

# 织第二张“地网”居然之家开建智慧物流园

首个智慧物流平台开工，意味着居然之家的第二张“地网”已经撒开。

2019年6月30日，居然之家智慧物流园的首个项目宝坻智慧物流园开工，迈出搭建物流平台第一步。北京居然之家家居新零售连锁集团有限公司总裁王宁表示，“居然之家将以天津宝坻智慧物流园为样板，在重点城市进行商业模式的复制，形成居然之家智慧物流品牌效应，在未来采取加盟或合作的形式进行全国经营布局，打造成智慧物流平台”。

## 欲破家居大件物流难题

居然之家撒下的这张“地网”，或许能解决行业存在已久的家居大件的配送、安装难题。

“居然之家宝坻智慧物流园是国内首家以家居大件到家服务为经营特色，集仓储配送、定制加工、品牌展示、安装售后、产业工人培训、生活配套、金融服务等为一体的智慧供应链集成中心。”王宁透露，宝坻智慧物流园项目计划于2020年6月全面投入运营。

作为居然之家的首个智慧物流项目，宝坻智慧物流园地理位置优势明显：“居然之家宝坻智慧物流园地处天津宝坻区核心地带，属于京哈高速和津蓟高速交汇处，距离北京、唐山、天津货运途都不超过1小时。此外，京滨、京唐、津承三条城际高铁汇集于宝坻南站，16-18分钟即可达到北京，交通十分便利。”天津市宝坻区区长毛劲松表示，天津宝坻区正步入城市发展快速建设期，新建楼盘较多，在建在售楼盘46个，建筑面积约750万平方米，而宝坻城区现有人口37万人，未来3-5年预计吸引人口达到50万人，但当地没有具备规模的家居建材市场，居然之家的市场空间巨大。

居然之家宝坻智慧物流园并非传统的物流项目，此次开工的还包含商业街、加工区、定制库、保税库、品牌展厅、孵化园、1号立体库等。其中，将率先于

2019年底竣工的商业街由8栋商铺组成，规划面积2.28万平方米。“商业街引入银行、超市、餐饮、家装公司、水电材料、木工板材、龙骨吊杆、石膏板等商业业态，同品牌展厅组合形成一站式的家居建材购物中心。”居然之家宝坻智慧物流园项目负责人透露。

## 提供个性化仓储服务

非同家具董事长乔印军、飞美家具总经理周凯军、KD家具董事长严红……一同参加开工仪式的还有不少居然之家的合作伙伴，他们都是冲着宝坻智慧物流园的仓储服务去的。

作为园区最主要的功能之一，包含立体库、定制库和保税库在内的仓储区将为周边家居业态内的所有厂商、消费者提供人性化仓储服务。立体库主要存放符合托盘存储规格的标准化商品和定制化商品，采用输送机系统、AGV系统、自动化仓储系统等现代物流设备，提高出入库能力和分拣效率，实现商品自动扫码识别、自动入库、自动上架存储、自动出库、货到人拣选；定制库根据厂商的个性化要求打造的定制化、高标准的高台库，厂商可采用自营管理、委托管理等多种管理方式管理仓库，可存储瓷砖、定制家具、进口家具、橱柜、电器等多种品类商品；保税库主要为进出口商品提供海关信息系统操作、到港提货、海关查验及盘点代理、换单代理、出入区报关报检、代缴关税等保税业务，

为品牌厂商缓解资金压力，提供高质量的一站式服务。

在物流运输方面，居然之家宝坻智慧物流园将优选三到五家运输公司，采取第三方服务外包形式进行管理，并通过智能配载、线路优化，对商品重量、体积、装载数量、装卸顺序进行数据分析，自动生成配送合单，实时跟踪车辆运行轨迹，达到配送全程可视化，确保货物安全到家。在安装服务方面，居然之家宝坻智慧物流园还将同各专业安装公司合作，满足橱柜、内门、地板、成品家具、定制家具、卫浴、瓷砖、窗、电器、灯具、吊顶等11大品类的上门安装服务。

“园区将充分利用新能源、绿色环保新技术进行设计、建设，针对商品‘大件’的特点，可存储原辅料、装饰材料、家具、家电等家居行业全品类商品，满足服务半径100公里的消费者需求。”王宁表示。

## 第二张“地网”开织

首个智慧物流平台开工，居然之家的第二张“地网”终于落地。

早在2018年初，北京居然之家投资控股集团有限公司董事长汪林朋就在美国GCC全球峰会上系统阐述了居然之家“三张网”发展战略，即两张“地网”和一张“天网”。第一张“地网”是实体店网络，是居然之家正在进行的中国市场布局；第二张“地网”是智慧物流平台，该平台以人工智能、机器人、物联网、大

