

BAIYULAN
白玉兰



Tel: 400-828-1015
www.magnoliachina.com

上海市普陀区真北路1108号红星美凯龙南馆二楼B8180



GREEN KITCHEN GREEN HOME
绿色厨房 绿色生活

FA

上海
家具

5月刊

2020年 5月 总第294期

上海市家具行业协会

www.fa-shanghai.com

SHANG
HAI



线上线下发展战略

苏作“老字号”探索新生机

探寻家居行业玩转直播的更多可能



封面图片由震旦家具提供

以现代中式为名 为年轻新贵而来

In the name of modern Chinese style
for the young and the new

現代中式

LAOZHOU JIAJU
简约 / 时尚 / 轻奢

以传统中式的制造工艺，品相结构为基础，以更加时尚舒适为追求，强化设计感与色彩冲击力，打造「轻奢华、新时尚」的现代中式生活艺术。



乘 / 风 / 破 / 浪
心 / 静 / 如 / 云

BEAUTIFUL SCENERY BRINGS NICE VIEW



服务热线 021 / 4006 581 580 /

地址：上海市金山区亭卫公路1909号 网址：www.laozhou.com
上海老周红木家具有限公司

常务编委企业

(排名不分先后)



编委企业

(排名不分先后)



主办 上海市家具行业协会
承办 设中(上海)品牌管理有限公司
主编 高伟
副主编 李霞 林奋
执行主编 周志洁

常务编委	上海亚振家具有限公司	董事长	高伟
	上海澳瑞家具装饰有限公司	董事长	高中华
	红星美凯龙	董事长	车建新
	诺梵(上海)系统科技股份有限公司	董事长	傅天承
	上海强艺家具有限公司	董事长	吕国强
	月星家居	董事长	丁佐宏
	震旦(中国)有限公司	董事长	袁蕙华

编委	常熟东达红木家具有限公司	董事长	王跃峰
	上海龙凤家居集团有限公司	董事长	祝卫良
	上海老周红木家具有限公司	董事长	周仲坚
	上海莘潮家具有限公司	董事长	顾忠国
	上海白玉兰家具有限公司	董事长	沈忠民

采编主任 芦蕴
责任编辑 刘俊宏 江南 宏明
郭倩倩 张亮 路灯
视觉总监 徐佳俊
美术编辑 梁琦
网络编辑 杨鹏
战略合作伙伴 设计中国

www.designchina.cn

主办单位地址 上海市盛泽路8号宁东大厦13楼C座

电话 021-63737253

021-63737133

网址 www.fa-shanghai.com

承办单位地址 上海市闵行区联明路389号D幢设计中国楼208室

电话 021-64565117

咨询联系请扫描二维码



声明:

本刊所有内容未经有关版权所有人书面许可,任何组织或个人不得以任何形式转载、复制翻印、传播及使用。上海市家具行业协会及《上海家具》编辑部保留本刊所有权利。

直播

特殊时期

全世界都在“闭关”的边缘试探

只有直播逆流而上

成为关上“一扇门”后打开的“一扇窗”

