

中美合资 高端定制 麦道全屋定制

核心技术、德国设备、全水性漆
无毒、无味、安全、健康、环保

欧蓓莎直营店地址: 吴江欧蓓莎生活家居中心二楼2160-2305展厅
美凯龙直营店地址: 吴江红星美凯龙一楼、二楼8026-8028-1展厅
盛泽直营店地址: 盛泽南环路金伦国际家居广场二楼
工厂直营店地址: 震泽镇东1.5公里(318国道110公里处)

电话: 6303 0148
电话: 6395 8338
电话: 6397 3310
电话: 6378 6666

存量房时代 家居企业如何突围



存量房时代的到来,将家居企业卷入了一场新的更为激烈的市场竞争,如何突围成为家居企业必须面对的一个生死命题。

“家居企业要锁定上游、下游两个方向,围绕产品、渠道、人才三条出路,突围存量房市场,决胜大整合时代。”企业战略专家施炜的建议,给家居企业指出了方向。

一种环境 存量房市场来临

“存量房时代来了,这个时期有可能会持续十年左

右。”在家居行业五十余名老板级听众面前,施炜毫不遮掩地抛出对未来市场的判断。

中国房地产市场销售量和交付量经历了2016年~2017年上半年的小阳春后,增速递减,即将步入下行大周期。市场下行带来了相应的分化:一线城市房地产市场已经进入枯水期;二三线城市大部分高峰已过,部分正值汛期;小部分方兴未艾,在旧城改造等方面还存在结构性机会,但是整体大市场已经开始进入存量房时代,这个趋势不会以任何人的意志为转移。

这个过程中,大部分中小规模企业面临资源、规模、能

力制约,将受到前所未有的巨大挑战,或迎生死一线,而强者将愈强。

眼疾手快的强者,已经将市场份额顺利吃下。“2017年二手房客户量已经明显上升了,2018年增长更是迅速,现在二手房改造业务已经占了我们总业务量的七成。”欧派北京分公司副总经理姚刚预测,未来这个占比还将继续攀升。

两个方向 向上游&向下游

存量房市场逼着家居企业

作出选择:向上游,还是向下游。向上游,抱紧房地产大佬做B端的精装房业务;向下游,继续针对消费者塑造C端品牌,路渐行渐窄,竞争日益激烈。

做聚焦产品类型品牌,定位工程配套服务商,是向上游的一条不错的路径。专门为家装供应木门产品的派的门、专注于滑动门系统解决方案的欧派克、为木作企业提供水性胶黏剂的大宝漆等已经率先走出了第一步,市场份额已很可观。此外,有实力的玩家还可以选择做系统解决方案提供者,尚品宅配、欧派、索菲亚都在提供全屋解决方案。

做聚焦产品类型品牌,定位专业零售服务商,是向下游的重要路线。比如公牛,正围绕一个插座、开关无限创新,通过小店分销模式,规模也能做到几十亿元。不满足于围绕单产品竞争的上市巨头,可以尝试做系统解决方案提供者,定位综合零售服务商,最近顾家家居就在频频撬动资本杠杆,以收购的形式完善软体品类,以扩大市场份额。

三条出路 产品、渠道、人才

“产品、渠道和人才,将成为家居企业突围大整合时代的三条出路。”施炜的观点得

到了在场大多数人的认可。

精准产品定位,是存量房市场对产品提出的更高要求,长时间处于“有房就能卖”状态的家居行业需要快速转型。在产品创新上,要搭建拥有相同基本工艺、基本技术、基本标准的基本结构产品平台,实现敏捷、规模化定制,并作出自身差异化价值。此外,智能化家居一定是行业未来,抢占产品的智能化端口也是必要之举。

渠道变革迫在眉睫,寻找消费者与之对话成为家居企业必须思考的一个课题。社区,正成为家居企业寄予厚望的下一战场。北京欧派,从2017年起就开始走进二小区布局社区服务站,与业主亲密互动;TATA木门增加了“邻居计划”等针对老小区业主的服务,并在2018年9月把100个城市的传统店面改造成书店,吸引更多客流。此外,与经销商的关系也要升级,减少经销商负担、调整经销商结构、贴近经销商,融合经销商建立赋能体系,才能共建零售终端优势。

人才,是家居企业在大整合中最需要突破的核心问题。家居行业门槛低,长年依赖市场红利生存,大家心知肚明。招收高素质的专业人才,建立多层次人才培养机制,以高目标、高压、高动力增加组织张力,打造高能组织是整个行业的必修课。

