# 红星美凯龙杂志初案1[五篇]

来源：网络 作者：夜色温柔 更新时间：2024-10-18

*第一篇：红星美凯龙杂志初案1贵阳红星美凯龙富源美家私期刊策划初案—————————————————————————————策划：贵州正本堂企划传播有限公司一、家具连锁企业市场分析中国家具市场及流通领域，随着改革开放和人们对居住环境要求的不...*

**第一篇：红星美凯龙杂志初案1**

贵阳红星美凯龙富源美家私

期刊策划初案

—————————————————————————————

策划：贵州正本堂企划传播有限公司

一、家具连锁企业市场分析

中国家具市场及流通领域，随着改革开放和人们对居住环境要求的不断改善，以及从90年代新兴的房地产市场的发展而蓬勃发展，通过十多年来的整流器合和调整，家具业正在从原始型向连锁化、规模化、现代化的综合型集团大企业方向发展。现代家具卖场正以温馨舒适的购物环境、优质的产品和服务、以及规范的管理等崭新的形象开拓着中国家具业的新纪元。

当国际贸易的大门进一步开放，一场激烈的竞争势在必行，一场品牌和商场间的重新组合在所难免，消费者对家具行业品牌的认同和了解越来越挑战着家具市场，尤其是国际家具企业的大举进入，使家具市场瞬间便“风起云涌，群雄逐鹿”。而要想在未来的竞争中拥有一批忠诚度极高的消费者和潜在消费群体，就必须依靠企业文化，让消费者和潜在客户群认同企业的企业文化，从而为企业占据市场，攻城掠地奠定坚实的基础，而企业内刊无疑是建设、传播和推广企业文化的最好方式。

从家具行业推而广之，《万科》、《万通》、《联想》等企业内刊对企业的影响也可以看出，企业内刊是企业长远发展的得力助手，是企业在市场经济时代提升竞争力的需要。

二、企业内刊对红星·美凯龙家私的作用

如今的贵阳市场，家具行业中品牌也不少，各种定位的都有。如佳诚国际家具广场、青禾家居、贵州西南国际家居装饰博览城、年年好家居、龙港家具、浙江商城、港艺家私、嘉润家具商城、欧化家具等，市场竞争非常激烈。红星美凯龙富源美家居如要在众多同类商家中脱颖而出，除了扎实的市场运作外，对其“全球化名牌捆绑”的品牌经营策略深入推广也将起到了一定作用。

由此可看出，企业文化的宣传运作、品牌公信力的提升，对企业的可持续发展是至观重要的。因此，红星美凯龙富源美家居要想在日渐激烈的市场竞争中走得更远，走得更稳，必须得在这一点上做文章。但是，怎样才能把这些活动跟企业文化及企业的经营理念结合起来，让目标消费群体在企业品牌的认知上有一个延续的接受呢？相对而言，企业内刊具有投入资金少、目标针对强、投放信息可把控、信息延续效果强等优点，这对于一个品牌的传播，对于一个品牌卖点的整合更能起到事半功倍之效果，更能给人以稳重感。同时，可作为企业能自己把控的推广载体，更能行之有效地把企业需要告知信息受众的信息发布出去，而不会受到其他的干扰。

红星美凯龙刚进驻贵阳，与贵州一线家具品牌富源美家居强强联手，倾力打造贵阳家居市场的“航母”，急需一个提升其品牌形象的宣传工具，我们认为，杂志是最好的选择。

另外，针对贵阳红星美凯龙富源美家居的实际情况，我们建议，其杂志的功能定位为“内外兼修”，即企业内部沟通的平台和企业文化宣传载体的统一。

三、贵州正本堂公司在企业内刊上的优势

1、策划编辑：本公司组建的期刊中心团队有着丰富的实战经验，有的是省内外各知名杂志和媒体的特约撰稿人，有的曾在本行业做过相当长一段时间；

2、设计：来自深圳的设计师；

3、运营案例：

A、刊物类：《城市档案》杂志的运营经历，《雅园》的全程代理成功运作；《西奥涂装》、《铭依楼》等画册和报纸的全程代理、B、画册类：黄果树烟草集团、贵州江葛公司、《仁怀一中》、成都中汉水处理公司、小河两基教育画册、C、品牌推广类：贵州乡下妹辣椒食品有限公司品牌上市推广运营；

D、企业大型推广活动类：工行25周年图片展及画册的全程策划设计（包括后期制作、参展形式设计），等等，让我们更有信心成为您企业内刊的得力助手。不管是栏目策划、编辑设计、印刷代理，甚至后期的发行管理，我们都有着成功运作的经验。

