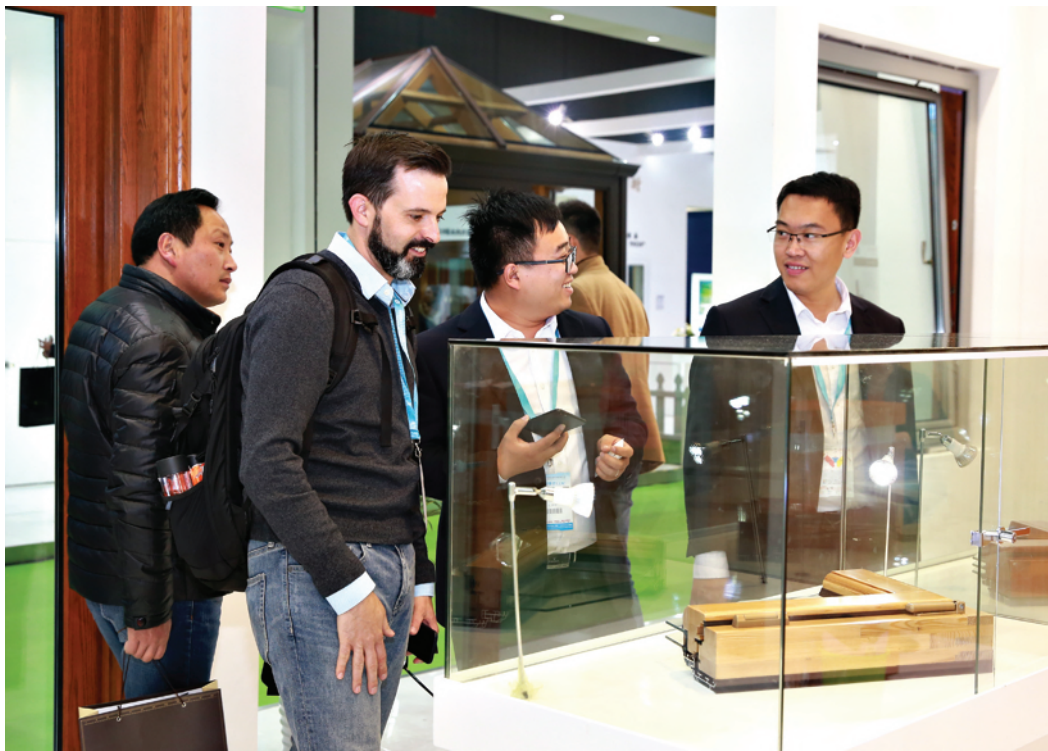




# 2018 建博会定位“高端定制”

今年3月,中国建博会又将再临申城。展会开始前夕,建博会主办方来到上海预热展会筹备情况。作为家居行业的年度盛事,今年建博会将继续深化智能、定制、系统和设计四大主题,由建材行业展向大家居趋势展方向迈进,实现冠军品牌、业界人士、产地区域、跨界品类、优质资源等方面真正意义上的行业“大融合”。

青年报 沈旖旎



## ■资讯

### 浙沪旅交会推“诗画浙江”品牌

近日,2017浙江(上海)旅游交易会在沪开幕。大会以“诗画浙江,四美共享”为品牌口号,共设美景、美食、美宿、美购、旅游小镇、“浙里好玩”智能体验六大板块,特装展位680余个,同时注重展销结合、文旅商结合、线上线下结合,吸引了上千家企业参展,展馆总面积达2万平方米以上。

据了解,交易会由浙江省旅游局主办,浙江省商务厅、浙江省文化厅、上海市旅游局协办。全面展示了“诗画浙江”的形象及内涵,同时开设浙江“老字号”美食区,为上海市民带来最正宗的浙江味道;“美购”展厅则展示浙江最有特色的农副产品和非遗工艺品;“美宿”展厅展示浙江最美民宿、特色文化主题酒店以及星级饭店等产品;在“浙里好玩”智能体验区中,则有数十种人工智能机器人带来各种有趣的体感互动游戏。

浙江省旅游局副局长杨建武透露,今年是浙江旅游交易会第4次进入上海,将进一步深化两地旅游合作发展。浙江也将以此次旅交会举办为契机,扩大“诗画浙江”旅游品牌的影响力和美誉度,力争提前一年实现旅游万亿产业的宏伟目标,加快打造“诗画浙江”中国最佳旅游目的地的步伐。

青年报 沈旖旎

### 掌阅文学公布“出海”成绩单

作为跨年“成绩单”,近日,掌阅文学对外公布其作品“出海”情况。

截至目前,已有逾100部作品授权至海外,翻译成韩日泰英多种文字,其中授权泰国版权方9本作品、韩日版权方4本漫画、英语版权方88本作品,包括《龙武至尊》、《闪婚厚爱》、《奥法之王》、《光》、《画骨女件作》等在内的多部小说,以及《指染成婚》、《豪门天价前妻》、《星武神诀》、《废品专卖店》等漫画。

其中,已开放英文授权的《光》,是掌阅征文大赛的获奖作品;而《画骨女件作》因内容精彩,除已进行英文、泰文授权外,韩文授权也在沟通中。

调查显示,《指染成婚》等漫画在韩国和日本市场表现不俗。《指染成婚》小说改编的同名漫画一经登陆日本、韩国市场,便获得巨大反响。目前,该小说已位列韩国naver平台海外作品第一位,登陆日本最大的漫画平台comico后,第3天点击总量便上升至女性漫画第12位。而此前,《豪门天价前妻》在韩国Kakao漫画的总榜上曾进入前20,引发业内关注。

