

爆品焕新 流量破局

汉舍卫浴打开存量市场增长新思路

■本报记者 李杨瑜
通讯员 刘莉 文/图

新品亮相、渠道共振、流量焕新。近日,以“爆品破局 焕新出发”为主题的汉舍卫浴2026年中营销峰会圆满收官。来自全国多地的代理商、经销商及行业伙伴齐聚现场,两天的活动中,从极境U9轻智能马桶及浴室柜、五金新品发布,到视频号、小红书同城运营,再到AI工具与本地GEO获客实操,一场围绕“产品怎么卖、客户哪里找、门店如何做”的增长交流全面展开,为汉舍卫浴终端下半年经营打开更多新思路。

产品焕新 渠道聚力

当市场从“增量扩张”转向“存量深耕”,终端真正需要的,不只是更多产品,而是更容易被消费者理解、更适合门店推广的产品。面对旧房焕新、品质升级等需求不断释放,汉舍卫浴在本次峰会上进一步明确“爆品破局、全域焕新”的产品与渠道思路,以研发制造基础为支撑,把消费者真实使用需求和经销商终端经营需求放到产品开发的重要位置。

本次峰会最受关注的焦点之一,正是新品。现场,汉舍2026旗舰新品——极境U9轻智能马桶正式发布。与一味增加功能不同,极境U9将重点放在家庭高频使用场景上,以颜值、性能、实用体验为核心,打造出一款消费者容易理解、经销商容易讲解、终端更容易推广的轻智能产品。

从产品细节来看,极境U9的“轻”并不意味着简单。汉舍卫浴副总经理王克勇介绍,该产品以自主研发的水滴柔方造型,方正机身与柔和曲线相结合,可适配现代、轻奢、新中式等多种卫浴空间;陶瓷部分采用高压注浆、高温烧制工艺,并以无棱内壁挂搭配抗菌釉面,让日常清洁更加方便。四季温感抗菌座圈、感应翻盖、脚感冲水、离座冲水、光感夜灯等配置,则围绕不同家庭成员的使用习惯展开。

更值得关注的是,该产品把适配性做成了重要卖点。隐藏水箱与增压



汉舍卫浴经销商与培训讲师积极互动。

冲水系统降低了不同住宅水压环境对使用体验的影响,高楼层、老小区、自建房等场景均能获得更稳定的使用体验;同时加入预湿润、二次冲刷、陶瓷杀菌、活性炭除味等功能。对代理商和经销商而言,产品不仅需要现场看起来不错,更需要安装之后稳定、消费者容易使用、后续服务更省心,这也是极境U9获得现场关注的重要原因。

一款新品带来的热度,也迅速传导到了订货现场。峰会期间,新品展厅多轮开放,极境U9与全新浴室柜、新款五金系列集中亮相。各产品线负责人从陶瓷工艺、智能系统、浴室柜开发到五金新品特点逐项讲解,让经销商从“看新品”进一步走向“懂新品、会表达”。

随着产品体验不断深入,现场反馈也更加直接。来自不同区域的代理商、经销商围绕外观设计、功能配置、终端定价空间及消费人群展开交流,极境U9和浴室柜新品成为选品、咨询与订货环节中的热门产品。配合峰会期间推出的订货支持与终端活动方案,现场选品下单持续推进,热烈的交流氛围,也体现出渠道伙伴对新品后续市场表现的期待。

产品之外,经营经验同样在现场流动起来。湖州、孝感、上饶、歙县、黄山等地经销商代表先后登台,从融合店建设、专卖店运营、客户维护,到区域拓客、老客户转介绍及活动执行,分

享各自的一线方法。产品负责人和售后团队则围绕产品体系与服务保障进行交流,让“前端怎么卖”与“后端怎么接”形成呼应。

流量焕新 实战提效

如果说第一天的产品焕新让经销商解决“拿什么吸引客户”,那么贯穿两天的新媒体实操,则进一步回答“到哪里找到客户”。峰会期间,汉舍同步开展视频号、小红书同城新媒体实操课程,邀请家居行业新媒体讲师林冬毅围绕门店获客场景展开教学,把平台运营、内容生产、AI提效、本地GEO获客与私域承接串成一条完整链路。

课程首先改变的是经销商对“新媒体”的理解。当越来越多装修用户习惯先在线上搜索攻略、查看案例、比较产品,再决定到哪家门店体验时,传统“等客进店”的经营方式需要增加新的流量入口。培训结合卫浴门店实际场景,拆解视频号、小红书等平台的不同特点,引导经销商根据自身团队、门店和本地市场选择更合适的内容阵地。

