

韩国卡通人物Pororo将现家居卖场

# 居然之家涉足儿童产业

与居然之家董事长兼总裁汪林朋见面两个月后,韩国Iconix娱乐集团总裁、Pororo动漫公司董事长崔镇植下定决心,将自己的品牌交给居然之家进行全国拓展。2016年11月20日,居然之家全资子公司北京怡星儿童文化发展有限公司与韩国动画片Pororo的制作公司艾康尼斯以极其低调的方式在居然之家签约,宣布居然之家从此踏入儿童娱乐领域。

## 进军儿童娱乐

坚持着一贯的“高端”定位,居然之家跨入儿童娱乐领域也丝毫没有含糊,不仅从娱乐业大国韩国引进儿童业态,而且一出手就是韩国国宝级卡通人物Pororo。这只既益智又搞笑的小企鹅,在韩国有着“孩子们的总统”的地位,形象出现在1500多种商品上,深受儿童欢迎。

这并不是Pororo儿童主题乐园首次进入中国。2014年1月18日,国内首家Pororo儿童主题乐园在北京爱琴海购物中心开业,随后又相继入驻了重庆、广州等城市。

“爱琴海的Pororo主题乐园签约时间比较早,很多产品都是以前的;相比之下,我们会推出更多



居然之家董事长兼总裁汪林朋(右)与韩国Iconix娱乐集团总裁、Pororo动漫公司董事长崔镇植(左)探讨如何将儿童娱乐业态引入家居卖场

最新的概念和产品,更具吸引力。”北京怡星儿童文化发展有限公司负责人郝立冬告诉北京商报记者。他所率领的北京怡星儿童文化发展有限公司,2016年5月由居然之家斥资2000万元全资打造,将是居然之家儿童板块中儿童娱乐、儿童教育、儿童零售品等业务的操盘机构。

## 布局儿童产业

“2016年底之前, Pororo儿童主题乐园项目入驻居然之家丽泽店,并于2017年4月开业;与此同时,居然之家顺义店、十里河店也将陆续开出Pororo主题乐园;随后,伴随着居然之家体验MALL的拓展, Pororo儿童主题乐园将伴随着居然之家的步伐走向全国,甚至北京怡星

儿童文化发展有限公司会进行海外投资……”郝立冬言语不徐不缓,但说到引进Pororo儿童主题乐园后的一系列布局,仍有些难掩的兴奋。

除了Pororo,北京商报记者在居然之家提供的体验MALL招商手册中注意到,居然之家儿童产业板块正悄然进行着布局。

一家名为“巧智博仁儿童之家”的国际教育机构已经招商完毕,将通过蒙台梭利教育法在儿童成长早期挖掘儿童潜力,为孩子的成长打下基础;同样值得期待的“儿童空中花园”,占地1万平方米,也已经完成招商,“打破传统儿童娱乐方式,为孩子打造一片健康、自然的绿色娱乐空间”,是这座“空中花园”的愿景。此

外,为儿童提供艺术教育的美智美乐艺术工作室、婴幼儿游泳馆连锁品牌马博士婴儿游泳馆均已完成招商。

## 探索未来之路

进口食品、养老、健身、家政、儿童娱乐……伴随着居然之家这一系列让人眼花缭乱的跨界组合拳,一个崭新的概念慢慢浮出水面:居然之家体验MALL。

以家居建材为主体,上游向设计挺进,通过建立顶层设计中心引进德国红点奖,给家居建材赋予了更多设计元素和品质特色;下游向家居延伸,居然安康进口食品超市满足家庭高端生活品质需求,福康养老用品体验中心覆盖养老产业链,怡生健身会所满足年轻白领健康需求,家政服务进一步将触角伸向家居终端。

“接下来欠缺的,就是儿童板块了,孩子玩得开心,一个商圈就变活了,不仅是把丽泽店这些卖场盘活,从更长远角度来看,居然之家是在为未来发展之路做探索。”一位业内人士表示。

试想在居然之家建立的娱乐设施、教育机构里长大,未来将会怎样呢?

北京商报记者 曲英杰

· 行业动态 ·

## 集美家居北苑店七周年送“三大礼”

北京商报讯(记者 谢佳婷)2016年11月25日-27日,集美家居北苑店将迎七周年庆,为回馈京城消费者,特准备了“微信游戏赢好礼”、“店庆活动尊享卡免费领好礼”、“签单送好礼”三大礼。

第一大礼是微信游戏赢好礼,11月18日-25日,每天登录集美家居北苑店微信公众平台参与微信游戏即有机会获得超值大礼一份,游戏分数越高礼品越给力;第二大礼是店庆活动尊享卡免费领好礼,凡购买店庆活动尊享卡的顾客,11月25日-27日活动当天即可在活动现场凭店庆活动尊享卡免费领取葵花籽油一瓶;第三大礼是签单送好礼,凡购买店庆活动尊享卡的顾客,活动期间每天成功签单的前200名顾客,即可凭合同单免费领取红酒一瓶。

此外,凡活动期间在各品牌展位签单的前5名顾客即可享受超低优惠价格购买同品牌限量产品,7元、77元、777元超值特价产品随意选,购物单笔合同消费每满1000元以上(实付金额)的顾客,还可在11月27日参加终极大抽奖。4999元免单大奖、42英寸液晶电视、家用保险柜不知会花落谁家?

