



家居产业周刊

Home Weekly



家居周刊订阅号

C1-C4

2018.12.6

总第570期 今日4版 每周四出版
新闻热线 64101916
主编 谢佳婷

成为居然之家会员

98折优惠积分商城兑换精美礼品居然之家各业态享受专属特权

(居然之家直营店、直营店、直营店、直营店、直营店、直营店、直营店、直营店)

全球家居 品牌典范

M 红点奖 2018 MAGALUMI

消费升级特别策划

家居新零售：流量转化成考验

即将过去的2018年是家居渠道的变革年，居然之家、曲美家居等家居企业争相加入新零售赛道，通过引入多种生活业态，应用黑科技等方式对卖场进行数字化改造，围剿流量。2018年底，北京商报记者通过一系列走访调查发现，多业态的引入、黑科技的加持，在为家居卖场带来流量的同时也将流量转化问题抛到了家居卖场面前，如何让流量转化为家居客户，成为2019年家居卖场角逐新零售面临的大考验。



盒马鲜生的入驻，为居然之家带来了极大的流量。

别消费者感兴趣的商品，再通过展现商品图片和视频，增加消费者直观感受和体验，激发购买欲；微智全景AI服务终端”集人脸支付、语音交互、个性化营销为一体，在消费者结算完成后，通过简单面部识别即可对购物体验进行评价，同时具有人脸会员功能，可实现自动积分、发券抽奖等会员权益……黑科技的增加，让购物过程变得有趣而便捷，吸引了不少喜欢猎奇和尝鲜的年轻消费者。

流量转化存痛点

在多业态的引入和黑科技加持下，家居卖场的流量有明显增加，但如何将流量转化成家居客户，仍需探索。

借生活业态引流量

生活业态的引入，为家居卖场增添了不少人气。

“欢迎光临盒马鲜生。”2018年12月1日，北京商报记者进入位于居然之家体验Mall B2层的盒马鲜生会员店，发现店内购物的人络绎不绝，有的带着孩子边尝边选，有的逛完家居顺便买点新鲜食材回家烹饪，临近“双12”店内正在推“单笔满100元送双12盒区生活卡，承包一个月的超级权益”活动，吸引了不少消费者的目光。

盒马鲜生是阿里巴巴旗下对线下超市完全重构的新零售业态，也是2018年2月居然之家与阿里巴巴联姻后首个落地卖场的新零售项目，首店落子居然之家顺义店，之后相继入驻居然之家金源店、北五环店等门店，成为居然之家引流的一大利器。

除了盒马鲜生以外，居然之家还将餐饮、影院、体育健身、儿童娱乐、养老生活馆、设计中心、书画院等多种业态引入到卖场，于2018年4月底完成升级改造的居然之家体验Mall，已经不

是传统意义上的家居卖场，更像是一个商业综合体。

就在居然之家与阿里巴巴合作探索家居新零售的同时，曲美家居联手京东以联合店的形式造出家居行业探索无界零售的样本。2018年9月27日，一个颇具现代感的深色玻璃“盒子”落户来广营西路，它就是曲美与京东联手打造的曲美京东之家，除了曲美的家具以外，该店还引进了书店、网红木作工坊和艺术品商店，还有精品咖啡店CUP ONE、时尚花店“花如膳”等生活业态，京东将它的150多个合作品牌、1.5万多个SKU、超过3万种商品落地于此。12月初北京商报记者走访时发现，一层人气颇高，中午时分很多人在店内停留，有的在各种新潮生活品中寻找生活灵感，有的在餐饮区用餐，有的在沙发上阅读，有的在与朋友闲聊。

以黑科技增加体验

除了引入多种生活业态以外，应用黑科技为消费者营造各种智能化场景体验，也为家居卖场围剿不少流量。

2018年10月重装启幕的金源店是居然之家斥巨资改造的首家智慧门店，一层入口处竖着“智慧导购”和“智慧推荐”两款黑科技大屏，通过“智慧导购”大屏，消费者可以按照风格、生活方式来分类体验，快速了解目标品牌所在位置；通过“智慧推荐”，消费者可以获取适合自己风格的产品信息。

解决消费者“盲逛”烦恼的“智慧导购”和“智慧推荐”大屏只是小试牛刀，“装修试衣间”才是真正的黑科技，它不仅可以看到家装风格设计，而且可以“一键迁移”自家户型，只需30秒就能生成设计方案，款式、价格等信息一目了然，减少了消费者在家装设计方面的等待时间。12月1日下午，北京商报记者在全新设计的天猫智慧空间坐了半个小时就看到6名消费者体验“装修试衣间”。

类似的黑科技也出现在了曲美京东之家；“京东慧眼”通过人脸分析以及大数据处理技术，抓取消费者的特性、关注度等数据，帮助门店分析消费者喜好商品的种类；“人脸推荐广告机”运用京东大数据算法，系统自动识

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

家和家美 红木奥特莱斯 OUTLETS

名品+实惠 五折以下

常态钜惠 每周六日有3折限量特价

地址：东南四环吕家营村社区1-8号，十八里店南桥往北200米红绿灯（吕家营餐饮街南口）见红木第一城牌楼左转直行即到。电话：87696335、87699007 网址：www.jhjmhm.com