京东方雨虹民用建材有限责任公司副总经理熊卫锋信心满满地表示,“家装防水市场日趋成熟,消费者对防水的认知在不断加强,愿意为优质的防水付出更高的成本。同时,品牌的议价能力在不断提升,家装防水品牌集中度在不断提高,家装防水市场规模在不断扩大。”

中国建筑防水协会秘书长朱冬青对防水涂料技术分会的成立表示祝贺。他指出,防水涂料在防水材料中占有重要地位。据协会统计,防水涂料占防水材料总量27%,近几年来每年以5%~8%的速度增长,现阶段防水涂料年生产总量近200万吨。他强调,随着我国经济和行业的快速发展,防水涂料行业需要搭建一个全产业链平台,希望分会能从原料、辅料、装备等端口入手,在产业政策、环保安全、标准规范、科技创新、

中国建筑防水协会防水涂料技术分会成立

新会长表示未来几年防水涂料市场规模将达300亿元

应用服务和技能培训等方面提升行业水平。同时要提供良好的平台去交流技术、讨论标准、解决难题,积极反映企业诉求,共建健康、公平的市场环境。

朱冬青特别强调,中央环保督查对防水涂料的环保性能提出更高要求,而目前很多企业并未对防水涂料环保质量引起足够重视。他举例道,2015年第四季度和2016年第二季度,国家质检总局对聚氨酯防水涂料进行了两次国家监督抽查,这两次国抽偏重于环保(有害物质限量),结果堪忧:2015年第四季度,产品不合格率达46.2%;2016年第二季度,产品仍有25.6%不合格。近年来,《民用建筑工程室内环境污染控制规范》《环境标志产品技术要求防水涂料》等标准陆续颁布实施,《建筑防水涂料中有害物质限量》国家标准正在加紧制定中,

值得注意的是,用户除对产品品质的要求在升级外,对消费服务体验的要求也在提高,这从第三方卖家使用京东仓配的商品更受消费者青睐,已可见一斑。

对安全环保更加重视

此外,随着消费者生活水平和理念的 提升,人们对家居环境的安全、环保的重视度不断提升。大数据显示,当前,消费者购买家居家装产品时已普遍会将优质安全、绿色环保考虑到其中。

《报告》指出,2016年~2017年,家居家装品类中,消费者对于“环保”、“简约”、“健康”等关键词的搜索量大幅提升。家纺、家具、装修服务和家装建材同类型环保材质产品都呈现出爆发式增长。简约风格的家纺、家居日用、家具、装修服务和家装建材产品也呈现出急剧上升的状态。

与家居环保紧密相关的检测仪净化分类产品,同样表现出迅猛增长态势。空气甲醛检测仪销售额同比去年增长显著,六月同比去年增长68.3%,净化除味同比增长100%,是行业增速的2倍。

《报告》由此预测,消费者消费模式

的转变,有可能在不久的将来改变家居家装行业的整体态势,环保安全将成为家居家装行业的消费主流。

打通线上线下是关键

有鉴于消费者的需求个性化、场景多元化、价值参与化特性越来越明晰,《报告》认为,第四次零售革命正在改变互联网家装行业。在此背景下,面对消费者的需求,商家和平台如何去适应,如何去驱动也变得十分关键。这就要求技术赋能。

例如,家居家装重体验的特质,使得其业务发展模式必然朝线上线下结合的O2O模式进化,无论是建材零售还是装修服务,线上线下将形成巨大优势互补,这将对家居家装APP在功能服务流程上提出新的要求,如何将线上线下全链路打通是产品设计的关键。《报告》为此指出,总体而言,随着AR/VR等技术的发展,用户可通过场景互动、个性化风格搭配等,提前体验未来新家的装修设计、软装搭配等效果,家居家装场景化利用将有助于用户的消费决策。(南都)

由播种与丰收想到的

□孟溟捷

又到年底,又该聊起播种与丰收的话题了。

有哲人这样说:“人生的价值不在于他拥有多少,而是在于能留下来多少。”笔者是这样理解的,拥有多少是创造价值在量上的一种堆积、排列与递增,而留下多少是创造价值在质上的积淀、充实与丰富。可以肯定,能留得下来的无论是有形资产还是无形资产,大多是精品;而留下来的得到了世间的传承,那它的价值就不是既存的本原所能衡量的了。

诗仙李白留下万卷诗篇,书圣王羲之留下墨迹《兰亭序》,画家张择端留下画作《清明上河图》,中医祖师李时珍留下中草药典集《本草纲目》……这些留下来的本就是精品之作,因又几经世代相传,已经不是一般意义上的传世佳作精品之概念了,显然,已超出其本身价值的几倍甚至几十倍。就像我们去理解播种与丰收的关系一样,农民在收成之后,留下了种子,但种子只有来年春耕时节播到土壤中,再获得丰收,这样才能真正体现出种子及留存的实际价值及丰收的意义。

