

生活家地板与新浪、海底捞同获年度最佳商业模式大奖

# 生活家:文化营销改变“行业生态”

□ 何 适 文 / 图

第七届(2011)最佳商业模式中国峰会近日在北京举行,生活家地板文化体验式营销、新浪微博 140 字激活传统门户、海底捞价值链的善意传递等商业模式创新案例获得年度最佳商业模式 TOP 10 大奖。

生活家集团 CEO 刘硕真在颁奖现场表示:“今年是建材行业最困难的一年,在这种情况下,对我们来说最重要的就是要坚持做对的事情,商业模式中最本质的一点就是回归生意的本原——找到并满足消费者的需求,为消费者创造价值。”

## 制造共鸣

“如果说过去大家都在寻找产品的卖点,那么,我们则是要找到产品内涵和消费者心灵的共鸣点。”生活家集团 CEO 刘硕真一语道破文化体验式营销的本质。

在刘硕真看来,文化体验式营销就要让消费者在愉悦的享受中理解产品的内涵,并对产品产生偏好。因此,最好的方式就是要通过一种文化的载体来诠释产品,制造和消费者之间的共鸣。

刚刚结束的“生活家群星演唱会暨生活家·CASA 地板中国首发式”就是文化体验式营销的精彩案例。

CASA 是生活家专门为时尚消费者开发的一个全新品牌,代表了时尚、人文与艺术的完美结合,目的是让新生代消费者花几百元的价格,享受到上千元产品的品质。

为了更清晰地诠释、表达和传播 CASA 产品的理念和内涵,生活家斥资 1000 万元在长沙国际会展中心举办了一场大型“新概念团购”,并邀请王杰、孟庭苇、姜育恒、李斯丹妮、DL 组合等明星担纲。

与通常的团购活动更多的是强调便宜不同,由生活家所首创的“新概念



第七届(2011)最佳商业模式中国峰会近日在北京举行,生活家地板凭借文化体验式营销的商业模式创新案例获得“年度最佳商业模式 TOP 10 大奖”。图为生活家集团 CEO 刘硕真(左)接受颁奖。

念团购”则是把文化元素植入营销过程,给参与者带来更多的快乐。在长沙国际会展中心 900 多平方米的 CASA 团购概念馆内,消费者直观地领略了 CASA 系列地板的与众不同:绿色、蓝色、橙色、红色,CASA 地板以其缤纷和夸张的色彩,让人们享受视觉的盛宴。大胆突破传统地板对色彩的规则性约束,这是 CASA 区别于其他地板最直观,最具冲击力的表现。

在团购行业因诚信危机陷入困境,而建材企业也因楼市调控遭遇寒冬的双重困难下,生活家的“新概念团购”吸引了过万人参加,当天的团购活动销售地板产品超 25 万平方米。无论是活动形式、参加人数还是销售数量在地板行业中都是史无前例的。

## 领悟心灵

iPhone 和 iPod 的流行标志着—

个极度渲染个性、崇尚自我的时代已经到来。消费者选择产品的标准,已经由“我需要、我选择”,变成了“我喜欢、我选择”。

刘硕真认为,在这种大背景下,消费者对地板的需求,已经由单纯的“功能需求”,更多地转向为“文化需求”。因此,企业必须去贴近消费者,领悟消费者的心理需求,而不是把自己认为好的概念灌输和强加给他们。

从 2006 年以来,生活家地板一直选择高雅和时尚艺术作为品牌传播的主线。在满足消费者产品需求的同时,契合客户追求高品位生活的心理诉求,努力塑造与之匹配的时尚品牌形象。在生活家公司,文化艺术活动早已不是零打碎敲的边缘性事务,而是已经成为一个系统性工程。

巴洛克音乐是生活家试水文化体验式营销的载体。巴洛克音乐酒会是生活家初期重要的营销方式,通过现场的体验和感受,设计师们会对巴

洛克产品有更深理解与把握,从而使生活家地板和居室环境有更好的融合,并起到画龙点睛的效果。此外,生活家还在杭州建立了中国第一个巴洛克音乐研究所,传播巴洛克艺术和理念。通过和音乐的巧妙结合,生活家·巴洛克仿古地板迅速得到传播和认知,而“巴洛克”三个字目前已经成了仿古地板的代名词。