有了方向,更重要的是能够真正动手。因此,两天课程没有停留在概念层面,而是把账号搭建、内容选题、拍摄剪辑、封面设计、同城曝光、客户承接等环节逐步拆开。从零基础账号如何完善,到卫浴门店可以拍什么;从

一条短视频怎样快速完成,到小红书内容怎样提升点击意愿,讲师通过模板、演示与现场练习,让参训经销商边听、边做、边调整。课程结合腾讯元宝、DeepSeek等工具,林冬毅现场演示如何通过清晰指令辅助生成选题、短视频脚本、门店文案和内容框架。过去门店做一条内容,常常卡在“不知道拍什么、不会写文案、没有时间剪”;借助AI完成前期梳理后,经营者可以把更多时间放在产品体验、客户沟通和门店服务上,让内容生产变得更轻、更快。

与此同时,本地GEO获客成为现场讨论的另一重点。“对卫浴门店而言,流量并非越远越好,能够覆盖门店周边、装修小区和目标消费人群的本地流量,往往更具实际价值。”林冬毅针对本地搜索场景、关键词布局、同城内容设计等环节展开拆解,帮助经销商理解如何让门店、产品和服务信息在用户主动搜索时获得更多展示机会,并进一步承接其咨询、到店和后续沟通环节。

从线上再回到线下,课程还把家装渠道纳入增长链路。围绕卫浴供应商如何与家装公司建立合作,培训从沟通切入、联合活动到售后协同逐层展开。这种“拿回去就能用”的课程设计,也让现场互动持续升温。近百位参训经销商从零基础开始实操,有人现场完成账号梳理,有人开始尝试制作第一条内容,还有经销商直接围绕自己的门店和区域市场向讲师提问。不少参会的经销商表示,相比只讲趋势和理念,他们更关注具体怎么做,而此次课程提供的方法和模板,可以直接结合门店实际情况逐步实践。

尽管峰会已落幕,但行动才刚刚开始。当新的产品进入门店、新的内容开始发布,新的获客方法逐步落地时,汉舍卫浴顾问林辉煌表示,此次年中营销峰会的价值,也将从两天会场延伸到一个个真实市场。以产品焕新回应消费需求,以数字化工具提升经营效率,以厂商协同连接更多本地消费者——这场“爆品破局、焕新出发”的下一站,正在终端一线展开。



九牧企业创新力指数获AAA评级

本报讯(记者 李杨瑜)近日,智链研究联合创新力智库、中企创新力科技服务中心等权威机构,正式发布首批企业创新力指数评估数据。九牧凭借综合得分198分(满分240分)的优异表现,获评AAA(优秀)等级,创新力指数得分率达82.5%,位列泛家居行业企业榜首。

作为国内领先的创新力研究智库,智链研究依托中国科学技术协会等国家级资源平台,长期深耕企业创新力评价体系研究,专业性与权威性在业内广受认可。本次评估采用“自评+对标”双轨模型,从6大核心能力维度、60项细分指标对企业创新系统进行全面“体检”,九牧82.5%的得分率意味着其在创新投入、转化效率与生态协同等核心维度上,均显著高于行业平均基准线。

扎实的技术研发底盘,是九牧创新力最坚实的支撑。依托全球16个研发中心和超5000人规模的研发团队,九牧始终聚焦卫浴产品核心技术突破。目前,九牧已进驻全球120多个国家和地区,拥有超1万家高端体验店、100万个销售网点,更是成功入驻故宫博物院、特朗普国际酒店、阿拉伯塔酒店、多哈费尔蒙酒店等全球300多个超级地标,打破了国际品牌在高端卫浴市场的长期垄断。九牧相关负责人表示,未来,他们将持续深耕系统化创新,为全球用户创造更健康、更智能的卫浴生活体验。

徐州市南安商会缔结友好商会

本报讯(记者 李杨瑜)日前,徐州市南安商会理事长张深渠一行赴徐州市创业创新促进会,参与主题交流系列活动,并举行友好商会签约仪式,为两地商协会联动发展翻开全新一页。

活动现场,徐州市人力资源和公共就业管理中心相关负责人带来专题政策分享,围绕企业高度关注的用工补贴、项目补助申请流程与发放细则等热点内容,进行了条理清晰、针对性极强的细致解读,为到场企业家送来了实打实的政策干货。

为进一步强化商会间的互联互通,拓宽会员企业资源对接渠道,双方还举行徐州市南安商会与徐州市创业创新促进会友好商会签约仪式。未来,两家商会将常态化开展互访交流、信息互通、经贸对接等各类联动活动,为广大会员搭建更广阔、更务实的合作服务平台。

