

中国家具行业 进入品牌竞争“战国时代”

在经过 20 多年的发展之后,中国家具行业也开始进入崭新的品牌竞争时代。通过塑造品牌,提升企业竞争力,已然成为中国主流家具企业的共识。

家具行业进入品牌竞争时代

就在不久之前,中国驰名商标的榜单中再次出现了家具企业的身影。双虎家私,这家经过 20 年耕耘悄然进入中国家具行业三甲的企业,又在不经意间拿下了中国品牌方面的最高荣誉。

而这仅仅是双虎家私近期品牌举措的一个部分:几乎就在拿下中国驰名商标的同时,双虎家私的“双虎牌”软体家具获得了由四川省人民政府所授予的“四川名牌”;而在 1 月份举办的年度商务会上,双虎家私则启动了 VI 系统的更换工作……

“品牌竞争,将成为未来几年中国家具行业竞争的重要手段。”在双虎家私营销公司总经理张思全看来,在品牌方面的种种举措,一方面是双虎企业本身突破的必然选择,另一方面也是应对产业竞争的必要手段。

其实,家具厂商在品牌上面发力的趋势,在 2009 年已经端倪初现。

2009 年 4 月,红苹果联合欧派橱柜、

东鹏陶瓷、雷士照明、大自然地板、美的空调组成“冠军联盟”,展开泛家具营销。取名“冠军联盟”,在中国家具行业尚未达到如此高度的红苹果显然借机提升自己的产业位置。

2009 年,皇朝家私签下了刚刚和梁朝伟成婚的刘嘉玲。伴随着产品由简约、健康向成熟、有品位的风格转型,皇朝家私选择刘嘉玲显得非常顺理成章。借助和刘嘉玲的合作,“皇朝家私,我的家”这一颇具煽动性的广告语也拥有了更为具象的内涵诠释。

2009 年,慕思寝具和中央电视台签约举办《欢乐中国行——慕思唱享,健康睡眠》大型演唱活动。将如此高规格的娱乐节目应用于企业营销,慕思家具开创了中国家具行业的先河。

……

“经过 20 多年的发展,中国的家具行业竞争日趋白热化;与此同时,中国主流的家具厂商在产品体系、生产制造、渠道、服务等基础设施建设方面都已经打下了不错的基础。在这种情况下,在品牌层面发力,通过品牌建设来提升竞争力,也成为这些家具企业必然的选择。可以说,中国的家具行业已经开始进入品牌竞争时代。”张思全表示。

品牌塑造必须回归营销本质

“不过,浮躁、急功近利是目前中国家具行业品牌竞争方面存在的严重问题。”作为一名浸淫在家具行业多年的营销人,张思全对于家具企业品牌建设的问题还是习惯于用行业以及批判的眼光来看待。进入 2010 年,双虎在品牌建设方面重拳频出,张思全正是总策划师以及主导人。

“品牌塑造必须以产品为基础,脱离了产品的支撑,任何品牌塑造都会成为无源之水。”张思全认为,这是个很严重问题,但是很多家具企业并没有充分认识到。基于此,企业便容易犯两个错误,一个是不管不顾,另一个则是人云亦云。在不管不顾的情况下,企业的宣传便容易出现浮夸,与事实严重不符,比如说去年,部分企业在宣称环保的同时,产品却频现环保问题。在人云亦云的情况下,企业的品牌塑造便会出现雷同,缺乏自己的特点,在 2009 年,很多家具厂商都把环保作为品牌塑造的关键词,结果并不尽如人意。

据张思全介绍,一直以来,品质都是双虎在品牌塑造的核心关键词。“家具是耐用消费品,往往会占到家庭支出很大的组成部分,而且一用就是多年。

(渝文)



四川家具 “三枪”狙击断货潮

2009 年,在好迪家私位于新都的新厂一期车间,现代化的生产设备运转地有条不紊,好迪家私总经理钟文华面带兴奋地向大家介绍新厂的规划构想,“目前新厂占地 500 亩左右,正如大家看到,一期已经开始投产,后续开发也加快了进程,等到新厂全面运转起来后……”钟文华若有所思地说,“至少在短时间内,我们再也不怕断货了。”正在这位好迪掌门人发表感叹的同时,距离新厂仅有几百米远的好迪老厂也传开了一个消息:2010 年公司也将继续对老厂的设备进行大换血,陆续引进一流的家具生产设备,提高生产效率。钟文华认为,“在新厂陆续投入运营和设备更新换代之后,家具行业普遍眼下遭遇的断货魔咒在 2010 年肯定会逐渐消失,至少在好迪身上将会被破除。”

