

家私行业未来的机遇和挑战

林仕超 Ken Lam

林仕超 Ken Lam

赛诺家居用品（深圳）有限公司 总经理

盛诺（东莞）睡眠科技有限公司 董事

中国侨联青年委员会 常委

全国工商联家具装饰业商会青委会主席团 主席

香港家私协会青年委员会 主席

香港华侨华人总会青年委员会 执行主席

全港各区工商联青年企业家 副主席

福建省青年联合会 协理

香港福建社团联会青年委员会 常务副主任

香港家私协会 常务理事

塘厦外商投资企业协会青年委员会 荣誉主席

香港闽西青年联会 副会长

香港闽西联会 会董

2018全球华人杰出青年 | 美国XCOR首批受训太空人 | 2016德国红点奖得主



01

.....

02

.....

03

现状

挑战

共谋未来

目录

C O N T E N T

01

—.

现状

前所未有的超级行情

中国制造的 黄金期

- 01 全球疫情带来家具出口产业结构的改变
 - 02 宅经济带来消费力的提升
-

01 全球疫情带来家具出口产业结构的改变

印度、越南的疫情，导致欧美订单被中国制造承接。
中国制造业迎来较好的发展黄金期——

以盛诺集团·东亚海棉为例:

以往

20 辆车
每天发两车次
人员和仓库充裕



当下

平均每天 3 车次
产品满仓，招工扩产
工人 3 班倒，加班加点生产运输



02 宅经济带来的消费结构提升

因为疫情，消费者居家生活多了。对于住宅的消费预算也提高了（舍得为自己花钱；舍得用好的东西；舍得花时间去看更多装修美图，家装案例；舍得为环保、健康、安全买单.....）



家私行业真正实现—— “让世界爱上中国造”

表面原因是疫情，爆单的本质是企业加大了产品的开发设计力度。

02

—.

挑 战

家私行业面临的三大挑战



挑战一

涨价，家具原料市场带来的黑天鹅事件。



挑战二

直播，将成为家居行业的标配销售渠道。



挑战三

设计，成为泛家居行业的高频词汇。

挑战一：涨价

家具原料市场带来的黑天鹅事件

涨价现状

- 原材料成本带来的巨大影响

增加的成本如何消化？

- 第一招：降本增效
- 第二招：产品结构战略（特价产品+高端产品）

家具原料市场涨价现状

行业原材料涨价，今年以来：

实木涨 **2** 次，

海棉涨价 **7** 次，

纸箱涨价 **5** 次，

配件涨价 **2** 次.....

对于家具工厂来说，原材料**涨价 3 成，一年白干。**

增加的成本如何消化？

提价,成为行业共识!

方法 1

降本增效

- ① 质量提升、设计研发、向主动化生产、渠道管控上面进行省钱；
- ② 给客户转嫁一部分（比如海棉涨 7 0 %，客户啃 5 0 %，自己承担 20%。

方法 2

产品提价

产品结构战略：产品品质的提升来保证卖更高的价格，抵消成本上涨的影响。

① 推特价产品

薄利多销为主，进行常态化销售，挣市场份额为主。

② 推高端产品

推新品，在新品上上调一定幅度的价格，加大利润。

挑战二：直播

将成为家居行业的标配销售渠道

家居行业直播数据

家居行业直播目的

家居行业直播如何做？

- 直播两手硬策略（特种部队+常规部队）

家居行业直播数据

“沾薇娅就涨，贴李佳琦即飙”。
目前，家居企业每个月完成线上直播**超过1万场**，每个月直播卖货收入金额**过25亿级别**。

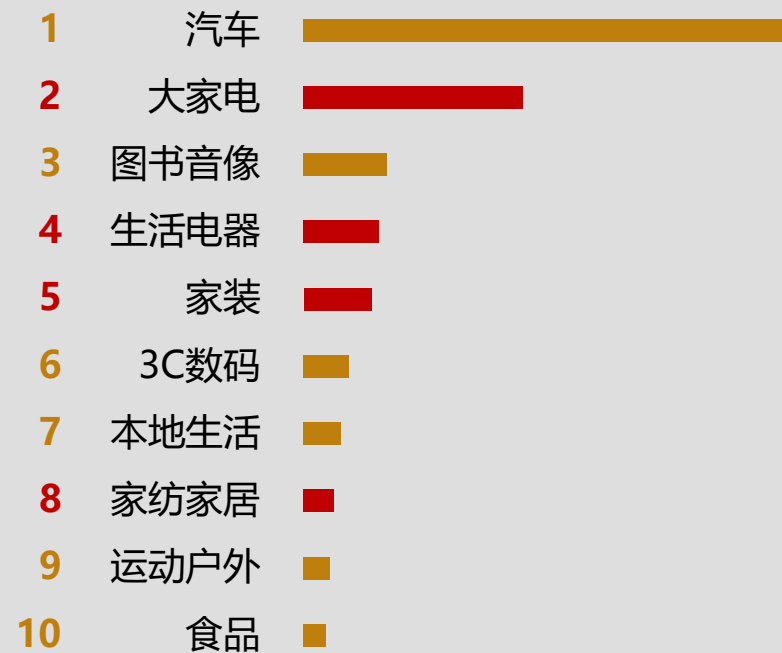
据天猫大数据显示，家具直播累计观看人数每月达**6000万**。



家居行业直播的目的

直播的目的是为了“**多带货、多卖货**”，
而消费者是希望以更低的价格买到商品。

淘宝直播成交金额增速TOP10行业



家居行业直播如何做？

直播“两手硬”策略——

特种部队——网红直播就是一个特种部队，能够迅速打开一款产品的销量，也能够提升单款产品的曝光，可以把一个单品塑造成行业爆款。

常规部队——品牌店铺直播就是一个常规部队。由老板个人，店长、要购都可以参与把自己企业做成一个直播机构MCN公司。

挑战三：设计

成为泛家居行业的高频词汇

案例：阿里躺平设计家

设计赋能数字化成为趋势

香港设计如何“出圈”？

案例： 阿里躺平设计家

中国家居市场接近**5万亿**，今年9月马云和淘宝盯上了这块大蛋糕。阿里**5亿投资**三维家，以设计工具为切入口，然后以“躺平”设计家这一个平台，帮助设计师和企业打通设计和商品全链路、为推动家居设计全流程数字化。



全行业里的室内设计师活动，有增无减，大到各种全国性的设计师大赛、设计真人秀节日、小到设计师交流会、沙龙、几乎每天都看到这种信息。

设计赋能数字化成为趋势！





香港设计如何出圈？

香港设计比较超前”，是行内人士对香港设计的认知。港式设计，以前是受到消费者的追捧。因为香港是东西文化汇聚的地方，就是既有传统，又有现代美感氛围，这对国内客户是一种新鲜感。这造就了香港设计师在内地受道捧的现象。香港顶级设计大师、梁志天、邱德光.....国内都是用顶级大师这样的字眼来宣传香港的。这有好的方面，就是香港设计代表了高度；不好的方面，大家都认为用香港设计就是要花很多钱的。很贵的！

如何面对多样的挑战，也是今天我们这个会议的目的，希望今天大家一起出谋划策，找到出圈的方法。

**THANK
YOU**

—