



家居产业周刊

Home Weekly



家居周刊订阅号

C1-C4

2017.12.14

总第530期 今日4版 周四出版
新闻热线 64101916
主编 吴厚斌 执行主编 谢佳婷



·年终盘点·

2017中国家居十大创新事件

创新事件1 借无人店拓新零售 创新主角:居然之家

2017年8月,居然之家首家无人便利店EATBOX开门迎客。从食品超市到海品猫,一条集国际贸易、灵活购买和慢食体验于一体的新零售链条逐渐形成。

商报视点:伴随着EATBOX无人便利店的落地,居然之家新零售布局基本成型。布局无人店,并非临时蹭新零售的热度,而是在以新的商业模式完善居然之家围绕“家”布局的大消费。

创新事件2 更名至尊Mall对标SKP 创新主角:红星美凯龙

2017年6月25日,进京15年的红星美凯龙放弃了以地域位置命名的东四环店名,以“至尊Mall”的名号,直接向高端百货商场SKP对标。

商报视点:沿用了15年的名称一朝放弃,意味着要告别过去,走向未来。北京红星美凯龙至尊Mall是全国200多家红星美凯龙商场中第一个打出“至尊”旗号,显然是瞄准了高端消费群的需求。

创新事件3 演出季聚焦亲子消费 创新主角:城外诚

《萌猴学院》《泡泡王子的舞会》等超过50场喜剧、情景剧及儿童剧在2017年9月1日-10月14日轮番登台,为京城的儿童奉上一场文化盛宴。

商报视点:这是2015年以来这个老牌家居卖场在北京举办的第三届“城外诚之约”,与往届音乐会相比,更聚焦儿童群体娱乐需求,关注亲子消费。抓住了孩子,也就抓住了现在、培育了未来,城外诚这招儿聪明。

创新事件4 换标树立“美形象” 创新主角:集美家居

2017年2月15日,集美家居发布全新Slogan“集美家居,新生活,因我而美”这个全新的广告语,将企业、消费者和“美”联系在一起。

商报视点:适应人们对“美”的追求,是在满足人

们对美好生活的向往。集美改Slogan之时,十九大还没有召开,可是对中国未来的发展脉搏却号得精准。

创新,让2017年的家居业焕发勃勃生机。北京商报《家居产业周刊》根据创新性、影响力、消费者认同等指标,总结出十大创新事件,给创新主角以褒扬,给业内同行以启示,激发行业正能量。十大创新事件主角分别是:居然之家、红星美凯龙、城外诚、集美家居、顾家家居、爱依瑞斯、TATA木门、闽龙集团、绿盾中天、紫荆花漆。

们对美好生活的向往。集美改Slogan之时,十九大还没有召开,可是对中国未来的发展脉搏却号得精准。

创新事件5 “全民顾家日”打出系统战 创新主角:顾家家居

赞助江苏卫视黄金时段亲子档益智类节目《了不起的沙发》、顾家家居董事长顾江生领跑的2017浙江企业家百日百马跑”第100棒……系统战、多维度传播爱家理念,为顾家家居赢得“8·16全民顾家日”销量破10亿元的佳绩。

商报视点:打破了传统赞助商仅仅植入LOGO和产品的表面功夫,在内容和形式上的精彩创新,顾家家居成功吸引了众多消费者,柔性植入品牌情怀。

创新事件6 “双11”不拼价格做公益 创新主角:爱依瑞斯

2017年11月11日,798艺术区,在场的嘉宾纷纷将准备好的棉衣递交到爱依瑞斯董事长范姗姗的手上,希望借他们之手传递给那些西藏高寒地区的孩子们。

商报视点:爱依瑞斯不谈销量,不打价格战,弯腰用爱做场公益,增加更大的曝光率,与消费者的距离也悄然拉近,品牌一旦走进人们心里,市场自成。

创新事件7 “双11”8城同步发布新品 创新主角:TATA木门

2017年11月10日,王珞丹、陈志朋、徐怀钰、安又琪、陈德容等八位明星齐聚TATA木门,共同揭开“肌肤系列”新品的神秘面纱,全国8场新品发布会同时召

开,发布第三代油漆工艺——“肌肤系列”。

商报视点:新品任何时间都可以发布,但选在拥有巨大关注度的“双11”期间,影响就大不一样了,何况还有人气明星站台。天时、地利加上全国团队的人气和,TATA木门“双11”不火都难。39408个用户、6.19亿元的销量、1.57万元的客单值,让那些“刷单”者都脸红。

创新事件8 文化专列14日游京闽赣 创新主角:闽龙集团

2017年11月15日“闽龙集团号”专列从北京黄村火车站发车。在14天的旅程中,百名孝星畅游福建、江西名胜,体验陶瓷文化。

商报视点:武夷山的景、景德镇的瓷、福建的茶、德化的窑、妈祖的宴,“闽龙集团号”所过之处,乘客们都在体验、参与、赞叹。这次文化之旅,不仅让他们深入地了解了陶瓷文化,对闽龙也有了更温情的认知,品牌传播于无形。

创新事件9 首推门窗终身质保 创新主角:绿盾中天

2017年“五一”前夕,北京知名门窗品牌绿盾中天原创研发的eoss系统门窗全面上市,并首次在门窗行业承诺提供终身质保服务,率先掀起门窗行业服务升级。

商报视点:门窗更换难度大、使用周期长,且不同于其他家居用品,需长期暴露在室外环境下,日晒雨淋……终身免费质保,这个承诺对于门窗品牌来说实在需要十足的底气,就看绿盾中天是不是能够长命百岁了。

创新事件10 用电影讲述创业史 创新主角:紫荆花漆

2017年5月16日在上海举行的紫荆花之夜,公益励志电影《20:16》正式在全国公映,这部长达90分钟的电影,主角原型是叶氏化工集团主席叶志成、紫荆花漆品牌创始人叶凤娟。

商报视点:赞助电影拍摄或在电影中植入广告,不少家居品牌已玩得娴熟;将创业故事融入电影,以品牌创始人为主角原型,在家居行业尚属首例。

北京商报记者 谢佳婷