线上广交会让更多外贸企业开始关注线上直播

毕竟已经有人在线直播卖火箭了

还有什么不能卖

国内的直播平台很多

比如淘宝直播、抖音直播、快手直播等等

特殊时期

打开线上化局面成为各个行业的共同需求

品牌若能有效抢占线上营销场景

则能助营销转型一臂之力

通过直播

与用户趣味交流设计、艺术

传播美好生活新概念

助力家居行业紧随直播内容趋势

把握基于内容价值的线上营销机遇

目录

CATALOGUE

聚焦 FOCUS

探寻家居行业玩转直播的更多可能 10

深度专访 DEPTH

东达红木 | 苏作“老字号”探索新生机 14

精品秀 SHOW

Everyone's Chair 20

论坛 FORUM

线上线下发展战略 —— 家具行业私董会 26

资讯 NEWS

深入基地调研，共探电商大计 34

白玉兰举行经销商签约授权仪式，现已开启合作签约 36



封面图片由澳瑞家居提供

聚焦

FOCUS



探寻家居行业玩转直播的更多可能

由于疫情促使非接触式购物蓬勃发展，越来越多的消费者通过电商直播场景进行购物。如何将更加快捷、高效的直播手段与家居营销相结合，是家具企业需要探寻的新课题。家居行业低关注度、低频消费、高客单值、决策周期长、重线下服务的特殊行业性质，也决定了它与一般行业的直播将大不相同。家居直播未必能够胜任“带货王”的角色，但却可以通过口碑沉淀和心智植入带来持久的品牌效应。

直播作为一种全新的内容生产方式，凭借信息的多样表达、实时共享和高效触达等优势，目前从年轻一代热衷的消遣方式，变成了各行各业看重的营销新路径。

家居主播需要足够了解产品细节，并呈现产品在家装环境中的整体搭配，能够解答消费者的各种疑惑并引导他们到店体验等等各项技能缺一不可，同时还要兼具个人特色。



家居电商直播

电商直播是家居行业最常见的直播玩法。像床垫行业的雅兰、慕思，定制行业的索菲亚、欧派，都做电商直播。

家居电商之所以去做电商直播，是因为家居消费作为大宗消费，非常

强调体验感，但凭商品的详情也无法给用户足够的信任感，因为不能预测实物的效果。家居电商直播可以让商品实物实实在在出现在画面中，基于视频化的媒介展现可以保证所见即所得。不过，从实际运营的效果来说，由于家居产品的购买周期长、决定难、单价高的特性，目前还无法通过直播实现高额度的交易转化。

家居教育直播

家居消费带有低关注度和高专业度的独特属性，很多消费者在家装中家具配置之前，往往都有一些自己对家具风格、设计、材料、款式上的偏好，但是对家具同种风格的家具设计文化内涵，材料使用等方面缺乏了解，这时最需要补补相关专业知识，家居教育直播成为消费者最主要的了解家具产品的学习方式。

从家居教育的角度来说，直播不仅可以用来打造更丰富的内容，而且可以用更直观的表达来实现更加高效的传播。

网红达人直播

邀请网红、达人和明星做直播，可以快速吸引很高的人气，但是能够真正因此产生销量的往往只是小客单价的产品，高客单价的产品做明星、网红直播，往往是看热闹的多，但真正购买的少。

消遣娱乐直播

化身原创设计体验官，与设计师一同奔赴体验店现场开播。体验店直播构建了更多的导购型消费场景，让粉丝的用户体验接近线下购物，提升更多的参与感。

在消费升级趋势下，年轻用户拥有更多的娱乐精神与生活方式，有更强的消费意识与品味。家居品牌产品

伴随着新生代消费群体的崛起，家居消费的决策与家居消费的行为正在分化。家具消费的决策日趋互联网化，家居消费的行为依然是线下在主导。换言之，想要影响家居消费决策，必须将火力瞄准线上。与此同时，从家居消费决策的内在逻辑来看，家居消费不像服饰或者其他快消品，它的花费很高，决策周期很长，意味着你很难通过直播来实现大量的直接转化，但是可以通过将教育类的直播渗透至家居消费的全流程，并最终影响消费者的消费决策。

背后拥有更多的风格故事与设计理念，诠释出“原创、态度、新生代”的基因，通过价值观营销搭建起与年轻群体互动的新圈层文化。也让直播更具原生内容能力，吸引更多的粉丝关注追捧。



深度专访

DEPTH



东达红木 | 苏作“老字号”探索新生机

因疫情原因，复工后家具商圈订单量和人流量都和往日有明显差距。为了增加销售额，帮助传统家具企业与电商对接，5月9日上海市家具行业协会携抖音电商平台营运专家、设计中国等组团一行走访了常熟东达红木企业，一同探讨电商直播新商机。东达红木董事长王跃峰和总经理王晓祥热情的接待了家协一行，并带领大家参观了红木家具展厅，随后就家具电商渠道进行的交流探讨。

