

# 家居市场转型升级 国产品牌受年轻消费者青睐

□本报记者 李艳文 / 图

“忙了大半年，新房终于装修好了。”成都市民胡女士最近忙着搬进位于成都市郫都区成都后花园小区的新家。“逛了许多家居市场后发现现在大部分国产家居品牌性价比都很高，比较适合像我们这种预算有限的年轻人，既简洁大方又美观实用。”胡女士拿起手机向记者分享了新房的图片。欧意的吸油烟机、燃气灶具，九牧的卫浴，雷士照明的灯饰……胡女士的新房大部分家居产品来自国产品牌。



## 消费人群年轻化 国产品牌备受青睐

近年来，“80后”“90后”甚至“00后”年轻消费者在消费认知和审美上具有更加理性的认知，他们已经成为消费市场的新生力量和主力军。据新浪家居《2020国人消费数据解析》显示，超六成消费者愿意选国货，智能家居成热点。在“6·18”购物促销节，无论是京东、天猫还是抖音，纷纷推出国潮家居家装产品促销活动。以京东公布的“6·18”销售数据为例，其中家居产品有超过500个国货品牌成交额同比增长超300%。

在成都富森美家居市场，卫浴、灯饰、家具、床品等各大品类的国内外家居品牌一应俱全。“板材分进口和国产，进口的价格肯定高一些但是品质更好，更环保。进口板材不容易变形，稳定性更好。”某定制家具店销售人员向市民胡女士介绍道。

“房子面积有140平方米，主要以小清新、简约的风格为主。”最近一直忙着

装修的杨先生告诉记者，全屋装修预算30万元，在家居产品选择上会首先考虑性价比高的国货品牌，其次再是进口品牌。

记者留意到，在家居市场，即便销售人员会较为推荐进口品牌产品，但越来越多的普通消费者在选择上则更注重内在品质而非盲目追求进口品牌。

## 适应消费需求 加大家居市场细分

在消费年轻化的现在，消费群体审美标准逐渐提高，消费观念不断更新迭代，各大品牌主动顺应市场需求变化，加大家居市场细分，才能在消费升级中抢占先机。

“在建材方面，现在很多国货产品品质不错，对于普通消费者来说日常家庭生活使用已经足够。而市面上的国外家居品牌主要局限在一些品类的高端领域。只要选择质量有保障的品牌或者生产厂家，即便是国产的产品也不会差。”在建材行业工作了20余年的叶先生看来，家居家装行业中，品牌在细分市场

中根据消费者需求的差异性为其提供个性化定制服务、差异化产品或将成为行业发展大趋势。

“当初也考虑过买成品衣柜和床，但是太难找到尺寸合适的。”家住郫都区阴基少卿小区的王先生告诉记者，装修时考虑到房子户型和空间，主卧和次卧均选择了定制衣柜和床品。记者向成都本土某家具经销商了解到，在产品同质化严重的成品衣柜市场，个性化定制是以消费者需求作为出发点，既能满足消费者日益增长的个性化设计需求，同时也能使企业一定程度上规避库存风险。

## 行业转型升级 国产智能家居成热点

以华为、小米为代表，众多企业纷纷在2020年度发力智能家居，推出智能新品，构建生态联盟。越来越多的消费者青睐富有科技感的智能家居，特别是将中国传统元素与科技智能相融合的国产智能家居。随着人工智能、大数据、物联网等

新兴技术的不断发展，智能化逐渐改变着人们生活的方方面面，而人们对于智能化的品质生活的追求，同样推动着智能家居行业的迅猛发展。据相关数据显示，我国智能家居企业2020年度新增超过6万家，占比24.9%。面对新热点，许多家居品牌积极转型升级。目前在家居领域，各类智能家居层出不穷，包括智能音箱、智能门锁、智能厨电等。

