

满足年轻消费群时尚需求

魔法蝴蝶首推色彩木门

2018年开年之际,一个名叫“魔法蝴蝶”的木门品牌,首店在京东平台一亮相便以新奇的创意引发关注:不说功能,不吹环保,不炒材质,惟主打色彩。魔法蝴蝶创始人黄海明表示,虽然木门产业有数千亿的市场规模,但行业格局尚未形成,色彩木门将原来木门刻板单调的形象打上时尚的标签,将成为“90后”玩着游戏长大大人群的首选,抢占细分市场。



色彩木门以色彩为主打元素,满足年轻人的时尚需求。

色彩木门首现市场

卡其色、竹韵色、宫墙红、段砂色、胭脂粉,你能想象出这几个颜色是用在木门上的吗?没错,2018年伊始,主打色彩的“魔法蝴蝶”正式登陆京东平台,15款木门新品,每款都能够实现12种颜色的定制。

“每樘门色彩都可以定制,面漆采用的都是水性漆,不仅好看而且环保。除了颜色外,木门的风格也可以定制。”黄海明这样介绍色彩木门。目前,该系列产品只在京东销售,未来也将在天猫开店,今后魔法蝴蝶会以线上为纽带,覆盖社群、卖场、设计师等线下渠道。

“原来生产色彩门最大的瓶颈是漆的问题,木门使用时间长了颜色会变黄,现在漆的技术问题已经突破,五颜六色的色彩门可以走进千家万户。”黄海明表示,色彩门定制流程复杂,生产工艺繁琐,对工厂生产水平要求高,难以实现大规模的生产,所以魔法蝴蝶的色彩门产量有限,价格较高。“我们现在找到了规模更大、加工能力更强的加工企业,随着产量的提升,木门成本也将会降低。”

为年轻消费群定制

五颜六色的室内门,显得活泼,加上艺术化十足的设计,迎合了“80后”、“90后”的消费需求。这两代人

喜欢玩游戏、思想活泼、追求爱情,对色彩的理解更加深刻。魔法蝴蝶里的“魔法”代表着神秘,与各种游戏元素契合;蝴蝶,色彩斑斓,在中国传统文化中代表了爱情,符合年轻人追求真爱的渴望。”黄海明仔细解读“魔法蝴蝶”的品牌内涵。

义无反顾地投身于木门行业,黄海明看到了整个行业的美好前景。2017年,木门市场的规模超过1500亿元,TATA木门和梦天木门两个企业的市场份额只占3%左右,其余企业产值过5亿元的很少,整个格局尚不明朗,机会还很大。

撬动木门这个千亿级市场的钥匙就是专注。“我们就是要通过色彩这个要素,体现对细分市场的专注。”曾经就职于TATA木门的黄海明,深知专注对企业发展的重要性,“专注向外界传达的是科技、时尚的元素。我们是后来者,难以与木门大企业拼生产规模和品牌价值,但在细分领域,市场空间巨大。”

据黄海明介绍,他现在的合作伙伴,既做过企业高管,又有过自己创业做经营的经验,在木门领域摸爬滚打近20年,与负责生产和设计的黄海明构成了完美的组合。

木门跨上时尚台阶

确定了方向、构建了团队,魔法蝴蝶打造的色彩门一改传统木门消费者审美疲劳的白色、

木色等单一的颜色体系,让木门跨上了时尚、高端的台阶。不仅如此,魔法蝴蝶的LOGO设计具有品牌社会化传播的元素。这个形象既能用在木门上,又可以用在服装、家装饰品上。黄海明对魔法蝴蝶的形象设计倾注了自己的心血:“干一行,爱一行,真心去喜欢,用心去设计,才能做出消费者满意的产品。不仅在产品上,魔法蝴蝶在未来店面形象上也将主打时尚元素,让消费者惊艳”。

好的产品、好的模式被业内模仿是一定的。目前门业存在着门槛低、产品同质化严重的问题,互相抄袭难以避免。对于被抄袭,黄海明很淡定:“我们每一款产品都将申请外观专利,目的不是为了防止抄袭,而是要体现我们的原创精神”。

不过,产品很容易被抄袭,但产品的设计感往往体现在线条的尺寸、色彩的搭配以及图形比例等细节上,并不那么容易。为此,黄海明认为,内部运营管理才是决定企业能否成功的关键。对于经营模式,黄海明要改变家居圈“只招商不养商”的行规:“帮助经销商共同成长,与他们形成共同体,才是未来发展之道”。

北京商报记者 李振兴

· 品牌关注 ·

居然之家在科隆推广北京家居展

北京商报讯(记者 李振兴)2018年1月16日,居然之家在2018科隆国际家具展现场举办以“居然之家,值得信赖;中国市场,大有可为”为主题的推介会。“居然设计家”推出的“观世界设计家”专题项目同时亮相科隆家具展。

居然之家集团副总裁任成率队赶赴德国,向世界郑重宣告居然之家的发展态势及运营能力,并向国际家居企业发出邀约,参加由居然之家主办的北京国际家居展暨中国生活节(BIFF)和北京国际家装建材智能家居展暨国际设计博览会(BIHD)“一城双展”邀约,无疑会让更多国际家居企业聚焦于中国市场。

