

做优生态 体味文化知心

红星美凯龙开启“创新玩法”，助力全行业多元化变革



红星美凯龙坚持创新引领，做优生态，化危机为生机，把握行业转型、迭代、升级的大趋势，实现稳健发展。资料图片

面对当前大环境的诸多挑战，作为中国家居流通的第一品牌，红星美凯龙坚持创新引领，做优生态，化危机为生机，把握行业转型、迭代、升级的大趋势，激发平台力量，构建起一个多元、融合、可持续发展的家居生态链，并用城市化、商业化、全球化的思维，挖掘出全球高端家居品牌和中国原创设计品牌，赋予这些品牌更好的生长土壤，共同服务好中国高端消费群体和年轻消费群体。

活动精彩，品牌建设高端化鲜活化年轻化

这些年来，红星美凯龙发起了一系列的品牌活动，比如从2018年开始发起的M+设计大赛，携手敦煌研究院将传统文化与现代先锋设计完美融合；2021年国庆之后推出的“拿来吧我的宝藏家居”活动，与央视《国家宝藏》跨界合作，赋能红星美凯龙品牌内在的厚重文化感知；今年1月发起的“孝子日”活动更是引发公众对中国传统

家文化精神内核如何在新时代发扬与传承的广泛思考。一系列高品质品牌内容的生产，让红星美凯龙在品牌建设的高端化、鲜活化、年轻化三大维度赢得广泛认可。红星美凯龙品牌在广大受众心中形成高度积极正面的联想、清晰活跃的品牌认知，从而沉淀出价值不菲的品牌资产。

文化赋能，高雅审美提升家居商场竞争力

一直以来，红星美凯龙紧紧围绕文化与美学传递品牌价值。这跟红星美凯龙的使命——提升中国人的家居品位为己任紧密相连。弘扬经典的传统文化，围绕人文、人本，构建和谐积极的家文化、社会文化，是红星美凯龙品牌希望在“文化”领域作出的贡献。

弘扬符合时代需求的高雅审美品位，是红星美凯龙品牌积极传递的第二大价值利益点。红星美凯龙始终定位于“高端、时尚、品位”的家居商场，

构建高雅的空间之美、装饰之美、生活之美，是红星美凯龙作为家居头部企业的“使命自觉”。从M+设计大赛到携手敦煌研究院的寻美之旅，从携手国家宝藏到美好的日常活动倡议，都是红星美凯龙在高雅审美之路上的不断探索与美的结晶。

钢筋混凝土不是红星美凯龙的竞争力，运营能力才是红星美凯龙战略成功的关键，因为运营能力以洞察消费需求为基础，以赋能品牌家居企业为己任，这是真正的制胜之道。

撰文 田甜

这些政策正在影响家居行业

回顾过去的一年，2022年的家居企业经营再遭困境，不管是终端销售还是物流运输等都不同程度地因供应链受阻而承压前行。2022年有哪些政策发布推动着行业发展？2023年哪些新规将影响行业？相信，在多重政策的联动作用之下，家居行业将迎来一波新的发展机遇，市场活力进一步迸发。

2022年2月，国务院印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》，其中提到要大力发展银发经济，针对不同的生活场景，重点开发适老化家电、家具、洗浴装置、坐便器、厨房用品等日用品以及智能轮椅、生物力学拐杖等辅助产品。

2022年4月，国务院办公厅印发《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》，其中提到要促进消费有序恢复发展；全面创新提质，着力稳住消费基本盘；完善支撑体系，不断增强消费发展综合能力等重要意见。《意见》的发布，有利于进一步释放家居市场消费潜力，全面激发消费信心和活力，促进消费持续恢复。

2022年5月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》，提出加快发展大城市周边县城，支持边境县城完善基础设施，健全商贸流通网络，推动老旧小区改造，推进数字化改造，打造蓝绿生态空间，推进生产生活低碳化，大力发展绿色建筑，推广装配式建筑、节能门窗、绿色建材、绿色照明，全面推行绿色施工，推进县城基础设施向乡村延伸等具体要求。这是对建材与家居行业新的发展要求，也将给长期助力乡村振兴战略、新型城镇化发展的行业企业提供新的发展方向和发展机遇。

