

· 行业动向 ·

吉瑞祥红博馆三周年推高端定制

北京商报讯(记者 谢佳婷)2017年12月9日,在吉瑞祥红博馆三周年庆典上,红博馆创始人、吉瑞祥红博馆总经理曾永杰与中国家具协会传统家具专业委员会主任杨波签署战略合作协议,宣布首批预购元亨利定制家具上线发布。

进入吉瑞祥红博馆往里走几步就能看到一把交椅,款式新颖、儒雅时尚,成功引起了高端消费人士的兴趣,它是一款极具收藏投资价值的定制红木家具。包含明式书架、瓜棱腿画案、四出头官帽椅、小圆腿平头案的总裁书房系列五件套和明式圈椅三件套都是吉瑞祥红博馆推出的高端定制产品。

在以红博精英享会之“传世艺匠”为主题的行业高峰论坛上,中国家具协会传统家具专业委员会主任、主席团常务主席、元亨利董事长杨波表现出对于限量定制十分看好。

闽龙集团邀八位艺术家主办钧瓷展

北京商报讯(记者 李振兴)2017年12月9日,王现锋、王建伟、张自军、张建钊、周松建、高丙建、崔松伟、翟群八位来自钧瓷产地——禹州的陶瓷艺术大师,携各自最新作品参加了由闽龙集团主办、北京陶瓷艺术馆承办的“钧窑万彩,UP向上的力量”全国陶瓷艺术家优秀作品展-禹州站的活动。

据艺术家们介绍,参展作品包含炉类、尊类、壶类、罐类、瓶类、盘类等百余件,作品造型古朴、工艺精湛、窑变丰富,是难得一见的钧瓷佳品。这些作品是对传统钧瓷的造型、釉理、烧成及生产工艺进行长期不懈的探索和研究后,进行不同程度的创新烧制而成。禹州钧瓷展将持续至12月31日,免费向公众开放。

城外诚投百万惠及京城消费者

北京商报讯(记者 李振兴)年底是消费旺季,各个家居企业都摩拳擦掌努力实现年底目标,并更好服务消费者。12月9日-10日,城外诚“收官大动作”促销,通过返现、补贴的等方式投入百万元,为消费者带来最后一拨儿大实惠。

200个不用购物就可以抽取价值百元奖品的名额,9日当天引爆了城外诚的活动。前期,通过官微抢到补贴券的消费者早早来到现场等待心仪的品牌开售。不仅如此,单张合同实际付款超过3000元的消费者就可以抽取一个返现券,根据返现券规定的比例进行返现。“补贴和返现等活动加起来的投入超过百万”,城外诚市场部工作人员表示。“两天的活动,消费者共抽取了两台iPhone 8手机、冰箱等多种家电共计200台左右。”

集美 双旦促销”助顾客换新

北京商报讯(记者 李振兴)花洒用完仍在滴水,油烟机噪音影响做饭的心情……新的一年即将到来,仍有不少消费者家中的家居问题未解决。2017年12月23日-2018年1月1日的集美家居年末最后一拨“双旦促销”,助消费者解决遗留问题。

家里的床垫硬得像铁板、餐桌和餐椅的桌长椅短带来不少就餐尴尬,这样的生活不仅影响生活品质,更可能影响家庭成员的关系。圣诞、元旦在即,集美家居双旦促销将在2017年12月23日启动,延续到2018年元月1日,助力仍未换新的消费者在新年到来之际,换新家居,换新心情,让生活更美。

不仅如此,2017年集美家居推出多个新品牌、新服务,更加注重消费者体验。推行“班车预约服务”,消费者可通过热线电话或官方微信直接预约班车到家接站,方便消费者快捷购物。此外,卖场还增设休闲轮椅、爱心童车、咖啡热饮、除尘擦鞋、手机充电等11项贴心服务。

“图满意”让设计方案与实际效果一致 土巴兔首推“一键下单”模式

发布“图满意”

如何消除家装中“卖家秀”设计图纸与“买家秀”效果之间的差距?12月5日,在全国工商联举办的“机遇·互联网赋能家装中国行”首场活动北京站,土巴兔平台发布平台云设计产品——“图满意”,让在座的家装大佬们越听越兴奋。

谢树英介绍,土巴兔此次推出的“图满意”产品,主要依托3D云设计及VR、AR等技术,能够在线完成户型绘制、改造,拖拽模型进行室内设计,1分钟完成户型改造,10秒生成高清效果图,10分钟生成高品质全屋设计方案。“操作十分便捷,不仅设计师可以设计装修图纸,即使是不具备专业设计技能的业主,也能够随心所欲地设计与改造自己未来的家,就连小学生都能操作。”

它并非一款单纯的作图软件,还是土巴兔试探家装新零售的入口。通过打通供应链,“图满意”已与国内外众多一线家居品牌达成合作,只要用户对效果图满意,还可以借助其完成自己的家居选品操作。以前业主拿到设计师出的图纸会很茫然,不知道去哪买图纸上的东西,要满大街去找,未来利用AR技术“图满意”扫描毛坯房生成设计

