

司空新家装助定制家居转型

家装行业的搅局者来了!2019年7月9日,一个全新的家装平台司空新家装在广州首发。司空科技董事长郭兴田宣布,这是一个不同于任何传统家装的新物种,将跳出传统家装把定制家居作为配套商的模式,利用平台让定制家居迅速转型定制家装,使做家装像做家具一样简单,给消费者提供“快、美、绿”的体验。

家装可以如此简单

一个120平方米的家从设计、施工、安装到交付,需要多久?

现场一段视频完整地呈现了消费者在司空新家装平台下翻新家的全过程:想要翻新自家房子的小司夫妇,来到司空新家装平台合作商李总的门店,门店设计师根据小司夫妇带来的户型图及空间、色彩、个人喜好等需求,通过人性化空间布局标准及空间色彩搭配方案,从平台内置的108方案中智能布局,快速匹配出满足小司夫妇需求的方案和价格。初步达成意向后,家具设计师利用司空新家装精准测绘工具完成上门量房,并将测量数据一键导入系统,生成3D房型,20分钟完成全屋家装设计,2小时完成全屋家具设计,再由产业园进行柔性定制生产,通过移动式仓储物流系统,将所需的3万多个配件一次性送达家中,7天后小司夫妇旅游归来即可入住新家……

此外,司空新家装还将业主家的立体数字模型同步到云端储存,当业主有进一步维修或者局部需求时,可以随时调出资料进行快速安装。看着如此智能、高效、全面的家装流程,席间不少老板跃跃欲试,上前向郭兴田询问。

定制家居变定制家装

当家装变得如此简单,司空新家装就能让定制家居企业不再成为家装的附庸,而是可以主动做定制家装。

定制家居是当下家居行业最大的风口,但在2018年就开始遭遇增长乏力之困。过去十年,定制家居企业比拼的是谁更有勇气去扩建新工厂,以及谁能把新工厂运营好。但是从2018年下半年开始,行业发展环境变了,遭遇了这个行业从它诞生那天起的第一次急速刹车,定制家居行业面临增长乏力、毛利降低、经验失灵、前途迷茫的发展现状。”郭兴田认为,一方面,定制家居企业从事了一个代表先进生产力的产业,另一方面,定制家居企业很难逃脱作为传统家装配套商的角色定位。

随着新房交付的减少,中国开始进入存量房时代,消费者在装修的时候需要“快、省、美”,而传统家装对工人的依赖很高,动辄几个月的装修效率让人十分难受。司空新家装则从产业链源头进行突破,运用数字化的工具实现“精准测量、精美设计、精益制造、精确配送、精细交付”,解决4.4亿存量房迅速焕新需求的同时,让定制家居企业的经销商

轻轻松松做定制家装,带动定制家居企业获得新的增长。比如为保证产品顺利安装,司空新家装商学院会为工人提供专业技术培训,7天内掌握全部技能,帮助家具安装设计师实现向家装安装设计师的快速转变,从而促进定制家居企业向定制家装转型。

打造产业互联网平台

帮助企业实现从定制家居向定制家装的跨越,司空的目的是为定制家居企业搭建一个绿色工业化定制家装产业互联网平台。郭兴田称,入驻司空平台只需要两个条件,一个是产品环保,另一个是数字化改造。

“对企业来说,绿色发展不仅是一条生命线,更是一个难得的发展机遇,资源为王的时代已经结束,只有践行绿色发展,才能使企业走得更远。”在中国环境保护产业协会会长樊元生看来,司空继承了万华的绿色基因,将工业化、数字化引入家装,借助全国分布式产业集群,可以带动全行业向绿色、低碳、可持续的增长方式转变。

定制家装的实现,需要数字化支撑。经过四年的打磨,司空建立了强大的跨领域团队,并通过分布式产业集群智造

和移动式仓储物流体系,以及二次加工集成配送中心为不同的消费者服务。目前司空新家装正在大力推广家装部品二次加工集成配送中心的布局,在第一阶段配送中心会以700公里半径覆盖到全国绝大多数省份,第二阶段缩短到500公里,第三阶段达到300公里,用3-5年的时间,在全国布局20-40个核心基地,实现产业协同融合,形成300公里半径圈,未来消费者换新一个家只需要7天。

“不是司空要做新家装,而是拿出绿色化、工业化、数字化的解决方案,帮助定制家居企业们做家装。”郭兴田笑称,在司空新家装强大的赋能下,博洛尼家居、诗尼曼家居、亚丹家居、科凡家居、玛格家居等定制家居企业纷纷入驻签约。

对于司空新家装这个新物种,博洛尼家居总裁蔡明表示支持:“新家装模式会引领一个新的时代,每一个时代都会造就一批新的企业,关键看企业是否能够抓住这次重大的变革。”作为万华生态板业的合作伙伴,诗尼曼董事长辛福民也十分认同司空新家装,“十年前选择了万华是非常伟大的选择,十年后司空横空问世,在企业最纠结、最困难的时候出现,携手司空一定能获得更好的发展。”