2022年7月1日起，《中华人民共和国实行水效标识的产品目录（第三批）及淋浴器、净饮水机水效标识实施规则》实施。该规则覆盖的产品范围是安装在建筑物内的冷、热水供水管路末端，公称压力（静压）不大于1.0MPa，介质温度为

4~90℃条件下的盥洗室（洗手间、浴室）、淋浴房等卫生设施上使用的淋浴器（含花洒或花洒组合）等。2022年7月1日前出厂或进口的产品，可延迟至2023年7月1日前实施。

2022年8月，商务部等13部门发布《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，其中明确提出开展全国家电“以旧换新”活动，推进绿色智能家电下乡，鼓励基本装修交房和家电租赁，实施家电售后服务保障提升行动，加强废旧家电回收利用等9条具体措施。这些措施的出台，有利于满足居民家电消费升级的需求，不断拉动家电及上下游关联产业发展，助推家电、家居产业的共同发展。

2022年8月，工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局联合发布《推进家居产业高质量发展行动方案》，其中提出到2025年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，同时明确在家居产业培育50个左右知名品牌，建立500家智能家居体验中心，以高质量供给促进家居品牌品质消费。该方案的推出，有助于引导资源要素向推动家居产业高质量发展集聚，促进供需两侧有机结合、协同发力，推动产业突破发展瓶颈。

2022年12月，《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》公布，在“持续提升传统消费”部分明确，促进家庭装修消费，增加智能家电消费，推动数字家庭发展；在“积极推动农村现代化”部分提到，推动农村居民汽车、家电、家具、家装消费升级。引导县城引入城市消费新业态新模式，充分满足县乡居民个性化、多元化、中高端消费需求。战略规划提出要促进家庭装修消费，预计后期会有一些配套政策出台，或者是刺激终端消费，或者是支持市场主体，都是未来的动力。

万物复苏、充满变革生机的2023年即将开启，当然市场竞争依然激烈。唯变不变，只有瞄准时代的机遇，突破自己，才能最快地迎接明天的朝阳。

（田甜 整理）

匠心湘筑

2022年度湖湘品牌家居（卖场）总评榜特别报道

企业名片

红星美凯龙家居

一直为实现“打造中华民族的世界商业品牌”的企业愿景而不懈努力。30多年来，从最初的“第一代”商场到目前的第九代“红星美凯龙家居艺术设计博览中心”，引领家居消费从单纯的“买家居”，过渡到“逛家居”“赏家居”时代。通过欣赏家居艺术、家居文化，提升消费者自身的生活品位，红星美凯龙不断升级创新，通过打造线上线下一站式购物平台，满足消费者家居购物极致体验。截至目前，公司商场品牌库拥有的国内外产品品牌数量超过31300个。

红星·美凯龙 MACALLINE

湖南省 营发中心

以诚心 预见更好的未来 RED STAR MACALLINE

红星美凯龙湖南省11城22店与您共赴理想生活

湖南全球家居1号店 长沙韶山商场 长沙创世世纪商场 长沙芙蓉南路商场 株洲天元商场 湘潭九华商场 衡阳CPCARK商场 衡阳雁峰商场 娄底华星商场 怀化河西商场 祁阳环星商场 常德东星商场 常德石门商场 邵阳宝庆商场 邵阳隆回商场 永州零陵商场 湘西龙山商场 岳阳星艺佳 永州道县星艺佳 永州江华星艺佳 永州祁阳星艺佳 永州宁远星艺佳