四、贵阳红星美凯龙富源美家居内刊形式设计说明：

1、杂志封面：“红星生活广场”+企业标志+打造家居航母，中国第一家居+总第#期+“免费索取”字样；

2、杂志封面设计风格：

3、画册总页数：待定；

4、内页用纸：157克铜板纸（进口）；

5、画册扉页：特种纸（进口）；

6、画册封面封底：200克特种纸，并辅之以相关制作工艺；

7、画册成品开本：210X285MM。

五、红星美凯龙富源美家居企业内刊资金渠道形式内刊制作资金来源主要可以从以下几个方面筹集：

1、整合家装公司或品牌商家（让家装公司或品牌商家在杂志上做相关广告，如家装公司可针对客户房屋面积参考性提供装修方案），费用共担；

2、市场内各商家均摊费用；

3、内刊插页广告收费；

每期内刊（含编辑、设计及印刷）。内页广告最低可收到一万左右的费用，内刊剩余费用均摊至商场内每户商家时，不到1000元（不算家装公司的赞助费、广费）。

注：要根据最终定下的材质、P数及工艺才能有准确的成本核算。

六、我们应该承担的工作责任及范畴：

1、根据杂志功能的需要，负责杂志栏目内容策划；

2、根据杂志栏目内容安排，负责向贵方开具原始内容（文本和图片）清单；

3、负责对贵方所提交的原始内容（文本和图片）进行梳理和提炼；

4、所有栏目稿件设计直至贵方最终认可；

5、负责对贵方所提交的原始图片进行专业程序处理；

6、负责编辑、设计、出片及后期印刷等全程跟踪控制。

附：

贵州正本堂公司就美凯龙家私内刊的策划大纲初案

内刊封面主题：红星生活广场

备选：精品红星

一、封面、封

三、封底

○广告图片、重要内容标题。

●该版块图片广告费可由赞助商或美凯龙富源美家居店内品牌店家提供。

二、卷首语

●红星美凯龙富源美家居总经理或主编致辞。

三、杂志目录

○根据需要而定，一般为一个版面，如文章多，可增至两个版面。

四、红星文化

● 红星美凯龙富源美家居服务理念（如送货上门、保养知识、产品维护、售后服务等）；

○ 产品创新、理念创新、管理创新；

● 红星美凯龙富源美家居企业活动（大型活动，如文化研讨会，红星美凯龙富源美家居内部运动会等，并以此作为企业文化建

设的一个部分）。

五、红星生活

○ 体验式精品店的架构和绿色生态环境的营造；

● 家居文化活动、会员专属活动，专业导购、家居清洁、家政保姆等服务；

○ 家居信息中心，家居文化中心、家居体验中心；

● 家具购买手册（介绍买家具要注意的一些基本常识）；

○ 家装手册（美凯龙可根据客户房屋的面积为其设计不同的装修风格，以及根据不同的装修风格摆放不同风格的家具）； ○ 健康小贴士；

● 品牌家具深厚的历史文化底蕴鉴赏。

六、时尚家居

●最新流行的家具风格；

○多功能、很具实用性的家具；

●家装风格与家具的搭配；

○家具的护理与保养；

●美化家居小贴士。

七、旅游视点（此版块旨在增加内刊的可读性，是否需要可视实际情况而定）

●人们对各种社会现象的感悟、看法，可对外征稿；

○时尚生活方式、旅游见闻等。可对外征稿；

八、要闻通道

●企业简短的信息报道。包括展位出租、品牌店开业，特价优惠，品牌广告；

○红星美凯龙富源美家居商场各种品牌的促销活动；

九、编读往来

●顾客对红星美凯龙富源美家居各个地方的服务态度、购物环境、家具质量 的看法和建议，建立了一个消费者与红星美凯龙富源美家居沟通的平台，更容易拉近消费者与企业的距离。

贵州正本堂企划传播有限公司

公司网址：http//

联系电话：0851-6821068传真：0851-6821068

地址：贵阳市花溪大道北段100号锦绣星城3-7楼E座

2024年3月13日

**第二篇：红星美凯龙**

红星美凯龙连续5年跻身中国民营企业500强前50位，自1986年创业以来，始终以建设温馨、和谐的家园，提升消费者的居家生活品味为己任。截至目前，已在北京、上海、天津、南京、长沙、重庆、成都、南昌、合肥、石家庄、沈阳、包头等36个城市开办了60家商场，市场总规模达550万平方米。2024年销售总额突破235亿元，成为中国家居业的第一品牌。2024年荣获“国内影响力品牌领袖大奖”、“家居家装行业影响力品牌领袖大奖”。此外集团多年来还一直热心社会公益事业和光彩事业，成立了 “红星光彩基金”，用于扶危济困，帮老助残。企业精神

创业25年来，红星集团始终秉承“一丝不苟，视信誉为生命；勤奋务实，视今天为落后”的

红星美凯龙世博家具广场

企业精神，积极实施品牌市场全国连锁化经营、“全球化名牌捆绑”品牌经营的策略，在全国领先推出了“市场化经营，商场化管理”的模式，得到了吴敬琏、魏杰等权威专家的高度肯定，被誉为“红星美凯龙经营模式”。并在中国家居业首创了“所有售出商品由红星美凯龙负全责”的诚信创举，为中国家具建材市场的发展与繁荣作出了创造性的贡献。获得荣誉