(综合)

落户德尔大厦 星杰国际设计吴江分公司 正式成立



本报讯(记者金冠宇)12月2日上午,星杰国际装饰2018大宅全案研发品牌发布暨星杰吴江开业盛典在吴江德尔大厦11F举行。

据了解,星杰国际设计于2001年始创于上海,专注于别墅设计与施工的全案配套服务,迄今已为上万个客户提供专业家居方案。2012年,星杰苏州正式成立,是星杰深耕苏州市场的新尝试,在集团的支持下,星杰苏州用6年时间沉淀全案落地能力,以专业的服务为客户带来安全、省心、透明的装修体验。

2018年开始,星杰苏州分公司优化组织结构,正式推进以苏州大市为中心,向外辐射的拓展计划。为了顺应市场及企业结构升级变革的需求,12月2日,星杰国际设计吴江分公司在德尔大厦11楼正式成立。

星杰国际设计吴江分公司常务副总经理王婷介绍,星杰装饰是在2018年的1月正式来到吴江,初期在绿地晶萃小区设立了服务站,在考察后购买下德尔大厦11楼作为办公点,经过几个月的筹备,终于迎来了吴江分公司正式开业。“吴江公司在吴江的运作过程中,初期以绿地晶萃

作为起点,开始逐步覆盖吴江东太湖区域的各精品楼盘,目前在吴江运作的别墅工地项目近40个。”

王婷告诉记者,星杰国际设计定位于追求高品质人群的家居方案提供,在17年别墅装修设计的实践中,独创高品质家居技术、选材和管理体系,以专业、专注、专心的“精工”精神打造家居文化。区别于传统装饰企业的全包模式,星杰国际设计以为客户提供全案设计为基础,着重于全案实施交付。从各类零配件到主材、定加工产品,均采用全球化的材料采购模式,同多家顶级材料供应商达成战略合作,确保客户所用产品的质量、服务、价格。

“从2001年到今天,星杰17年来都专注于高端别墅设计,一直秉承着‘以客户为中心’的理念。从2019年开始,我们也将布局非别墅住宅,为高品质客户提供家装设计服务。”王婷表示,未来星杰将致力于为吴江市民提供高品质的全案设计方案。

图为星杰国际设计吴江分公司实景。

(金冠宇摄)

首次合作中国企业 宜家加快智能家居布局



一向谨慎的瑞典家居品牌宜家,在中国的步伐越发大胆,继上线149个城市的电商业务之后,又首次合作中国企业加码智能家居。11月28日,宜家宣布与小米达成战略合作,而此次合作项目智能照明只是布局智能家居的一个切入口。在业内人士看来,宜家在中国突然变得大胆,或许是因为新零售留给它的机会已经

不多。

2018年11月28日,宜家零售中国区总裁Anna Pawlak-Kuliga宣布:“宜家智能照明将与小米平台兼容,该技术将于2018年12月上线。”这是宜家第一次与中国的互联网公司开展产品合作。“跨界合作可以提高智能家居科技的可行性,因此寻找新的合作伙伴就是优化客户体验的重要途径

径。”宜家全球智能家居业务负责人表示。

谨慎的宜家,终于小心翼翼地迈出了智能家居的关键一步。如果不是与小米的这场合作,很少有人注意到宜家早在2015年就开始试水,只不过之前都是单打独斗。

此次合作动作距离宜家全面上线电商仅仅过去了一个月。突然变得大胆,在家具领域业内人士看来,2018年传统家居卖场都在积极拥抱新零售,这一步再慢了,也许宜家真的要掉队了。

一直以来,谨慎的宜家在中国都是被形势推着走的,此次联手国内企业也不例外。从行业角度来看,智能照明正成为无法回避的行业趋势。根据高工产研LED研究所(GIIL)数据显示,2017年中国智能照明市场规模达到264亿元,GIIL预计2018年智能照明市场规模将达387亿元,同比增长46.6%。照明巨头已相继找好科技伙伴,飞利浦照明与华为、小米签署合作协议,推广家居智能照明;欧普照明携手华为发布智能照明系统;雷士照明携海尔家居涉足智

能家居共建生态圈;阳光照明与京东一起实践互联网+LED照明。

从宜家自身来看,即使有线下渠道和场景体验,宜家的智能家居也推广得并不顺利。很少人知道,其实宜家早在三年前就已经开始布局智能家居,2015年宜家将Qi无线充电整合在家具中,迈出试水智能家居的第一步,紧接着2016年又推出智能灯泡。

