

与房东直接签约 采用加盟模式运营

乐家巢接盘亨利·戴老店

北京商报讯(记者 吕承锦)“乐家巢家具北京旗舰店欢迎您。”12月6日,一条图文并茂的微博迅速引爆家居圈。这条出自乐家巢家具有限公司董事长杨昌雄之手的微博宣告乐家巢进军京城这一消息的同时,也将其进京后的“根据地”公之于众——乐家巢的据点选址不是别处,正是“老冤家”亨利·戴的老店原址。

北京商报记者注意到,杨昌雄发表在微博上的图片经过了“大神”的PS处理。原本已经破败不堪的亨利·戴家居商标已经被乐家巢进口家具崭新的LOGO所代替,而外立面下方仍保留着亨利·戴的字样,只是与乐家巢的光鲜明亮相比略显寒酸。

由于无法继续经营下去,在北京北四环扎根了十年之久的亨利·戴旗舰店在2015年中期宣布进入清仓关店倒计时。12月18日,北京商报记者来到了位于北四环的亨利·戴旧店,发现其破旧的招牌依然挂在楼上,在寒风中给人以冷清落寞的感觉,一层到三层全部清空,仅地下一层和二层仍在展示,门脸外打着“转型电商,体验奢侈”的字样。“楼上已经不属于亨利·戴了,和地下一二层不属于同一个房东,与我们租



乐家巢家具吹响进京号角,将开出首家旗舰店。

约到期后没有再续约,地下一二层还将展示到明年6月,到时是否继续经营老板还没定。”亨利·戴一名店员向北京商报记者如实表示。

总部在长沙的乐家巢与总部在深圳的欧美家具品牌亨利·戴本无任何瓜葛,却因一次挖角事件结成了冤家。2014年8月杨昌雄发布公开信,图文并茂地猛批亨利·戴董事长戴云法借带着团队参观之机,挖走了乐家巢的电商负责人,此举既无耻又无用。

此次乐家巢进京占据了亨利·戴老店,有意思的是,双方并没有任何合作。“我们不是从亨利·戴手中拿店的,而是与房东直接签订的合同,与亨利·戴没有任何关系。”杨昌雄告诉北京商报记者,开设在北京的这家乐家巢旗舰店采用加盟店的方式,由店面出租方房东进行经营管理,而房东是东北最大的商业企业吉林中东集团,由于是自持物业,可以保持一贯的低价和低成本运作。

成立于2010年10月,是目前中国第一家规模最大的外贸家具仓储式网销连锁平台,凭借率先在家具行业提出O2O网络营销模式,采用全球采购和仓储式低成本的销售模式并结合网络进行推广而获得了巨大成功,在长沙、苏州、无锡开出了7家进口家具连锁店。“北京作为首都,全球人口最多的城市,海外家具已经大规模进入北京市场适应多层次消费,乐家巢作为一家大规模全球采购、全国销售进口家具的企业,本次进入北京市场,可以说是来迟了。”杨昌雄的话语中表现出对北京市场的极大信心,“乐家巢计划以首店为基础,迅速在北京开出3-5家连锁店面,做大北京市场”。

品牌关注

军工技术运用于木门新品制造中

TATA悬赏:砸破门者奖百万元

北京商报讯(记者 谢佳婷)2015年12月22日,在居然顶层设计中心,TATA木门董事长吴晨曦手握大棒猛地向玻璃门连续击三下,“嘭——嘭——嘭”的声音回荡不绝。“谁要能打破它,我们悬赏100万元。”吴晨曦以诙谐而自信的语气做出了这样的悬赏承诺。

一年一度的TATA木门新品发布会,已经成为家居行业一次创新体验的大聚会。在居然顶层这个设计味儿极浓的场所,专家、同行、媒体各路人士挤得满满当当,见证TATA新款的正式亮相。吴晨曦悬赏百万的那款门,正是此次发布的新品之一——静音推拉门。它既可装在阳台和庭院之间,又可用于客厅与阳台之间,一扇漂亮的防盗门

