



Top
Mobile
Awards

尚品宅配

尚品宅配

- ◆ **品牌全称**：广州尚品宅配家居股份有限公司
- ◆ **所属行业**：家居
- ◆ **参选类别**：年度最具移动营销创新精神品牌



广州尚品宅配家居股份有限公司（以下简称尚品宅配），是全屋定制家居行业著名品牌。2004年开创国内首个数码化定制家居专卖店，尚品宅配是将“定制”这种独特的经营理念引入家居行业的品牌，为消费者提供全屋家具定制服务。

免费提供整体家居设计方案，让消费者参与到家具设计中，使家具消费由过去的客户被动选择模式转变为客户主动参与设计的C2B模式，为大众带来新的消费体验，促进了家具行业由传统制造业向现代服务业转型。

尚品宅配通过全屋定制、C2B、OAO新零售、大数据以及工业4.0智能制造逐步确立了备受行业关注的“尚品宅配模式”，成为了高速发展的现代家居服务企业。2016年被国家工信部授予“智能制造试点示范”，2017年3月，尚品宅配在深交所成功上市。

近一年品牌大事件

1、明星情怀营销

2017年12月，在“流量为王”和小鲜肉明星当道之时，尚品宅配反行其道走起了怀旧情怀的路线，助力众多老牌实力明星复出，携手黄日华、何家劲、万绮雯等港台明星在尚品宅配全国门店开展巡回见面会，引起了70后和80后的集体回忆，用亲近和自然的方式，吸引一大批消费者为品牌买单。

2、518智选模式全国推广

2018年3月，尚品宅配创新性推出“518元/m²”智选模式，行业颠覆性提出平米定价标准，助力销售拉升。同时在广州、北京、武汉等地邀请明星张智霖、流量街舞明星胡浩亮、谢文珂、小蘑菇等为智选518元/m²套餐站台，明星微博发文推介，引发上万转发量，线上客户流量和预约量尺寸大增，获得品牌曝光与业绩双重增长。518元/m²智选模式引发媒体报道185篇，为品牌背书，触动消费者及资本市场共振，客单值与股价齐升。



近一年品牌大事件

3、C店落地北上广引发行业关注

继“SM-O店”之后，尚品宅配C店（超集店）再度引领行业。2018年4月，在上海、北京相继开业“航母级”旗舰店，跨界联合网易严选、苏宁易购、腾讯智慧门店等超级品牌，开创大体量、多业态、重体验的C店模式，活动当天收款超2500万，开业活动直播累计观看量达50万，引发媒体传播发稿200篇，获得极大品牌曝光和流量变现。

4、投资代言人年度IP大戏《如懿传》广告

以网络贴片、如意帖等形式赞助代言人年度大戏《如懿传》，将品牌与剧情相结合，利用社会化媒体进行话题性传播，强关联IP资源，输出“个性化定制”的品牌传播主张。



518智选模式

革新了行业定制的报价模式

创新性推出“518元/m²”智选模式，按建筑面积计价，颠覆业全屋定制消费模式定价标准。

多维度满足消费者全屋定制需求，让消费者省时省心省力

“智选套餐”从计价方式、智能设计、VR技术及拎包入住四个维度快速地满足消费者的全屋定制需求。

第一，按建筑面积的计价方式让消费者明白消费；

第二，智能设计能够让每个用户家庭家居都能“随心所欲”定制，满足千人千面的人居生活需求；

第三，凭借尚品宅配自主研发的VR技术，消费者通过VR技术眼镜能够提前看到未来家的模样，确保定制家居“所见即所得”；

第四，通过专业的家居设计师设计方案以及专业的买手团进行软装的搭配，从而达到顾客把装修好的房子交给我们去定制全屋家具，我们把房子交回顾客的时候拎包就可以入住。



打造超级品牌IP：518定制节

5月18日-21日，正式启动集明星代言、终端活动、品牌发布以及消费者互动于一体的尚品宅配518定制节。通过一系列的营销动作，吸引大量消费群体参与，将518定制节打造成一个拥有互动性和可持续性的内容IP。

定制节发布会当天，香港著名歌手、演员张智霖亲临现场与粉丝密切互动。同时，广州30多家媒体前往现场实时报道，超过300多位嘉宾和消费者进入会场，当晚腾讯视频直播观看量达22万次。



明星营销助力销售拉升

在广州、北京、武汉等地邀请明星张智霖、流量街舞明星胡浩亮、谢文珂、小蘑菇等为智选518元/m²套餐站台，明星微博发文推介，引发上万转发量，线上客户流量和预约量尺寸大增，获得品牌曝光与业绩双重增长。

The image displays three vertical promotional posters for a real estate campaign. Each poster features a different celebrity and promotes a 'Smart Selection Package' (智选套餐) for 518元/m². The posters are set against a background of musical instruments and notes.

