

# 首闯“双11”居然之家凭啥卖百亿

**原本是产品品牌唱独角戏的“双11”，由于渠道品牌居然之家的首次大规模介入，让人们产生了更多的关注与期待。2018年10月12日，居然之家宣布将联合天猫在全国27个城市同时进行线上线下营销，“双11”单日销售目标达100亿元。首次参战“双11”，居然之家定下百亿目标，底气何在？**



在“理想居所智慧为然”居然之家天猫新零售战略发布暨“双11”启动仪式上，居然之家董事长汪林朋信心满满地公布100亿元销售目标。

## 首战“双11”

2018年，终于出现家居卖场以品牌的形式加入“双11”大战，而且主角还是渠道巨头。

今年“双11”，居然之家将联合天猫在全国27城同步开启线上线下全球狂欢节，销售目标100亿！”10月12日，在“理想居所智慧为然”居然之家天猫新零售战略发布暨“双11”启动仪式上，居然之家董事长汪林朋信心满满地公布100亿元销售目标。

首战“双11”，居然之家并不轻敌，斥巨资改造的首家智慧门店——金源店抢先启幕。由大门进入，“智慧导购”大屏和“智慧推荐”竖屏映入眼帘，上前挑选风格、比较品牌，遇到中意的可以直接拿手机打开“手机淘宝”扫一扫，将店铺收藏，之后逛店不再盲目。全新设计的天猫智慧空间，既是休憩的场所，也是另一个购物空间，拿着iPad挑选风格与产品，或是站在“装修试衣间”前，手指轻划，体验30秒智能“我家”专属设

计的便捷。

重装启幕的居然之家天猫智慧家居馆1.0，打破了以往的家居卖场运营模式，充分利用其数字化能力和大数据能力，实现了为商户赋能。”北京居然之家家居连锁集团总裁王宁表示，居然之家以北京金源店为试点进行卖场智慧门店的数字化改造，开启了全方位的人货场数字化升级。

## 集结27城上千品牌

不仅仅是金源店，首战“双11”全国27城41家居然之家门店消费支付系统和营销系统都已经完成数字化，入驻在这些卖场的上千家品牌将共同推高居然之家“双11”销售数据。

首批抢先完成智慧门店改造的商户，将是这场战役的主力。金源店25个品牌的智慧家居馆已经开始接待日渐增多的客户。随扶梯而下，进入TATA智慧家居馆，会见到手持iPad的销售员正对着墙上的

显示屏讲解产品，不同风格、花色随意切换，3D体验、样板间的设置，让消费者不仅可以选择产品，而且可以看到产品放在家里的效果。登录账户——添加商品——确认下单——付款，一部iPad就可以完成购买。“既不用抱着厚厚的产品册给客户干讲，也不用跑来跑去打印合同、带着客户去款台交钱，以前遇上大型节日做活动，排队交钱就要一个小时，现在接待新客户的效率高多了。”面对即将到来的“双11”，销售员一脸兴奋。

“互联网时代，所有的销售模式都靠大数据，家居行业是头部，是大数据最精准的来源。”斥巨资对门店进行数字化改造，汪林朋要激活一直在沉睡的家居大数据。

## 谋破渠道割裂困局

线上线下渠道割裂由来已久，双方的矛盾在“双11”更深。居然之家以渠道品牌的形式参战“双11”，将破解“双11”家居线上线下渠道割裂的困局，开创全新的家居营销格局。

线上线下渠道主动相互融合，让商户们十分欢喜。“居然之家是中国最重要的线下渠道之一，天猫在我们公司来讲是一个重要的线上渠道，这两个大咖走到一起就是空军和地面部队都得到支持，这是作为商家来讲最高兴的事情。”TATA木门创始人吴晨曦坦言，已经经历了数年“双11”大战的TATA木门虽然每年都取得了傲人的成绩，但也面临很多困惑，尤其是线上线下渠道的冲突，此次天猫和居然之家的融合给他们迎战“双11”带来更大的信心。

2017年天猫“双11”交易额1682亿元，据不完全统计，当日销售额突破亿元的家居企业超40个，领军者也不过数亿元，居然之家参战“双11”，开创了线下渠道以品牌的形式展开销售角逐的先河，赋能上千商户，2018年“双11”家居销售记录值得期待。

北京商报记者 谢佳婷

## 行业聚焦

# 世园会上设专馆 闽龙公开征集工艺花

即将在北京园博园举行的2019北京世园会上，工艺花将作为专门品类设立专馆展出。从2018年9月25日起，2019北京世园会工艺花展览预展已经在闽龙集团旗下的北京陶瓷艺术馆开展，首批来自全国各地的20多件工艺花作品正在展出，作品征集活动仍在进行。作为预展的主办方之一，闽龙面向全社会公开征集优秀的工艺花作品，只要是非遗植物的，各种各样的花卉作品都有可能入选2019北京世园会，展现手工原创艺术的新风貌。

作为2019北京世园会工艺花展览预展的展馆，北京陶瓷艺术馆汇聚了设计师、艺术工匠、非遗传承人以“燕京八绝”和民间九珍、陶瓷、玻璃、金属、织物等为基材创作的300余件手工花卉艺术品，成为了一个包揽手工花卉艺术最全、最精的“永不落幕的花展”。

在展厅内，各种各样的材料制作成不同花卉，首次以这种常开不败的姿态汇集到一起，依托北京陶瓷艺术馆的东道主优势，陶瓷花卉数量最多：不仅有描绘着鲜花的传统瓷瓶、形神兼备的陶瓷花篮，还有充满现代艺术范儿的陶瓷



首批征集来的工艺花正在北京陶瓷艺术馆预展

装饰画……千姿百态的花卉作品呈现着陶瓷工艺技术的精粹，也传递出陶瓷文化的博大精深。

除此之外，各种非遗手工艺花

卉作品也颇为抢眼，画面生动的“燕京八景剪纸”、技艺精巧的漆雕“荔枝壶”、构思精巧的“查干湖鱼皮画”、栩栩如生的北京绢花，无不以精巧的技

艺令人惊叹。

北京陶瓷商会会长、闽龙集团董事长陈进林介绍，现有展品都是从民间征集而来，从预展开始，这些作品就成为了北京陶瓷艺术馆的“终身馆藏”。2019北京世园会开展前，闽龙还将继续面向社会征集工艺花作品，并将邀请相关行业权威协会及专家对征集的工艺花卉作品进行评选，最终产生的优秀作品将在2019北京世园会工艺花展上亮相。征集范围非常广泛，只要是跟工艺花相关的都可以报名参与，闽龙集团作为非遗文化的传承和保护者，也希望能通过这次征集，发掘优秀的民间艺术，推进非遗文化的传承与创新。

2019北京世园会落幕后，参展的工艺花作品也将继续在北京陶瓷艺术馆展出，成为“永不落幕的花展”的一部分。同时，闽龙也将把“永不落幕的花展”打造成一个展销平台，通过提供工艺花卉定制服务，让这些作品走进千万家居用户的生活中，把商业运营与非遗工艺有机融合在一起，推动非遗文化更深层次的传承。

北京商报记者 谢佳婷