

# 不到两年开86家店 东遇新中式缘何受宠

又进一城;“五一”前夕东遇落子天津。

2019年4月18日上午,河西环渤海名家居四层,东遇天津旗舰店门口,东遇新中式总经理吴春飞、天津科棣盛鑫商贸有限公司总经理刘枫与嘉宾一起剪断红绸,宣布正式开业。这是东遇天津第一店,也是第86家门店。此时,距离东遇上市不足两年。

谈及“东遇速度”的秘诀,吴春飞表示:“传统的红木家具由于昂贵的价格,使很多年轻人望而却步,面对越来越年轻化的消费群体,新中式的代表东遇以原创的设计、优良的工艺和时尚的理念打入年轻人的内心。”

## 抓住年轻人喜好

“东代表东方,遇表示遇见,东遇可以理解为在东方遇见。”吴春飞用一个富有诗意的解释,介绍自己的品牌。

初见东遇的消费者,大多数都很惊喜。走进东遇天津第一店,触目所及的不再是传统红木精细的雕花、寓意美好的祥云,它看上去很“简单”,但又引人细细品味。在保留传统明式风格的基础上,东遇去掉祥云、雕花等千篇一律的元素,加入软包、金属等新鲜元素。其中,铜配件是东遇产品的一大特色,沙发扶手前端的金属包片,以黄铜制成,

既符合生活美学,使色彩多样化,又能起到保护家具的作用。此外,黄铜还有一种贵族光环,若以此比喻人生,则暗指年轻时的光芒四射,中年时的含蓄、温暖、稳重。

在新中式被炒得正火热之际,东遇诞生,却给人一种不一样的惊喜。2017年吴春飞创建东遇,同年6月东遇上市,至今不到两年,已推出观己、遇美、慕贤、尚德四个系列的产品,整个框架由G20峰会主会场家具设计师李刚打造,从软包到铜配件都精心制作。

“以一个‘80后’的眼光来看,人生就是要做自己喜欢做的事情,东遇是我喜欢的,也是现在年轻人喜欢的。”吴春飞表示。

## 选材工艺不将就

创立东遇以后,吴春飞有了一个新习惯,只要在东阳,他每天准时7点05分起床,一早赶到木材交易市场,等待货柜卸货,只为挑选上好的木材。

“有时只花出去几万,但前天买了79万元的木材。”吴春飞对于原材料的挑剔来源于对品质的苛刻要求,他认为物美价廉,首先要物美,品质决定消费者的感受度,卓越的品质保障是打造东遇品牌核心竞争力和市场美誉度的重点。

在材质方面,东遇选用实木里的贵族——紫檀属花梨木作为芯材;工艺上延用了传统的榫卯技术,工匠世代相传,保证了手艺的原汁原味;同时采用软包和实木相结合的打蜡工艺,用“一木一器”“一木对开”的方式,按照木头原本的纹理360度无死角打磨。

除了在工艺上精心雕琢,东遇还在产品设计上巧妙地融入了中国传统文化,如“筷子腿”沙发的腿部设计来源于中国的标志性物件——筷子,上圆下方的设计取自于易经里面的天圆地方图,圆象征天,方象征地,天圆即生活幸福美满,地方暗示着年轻人做事要脚踏实地,合起来代表着天长地久;筷子还寓意着年轻人成双成对,永不分离。此外,东遇十分注重对儿童的保护,在桌椅、沙发的转角处都采用圆润化处理,最大程度地减轻磕碰带来的伤害。

工艺材质皆讲究,东遇产品价格却并不昂贵。“我们对目标消费群的定位是年轻人里的精英,东遇是性价比高的家具。”吴春飞将产品物美价廉的原因解释为地利。东遇位于木雕之都——浙江省东阳市,为中国最大的红木家具生产基地之一,既可快捷低价地进行采购红木,控制成本,又保证了

产品的质量。

## 追求时尚与轻奢

以物美价廉为前提,东遇在追求时尚与轻奢。

家是一个温馨的地方,蕴含了丰富文化内涵的中式家具越来越受消费者青睐。“新中式回归智能、淳朴,是针对年轻一代新思想的产品。”吴春飞表示,不同于传统红木家具,新中式所体现出的经济、舒适、简洁、实用、精致等特性,让其更受年轻消费者的喜爱和追捧。

东遇注重年轻人的思维,产品功能丰富,十分人性化。电视墙上摆件不多,但都可以自成一套家具,单独使用;四人位餐桌通过内部结构的精细布置,可提拉成六人位餐桌;电视柜一侧暗藏方桌可做孩子书桌……在东遇身上,可以捕捉到红木家具不常有的时尚与实用。