青年报 王霞

## 多元化策展助推行业升级

中国建博会(上海)经过3年的发展,运营已经进入平稳期。截至目前,全部展位已销售完毕,展览净面积较上届增长27%。据介绍,2018中国建博会(上海)除了定位“全屋高端定制平台”,更具有设计元素突出、引领智能前沿趋势等特点,同时囊括了主流家居品牌和高端新产品新技术,涵盖大家居建装行业全产业链。

本次展会将实行严谨的展位安排原则,致力于为行业提供第一道背书,将中国大家居建装领域最具行业代表性和成长性的企业向行业展示。通过“从展商中来,到观众中去”的观众邀请策略、与时俱进的宣

传推广策略、规范有序的现场秩序管理、策划具有行业影响力的会议论坛等,积极推动引领行业前进方向。

主办方表示,前来参展的企业逐年递增,这既体现行业和企业对展会的高度重视,又带来压力感、责任感和使命感。“我们每年都在不断思考如何在展能过剩的时代,为企业和行业提供更高质量的增值服务。”

此外,今年将继续围绕“建筑室内设计”、“品牌招商”、“渠道整合”、“智能家居”等行业热点话题,举办近30场高端会议论坛。包括中国建筑装饰设计艺术作品展暨“设

计面对面”系列论坛、中国木门品牌大会、智能与建材家居协调创新发展高峰论坛、房地产与供应商采购发布会、经销商培训大会等。

TCL家电集团CTO、TCL智能家居科技有限公司CEO邵怀荣认为,展会提供了一个跨界融合的大平台。智能家居发展进入新时代,智能家居行业的发展,需要整合家具、家装、建筑、设计等需求,实现跨界合作。他同时表示,在2018年建博会上,TCL将向消费者和行业人士展示最新的家居智能系统解决方案。

业内人士透露,展览会已成为家具设计发展的重要推手和

展示平台。这种现象在前几年就已经出现,只不过在2017年演绎进化的更加突出明显。展览会本来只是提供一个交易平台,但是现在的功能趋于多样化。

随着经济发展模式的转变,在家具行业以及整个家居行业,创新设计展现出极大的发展机会。相对于已经竞争十分激烈的产品制造领域,创新设计是一个方兴未艾的领域,这里有很大的空间和舞台,施展余地大。生产家具可能会遇到增长的瓶颈,但在创新设计上的提升却是永远没有止境的,展览会提供了极好的平台。

## “全屋定制”实现高增长

值得关注的是,建博会“全屋高端定制平台”的定位,符合华东市场的需求,填补了以上海为中心的华东地区没有以定制为特色的建筑装饰类大型展会的市场空白。

“定制”一词,说出来就带着不同于同类的气场。

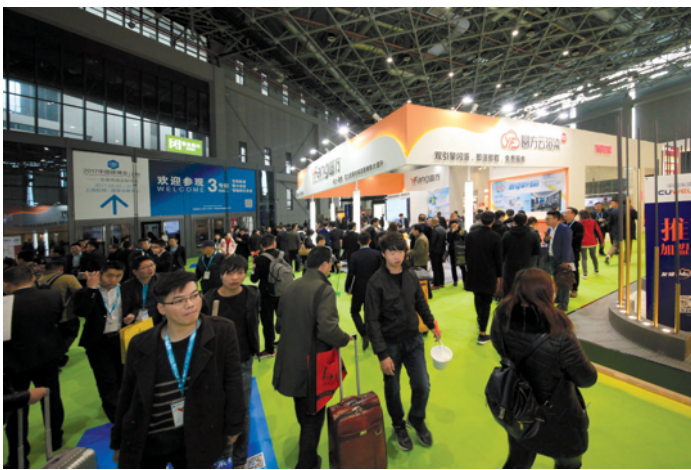
2017年被称为“定制家居企业上市年”,上半年已有6家定制家居企业成功上市。其中包括将于今年3月亮相中国建博会(上海)的索菲亚、好莱客、维尚、皮阿诺、金牌、我乐和志邦。据已披露的部分企业半年报数据,好莱客、百得胜的净利润增长率超过了50%;皮阿诺、尚品宅配的净利润增长率超过了100%。

根据亿欧智库发布的《2017年中国建材家居产业报告》,2016年定制家具市场份额在家具整体市场占比已经达到35%(多品类家具如柜体等达到

15%,橱柜、衣柜、木门等单品类家具为20%),结合各家家居上市企业财报中对市场规模的判断,2017年定制家具市场规模将增长至3241亿元。多家参展企业及业内人士均认为,参考国外70%以上的定制家具渗透率,中国的定制家具市场容量巨大。

在首届中国家居制造大会上,中国工业和信息化部消费品工业司司长高延敏表示,定制化生产对于塑造“中国制造”形象,提振消费者对“中国制造”的信心,挖掘并宣传推广家居行业的新模式、新特色都具有重要的指导作用。

定制家具越发受到青睐,大规模定制的背后除了智能制造的支撑,更是整个商业模式和产业链的改变。从家居环境的“量体裁衣”看,定制风逐渐兴起,背后的潜台词则是消费升级和个性回归。



尚品宅配董事长李连柱认为,无论是工业1.0的机械化、工业2.0的电气化,还是工业3.0的自动化,大规模大批量的生产一定是工厂的基础实力。进行工业3.0时期,大规模的制造能力就变的非常强大,甚至已

经远远的超出人们的消费能力,所以很容易就进入到产能过剩的时代,最终的结果就是引起品牌价格战。而家居消费的个性化需求,会反过来倒逼企业在生产端用新的方式来满足消费者需求。