红星集团连续三年跻身中国民营企业500强前30位，名列2024中国民营企业市场竞争力第1名，2024年再度当选中国最具竞争力100家名牌，2024年荣膺“2024中国最具竞争力民营企业50强”、“中国连锁经营企业50强”。红星先后获得了“中国诚信企业”、“全国诚信建设示范单位”、“中国质量万里行突出成就奖”、“中国绿色生态家居示范商场”等荣誉，被全国工商联和国家劳动保障部授予“就业与再就业先进单位”称号。

2024年，红星集团被中国精神文明建设指导委员会授予“全国文明单位”荣誉称号，并荣获：“中国家居市场最具影响力品牌”、“中国诚信示范单位”、“全国创建学习型组织参观示范单位”、“中国行业最具影响力品牌”、“中国家居行业十佳竞争力之星”、“中国家居行业核心竞争力第一品牌”等光荣称号。文化企业

红星美凯龙，还是一家以文化著称的企业，是中国企业文化副会长单位。2024年，中国企业文化促进会授予了红星“中国企业文化建设十大杰出贡献单位”，车建新董事长也被授予了“中国企业文化建设十大杰出个人”的荣誉。2024年，再次荣获“中国企业文化建设十大杰出单位”、“2024全国企业文化建设工作特殊贡献奖”。

红星美凯龙创建的品牌连锁大卖场，不只是一个个简单的商业流通物业；红星卖场销售的家居商品，也不单是一件件普通意义上的商品，我们更多传播的是一种“家的文化”、“家的艺术”，引领社会大众高品质的生活理念和生活方式。红星人推崇“快乐学习，快乐工作，快乐生活”的快乐文化，不仅追求学习的快乐、工作本身的快乐，还体验工作中的生活乐趣，要让每一位红星人活出生命的精彩！学习型企业

红星美凯龙还大力创建学习型企业，积极开展自我超越、心智模式、共同愿景、团队学习和系统思考的五项修炼，并把以爱国主义为核心的中华民族精神的培育和品格的培育作为企业的第六项修炼，创出了一种既符合国情、民情又符合企情的“学习型企业红星美凯龙模式”。

2024年9月，国际组织学习协会在奥地利维也纳隆重举行了第二届全球论坛。红星集团应邀赴会，并作了《学习给我新生命》的专场演讲，国际学习型组织创始人、《第五项修炼》的作者彼得?圣吉博士亲率国际组织学习协会的全体核心成员出席，并给予了好评。这是中国民营企业、也是中国企业第一次登上国际组织学习的大舞台。

彼得·圣吉博士曾在2024年9月为红星集团特别题词：在快乐中享受服务，在服务中体验快乐。以你们的学习，带来一个更高、更快、更强的企业。公益事业

红星集团多年来一直热心社会公益事业和光彩事业，积极回馈社会，专门成立了 “红星光彩基金”，用于扶危济困，帮老助残。1999年红星出资100万元设立了“红星集团光彩助困基金”，这是常州市首个“百万光彩助困基金”，此举被评为“常州市精神文明十佳好事”；2024年红星积极响应江苏省光彩事业促进会发出的在苏北沿海地区捐建“江苏光彩世纪林”的号召，率先捐赠100万元承建了“江苏光彩世纪林?红星美凯龙园”，在苏北射阳沿海地区无偿种植5000亩意杨林。红星集团因其在光彩事业和绿化国土方面的突出贡献，2024年董事长车建新被授予“国土绿化贡献奖”殊荣。

2024年至2024年，红星集团先后三次向拉萨人民共捐赠100万元，援建拉萨市工商联办公大楼，支持拉萨的民营经济发展；2024年，红星集团捐资200万元赞助兴建了被列入上海市2024年实事工程的曹杨福利院；2024年年底，红星集团为常州市慈善基金捐款1000万元建立助孤基金，为江苏省慈善基金捐赠了100万元„„自建企以来，红星已先后在抗洪救灾、光彩事业、希望工程等公益事业和光彩事业上累计捐款1900多万元。企业目标

红星人的共同愿景是：到2024年建成40家品牌连锁大卖场（已经实现），打造中国家居业的“沃尔玛”，成为国际化企业集团；到2024年建成200家品牌连锁大卖场，打造中华民族的世界商业品牌。

**第三篇：红星美凯龙**

红星美凯龙进驻著有“海滨邹鲁，文献名邦”之称的莆田，并于2024年6月30日完成招商。经过数月来的筹备，红星美凯龙全球家居生活MALL（莆田商场）于2024年10月15日正式开业。南阳红星美凯龙盛大开业

继09年11月份郑州红星美凯龙二店开业之后，12月12日，红星美凯龙第61家店又在南阳掀开神秘面纱。南阳红星商场总面积达9万平方米，集家具、建材、设计、装修等综合功能为一体，体验式精品店的架构开创家居卖场业态升级的先河。在红星美凯龙南阳商场开业前夕，南阳红星美凯龙把开业请国内一线明星的钱、把举行豪华开业典礼的钱都省了下来，请全体南阳人民的客——在南阳商场开业的前一天，也就是12月11日，南阳市所有的公交都可以免费乘坐。并且每年的红星美凯龙开业纪念日都要做这样的活动。这在全国来说尚属首例。这次公交免费乘坐活动是红星绿色环保理念的有力体现，是为了倡导绿色出行，公交先行，唤起广大市民的绿色环保意识。