农民在田地里播下麦种,最终他看到的是千亩良田麦浪滚滚的丰收景象;果农在地里播下一颗果种,最终等来结满累累果实的参天果树……这些,看上去似乎是播种与丰收的一种再正常不过的因果关系。其实不然,两者不是可以划上等号的。首先,要想取得丰收就必须 要播种,但播种了未必能够实现丰收。其次,不实施播种,要丰收也就无从谈起了。道理很简单,因为,农民在田地

里撒播下种子之后,种子在经历从发芽、成长、成熟到丰收这个过程中,会发生因人为因素或自然灾害、地质灾害、病虫害,或者由种子本身的质量问题而不能发芽等各种各样难以想象、不可预知的现象,造成欠收、少收甚至颗粒无收,那么播种时期待的丰收无疑就成了幻想和泡影。

丰收是播种的目的,而播种是丰收的本源,但要达到从播种到丰收这个目标,通常可以通过耕耘来加以克服、规避和防范从播种到丰收过程中遇到的风险与困惑。俗话说:“一份耕耘一份收获”,而农民要想播种获得丰收是需要付出辛勤劳作与努力耕耘的。但是耕耘毕竟是一种手段、一种措施,有助于你播种后去到达丰收这样的目的,但并非 是绝对的,因为播种到丰收不是一般意义上的留存,而是在价值比上的放大和量级上的提升,正因为这样,世上是不会有播种之后的绝对丰收,更不可能出现无须播种的丰收。

笔者以为,只有播种了、收获了,才能谈拥有与留下。拥有多少与留下多少,二者均有着不同的价值取向和指代,拥有多少是要用智慧和能力去获取和积累的,留下多少那是要靠才华与潜力去成就和积淀的。往往,你的智慧高低、能力强弱就可以丈量出你能拥有多少的厚度和宽度;你的才华几何、潜力大小就决定了你能留下多少的深度和广度。而留下的,如果经得住时间的检验和岁月的磨砺,能够传承经年,那就是一种至高境界。

争做国内保温材料行业的领跑者

——河北神州保温建材集团有限公司总经理高铁彦访谈

□本报记者 张高青

近日,在由500多家企业参展的第15届上海国际保温、防水材料与节能技术展览会上,河北神州保温建材集团有限公司(下简称神州集团)以400平方米的超大展览面积、品种齐全的环保保温新材料,吸引了众多客户的眼光。在展会现场,记者采访了这家国内保温材料行业中的大型骨干企业总经理高铁彦先生。高铁彦表示:“多年来,公司致力于研发、设计、生产制造耐火保温隔音材料,坚持环保,追求品质,不断创新,希望能成为国内保温材料行业的领跑者。”

理念,环保为己任

高铁彦告诉记者,神州集团以生产“绿都”牌橡塑海绵、“金猴”牌硅酸铝、玻璃棉三大系列产品为龙头,产品广泛适用于热电、火电、建筑、石油化工、冶金、船舶机车、航天航空、中央空调、冰箱制冷等行业。高铁彦特别强调:“公司非常注重环保,以改善生存环境、提高生活质量为己任,致力于新型环保耐火保温材料的研究、设计和创新。在环保方面,我们舍得花血本,每



宽敞整洁的生产车间

年都要投入几千万元。”

高铁彦介绍,玻璃棉制品需要加黏合剂,一般的黏合剂多采用苯酚树脂,往往含有苯酚、甲醛等有害物质,对人的身体健康造成影响。对此,神州集团引入了一种新型黏合剂——丙烯酸树脂,经权威机构检测,不含甲醛成分,非常环保。“现在,公司用丙烯酸树脂作黏合剂的玻璃棉制品已在一些对室内环境要求高的项目中广泛应用。”高铁彦告诉记者。

高铁彦认为特别值得一提的是北京城市副中心项目。该项目位于通州区,是国家重点工程,也是国内首次将单质疏列入橡塑产品的技术要求中。环保部与国家检验中心非常重视,采用了欧洲部分建材的标准,比如单质疏含量指标要求,北京城市副中心项目要求控制在10毫克/千克以下,这是极其苛刻的指标。