就将室外的噪音、雾霾等都阻隔在外了。引人注目的是,它运用了相当先进的军工技术,特制的单项防弹玻璃功能相当神奇,“在外面子弹都打不破,在里面即使一个女孩拿着锤子也能砸碎,既保证了外部安全,又能在一旦发生事故时丝毫不影响逃生。”吴晨曦谦逊地表示,单向防盗玻璃早就存在,并非TATA研发出来,只是TATA将它创新运用在了这扇门上,“TATA独创的L形结构内嵌优质胶条紧密环扣,加上low-E玻璃升级保护,使这扇门在保温、静音、微通风等方面有重大突破。”

与静音推拉门同时发布的是TATA的智能入户门,这是一扇外观漂亮、充满智能感的新型防盗门。入

户门与手机通过蓝牙连接,主人离门一米门便产生感应,手机钥匙、密码钥匙、指纹解锁、机械钥匙四种开门方式随意选择,双层0.8mm冷轧钢板及双层12mm密度板的强度密封,隔离室外噪音40-50分贝,木门中嵌入坚固的钢结构及防火力极强的珍珠岩,铜墙铁壁般的安全让人几乎忘了这是一扇木门。更让人意外的是,此门面向户内的一侧可任意选择与家居风格匹配的材质,家的调性也更为统一。

TATA新品发布,展示着行业顶尖的技术,体现着积极开放的精神,也向行业传达这样一个信息:TATA木门17年来专注只做木门,之所以能够纵横行业,是因为它坚持,并不断创新。

中国智能卫浴走向国际市场

九牧在美国硅谷发布智慧卫浴

北京商报讯(记者 吕承锦)从“智能卫浴”到“智慧卫浴”,一字之差却让智能产品不再是冷冰冰的科技。12月17日,在有世界高新技术产业聚集地之称的美国硅谷,九牧卫浴带着自己全新的智能产品亮相,这一举动在显示出九牧进军国际市场的同时也向世界证明:中国“智”造可与世界顶尖产品相匹敌。

麻雀虽小,五脏俱全。此次发布会上由九牧卫浴所推出的Reou(睿鸥)智能魔盒虽然体积微小,但是却因其先进的技术而备受关注。

倘若将浴室中所有的智能卫浴产品与Reou这款“中枢神经系统”连接起来,并与云技术相结合,便可实现产品间的互联与数据共享,记录下每位使用者的习惯。同时手势感应及语音识别功能的加入让Reou充满了对人性的关怀。手势感应功能,可通过识别手部动作做出相应的功能调节,如与最新的九牧第五代智能马桶G5结合,通过手部的挥动便可实现马桶盖的开启与闭合。语音识别系统,不仅满足人们的生活需求,对特殊群体更显人

性关怀,对于老年人以及残障人士来说,不再需要学习对于他们来说相对难懂的智能操作,不再通过手去触摸和区分按键功能,操控更加方便。

“在未来,智慧卫浴将成为中国人满足自我价值实现的重要需求。”九牧卫浴副总裁张彬表示,此次九牧“智慧卫浴战略”的启动,让九牧在技术研发、渠道拓展、服务体系等方面进行了一次变革,而以全球化战略为导向的整体布局,将助推中国智能卫浴的国际化发展。

· 行业动态 ·

中国家居品牌联盟汇集300品牌

北京商报讯(记者 吕承锦)12月21日,当陈燕木从刘永康手中接过象征权力的印信之时,中国家居品牌联盟开启了第三届主席团任期,在新任主席陈燕木的带领下,这个联盟组织将以80个企业、300个品牌的强大阵容纵横驰骋在中国家居行业。