被业界誉为“东北家具建材1号店”的红星美凯龙龙之梦商场于2024年9月30日盛大开业，这一东北最大的家具建材综合“Mall”已经在辽沈大地揭开它的神秘面纱，与广大消费者共同体验美好的家居生活。9月27日，红星美凯龙龙之梦商场即将开门纳客开始试营业。不只是产品的极大丰富，便捷快速的交通网络同样使红星美凯龙龙之梦商场占尽了优势，地铁1号线、地铁5号线汇聚于红星美凯龙龙之梦商场，56条公交线路与地铁无缝衔接，让消费者可以畅享立体交通。让我们共同翘首期待红星美凯龙龙之梦羽翼在辽沈大地展开所迸发出的巨大力量。

受荆楚家居业界瞩目的湖北首家红星美凯龙全球家居广场——黄石红星美凯龙“鄂东南家居1号店”于2024年12月8日盛大开业，迎来黄石数以万计的家居消费者的鉴赏。业内人士认为，这也标志着荆楚家居行业一个新的时代即将到来。黄石红星美凯龙全球家居生活广场定位高端，商场完全按照红星美凯龙第七代家居商场的模板建造，绿化总面积近千平米，整体5层的家居购物商场、8万平米大型家具建材购物MALL、数十个红星独有新品牌、分区明确的商场布局，让时尚与前卫、品位与尊贵、潮流与享受在这里完美呈现。作为黄石最大的一座纯粹定位“大家居”经营模式的生态环保家居建材MALL，红星美凯龙将成为辐射范围超过200公里车程的影响力巨大的“一站式家居购物中心”。

红星美凯龙日照商场开业

红星美凯龙日照商场是由中国红星美凯龙家居集团倾力打造的港城地区首家第七代样板店，总营业面积达9万平方米。商场引进了国内外近300家一线家居品牌，包含建材、家具、家饰、家电四大体系。同时，集文化传播、展览演示和购物休闲等综合功能于一体，以舒适的购物环境、一流的名牌产品和全程专属服务，将为市民打造一个一站式的绿色人文家居购物平台，有力提升城市服务业水平和整体功能。

红星美凯龙大连马栏益嘉广场店开业

红星美凯龙大连商场坐落于沙河口区马栏广场益嘉广场项目商业部分，地处西拓北进全域城市化的核心商圈位置。该商场设地上五层，地下一层，总经营面积达8万余平方米。商场内汇集了400余家国内外一线品牌，集萃建材、家具、家饰三大品牌体系，富含沙发、软床、儿童家具、松木家具、红木、板木家具、实木、欧式家具、陶瓷、卫浴、地板、橱柜、厨房电器、门业等众多家居类别，着眼中高端市场。

绍兴红星美凯龙预计年后开业

绍兴红星美凯龙12万方红星美凯龙全球家居生活MALL正在火热施工，各项开业准备工作有序推进，预计将在年后隆重开业。

绍兴红星美凯龙不仅仅是一个家居卖场，更是在传播一种全新的家居理念和家居文化。她致力于更具时尚品味和国际化的家居生活理念，传播“家的文化”、“家的艺术”，引领大众高品质的生活理念和生活方式，真正改变我们的生活，影响我们的未来！

邯郸红星美凯龙中道国际广场隆重开业

全球家居知名企业红星美凯龙家居生活广场在邯郸举行了盛大的招商会，这标志着红星美凯龙正式在邯郸县落户。截止目前，该项目已吸引国内外家居行业知名商家2024余户。

邯郸县中道国际·红星美凯龙家居饰博广场项目，总投资7亿元，由邯郸市中道房地产开发有限公司与上海红星美凯龙企业管理有限公司合作建设。该项目位于邯郸县兼庄乡南程庄村东，邯郸市丛台路东段与东柳林大街交汇处，中道国际广场大型商业圈之中，毗邻邯郸市政府，周边有30余处高尚住宅，10多条公交线路从此经过，为消费者提供了休闲、购物的好去处。该项目占地100亩，地上六层、地下两层，总建筑面积约23万平方米，经营家居、建材、装饰、装潢等多类产品。

红星美凯龙倾力打造的邯郸家居生活广场，建筑面积17万平方米，是集采购、休闲、娱乐、餐饮活动为一体的一站式服务商业中心。

杭州江干区九堡红星美凯龙全球采购中心即将开业

项目总投资约15亿元项，目首期占地约16万平方米（或者240亩），建筑面积约36万平方米。整个市场分为A.B.C三个区块，A区业态为家饰，B区为建材、C区为家居。（卫浴、厨卫、瓷砖、衣柜、移门、五金、吊顶、地板、木门、楼梯、灯具、墙纸、布艺、涂料、油漆）建筑模式为单体建筑，商场式，框架式建筑结构，主体建筑横向410米，纵向220米。按照红星美凯龙第七代家居商场模式全新打造。五星级市场商铺，共有观光电梯、手扶梯、客梯、货梯等100多部，千余个停车位，市场三楼自配有500个停车位。