Poster 1 (Left): Features celebrity 亮亮 (Liangliang). Text includes: #全能Battle王# 亮亮, 这就是街舞人气选手, JusteDebout, KOD9多项冠军, HHI中国形象大使, 新舞林大会特邀导师. Package details: 随心定制 全屋家具 拎包入住. 智选套餐518元/m² 全屋家具 一站配齐. Includes: 客餐厅, 主卧, 次卧, 儿童房, 厨房.

Poster 2 (Middle): Features celebrity 小蘑菇 (Xiaomogu). Text includes: #WAF全球推广大使# 小蘑菇, 这就是街舞重量选手, WAF和WDG少儿组冠军, 曾登上美国《艾莎秀》, 真正的街舞明日之星. Package details: 随心定制 全屋家具 拎包入住. 智选套餐518元/m² 平米均价 拎包入住. 21/24件智选产品 轻松入住.

Poster 3 (Right): Features celebrity 谢文珂 (Xiewenke). Text includes: #世界舞王# 谢文珂, 这! 就是街舞4强, KOD三连冠, WDC总冠军, 新舞林大会特邀导师. Package details: 随心定制 全屋家具 拎包入住. 智选套餐518元/m² 随心定制 每1m²都懂你. 数千套好设计 适合多种户型.

518广告覆盖，从你的全世界路过

518广告投放强势覆盖全国核心交通枢纽：3城机场、22城高铁、10城户外LED，实现公交车、楼宇、地铁广告全覆盖。



518智选模式引发媒体密切关注

518智选模式备受媒体关注，在2018年3月至2018年5月期间，吸引众多媒体、KOL、报社进行报道，累计发稿量 185 篇次。其中，报纸发稿 7 篇次，微信大号发稿 5 篇次，APP 发稿 23 篇次，网站发稿 150 篇次。



超集店（C店）

C店简介

C店是尚品宅配继SM (Shopping Mall) 店、O (Office) 店之后的第三种门店类型。C店的“C”一字双关，它既是中文“超级”中“超”的首个拼音字母，也是英文单词“Collection”（集合）的首字母。“超集”不仅体现在超大的门店面积上，更体现在产品品类与业态的丰富上。尚品宅配利用多重业态的集合经营，跨界联合不同品牌，将吃、喝、玩、乐的多元生活融于一体，用“Collection”的集合模式，诠释“家居、时尚、艺术、社交”共为一体的慢生活体验，直击都市人对自在和自由的生活诉求。



C店核心亮点：大体量、多业态、重体验

C店占地面积3000+m²，整体空间的布局与设计融合当地特色元素及不同人群的生活方式，将C店打造成富有城市特征的“城市会客厅”。例如北京C店运用了京剧脸谱、水立方与天安门等颇具代表性的北京元素，将创新与传承完美结合。

聚焦消费者，将店铺区域划分成慢生活体验区、亲子玩乐区、家居体验区、慢阅读区等多个区域，并同步引进咖啡、花艺、手作、无人零售、电器服务等特色品牌，重点突出能为消费者带来舒适感和愉悦感的体验场景。