“智能家居确实能提供便利，提升生活仪式感。”据杨先生介绍，在综合考虑预算和日常生活需求下，会适当的选择使用智能家居，例如智能门锁、智能厨电、智能面板等。

据业内人士介绍，如今消费者对于家居生活的要求已经不仅仅满足于房子设计本身，同时开始追求智能家居带来的更高科技、更有品质的生活。智能家居的体系未来将会更加完善，向着全屋智能的方向发展。面对智能家居未来发展趋势，围绕用户需求，产品围绕安全、健康、科技、娱乐等方面，在兼顾品质的同时，更加注重整个智能家居系统带给家庭的体验感。

## 四川省广元市旺苍县：壮大电商产业 助推乡村振兴

四川省广元市旺苍县坚持“互联网+电子商务”的发展理念，以国家级电商进农村综合示范项目为抓手，不断健全电商产业服务体系，加强电商主体培育，推动电商与农业深度融合，助力农户拓宽销路，增加收入。

眼前用手机录制视频的，是旺苍县英萃镇新建村村民郑飞。这段时间，当地的不少农产品相继成熟，郑飞忙着将收购来的农产品筛选上架，利用电商平台进行销售。

郑飞告诉记者，他们主要是卖一些山上的笋子、野生羊肚菌、香菇、木耳、银耳、老鹰茶等土特产。2020年的销量达120多万元，今年预计能突破200万元的销量。

2017年，郑飞返乡创业，在当地政府的扶持下，建立了英萃镇电商服务站，通过电商平台销售和短视频平台直播带货等方式，将农产品卖出了大山，郑飞也逐渐成长为当地的农村电商带头人。

郑飞高兴地说，得益于老家物流网络逐步完善发展，通过在网上销售产品，目前销量非常好，发展态势也非常好。

旺苍县英萃镇蓝玉村党支部书记唐超向记者介绍，以前不通公路，老百姓有很多产品用背篓背到街上去卖，由于路程远，来回的时间就非常紧张，产品还有可能卖不出去。现在公路通了，条件也好了，产品很容易、很顺利地就卖出去了，以前是有产品愁没销路，现在是有销路还怕产品不够。

据了解，目前，该县已建成县级电商公共服务中心1个、乡镇电商服务站35个、村级电商服务站201个；全县商贸企业电商普及应用率达50%，实现电商交易额1.2亿元。此外，培育扶贫产品线上线下经营主体815个，全县扶贫产品销售额累计实现2.56亿元，带动1260户5860人实现增收。

刘仁喜 唐福升 樊陈

## 四川旺苍 128个特色农产品 亮相智慧产业国际博览会

近日，四川旺苍县组织四川木门茶业有限公司、旺苍县天宝食品有限公司、旺苍县枣林皮蛋、四川旺苍商务有限公司等14家企业到成都参加了第六届中国(成都)智慧产业国际博览会活动。

据介绍，第六届中国(成都)智慧产业国际博览会为期三日，汇聚信息行业政、产、学、研、用各方资源，搭建行业交流对接平台。此次活动进一步拓展了旺苍县农产品市场，提升了农产品在成渝地区双城经济圈知名度，更好地搭建产销对接平台，促进与四川在电子信息、数字经济方面的交流合作，共同助力数字中国、网络强国和智慧社会建设。助力构建“5+1”现代工业、“4+6”现代服务业体系，形成支撑“一千多支”发展战略的

产业格局。据了解，本次参展的14家企业128个系列产品彰显旺苍县得天独厚生态资源禀赋及现代农业正由“全域绿色”向“全域有机”迈进的良好发展势头。

旺苍县农产品馆主要展示广元黄茶、旺苍仓山茶、天宝调味品、皮蛋、菌类等各类特色农产品，许多客商对旺苍茶叶、皮蛋、调味品等非常感兴趣，表示将实地到旺苍现场调研考察，到旺苍投资，合作共赢，促进旺苍特色产业发展。活动期间，旺苍县企业销售和签订订单约30余万元，并与四川省数字贸易网、红旗连锁超市、四川通惠老年大学等进行了对接，现场签订了意向性合作协议。