2009 年举办的“生活家杯中国围棋争霸赛”是生活家文化营销中一个具有标志性的案例。聂卫平、俞斌、常昊、古力四大棋王悉数出场,转战哈尔滨、大连、成都等多个城市,在给棋迷和观众带来精彩对局的同时,在消费者心里,生活家不再是一个普通地板企业,而是一个有文化品位的公司。

M2C——“生产线团购”是生活家地板文化体验营销的一个重要载体和形式。生活家利用其独特的生产工艺和生产场景资源,通过组织消费

者参观生产线,让其对生活家的工艺和环保有最直观的了解。庞大的手工生产线使他们对生活家·巴洛克仿古地板产生了浓厚的兴趣,更出乎消费者意料的是走在上万平方米的厂房里,居然没有一点胶水和油漆的味道。一位消费者称赞说:“现在连很多高端家具城里的味道都很刺鼻,看来生活家真是把环保做到家了。”

## 链接:

### 生活家地板的文化标签

在地板行业中,生活家是一个铁杆的原创派,但其发明或创新的产品甚至是产品的名称,都在被一些同行所仿冒。比如说,刘硕真早在 2003 年就获得了仿古木地板的专利权,但目前几乎所有地板企业都在生产仿古地板,甚至连黄金麦田、雅典古城这些刘硕真为产品所取的名字,也被别人直接抄袭过去。

文化体验式营销也等于为生活家的产品贴上一个“文化标签”,让消费者在这些产品和生活家企业之间产生第一联想,并在消费者心灵上打上一个文化印记,产生文化的排他效应。

通感营销将是生活家文化体验式营销的一个“杀手锏”。刘硕真表示:“生活家会在产品研发、生产、销售和 service 的过程中,融入更多文化和艺术元素,让地板具有触觉美、视觉美、听觉美和嗅觉美,从而给消费者带来更加幸福的体验和享受。”

“我们卖的不是地板,而是幸福指数。我们一直在努力找到能够接近消费者心灵的产品,这就是从巴洛克到 CASA 为什么都深受人们欢迎的原因。”刘硕真表示,“大家不单纯是喜欢这些产品的形式,更是喜欢这些产品所代表的崇尚自然和自由的精神。我们现在要做的就是用更多文化的方式,让产品的能量释放出来。”

## 制造业再度收缩 经济或继续放缓

□ 袁蓉君

在欧债危机恶化、世界经济面临二次衰退风险的背景下,中国经济会否遭遇寒冬是眼下国内外投资者关心的热点话题。正因如此,11 月 23 日汇丰公布的 11 月份中国制造业采购经理人指数(PMI)速测值(初值)再次跌破 50 这一强弱分界线备受关注。据悉,在经历了上月的短暂反弹后,该数据从 10 月份的 51(终值)降至 48.0,创 2009 年 3 月以来最低水平,预示着今年冬天中国经济有点冷。尽管低于 50 的 PMI 并不一定预示着未来几个月制造业会陷入衰退,但当天与记者连线的几家外资银行专家表示,这确实凸显了经济的下行风险。而通胀较预期更快回落,将为中国决策者出台选择性放松政策预留更多空间,使中国经济进入“软着陆”轨道。

数据显示,在构成汇丰中国 PMI 初值的分项指标中,产出指标从 51.4 骤降至 46.7 这一 32 个月低位;新增订单指数亦回落。同时,投入价格指数则延续上月跌势,大幅回落至 43.2,显示未来通胀压力将进一步缓和。

由于汇丰中国制造业 PMI 的历史不长,东方汇理银行驻香港高级策略师科瓦尔奇克表示应当谨慎解读这一数据。同时,他还表示,该数据增加了中国、亚洲和全球经济急剧放缓的几率,投资者将担忧衰退风险上升。汇丰银行中国首席经济学家屈宏斌认为,汇丰 PMI 初值的下滑预示着中国工业增加值的增长很可能在未来几个月进一步回落至同比 11-12% 左右,这反映了内需放缓和外需前景疲弱的影响。尽管出口订单指数目前仍表现尚可。而巴克莱资本中国经济学家常健表示,虽然低于 50 的汇丰 PMI 是个意外,但信心走弱符合预期。

## 专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站 www.jcbcpm.com, 或 致 电 010-57110083 索取详细资料。

### 1、执笔器 (ZL201020680760.9)

本实用新型能使书写者在自然状态下掌握正确的执笔方法,促进手指运笔灵活自如。本器具采取人性化设计,既可以作为附属品捆绑在钢笔、铅笔盒圆珠笔等硬笔上固定使用,更适合作为单独产品进行销售,广泛适用于各年龄段学生群体。