数据等新技术为依托，以“家居大件”、“落地配”为特色；一张“天网”则是居然设计家”平台。

“随着智慧物流平台投入使用，家居行业的运行效率和服务质量将全面提升，中国家居业最大的痛点将得以破解。”汪林朋表示。据了解，此次开工建设的宝坻智慧物流园除提供仓储、运输、安装等服务之外，园区内还将充分运用人工智能技术，以大数据、物联网为基础，实体店网络为依托，打造核心城市的智慧物流园，为包括居然之家在内的所有商户、消费者，提供品牌展示、生活配套等一站式物流解决方案。例如宝坻智慧物流园内将打造一个当地品类全、服务好、档次高的一站式家居建材展示中心——居然之家宝坻店。品牌展厅规划建筑面积3万平方米，共四层，包含一层的卫浴空间&智能云栖空间、二层的建材空间、三层的卧客空间&软装空间以及四层的定制空间。

“我们将始终以客户为中心，服务导向、数据驱动、快速迭代，实现同厂商、消费者物流信息协同。执行组织在线管理，提供高效优质服务。”王宁表示，居然之家宝坻智慧物流园将为厂商节约流通费用20%，把送货安装由原来几十次压缩到几次；这将极大地提高行业的运营效率，解决家居行业的服务痛点，改善消费者的服务体验，让家装和家居服务快乐简单。”

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

(上接B1版)

# 19位家居大咖出席J20峰会纵论突破之道

近年来，集成灶也迎来发展的机遇期，以每年40%-50%的速度增长。在板川电器董事长宋明亮看来，板川电器正是抓住了行业的重要机遇期，跟随行业同步成长；在产品方面，板川集成灶以精工、精艺、精品的概念立足于市场，同时把产品安全作为企业发展的核心，凭借良好的增值服务和安全保障，板川电器受到越来越多消费者的青睐”。

从单一品类到整个装饰行业，成立仅三年的梵客家装很善于从线上渠道获取流量。计算机专业出身，让梵客家装董事长李静对互联网驾轻就熟，“我们把抖音细分成品牌号、支持号，个人网络IP做细分矩阵的引流，近3个月来头条和抖音的流量暴增”。

## 品牌建设之秘

无论是老牌企业还是新品牌，都面临品牌建设的问题。作为北京老牌家装公司业之峰旗下整装品牌全包圆，通过传统媒体广告的投放和高品质的产品，获得了业绩和口碑双丰收。一方面，全包圆通过业之峰获得了供应链的优势，另一方面，全包圆特别注重服务，每位员工心里都装着客户，有了口碑

沉淀，品牌的影响力也就越大。”全包圆家居装饰总经理蔡蒙表示。

北京老牌定制家居企业KD在突破自我。“从2017年居然之家入主以后，KD做出了一系列的战略调整，不那么追逐规模，趋向于稳健，专注消费者服务。”KD定制董事长严红表示。

从橱柜向家具、木门、软装、家装扩展，再回到全屋定制，博洛尼家居总裁蔡明更加坚定做精致化和垂直化；随着市场的发展，欧派、金牌、志邦等从橱柜起家的品牌在资本的助力下抢夺定制风口，博洛尼家居接下来将以“缩减”定位范围、瞄准特定客群为发展方向”。

从装配式内装进入家装领域，中寓住宅创始人兼CEO吴堂祥认为有两件事情需要解决：“第一，现在消费者的品质需求，要求装配式企业快速将品质提升为消费者更能接受的层次；第二，装配式要想在整个家居领域流通，需要在线化、数据化、模块化，才可以真正完成交付”。

家居企业如何突破？其实每个行业都有自己的经营思路，每个企业都有自己的问题，每个人对于未来的突破都有自己的解读。

## 品牌聚焦

### 深耕社区 集美家居举办公益活动

北京商报讯（记者 谢佳婷 孔文燮）2019年6月22日-23日、26日-27日，集美家居携手北青社区报在三环新城社区和宋家庄家园社区举办了集美·北青“凉爽夏日社区行”公益活动。

此次活动期间，集美家居设立了趣味运动会和旧书报换绿植等丰富多彩的活动形式，尽管骄阳似火，但还是吸引了很多社区居民来到现场积极参与，尽情玩耍。小朋友和家长们在这里玩耍的同时，还有机会得到由集美家居大红门旗舰商场提供的精美小礼品一份。

据了解，此次“凉爽夏日社区行”恰逢集美家居大红门旗舰商场“嗨购年中庆 全场5折起”大型促销活动，在丰富社区百姓娱乐生活的同时，也把集美家居大红门旗舰商场的年中福利送到每一位居民的家门口，为消费者带来实实在在的实惠。

6月28日-30日，集美家居大红门旗舰商场举行一年一度的年中大促，冰点5折起、现金20翻、满额送豪礼、终级大抽奖、邀请函抵现金、奖券换代金券点燃年中家居盛宴。活动期间，大红门商场全场5折起，关注集美公众号，参与冰点5折游戏，即有机会获得活动代金券及实物礼品。