“公司通过技术改进和创新,最终我们的橡塑产品在今年9月通过了国家建筑材料测试中心的检测,各项指标均符合国家级行业相关标准,更主要的 是,单

质疏控制在10毫克/千克以下,成为北京副中心行政办公区A2工程唯一指定供应商。”高铁彦不无自豪地说。

发展,品质是根本

高铁彦说:“品质是发展的根本。”神州集团引进了大批高技术人才,确保产品种类推陈出新,并坚持全面贯标,在国内同类产品一直处于领先地位。特别是“绿都”牌橡塑海绵和“金猴”牌硅酸铝制品和玻璃棉制品,早在2008年北京奥运鸟巢主会场和主火炬项目就已应用,效果良好。“目前,我们的产品被广泛信赖和应用,比如北京华茂中心、北京银谷大厦、虹桥上海城、景德镇陶瓷学院图书馆、沈阳东北世贸广场等众多重大项目都应用了我们的产品。”高铁彦说。

神州集团的产品在项目应用实践中得到进一步认可。公司获4A级标准化良好行为企业称号,获批河北省高新技术企业,并入选中国建材《绿色建筑选用产品导向目录》。

公司的发展是喜人的,但高铁彦对行业的发展不无担忧。他表示,目前进入行业的门槛低,企业多,规范性措施少,存在着一些低质、低价的无序竞争现象。比如做绝热保温制品的,像美国一些发达国家,就那么几家企业在做,但我们国内目前有上千家企业在做,企业鱼龙混杂,产品质量良莠不齐。“好在政府在不断规范行业,一些规范措施相继出台,比如改革“最低价中标”,这对讲究品质的企业无疑是利好。相信,随着国家监管力度的加强,保温材料行业也会面临洗牌,一些企业会被淘汰。但我们对于未来的发展还是充满信心的,因为我们相信:坚持品质一定能走得更远。”高铁彦说。

实力,市场来证明

高铁彦告诉记者,公司的发展势头良好。目前,公司占地61万平方米,厂房20万平方米,拥有国内先进的生产设备和技术,年生产橡塑海绵制品120万立方米,玻璃棉制品10万吨,硅酸铝等耐火材料2.8万吨。公司目前有员工1300多人,2016年的销售产值达到15亿元,规模和产值都处于行业前列。

神州集团结合产品的特点,确立了立足河北、依托京津、辐射全国的营销策略,几年来公司凭借优良的品质,稳定的性能,合理的价格,完善的服务,诚信的行为,进一步确立并巩固了公司的品牌,产品畅销包括西藏、新疆在内的全国29个省市自治区,并在全国各主要城市设有区域销售部,形成了健全的营销网络。目前,神州集团正在珠三角、长三角等地选址建厂,为今后的全国化发展做长远打算。

“公司的保温材料在满足国内需求的同时,还远销俄罗斯、美国、韩国、马来西亚等国家。尤其是在东南亚、中亚、中东等地区,取得较好的销售业绩。”高铁彦补充说。

说起未来的发展,高铁彦表示:“我们不讲大的道理,不喊大的口号,只想踏踏实实走好发展的每一步。把产品做好,把行业做强,争做国内保温材料行业的领跑者。以高质量的产品泽惠百姓、服务社会。——这就是我们的追求。”

永丽®

YOINGLI

永丽约您 共谋发展

“永丽”YL泡沫玻璃墙体保温系统,经过10多年的潜心研发和市场考验,已经成为非常成熟的A级不燃保温系统。

永丽公司竭诚欢迎您的加盟和合作,为泡沫玻璃墙体保温系统的更广泛应用,为建筑节能的更安全有效共同努力。

上海永丽节能材料有限公司

地址:上海市航头路128号 电话:021-68221260

国家二级资质企业●上海家装装潢五星级企业●连续七年信用等级企业●二十万工程质量保证金单位

红蚂蚁装潢·设计

空间的设计 设计的空间

标准交给您,责任留给我!

全国免费服务热线:400-820-1822

总部:黄兴路1675号七楼(大阳发对面) 网址:www.sh-hongmayi.com

长宁店:400-820-5009 九亭店:400-820-5538 昆山店:400-820-8626 南汇店:400-820-1768 三林店:400-820-5516 青浦店:400-820-2711 南桥店:400-820-5322 吴淞店:400-820-1755 闵行店:400-820-1968 普陀店:400-820-5098 松江店:400-820-3078 嘉定店:400-820-5398 金山店:400-820-6378 浦东店:400-820-3538 宝山店:400-820-8378 莘庄店:400-820-7925

国家二级资质企业 全国装饰百强企业

合同信用AAA级企业 守合同重信用企业

连续十年信得过企业 家庭装饰五星级企业

居乐装潢

TOPOJULE

网址:www.shjule.com

满意称心在居乐

免费服务热线:8009880695

总部:54174018 南北店:56582581 浦东店:68635887 南桥店:37522790 金山店:57960573 嘉定店:59992069 松江店:67716188 江桥店:69581080 总部地址:闵行区报春路18-22号(沪南路报春路口)