杭州九堡联结杭州主城区与下沙、临平、萧山三大副城的枢纽地段，高铁、地铁一、二号线、杭州长途客运中心站、新火车东站、沪杭高速、杭浦高速、绕城高速、德胜快速路、九堡大桥，杭州交通中心东移绝对交通枢纽中心地位！接轨上海的东大门，新四季青、华贸鞋城、新客站商业城、红星美凯龙·金茂MALL、恒大建材市场、中国轻纺城·杭州瑞纺联合市场、中国五金机电城、杭州义乌小商品城·银沙联合市场、200万方的物流市场、下沙国际装饰城„„杭州最具升值潜力的未来核心！红星美凯龙投资24亿打造衡阳城市综合体

衡阳设立以红星美凯龙家居广场为核心的城市综合体项目，规划中的衡阳红星美凯龙家居广场项目，选址初定于蒸湘区船山大道，分两期开发，一期将建设10万平米红星美凯龙家居城、商业步行街、餐饮、写字楼等；二期项目将建设大型百货、国际连锁超市、娱乐、酒店和精品公寓。建成后，将成为衡阳市最大的城市商业综合体，成为衡阳市西部新城的商业中心。

红星美凯龙国际家居连锁执行总裁潘平表示，24亿元的投资，计划筹备衡阳首个单体面积突破10万平米的高端购物中心及配套高尚住宅项目，预计于今年年底动工。“满足消费迎合市场的需求，提高品位和档次，衡阳的空间很大，我们加快速度抢滩衡阳，将以商业集群的前瞻性来领跑市场，拉升衡阳这座城市品位！” 济宁红星美凯龙盛大开幕

9月29日上午，红星美凯龙以国际化家具市场的英姿在济宁首次亮相。商务部干部局局长陈学东、市人大常委会副主任刘明远、副市长兼济宁高新区党工委书记佘春明、市政协副主席李卫国等出席庆典并剪彩。济宁红星美凯龙是济宁市高新区为打造30万平方米市区北部新商圈引进的旗舰型商业综合体。项目总投资15亿元，经营面积10万平方米，聚拢了350多家国内外高端品牌，提供6000余个就 业岗位，是鲁西南地区规模最大、品类最全、品牌最多、购物环境最优的家居购物中心。红星美凯龙天津东丽店2024年1月开业

据了解，位于天津市东丽区的红星美凯龙已经完工，预计将在明年一月份正式开业。据悉，东丽区的红星美凯龙项目总投资近5.4亿元，总建筑面积近20万平方米(天津地区仅次于集美的30万平米)，地上5层，局部6层，地下2层，这是红星美凯龙集团在天津投资建设的最大规模体验式商场。目前，红星美凯龙在天津已经有两家店，河西区一个、红桥区一个，再加上明年开业的东丽区美凯龙，未来将有3家红星美凯龙卖场立足于天津市场。[2] 世界2024年十大卫浴新排名 日本TOTO排第一位

作者： 文章来源：中国陶瓷网 更新时间：2024-4-16

第一名：日本东陶公司TOTO

东陶公司创立于1917年，是日本历史最悠久的卫生设备厂家。是一个生产、销售民用及商业设施用卫浴及相关设备的厂家。追求高品质、高工艺水平，使用户享受卫生、健康、舒适的生活。东陶公司应用“水与电子相结合”的工艺技术以及其它相关技术，创造出首屈一指的东陶产品。使TOTO的产品以其卓越的功能和极高的可靠性。

第二名：德国高域Duravit

有卫浴界的劳斯莱斯之称的德国高域Duravit，有着182年历史，是世界洁具行业四大驰名品牌之一。以自行设计陶瓷卫生设备和浴室家具为主，并且以革新的路线和顶尖品质以及功能性获得多项国际设计奖。德国高域Duravit是第一个提供卫浴设备设计最完整系列的生产商。产品既符合大众的要求，同时又能满足个人风格。

第三名：德国高仪(Friedrich Grohe AG& Co.KG)

德国高仪(Friedrich Grohe AG& Co.KG)集团是世界著名的卫浴产品与系统供应商及环球性出口商。高仪集团成立于1936年，目前在全球140个国家拥有代表办事处，另有12家生产工厂及17家营业附属公司。它坚守创始者讲求精密度与高品质的精神，今时今日，高仪产品得到众多著名酒店的垂青。

第四名：乐家洁具Roca

乐家洁具公司是以生产和销售高档洁具为主的跨国集团公司，总部设在西班牙的巴塞罗娜。公司成立于1917年，拥有80多年的悠久历史。已在16个国家设厂40多家，产品销往全球80多个国家，年销售额超过15亿欧元，处于洁具业欧洲第一，世界第二。乐家公司于1999年投资2500万美元在中国开设第一家工厂。

