

入华20年产品进入百万家庭

爱格板材联盟发起环保攻势

2016年12月11日, 欧洲爱格中国行20年大型签售活动将在北京居然之家世纪金源店拉开大幕。进入中国的20年里, 爱格以环保板材让家具产业分成环保家具与非环保家具两大阵营, 全新的环保攻势又将驱动家具业更深层次的环保升级。

因环保结缘

意风家居董事长温世权、非同家居董事长乔印军、飞美家具总经理周凯军、飞美地板总经理鲁杰、爱依瑞斯家居董事长范姗姗、KD家居董事长长红、北京瑞原爱格董事长钟红文, 这些人及他们所驾驭的企业, 均位列京城各自品类前十名。2016年12月11日, 他们共同出现在北京五洲皇冠国际酒店的一个小会议室里, 面对京城媒体的闪光灯, 为即将于12月11日开幕的欧洲爱格中国行20年大型签售活动站台。让他们走到一起的, 是他们共同拥有的另一个身份: 爱格联盟成员; 而关注环保, 是这个联盟的凝聚力所在。

京城家居行业中, 联盟并不少见, 数个品牌组成联盟, 共享顾客资源, 因共同的营销目的结合, 是这些联盟存在的意义; 而出于对环保理念的认同, 爱格联盟是首个。

正如这个联盟的名字所传达的一样, 爱格板材是这一联盟的核心, 也是

这些家具品牌如今以环保品牌身份获得全国消费者认可的原因所在。1961年创立于欧洲, 1998年进入中国市场, 引进奥地利原装进口板材, 爱格板材在中国家居市场早已成为环保代名词。

环保分水岭

爱格板材进入中国市场的1998年, 可谓中国家具市场环保分水岭。在此之前, 国内环保意识尚未普及, 甲醛标准尚处于空白。爱格板材率先提出“空气与食品同样重要”的观点, 在欧洲通用的还是E1标准, 即检测量小于1.5mg/L的年代, 爱格板材已经将内部标准抬高到要求介于0.5mg/L到0.75mg/L之间, 这个排放量已经接近今日欧洲通用的E0级标准。如今, 爱格板材成为全球唯一一个能同时满足日本F四星最高苛刻环保标准和中国提出的最苛刻强度标准的品牌。联盟爱格板材后, 爱依瑞斯、意风家具、非同家居、飞美家具、飞美地板、KD家居, 都戴上环保品牌

的金边, 获得市场的认可。意风家具是中国板式家具的标志性品牌, 也是最早打出使用欧洲顶级环保F四星爱格板的家具品牌之一; 爱依瑞斯是全国知名的软体家具品牌, 从床箱、床板到床帮, 全部采用几乎无甲醛的F四星爱格板; 同样是著名软体家具品牌的非同家居, 早已与爱格板材开启全面合作; 专注于高端量身定制的生产、设计型家居企业KD家居, 高端光环来源之一便是使用爱格板材; 飞美地板在刚刚成立的时候所销售的地板全部为德国原装进口爱格地板, 并获得国际重要环保认证大奖; 与飞美地板一样站在爱格板材这个巨人肩膀上的飞美家具, 已成为行业公认的一匹黑马。

发起环保攻势

“我们这些北京品牌, 都是心里美, 在看不到的位置都用最好的板材。”发布会上, 将爱格板材引入中国的北京瑞原爱格董事长钟红文如此感叹。

如今, 钟红文决定不再默默“心里美”, 通过这场即将于12月11日开幕的欧洲爱格中国行20年大型签售活动, 钟红文联合爱格联盟中的数个品牌主动发起环保攻势。据了解, 这场活动将以销售爱格联盟“环保家居 全球共享 超值绿卡”的方式进行, 活动期间, 购买一张20元增值绿卡, 即可享受单品牌满5000立减200元的优惠, 最多可增值2000元, 购物每满5000元即可享受一次抽奖机会。

“找到一个好的材料供应商, 可以做到事半功倍。”回忆过去18年与爱格板材共同成长的过程, 意风家具董事长温世权感慨良多, 18年间, 北京有50万个家庭使用了意风家具, 而爱格板材也通过这些著名的京城家具品牌, 进入百万消费者家庭。“很多消费者都是听到我们销售人员说我们用的是爱格板材, 很痛快就下单了, 此次爱格联盟品牌强强联手, 将让更多消费者享受到爱格板材的环保品质。”

北京商报记者 曲英杰

· 行业动态 ·

集美家居五大创意玩法激活“双12”

北京商报讯(记者 谢佳婷)2016年12月5日-11日, 集美家居大红门店、卢沟桥店、北苑店、水屯店、燕郊店五店联动, 以“不一样的优惠”、“不一样的服务”、“不一样的产品”、“不一样的价格”五大创意玩法抢先激活“双12”大促。

“不一样的优惠”, 商场为此次活动提供巨大补贴, 消费者登录网站支付10元即可领取“满2000减100”优惠券; “不一样的服务”, 消费者登录网站即可免费预约消费指导师服务, 在专业的家居消费指导师的帮助下解决购物疑点, 节约盲逛时间, 更有滴滴专车免费上门服务; “不一样的产品”, 活动期间可登录网站抢购“双12”特惠商品, 享网络专享价; “不一样的价格”, 每天15:00百件建材、家具线上秒杀准时开团。此外, 各个分店还精心筹备了不同的优惠活动。