作为红木行业的“老字号”东达红木，自1973年创立以来，经过四十多年的沉淀积累让东达红木对人们生活方式的演变和个性化需求的洞察日益深入，凭着敏锐的嗅觉和远瞻的目光，以消费者为中心不断推陈出新，一直以坚持中国原创设计为核心，以产品最佳品质作为载体，陆续推出苏作传统家具、海派欧式家具、新中式家具等三大系列，并涉足全屋定制领域，最大程度满足了消费者的家居需求。

在探索生活美学的道路上，东达红木传承中式雅致生活，融合时代的进步，从传统中汲取精髓，简化脱胎，既凝萃了苏作文化的风骨，又能与各种文化、风格完美融合。作为一家在业内享有盛誉的红木企业，不断创新，不断实现自我超越，给红木家具注入永恒的生命力。

东达红木董事长王跃峰带领家协一行参观东达红木展厅时介绍：东达红木传承着流传数百年的苏作传统技艺，从干燥、切料、选料开始，每一道工序都需要做到一丝不苟。经过开榫凿眼、雕

饰、安装、精细磨光、生漆（烫蜡）等一道道工序，精耕细作，打磨出红木精品，将苏作家具流传数百年的“工匠精神”发扬光大。在设计上，在保留传统苏作家具优美造型和艺术风格的同时，更是为每一个细节注入了独具匠心的艺术灵感和创意元素，或融入浓郁的洛可可元素，贝壳纹、卷叶纹的装饰既透出雍容与华贵，又不失典雅与清秀；或融入英伦家具的磅礴与大气，别有一番异域风味。用时尚元素的补充和人文情怀的挖掘，使得红木家具拥有了高雅的审美情趣。



王董事长强调：商道酬信，我们就是要确保真材实料、精工绝技，成就传世的经典美学家具。选好料，用好工，是打制佳器的基础，我们的红木家具全部采用上等木料，高薪聘请的匠师用倾尽一生的心血和感情来创作。我们认为：精品是基础，文化是土壤，只有把文化传承创新，精品才有存在的土壤，红木文化的精髓才能真正发扬光大！

李霞秘书长对东达红木传承红木传统技艺，弘扬民族品牌，赢得市场信任十分认同，并期待东达红木紧跟市场步伐，借助电商平台，拓展线上线下渠道，疫情危机中，实现新的突破。

抖音电商平台营运专家Anny表示：电商直播，并不是当前家具厂商们激活市场和需求的全部，只是线上为线下引流的手段之一，最终落地还需要与多种营销活动打通，最终目的显然不只



是为电商引流，更多还是需要为线下的连锁大卖场、家具实体门店“刚性”导流。家居企业可以凭借互联网平台的技术优势，将线下线上完美结合，从而有效的降低疫情所带来客流少的问题，缓解家居企业在运营上的压力。电商直播将会给家居企业带来新的机遇与挑战，是未来家居市场蓄客的一个重要手段。

东达红木总经理王晓祥表示非常关注电商渠道，一直在积极探索数字化转型，东达红木也将积极参与电商运作的学习。

通过交流，大家一致认为，未来一段时间“电商直播”将是最有效的营销手段，也是传统企业换发生机的一个途径。我们也欣慰的看到，东达红木积极拥抱互联网新型销售渠道，积极探索创新之路。

