

晴雨表

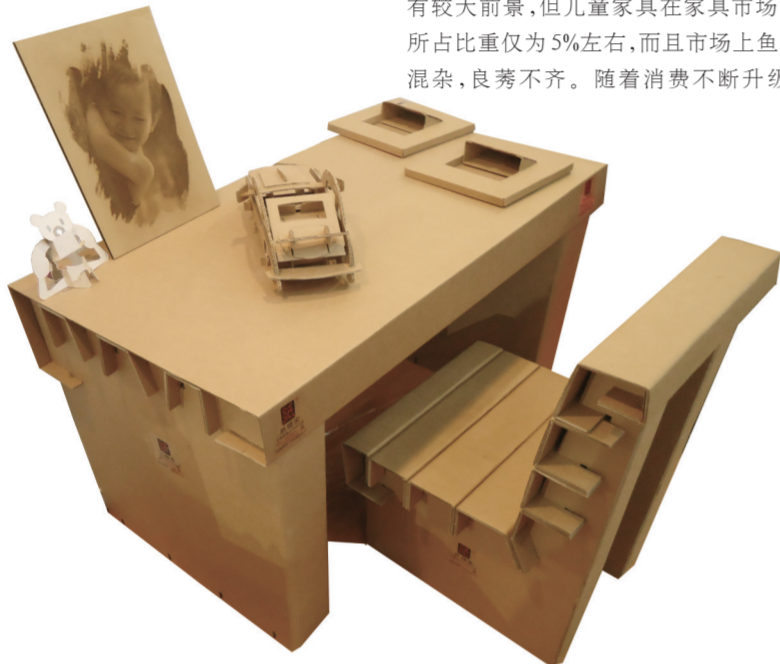
# 挖掘儿童家具市场正逢时

□□ 本报记者 张海宁

随着二孩政策的全面放开,儿童家具市场持续升温。2018年以来,巨大的市场潜力吸引着众多企业向儿童家具领域进军。在各大知名家居卖场与家具展销会中,儿童家具展现出不俗的销售业绩,不少家居卖场甚至开辟了专门的儿童家具区域进行销售。儿童家具企业在这样的市场热度下现状如何?当越来越多的消费者关注并消费儿童家具,未来市场又将怎样?

## 儿童家具市场前景广阔

如今,家长在选购儿童家具时,不仅注重产品的外观,更关注产品的实用性、安全性及益智性等。淘宝7月发布



“纸辉家”的纸质儿童家具更注重健康环保

的数据显示,儿童高低床是淘宝上最受受欢迎的儿童家具,仅2017年就卖出了150万余张,即便是独生子女家庭也有不少购买率。有家长表示,儿童高低床的实用性较强,下面一层可以用来存放孩子的玩具及物品,上面一层当床,孩子通过攀爬,会产生探索乐趣。

另外,儿童房给孩子带来的客观益处也十分明显。独立的生活空间可以培养孩子独立个性,而孩子使用自己喜爱并适用的儿童家具可以变得更加专注。因为孩子的成长时光是短暂而珍贵的,一件儿童家具不止是空间陈设,更是爱和陪伴。

《2017—2022年中国儿童家具行业市场发展现状与投资前景预测报告》显示,我国16岁以下儿童有3亿多人,占全国人口的1/4。虽然儿童家具市场具有较大前景,但儿童家具在家具市场中所占比重仅为5%左右,而且市场上鱼目混珠,良莠不齐。随着消费不断升级,

一些知名儿童家具品牌迅速发展,如松堡王国、七彩人生、酷漫居等品牌已逐步形成一定市场规模。由于市场占有率较小,品牌效益并不十分明显。

## 要设计也要安全性

儿童家具产业虽没有成人家具产业竞争激烈,但随着市场的日渐成熟和人们消费观及审美观的不断提升,儿童家具如何能够在未来市场遥遥领先,独特的设计与差异化卖点变得尤为重要。

独立原创实木儿童家具品牌“哈木的房间”创始人杨旭光认为,儿童家具产品并不只是传统意义上的“小号家具”,而应是可以由孩子的眼睛去发现和感受美好的生活境地。从设计到呈现,设计师应努力进入到孩子的世界中,为孩子设计家具,更要有共情的思维。

“我们设计的十二生肖椅系列产品,我会将每种动物细节特征融入到设计中,虽然这些细节仅从使用的角度看意义不大,但却让孩子感受到不一样的趣味性,让更多消费者喜爱并愿意购买。”杨旭光说,“另外,家具圆角部分采用整板切割而非非榫卯拼接,这样可以使产品更加安全与耐用。”

“纸辉家”创始人蒋忠利表示:“儿童家具风格要多样化,要符合儿童活泼可爱的天性,安全是永远不能放下的话题,也要更具实用性,以上缺一不可。在前期设计上就要综合考虑使用期间可能会遇到的各种问题,并且要到孩子中去,了解孩子的真正需求。”

