

立邦获评涂料行业典型样本企业及消费者喜爱的涂料品牌

在中国建筑材料流通协会的指导下，HOME 家饰界联合 China Hadoop 大数据、房天下于二月在京发布“2022 中国家居消费趋势研究暨行业典型样本企业成果”，经过综合调研与评估，**立邦被授予“涂料行业典型样本企业”、“辅料行业典型样本企业”荣誉证书，并同时获评“消费者喜爱的涂料品牌”和“消费者喜爱的辅材品牌”。**



立邦获评“消费者喜爱的涂料品牌”和“消费者喜爱的辅材品牌”

“2022 中国家居消费趋势研究暨行业典型样本企业成果”，对涂料、辅材，以及卫浴、瓷砖、家具、门窗、厨电、地板八大领域，进行了客观、专业的定量与定性分析（以下称“该调研”或“本次调研”），评选出各品类消费者喜爱的品牌。该调研还总结出 2022 年家居消费趋势关键词，以解析中国家居消费市场特征，预测家居消费动向与发展趋势，推动家居产业健康、规范发展。



立邦“全屋涂装解决方案”

据本次调研发现,“全屋整装”成为新的家居消费趋势。立邦全屋涂装解决方案,能以性能出色、安全环保的丰富涂料和辅材产品,一站式匹配和满足内墙、厨卫、阳台、家具等多元家居场景对于涂装的差异化需求。同时,“不用你动手”的立邦刷新服务,专业涂装团队能够高效率、高质量地保障涂装品质,帮助消费者摆脱繁琐涂装问题,轻轻松松焕新温暖爱家。

在消费群体方面,随着 Z 世代年轻人群逐渐迈入婚育阶段,他们也正成为家居消费的重要力量。热衷自我表达的他们,对于家居的颜值和个性化也提出了更高的要求。立邦创新推出的艺术漆产品,便能很好地满足他们的需求,以独特纹理和高级质感,助力年轻消费群体,打造简约而不乏设计感的品质生活空间。与此同时,立邦深入洞悉中国消费者不断变化的色彩偏好,并于今年年初提炼并发布了立邦 2022 第一季度网红色,为消费者提供配色灵感,助力营造彰显个性、缤纷多彩的家居空间。

与此同时,在家居消费行为层面,据本次调研指出,数字化正成为家居行业大势所趋,同时,短视频、直播和社交媒体也正对消费者,尤其是 Z 世代人群的决策及消费行为产生直接影响,达人种草、电商直播等营销形式,更易于被年轻人接受。一直以来,立邦都致力于在数字化领域不断突破。

2010 年,立邦便开设了线上官方商城,且在此后持续入驻主流电商平

台，与京东、天猫达成战略合作，并成立专门的新零售事业部，不断完善线上渠道布局。此外，立邦善用社交媒体进行形式多样的“场景化营销”，培养了一千多名抖音、小红书、B站“立邦博主导购”，通过生动讲述和趣味互动，为消费者“种草”精选好物，奉上超值福利，实现更精准、高效的沟通。

获此荣誉称号，充分彰显了立邦在涂料、辅材行业中的典型性，更肯定了立邦在品牌、产品、服务和口碑等方面的出色表现，以及在消费者中的影响力。立邦粉末婆表示，未来定不辜负每一份选择与信任，并将继续与中国消费者共同成长，从消费者需求出发，推动涂料、辅材产品创新和涂装服务升级，助力千万中国家庭刷新美好生活空间。

来源：涂界