



# 家装第一股领航行业发展

## 紧随时代潮流,东易日盛蝉联行业品牌价值第一名

获奖名称:2016年度  
湖湘最具品牌价值高端  
家装企业

获奖单位:东易日盛  
装饰

### 【名家分析】



东易日盛装饰湖南分公司  
总经理于强

犹记得去年,国内曾刮起了一阵互联网家装风,并迅速涌现一批新的互联网家装公司,然而由于在设计、施工等方面的乏力,很多企业等热潮一退,便马上遭遇发展受阻而落得无疾而终。

“互联网家装成为趋势,但不管互联网+的平台做得多好,品质才是家装公司的立足之本。”于强说,家装的品质主要由设计、材料、工艺三大块组成,虽然当下家装业的产业形态不断生变,但无论怎么变,对家装品质的坚守才是万源之本。

今年5月,东易日盛装饰以131.82亿元的品牌价值再入500强,且排名比去年大升35名至第277名。作为中国家装上市首家企业,东易日盛已做到实力与口碑兼备。长沙分公司在继承集团优良品质的同时,更是紧跟市场需求,把握时代潮流,已渐渐成为本土精英人士之首选。

### 专攻高端市场

作为中国家居行业的领军企业,东易日盛一直致力于为精英阶层提供真正“高品质完整家居解决方案”,助力客户步入拥有先进生活方式的高品质家居生活。

伟大的品牌往往靠强大的实力作为支撑。东易日盛立足10大国际潮流家居生活方式和7大满足国人家居功能主义的研究,兼顾设计时尚与功能实用性,以10种主流家居设计风格,精准匹配七类家居功能设置,满足多样化高品质生活需求。

目前,东易日盛家居装饰集团拥有总面积8848平方米、迄今为止世界最大的整体家居体验馆——意德法家整体家居体验馆,已在全国设立31个直营分公司、125家直营店面,产品和服务辐射全球200多个城市,业务版图延伸至亚洲、北美多个国家和地区。



馆,已在全国设立31个直营分公司、125家直营店面,产品和服务辐射全球200多个城市,业务版图延伸至亚洲、北美多个国家和地区。

### 打造优秀设计团队

“就东易日盛的经验来说,在高端家装领域,设计实力无疑更为重要。”东易日盛湖南分公司总经理于强认为,家装设计就是对生活的预先规划,对设计的孜孜追求就如人对美好生活的期许。

一名优秀的设计师,首先要知道充分利用企业的常规体系和常规手段,提出合理的解决方案;还要有足够的经验去阅读业主的人生经历,解析业主的生活方式,深挖业主的潜在需求。可以说,一个好的设计师,就是高端家装的灵魂。

因此,一支既敏锐又老到的设计团队对家装企业来说可谓关键。东易日盛对设计团队有一套非常完善的培训体系,除了常规的企业培训,还会定期参加博览会、设计交流会等。东易日盛还在

集团层面建成庞大的数据信息平台,用以辅助设计。“未来还会持续加大投入,优化设计体系。”

### 紧随时代潮流

面对当下品质要求不断提升、个性化需求不断繁衍的高端家装市场,如何才能做到始终引领行业发展?

“不断提高前沿市场的嗅觉力,紧随时代潮流。”于强告诉记者,当家居圈的流行审美出现了变化,企业就需要把新的风格快速融入自身产品体系。比如这两年,比较符合潮流的新中式和简约北欧风,东易日盛就已进行了风格、材料组合,以及家具软装单品的定向研发。当整装市场如火如荼,东易日盛就参照整装的服务模式,解决传统整装产品固化的缺点,打造了选择面更广、更符合个性化需求的定制型整装产品。

于强认为,真正的核心平台应该精准掌握市场风向,积极迎合主流需求,在产品、设计、工艺和口碑上做足功课。

■记者 胡锐

# 22年初心不改,极致创新华丽蝶变

## 深耕湖湘20余年,井湾子乘互联网东风稳立时代潮头

获奖名称:2016年度  
湖湘最受消费者喜爱家  
具卖场

获奖单位:井湾子家  
居广场

### 【名家分析】



井湾子家居广场总经理彭旭

如今,消费主力从原来的70后变成现在的80后、90后,信息的传播方式也向移动互联网转移。随着家居行业上市企业越来越多,整个行业将展示出欣欣向荣的气象,消费者个性需求增加、智能产品的开发、互联网家装的落地,家居行业或将向着多元化、科技化、智能化的方向迈进。

距离2016年结束还有不到8天的时间,在这一年里,家居建材行业历经风起云涌,连锁家居卖场或加速全国化战略布局,或跨界引入新业态延伸产业链,或深耕本行业……这些都预示着:家居行业的市场格局正在改写,行业未来的新模样也初步显现。

如何在市场的蓝海中创新突围?或许只有把工匠精神当成企业文化来传承,从上至下耐心琢磨产品的品质灵魂,才能在竞争中立于不败之地。作为深耕湖湘20余年的老品牌,井湾子家居一直与长沙人的居家生活紧密联系在一起,以精益求精的精神提质服务,从产品质量到入驻品牌选择、售前售后服务等都力求做到尽心、极致。

### 厚积薄发 引领家居行业蝶变

从1994年到2009年,井湾子家居逐步完成了由“化蛹”到“蝶变”之路。从22年前的“简易的家具城”,发展成为湖南省规模最大、服务最佳的家具卖场之一,井湾子一直以来都以“领先长沙,走出湖南”为企业愿景,通过优秀的产品和服务,与消费者建立情感纽带。



作为井湾子家居踏出连锁品牌的第一步,井湾子国际家居梅溪湖店实现了井湾子家居人横跨河东河西的梦想,也给河西人民带来了新的面貌。据了解,梅溪湖店拥有现代化设施设备、园林休闲式的购物环境,同时设置试睡、试坐等一系列举措,给消费者带来舒适愉悦的体验感受。

“面对我们服务的中高端客群,井湾子根据市场的需求,不断优化和调整业态结构。”井湾子家居广场总经理彭旭介绍,到目前为止,有近1000个厂家品牌立足井湾子家居,卖场品牌中除了国际国内的知名品牌,还有高端

的私人定制服务。井湾子平价层次的家居品牌目前已汇集了全国各地的厂商近500家,井湾子一直以厂价、批发价打造高性价比的产品,努力实现市场中的超值定位,成为消费者最放心也是性价比最优的选择。

### 乘互联网东风 打造便捷购物通道

在互联网的时代,唯有“变”才能永远立于时代的潮头。作为老牌家居卖场,井湾子家居广场在互联网势头正盛的两年不断上新、拓店,发展步履稳健。针对消

费者的习惯,井湾子还开创了自己的网上商城,加大了微信和其他互联网形式的宣传,提升了市民的生活品质。

在彭旭看来,作为线下卖场,井湾子家居并不排斥互联网渠道,“身处互联网时代,实体卖场应该找到与互联网平台最有效的链接方式,不管营销方式如何创新,实体店所占的地位是无法撼动的。”彭旭表示,在2017年,将是不断规范管理,提升服务,创新品牌的一年,实现我们一贯坚持的:一辈子脚踏实地做好一件事,做专做精。

■记者 卜岚 实习生 邓涛