目前,国内许多品牌的儿童家具产品多以实木结构为主,一些品类多采用质地柔软的松木,这样儿童磕碰不易受伤,同时也便于塑形来保证结构安全



“哈木的房间”的十二生肖椅系列及其他儿童家具产品

性。但“纸辉家”品牌以纸为材,主打环保健康的纸家具,给孩子还原一个几乎不含甲醛塑化剂的居住环境。结合孩子的习惯特点,开发出一系列纸书桌、纸床、纸椅、纸凳、纸书柜、纸储物空间、纸玩具等多品类产品,差异化材质的采用成为儿童家具的一大特点。

儿童在使用习惯、体型比例、心智思维、身体状况等方面与成人存在较大差异。因此,儿童家具产品对材质、涂料的环保要求,对边缘倒圆角、防窒息通气孔、孔及间隙宽度等细节的工艺要求,以及对尺寸、结构、颜色的设计要求都与成人家具大相径庭,优质的合理设计可以让儿童家居品牌更具市场竞争力。

## 渠道、服务多元化促进产业发展

不同于其他产品,由于儿童家具

关系到孩子的健康与成长,网购儿童家具仅通过图片并不能确保其品质,家长们最担心的问题就是货不对版、产品质量、物流运输、安装和售后等,这些因素都是家长们在网购时存有的心理障碍。

但随着互联网技术的发展与行业逐步完善,家长们的购买渠道从起初的家具卖场开始转向网购,2018年《新浪家居儿童家具消费市场调查》显示,有超过45%的消费者在网上购买儿童家具。如今购买儿童家具的主体为“80后”“90后”的年轻父母,网购模式更容易被其接受,如果从业企业可以为消费者提供更加完善的配套服务,打消网购者的诸多疑虑,线上销售将带来更多商机。

当下,全屋定制成为家居行业宠儿,定制企业也纷纷布局儿童家具市场。恒大美森旗下品牌“我爱我家”就

是其中之一。定制事业部运营总监邹文胜表示:“品牌拥有多年的儿童成品家具产业经验,结合儿童成长需求及空间定制需求,打开更广阔的消费市场。”此外,“星星索”推出的儿童高端实木定制产品,也为广大家长提供了更多选择空间。

其实,儿童房的定制更倾向于家具生产商对消费者的服务,通过调研儿童房的户型和面积进行更适合孩子的设计,可以更为专业地将儿童家具合理安排、功能分区,并且为家长们选择的儿童家具如何配色、如何装饰、如何保养等提供建议。

如今,儿童家具市场缺口明显,逐渐展现出巨大的商业蓝海。儿童家具企业品牌在营销时,应以家长进行有效的服务为核心,提高服务满意指数。儿童家具企业应当对市场变化积极求变,加速产业布局,弥补市场缺口。

## 行业直言

# 红木企业渠道专家谈市场

□□ 汪立禹

“天地萧萧逝水长,秋风起兮云飞扬。”市场低迷旧颜改,谁为红木解迷茫?这或许可以生动地描述出今年晚秋时节大多数红木从业者的心情。红木行业原有的模式遇到了很大挑战,而未来路在何方却并没有共识。近日,怀着对行业现状的忧虑,笔者邀请红木渠道界专家对红木行业现状进行剖析,同时,对行业未来的发展方向进行预判,以期对红木企业提供参考。

## 品牌定位要精准 投入要常态化

对于红木行业的发展现状,北京红木街总经理江定生从品牌定位的角度表达了自己的看法。他认为,红木企业千店一面,同质化严重,个性化难寻导致红木企业在市场上恶性竞争的问题由来已久。

在江定生看来,小到产品类型、店面摆放,大到渠道开发、品牌定位,绝大多数企业毫无新意,市场运营中的高级策略企业掌舵人不懂又急于学习。在市场运营中,很多企业只会低价促销,而不进行品牌投入,最终捆住了自己和行业的手脚。对现代企业而言,品牌投入应是企业运营成本的一部分,减少品牌投入甚至零投入,遇到发展瓶颈是必然结果。

“各个卖场要找准自己的定位,不能只管收企业租金,而不对企业的类型进行区分和取舍。卖场定位清晰了,客群定位就清晰了,围绕特定客群的市场操作也就能有放矢。”江定生说。

## 扩大材种范围 设立门槛守住底线

随着被纳入《濒危野生动植物种

际贸易公约》的树种越来越多,红木资源越来越少。在北京城外城家居广场总经理刘秋增看来,未来击倒红木行业的可能是“红木”两字。市场上以非洲古夷苏木为代表的硬木,无论从外观还是硬度,都与传统红木不相上下,而且供应充足。“我们能否淡化‘红木’的范围,去迎接‘泛红木’‘类红木’,各渠道、行业协会加强行业管理,维护好行业秩序,给消费者更多选择,给行业未来发展开辟一条可持续的原材料供应之路。”刘秋增说。