南安市消防器材协会开展党建活动

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 廖辉高)日前,南安市消防器材协会党支部书记吴金永带领协会党员及部分会员企业代表,前往江西井冈山开展党建活动,先后参观了井冈山革命烈士陵园、井冈山革命博物馆、黄洋界哨口等红色教育基地。

为学习借鉴优秀企业的先进经验,活动人员还前往井冈山市玉捷消防科技有限公司进行参观交流。“此次井冈山之行,既是追寻红色足迹、感悟初心使命的‘铸魂之旅’,也是走出家门、学习先进、对标找差的‘取经之旅’。通过‘党建+学习’的有机结合,不仅增强了协会党组织的凝聚力和向心力,提升了党员的政治素养和党性修养,也为协会会员企业拓宽了视野,提供了宝贵的经验借鉴。”吴金永表示,协会将以此次活动为新的起点,持续弘扬井冈山精神,从中汲取奋进力量,将党建引领与行业发展深度融合,不断提升服务会员、服务行业的能力和水平,团结带领广大会员企业,勇于创新,锐意进取,共同谱写南安消防器材产业发展的新篇章。

深圳市南安企业协会走访会员企业

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 刘婉玉)日前,深圳市南安企业协会会长梁清忠带队开启会员企业走访之旅,先后走进三家会员企业,在实地参观、面对面交流中打通资源对接链路,拉近乡贤之间的情感联结。

走访首站来到商会常务副会长潘中和旗下的深圳市华业筑日科技有限公司。协会一行人深入企业办公与生产场景,详细了解企业在科技赛道的业务布局、核心技术优势与当下的市场拓展情况,围绕科技型企业的研发投入、团队管理等话题展开交流。随后大家前往常务副会长洪长远掌舵的永恒光智慧科技集团有限公司,实地观摩智慧科技产品的落地应用场景,探讨智慧产业在深圳本地及周边市场的发展新机遇。最后一站,会员代表们走进常务副会长黄顺昌创办的深圳市云创资本投资管理有限公司,围绕投融资服务、企业成长赋能、产业资源联动等方向展开深度对话,不少参会会员现场就找到了潜在的合作契合点。

芝华仕发布行业白皮书 擦亮家具业“南安板块”名片

本报讯(记者 李杨瑜)15日,由南安籍企业家黄敏华创办的敏华控股旗下品牌芝华仕等舱,正式发布《全民升舱白皮书VI》。本次发布会以“全民升舱”为核心主题,汇聚家居产业、健康管理、消费研究、权威数据机构等多领域的行业领袖与专家学者,共同见证功能沙发行业年度盛事,深入探讨中国家庭起居生活方式的进化方向与未来趋势。

活动现场,敏华控股国内营销中心总经理王兵介绍了本次白皮书提炼出智能化、健康化、适老化、娱乐化四大行业发展趋势,并从品牌实践出发分享了芝华仕头等舱持续推动“全民升舱”的初心。他表示,“升舱”从来不只是让消费者换一张更好的沙发,也不只是增加几个新的产品功能,而是“让头等舱沙发能够普惠更多消费者,让越来越多的家庭,都能够享受到更加健康、舒适的头等舱生活方式”。

自2023年发布第一份《全民升舱白皮书》以来,芝华仕头等舱持续记录着中国家庭起居生活方式趋势的变化。作为该系列的第六册,《全民升舱白皮书VI》既是对前五册成果的继承,也是芝华仕头等舱功能沙发携手第一财经商业数据中心(CBNData)对行业发展的又一次系统性总结与前瞻性探索。本次调研广泛触达超10万线上及线下门店客群,最终深度调研1.2万位极具代表性的核心样本,覆盖从普通白领到中高层管理,从自由职业者到退休人员的六大职业群体。

中国健康管理协会副会长兼秘书长周华指出,未来大健康产业与家居产业、消费产业、数字科技之间,会形成越来越紧密的连接。谁能把健康理念转化为用户可感知、可使用、可负担、可信赖的产品和服务,谁就能在新一轮消费升级中赢得更好的发展前景和更长远价值。白皮书捕捉到的市