C店的集合特性表现在三方面：

第一，将线上、线下的客流全部汇聚于零售终端，C店形成了一个全新的“场”；

第二，把产品与消费者的体验、生活方式深度融合，让消费者亲身体会最时尚、最热门的生活方式；

第三，把传统定制家具向前和向后延展。向前有门窗、吊顶、壁纸等装饰建材，向后有软装，如窗帘、灯饰以及其他家居用品。



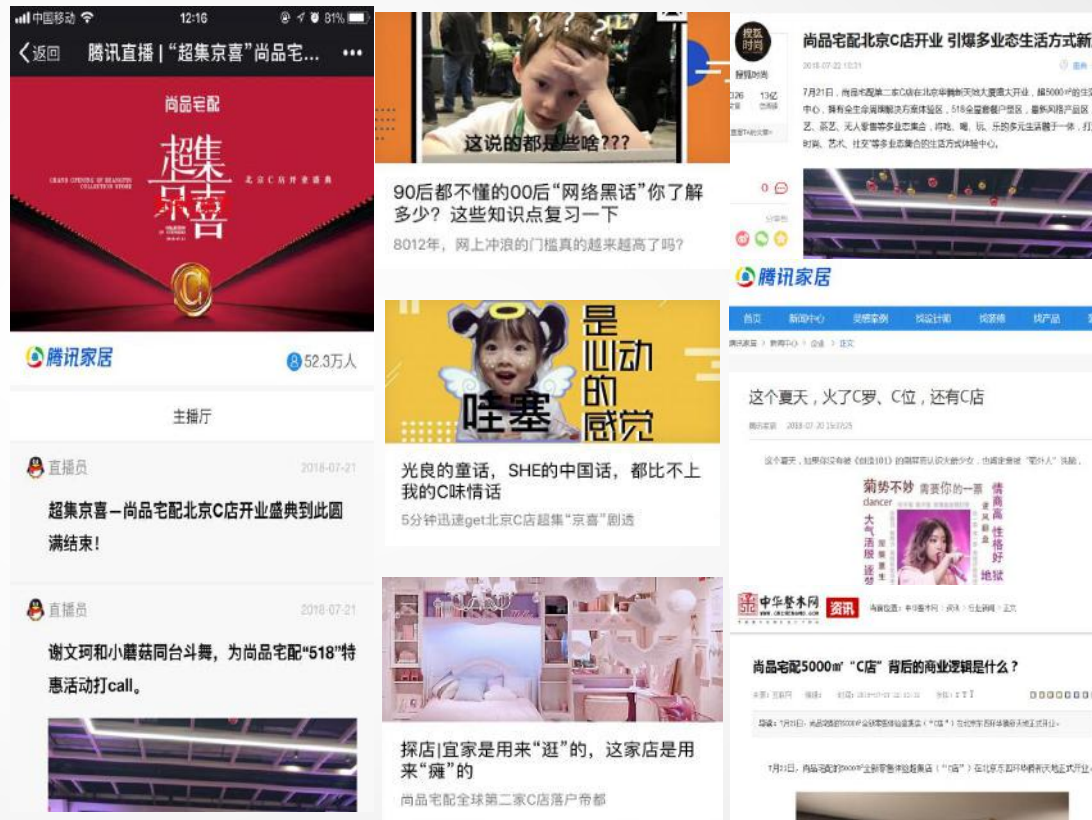
话题性：Collection，慢生活，城市客厅，一日生活圈

C店作为集吃、喝、玩、乐于一体，融合艺术、时尚、生活与社交的慢生活体验馆，主张“活在当下”慢下来生活的态度，引导顾客在C店能够远离都市喧嚣浮躁，传达慢下来、去自在生活的态度主张。通过以“C店、网网店、C位”等时下新潮热点为关键词，制造新店开幕营销事件与话题。在线上，借助多媒体、全方位推广报道，从预热到收尾都保持了持续的曝光与话题。内容上突破以往的官方宣传稿形式，采用了更为年轻化的表达形式。在线下，与网易严选、苏宁易购、方太烘焙、本来生活等品牌联动，引入亲子娱乐、轻食、花艺、烘焙、摄影等多种业态，为C店带来话题和流量的同时，也极大丰富了消费者们的互动体验和家居体验。



传播性

尚品宅配超集店开业期间，崭新的“超集”概念深得顾客、媒体以及同行业的关注。其中，开业当天吸引了上海当地超过20家媒体、北京当地31家媒体前往现场探店及报道。全国范围内超过120家媒体争相报道“C店”，微博网红KOL逛店直播互动获11000+观看量，进当天热门；发布会现场直播点击量突破52+万次。其中：企业孵化平台亿欧网评价C店“开启了家具店零售业态的新模式”；而赢商网则认为“C店”多业态的经营方式更符合当下市场的消费趋势，值得行业借鉴。



《如懿传》传播

尚品宅配以网络贴片、如意帖等形式赞助代言人年度大戏《如懿传》，将品牌与剧情相结合，利用社会化媒体进行话题性传播，强关联IP资源，输出“个性化定制”的品牌传播主张。



线上通过硬广投放、借势明星、融入剧情、话题引爆、创意互动等新式最大程度曝光品牌；线下通过借势《如懿传》大IP，在全国范围内开展形式多样的营销落地活动，助力销售业绩提升。



七夕，古代人都送什么给女朋友讨好芳心？
大猪蹄子们，这些七夕锦囊快收好喽！



《如懿传》今晚上演，这份观剧攻略拿走不谢！
您的官方段子手已上线



《如懿传》&《延禧攻略》正面刚，你pick哪一部？
最近热播的《延禧攻略》，凭借带感的宫斗剧情和精良的服化布... 「...」



尚品宅配

科技定制 全屋家具

如懿传

你所想 ORDER YOUR LIFE 动心





智搭套餐 儿童房2件套

1.35m/1m上下床 + 0.9m定制衣柜

上下床 ZXCDC018A 尺寸: 1X1.9m/1.35X1.9m
衣柜 YVA2-AB002 尺寸: 0.9x0.6x2.8m

智搭套餐 限量发售

一口价 ????元

8月23日18:30准时开抢