红星美凯龙全城“寻找最美家”

北京商报讯(记者 谢佳婷)近日, 北京商报记者从红星美凯龙北四环商场获悉, “寻找最美家”活动启动3个月不到, 已经收集到上百个顾客最美家的案例, 既有四合院、大宅, 也有温馨小户, 多角度地呈现欧式、中式、简约等多种风格的家居之美。

北四环商场是北京红星美凯龙“寻找最美家”活动的启动商场, 自9月启动以来, 在商场与400余商户积极推进下, 引起了京城众多消费者的关注, 在带动销售的同时, 也让商户们对消费者的审美需求更加了解, 为产品和店面陈设的创新带来新的启发, 有的商户主动将“最美家”的实景转化, 融合进样板间设计, 如此一来, 不仅拉近了与消费者之间的距离, 而且提升了消费体验感。

红星美凯龙北四环商场负责人表示, “寻找最美家”在北四环商场已成常态化, “成就家居之美, 是红星美凯龙一直以来的目标, 通过‘寻找最美家’发现美、创造美的脚步不会停下”。

2016居然·元洲设计师峰会在京启幕

北京商报讯(记者 谢佳婷)2016年12月5日下午, 以“元·视角”为主题, 围绕“观·潮流、品·大师、鉴·经典、享·创意”四大核心的2016元洲装饰全国设计师峰会在京启幕, 这也是居然之家控股元洲装饰以来的首届全国设计师峰会, 吸引了来自全国36个城市的近百名精英设计师参加。

在此次峰会上, 专门设立了居然之家设计家平台的展示环节, 借此机会居然·元洲的全国设计师可以更直观地了解居然之家未来的设计家大平台。居然·元洲装饰总经理田志国在开幕式上表示, 居然·元洲会跟随居然之家发展大战略, “一方面保持快速的发展与突破, 提高市场份额; 另一方面, 充分发挥居然·元洲多年来汇聚的优质设计资源、先进设计理念, 并要将其持续发扬光大, 为未来居然之家设计家平台的发展贡献更多的力量”。

接下来的四天, 来自全国的设计团队将会听到设计领域顶尖大师的精彩演讲, 设计师们也将在学习过程中创作与分享, 在这个开放的平台上完成一次丰富的设计旅程。

中国家博会建博会启动双展双城战略

北京商报讯(记者 谢佳婷)12月5日中午, 在广州南丰朗豪酒店举行的“双展双城、创造价值”新闻发布会上, 中国对外贸易广州展览总公司总经理李德颖宣布中国家博会与建博会启动双展双城战略, “双展双城、创造价值, 是中国国家博会与建博会服务企业的战略布局, 也是不断服务于展商与观众的努力和追求”。

据了解, 2017年中国家博会的主题是“全能对接”, 115万平方米展出规模的家博会覆盖民用家具、饰品家纺、户外家居、办公商用及酒店家具、家具生产设备及配件辅料、家居设计等大家居概念全题材; 中国建博会的主题是“首秀平台”, 定制家居、厨房、天花吊顶、门窗、木门、五金、墙体装饰等主要题材所在行业的全部主流品牌, 各类新品发布不胜枚举。

“双展双城、创造价值”不仅将中国家博会和建博会放到了更广阔的空间, 更是展览和商会的互惠共赢, 必将为全国家具建材装饰行业搭建一个好平台, 最大限度地挖掘潜能。”全国工商联常委、家具装饰业商会会长丁佐宏表示。

品牌关注

城外诚演绎史诗《东方红》重温长征80年

北京商报讯(记者 曲英杰)2016年12月1日, “2016城外诚之约——纪念中国工农红军长征胜利80周年、大型音乐舞蹈史诗《东方红》”新闻发布会在城外诚文化中心举行。这是京城老字号家居广场城外诚继“2015毛泽东颂歌金曲原唱专场音乐会”之后, 再度走进人民大会堂, 通过演绎红色经典, 为京城百姓献上一场文化大餐。

“八月桂花遍地开, 鲜红的旗帜竖起来……”伴随着轻快的女声合唱, 一幅大别山区革命者以主人翁的姿态投身生产的画卷在观众面前展开。这是80年前红军长征的一个阶段, 也是在1964年首演的大型音乐舞蹈史诗《东方红》的重要篇章。2016年12月24日, 《东方红》将在城外诚的支持下走进人民大会堂。



时值中国工农红军长征胜利80周年, 此次《东方红》演出力求再现1964年的首演风采。节目运营团队邀请了林中华、李光曦、刘秉义、邓玉华等原唱原唱艺术家, 以及当年首演

《东方红》的编排者和表演者, 最大限度地再现原版本首演场景。

“东方红, 纪念长征八十载; 城外诚, 模范家居一百年”, 新闻发布会最后, 老艺术家与城外诚领导一

起为活动揭幕牌匾。城外诚总经理刘程宽表示, 通过演绎《东方红》, 希望为京城百姓献上文化大餐, 也希望能够更多传播社会正能量, 发扬百折不挠的长征精神。