

九牧“双十一”全销售额突破20.6亿

■本报记者 苏清彬 通讯员 吴美玲

“双十一”狂欢节已经落下帷幕，各大电商平台、品牌商家战绩陆续出炉。作为全球智能卫浴领跑者，九牧集团在今年的“双十一”大战中再创佳绩：全渠道第一，销售额突破20.6亿元，稳夺全行业家装建材“12连冠”。“12连冠”实属不易，九牧是如何一路领跑行业？

多平台多品类包揽第一

今年的“双十一”，各大平台早在10月20日开启预售。11月1日，“双十一”购物狂欢拉开帷幕。从预售开始就积攒已久的消费热情被迅速点燃。九牧积极拥抱消费新趋势，稳居全网建材卫浴行业预售第一。“双十一”首日开门即红，截至当天24点全网销售额第一。在天猫、京东、抖音等多电商平台斩获各赛道多项第一名，多款爆品在销售榜单遥遥领先。

“九牧火力全开，以斐然战绩一举打响‘双十一’大促。初战告捷的背后，是消费者对九牧产品的认可，对国货之光的喜爱。”该公司品牌部相关负责人表示，一直以来，九牧始终坚守以消费者为中心，在渠道端、产品端、用户端，基于数字化赋能不断提升体验、突破创新，持续引领行业可持续发展。

实际上，“双十一”开门红，“明星爆款”频出，不俗的销售成绩得益于九牧采取多品类、多价位段共同爆发的包围策略。通过多价位的爆品组合下，智能马桶、花洒、浴室柜、陶瓷马桶等品类都斩获了各平台品类第一的佳绩。

当各品牌还在打低价竞争时，九牧开始向中高端价位逆行而上。“双十一”预售与全网直播一姐薇娅，主推中高端价位的智能马桶S700取得不俗的成绩，三重智能感应黑科技，在便捷的同时更加保障健康卫生，该单品成为该价位段排名第一的销售爆款，最直接地反映出国民对卫浴的品质需求。

旗开得胜，一路领跑。九牧不仅稳坐家装建材行业和各平台销冠的宝座，在智能马桶、淋浴花洒、浴室柜、普通马桶、面盆龙头、厨房龙头等核心品类上，也包揽类目第一，刷新细分品类的销售纪录。

众星云集闪耀“双十一”

今年的“双十一”，无疑与往年有着很大不同，没有了平台铺天盖地的交易数据轰炸：1分钟交易额、1小时交易额、什么时候突破百亿元……各个平台



九牧集团今年“双十一”再创佳绩，全渠道销售额突破20.6亿元。

的火药味淡了很多。在消费者端和商家端不断出现变化之际，天猫、京东等“老玩家”也在不停求变，不仅预售和开启时间有了变化，而且将更多注意力放到消费者和商家身上。

有着多年电商经验的九牧深谙此道，从社会整体消费习惯的变化出发，继续创新营销方式，闪耀“双十一”。“国货当潮，大有可为。”“国货当潮不让，智启不凡。”“千锤百炼的品质，性价比的天花板。”11月11日晚，知名演员佟大为作为九牧“双十一”好物体验官，携手九牧集团执行总裁林友色、九牧研发总裁林晓伟进行抖音专场直播，直播间金句频频，人气火爆。这一直播男神天团组合，赢得了粉丝的喜爱，直播间“买买买”不断，最终实现单场销售额突破452.5万元，在智能家居类目品牌榜、行业榜、店铺榜、商品榜当天销售TOP1。

玩转O2O打造新零售

此次“双十一”，九牧通过“线上+线下”模式布局打造了一场无界狂欢。一方面，提前布局规划“双十一”大促活动，线上与线下自由“穿行”，实现网上下单、线下体验；线上看货，线下购买。带来线上线下一体化的“一店一播”和视频导购等可视化交互体验，有效获得流量及社区人群，为消费者提供全新智能化购物体验。

另一方面，九牧还利用天猫、自营官方商城、九牧小店等平台同步营销发声，联合5000多家门店同步造势，打造24小时不打烊门店，助力门店高效获客。九牧小店以售卖超值权益+免费福利为主，开发新客户、意向客户，唤醒老客户。

以11月6日福州专场为例，福州电视台知名主持人智辛倾情助阵九牧线下门店，为福州线下消费者带来精彩的讲座，他分享了如何通过区域气候和人文环境来选择更合适的卫浴家居产品。九牧专业研发工程师则通过现场淋浴房防爆测试，让消费者进一步领略九牧产品卓越的品质和优秀的性能。本次福州活动不仅现场精彩纷呈，11月5日，智辛还在抖音进行预热直播吸引3万人观看，实现标杆活动的创新营销传播。