同时,居然之家重金打造的“居然设计家”也在2018科隆国际家具展上推出“观世界设计家”专题项目,居然设计家将通过深入全球家居展会,以国际化气质亮相,超越传统家居视野,占据领先设计的话语权。并从展会中捕获到的设计趋势、生活潮流、行业动态、优质品牌、城市风貌等内容发布于线上平台,为大众提供一个线上最为丰富的设计及生活大展。

智能泛家居将是九牧发展方向

北京商报讯(记者 李振兴)智能泛家居将是九牧未来的发展方向。”当地时间1月13日,九牧智能泛家居技术合作会议在美国硅谷隆重举行,九牧董事长林孝发向与会人士宣布了九牧未来智能泛家居的发展方向。

“大数据、人工智能和实体经济的融合正在改变我们的生活方式,重新定义未来泛家居。前沿科技跨界合作,个性化、多元化应用的整合也将助推智能泛家居产业创新和用户体验的优化升级。”林孝发准确把握时代脉搏。

林孝发还透露,九牧已与阿里巴巴合作,占领智能卫浴空间语音入口,实现智能单品语音交互功能。九牧规划将人工智能与AI技术的创新应用到浴室、厨房、阳台空间,并希望通过此次推介会寻求与亚马逊Alexa、苹果Siri在语音交互技术方面进行合作。

林产工业协会成立橱柜/定制家居分会

北京商报讯(记者 谢佳婷)2018年1月16日,中国定制家居产业诚信建设论坛暨中国林产工业协会橱柜/定制家居分会成立大会在人民大会堂召开,成立该分会重在树立行业规范,搭建企业品牌建设平台,提升企业的社会责任意识。

“定制家居产业准入门槛低、市场潜力大,行业快速发展,但是定制家居产品既没有国家标准,也没有行业标准,既没有技术规范,也没有安装验收的服务规范,企业和消费者之间只靠一纸协议来维系。”中国林产工业协会副会长吴盛富指出,定制家居产业在蓬勃发展和壮大的同时,也存在一些行业问题需要规范。会上审议通过了中国林产工业协会橱柜/定制家居分会管理办法和首届分会组织机构名单,并由新任秘书长吴盛富宣读了《推进中国定制家居产业社会责任与诚信建设倡议书》。

集美家居京城送20万份春联福字

北京商报讯(记者 李振兴)2018春节将至,消费者都在准备年货,其中福字、对联不可或缺。集美家居在大红门商场等五大商场为消费者准备了20万份福字、春联,为消费者送去新春的祝福。

2017年12月30日-2018年1月31日,集美家居在大红门商场、定慧桥商场、北苑商场、水屯商场、燕郊商场为消费者准备了20万份福袋,福袋内有新年春联一副,福字一张。消费者只要完成签单,就能够得到一份福袋,先签先得,送完为止!

集美相关负责人表示,福袋能够为消费者带去满满的新春祝福,同时还可以提高与顾客的黏度,也是对集美家居的一次宣传。

行业动向

百户同时开工 合建志洋用口碑抢市场

北京商报讯(记者 李振兴)早早建立业主群,并与业主成为朋友,帮助业主选购心仪的产品,合建志洋的设计师与项目经理通过细心的服务以及业主的口碑相传,共计赢得了北京东坝恒大江湾小区100多户业主的信任,2018年1月14日正式开工。

“精心准备、耐心沟通、细心设计、用心服务”、“德技双馨、服务一流”……在开工当天,多名业主携带锦旗而来,实属罕见。其中一位业主刘小北表示:给合建志洋送锦旗首先是对他们前期细致入微的服务表示感谢,另外也是对他们的鞭策,他

们要在今后的施工服务中更加细致耐心。”合建志洋的设计师和项目经理们接过沉甸甸的锦旗,向在场的100多位业主承诺:“我们秉承合建诚信做人、踏实做事的企业精神,严格执行合建256个工艺节点,我们有信心、有诚心、有决心、有能力服务好每位业主,给你们打造一个温馨舒适的家。”

“良好的口碑、半包模式、高性价比以及贴心的服务是我选择合建志洋的主要原因。”该小区的业主吴先生向北京商报记者表示。

“合建志洋半包模式我能掌控装修材料的情况,并且可以实时视

频监督装修进度,心里踏实。另外,每平方米500多元的硬装价格也是吸引我的重要原因。”另一位业主王先生87平方米的房屋硬装价格仅4万多元;“我们房子是自住性房产,房价本身就不高,所以装修价格也不希望太高”。

“业主装修有四怕:一怕设计不完整;二怕费用不准确;三怕施工不规范;四怕环保不达标。为了帮助业主消除这些后顾之忧,合建研发的‘金钥匙工程’,以专业贴心的服务为业主提供一个精品家居。”北京合建志洋装饰工程有限公司总经理吕申同样做出了庄重承诺。