四年前创立中国家居品牌联盟时,企业们谋求的是抱团取暖。历经创会主席黄敏利、第二任主席刘永康的辛苦耕耘,这个当初被认为“三天就会打架”的组织不断发展壮大,成为家居行业的领航者,其中云集了敏华控股、喜临门等众多上市公司,意风、华日、非同、荣麟等著名北京企业,并将箭牌、东鹏等非家具企业揽入其中,形成一个拥有两岸三地80个企业、旗下品牌达300个的联盟组织。与此同时,联盟与居然之家、红星美凯龙、月星家居主流卖场达成合作,打通了渠道,形成和谐发展、共同进步的大好局面。

“我将把联盟管理放在第一位,企业管理放在第三位。”在任第三届中国家居品牌联盟主席团就职典礼上,作为运时通控股董事长的新任主席陈燕木的承诺,预示着这个联盟将在未来两年里带给人们更多的惊喜,让联盟企业获得更大的发展。

集美家居元旦送出三重好礼

北京商报讯(记者 谢佳婷 实习生 曲英杰)想在新年来到之际为爱巢换新颜的消费者有福利了。1月1日-3日,集美家居京城五店携手燕郊店,六店联动,送出三重好礼,为即将到来的新年更添一份喜庆之气。

第一重好礼“充值享补贴”,即日起网上预约“10%补贴储值卡”,即可在活动当日享受10%充值补贴,最高补贴500元;第二重好礼“抽红包,赢免单”,活动当日,购物实付金额每满3000元即可抽取新年红包一次,多买多抽,上不封顶,保证中奖,实付金额每满1000元可获最高4999元的免单惊喜;第三重好礼“送积分”,凡在元旦活动期间购物的消费者,即可享受1:1的购物积分,可凭积分在商场积分超市免费兑换家电家居等多种好礼。

充值享补贴、抽红包赢免单、送积分,集美家居三管齐下,为消费者元旦购物打造一个充满实惠和惊喜的去处。

博洛尼F2C2.0环保等全面升级

北京商报讯(记者 谢佳婷)继砍掉30%施工利润、推出F2C超级家装1.0 9个月之后,12月19日,博洛尼又宣布推出全系迭代升级的F2C超级家装2.0,该版本对环保、品质、增项、服务四个方面进行全面升级,更有力地解决装修业主痛点。

升级之后的F2C超级家装2.0在环保等方面有了全新的突破。比如在环保方面,引进日本医疗级空气净化技术,不仅在源头进行把控,而且进行0残留净化,全屋空气达到健康人居标准,行业惟一家环保级别达到GB/T18883环保要求,并将环保承诺写入合同,不达标全额退款;在品质方面,防水、瓷砖粘接剂、隐蔽工程等细节均进行了升级;在增项方面,在1.0的基础上升级承诺,实施闭口合同,增一赔十;在服务方面,省心升级微管家,消费者可以在线系统查看工程进度,在线一键浏览订单状态,并将满意度评价从工长延伸至所有服务环节,对于45个装修节点进行精确掌控。

净水行业谋划互联网转型

北京商报讯(记者 谢佳婷 实习生 曲英杰)12月20日举办的2015中国净水行业领袖峰会暨金鼎奖颁奖盛典上,“互联网转型”一词频频被提起。“互联网+时代的净水营销策略”、“净水行业互联网转型升级”,在海尔净水总经理曲桂楠和日日顺商城CEO邱玉栋的主题演讲中,互联网都与“颠覆”二字相连。在最后的论坛环节中,七位净水行业大佬围绕着“互联网思维下的产品究竟是什么”这一主题各抒己见,畅谈转型期产品策略。种种迹象表明,净水行业正积极谋求互联网转型。

在探讨互联网转型方略的同时,峰会还颁布了2015中国净水十大影响力品牌,提升行业品牌影响力,促进市场规范化。净水这个曾被曝出有着虚假净水概念满天飞、产品同质化严重、价格虚高等种种乱象的行业,正寻觅着推动全行业良性发展的道路。