第五名：美国标准洁具

美国标准公司于1861年在美国新泽西州成立。经过百年磨砺，美国标准公司已成为业内屈指可数的行业翘楚，成为一家享誉世界的多元化全球公司，拥有洁具、空调及汽车三大支柱产业。美国标准公司卫浴产品部是全球最大的开发和生产卫浴、厨房设备的集团公司。据国际权威机构2024年的统计，美国标准公司位列世界十大卫生陶器。

第六名：伊奈洁具

创始于1924年的伊奈，在日本、亚洲乃至欧洲的各个国家从事着卫生洁具及瓷砖的综合性生产。1996年，伊奈在中国成立了生产龙头、金属配件和浴缸的“苏州伊奈卫生洁具有限公司”，产品主要出口至日本。1998年，开设了卫生洁具与建材公司的上海分公司，开始面向中国国内的销售活动。

第七名：卡德维

在快节奏的现代生活背后，越来越多的人开始注重卫浴这一私人空间, 并乐在其中。尤其在繁忙的一天之后，一个功能齐全、设备优良的卫浴空间确实能带给人身心舒缓的享受, 也为生活平添了许多乐趣。当然, 打造高质量的卫浴空间，除了要求功能齐全之外，易于清洁、坚固持久的材质也是高质量卫浴产品的基本要求。

第八名：和成卫浴

1931年以12.5美元草创台湾和成制陶厂的邱和成先生也许并没有想到：70多年后的今天，hcg和成卫浴已成为一个世界性的名字，名列世界十大卫浴品牌之一，其单体静音马桶年产35万件，名列世界第一，还在菲律宾、中国内地投资建设了生产基地。

第九名：科勒公司(Kohler)

在公司初创的十年里，科勒公司(Kohler)只是一家生产农具铸件的家庭式工厂。1883年，约翰．科勒制造了第一只科勒浴缸。从此，科勒公司进入了卫浴制造业，科勒的传奇揭开了序幕； 1911年，科勒开发出整体铸造的搪瓷浴缸，脸盆和厨盆； 1927年，科勒研制出彩色搪瓷卫。

第十名：汉斯格雅

今天，人们的审美情趣越来越个性化，在建筑学上通盘考虑的沐浴空间里，家庭式的梦幻式洗浴享受将成为未来沐浴的生命力方程式。从洗浴文化意义上讲就是“运用色彩与造型，灯光与豪华来塑造梦幻风景印象”。这将涉及到感官的愉快和身体的舒适两个方面。

**第四篇：红星美凯龙创新**

即将兴建的红星美凯龙成都二店建筑面积12万平方米左右，分成地上6层、地下一层，项目的定位为国际家居旗舰馆，商场功能设计和布局均依据国际商业流行趋势和做法，在商业空间的设计上体现五大特点：

第一，通过流畅的外部交通来引入客流，停车场在地下二层，通过地下的停车场同时引入客流，使顾客进入很方便。

第二，通过情景化的方式来展示家居商品，真正的做到体验式的商业。

第三，是用国际SHOPPINGMALL的模式，以步行街的方式传统中间。

第四，以便利的交通组织优化展示交易洽谈环境。

第五，是复合与聚集的展示、交易、洽谈环境。

众所周知，红星美凯龙创建的品牌连锁大卖场，不只是一个个简单的商业流通物业；红星卖场销售的家居商品，也不单是一件件普通意义上的商品，更多传播的是一种“家的文化”、“家的艺术”，引领社会大众高品质的生活理念和生活方式，努力创建国际国内的高档家居销售基地，成为全球家居的采购中心。

红星美凯龙总裁车建新说：“我们有什么？我们比美国、欧洲强的是什么？我们有孔子文化，是礼仪之邦，我们有佛教文化，佛教文化也是一个礼仪文化，儒家文化也是礼仪文化，但是要靠我们居家的人来打造我们空间和老百姓的心灵。所以，我们一定会把红星美凯龙商场当成一个作品来做，当成一个艺术来做。”

所以，红星美凯龙成都二店将包含红星美凯龙第七代商城的所有特点，融合了时代、人性、文化、艺术，是一个带美术馆的家居中心，有着最大的家装设计中心，同时在商场内整合国际国内的一线品牌，打造四五百家家居品牌的旗舰店。“家是什么？家是一个心灵的港湾。我们在卖什么？我觉得我们不是卖家居，我们是心灵的化妆师，我们不能说我们为卖家具而卖家具。”红星美凯龙总裁车建新说，“我们要把商场的布展做到一个引导老百姓建设一个有品位的家。让老百姓能够借鉴、模拟、参考、想象，然后根据自己的个性、爱好建设一个有个性品位的家，所以我相信我们新的商场一定和我们的厂商一起努力，来进一步提升我们中国人的生活品位，从而提升我们的生活素养，直到提升我们人的素质。

