

借势40多年老品牌拓展新领域

穗宝床垫转型整体家居

2016年8月初开始装修时就预订了穗宝床垫的杨先生,国庆后来到穗宝位于北京大红门集美的专卖店时,发现这里变成了500平方米的体验店,以前一张张床垫在展厅齐刷刷地摆开,如今却与衣柜、床头柜组成一个个卧室空间,更有沙发、茶几组成的客厅样板间,呈现着欧式、简约、现代等多种风格。杨先生当即决定将卧室、客厅家具全部配齐。借助不断增多的大型体验店,穗宝正将床垫以外的全品类家居产品不断呈现到消费者面前,45年床垫品牌的良好口碑,让穗宝向整体家居拓展转型变得轻松自如。

频开大店

进入2016年以来,胡德庆变得异常忙碌。作为穗宝集团大北方北京公司的营销总监,他除了要负责整个区域的销售业绩提升以外,更要给一个个新开业的大型体验店提供开业和运营策略支持。

北京大红门集美体验店只是众多穗宝大店中的一个代表,在北京周边,一个个体验店更具规模、更有气派。比如河北燕郊店500平方米、河北唐山玉田店2000平方米、天津东丽红星美凯龙店1500平方米。

在集美大店开业前的1-9月,穗宝在覆盖东北3



穗宝新开的大型体验店打出了“穗宝家居”的招牌,这意味着穗宝正从一个床垫品牌向整体家居品牌转型。

省、西北5省、华北5省和北京、天津两个直辖市的大北方区域,新开店面超过120家,其中大多数都是500-2000平方米的大店。穗宝大红门集美店国庆期间开业,人们天天像赶集一样,川流不息。大店带来的销售业绩提升让胡德庆更加坚定了信心。“北京最大的问题是铺面难寻,只要有合适的位置,这样的大店我们还准备开四五家。”胡德庆表示。

品类延伸

细心的人们注意到,穗宝那些新开的大店门牌上,不再是沿用了多年的穗宝床垫,而是变成了“穗宝家居”。穗宝正从一个床垫品牌向一个整体家居品牌转型。

在穗宝家居体验店里,可以看到床垫下面是软床,软床边上有床头柜和衣柜,构成一个完整的

卧室空间;客厅里有沙发,沙发边有茶几,客厅也变成了一个整体。

做整体家居考验的是企业的生产能力和设计能力。地处华北明珠白洋淀的穗宝北方生产基地近两年来发展迅速,规模空前扩大,优质产能足以供应整个大北方市场的床垫、软床和沙发等所有品牌产品。设计方面,穗宝采取自主研发与国外设计机构合作的方式,紧扣时代脉搏。比如2016年重磅推出的美庐居品实木系列,运用皮与木刚柔并济的设计理念,将恬静、秀美的人文底蕴带入居家空间。截止

到2016年10月,穗宝已经拥有四大品类、九大系列产品,涵盖阳光软床、时尚软床、时尚沙发、现代软床、现代沙发、百纳璐诗、诗贝艾尔、美庐居品、健康之家实木系列共九大品类。整体家居的全线面世,

到二层轻奢系列展示着北欧、现代、中式、美式等不同家装风格。

业之峰 开出1万平方米全屋整装馆

北京商报讯(记者谢佳婷)10月29日,初冬的阳光并不炙热,从树叶的缝隙中穿越到人身,带来一阵暖意。业之峰董事长张钧站在印着“盛大开业”的大红色背板前,细数业之峰曾在业界掀起巨浪的那些“创新”,他身后是公司最新的创新产品——全屋整装馆,“这种创新是自然的,没有疑问的,是客户需求使然,未来,成品化是趋势,买手制是春天”。

开业仪式之后,张钧推开玻璃门,笑着将嘉宾带入全屋整装馆,这1万平方米里布局着14套风格迥异的样板间。碧海蓝天、花样年华、浣溪沙、爵士印象、乱世佳人、普罗旺斯、绅士格调、盛夏时光……从一层极致系列

小店已经无法展示魅力,大店则变得丰富多彩。

借势品牌

“一位消费者买了穗宝的床垫,觉得非常好,就想买穗宝品牌的其他产品,我们不过是顺应了消费者这种需求。”胡德庆如此解释穗宝多元化的初衷。

敢于从床垫延伸到软床、沙发、家具等领域,源于穗宝对品牌的自信。作为中国床垫行业的开路品牌,创立于1971年的穗宝在床垫领域不仅是一个健康睡眠的倡导者,而且是技术的创新者。从推出iFEEL深睡感知系统到发布X7产品研发体系,从发布《中国网民睡眠质量白皮书》到出席联合国70+艺术成就展,穗宝用45年的品牌积淀,建立起“优质睡眠专家”的品牌形象,遍布世界各地的2000多家专卖店则成为其品牌影响力的真实背书。

业内专家认为,穗宝从床垫向整体家居迈进,是对穗宝品牌的一种良性借势,是水到渠成的结果。在向整体家居转型的进程中,穗宝集团给自己制定的目标是,到2017年成为全品类自主生产的家具制造企业集团,到2022年实现突破销售额100亿元。

2022年还很远,穗宝向着目标前进的脚步声却在越来越多的人们耳边回响。北京商报记者 吴厚斌

· 行业动态 ·

集美家居发起首届O2O购物节

北京商报讯(记者曲英杰)“双11”即将来临,集美家居京城五店携手,举办“11·11”狂欢购一起嗨暨集美家居首届O2O购物节,采用线上线下互动的模式为京城消费者送上四重好礼。

