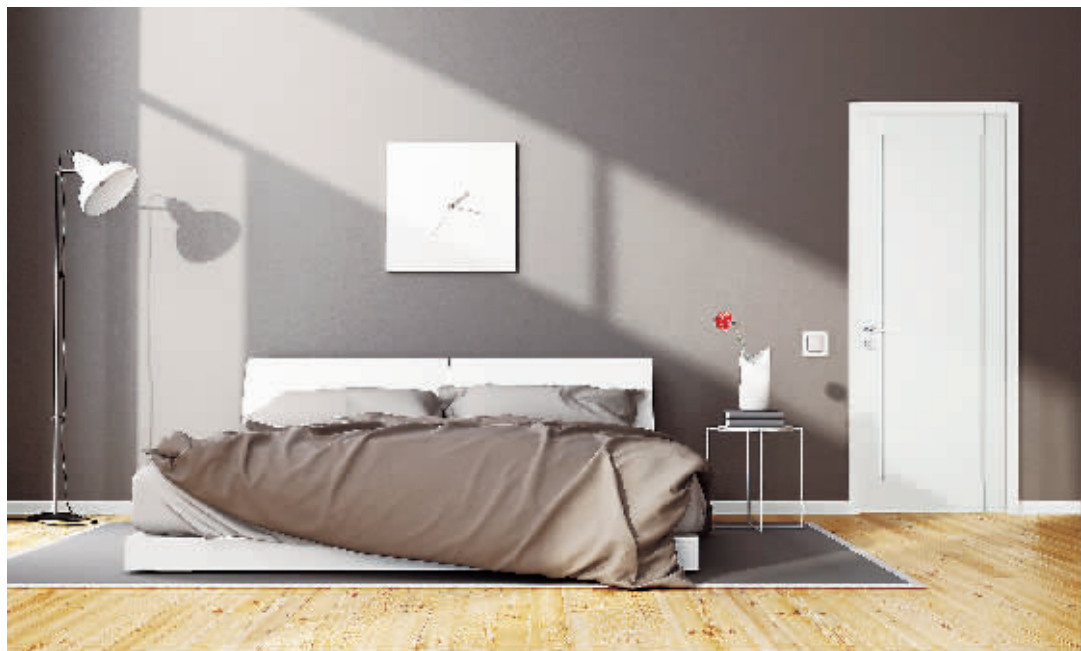


2018-2019十大木门品牌:千川木门



千川木门实施“品牌体验年”战略,产品趋于年轻化

2019年6月28日,2019第三届中国家居品牌大会在北京新云南皇冠假日酒店举行,在200多名行业大咖、600多名企业代表的见证下,公开发布“2018-2019中国家居十大品牌”,千川木门与TATA木门、梦天木门、霍尔茨木门、欧派木门、百年天天木门、3D无漆木门、尚品本色木门、卡尔·凯旋木门、兄弟木门一道,上榜“2018-2019十大木门品牌”。

2019第三届中国家居品牌大会由北京商报、西街传媒主办,腾讯家居首席媒体合作,新浪家居、网易家居、凤凰家居、新华家居、新京报联合媒体支持,面向全国,放眼全球,以五个维度公开、公正、公平地甄选各个家居细分领域的年度十大品牌:一是北京商报、腾讯家居等七大主流媒体主编的了解与评价;二是家居各细分领域专业协会会长、秘书长的认证与推荐;三是家居行业各细分领域领军企业的推荐与自荐;四是居然之家、红星美凯龙、天猫、京东等主流渠道的店面与销售大数据统计;五是各级质检机构发布的质检报告及消费者对产品质量问题的投诉。通过这五个维度的严格甄选、综合评定后公开发布的“2018-2019中国

家居十大品牌”,是品牌、品质、品位的象征,代表着家居行业未来发展的方向,成为消费者的首选。

“十大木门品牌”是木门行业在规模、服务和发展潜力方面领先的十个头部企业,代表着木门行业的创新水平,引领着木门行业的发展方向。上榜“2018-2019十大木门品牌”的千川木门,在2018-2019年度里,启动品牌形象战略发展计划,继“千川经典”实木门系列之后,再次推出“千川Q”系列,以全新的设计理念赢得了市场的广泛关注,引领木门行业的风尚潮流。

为了给消费者带去“更优质的价值体验”,千川木门将“品牌体验”提升至战略高度,大张旗鼓地实施“品牌体验年”战略,注重年轻化的目标客户群,从品牌文化、服务体验及客户满意三个方面全面强化用户价值体验。在全国480家专卖店的基础上,千川木门新增了100家,并与恒大集团、中海地产、碧桂园集团、金地集团、中国铁建、金科地产、中南地产、佳兆业地产、蓝光BRC等全国著名房企达成了品牌战略合作,在民用和工程两大领域呈现并肩发展之势。