钟文华的观点不无道理,像好迪这样的企业也并非只有一家。面对产能逐渐吃紧,很多企业早在这一波断货风暴到达巅峰期之前,就已经敏感地意识到产能危机,纷纷采用各种手段予以应对,所有这些手段中,最普遍的做法即是开始了新一轮的集体跑马圈地,修建新厂,扩大生产面积。

第一枪 圈地养产 家具企业大步前进

在 2009 年中四川家具行业的一次论坛上,掌上明珠总裁王建斌在谈到自己多年的运营经验时,最强调的就是“需求拉动生产”。经验很快灵验,终端市场供小于求的断货潮很快席卷而来,为解决断货危机,从新都到崇州,四川 3000 家家具企业纷纷开始征地养产。好风景家私斥巨资拿下城北三、四百亩地块,用于扩建新厂,估计 2010 年就能投产;掌上明珠 2009 年砸下 8 亿重金开建崇州工业园,占地近 40 万平方米,一期预计 2010 年年底即可投产,投产后产值将达到 10 亿元以上,总体投产后,产值将达到 20 个亿。另据掌上明珠方面最新透露的消息,除了在本埠征地,掌上明珠更是挥师北上,今年 1 月即在河北圈地三四百亩拟建生产基地。圈地固然能大幅提高产能,“同时,也不排除厂家追求更大商业利益的可能”,成都市家具进出口商会秘书长荣煜伟表示,先撇开对产能的直接提升不谈,地块本身就是一项增值性的投资,升值空间无法估量。而真正每一次圈地的背后,都是品牌企业之间的实力较量。

第二枪 装备竞赛 300 人工作 10 人完成

事实上,除了频繁骚动的大规模圈地运动以外,四川家具在更新设备上也表现出惊人的步伐一致。掌上明珠方面表示,早在 09 年的时候,企业就斥资 3 个亿从德国引进全球最先进的全自动整套生产线,将“德国工厂搬到成都”,以前需要 300 人完成的工作,现在只需要 10 来个人就能完成,引进设备以后,在 2009 年 10 月份开始,企业的断货危机就已经逐步得到缓解。“做了一辈子没见过这样的机器,生产整整提高了近 30 倍,这样的效率差距是我们之前从来都没想过的”,掌上明珠一位管理车间的老师傅表示,“除了大大提高生产效率,产品品质也得到了保障,全自动的机器操作每一个环节都很精确。”真正实现了将“德国工厂搬到成都”。无独有偶,对于更新设备钟文华也深有体会,“我们也在积极地调整生产设备,据我所知,现在几乎所有厂家之间都在相互打听工厂消息,以期引进先进生产设备,武装自己的生产线。”除此之外,南方家私、好风景家私、浪度家私等都纷纷引进先进设备提高单位生产效率,四川家具迎来了全新一轮的“军备竞赛”,而最直接的后果就是带来产能的提升,相对于圈地建厂,设备引进带来的效益更加立竿见影。

第三枪 人才回流 空降熟手明显增多

“对于四川家具生产厂商来说,还有个明显利好就是家具人才的大量回流”,好风景家私总经理王自松表示,在金融危机之后,很多沿海企业都受到影响,因此不少过去外出沿海务工的家具熟手都大量返川,这些人由于受过长期的高水平训练,不管是在生产技能上,还是生产效率方面,都远远高于一般水平。“他们的加入为四川家具的生产环节注入了新鲜血液,除了效率高,还能带来先进的生产经验,带动整个生产领域的成熟,在缓解断货方面,也起到了很大作用。”掌上明珠方面表示,通常来说,熟练工是一般工人生产效率的两到三倍,“想像一下,每一个环节的操作都得以改善,熟练人才的大批量回流上岗,当然能大幅提高工厂的生产产能。”“三枪”过后,四川家具将逐渐从断货中缓解过来,荣煜伟肯定地告诉记者,“2010 年,消费者将及时买到更多的四川家具。”

(不凡)