合作热线：185 7336 0666（陈） 186 8477 9984（闻）



城市的幸福是一个个“家”的显色，更是湖湘楼市的晴雨表。 资料图片

2022年度湖湘楼市总评榜即将揭晓

长沙晚报12月29日讯（全媒体记者 谭晓波）2022年，长沙连续15年获评“中国最具幸福感城市”。城市的幸福是一个个“家”的显色，更是湖湘楼市的晴雨表。过去一年，湖湘楼市“赛道”发生了哪些改变？人居品质标准有哪些提升？又涌现了哪些口碑与销量兼具的人居项目？近期，《2022年度湖湘楼市总评榜》即将揭晓，届时这些问题都可以从中找到清晰答案。

2022年，伴随着长沙区域拓展与城市界面革新，城市空间的升级也带动着人居产业的迭代，更多的住宅项目基于城市空间赋能，展现出城市人居的多元化特性。虽然市场回归理性，但依然涌现出不少“网

红”楼盘和热点话题。这些项目或是以产品力竖起“板块标杆”，或是以复合型开发理念带动区域进阶，或是以“自带高光”引爆话题，或是创下“高光”的市场纪录。

本着促进行业健康发展，引导市场平稳过渡，扶持优秀企业项目的核心宗旨，2022年度湖湘楼市总评榜已经正式启动，将通过对房地产企业的销售情况、开发实力、品牌影响、产品品质、社区服务、社会口碑以及社会责任等综合实力的多维度考量，经过前期摸底、权威见证、实力评选，共同评选出2022年度湖湘责任地产品牌、2022年度湖湘城市贡献与推动力品牌、2022年度湖湘楼市标杆华宅、2022年度湖湘楼市品质风尚社

区、2022年度湖湘楼市人气典范楼盘、2022年度湖湘楼市风云人物等。

在这里，读懂楼市的未来走向，是这些年来湖湘楼市总评榜见证者的共识。在今年行业大转折下，2022年度湖湘楼市总评榜面向当下，展望未来，一场开启新时期、寻找新方法的“思想盛宴”即将到来！如果您也想在这场湖南房地产业的年度盛典中，共同探寻房地产行业迈向高质量发展的话题，欢迎扫描二维码关注“住长沙”官方微信公众号后留言。



扫码关注“住长沙”

2022年家居行业五大最热关键词

中国家居制造业经过二十多年的高速发展，当下正处于转型升级的重要时期。2022年，家居行业出现了哪些新的趋势，备受热议的行业风口又在哪里？盘点2022年家居行业五大最热关键词，要看懂这个行业其实并不难。

环保风暴：绿色环保是装修的永恒话题，权威数据调查显示，环保已经上升为消费者选购家居产品的第一要素。环保风暴将是一项长期且艰巨的任务。2022年，我国家居企业为了赢得市场，在设计、生产、销售等过程中主动采用绿色低碳措施，并交出了不俗的成绩单。

涨价潮：家居行业涨价潮从去年年底

开始，海绵、铜、板材等多次宣布涨价。此番涨价并非个别行业，而是涉及整个家居行业，包括沙发、家具等细分领域或者品类，上涨幅度为10%~30%不等。此番行为归根结底，主要是受全球供应链危机、运输和原材料上涨等影响。

整装定制：今年家居行业最受瞩目的现象就是定制头部的价格战。自开年以来，头部定制家居企业就以“整家套餐”形式，率先发起了新一轮的“价格战”。“一口价”“拎包入住”“套餐内外同价”，从性价比到质价比，家居企业C端市场竞争愈演愈烈。

智能家居：近两年，受疫情、消费升级

等多重影响，人们更关注家居生活的智能化、便捷性、舒适性等多方面体验。数据显示，2016—2020年我国智能家居市场规模由2608.5亿元增至5144.7亿元，年均复合增长率为18.51%，预测2022年我国智能家居市场规模可达6515亿元。

企业上市潮：橱柜、装饰企业、瓷砖、家纺……建材家居行业各品类几乎都有企业在今年上市。这些国内领先的企业销售规模大，业绩快速增长，成功上市意味着企业市场竞争筹码的增加。同时，市场的监督可以增强消费者的信任感，加强品牌的知名度。

（谭晓波 整理）