

居然之家14次荣获北京十大商业品牌

2019年1月10日晚,在传出通过武汉中商借壳上市指日可待的消息几小时后,2018年度(第十四届)北京十大商业品牌全新揭晓,居然之家与京东、吴裕泰、物美、北京稻香村、金源新燕莎MALL、莱百首饰、大董餐饮、华夏典当行、新发地一道共同荣膺“2018年度北京十大商业品牌”。引人注目的是,在连续举办了14届的北京十大商业品牌评选中,居然之家是唯一连续14次一次不落地获得“北京十大商业品牌”的品牌。

北京十大商业品牌评选创立于2005年,由北京市商业联合会与北京日报报业集团共同主办,北京商报社承办,是北京商业领域备受关注的年度盛事,无论规模、权威性还是影响力都堪称北京商业领域评选之最。首次揭晓的2005年度北京十大商业品牌”分别是北京同仁堂、北京银行、北京燕莎友谊商城、稻香村、大中电器、九华山庄、居然之家、全聚德、物美和中复电讯,当时创立于1999年的居然之家,作为“先行赔付”服务首创者,从众多家居卖场中突出重围,并使家居这个尚未被大众认知的行业建立起品牌形象,这一服务后来更成为商业领域的基本配置。居然之家还陆续推出了“绿色环保”、“统一退换货”、“一个月无理由退货”等服务升级举措,被家居同行争相模仿,使家居行业得到规范。

此后“北京十大商业品牌”榜单不断变换,居然之家却一直榜上有名,成为唯一一个14次评选中连续上榜的“北京十大商业品牌”。连续14次蝉联“北京十大商业品牌”,标志着居然之家这14年里在不断发展、壮大,每一个年度里都在北京商业界有着卓越表现,并以自己的创

新之举影响和改变着北京的商业格局。2005年首次获得“北京十大商业品牌”之时,居然之家刚刚完成从1店到4店的京城布局,在山西太原开出首家外埠店,开始了全国扩张进程,销售额达到40亿元。此后,居然之家践行着当初制定的各项发展目标,并于2014年提前一年实现百店连锁计划,总经营面积达500万平方米,年销售额超过350亿元。

2018年度(第十四届)北京十大商业品牌评选由北京日报报业集团、北京市商业联合会共同主办,北京商报社承办,中国商业联合会、中国经济传媒协会特别支持,主题是“智慧商业 开放共赢”,居然之家第14次成为“北京十大商业品牌”,与京东、吴裕泰、物美、北京稻香村、金源新燕莎MALL、莱百首饰、大董餐饮、华夏典当行、新发地等品牌一同上榜。这一年里,也是居然之家快速发展的一年:引阿里巴巴、泰康集团等入资130亿元,加快新零售步伐;董事长汪林朋提出“三张网”发展战略,即一张“天网”——居然设计家,两张“地网”——实体店和智慧物流;“6·18”北京地区销售突破10亿元,“双11”全国门店销

售额突破120亿元;新开分店80家,全国连锁店数量突破300家,达到303家;市场销售额突破750亿元,同比增长23%,比2005年增长了18.75倍;成功举办北京国际家居展暨智能生活节(BIFF)与北京室内装饰及设计博览会暨智能云栖生活节(BIHD),其中“智能云栖”、“定制”和德国红点设计大奖,成为行业亮点;对卖场进行数字化改造,融合多业态的居然之家体验MALL成为商业综合体的典范。

连续14次获得“北京十大商业品牌”,只是居然之家发展旅程中的一个标志性记录,它已经确定了更加宏大的发展目标:一是继续夯实家居主业,稳步提升现有分店经营质量,2019年争取新开店100家以上,到年底累计开店数量突破400家,销售额超过850亿元;3—5年内,累计开业分店数量超过600家;8—10年内,开业数量将达到1200家以上。二是全力打造居然“设计家”电商平台,在新零售道路上继续高歌猛进,2019年“设计家”电商平台争取实现国内注册设计师100万、1000家以上工厂产品模型对接,并在美国、欧洲成立设计家分支机构,将中国

设计和家居建材产品带到国外;继续深化与阿里的战略合作,完成全国主要城市卖场的数字化转型升级,赋能广大厂商合作伙伴,积极参与“6·18”、“双11”活动并继续保持天猫全网行业第一的销售业绩。三是完成京津冀智慧物流园的建设和全国物流布局的规划,占地500亩的天津宝坻智慧物流园计划于2019年初开工建设并于下半年投入运营,同时长春、沈阳、太原、武汉等地的智慧物流园也将于2019年落地并逐步形成品牌效应,物流园将向所有厂家和经销商开放。

14次,次次上榜“北京十大商业品牌”独此一个,居然之家用自己不断成长的历程书写了一个从北京起步的商业品牌的加速发展传奇。从1999年成立时的北京1家店,到2014年的全国100家店,用了15年;从2014年的100家店到2017年的200家店,用了3年;从2017年的200家店到2018年的300家店,只用了1年。就在第14次荣膺“北京十大商业品牌”之际,居然之家已经站到了上市的门槛上,可以预见的是,借助资本的力量,它未来的发展步伐将更快、更稳、更好。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

行业动向

集美城外诚等5家家居企业齐获商业创新大奖

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)2019年1月10日晚,在由北京市商业联合会和北京日报报业集团共同主办的2019北京商业品牌大会上,集美家居、城外诚、蓝景丽家、家和家美、红星美凯龙等5个家居品牌,与东方新天地、国美零售、合生汇、58同城、中国黄金等24个知名品牌一道,荣膺2018年度“北京商业创新大奖”。

