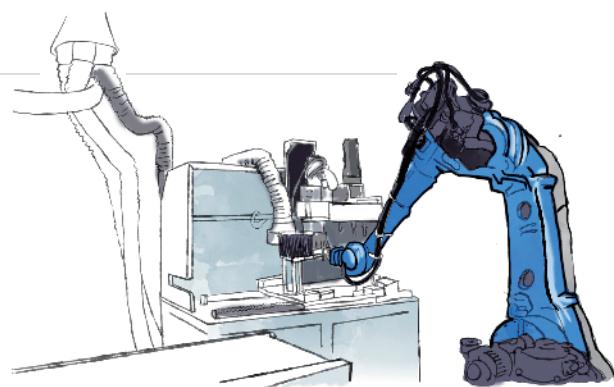


编者按:毋庸置疑,“美好生活,轻松实现”是每位消费者梦寐以求的状态。企业所有的变革与重塑,都是为了满足消费者的需求。作为家装头部企业,尚品宅配秉持“让人们实现美好的过程更美好一点”的初心,17年来矢志不渝,交给了消费者一份满意的答案。

17岁意气少年尚品宅配

以创新丈量世界 为国人美好家居生活提案



数说

尚品宅配的六大优势

设计

2小时 2021年,尚品宅配全面发力整装,其家装BIM系统可实现2小时完成全屋整装设计,为消费者打造软硬装一体化解决方案。

制造

148道 尚品宅配BIM虚拟装修,1:1AI建模,148道工序预演装修全流程,提前规避隐患,避免返工延误。

消费

93% 尚品宅配在各个生产环节实现了无人化高效大规模定制化生产,板材利用率高达93%,有效减少资源浪费。2016年,被工信部评为“智能制造试点示范”,真正实现全屋家居大规模个性化定制,确保交付质量。

交付

50万块 三大智能生产基地每天生产加工近百种花色,以及近50万块完全不同的板件,真正把少数人的定制,变成多数人的生活。

60天 尚品宅配基于BIM整装技术,为消费者提供全屋整装+全屋配套+全屋定制的一体化服务,可以真正实现让消费者在60个工作日后,从毛坯到直接拎包入住,其交付速度堪称惊艳。

700万 尚品宅配已经为700万户家庭设计定制空间,倍受新中产青睐。



空间配套

产品设计

从定制家具到BIM整装

一键实现所有家装需求

谈起尚品宅配,很难不想到圆方软件。在上世纪90年代初,家装行业的装修软件的技术几乎是空白。这种局面,直到圆方软件的出现才得到革命性的颠覆。2004年,创始人李连柱及团队不再满足家居软件市场,决定利用圆方软件技术,通过定制化方式,进入家具行业,直接服务更多消费者,尚品宅配应运而生。随后,尚品宅配通过打造第二代入墙衣柜和韩尚主义橱柜,重塑过往橱柜、衣柜各自销售的分界线,并率先提出3房2厅全屋定制模式,开创了包含“橱柜+衣柜”、免费上门量尺寸、免费设计等元素的第一次全屋定制家居大时代。

为了方便消费者,避免家装的繁琐,尚品宅配十年磨一剑,于2013年正式推行宅配战略,将家居用品全方位一站式配套,打破行业传统,带动

行业不断开拓新品类。紧接其后,尚品宅配破而后立,再次定义第二代全屋定制,较于“第一代全屋定制”基于功能主义的单品类整合与完善,“第二代全屋定制”则是基于生活方式和空间美学的全屋家居整体解决方案,真正地为消费者实现美好生活又迈出了行业一大步。

而行至2021年,家装消费仍存诸多痛点待解,消费者常是有苦难言。在此背景下,尚品宅配将BIM的思路引入到家装,通过自研发家装行业适用的BIM系统,提前模拟装修的全过程,并且通过可视化技术1:1呈现,提前发现及规避在装修中可能存在的施工问题,从而有效规避出错、提高效率、降低成本,再次为消费者实现美好生活提供了一份完美的家装提案。

消费体验

从线下到线上

给你更轻松的消费感受

如何实现美好生活呢?让消费者可以更轻松地购买到产品是其中一项。囿于家居产品的大体积、重量沉等属性,在过去的一段时间,购买家居产品被认为是重体验以及场景化的消费,企业很难通过线上渠道打开销量。2008年,在不被行业看好的情况下,尚品宅配通过新居网O2O营销平台,有效地将线上消费者引流至实体店进行体验,并最终实现销售。同时,新居网将线上营销平台由PC端扩展至移动端,其运营的平台迅速收获了千万级别的粉丝量。

互联网营销平台与线下实体店相结合的销售模式,很快为尚品宅配

开启新天地。与此同时,尚品宅配还独辟蹊径,在传统的家居建材卖场渠道之外,开创了前所未有的shopping mall店、office店、超集店等渠道新形态,集合多种业态,挑战性地将“家居、时尚、艺术、社交、购物”等多种元素融为一体,在大大保障了稳定的客流量同时,也真正做到了让顾客体会到越来越轻松的家居消费体验。此外,在疫情期间,尚品宅配还领先推出“线上门店”“线上量尺”“线上设计”等创新互动及服务模式,让消费者足不出户就可以享受到免费的家居设计服务,让定制变得像APP点外卖一样简单。

从风格到生活方式

引领家居潮流风向标

在其他全屋定制品牌卖产品卖空间时,尚品宅配首先提出了卖生活方式更加高屋建瓴的诉求。2016年,尚品宅配正式成立了行业内首个生活方式研究中心,结合十几年来的家具定制案例及大量的客户需求,对不同生命周期的中国家庭进行系统、全面的家居定制方案研究,并根据人的生命周期推出“我+”生活方式系列产品,涵盖了“单身贵族、二人世界、伴你童行、学业有成、家成业就、儿孙满堂”等各类需求,收获不少市场好评。

据天猫数据显示,国货正在成为90后、95后、00后消费的首选。过去一年在天猫上,00后国货消费的增速最快,超过50%。“国潮”俨然已成年轻人的心头好。为切合当下的消费趋势,2019年,尚品宅配与故宫宫廷文化共同打造的联名新中式系列“锦绣东方”,通过“新审美、新用材、新设计、新智造、新配套”打造年轻人爱的新中式空间,迅速吸引大批年轻拥趸。

除了国潮风,智能家居也在占领年轻人的心。面对不断增长的“懒人”需求,尚品宅配近日还携手创米科技,将其全屋智能解决方案融入到尚品宅配的BIM整装系统,致力于为消费者创造智慧生活新体验,有望开创行业发展新格局,推动产业升级迭代。

记者观察

今年年初,尚品宅配宣布全面发力整装领域,致力打造“看着BIM做装修”的一站式家装解决平台。回顾其发展历程,可以发现尚品宅配一直致力于以创新模式解决用户需求的战略方向。而BIM技术的应用,有望让尚品宅配在解决家装行业痛点,带给消费者更轻松的家装体验的同时,进而抢占市场核心竞争力,真正实现“让中国人民的美好生活实现过程美好一点”的使命。

■策划:新快报记者 毛静
■采写:新快报记者 梁茹欣
■通讯员:钟灿霞
■制图:廖木兴