“业主、设计师都可以设计装修图纸,操作方式简单便捷,即使不具备专业设计技能的业主,也能够随心所欲地设计与改造自己未来的家。此外,我们打通所有供应链,未来只要设计好了,就可以一键式下单购买。”2017年12月5日,在旬会所的通透阳光房里,和煦的阳光温柔地洒在土巴兔联合创始人谢树英衣裙上,她激情发布平台云设计产品——“图满意”,将科技之光引进互联网家装,加速赋能千亿装企。

图纸后,就可以按照用户的喜爱选择、搭配装修材料;“一键下单”完成购买。

建立“云口碑”

“图满意”所见即所得的效果让人心动,土巴兔正在建立的“云口碑”体系则撩动了家装公司尤其是服务好的品牌家装公司的痛感神经。

“所有人都会有一个感受,在电商网站买东西如果网上有个几十万的评价就敢买,如果那家公司一个评价都没有,得考虑一下,但在互联网家装市场,品牌家装公司和马路游击队一样没有背书和标准,甚至还需要一起竞争,消费者无从选择,家装公司头疼不已,这就是为什么土巴兔会去做云口碑体系。”谢树英挥舞着手臂,要让科技之光照进家装行业。

“近两年,蹲楼盘找客户、小区里打广告、电话营销这些传统的方式,

在定位二手房业主时,成本变得越来越高,但效果却越来越差。”在北京做了多年工程的佳时特装饰公司创始人汪增明表示,新形势下寻找客户需要变换思维。

在“家装行业,如何做到用户体验为王”的论坛上,行业人士普遍认为,装修行业需要一个互联网平台,利用互联网的集聚效应,将有需求的业主与装修公司有效连接起来,在平台上,业主可以看到每家装修公司的地理位置、参考报价、提供的服务以及业主的真实评分与评价,轻松选择最适合自己的装修公司。

赋能千亿装企

“中国的家装市场特别像一个水库,我们以前的家装行业如何深挖这个水库的水呢?每一个人站一个位置,拿一个勺,好一点的公司拿一个水车,去寻找客源,去做服务,大公司可能桶大一

点,挑的水多一点,但取水的手段都是传统的,是低效率的,互联网时代的到来,将水库打开了水闸。”全国工商业联合会家具装饰业商会副秘书长谢鑫在“机遇·互联网赋能家装中国行”首场活动致辞中指出,水闸的出水量像洪水一般涌出,不过很多家装企业其实并没有做好应对互联网时代的准备,这种准备不仅仅是客源的变化,也是整个中国家装产业链的转型升级。

土巴兔主动挑起了“赋能互联网家装”的重任,在2017年6月21日举办的土巴兔九周年联合品牌日活动上,土巴兔创始人王国彬明确提出了“千万万家”的赋能计划。作为4万亿泛家装市场中首家聚焦平台与赋能的企业,为了实现“千万万家”计划,土巴兔升级了赋能平台的三大体系,包括新信用体系、新效率体系以及新组织体系。

业内人士认为,如果这场赋能真能实现,也许未来家居建材商的生产、配送、安装、施工等,全部都可以“按需”生产、“按需”供应,在互联网的助力下,从业主、设计师、装修公司、工长到建材经销商、生产商、配送方,整个泛家装产业链上的每一个环节都会发生巨变。

北京商报记者 谢佳婷

品牌关注

蓝景丽家20年服务180万家庭

北京商报讯(记者 李振兴)20年累计销售300亿元,服务180万家庭,2017年12月8日,在北京家居业的常青树20周年店庆盛典上,蓝景丽家大钟寺家居广场总经理李李透露。经过20年的发展,通过诚信经营和创新,蓝景丽家在蓝景丽家大钟寺家居广场前任总经理尹勃的带领下形成了以“诚信”“服务”“文化”“体验”“线上线下一体化”五位一体的家居商业购

物中心,未来,蓝景丽家将被打造成智慧型商业综合体。

蓝景丽家20周年现场,红色背景墙上“载誉蓝途,筑梦蓝图”八个大字被设计成中国印的图案,昭示着蓝景丽家的历史。数百位家居圈中的大咖推杯换盏,畅聊家居业20年的发展,感慨良多。

20年,弹指一挥间。“1997年,蓝景丽家大钟寺店开业,经过20年的大浪淘沙,蓝景丽家成长为

血气方刚的青年,20年累计销售额达300亿元,为180多万个家庭打造出了完美新家。”李李对蓝景丽家的发展进行了总结。

中国家具协会理事长朱长岭认为,蓝景丽家的成功得益于过去20年的好时代以及自身的诚信经营和不断创新。“蓝景丽家依然是北京家居业的旗帜,买家具到大钟寺,依然是众多京城消费者内心的独白。”全国工商联家具装饰业商会执行会长张传喜则认为,以

尹勃为代表的蓝景丽家团队起到至关重要的作用。“如果家居业只选一个劳模,我肯定选尹勃。”

对于尹勃的贡献,蓝景丽家将“家居20年杰出功勋人物”的荣誉授予了尹勃。

荣誉是对过去的总结,未来任重道远。蓝景丽家未来将在李李的带领下,以“环境与健康”为中心,拓展新型健身服务业,并将商城建设成一个全新的智慧型家居商业综合体。