创立于2005年的北京商业品牌大会,历经13年品牌打磨和口碑积淀,已成为北京商业领域规模最大、最具权威、影响最深远的年度商业盛会,本次大会围绕“智慧商业 开放共赢”的主题,表彰北京商业界的开拓创新力量。集美家居、城外诚等5个获得“北京商业创新大奖”的品牌,以各具特色的创新之举,展现出在消费升级的时代脉搏下,北京家居消费的革新、升级与活力。

“它联手巨头试水无界零售,探路线上线下融合之道。它就是——集美家居。”集美家居,北京具有亲民特色的家居卖场,2018年面对消费升级带来的渠道和形式变迁,联手京东试水无界零售,成为京东“6·18”全国首家赋能的实体家居卖场,线上展示爆品、线下体验门店,探路线上线下融合之道,树立创新榜样。

“它迎合消费升级,创无死角卖场,实现100%出租率。它就是——城外诚。”城外诚,京城单体规模最大的

家居卖场,2018年紧随市场需求的变化,淘汰1/3的小品牌,新开20多个旗舰店,将一条主通道变为中央大街、东街、西街三条大街,创新无死角卖场,实现100%出租率与100%交租率,表现出强劲的商业活力。

“它引入智能化、新业态,推动商城生态化建设。它就是——蓝景丽家。”蓝景丽家,三环边上的诚信服务模范家居卖场,2018年开启由家居卖场向智能型家居商业综合体的转型之路,开发各种智能化系统,引入综合性健身中心等新业态,推动商城生态化建设,为三环消费增添亮丽新风景。

“它响应‘疏解’择地重生,创新酒店定制与红木业态。它就是——家和家美。”家和家美,北京家居行业的元老级家居卖场,积极响应“非首都核心功能疏解”,拆除东四环家和家美酒店用品市场后,择吕家营重生,创新全新的酒店用品定制与红木奥特莱斯两大业态,为商业转型作出表率。

“它逆势将家居板块推上A股,中国家居零售A+H第一股。它就是——红星美凯龙。”红星美凯龙,来自外埠已服务京城消费者16年的领军级家居卖场,在上市融资难度提升的大环境下,将家居板块推上A股,成为中国家居零售行业A+H第一股,结盟腾讯启动“双11”,借力IMP全球家居智慧营销平台创下160亿元纪录,开创市场传奇。

(上接C1版)

东阳红木转型的三条路

东遇的产品畅销,源于它以新中式的设计给予了产品亲民的形象,具有很多传统红木家具没有的属性:材质采用100%国标红木、工艺100%沿袭传统、风格100%追求时尚,只要是手能摸到的地方做工都一致,如果能扫描出金属来,免费送一套。以这样的品质保证,当众多红木同行都在收缩店面、准备过冬之时,东遇反而以快艇一般的速度在全国跑马圈地,仅2018年就新开50家店面,2018年底达到90家,2019年则计划突破180家;现在还有5家店准备于春节前开业,另有5家店的图纸正在设计中,将于春节后开业”。

“专注是为了保存实力,多元是为了快速扩张,无论哪种形式,适合自己的就是最好的。”东阳市红木办负责人如此评论企业的运营战略。

路径三 定制做全品

既不是藏品,又不是民品,以“红木”为基础,围绕“木”做文章,以定制的方式做全屋木作产品,也是东阳红木企业转型的一条路径。

已有35年历史的卓木王2018年将自己的品牌重新定位为“中式精致生活大家居”,开创了全新的红木大家居发展模式。与很多做全屋定制的品牌不一样,卓木王提供的是一个整体空间,针对的是中产阶层,是生活空间的定制,把空间设计、原木整装、红木家具、软装配饰都囊括进来。“大家居以设计驱动、品类齐全、全案解

决、生活方式呈现为四大特征,未来材质也不局限于红木,更加强化设计感和时尚性。”卓木王总裁杜长江专门成立了中式精致生活研究院,对接国内外大牌设计师,不断加强学习、请教、合作,实现卓木王“让世界看见东方美”的目标。

双洋红木比卓木王更进一步,将触角伸向了与“木”相关的领域。董事长王海洋透露,双洋旗下成立了古建、家装、家具三个事业部,从造房子到装修、再到家具,只要与木头相关的部分,全部可以从设计开始,实现一站式解决。“从买土地、造房子到装修,中间有太多环节,家具需求早就被截流了,倒逼我们往前走。”在王海洋看来,东阳有家具、古建、木雕的优势,应该把木作产品做齐、做全;只要有木头的地方双洋都可以做。”

与卓木王、双洋相比,明尊只是一个新兴品牌,规模很小,同样以定制的模式在一个特定的领域将产品做全,走出了一条独特的发展之路。“我只做明式经典家具,全部按照客户需求定制。”明尊品牌创始人方洪,用行云流水般的线条、经典雅致的造型,复刻出曾经辉煌、灿烂的人文精神,直达道器合一,是他的最大追求,一榫一卯、一阴一阳、一雕一刻、一木一器,无不精致入微,达到艺术效果。“规模不大,产品很全,定制有特色,生存能力很强。”东阳市红木办负责人对方洪的评价,折射出定制模式的独特魅力,这也是众多东阳红木小企业的创新发展之路。