两三年过去了,很多频繁出入宜家的粉丝也并未购买过宜家的智能家居产品,更多的人对于宜家的智能家居产品的印象全无。择一入口,选一伙伴,放弃单打独斗,向合同盟借力激活原来不冷不热的智能家居板块,似乎是宜家不得不做的选择。

“居然之家和阿里巴巴合作了,红星美凯龙和腾讯合作了,宜家似乎只能选小米了。”广东左凡智能家居科技有限公司CEO陈磊认为,宜家推出什么合作解决方案不重要,这只是个切入点,重要的是在场景智能化上拉盟友,抢入口,宜家与小

米结盟,是无奈又明智的选择。

宜家中国市场增长乏力,给了宜家不小的压力。在IKEA宜家2019财年媒体发布会上,宜家预计宜家中国2018年财年的销售额将超过147亿元,同比增长9.3%。与宜家中国2016和2017财年的销售额19.4%和14%的增长放在一起对比不难发现,宜家中国增长率持续放缓。让宜家不得不不变的是,宜家中国不仅销售额增长放缓,商场访客增速也在下降,2018财年商场访客数量超过9830万,比上年同期增长9.6%,但在两年前,增长率还是20%。

这些数字上的变化,逼着谨慎的宜家变得大胆,从各种角度寻找新的增长点。“接下来的12个月宜家有非常野心勃勃的计划,我们将开设6家商场,徐州商场明天就将开业。”Anna Pawlak-Kuliga表示,中国人的消费习惯和家居生活需求正在快速改变,宜家也必须改变,宜家已经宣布开始战略转型。这场转型成功与否,也许关乎宜家在国

(综合)

全面提升家装服务水平 麦道开展安装工艺培训



昨天,麦道旗下地板、木门、楼梯、衣柜等品类安装工

当天培训开始前,麦道有关

程和目的,讲解了麦道的相关安装标准、流程及行为规范,强调了安装过程中及安装后的细节标准,并表示将派安装质量督查官监督。安装工们也提出了自己实际安装过程中遇到的一些问题,进行交流探讨。

要想提升消费者的认可,安装过程是整个售后服务中非常重要的一环。安装工人是与消费者直接接触的,他们的服务水平直接体现品牌的售后服务水平。只有提高安装人员的技能和服务意识,才能为消费者提供更专业、高素质的安装服务。品牌的发展靠的是消费者,而打动消费者依靠的是服务,所以麦道对服务环节始终非常重视,希望交付出去的产品质量和全程服务都尽善尽美。

(小李)

苏州市吴江区建设工程项目招标公告(资格后审)

编号: E3205840327000182005001

1. 苏州市吴江区城市建设开发有限公司的永鼎医院以西地块安置房二期工程智能化已经苏州市吴江区发展和改革委员会,以吴发改行审发(2017)226号批准建设。“资金核定表”(资金核定表编号:无)已经财政审核。工程所需资金来源是自筹,现已落实。项目已具备招标条件,现对该项目进行公开招标。

2. 苏州鸿鑫工程咨询有限公司(苏州市吴江区2017年度中介机构信用等级:B)受招标人委托具体负责本工程的招标事宜。

3. 工程概况:(1)工程地点:苏州市吴江区太湖新城;招标类型:施工招标;所属地区:吴江区;(2)工程规模:造价约177.3594万元;工程性质:市政工程;招标金额:177.3594万元。(3)计划开、竣工时间:2018年12月20日至2019年3月19日。

4. 本次招标共分1个标段,标段划分及相应招标内容如下:
标段序号E3205840327000182005001;标段内容:永鼎医院以西地块安置房二期工程智能化;工程性质:安装工程;工程类别:其他;合同估算价177.3594万元;对企业的资质、等级要求:[电子与智能化工程二级](含)以上或者[建筑智能化工程设计与施工二级](含)以上;对注册建造师(项目经理)的资质、等级要求:[机电工程二级]或以上注册建造师;预录承包商类别和组别:无;网上支付:招标文件售价220元;合理报价区间随机抽取中标人法:企业允许申请标段数:1;注册建造师(项目经理)允许申请标段数:1;是否采用网上投标:是;是否采用预录承包商名录:否。

