

它并非家居卖场的拓荒者，却在20载市场洗礼中凭借创新成为令人叹服的领航者！
从一家经营面积不足3万平方米、年销售额不足3亿元的小型建材市场，到向400家分店冲刺，剑指千亿元销售额的家居巨头，居然之家用20年锻造了一个传奇。
居然之家崛起之秘何在？回望过去20年三条路径清晰可寻：“先行赔付”在京打响品牌、外埠连锁迈出扩张步伐、跨界开启向消费融合之路。



居然之家从北京北四环店起步，从当初经营面积不足3万平方米、年销售额不足3亿元，到如今经营面积超过10万平方米、年销售额超过50亿元，居然之家北四环店成为中国家居建材第一店，也竖起居然之家的金字招牌

从不足三亿到剑指千亿 居然之家20年崛起之秘



“先行赔付”的承诺高高挂在居然之家卖场并得到兑现，打响了居然之家的品牌

先行赔付打响品牌

居然之家崛起之秘，第一条路径就是“先行赔付”。

“因为有了居然之家，我们才得以度过一个温暖的冬季。”2000年11月刚供暖，北京就大范围发生福乐暖气跑水事件，刚刚装修完新家的肖女士就是福乐“暖气爆裂”的200多户受害者中的一户。当时厂家无力解决，居然之家当即启动几个月前刚刚发布的“先行赔付”承诺，主动对在居然之家购买的消费者进行赔偿。

福乐暖气事件将很多卖场都卷了进去，其他卖场急于撇清关系，居然之家却主动兑现承诺。这也是居然之家第一次启动“先行赔付”，赔进了200多万元，对于刚刚创立一年的居然之家来说是笔不小的数字。至今居然之家也没从福乐拿回这笔钱，但消费者认同了居然之家，厂商也主动把质保金交到了居然之家。”七年后的2007年，居然之家董事长汪林朋接受北京商报记者采访时回忆此事仍感慨不已。

是一场让人如履薄冰的危机，也是一次

打响品牌的商机。那个冬天，市场上正火的“福乐”砸了品牌，居然之家却尽收人心，名声大噪，由此“居然之家”的招牌深入人心。

居然之家对消费者的服务承诺并未止步于“先行赔付”，过去20年居然之家先后推出绿色环保、一个月无理由退换、质量问题三年三包、统一收银统一退换货、明码实价、同一品牌同一价、家装零增项、送货安装零延迟、百分百纯进口、红木全保真、施工服务“大包”以及一次消费、终身服务等12项优质服务承诺，解决消费者的后顾之忧，成为老百姓信赖的大品牌。

连锁扩张做大品牌

以服务打出品牌后，居然之家是如何做大的？居然之家崛起之秘，第二条路径是连锁扩张。

北京居然之家家居新零售连锁集团有限公司总裁王宁，2005年历经一场“战斗”，开出了居然之家外埠连锁第一店——山西太原店。由此，居然之家全国连锁扩张步伐正式启动，同步开启的还有十年内完成全国百店布局的目标。

2014年11月15日，第100家分店——兰州万佳雁北路店开业，居然之家提前完成百店布局。此后，居然之家扩张步伐不断提速，2017年12月16日开出第200家分店——长春太阳城店，2018年12月30日开出第300家分店——郑州欧凯龙北龙湖店。

通过收编河南当地知名卖场欧凯龙，居然之家获得快速扩张，2018年12月30日郑州欧凯龙北龙湖店开业，成为居然之家全国扩张版图的第300家店

突破300店大关之后，2019年居然之家并未放缓脚步，反而提速跑马圈地，2019年向新开门店100家、门店数量超过400家”冲刺。

商场数量代表的是规模，是份额，是话语权，居然之家看似疯狂的扩张，实则在抢占市场份额，夯实了龙头地位。

在2022年前开店总数超过600家，年销售额超过1000亿元，成为中国家居行业第一品牌，树立家居新零售的典范；在2028年前开店总数超过1200家，年销售额超过2000亿元，在成为中国消费行业知名品牌的时，走出国门，成为世界知名商业品牌。连锁战车纵横全国；“居然梦”悄然起航。

消费融合升级品牌

从“家居行业第一品牌”到“中国消费行业知名品牌”“世界知名商业品牌”；居然梦的背后是居然之家品牌升级之谋。居然之家崛起之秘，第三条路径是居然之家跨界开启的消费融合。

“今天我们不主动‘跨’别人，明天别人就会主动‘跨’我们，这种趋势不论是线上还是线下，都已经十分明显。”跨界之心，汪林朋很坚定，他认为，在互联网的影响下，未来的商业模式一定是跨界的，做食品的可以卖家电，也可以卖家具。

在被别人跨之前，居然之家抢先伸出了腿。2018年4月，位于丽泽桥西南侧的居然之家家居生活mall重装开业是居然之家“大家居”与“大消费”融合的标志，融合餐饮、儿童娱乐、健身、影院等多业态的居然之家家居生活mall已不再是单纯的家居卖场，它更像一个商业综合体，在利用高频消费业态给家居消费带来流量的过程中，不

断满足消费者多样化需求。唤醒沉睡的会员数据，居然之家以居然之家家居生活mall为样本，探索由家居品牌向消费品牌、商业品牌升级之路，并不断完善，继韩国国宝级IP“啵乐乐”儿童主题乐园之后，来自韩国的重量级“网红”——“Sports Monster”体育娱乐主题乐园也将入驻。

居然之家北五环店布局大消费的步伐也在不断加快，开出盒马鲜生、引入AO-MO奥摩室内动物乐园、招来中国黄金、未来还将有“未蓝星球”亲子游泳国际机构、历险儿童、成人攀爬、儿童蹦床、拓展等项目进驻，构建起集餐饮、儿童娱乐、培训、购物于一体的商业综合体。

令人敬畏的是，20年，崛起的并非只有居然之家自己。2019年盛夏，居然20载，有我！”的小视频在微信朋友圈刷屏，敏华控股董事局主席黄敏利、顾家家居董事长顾江生、曲美家居董事长赵瑞海等家居大佬皆是主角，他们是居然之家20年的见证者，也与居然之家一起成长，期待未来共生成长。



位于丽泽桥西南侧的居然之家家居生活mall是居然之家“大家居”与“大消费”融合的标志