第一重好礼是“现金百倍增,满减不封顶”,在11月1日-10日期间,网上预付1元,即可领取“满2000元减100元”优惠券,在11月11日-13日期间享受满减;第二重好礼是“先抽红包再交款,最高可免4999”,11月11日至13日,签单顾客可先摇红包后付款,摇到多少减掉多少;第三重好礼是“购物积分当钱花,家电好礼带回家”,购物即可享受金额1:1积分,凭积分可在集美家居积分超市兑换家电、家居用品;第四重好礼是官网上线的特价品,11月11日-13日期间,多款品牌家居产品将以低价出售,如原价2410元的意风双人床售价仅888元,原价218元/片的欧德宝散热器售价仅158元。

大自然家居助力世界地板业工商峰会

北京商报讯(记者曲英杰)10月28日,以“绿色、创新、协作、共赢”为主题的2016世界地板业工商峰会在中国木地板之都浙江南浔召开,在这场世界级峰会中,大自然家居作为协办方亮相。

据悉,此次峰会由中国林产工业协会和浙江省南浔区人民政府联合主办,南浔区商务局和中国实木地板联盟承办,由大自然家居等国内数个领先品牌协办。

峰会期间,大自然家居(中国)有限公司董事长余学彬在发言中指出,中国地板行业处于一个转型升级的深度调整中,去产能化、产业的转型升级、国际市场的扩容以及非技术性世界贸易壁垒,都是中国地板行业发展亟待解决的问题,“走出去,引进来”的国际发展战略值得探索。中国地板要“走出去”,必须要正视贸易纠纷,共破贸易壁垒;要正视认知的差异,达成合作共赢;正视发展空间,加强技术交流。这一观点也获得了与会专家和学者的认可。

嘉宝莉通过“两化融合”管理体系认证

北京商报讯(记者曲英杰)近日,工信部网站公告《2016年第3季度通过两化融合管理体系评定的企业名单》中,嘉宝莉集团入榜,标志着嘉宝莉的信息化和工业化融合(两化融合)管理活动达到国内先进水平。

两化融合是指电子信息技术广泛应用到工业生产的各个环节,通过“两化融合”管理体系认证,意味着嘉宝莉的成品物流管控能力建设已达到国内行业先进水平。

据悉,嘉宝莉早在2006年便打造了以企业资源管理信息系统为应用基础的系统,到目前为止,嘉宝莉已建设了办公自动化系统、条码防伪防串货系统、成品物流规划与管理系统等多个信息化系统。

嘉宝莉IT部相关负责人表示:“嘉宝莉将以此次两化融合管理体系认证为契机,不断提升公司的信息化管理,将信息化与工业化更好地结合,实现生产制造的信息化联动,持续打造与战略相匹配的信息化环境下的新型能力,将企业建设成为集约化、机械化、信息化的现代化企业。”

九牧入选“中国厨卫百强”

北京商报讯(记者曲英杰)10月27日,在第八届“中国厨卫百强”颁奖盛典上,九牧卫浴登上“中国厨卫百强”榜,入选“厨卫国家队”意味着九牧卫浴的产品质量获得了更高的认可。

据悉,“中国厨卫百强”是我国厨卫行业一项权威性的企业综合实力评价活动。在前七届的基础上,2016年进一步完善评价体系,引入消费舆情作为评价指标,通过对企业规模、盈利能力、技术创新及品牌强度、搜索热度等的研究,使评选结果的公信力得到提高。

“明年九牧还将推出一系列高端的、符合消费者定制需求的产品。”九牧品牌总监沈艳妮表示,九牧将加强产品的创新能力,以最大化满足消费者需求的技术研发,去推动中国卫浴市场的消费升级。

九牧卫浴的产品质量在行业内普遍受到认可。仅2016年9月,九牧便先后获得了“发现指数匠人奖”、“2016中国自主品牌十大创新榜样”两项荣誉,并成功入围了首届福建企业“创新100”名单。

高度国际 批量培养家装设计人才

北京商报讯(记者曲英杰)在家居行业面临转型时期,能否提升创作质量,使设计师获得持续创作的能力,正成为家装品牌的竞争焦点。2016年10月27日,高度国际集团与中央美术学院城市设计学院正式签署校企双方全面战略合作协议。携手教育部直属的惟一所高等美术院校,高度国际在家装行业开创校企合作模式,批量培养家装设计人才。

据悉,签署全面战略合作协议后,高度国际装饰设计集团设计师将定期到中央美院城市设计学院进行系统化的专业培训,系统的培训将帮助高度国际设计师在进行家居设计时更为专业,为顾客提供更具审美的家居空间。

签署协议后,高度国际董事长郝永刚将成为城市设计学院继大黄鸭之父霍夫曼之后的新晋智库专家,城市设计学院院长王中也正式成为高度国际专家顾问,为高度国际的发展提供专业建议。

签约结束,高度国际装饰设计集团向中央美院城市设计学院捐助100万元作为“高度国际奖学金”,用于奖励综合素质优秀的学生及扶持合作课题、大型活动等项目,高度国际将成为城市设计学院实践教学基地,承接其科研项目的实际落地。“中产阶层的审美需求正在提升,以后要求设计师有更多自己的风格和设计主张。”中央美术学院城市设计学院教学副院长马凌浚表示。