红星美凯龙市场业态与经营模式的创新，主要体现在以下几个方面：

一、品牌市场连锁创新

由于实行了全国连锁战略，红星美凯龙得以在不断创新中快速复制：进军上海、北上平津、雄踞山东、挥戈西南„„以雷霆万钧之势在中国家居流通业掀起了“龙卷风”，至今已在北京、上海、天津、南京、长沙、南昌、济南、东营、常州、无锡、扬州、徐州、连云港、重庆、石家庄、盐城、蚌埠等26个城市开办了40家商场市场总规模超过300万平方米的连锁家居广场。别人通常需要两三年才能建成的一个大型家居广场，红星美凯龙从谈项目到建成开业，八个月就能奇迹般地完成。自有产权、自建物业、自主施工设计、独立经营管理的运营模式，更是奠定了红星·美凯龙永续经营的基石。车建新把红星集团戏称为生产商场的“流水线”，职能部门犹如“车间”：发展车间拿地、工程车间施工、招商车间开张、管理车间运营„„连锁经营的招式在红星·美凯龙已是驾轻就熟。

二、商业空间创新

走进第七代北京红星美凯龙家居体验购物广场，里面区域划分清晰，配套服务齐备，集购物、游乐、休闲于一体。场内通风顺畅，绿色点缀，音乐缭绕，星级宾馆式的保洁卫生，环境幽雅怡人。四个共享空间，从一层挑空通到顶层，给人轩敞通透的感觉。共享空间的设计也新颖别致：小桥流水、亭台楼阁，栽种各种名贵植物，俨然一个袖珍的江南园林。商场的建筑、装饰理念和风格，站在了世界家居流通领域的最前沿。无论在国内还是国际上，都堪称是经典之作。

红星美凯龙在商业空间的升级换代中，创新之举不断：商场扶梯直上直下，是红星的创新专利；独特、大气的门楼，是能工巧匠出身的车建新亲自设计的杰作，同样取得了专利；在卖场里引进江南园林，构建绿色生态购物广场，是红星美凯龙首开业内先河。北京红星美凯龙家居体验购物广场外立面设计，中间是树的几何抽象造型，两边是木块造型，这昭示着红星美凯龙对环保的承诺。推广环保居家，当先从销售环保产品、建设环保商场做起。作为红星美凯龙第七代生态环保商场，引进了500多家中外绿色、环保家具、建材品牌现场直销。全场新风技术的中央空调，可实现每小时商场整体换新风3次，是一座真正的绿色健康环保型家居广场。

据介绍，红星美凯龙正在兴建的上海真北店二期中，将推出比尔·盖茨式的未来居家、室内轻轨、从一楼直达五楼的世界商场最长的自动扶梯；并已与麦德龙签约，将麦德龙龙阳路店拆除，兴建10万平米的红星·美凯龙家居博览中心，与上海新国际博览中心配套，建设一座真正的永不落幕的世界家居博览中心。试图达到理念创新、空间形式创新和文化形态上的创新，为行业进步和消费模式的变革，作一个积极的探索和尝试。

三、经营管理创新

红星美凯龙经营管理上的创新之处在于其独到的“全球名牌捆绑式经营”、“现代商场化管理” 以及“所有售出商品由红星美凯龙负全责”。此举得到了吴敬琏、魏杰等权威专家的高度肯定，被誉为“红星美凯龙商业模式”。本着“名品进名店”的原则，在红星美凯龙各大卖场经营的也都是“牌子过硬、质量过硬、服务过硬”的著名品牌生产商，强强联手，共生共荣。2024多个中外知名品牌与“红星美凯龙”这一商业名牌捆绑在一起，获得了“1+2024＞2024”的品牌倍增效应。红星美凯龙率先在行业中实行的“现代商场化管理”，打造一流信誉平台为宗旨，全面强化对市场的管理和控制。

四、创新文化与文化创新

车建新常说，庄稼长得好不好，要看土壤；创新能力强不强要看企业文化。在红星的《员工手册》里，随处可见诸如“保持创新意识，不怕犯错”、“有好奇多问的习惯”、“万事求根，善于发现问题，多提合理化建议”的文化倡导。有梦想才有追求，敢冒险才有突破。崇尚创新、追求创新，已成为红星人的共同价值取向。正是这样的文化氛围，才孕育出一个生机勃勃、充满创新力的红星。

学习型企业的建立，为形成成熟的红星文化奠定了基础；创新文化，也成为红星文化的灵魂。2024年9月，国际组织学习协会在奥地利维也纳隆重举行了第二届全球论坛。车建新应邀赴会，并作了《学习给我新生命》的专场演讲，国际学习型组织创始人、《第五项修炼》的作者彼得·圣吉博士亲率国际组织学习协会的全体核心成员出席，并给予了好评。这是中国民营企业、也是中国企业第一次登上国际组织学习的大舞台。鉴于红星对企业文化建设所作出的创造性贡献，红星集团被荐为中国企业文化促进会副会长单位。2024、2024年，中国企业文化促进会分别授予红星“中国企业文化建设十大杰出贡献单位”、“中国企业文化建设十大杰出单位”称号。现在的红星美凯龙第八代“shopping mall”将让参观者能够体验到2024年的未来，环保、创新以下的空间，产品将能够展现高科技，带来无限的惊喜。红星美凯龙的未来之家，它是一个非常超现代的，是现代潮流的产物，它是一个不断追求的梦，一个完美家居的梦。