近年来，九牧深耕O2O构建更完善的服务生态，布局新媒体矩阵账号，通过短视频的方式呈现出直播的利益点，线上直播引流线下门店，线下门店成就线上直播的方式。依靠着优质的产品和可靠的团队服务，注重用户及服务质量，打造有温度的服务，九牧实现卫浴家居定制模式，进一步推动新零售O2O的模式变革。

国货自强，“浴”见荣光。九牧在林孝发的引领下，以领军者之姿折下“双十一”桂冠，以全球智能卫浴领跑者的战略目标领先行业，再次创造“双十一”卫浴传奇。未来，九牧将继续以技术创新引领中国智造，坚守国货品质匠心，打磨智造技术，以科技普惠人民，为国民卫浴创造无限可能。

资讯

敏华控股公布中期业绩
半年营收85亿元 同比增长50.8%

本报讯（记者 李杨瑜）12日，由南安籍企业家黄敏利掌舵的上市企业敏华控股公布截至2021年9月30日止6个月中期业绩。报告显示，公司期内总收入约103.58亿港元（约合85亿元人民币），同比增长50.8%；整体毛利率约36.2%（去年同期约35.0%）。净利润9.88亿港元（约合8.11亿元人民币），同比增长31.9%。

分产品类目来看，沙发品类营收70.6亿港元（约合57.9亿元人民币），同比增长52.1%，座椅、床垫、智能家居等其他产品总营收25.6亿港元（约合21亿元人民币），同比增长71.2%。地产、酒店及家居商场业务收入达1.31亿港元（约合1.08亿元人民币），同比下降22.1%。

期内，不包括Home集团业务，敏华控股销售沙发产品约82万套（2021财政年度上半年：约66.2万套），增加了约23.8%（按照每六个座位等于一套计算，在计算沙发套数时，未包括向商业客户销售的座椅及其他产品），其中在中国销售的沙发产品套数增加了24.3%，而出口销售的沙发产品套数增加了23.2%。

对于未来的发展规划，公告称，随着敏华产品在中国市场占有率的提升及营业额的增长，集团积极增加生产线，扩建工厂，提升产能；通过增加自制工序，加强成本管控，进一步降低成本，提升产品市场竞争力。

在产品方面，敏华控股进一步巩固功能沙发、皮沙发在行业的领导地位，亦将通过并购方式强势进入定制、布艺沙发领域，丰富集团的产品阵容。人才培养方面，敏华控股集团每年投入超千万元资金赋能人才发展，领跑智能家居人才赛道。

英良石材博物馆

被认定为“福建省科技馆分馆”

本报讯（记者 蔡静琦）日前，福建省科技馆公布2021年福建省科技馆分馆认定名单。共有9家单位入选，福建省英良石材自然历史博物馆位列其中。

据了解，科技馆是实施科教兴国战略，普及科学知识，提高公众科学文化素养的大型社会科技教育设施；是以科学性、知识性、趣味性相结合的展览设计思想进行新型社会教育。截至2021年11月，福建省科技馆分馆数量已达19家，涵盖核电、地质、农业、气象科学、航空等多个领域，每家都独具特色。

“本次成功认定福建省科技馆分馆，是省科协和省科技馆对我馆水平地位及长期科普工作的肯定和认可。”英良集团董事长刘良表示，将以此为契机，继续加大力度发挥博物馆产业服务功能和社会教育功能，打造成为福建省乃至全国的教学、研基地及中小学生自然历史科普基地，建设成为公众接受自然历史教育的活教材，满足公众精神文化需求，促进公众思想道德和科学文化素质提升。与此同时，也将省科协和省科技馆的组织下，开展更多力所能及的科普教育。

搭车“狂欢节” 水头石材市场焕发新活力

■本报记者 蔡静琦 文/图

今年“双十一”溢出效应凸显，促销热潮从电商渠道席卷到了传统石材行业。“双十一”前夕，南安水头各大石材市场内就早已“摩拳擦掌”。“买一送一”“限时抢购”，还有商家之间的联盟活动，均在此期间进行，不断激发水头市场活力，这也成为石材市场加速回暖的鲜明注脚。

【华辉石材城】 联合90家商户做促销

在传统石材人的认知里，石材是走工程、设计师渠道，完全没法跟各行各业热衷的“双十一”狂欢节等促销活动结合在一起。然而，今年“双十一”，华辉石材城却打破了石材人的固定思维，把“双十一”这个购物狂欢节玩得风生水起。