### 2、一种防火墙 (201010122342.2)

该技术改变了用户用键盘输入的值,使编程序的值与文件的值和原来不一样,这样程序进入电脑只有通过用户手动运行终极防火墙转换此程序后才能执行终极防火墙拦截原计算机正常输入的值,并且一些不执行程序文件显示和原来一样,需要国家批准正版软件的终极防火墙转换号,转换密码,转换安全码等,转换安全码为中文,这样进入正版软件验证后终极防火墙会自动将软件转换成正常的值。

### 3、户用太阳能温差发电站 (201110078778.0)

本技术是一种新的清洁环保热电转化应用技术,以太阳能槽式聚焦产生的中温和环境的温差差,进行二次无损耗温差电和风能电的发电转换。无需燃料,无污染,无残留;建造工艺简便,生产消耗低,特别合适小功率独立发电系统。本技术装备轻巧,可以就近设置在用电区域内,没有电力转换盒输送等

问题。

### 4、内铸造耐磨弯头 (ZL201120071133.X)

该弯管由保护层和耐磨层结合成一体,保护层防止弯头爆裂,起安全保护作用,而砼在弯头内流动时,力主要冲击在较厚的外壁上,具有较厚外壁的耐磨层耐冲击能力强,延长弯头的使用寿命,耐磨性好,更换维修方便,维护费用低。

### 5、一种生物柴油酯化反应装置 (ZL201020130362.X)

本实用新型设置一套溶剂回收装置;通过该回收装置使得气相的溶剂冷凝转化为液相溶剂而重新注入反应釜,使酯化裂解过程中的溶剂不断得到补充,缩短了反应时间,同时解决了酯化反应不彻底的问题,提高了生产效率和质量。该装置的结构简单合理,便于制造安装,工艺操作简单,操作方便。

### 6、肤平膏 (ZL200810137173.2)

肤平膏由轻粉、冰片、黄腊、猪板油、香油按一定分量比组成,用作治疗各种皮肤疾病的外用药。

### 7、多功能可拆卸拐杖 (ZL201120012964.X)

该拐杖可拆卸,不但携带、收放方便;同时组成杖身的各套筒可以根据使用者的需求自主选择进行组装,使得组装后的拐杖具有不同的功能;本实用型具有帮助行走,夜间照明,突发报警,跟踪定位(GPS),按摩器,收音机,地图导航,感应器等多项功能。

### 8、一种婴幼儿外用止泻药物 (ZL200910231538.2)

本发明包括干的蒺藜成熟果实或鲜的蒺藜成熟果实,鲜姜片,

五味子,老枣树皮、酸石榴树皮或酸石榴树根。该药物疗效显著,能够快速治愈小儿腹泻,即避免了幼儿喂药难的问题又无副作用。

### 9、交、直流自动供氧设备 (ZL201020548773.0)

遇到停电的时候,该设备可以自动切换到直流增氧机,而来电后会自动切换到交流增氧机,避免了停电而造成海鲜因为缺氧死亡,避免了经济损失,而且在气温较高的时候,按下启动停止开关还可以同时启动直流增氧机,达到辅助增氧的效果。

### 10、一种用于祛风消痰、破瘀软坚的药物组合物及其制备方法和用途 (ZL200510021584.1)

本发明临床应用适应症广泛、起效快、疗程短、疗效显著,尤其针

对各种肿瘤有明显疗效,病患顺应性好,提高了患者在治疗过程中的生活质量。本产品在临床治疗中疗效明显,可以制成胶囊剂、散剂、片剂、颗粒剂或丸剂,也可以制成合剂、口服液,为临床治疗肿瘤提供了新的选择。

### 11、一种用于针灸过程中患者穿的上衣和裤子 (ZL201120044744.5)

本实用新型为了解决目前针灸治疗过程中患者脱衣穿衣不方便且耽误时间长,以及女性患者羞于在外人面前脱衣的问题。该上衣每个衣袖外侧设有贯穿领口和袖口的拉锁,上衣主体的胸前部设有由上至下贯穿领口和衣襟的拉锁,该裤子的两侧设有贯穿裤腰和裤脚的拉锁,拉锁拉开时可将人体针灸部位裸露在外部。

## CWM-80 型超级涡流磨

国家高新技术企业浙江丰利粉磨设备有限公司和有关科研院所联合研制开发成功的新一代微粉设备,在被评为国家重点新产品的基础上,又被列为国家火炬项目。此机的诞生,攻克了常温下有机物料超细粉碎的难题,标志着我国粉碎工业取得了突破性进展。该机的研制成功,填补了国内空白。主要技术指标达到国际同类产品先进水平,可替代进口同类产品。