东达红木
DONGDA SINCE1973

格物致知
诚意正心



东达红木
江苏省著名商标
45年零投诉企业
上海市家具行业协会副会长单位

精品秀

Product Show

苏作家具 · 新中式 · 海派欧式 · 全屋定制

东达红木上海地区专卖店

沪南店：浦东新区沪南路2178号红星美凯龙6层 021-68532699

沪闵店：闵行区沪闵路405号莘潮国际家居4层 021-64014503

虹口店：虹口区广中路567号 021-65281425

总 部：江苏常熟经济开发区东张春江路28号 400-625-8885



官方微信平台



Everyone's Chair

这是一把达到准人体工程学椅配置的员工椅

这是一把追求为每个员工提供舒适体验的员工椅

这是一把使选择不只有外观和价格的员工椅

Depth makes difference

同价位产品中yoko独有座深调节功能，因为预算有限而被忽视的人体工学配置，从而造成部分员工如同坐在板凳上一样。

YOKO通过标配座深调节系统使更多体型的用户都能得到靠背支撑，比固定坐垫多调整60mm的用户身高差异，更符合人体工学权威 BIFMA G1 标准。减少矮个用户自行购买的腰靠的需求并让高个用户久坐更不容易累。



0 Emission 100% Guarantee

0有害气体排放，用户健康更安心，普通产品使用的低成本椅壳，采用的是胶合木板，存在释放有害气体的风险。YOKO使用的是一体成型塑料底盘，所以整把椅子不用一滴胶水。同时YOKO拥有行业最严格的GREENGUARD 认证，杜绝有害气体更耐用。

Back rest easy to catch

午休小憩从来没有那么舒适简单，自重力倾仰功能可以支持深度支持午休放松，而这以往是高档人体工学椅的配置。但YOKO标配自重力倾仰系统，将高档人体工学产品的体验第一次落在了入门产品上。自重力倾仰后，用户大角度倾仰小憩省去起身调整机构的麻烦，因此无需特意学习就可以体验。



One design fits All

一个设计满足所有人，为了节省成本，很多低端员工椅大量使用第三方部件品导致设计品质不高。但YOKO的设计追求的是在各种办公场景下都令人满意，不仅如此YOKO还囊获CMF国际奖项。所以客户只需增加头靠等配置YOKO就可升级为主管椅和会议椅。

(图文由诺梵系统科技提供)



WELL™ come to NOVAH



WELL BUILDING STANDARD™ AT GOLD
WELL 建筑标准金级认证

NOVAH LOFT OF INNOVATION, SHANGHAI, CHINA
诺梵创意展厅



Loft A5, Daning Central Square, No.700 Wanrong Rd, Shanghai, China
中国 上海市 静安区 万荣路700号 大宁中心广场A5幢

www.novah.cn

论坛

FORUM



线上线下发展战略 —— 家具行业私董会

随着疫情好转，如何走出一条能够长期良性运转的“后新冠时代发展之路”，成为摆在所有家具人面前的新课题。

对此，上海市家具行业协会秘书长李霞女士，上海博华国际展览有限公司常务副总经理钟蓓红女士，以及现场26家家具企业代表，大家共同探讨和分享了关于家具行业未来发展的新思路和新举措。



拥抱互联网和推动长三角一体化

李霞秘书长首先介绍了上海家协的价值，包括政策传递与导入、资源互动与共享、企业需求与对接，以及在疫情发生后，与企业一起积极探索线上渠道。并提出上海家协未来的工作思路：拥抱互联网和推动长三角一体化。

“上海是品牌之都、设计之都和时尚之都，希望我们和家具企业可以用好上海优势，通过共创来实现新模式、新业态、新园区。”李霞秘书长表示。



展网融合新生态

上海博华国际展览有限公司常务副总经理钟蓓红女士带来了2020上海家具展的最新动态，如何展网融合，共创新生态。



钟总分享了一些行业内的积极动向：浦东家具家居双展有效整合了参展商和采购商资源，重磅推出 Digital Trade Show 线上展览会（以下简称 DTS），为外贸出口企业搭建家具、家居、原辅材料等多品类线上商贸展示平台，促进跨境贸易供采的高效对接。倾力打造“云看展+ 实体展会”双平台的运营模式，助力家具企业迅速破局。