据了解，本次“双十一”狂欢节，华辉石材城联合83家市场石材商户，以及7家华辉广场餐饮商户，首次将传统的石材和餐饮跨界联合起来。客户购板和商户售板，都能得到餐饮优惠券，还可以体验市场方提供的拆盲盒福利活动。此外，转发活动链接也能得到精美礼品。

华辉石材城经理钟蒙蒙告诉记者，本次活动对市场商户的业绩有很大的促进作用。因为有抽奖和送券活动，很多原本犹豫不决的客户，立马就下单了。而奖励的缘故，也让市场业务员卖板更有动力。活动首日，市场方准备的500份礼券就发出了200份，显然要持续一个月，这些礼券远远不够。

钟蒙蒙表示，市场方将持续追加礼



华辉石材城举行“双十一”狂欢活动。

品，将活动进行到12月11日。另外，礼券也不会因活动时间的推移而降低标准，全都是小米实用家电。活动期间，购买板材越多，抽奖机会也更多。

“这是一举多得的活动，不仅客户买到了便宜的产品，商户销量提升了，广场里的商家们的生意也更兴旺了。”钟蒙蒙说，本次活动是石材行业首次携手餐饮一起做促销，从目前各方反馈情况来看，还是比较成功的。接下来，市场会进行更多类似活动的尝试。

【弘一轻奢城】 携手56家机械企业集采狂欢

除了石材市场，石材机械市场也不落后，携手商户们做年终大促。作

为石材界的机械市场，弘一机械城携手56家机械企业开展机械辅料博览会，通过推品牌、展新品、搞促销的方式，为寒冬注入一股暖流，现场成交额两三百万元。

弘一机械城负责人曾剑煌表示，此次展会主要目的在于通过搭建交易平台，全心全意帮助商户企业破解难题，抢订单、增市场、提信心。弘一机械城的商户们也可以借由机械展之势，化挑战为机遇，来实现年底的最后一波冲刺。

在本次博览会，记者看到展出的设备越来越智能化，不但减少人工操作，还更节能环保。此外，多家企业展示了石材岩板功能一体机，还有企业针对盲人道、小玉雕摆件等单一领域开发

了极为小众的设备，保证一机一用，提高生产效率。

“本次展会，吸引了特别多精准的客户，虽然来看展的人不多，但成交率非常高。”晋陶机械总经理陶正勇告诉记者，加上展会上的一些让利活动，现场就立马卖出了10多台雕刻机。

【中闽石材城】 联手天下石文创做直播

“双十一”期间，石材行业不仅积极借由“双十一”这个节点搞线下活动，也有市场想在电商方面分一杯羹。11月10日，中闽石材城官方抖音号首次试水线上直播带货。直播间购物车里涵盖了天下石文创的数十件天然石文创产品。

中闽石材城招商总监陈少博表示，“双十一”前后，各行各业都在开直播，不管是直接带货还是引流，听说效果不错。中闽也一直在研究直播新模式，希望可以通过这个新渠道帮助市场商户们提高获客能力。

谈及本次直播的收获，天下石文创创始人李妙连坦言，首次试水直播，成交了十几单。销量虽然不太理想，但打开了石材直播的新通道，同时也收获了很多专业人士的建议。相信下次直播，在引导下单方面将更娴熟一些。

此后，中闽石材城利用“双十一”热度，在接下来的几天，也对市场里的其他商户进行直播宣传，并成功引流。

鹏翔石材城与南安市三明商会联盟

本报讯（记者 蔡静琦）近日，鹏翔石材城与南安市三明商会签署战略合作，对石材资源进行整合，实现资源共享，渠道多元化，共同推动石材行业发展。

“之所以选择与鹏翔石材城合作，主要是想为会员们谋求更多福利。鹏翔石材城地理位置好，市场定位也精准。而我们协会很多会员都是做石材贸易的，以协会的名义去跟市场方合作，可以为有承租需要的会员争取更有优惠的架子位。与此同时，也将在省科协和省科技馆的组织下，开展更多力所能及的科普教育。”

在鹏翔石材城经理陈婉儿看来，本次的合作是鹏翔石材城开拓营销渠道的全新探索。“南安市三明商会不少会员都租在我们市场，也有很多会员经常来市场采购，可以说双方之间此前就建立了密切的联系。”陈婉儿表示，鹏翔石材城也希望能为南安市三明商会赋能，商会有活动需求，市场也会联合举办或赞助，促进彼此之间的联系。

“鹏翔石材城与商会建立战略合作，在石材行业尚属首例。这种全新的合作模式，或将加速推动石材行业的发展壮大。”南安石材协会执行会长王少芳说。