长期以来,我国绝大多数企业沿用球磨机、雷蒙机、冲击磨等是上世纪 60 年代的机型,能耗高,生产率低。国外先进粉碎设备,投资大。因此开发新型高效微粉生产设备,势在必行。新开发的超级涡流磨粉碎机,结构原理先进,适用于无机物、有机物的通用粉碎,拥有世

界上最先进的机理——超声波粉碎和喷射功能,能产生高频振动,连续工作,具有同时进行干燥和粉碎的双重功能。它不但粉碎率高,粉体粒度细,能耗低,还能自动调节细度。广泛适用于化工、农药、染料、助剂、医药、食品、饲料、非金属矿、各类塑料、有色金属(镁、锌等)以及国防尖端技术等各个行业的不同领域,尤其对特殊物料和热敏性物料的粉碎,能加工一般微粉机难以粉碎的韧性、纤维性、热敏性和含水量较高的潮湿物料,解决了常温下对各类塑料、橡胶、聚乙烯等有机物料的超细粉碎。

咨询热线:(0575) 83105888 83100888 83185888 83183618 网址:www.zjfgli.net 邮箱:fengli@zjfgli.cn

以案说法 | Yianshuofa  
协办单位:成都市青羊区人民法院

## 共同承揽工程 债务连带承担

近日,四川省成都市中级人民法院审结一起买卖合同纠纷案,认定两个建筑公司系共同承揽工程,维持了要求其对所负债务承担连带清偿责任的原则。

### 案例:

2005 年 9 月,某砂石经营部与某省建筑公司之分公司签订砂石供销协议,由砂石经营部向该分公司承建的一项住宅工程供应元石、河沙等材料。2007 年 3 月 12 日,上述住宅工程项目部向砂石经营部业主刘某出具结算清单,载明工程共用砂石 183.6 万多元,砂石经营部借支 135 万多元,尚欠砂石款 48 万多元。

2008 年 1 月 10 日,某县建筑公司向四川省建筑公司出具委托书:因与贵公司合作承建工程,在施工过程中尚欠砂石经营部砂石款 48 万多元,特委托贵公司代为支付。

2008 年 8 月 6 日,四川省建筑公司向砂石经营部出具情况说明:我公司与县建筑公司合作施工的住宅工程已竣工交付使用,按照双方的合作协议,县建筑公司负责现场施工和材料采购,我公司将通知县建筑公司支付尚欠贵部的砂石余款。

此后,砂石经营部业主刘某将四川省建筑公司及其分公司、县建筑公司诉至法院,要求其连带偿还砂石款 48 万多元。

### 法律解释:

一审法院认为,四川省建筑公司之分公司是四川省建筑公司的内设分支机构,依法不能独立承担民事责任,不具备民事诉讼主体资格,其行为所产生的民事责任应由四川省建筑公司承担。虽然分公司无权对外签订合同,但是该合同已实际履行,应视为四川省建筑公司对分公司行为的追认,因此分公司与砂石经营部签订的砂石供销协议合法有效。

四川省建筑公司与县建筑公司合作修建住宅工程,其合作协议不能对抗善意第三人,对外应共同承担民事责任。据此,判决两个公司向刘某连带偿还砂石款 48 万多元。

宣判后,四川省建筑公司提起上诉,请求改判县建筑公司独立承担还款责任。

二审法院认为,县建筑公司出具的委托书,对砂石经营部供应的砂石量予以确认,并委托省建筑公司付款。省建筑公司出具的情况说明,也载明其与县建筑公司合作修建住宅工程的事实,并承诺将通知县建筑公司还款。虽然委托书和情况说明均载明由合作另一方付款,但该两份材料只是省建筑公司和县建筑公司单方面的说明,不能对抗善意第三人,省建筑公司上诉无理,判决予以驳回。

### 点评:

在经济往来中,两个或两个以上的企业合作经营的情况并不少见。共同作为合同一方当事人,不应仅共享权利,而且应共担义务,切不可有利抢着上,遇责绕道走。

(成青法 张俊 陈苹 朱新朝)

协办单位:  
**海南亚洲制药有限公司**  
董事长 **楼金**  
总经理:

地址:  
**海口市国际商业大厦12层**  
电话: 0898-66775933  
传真: 0898-66700763