刘仁喜 唐福升 程果

## 国外家居品牌线下销售额增速放缓

□本报记者 冯丹文 / 图



受疫情影响，家居零售行业经历了一场特殊的考验。不少家居卖场和实体店出现客流量下降的情况，一些企业面临房租、员工薪资等压力。而在供应链和物流端，整个产业链处于低谷之中。在下游客流下降和后端生产承压的情况下，家居企业纷纷加速数字化转型，而作为全球最大的家居连锁企业，宜家就是国外家居品牌转型升级的代表企业之一。

数据显示，宜家2019年的销售额增速仅为6%，而2016、2017、2018年的增速分别达到了19.4%、14%和9.3%。在网购盛行的时代，增速连年下跌，让昔日线下的“坚守者”宜家也开始进行电商化转型。2020年，宜家宣布入驻天猫，上线宜家购物APP，线上销售额全年实现显著增长。

“线上线下不同的渠道是相互补充而不是相互替代，我们希望通过线上线下

结合，最大化宜家的可触达性。”宜家中国相关负责人表示。

而降价策略就是宜家寻求与客户拉近关系的法宝之一。近日，记者在宜家家居成都高新商场店看到，该店不少商品都用黄色标记了折扣幅度，不少高性价比的商品颇受消费者青睐，低价商品帮助宜家吸引来不少大众消费者。

“我们是来专门选购书柜的，宜家的书柜的性价比比较高，这段时间的折扣力度也比较大，就决定够买了。”成都孙女士向记者说道。

除了降价促销，环保质量也是国外家居品牌受到不少年轻人欢迎的因素之一。据了解，宜家的产品一般材质也多用木头、塑料、玻璃、布艺等可回收环保材质，产品质量成为这家国外企业赖以生存和发展的基石。

## 林下灵芝 助农增收

近日，贵州省黔东南苗族侗族自治州从江县加榜乡加榜村村民在搬运刚采收的灵芝。时下，加榜乡林下种植的灵芝进入收获季，当地农民忙着采收、搬运、装车外销。

近年来，从江县依托当地丰富的林地资源，采取“公司+合作社+农户”模式，引导农民发展林下灵芝种植产业，带动农民增收。

通讯员 罗京来 摄



## 合同作废登报公示

兹盖有成都尚品宅配家居用品有限公司合同的47套空白合同不慎遗失，合同编号为：CDSFPZ000699、CDSFPZ000775、CDSFPZ000848、CDSFPZ000885、CDSFPZ000876、CDSFPZ000940、CDSFPZ29001073、CD-SFPZ29P001074、CDSFPZ29001150、CDSFPZ29001151、CDSFPZ29001152、CDSFPZ29001187、CDSFPZ29001211、CDSFPZ000118、CD-SFPZPD000122、CDSFPZPD000132、CDSFPZPD000145、CD-SFPZPD000152、CDSFPZPJZ000304、CDSFPZPJZ000340、CDSFPZPJZ000352、CDSFPZPJZ000397、CDSFPZPJZ000398、CDSFPZPJZ000443、CDSFPZPJZ000452、CDSFPZPJZ000453、CDSFPZPJZ000462、CDSFPZPJZ000256、CDSFPZPJZ000272、CDSFPZPJZ000282、CDSFPZPJZ000366、CDSFPZPJZ000367、CDSFPZPJZ000428、CDSFPZPJZ000432、CDSFPZPJZ000444、CDSFPZPJZ000449、CD-SFPZ29001108、CDSFPZ29001395、CDSFPZPD000102、CDSFPZ29001170、CDSFPZ29001220、CDSFPZ29001327、SPZ2021000003、CDSFPZPJZ000484、CDSFPZPJZ000485、CDSFPZPJZ000492、CDSFPZPJZ000505

每套两份；另家居合同有20份：00037387、0028370、0028371、0028373、0028375、0028376、0028377、0028379、0028380、0028391、0032952、0032871、0032928、0032930、0032885、0032915、0032991、0032995、0033010、00042409 每份四联，每联两页；主材合同10份：0000146、000147、000148、000149、000150、000151、000152、000153、000154、0001550 每份四联，每联两页。以上合同特此声明作废。

成都尚品宅配家居用品有限公司 2021年8月3日