瑞鹰家私总经理 张元福



浪度家居总经理 傅亚东



好风景家居总经理 王自松

家居展馆首现成都房交会 各大企业亮牌 PK

5 月 5 日——9 日,成都市春季房地产交易会在娇子世纪城新会展中心举行,与以往不同的是,本次房交会上家装建材展区(6 号馆)首次独立成馆,展示面积达 8000 余平米,参展企业 84 家,包括圣象地板、华达装饰、龙发装饰、广东星艺装饰、新空间装饰等等,均为成都一线品牌公司,参展品牌数量及规模为历年之最。各大品牌集中亮相,企业也都在产品特色上做足了文章,有的大打绿色环保之牌,有的推崇异域风情设计,有的则以打折促销活动吸引人眼球,一时间,6 号展馆成了各大家居厂家竞相亮出法宝、上演 PK 大战的舞台。

特色一:田园风情,完美品质

精品代表:好风景家居

发言人:好风景家居总经理 王自松

记者:先请王总介绍一下本次房交会上,好风景的参展产品有什么特色?

王自松:第一是我们推出的欧式田园系列家居,经过市场的检验,被证明是非常畅销的。我们也致力于将最原汁原味、最专业的欧式田园风格家具产品呈现在成都消费者面前。

第二,我们好风景一直是“亚生活”文化的倡导者。“亚文化”体现在家居上,就是要打造款式新颖、适用、环保的家具产品。我们的产品以实木为主,其中,具有驱虫、抗菌功效的香樟木是我们首推的金牌材料。还有一点值得强调的是,我们所使用的板材比同等产品的厚度都要厚,保证产品拥有完美的品质和耐用性。

记者:那么在绿色、低碳的家居理念主导市场的当下,好风景的产品在哪些方面契合这一点?

王自松:我们从选材到生产加工的各个环节都层层把关,严格执行国家相关标准,一直重视并致力于生产健康、环保、时尚的家居产品,引领高雅的居住文化。

特色二:板木结合,高品低价

精品代表:浪度家居

发言人:浪度家居总经理 傅亚东

记者:傅总您好,请您介绍一下这次房交会上浪度家居最大的亮点是什么?

傅亚东:我们的产品采用板木结构设计,拥有实木家具的品质,比板式家具更低的价格,可以说真正做到了高品质、低价位,这是我们在激烈的行业竞争中脱颖而出的法宝。作为畅销欧盟的家居品牌,我们一直走在家居创新设计的前沿,用时尚家居元素包装我们的产品,热爱生活、最求个性的时尚一族可以来我们这里走一走看一看,浪度会给您带来不一样的居住体验。

记者:绿色、低碳可以说是当今家具行业备受热捧的关键词,浪度产品在哪些方面契合这一理念?

傅亚东:在绿色低碳方面,我们浪度积极相应国家号召,生产过程中决不使用油漆,材料的甲醛含量低于国家标准两倍,把污染减少到最低限度,使用过程对人体不会产生伤害。在沙发的设计上,你们可以看到,我们沙发的色调基本上以浅色为主,给人一种朴素恬淡的感觉,这是因为我们在生产过程中尽量少地使用颜料的缘故。

特色三:强强联合,整合产业链

代表精品:瑞鹰家私

发言人:瑞鹰家私总经理 张元福

记者:我们知道瑞鹰家私与大亚板材是长期合作伙伴,是什么原因促使两家保持如此稳定而默契的合作关系?

张元福:瑞鹰家私和大亚板材于 2006 年开始联手,在这一点上瑞鹰开创了西南地区的先河。经过 4 年多的合作,我们已经成为行业内强强联合的典范。瑞鹰最看重的就是大亚在革新节能环保科技上所做的努力,这也是瑞鹰选择和大亚长期合作的

直接推动力。在选材上,我们采用三聚氰胺材料,192 度高温处理,应用全封边技术,你可以闻到,我们家具上只有木香,而完全没有甲醛和油漆味,沙发也都做了防腐、防虫处理。我们要确保整个生产过程都是安全、环保、无污染的,消费者买来即用,而无需像一般家具一样需要晾一段时间。

我们清楚与大亚这样崇尚绿色环保的供应商合作是需要付出更高成本的,但我们更清楚地认识到这是行业的大势所趋,并且作为一个有责任意识的家具品牌,我们有义务把这个理念在行业内推广开来。

记者:瑞鹰下一步的目标是什么?

张元福:下一步,我们将和大亚继续联手,开拓二、三级市场,还有就是推出周期为一个月的整体定制业务。另外,介于大亚板材在健康环保各项指标上大大超出国家标准,我们还将联合开发儿童家具市场。

(张蓓)

