

居然之家2018年新开店将超100家

汪林朋：兼并重组不可阻挡

“家居卖场的兼并重组趋势将不可阻挡，居然之家十年开千家店并非吹牛，五年内就可以完成！”在2018年1月6日举行的第五届中国家居产业发展年会上，居然之家董事长兼总裁汪林朋发出了这样的扩张宣言。在随后举行的年会上，汪林朋透露，2018年新开店将超过100家，人工智能将全面用于提升卖场管理，以卖场为主线，设计、物流、金融、大消费等板块将呈现迅猛发展之势。

兼并重组提速

2017年，居然之家新开设分店63家，店面总数达到223家，实现市场销售额608亿元。全年新开的63家店面，有23家是在2017年12月的最后半个月完成的，如此光速开店，得益于居然之家开店模式的大胆创新——兼并重组。

2017年末23家新开店中，其中5家由欧凯龙改造而来。2017年10月中旬，居然之家与河南欧凯龙达成合作协议，居然之家使用“居然之家·欧凯龙”字号，重新整合两家企业优势资源，共同深耕河南家居市场。

兼并重组模式一举将居然之家在河南市场的优势确立起来，同样在华南的广东得到验证。2017年12月底，居然之家与广东简爱家居合作的8家店面相继开业，这8家店面遍布中山、惠州和河源，广东市场一跃成为居然之家2017年开业最多的省份，店面总数达到11家。

并购模式的实践源于长春太阳城项目。2016年10月，经过了数年的谈判，汪林朋与吉林太阳城董事长刘作斌就太阳城店合作达成协议。长春太阳城店成为居然之家第一个购置项目，并于2017年12月16日盛大开业，成为居然之家第200家店。合作模式也给居然之家拓店予以助力。2018年1月5日，居



居然之家董事长汪林朋阐释居然之家未来的发展规划

然之家将集美廊坊、燕郊两座商场收入囊中，居然之家和集美控股实现从对手到队友的转变。

人工智能助力

居然之家通过兼并、重组等模式不断拓展店面数量，2018年店面数量将超过300家。一年新开店面超过100家，管理也在强化，人工智能的引入将起到重要的助力作用。

“我们今天正式上岗，乐意为您服务。值此新年之际，我们先向大家拜年，祝大家新年快乐！”在1月6日的居然之家年会上，10多名人工智能机器人新员工在现场发出这样的服务承诺。它们言语中带有稚嫩，但不失热情与活泼；动作虽缓，但身体协调能力很强。这些机器人是居然之家携手优必选科技共同打造的智能家居机器人“居小然”。当天，汪林朋与优必选创始人兼CEO周剑共同启动了2150台“居小然”在居然之家全国已开商场全面上工仪式。

“居小然”不仅可以为顾客提供店铺位置引导、品牌信息介绍、商场服务介绍等服务，还可以提供促销、会员卡自助办理等功能，并能主动收集、分析数据，将数据同步到云端，让数据帮助驱动决策，提高企业竞争力，从而降低企业的运营成本。

周剑表示，“居小然”全面进入居然之家卖场，这是人类发展历史上人工智能机器人第一次大规模应用到线下新零售中，其历史意义不亚于人类

第一台蒸汽机、第一辆汽车的诞生。

五大板块齐进

以家居卖场为主线，发展设计、物流、金融和大消费，五大板块齐头并进，是2018年汪林朋带领居然之家这部战车迅猛前进的策略。

除了家居产业，居然之家其他四大板块发展也非常迅速：“居然设计家”国内注册设计师已达10万人，国外已达到900万人；物流平台已在北京、天津、沈阳、长春、哈尔滨、武汉、郑州等地完成了征地的签约和计划签约工作；金融服务平台包括商户贷、消费贷、保理、保险、股权投资基金等业务，已在北京地区普及；大消费平台中，自营的餐饮院线、儿童娱乐、养老用品、体育健身、智能数码已陆续开业运营。

居然之家家居卖场以外的新业务发展进入了新时代，步入了新征程。2018年，“设计家”将引入互联网资本，注册设计师超过30万人；完成京津冀智慧物流园的建设规划和全国物流布局的规划。天津宝坻、北辰两个物流园争取年中开工，年底完工；在现有商户贷、消费贷、保理、保险、股权投资基金等业务的基础上，加快家居银行的筹建工作，争取在成立国内第一家以家庭消费为主题的银行方面取得政策上的突破；继续推进餐饮院线、儿童娱乐、医疗养老、体育健身、数码智能等业态的发展，丰富居然之家家居卖场的商业业态。

北京商报记者 李振兴

· 品牌关注 ·

集美首次发布北京消费者白皮书

北京商报讯(记者 李振兴)2017年，北京人均家居消费1.45万元，其中丰台消费者人均家庭消费达2.56万元；“80后”消费者占比最大……2018年伊始，根据2017年积累的销售数据，集美家居发布《集美家居2017北京消费者现状白皮书》(以下简称“白皮书”)。