注:请尚未开通“网上支付”服务的投标人和代理机构尽快去银行办理,否则无法下载招标文件,参见“关于启用网上支付平台的通知”(http://www.wjgggzy.com/wjggzy/szxx/005001/)

5. 投标申请人资格合格条件
(一)投标申请人资格合格条件:(1)具有独立订立合同的能力。(2)投标申请人资质类别和等级:同上。(3)企业具备安全生产条件,并取得安全生产许可证(相关规定不要求除外)。(4)拟派注册建造师(项目经理)资质类别等级:同上。(5)注册建造师(项目经理)取得安全B类证书。(6)项目负责人必须满足下列条件:a.项目负责人不得同时在一个或两个以上单位受聘或者执业;b.同时两个及以上单位签订劳动合同或缴纳社会保险;c.将本人执(职)业资格证书同时注册在两个及以上单位。项目负责人是非变更后无在建工程的,或项目负责人是变更后无在建工程的(必须原合同工期已满足且变更备案之日已满6个月),或因非承包方原因致使工程项目停工或因故不能按期开工且已办理了项目负责人解锁手续,或项目负责人有在建工程,但该在建工程与本次招标的工程属于同一工程项目、同一项目批文、同一施工地点分段发包或分期施工的情况且总的工程规模在项目负责人执业范围之内。(7)本次招标不接受联合体投标。(8)外地进苏建筑业企业投标前进行信息登记,取得《外地进苏建筑业企业信息登记书》(具体按苏在建建(2018)14号执行)。(使用预录承包商名录投标的无需此项)。

(二)资格审查合格条件:无。

(三)投标保证金有以下情形的,为资格审查不合格:(1)处于被责令停业、投标资格被取消或者财产被接管、冻结和破产状态。(2)在最近三年内骗取中标或者严重违约或者发生重大工程质量问题。(3)正被列为失信被执行人(苏信用办(2018)23号关于印发《关于在公共资源交易领域的招标投标活动中建立对失信被执行人联合惩戒机制的实施意见》)。

6. 招标文件的获取:(1)凡有意参加投标者,请于2018年12月5日11:00至2018年12月12日17:00,在“建设工程会员网上交易(公共资源)系统”(http://www.wjgggzy.com/wjggzy/)下载招标文件。(无系统CA锁的企业,须提前办理,在入库审核后方可使用)(2)潜在投标人应在截标时间十天前随时查看“建设工程会员网上交易(公共资源)系统”中有关该工程招标文件的答疑内容,否则,由此引起的投标损失自负。

7. 投标文件的递交:(1)投标文件递交的截止时间(投标截止时间,下同)为2018年12月14日13:30,投标文件的递交是指使用“建设工程会员网上交易(公共资源)系统”在投标截止时间前完成投标文件的上传,采用电子光盘递交书写的应在投标截止时间前送达,地点为:苏州市吴江区有形建筑市场(苏州市吴江区政务服务中心三楼开标室)。(2)逾期上传的或者未送达指定地点的投标文件,招标人不予受理。

8. 招标人地址:吴江东太湖大道1299号东太湖大厦
联系人:廖丽明 电话:60900825

9. 招标代理机构地址:苏州市相城区嘉元路1018号元联大厦10楼
联系人:钱颖 传真:0512-66352628
电话:0512-65981596-8109 邮编:215200
10. 招标代理机构项目负责人信息:
项目组组长:钱颖 职称或执业资格:建造师
联系电话:0512-65981596-8109 注册证号:苏232080822344
11. 本招标公告发布时间:2018年12月5日
12. 备注:(1)在建工程是指处于中标结果公告(直接发包的项目)网上合同备案为建(构)筑工程全部完成且验收合格期间的工程。竣工验收证明是指由建设单位(或监理单位)组织工程建设各方验收合格,并签署相应的单位工程质量竣工验收记录或者分部工程质量验收记录等验收文件。(2)为本标段前期提供设计或咨询服务的企业,不能参加本标段的投标。(3)拒绝“苏州吴江区太湖新城建设局文件及关于暂停企业投标资格的函”中考核被通报暂停参加投标的企业参与投标(以资格审查时间为准)。(4)本项目执行《关于在公共资源交易领域的招标投标活动中建立对失信被执行人联合惩戒机制的实施意见》(苏信用办(2018)23号文)。

13. 投标人之间有下列情形之一,不得同时参加同一项目同一标段的投标:(1)法定代表人是同一个人的两个或者两个以上企业法。(2)投标人之间存在控股关系、隶属关系的。