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

品牌聚焦

宴请150名主力店长 城外诚用二八法则分切消费蛋糕

北京商报讯(记者 谢佳婷)2019年下半年已经到来,该怎么做?北京城外诚家居广场的做法是,以150名主力店长带动1000多个商户,以二八法则分切最大的一块家居消费蛋糕:七八两月销售额要达到下半年的80%。

所谓“二八法则”,是指在任何一组东西中,最重要的只占约20%,其余80%尽管是多数,却是次要的。对于家居卖场的商户也一样,只要20%的主力商户积极性被调动起来,其余80%的商户也将水涨船高。

2019年7月4日,深谙二八法则内涵的城外诚市场总经理刘洋向150名店长发出了宴请函,他们都是城外诚主力品牌的店长。好菜好肉招待他们,并不是一次简单的会餐,而是2019年下半年行动目标和措施的规划宴与壮行宴。在市场处于下行趋势的大环境中,城外诚上半年依然实现了销售总额增长超过20%的良好业绩,但增长率并不平均,有的品牌大幅增长,甚至超过50%,有的品牌却大幅滑落。下半年,该怎么办?

面对150名主力店长,刘洋提出的整体战略是十六个字:不忘初心,脚踏实地,瞄准目标,全力以赴。看起来有些口号似地十六个字,却字字蕴含着实实在在的内容:不忘初心,就是要保持年轻的朝气,要像刚参加工作时那样劲头十足;脚踏实地,就是不玩虚招,只做实事,件件落实;瞄准目标,就是心中有数,责任拆解,逐项实现;

全力以赴,就是抓住任何机会,尽最大的努力,不存在任何侥幸与懈怠心理。

整体战略的战术部署,集中于7月28日和8月18日的两场落地营销活动。7月28日将举行大家居返现节,40多个扎根城外诚的上千平方米品牌店、旗舰店将联合行动,对消费者返现让利;8月18日将举行三大联盟联动营销,60多个品牌以互相推荐单、共同质保、相互让利的方式,让消费者享受到最具价值感的消费体验。以这两场活动为龙头,城外诚的企划团队深入每一个商户,制订营销方案,把脉集客方法,确定服务标准,从而形成一个从卖场到商户一体化的营销体系,让更多消费者选择城外诚,让到城外诚的每个消费者都乘兴而来、快意而归。

市场不景气,蛋糕却并没变小。如何切到属于自己的那块蛋糕,靠的是未雨绸缪,靠的是齐心协力,靠的是规划预谋。城外诚宴请的150名主力店长,相当于城外诚商户的20%,他们冲锋陷阵打出土气,做出业绩,获得回报,另外80%的商户也将伺机而动,激发起信心与热情,从而带动整个城外诚切到最大的一块家居消费蛋糕,二八法则将在七八两个月的两场活动中显示威力:仅用两个月时间,拿下下半年销售目标的80%,后几个月的日子就再好不过了。

一场宴请之后,城外诚的管理团队与全体商户将投入奋斗的大潮中,他们能否创造奇迹?

集美家居发布2019年上半年Top 5品牌榜

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)2019年7月初,集美家居发布上半年主要家居品类Top 5品牌榜,此次榜单涵盖了实木家具、板式家具、软体家具等7个主流家居品类,为消费者提供最实用的家居选购参考。

作为高端品质家居的代表,实木家具受到广大消费者的青睐。集美家居整理2019年上半年实木家具Top 5为:圣华、强力、一品木阁、光明和意风。近年来,板式家具以灵活的可拆卸、造型富于变化、外观时尚、不易变形、质量稳定、价格实惠等基本特征占据家具市场半边天,尤其受到年轻人的追捧。根据集美家居的数据显示,2019年上半年,意风、百强、红苹果、强力和亚美特成为最受消费者喜爱的板式家具品牌前五名。

随着对生活品质要求的大幅度提高,软体家具成为消费升级的重要方向,优质舒适的沙发和软床对于提高家居生活幸福指数大有裨益。芝华仕、爱依瑞斯、非同、雅栖卓尔和顾家家居五大品牌占据2019年上半年软体家具前五位置。

儿童房是孩子们学习、娱乐、休息的专属地,专业的儿童家具品牌可以提供安全环保、耐用、益智等多方面的保障。据数据显示,可爱多、多喜爱、松堡王国、蓝蓝部落和我爱我家是深受孩子和家长喜爱的儿童家具品牌。

卫浴产品也是现代家庭越来越重视的家居部分,卫浴产品发展不仅多元且日趋精致,选购空间越来越大。集美家居2019年上半年数据统计显示,法恩莎、科勒卫浴、九牧、箭牌及TOTO卫浴是消费者比较喜欢选购的卫浴品牌。

作为现代家居生活中不可缺少的家具之一,橱柜对家庭的装饰在很大程度上决定了居家的风格,一套高度符合人体工程学设置的优质橱柜也能大大提升居家生活的便捷性。据集美家居数据显示,2019年上半年消费者对欧派、大信蓝晶、索菲亚、光大及创艺橱柜这五个品牌的认可度最高。