家具供采模式升级，六大亮点让 DTS 与众不同。值得注意的是，DTS 将推出探店 VLOG、线上展厅、直播会客，这三大助力买家畅游云看展的重磅功能！

同时还会深度触达浦东家具家居双展 12 万精准海外买家，在海外搜索引擎、海外社交网站及垂直类媒体进行全方位全时段的广告曝光。

后新冠时代的创新与发展，上海家具企业说

现场的26家家具企业，分享了很多特别具有启发性的行业发展新思路，非常值得借鉴和学习。

诺梵家具： 教育家具综合解决方案供应商

我们在线上线下这两个渠道是完全分开运营的。线下主要是to B，价格较高。线上则是独立运作的新品牌，叫“爱办公”，to C，主打办公椅和升降桌，倾向于住宅家具办公，也就是居家办公，在京东和天猫都卖的相当不错。



意大利成为疫情重灾区，反而为狮享家具开拓国内市场提供了新的商机。就像上海家具展一直在推中国的优秀设计师一样，我们也一直在培养设计师，思考如何在设计上发挥我们的优势，比如有设计感的同时保持合理的价格。

之前我们的客户主要是五星级酒店，现在正在拓展养老和婴幼儿家具。老人和婴幼儿这两个群体对家具的安全和舒适需求远超过其他年龄段，这是未来发展的一个趋势，也是我们发挥设计和产品优势的重点。

狮享家具： Strads Design



白玉兰家具： 高端橱柜，重新定义“梦想厨房”

设计是我们这两年一直非常重视的。白玉兰的橱柜产品，在国内可以说算得上“最高端”。现在进口家居进不来，但是国内消费者对高端产品的消费需求并没有改变多少，所以这对于我们来讲，其实是一个很好的发展机遇。因为价格高，我们目前的销售渠道主要还是在线下。

至于线上，比较注重“品牌”和“营销”。我们在小红书和抖音上开了官方号，有两条点赞过万的抖音视频。我们还会与kol合作，制作优质内容，比如探店，拓展品牌知名度。



亚振家居： 海派艺术家居

因为主打高端家居市场，之前我们一直没有发力线上。现在我们会升级天猫店铺，也有自己的小程序，针对线上打造爆款套餐，线上线下全打通。

我们还计划邀请罗振宇直播带货，目前正在洽谈中。风格和渠道方面，将拓展轻奢和中式，以及除了零售之外的工程渠道。

未来还会继续坚持“高端”和“设计”这两个核心竞争力不变，加强与设计师合作，特别是用中国元素去做设计。

龙凤家居： 品牌焕发生命力

对于我们龙凤来说，线下直营店还是我们的重点，虽然受今年疫情影响，一季度销售不如意，但是我们二季度已经好转。疫情期间许多家在关店，龙凤多年的品牌积累，今年直营店不但没有缩减，反而在增加，相信今年也能完成很好的销售业绩。

线上我们一直在做，但是这块对于我们来说还是比较薄弱的，我们一直在学习，一直在探索，并且还会加大投入。



玛祖铭立： 高端办公家具

我们的发展重点一直是和德国的一些大企业合作，为他们提供高端办公家具。

to C 这一块也有在做，但是和普通的to C不太一样，主要是面向与我们合作的企业的员工。

我们会比较重视“品牌”，对于品宣，我们会倾向跨行业借鉴和学习，比如广告公司，一些有创意的新型行业，他们会给我们很大启发。

爱舒床垫： 线上线下齐发力

爱舒床垫主要是做to C端的比较多，运营以线下直营店加上天猫、京东旗舰店为主，线上运营已经做了一段时间了，销售还比较明显的。目前公司经营主要放在线上，这次疫情对我们来说没有影响。今年也将招募渠道商，拓展外地市场。

“这两个小时，蛮值得的。学习了很多，也收获了很多。如果能坚持把2020走下去，相信2021年会更好。对于”一心一路家具行业私董会上海站的分享，狮享家具的执行董事王玲女士这样说道。