## 宜家增加毛绒玩具义卖产品系列

北京商报讯(记者 曲英杰)2016年11月22日,宜家宣布首次启动全新系列公益活动。于2016年11月20日-12月24日举办毛绒玩具教育义卖活动“玩起来,让家更暖”,产品系列从毛绒玩具单项,扩大至儿童部所有玩乐产品,包括多款儿童家具和玩具。

北京商报记者了解到,在活动期间,宜家每售出一件玩具,IKEA Foundation就会捐出1欧元,用于支持IKEA Foundation在全球指定项目。据宜家中国区公关经理许丽德透露的数据,截至2016年,宜家已经向这个项目的合作伙伴联合国儿童基金会(UNICEF)和救助儿童会捐款达8800万欧元,累计帮助1200万儿童。

“玩耍是孩子生活的主题,也是他们认知世界的最初方式。”许丽德表示,宜家希望通过“玩起来,让家更暖”公益活动,让更多人关注到所有儿童都应当享有健康成长和发展的权利。此外,2016年12月3日-2017年1月3日期间,宜家家居西红门店所在的北京荟聚中心还将以宜家毛绒玩具为主题举办一场盛大的圣诞主题活动,为更多儿童带去玩耍的乐趣。

## 中国家居产业绿色供应链联盟成立

北京商报讯(记者 谢佳婷)“中国家居产业绿色供应链联盟是全国首个国家层面全产业链绿色联盟,跨八大‘中’字头行业协会成立产业联盟尚属首次,不仅将对家居行业形成绿色家居产业链带来深远的影响,也将为其他行业带来示范效应。”2016年11月7日,在中国家居产业绿色供应链联盟成立大会上,中国林产工业协会副会长兼秘书长石峰新当选为中国家居产业绿色供应链联盟主席。

据了解,中国家居产业绿色供应链联盟由中国家具协会、中国涂料工业协会、中国林产工业协会、中国塑料加工工业协会、中国皮革协会、中国家用纺织品行业协会、中国缝制机械协会和中国环境保护产业协会共同发起,联合全国从事家居产业上下游生产企业、商贸流通企业、设计机构、科研院校等单位成立的非独立社团法人组织,八大行业协会的85家优秀企业成为联盟的首批成员。

## 顾家家居五登2016年度创新金牌榜

北京商报讯(记者 曲英杰)2016中国家具行业十大时尚沙发品牌、2016中国家具行业床垫十大创新品牌、2016中国家具行业软床十大创新品牌、2016中国家具行业营销策划最具创意奖,在2016年11月18日举办的第八届中国家具行业创新高峰论坛暨年度创新金牌榜颁奖典礼、第九届中国家具职业经理人大会暨颁奖典礼上,顾家家居连续揽得四枚奖章,顾家家居副总裁刘宏被授予2016中国家具行业十大杰出职业经理人称号,颇受瞩目。

在这次家具行业的年终盘点大会上,共设有制造品牌类别、人物奖项类别、产业链配套服务奖项类别和办公家具类别四大类别共计55种奖项,对2016年内中国家具行业中富有创新精神的品牌给予表彰。广东省家具协会会长王克为在场的企业家提供了下一步创新建议,今后新中式家具与多功能家具将是发展的重点,家具人需要做深做透,做出自己企业的特色。

品牌关注

1200个品牌发起年度终极营销行动

## 城外诚避开“双11”打造“1234”

北京商报讯(记者 曲英杰)“双11”网购的商品陆续到手,退货也随之进入了高潮。2016年12月3日-4日,城外诚将发起年终收官大促,用大幅度优惠吸引更多的消费者走进线下卖场,通过真实可触的购物体验,寻找适合自己的家居用品。避开“双11”,城外诚正在打造属于自己的“1234”。

“冬季是建材家居卖场的淡季,12月也是我们一年活动的收官月份,在这次活动中,我们立下了一个亿的销售军令状,整个城外诚1200个品牌同时参与,通过多种多样的活动,吸引更多消费者参与。”城外诚市场运营总经理刘洋告诉北京商报记者。

据了解,在此次年底收官促销中,城外诚在全场工厂价直销的基础上,

还推出了多种活动,包括满额减免,家具馆、建材馆、饰品馆满5000减300;欧美馆实付满5000减500,中式馆实付满10000减500等。减免之后,消费者首付20%及以上,实付每满3000元即可参与一次抽奖,多买多抽,最高可获得彩电、冰箱、iPad mini;满足抽奖条件的顾客,还可获赠50元现金补贴券,活动期间每天下午3点前,购物实付金额每满3000元,还可获得10元爱心午餐券。

与京派联盟的22个品牌携手打造,也是此次活动的看点之一。11月21日-12月4日期间,凡在京派联盟品牌购物,单张合同单实付满3000元即可获得一次砸金蛋的机会,最高可获1000元现金奖励;在京派和城外诚建材馆所属品牌购物实付金额满3000元及以上即可参加联



在2016年11月18日举办的“年终收官大动作”促销活动暨表彰大会上,城外诚市场运营总经理刘洋为卖场1200个商户代表打气助威

单活动,联满13单即可领取液晶彩电。

出色的营销能力,使城外诚举办的大型爆破营销活动屡次成为家居建材行业营销史经典案例。此次年终收官大促,是城外诚2016年举办的第四次大型爆破营销,此前的三次营销皆是以破亿业绩收官。3月的春季营销创造了日签单额超6400万元的纪

录,随后的两次大型营销活动,巧妙利用了端午、中秋和国庆的密集客流,打造了节假日营销的经典案例。除了大型的爆破式营销,卖场内八大联盟频繁举办一些特色营销活动,并引进如“国际大马戏小丑嘉年华”等文化活动,让京城消费者每时每刻走进城外诚,都能享受到优惠的价格和欢乐。