白皮书共分消费者特征、消费者消费习惯和消费指南3个部分。白皮书数据显示，丰台、海淀和朝阳3个区域消费者人均家居消费最高，分别为2.56万元、2.24万元和2.19万元；全市人均家居消费达1.45万元。“70后”、“80后”依然是家居消费的主力军，占比分别达到22.4%和39.7%；“90后”占比仅为6.1%；家具消费占比达63.2%；87.9%的消费者依然使用银行卡支付，新型的微信支付和支付宝支付仅占1.7%和1.6%。北京消费者最喜欢的十大品牌分别是索菲亚、欧派、一品木阁、耐特利尔、爱依瑞斯、欧嘉路尼、意风家具、芝华仕、圣华家具、强力家具。

德立与凤凰设计室签署战略合作协议

北京商报讯(记者 李振兴)2018年1月9日，德立淋浴房在“鸟巢”举行2018德立淋浴房“鸟巢”峰会，并正式与德国凤凰设计工作室签约。2018年，德立将站在更高的起点，探索中国淋浴房行业新趋势，满足中国老百姓消费升级后对淋浴房的更多需求。

“数年前，德立的工厂很小，潘小东董事长就提出了要做定制化产品的想法，并付诸于行动。现在看来，虽然开始困难，但这条路非常正确。”中国建筑陶瓷协会副会长黎斌回忆了与德立最初开始接触时的情景。经过22年的发展，德立淋浴房已经成为中国淋浴房领域的领军品牌。

在中国消费升级的大背景下，德立与凤凰工作室合作，创造真正解决消费者痛点的淋浴房产品，全面实现产品从结构设计到外观上的安全性、舒适性及美观性，这也为德立淋浴房从高端定制淋浴房品牌转型国民淋浴房品牌之路铺垫了良好的基石。

第三届中国好工长技能大赛圆满收官

北京商报讯(记者 李振兴)2018年1月9日，第三届中国好工长技能大赛全国总决赛隆重举办，来自全国12大赛区，分属水电、木、瓦、油四大工种的48名选手，齐聚北京集美家居大红门商场3号馆广场，展开了一场激烈的技能对决，最终评选出每个工种全国三甲，赢取20万元现金大奖。

本届大赛于2017年3月6日正式启动，全国共分12个分赛区，覆盖70多个城市，共有3万多人参加。每个赛区都举办了海选赛、晋级赛和半决赛，各个赛区不同工种的冠军被推荐参加全国总决赛。2018年1月9日下午，经过一个小时的比拼，重庆的陈明伟、北京的方中全和毛万春以及河南的时明晓分别获得了水电工、木工、瓦工和油工的状元。每个工种的状元可以获得3万元的现金奖励，第二名和第三名也可分别获得1万元和5000元奖金。

城外诚DXD打造设计市集

北京商报讯(记者 李振兴)2018年1月13日-14日，由城外诚DXD设计互联中心与Time Out共同携手联合诸多跨界品牌打造的2018年开年第一场汇聚创新的品牌市集——设计市集，将为热爱生活的消费者构建一个交流体验的桥梁。

城外诚DXD汇聚了众多国际一线高端家居品牌，包括寐、柔然壁纸、曼阁等。其中，来自于德国原装进口的茵文特呼吸式新风机将作为抽奖礼品之一送给现场的幸运观众。来自各大知名品牌的睡眠套装、面巾、羽绒围巾、水泥制品、小装饰画、茶席茶具套装及智能厨具、地毯小垫、玩具、特价壁纸等也将精彩亮相，作为礼品福利回馈给消费者。

行业动态

10位老牌明星唤起童年记忆

尚品宅配掀起怀旧营销风潮

北京商报讯(记者 李振兴)看到了黄日华，让我想起饭后一家人坐在黑白电视前看《射雕英雄传》的情景，感觉好温暖。”2017年12月23日，一位消费者在参加尚品宅配明星见面会上看到84版《射雕英雄传》“靖哥哥”扮演者黄日华时激动地表示。2017年最后一个月，尚品宅配策划了一系列情感营销活动，携手一众实力派老牌明星走起怀旧情怀路线，在全国多地实现落地，让消费者重温当年的经典，唤起大众的童年回忆。此次尚品宅配的明星助阵阵容强大，包括何家劲、黄日华、邵正宵、翁红、吴启华、周海媚、安又

琪、郭倩妮、万绮雯等10余位。

“我早已为你种下九百九十九朵玫瑰，从分手的那一天，九百九十九朵玫瑰……”当邵正宵耳熟能详的歌曲唱响太原，《包青天》里南侠展昭的扮演者何家劲亮相济南、长春等地，当“靖哥哥”黄日华操着“降龙十八掌”打进西安和天津；当金庸最喜欢的“周芷若”周海媚美翻广东茂名……这一个个久违的名字直戳进那些“70后”、“80后”和“90后”内心最深处的记忆，荡起一个又一个热浪，涌向全身，每一个人内心的那段美好的童年记忆都被打开了。

“当我们原来还是小孩子，家庭成员饭后的娱乐都是围坐在一起看电视，画面温馨甜蜜。现在的孩子饭后不是在写作业就是玩游戏，大人却在玩手机，家庭中爱的氛围被打散了，我们就是要帮现在主流的消费者找到原来的情怀。”尚品宅配总经理李嘉聪表达了运作这一系列促销活动的初衷。另外，仅仅依靠传统的价格战，家居业促销已经难以达到预期的效果。消费者来到门店，就是在自己的主场成为主角，通过偶像的情怀能让活动的参与者产生价值共鸣。”