

带领63个一线品牌深度发掘西北市场

居然之家新疆开出首家店

北京商报讯(记者 谢佳婷 实习生 曲英杰)11月28日,居然之家全国第121家门店落户克拉玛依。引人注目的是,这是居然之家进军新疆的第一店,随后乌鲁木齐新联店、昌吉店将接连开业,初步形成新疆地区的连锁局面。落户新疆,意味着居然之家开始深度发掘西北市场、布局全国战略正在提速。



克拉玛依店作为居然之家新疆第一店,以特有的“居然蓝”营造时尚、舒适、温馨的购物氛围,带去全新的家居购物体验。

作为进军新疆的第一店,居然之家克拉玛依店整栋建筑充满时尚感,外立面以蓝白相间的瓷板与玻璃幕墙装饰而成,步入其中,全透明观光电梯、超大的LED屏显示、先进的中央空调、环保新风系统、多媒体导购指示系统等配套服务设施又营造出一种充满科技感与现代化的氛围。为了第一次与新疆克拉玛依市民见面的好印象,居然之家特意穿上了新衣——采用全新的VI和建筑标准。一切都昭示着,居然之家不是随便来走走,而是要在这里生根、发芽、开花、结果。

克拉玛依市民的惊喜,不仅仅是时尚、舒适、温馨的购物氛围。作为克拉玛依首个“一站式”家居建材大型主题购物中心,居然之家克拉玛依店2.7万平方米精品建材馆、3万平方米全屋定制体验馆和配套的5万平方米仓储物流基地、10万平方米一站式基础材料市场以及1500平方米会展中心,为消费者提供设计、材料、家具、家居用品及饰品等一站式服务,蜜蜂瓷砖、得高地板、

芝华仕沙发、丝涟床具、摩迪卡欧美家具、博洛尼衣柜等63个国际国内一线品牌也被首次带入克拉玛依,市民选购中高端家居建材产品必须去乌鲁木齐甚至北上广的历史已然终结。值得注意的是,居然之家带入新疆的不仅仅是国际国内一线大牌,还有“30天无理由退换货”、“送货安装零延迟”、“商品质保期延长至三年”等先进的服务承诺与管理理念。克拉玛依店的开出触发整个新疆区域家居卖场升级也

不无可能。

“进驻克拉玛依是居然之家今年全国战略布局的重要一环。”居然之家新疆区域项目负责人邢振强表示,克拉玛依地处准噶尔盆地西北缘,欧亚大陆中心区域,作为本地现有最大的家居建材卖场,具有立足油城、辐射北疆的独特区位优势,服务和发展空间十分广阔。事实上,克拉玛依店的开业只是居然之家进军新疆的第一步,北京商报记者获悉,居然之家乌鲁木齐新联店预计将于2016年初开业,昌吉店也将于2016年底开业。随着三子连落,居然之家在新疆的连锁将初现。

北京商报记者获悉,随着克拉玛依店的开业,居然之家已经将连锁店布局到除西藏、上海、江西、广西以外的全国27个省、市、自治区,全国大中城市签约门店达209家,开业门店121家,营业面积超过600万平方米,年销售额接近400亿元。

· 行业动态 ·

红星美凯龙结盟2000家地产商

北京商报讯(记者 谢佳婷 实习生 曲英杰)11月25日,红星美凯龙联手易居中国、新浪乐居、星空地产、好屋中国四大平台,与包括朗诗、招商地产、碧桂园在内的2000家地产商结盟开展战略合作,参与合作的楼盘覆盖了包括北京、杭州、长沙、郑州在内的50座城市。

庞大的业主家装市场是红星美凯龙与地产商此次合作的基础。合作开启后,购房者可以从红星美凯龙得到专业家居设计指导、个性化家装定制方案、家装套餐、“星承诺、心服务”以及VIP会员服务等等,这将为房企提供可观的增值效益,并将成为其营销和物业的重要卖点;同时,大规模的合作也将为红星美凯龙未来的发展开辟蓝海,推动其服务体系从“一站式服务”升级为囊括设计、家装、家居、金融、物流、售后多个环节的“一站式全场景家装家居服务平台”。

集美家居提前布局“双12”

北京商报讯(记者 谢佳婷 实习生 曲英杰)即将来临的“双12”无疑是消费者入手低价好货、商家狂揽人气的又一绝佳时机。尽管正式开抢仅限于12月12日和13日两天,集美家居却已未雨绸缪,提前12天便开始为“双12”大战蓄势布局。

北京商报记者了解到,11月30日-12月11日,消费者可登录集美家居官方网站,提前抢购9折代金券,活动当日,凭代金券到集美家居京城六店购物的消费者,即可享受直补10%的优惠;12月2日至活动日期间,集美家居官网将每日推出一款特定品牌无限制购物券,活动当天20元家具无限制购物券将升值为200元,10元建材无限制购物券将升值为100元;除了提前送出的代金券和无限制购物券,活动当天集美家居还将为到场的消费者提供第三重特惠。12月12日-13日,在东方弘叶、华力世家、百成、晓月家具、意风家具、亚美特家具、东方百盛、小桔灯家具8店消费满1000元的消费者,均可享受商场5%的补贴,并可得到与购物金额等额的会员积分。

