**尚品宅配**

**所属行业**：定制家居

**参选类别**：数字营销最具影响力品牌

**品牌简介**

尚品宅配成立于2004年，是国内率先提出“全屋定制”概念的家居品牌，为消费者提供一站式家居定制服务，以强大的软件技术、创新能力、先进的柔性化生产工艺、云计算和大数据实践，成为中国工业4.0的样本。2016年，被工信部评为“智能制造试点示范（全屋家居大规模个性化定制）”。2019-2021年，连续三年入选CCTV大国品牌。截至2022年9月30日，尚品宅配在全国拥有50家自营门店、1471家加盟店，并在佛山、无锡、成都三地布局生产基地。尚品宅配模式也被引进至世界多个国家，海外市场延伸至欧洲、东南亚等地区。凭借自身先进的技术研发能力、快速的客户响应能力及丰富的行业个性化应用经验，尚品宅配获得了多项荣誉，如“中国最佳创新公司50强”、“中国服务业500强”、“中国好设计”大奖、“智能制造试点示范”、“中国管理模式杰出奖”、“品牌强国先行工程入选品牌”、“广州市"定制之都"示范企业”、“广东特许经营十年（2011-2020）推动产业高质量发展杰出企业”、“2022年度消费者最喜爱品牌”、“2022中国家居行业价值100公司”、“中国教育榜年度最佳责任企业品牌”等荣誉。

**2022年数字营销影响力表现**

随着新一代消费群体的崛起，生活方式和生活理念都发生了变革，对家居的个性化需求更多，这也对家居企业提出了更高的要求。尚品宅配凭借信息化技术优势深刻洞察消费者需求并生产好产品。一方面通过大数据研究，快速洞悉需求的变化及市场趋势，并快速反馈到产品设计及供应链端，从而推陈出新；一方面通过软件技术迭代升级，不断解决家居行业痛点及消费者痛点，让年轻人拥有属于自己风格的定制化家居生活。

以IT企业起家的尚品宅配自带互联网基因，在数字营销、直播营销方面一直走在行业前列。几年前便敏锐洞察新媒体大势并着手布局，至今已在多平台构建起粉丝量过亿级的官方大V+红人大号的线上传播矩阵，打造品效结合的运营新模式，并通过强化创新O2O营销引流模式，发力直播内容创新，抢占5G新高地，打通从消费端、服务端到生产端、交付端的全流程，且有效整合家居产业链、价值链，从而赋能家居行业高质量发展。

疫情三年经济环境严重受损，房地产业骤然进入低迷状态，导致下游家居产业同样挑战重重，白热化的行业“内卷”竞争，便是摆在许多家居企业面前的关坎。

对于消费者而言，仍然存在很多未被满足的需求：定制成定型、整家不完整、套餐变套路，好看但不便宜，便宜但品质差，优惠但选择少……这些问题困扰着消费者的同时，也成为家居行业发展的阻碍。

作为国内率先提出“全屋定制”概念的家居品牌，2022年，尚品宅配凭借AI设计工厂所带动的智慧设计平台充分赋能销售端设计师，以智慧及体验型供应链来服务新的流程和新的商业模式，促使全屋定制向定制5.0时代跃进，推动行业进入“随心选”新模式新阶段。“随心选”全屋定制新模式突破常规套餐的四大优势特点——“专业设计好搭配”、“甄选千款大品牌”、“一站购齐更划算”、“个性自由随心选”，通过专业设计+个性定制+整体配套，让消费者在清晰价格范围内，随心选品，全屋一站式购齐。

**代表案例**

尚品宅配于2022年8月重磅推出随心选套餐，是行业首个把选择权让渡给消费者的套餐，以3n+2n的模式进行套餐出售，每买满29999元全屋柜类，即送价值20000元全屋家具。且基于尚品宅配5000+SKU产品体系，不限制品类、款式及数量，可实现全屋设计风格的自由搭配，扩大了消费者的选择空间，让消费者实现最大程度的个性化选择，创造了一种全新的全屋定制套餐模式。随心选全屋定制套餐的发布是基于尚品宅配多年以来对用户需求的深刻洞察力，以及凭借着其业界顶尖的全产业链整合能力，坐拥5000+国内外一线大牌家具产品体系，真正帮助消费者摆脱固定搭配，给予消费者充分的主导权与参与感，区别于当前市面上企业配好选好给到消费者的“套餐”，尚品宅配「随心选」全屋定制套餐，打破了消费者可选择性非常小的这一弊端，在固定套餐与同等价格下，让消费者实现最大程度的个性化选择，更具灵活性与可操作性。随心选全屋定制套餐还具备专业设计好搭配、甄选千款大品牌、一站购齐更划算这三个主要特征。品类配齐，满足消费者高效、高品质消费需求，让消费者轻松拥有美好家居。

2022年10月23日，尚品宅配在武汉举行随心选套餐发布会，现场邀请了众多行业资深媒体、行业观察者、品牌合作伙伴到场见证，随心选套餐的模式被给予了高度的肯定。多家资深媒体从多维度、多角度对随心选套餐进行了深度的解读及报道，全网传播量超千篇，让消费者更加了解随心选套餐发布的初衷及亮点，提升了随心选发布营销事件声量。以此为营销亮点，尚品宅配同步启动面向消费者的全国省级区域联盟活动，截止至2022年12月31日，随心选套餐相关业绩超1亿。

尚品宅配利用线上丰富媒介传播渠道及玩法，触达更多用户。从用户角度策划制作随心选主题宣传片，在微博上创立话题“年纪轻轻快意生活随心选”，联合中国联通、阿道夫、比亚迪、途牛旅游网、西贝等消费领域国民大牌进行话题互动，相关阅读量超1700万，讨论人数超3.3万人次。另外，邀请代言人赵丽颖录制ID视频，观看量超200万次。

线下更有全城广告投放，尚品宅配“随心选”登陆全国各大机场、高铁站，30城565块大牌，橙色风暴纵贯陆空，多城联动矩阵覆盖，聚势前行！

凭借在产品力、营销力、创新力、影响力等多个维度的亮眼表现，「随心选」也因此斩获多项媒体大奖：CX 2022年度创新大赏“年度消费品牌价值奖”、乐居财经颁发的“2022中国家居年度营销优秀案例”、优居颁发的“年度人气营销奖”……

持续为客户创造价值是尚品宅配不变的发展理念，铸就强大的品牌力、构建良好的用户口碑，在产品价值提升的背后，是尚品宅配深入洞察消费需求的的创新实践。尚品宅配将继续秉持让消费者轻松实现美好生活的初心，打造更具品质感、满足个性化与高颜值的产品，以及更加省心便捷的服务。