**第五篇：红星美凯龙材料调查报告（精选）**

红 星 美 凯 龙 调 查 报 告

姓名：XQ

学号：2012272034

专业：艺术设计

班级：二十班

指导老师：蓝光恒 目的和背景：

目的1.了解材料，家具市场的基本情况 2.为施工图的制作做准备资料 途径： 1.红星美凯龙家具卖场访问 2网络调查相关资料 3.登录家具网站查阅 彼得•博士曾在2024年9月为红星集团特别题词：在快乐中享受服务，在服务中体验快乐。以你们的学习，带来一个更高、更快、更强的企业 一红星美凯龙产品状况

从各家家具来看，产品整体状况良好。企业所宣传的是建厂年代：突出自己历史悠久，年老厂值得信赖。多大的面积：规模宏大，占山为王；产品生产线：每家都有德国、意大利或日本的先进生产设备；获得认证：通过了ISO9001:2024国际质量体系认证和ISO14001：1996国际管理体系认证；荣誉称号：取得“全国消费者满意产品”、“全国优质产品”等称号。企业值得信赖、产品质量有保证。再看产品线：板式家具、软体家具、红木家具统统都能生产、手到擒来。用途上：民用、办公用、宾馆酒店用都可以。红星美凯龙的目的是要推动中国家居行业发展，能够把工厂做强，将经销商带到全世界去做代理作为长远目标，从而把居家文化、居家艺术和居家的品味，能够推广到每一个居家的老百姓家里。

瓷砖按照功能分为地砖、墙砖及腰线砖等。

地砖：按花色分为仿西班牙砖、玻化抛光砖、釉面砖、防滑砖及渗花抛光砖等。

墙砖：按花色可分为玻化墙砖、印花墙砖。

腰线砖：多为印花砖。为了配合墙砖的规格，腰线砖一般定为60mm×200mm的幅面。

瓷砖按工艺分为:釉面砖、通体砖、抛光砖、玻化砖、陶瓷锦砖。

釉面砖：指砖表面烧有釉层的砖。这种砖分为两类:一是用陶土烧制的;另一种是用瓷土烧制的,约80%的购买者选此砖作为地面装饰材料。

通体砖：这是一种不上釉的瓷质砖,有很好的防滑性和耐磨性。一般所说的“防滑地砖”大部分是通体砖。由于这种砖价位适中,颇受消费者喜爱。

抛光砖：通体砖经抛光后就成为抛光砖,这种砖的硬度很高,非常耐磨。玻化砖：这是一种高温烧制的瓷质砖,是所有瓷砖中最硬的一种。有时抛光砖被刮出划痕时,玻化砖仍然安然无恙。

陶瓷锦砖：又名马赛克，规格多，薄而小，质地坚硬，耐酸、耐碱、耐磨、不渗水，抗压力强，不易破碎，彩色多样，用途广泛。

一、普通平板玻璃。

1、3--4厘玻璃，mm在日常中也称为厘。我们所说的3厘玻璃，就是指厚度3mm的玻璃。这种规格的玻璃主要用于画框表面。

2、5--6厘玻璃，主要用于外墙窗户、门扇等小面积透光造型等等。

3、7--9厘玻璃，主要用于室内屏风等较大面积但又有框架保护的造型之中。

4、9--10厘玻璃，可用于室内大面积隔断、拦杆等装修项目。

5、11--12厘玻璃，可用于地弹簧玻璃门和一些活动人流较大的隔断之中。

6、15厘以上玻璃，一般市面上销售较少，往往需要订货，主要用于较大面积的地弹簧玻璃门外墙整块玻璃墙面。

二、其他玻璃其他玻璃一说，只是笔者在分类时相对于平板玻璃而言，并非业内正式分类。

小结： 以上是我的一些粗浅认识和不成熟看法。生产厂家的地域、进料、成本、价格、渠道；家具卖场的地理位置、周围环境、卖场环境、格局布置、促销力度；消费者的消费偏好、媒体接触习惯、对家具、卖场的要求等等，繁杂纷乱，加之市场又处在瞬息万变的状态，提出专业建议尚需努力。这个世界没有放之四海皆准的原则。世界最大的家居供应商——瑞士宜家家居，初到美国还按照自己的路子来，但现实是美国人更喜欢整体的家具而不是可拆卸的组装家具。并且美国人的车子够大房子够大，不用为运输、放置烦恼。宜家家居出师未捷，碰了一鼻子灰。所以还得具体情况具体分析。而看了红星美凯龙之后我也对中国的家具业有了新的看法与期待。这次去红星美凯龙家具市场看家具，不仅仅让我们了解了家具，还让我们略微了解了市场的发展前景，同时让我对我所学的专业也有了一些新的认识，在我们设计的时候，要打破最原始的死板理念，要有新鲜的构思想法，要了解客户的想法和需求，满足客户的需求，要打破常规，将不可能变为可能，将材料进行深加工达到上档次的装修效果以及空间利用！

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找