“时尚是当下流行,轻奢是未来趋势。”吴春飞正在酝酿一个风格更加时尚、轻奢的品牌,增加软包、铜、布艺、石头、皮等材质,与东遇的现有产品形成互补。

86家店只是一个数字,它背后的东遇速度,则值得整个红木行业思考。

北京商报记者 谢佳婷

## 行业动态

## 品牌聚焦

## 抢夺萌宠商机 居然之家开室内动物园

北京商报讯(记者 谢佳婷)居然之家向拥有超千亿规模的“萌宠经济”迈出了一只脚。2019年4月21日,居然之家首家室内森林萌宠乐园——“MINIZOO·快活岛”在北京居然之家家居体验MALL正式开门迎客,它是以毛宠、爬宠为特色,集宠物观赏、售卖、寄养、清洁等为一体的一站式室内动物休闲空间。

该乐园分为水族观赏区、鸟语林区、啮齿动物区、两栖爬行区、萌宠动物区、亲子游乐、书吧休闲等多个体验区,搭建互动场景、自然科普、益智

游乐三大核心体验。在这里,奇珍异兽和萌宠们从平日里的书本中“走出来”,供顾客近距离观赏,部分萌宠还可以零距离抚摸、喂食。“这不仅仅是把小动物们搬进室内的动物园,还是寓教于乐的遛娃胜地,丰富的体验性活动刷新了对动物园的认知,不仅能看、能喂,还能骑矮马、遛狗、撸猫。”一些抱着瞧热闹的心态而来的家长,在带着孩子逛完MINIZOO之后如此感叹。

它是居然之家继啾乐乐儿童主题乐园之后打造的又一萌宠乐园主

题力作,开业后与盒马鲜生、原创艺术家、华为体验店等集聚人气的品牌一起,通过高频次消费客流,与家具建材互动。据透露,网红餐饮海底捞、韩国“Sports Monster”(运动萌宠)目前正在装修,预计于年底前开业。

作为居然之家从“大家居”向“大消费”转型升级的排头兵,北京居然之家家居体验MALL已完成家具建材、原创艺术、生鲜超市、餐饮影院、儿童娱乐、数码智能、体育健身及居家养老等大消费业态的全覆盖。

## 提前打响“五一”促销战 城外诚启动多元化营销

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)“五一”未到,城外诚营销先启。2019年1月1日-4月20日,凡是在城外诚购物的消费者,凭有效合同及电话邀约凭证,可免费领取三张100元补贴券,消费者持补贴券可于5月4日前到城外诚五馆购物,实付款项每满1000元使用一张,单张合同最多使用三张。

除提供补贴外,城外诚还送出多重大礼。2019年4月20日-5月4日,消费者购物满3000元即可获赠抽奖券一张,凭购物券参与抽奖,奖品最高为1

万元现金。同时消费者购物满3000元可抽返现红包一次,单次最高可赢得800元现金红包,此外消费者到城外诚家具馆三层、饰品馆购物,实付满额可获得签单大礼一份。

4月21日-5月11日期间,城外诚还准备了精品联盟团购会、装小蜜“黑卡”业主团购会、诚信联盟“五一”返现大促、京诚联盟厂价直供团购会、123装修控网业主团购会等活动。

资料显示,北京城外诚家居广场创建于1995年,经营面积达到20万平方米,商场内汇聚了国内外近千个知

名厂商,涉及家具、建材、装饰、装修、灯饰、布艺等5万种家居产品,形成了以精品家具大世界、欧美家具大世界、办公家具大世界、儿童家具大世界、沙发睡眠软体中心、家装建材婚介广场、餐桌餐椅大世界、家居饰品中心为主的八大特色主题卖场,为消费者提供“一站式、全方位”的家居建材购物环境。2018年8月,经过全面改造升级后的城外诚成为了北京南城一道亮丽的风景线,卖场不仅增加了街区化、场景化、泛生活化的空间,卖场的产品和服务也更加多元化、智能化。

## 4店联动

集美家居“五一”关爱劳动者

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)2019年“五一”,集美家居将在这个劳动者的节日为一线劳动者送去温暖。

“五一”活动期间,每有一位消费者在集美家居购物,集美家居就会拿出1元钱用于购买保温杯或保温饭盒,免费送给每天坚守在一线的环卫工人。与此同时,环卫工人、志愿者、公交司机及工作者、地铁司机及工作者、教师、警察、电网工作人员可凭相关证件免费领取1张100元代金券,持代金券到集美家居购物可享受优惠。

在为一线劳动者送出温暖的同时,集美家居大红门商场、定慧桥商场、卢沟桥商场和北苑商场还将4店联动推出大促销,为消费者送去实惠。2019年4月24日-30日15:00-16:00和19:00-20:00,以及5月1日-4日全天,消费者关注集美家居小程序并花费5.1元即可抢购9.5折优惠资格,凭借优惠资格到集美家居北京4家商场购物并交齐全款即可享受商场成交价再打9.5折优惠。此外在活动期间,集美家居会员购物实付金额满2000元还可参加满额送礼活动,奖品包含品牌电视机、冰箱、床品四件套等1000款家居产品。