FA 上海家具
SHANG
HAI

2020《上海家具》 杂志改版升级



打破传统约束

将印刷业务逐步转向数字化平台



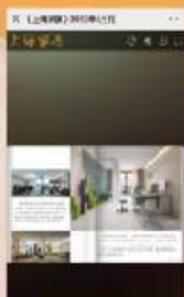
多平台协同发布

上海市家具行业协会网、
设计中国网、微信公众号



力求实效

双月刊改为月刊，每月初
出刊，网站、微信及时发布



传播便捷

数字杂志随时分享，
受众人群广

广告投放

联系人:刘老师

电话:021-64565117

微信:18217527421

地址:上海市闵行区联明路389号D栋设计中国

邮箱:lm77up@163.com

资讯

INFORMATION



深入基地调研，共探电商大计

5月9日，上海家协携抖音平台运营专家、设计中国等组团前往江苏常熟红木制品协会调研，会长（名佳红木董事长）张正基、秘书长陆正元及协会理事单位与上海家协一行进行了深度的交流与互动。

常熟是国家历史文化名城，是苏州府的重要属地，经济繁荣，生活富裕，文化发达，能工巧匠遍布城乡，苏作红木工艺经几代人传承已经名闻天下。

常熟名佳红木董事长张正基向大家展示了多件近期研发的适合线上销售的红木家具产品，张董认为此次疫情加快了企业拥抱互联网的速度并对上海家协组团到常熟红木基地共商电商渠道的发展大计表示感谢！

李霞秘书长赞赏张董的前瞻性和责任心，并表示线上电商已经成为传统企业不可忽视的新渠道。上海家协为会员企业开拓线上渠道提供资源与必要的帮助。抖音营运总监介绍了平台的优势和互动计划，并一一回答了常熟红木协会理事们的各种问题，带给大家信心和专业知识。

长久以来，在上海的家具市场上一直都有常熟红木企业的身影，作为品牌之都、设计之都、时尚之都的上海吸引着许多苏作红木企业在上海开设销售公司。这次的常熟之行，加深了上海家协与常熟红木制品协会之间的联动，对于红木家具行业的发展有着深远的意义。

我们也欣慰的看到，以名佳红木为代表的红木企业积极拥抱互联网新型销售渠道，积极探索创新之路。上海家协也将继续整合各方资源，为家具行业的发展提供支持服务。





与北京、郑州合作 经销商远程签约



白玉兰举行经销商签约授权仪式，现已开启合作签约

5月19日上午，BAIYULAN白玉兰橱柜分别与北京、郑州两家合作伙伴以远程签约的方式签署《经销商授权协议》，双方将发挥各自优势，在橱柜领域开展全方位的战略合作。合作负责人对于BAIYULAN白玉兰上月在上海红星美凯龙（真北店）的展厅设计表达了赞赏，并且高度肯定品牌的创新、实力、品质、文化，期待本次合作关系能够共同碰撞出新的火花，持续以消费者为核心，一同推动中国高端橱柜的加速发展，为千万住户打造属于当代厨房生活的理想之境。

BAIYULAN白玉兰非常重视与合作伙伴的战略合作。从23年前与波士顿的第一家海外经销商合作开始（至今依然是马萨诸塞州的唯一指定经销商），品牌一直秉持着相互尊重、相互信任、相互扶持的伙伴精神，也非常愿意通过环保、设计和生产上的优势，携手合作伙伴，助力中国橱柜发展，期待在共同努力下，能够实现多边共赢，同时也期望能与更多有相同品牌发展理念的合作伙伴，打造更有价值的现代化和规范化的经销商平台，我们相信，优秀的中国品牌在未来必然将会有卓越的发展。

BAIYULAN白玉兰定位于高端时尚生活橱柜品牌，凭借36年历史的大师工艺、独到的中西美学设计，诠释新一代奢华概念，重新定义“梦想厨房”。

全线产品坚持采用业内专利的“油改水”涂料技术和全进口实木原材，源头打造精致的绿色厨房生活体验。为客户提供别具一格的深度定制化服务，演绎厨房的全新魅力。