场信号,打通了消费端需求与产业链供给之间的信息差,为上下游协同创新指明了方向。

值得一提的是,发布会现场还迎来了极具分量的一环。欧睿国际中国总经理穆惜女士登台,向品牌母公司敏华控股正式颁发“全球销量第一”的功能沙发企业市场地位声明函证书。据欧睿国际调研数据显示,芝华仕已经连续8年功能沙发全球销量第一,并且国内市场占有率超40.5%。值得关注的是,在中国市场整体沙发销量下滑1.6%的背景下,功能沙发销量逆势同比增长19.7%,渗透率持续提升。当行业发展从“规模扩张”全面迈向“价值竞争”,当消费需求从“物本位”转向“人本位”,芝华仕头等舱沙发能够普惠更多消费者,为每一个普通家庭都触手可及的生活新选择。

据了解,南安家具产业于二十世纪八九十年代开始萌芽,据不完全统计,目前全市家具企业236家,南安贤达在域外创办的家具企业达400多家。特别是以南安东北部乡镇为代表的家具企业,开拓了以敏华控股、拉菲德堡、左右家私、七彩人生、金凤凰、仁豪家私、富宝家居、鼎美家私、茶艺世家等为代表的家私龙头企业,在全国家具市场占有率有重要份额,形成了品牌家具业的“南安板块”。

金秋奖学情暖桑梓 南商携手护航学子逐梦

■本报记者 李杨瑜

金秋时节,硕果盈枝。随着2026年高考录取喜讯陆续传来,一场场饱含温情的奖学、助学活动,在南安企业和异地南安商会中相继展开。从暖心表彰到对家庭优良家风的倡导,广大南商以奖学励志、以助学育才,用实际行动延续崇文重教传统,为青年学子成长成才增添力量,也让桑梓情怀与社会责任在金秋时节不断汇聚。

15日,固美集团2026年金秋奖学活动在莲塘厂区举行。活动现场,固美集团董事长助理陈惠兰代表公司,向取得优异成绩、即将迈入大学校园的职工子女颁发奖学金,送上诚挚祝福,并勉励同学们珍惜大学时光,以此次升学为新的起点,在更广阔的平台勤奋学习、增长本领、追求进步,以奋斗书写青春新篇章。

据了解,固美集团奖学助学活动已连续开展十余年,累计捐助金额超过200万元。多年来,他们将关爱员工家庭、关注下一代成长融入日常工作建设,通过开展奖学助学活动,鼓励员工立足岗位、爱岗敬业,同时重视家庭教育、涵养良好家风。

喜讯接连而至,员工关怀同样在泉工股份延续。近日,泉工股份人力资源部傅志阳的女儿凭借优异成绩被西安交通大学录取。泉工股份董事长傅炳煌为其颁发升学奖金,并向学子及家人表示祝贺。长期以来,泉工股份坚持把员工关怀与企业文化建设相结合,通过不断完善员工关爱机制,关注员工工作与家庭生活,让员工共享企业发展

带来的温暖与喜悦,在企业内部营造积极进取、互助友爱的良好氛围。

从企业“小家”到南商“大家”,关爱的半径还在不断延伸。固美集团、泉工股份关心员工子女成长,是众多南安企业重教兴学的生动缩影。与此同时,分布在全国各地的南安商会也纷纷开展走访慰问、优秀学子表彰和公益活动,把家乡崇文重教的传统带到异地他乡,让在外创业发展的南安乡亲感受到商会大家庭的温暖。

近日,包头泉州商会领导班子成员一行走进高考成绩优异的会员子女家中,与学子及家长亲切交流,详细了解录取院校、专业选择以及未来学习规划,并送上鲜花和祝福,以暖心走访表达对青年一代成长的关注。受访会员企业表示,这种面对面交流、心贴心鼓励,让学子收获的不仅是一份肯定,更是一份来自商会大家庭的期许。

爱心接力不断线,助学育才渐成商会公益常态。在华北、华东地区的异地商会也相继开展优秀学子表彰和助学活动。天津市福建南安商会会长洪春龙表示,商会长期关注青年成长,把助学育才作为持续开展公益项目,希望受助学子珍惜韶华、勤学笃行,把来自乡贤和商会的关爱转化为奋发向上的动力,在成长成才后继续传递温暖、回馈社会。

“崇文重教是南安人代代传承的优良传统,也是广大南商重视家庭建设、关心下一代成长的具体体现。”在常州市南安商会2026年度优秀学子表彰会上,会长王谋振倡议广大会员家庭持续重视家风建设,以勤勉进取的精神影响下一代,让爱学习、肯奋斗、敢担当成为青年成长道路上的鲜明底色。

从南安出发,又在山海之间汇聚成光。眼下,这份温暖还在持续传递中,更多青年学子将在鼓励与期待中坚定理想、增长才干,以青春之力奔赴更广阔的山海,也让崇文尚学、向善而行的良好风尚代代相传。