品牌关注

面积达2000平方米创旗舰店纪录

TATA木门邀李晨揭幕最大店



李晨亲临TATA木门旗舰店,盛赞静音门有品质。

北京商报讯(记者 吴厚斌)11月28日,TATA木门全国最大旗舰店在江城武汉正式揭幕,揭幕人是正在装修爱巢的李晨,让这家旗舰店变得万众瞩目。

上下两层、门脸儿朝外、面积达2000平方米,对于一个品牌旗舰店来说,无疑是创纪录的。在洋溢着喜气的欧亚达汉阳国际广场最黄金的位置,“TATA木门”以其独有的白色外观,远远地吸人眼球。在TATA木门遍布全国600多个城市的1500多家专卖店中,该店堪称最大。“我们需要一个足够的产品展示空间,欧亚达又提供了这样一个好位置,于是促成了大店的开业。”TATA木门董事长助

理张岩向北京商报记者解读了这个最大旗舰店的由来。

“回家第一件事就是开门,门能够给予安全感,可以隔绝室外嘈杂,让我们在家享受片刻的安宁。TATA木门注重科技环保,能够静音,非常非常值得信赖,非常非常时尚,非常非常有品质。”作为一个正在装修新家的明星,李晨用三个“非常非常”表达了自己的赞美之情,不乏肺腑之言。

在李晨揭幕当日,TATA木门旗舰店获得的订单超过1000单,销售额将近1500万元。难怪现场有偷偷前来观摩的同行感叹:“我的生意不好做,原来份额是被TATA抢走了!”

将消费者的性格融入产品中

爱依瑞斯开启沙发定制时代



从T台走向“秘密花园”,模特们展现爱依瑞斯的定制风格。

北京商报讯(记者 谢佳婷)定制,不仅风靡于衣柜之类的领域,在软体家具中也开始受宠。11月28日,在居然之家金源店地下一层的“秘密花园”,爱依瑞斯董事长范珊珊在“女神爱当家”项目第二季新品发布会上宣布,开启沙发定制时代。

一位位模特身着时尚而艳丽的礼服,从T台走向“秘密花园”,曼妙的身姿在灯光、绿植与花卉之中舞动,最令人惊艳的是,她们身上穿的并非普通衣裙,而是由爱依瑞斯沙发面料裁制而成……这场别出心裁的时装秀,秀的正是爱依瑞斯沙发面料的工艺与质感。“我们提供300种天然棉麻面料,采用纳米银离子技术

让面料更加灵动,面料百变沙发自然就可以百变,它的长短、尺寸、面料、色彩、进深,只要你想它就改变,就像守候我们温暖客厅生活的擎天柱变形金刚。”在T台上,爱依瑞斯营销副总裁陈涛幽默风趣地介绍爱依瑞斯定制的独特:1+2+3任意组合,就连坐感都可以随心所欲,平板电脑、冷热温控的杯托、有香薰系统触摸阅读灯等智能家居科技功能都可量身定制。

“爱依瑞斯向客户承诺,我们的定制一定不是在炒概念,而是我们沉淀了20年的技术。”范珊珊表示,爱依瑞斯开启的定制时代,是将消费者的性格融入到沙发定制中,真正的个性定制。

城外诚借势《半月传》推非常“价”日

北京商报讯(记者 谢佳婷 实习生 曲英杰)年度压轴大戏《半月传》11月30日首播大热,在众多观众折服于“非常”太后的风采时,城外诚在12月5日-6日顺势推出了非常“价”日,为消费者提供非常“价”。

北京商报记者了解到,城外诚五店联动,为此次年终盛惠备齐了三道非常“价”。第一道非常“价”是“年终盛惠狂欢购,实付满额再减免”,活动当天消费者实付满5000元减300元,最高可减万元;第二道非常“价”是“年终盛惠双重礼,万份惊喜现场发”,活动当天城外诚将提供2000份免单机会,10000份惊喜大礼,消费者实付满额即有机会赢取最高5000元的免单卡、iPhone 6、iPad mini等;第三道非常“价”是“微信红包发发发,千元免单赚赚赚”,12月1日-4日,参加微信红包抽奖的消费者可享受100-1000元现金免单。此外,活动当日城外诚提供5000份爱心餐,实付3000元的消费者可获赠10元爱心午餐券。

腾讯家居推定制化产品连接线上线下

北京商报讯(记者 吕承锦)2015年的家居行业可谓是风起云涌,无数家居企业将眼光瞄向了互联网这块刚刚被开垦的处女地。11月27日,以“连接·效果”为主题的2016 COM中国家居互联网营销峰会在京举行,其中由腾讯家居所推出的定制化产品吸引了在座家居企业的目光。

每24小时打开40个网站链接,每100秒切换一次手机程序,每天查看手机次数150次,这是本次峰会上腾讯家居总裁蔡钺向大家展示的一组数据。“正因为用户的行为发生了改变,从而让消费模式、沟通场景以及营销载体都发生了深刻变革。”蔡钺表示,基于这种深刻变化,2016年腾讯将力推家居页卡以及《设计是空》、《任性厨房》两档腾讯家居自制栏目,来迎合当下的用户需求。“通过全民综艺、体育赛事等定制化的产品,连接线上与线下,突破传统的营销界限,形成有效的引流,从而带领企业一同开拓市场。”

据悉,由腾讯家居举办的“全民家居购”第一季以总成交订单32419单、总成交金额3.2亿元的成绩成为行业内瞩目的焦点,下一季全民家居购将覆盖20个省份100个城市,为家居消费者带来更好的消费体验。