对于材质混淆,家和家美董事长田耘分享了亲历的故事:一个朋友在走访某红木产区时发现一款小叶紫檀南官帽椅,与行业翘楚元亨利的款式几乎一样,但价格只有其1/4,并推此及彼地认为这个厂家的其他产品也一样有极高的性价比,最终买进400万元的小叶紫檀家具,结果发现这批家具实为非洲血檀材质。“消费者捡漏的心理我们不去评价,单从行业自身角度讲,我认为,无论市场多么萧条,企业家还是要维护好匠人的底线,市场不会永远清淡下去。中国木材与木制品流通协会红木流通专业委员会要利用自身的行业地位,不但要制定标准,还要牵头执行标准、维护标准,提高造假者的代价。”田耘说。

## 拓展电商渠道 打造红木电子交易平台

对于材质真实性的鉴定,北京红博馆总经理刘彦红介绍,红博馆除承接法院罚没红木家具的拍卖工作外,还为驻馆企业提供很多引流的方法,如与线上平台的合作。在与线上平台合作的过程中,他们发现几个难点:一是缺少背书机构,难以取得线上消费者的信任;

二是行业内没有深耕网络营销的专门人才;三是红木线下与线上的盈利模式不同,企业难以适应;四是多数线下产品难以满足线上消费者的需求。刘彦红表示,前三个问题容易找到应对的方法,而第四个问题则需要红木行业改变旧有的生产思维,从“我生产什么就卖什么”,转化为“消费者需要什么我就生产什么”。在他看来,电商渠道的拓展仍能往后再进一步。

提到电商,笔者认为,电商的规模已占到社会整体零售总额的25%左右,其年增长速度更是远超其他渠道,而且这种趋势没有下降迹象。当前,不只红木卖场客流不足,其他家居卖场、电器卖场,甚至大型购物广场的客流也在迅速被线上瓜分。红木行业的企业家不要总抱怨客户越来越少,而要反思自己是否与时俱进。笔者认为,红木行业新的消费者以及新的消费需求在哪里,应该看大数据,并从电商商的生意经中寻找行业发展之路。



精美的红木家具备受消费者喜爱,但要积极拓宽销售渠道。

## 红木知识

# 红木蛀虫如何防

□□ 斐依

红木家具属名贵硬木家具,大多数能保存千百年,不少明清时代的红木家具至今还完好无损。然而,有些消费者反映其购买的红木家具存放家中一段时间后,发现被虫蛀出了木屑,这究竟是何原因?又该如何预防?

## 虫蛀原因

一般而言,红木心材是红木国标中29种木材,从髓心到边材内侧的部分,不具有活化细胞,密度大,色泽深厚,坚硬防腐,正常情况下极少生虫。边材是心材以外到树皮之间部分,俗称“白皮”,密度低且营养丰富,易遭虫蛀。因此,当遇到红木家具遭虫蛀时,大部分消费者会认为,厂家是用了白皮料或者买到了假红木。

虽然被虫蛀的红木家具很多确实是使用了不是国标红木的假红木或者是带了边材的木料,但并非所有的情况都是如此。有些红木木种,如刚果产的非洲崖豆木(鸡翅木),也是国标红木,但也容易有虫蛀的情况,并且经常是从皮材一直蛀进心材,在原木锯成板材时常会有大范围的虫洞而无法使用,成了困扰厂家的一个难题。

在未经处理的情况下,任何红木都有可能被虫蛀,即使是红木中名贵的黄花梨、紫檀、大红酸枝,也不能排除被虫蛀的个别发生,只是相对一般木材来说,其概率极小而已。

如果排除了使用边材或者假红木,那么,红木家具生虫大多是和解决木材的含水率及杀虫的烘干工序有关。

正常来说,原木在锯开后,要先将其进行烘干。这一工序环节有两个作用:一是将含水率降至合理水平,消除原木的内应力,防止将其制作成家具后发生变形;二是为了彻底消灭藏在木料中的虫卵,防止将其制作成家具后虫卵在家具木料上繁衍滋生,为虫后,打洞为害。

虽然烘干是红木家具制作工程中的重要环节,对红木家具的长期使用有很大影响,但在刚做成家具时,是否进行了烘干或者烘干处理是否到位,消费者却很难发现或验证,这也是出现虫蛀的一个原因。

## 解决方法

如何解决生虫的红木家具?下面分享灭虫方法:

一是涂料处理。对没有生虫的角落,用生桐油、虫胶漆或漆等涂料,刷到红木家具的表面,能使蛀虫与空气隔绝,达到防蛀目的。需要注意的是,如木柜在涂刷时,正反面和木柜内壁都要涂刷均匀。

二是药剂处理。当红木家具被虫蛀时,可用杀虫剂和水按1:5的比例配成药液,用喷雾器全面喷射,让药液渗入红木家具内,要连续喷射3至5次,经8小时后,可杀死全部蛀虫。然后,将红木家具用清水洗刷干净,晒干。

三是用柴油涂擦。晴天将已遭虫蛀的红木家具放在朝阳处,用毛刷或棉纱蘸柴油将家具全部涂一遍,反复涂晒后用洗衣粉液洗净,晒干。

四是用灵香草。灵香草又叫留兰香草,具有浓郁的香气,有“香中之王”的称号。其秸秆和籽实除持久散发浓郁的香味外,还具有防腐、杀菌、消毒、驱虫、灭鼠等特殊功效。