

居然之家力拓儿童产业

大消费战略又添新业态

近日,居然之家斥巨资打造的高端儿童乐园——啵乐乐儿童主题乐园在位于丽泽商务区的居然之家体验 MALL 开门迎客。至此,居然之家顺利完成在进口食品超市、院线、餐饮、儿童娱乐、体育健身、居家养老、数码智能等大消费领域的布局。

据了解,本次开业的啵乐乐儿童主题乐园是居然之家全资子公司北京怡星儿童文化发展有限公司斥资 3000 万元打造,啵乐乐源自韩国卡通形象

Pororo,早在 2016 年 11 月, Pororo 的制作公司艾康尼斯与怡星儿童签署协议,啵乐乐儿童主题乐园未来将在居然之家门店实现连锁拓展。

首家啵乐乐儿童主题乐园落户居然之家体验 MALL 三层,经营面积 2500 平方米,内置小火车、高速快车、海盗船、多媒体球池等总计 19 个游乐项目,是京西南面积最大、最高端的游乐园。啵乐乐儿童主题乐园通过游戏达到教育效果,具有教育性的游乐空间,可以通过

刺激有趣的游戏项目给孩子们带来最真实的感官体验。乐园不仅拥有国际一流水准的人工造景、时尚新颖的游戏及互动项目、与动画故事融为一体的表演及活动,还具备设施齐全,环境幽雅的功能区。在硬件设施和软件系统方面均按照国际顶级标准打造,在追求极致游乐体验的同时做到安全、卫生、人性化。据悉,除啵乐乐儿童主题乐园外,居然之家体验 MALL 还拥有早教日托、儿童教育培训、儿童运动等业态。



■约惠家居 十里河居然 3·15 诚信促销即将启幕

北京晨报讯 3月10日至3月25日,居然之家十里河店举办主题为“诚信3·15放心装新家——春风十里不如你”的大型营销活动。

设计家线上活动有三项内容:第一,消费者注册设计家线上商城或设计家 APP,可免费领取 315 元代金券 3 张。第二,3月1日至25日,在设计家平台填写预约信息即可获得价值 168 元法国圣古堡天使树干葡萄酒一瓶(消费者自付运费)。第三,通过线上预约并通过设计师推荐码购买家具建材,缴纳全款即可在成交价基础上再享九八折优惠。

居然之家针对会员推广的活动更为多样,比如,免费抽奖、到

店有礼、新业态口令红包大放送等。以新业态口令红包为例,会员在居然之家官方微信的个人中心,点击口令红包,进入活动页面,输入“居然 315”口令,即可领取居然之家 50 元新业态代金券 3 张,可在北京地区居然丽屋超市、居然数码、怡食家超市、福康养老使用,丽屋超市、怡食家超市、福康养老消费满 500 元使用一张,居然数码消费满 1000 元使用一张。

此外,居然之家店面的线下活动优惠力度也很大:活动期间,会员全款购买家具建材,可享受明码实价的八五折优惠;会员购买家具建材,单笔消费金额每满 10000 元返 300 元券;会员在市

场累计消费满 2000 元即可获抽奖券 1 张,满 4000 元获抽奖券 2 张,以此类推。联单、满赠、百款爆款等促销形式花样翻新。最高可获赠苹果 X256G 手机一部。

更多利好服务有:会员购买家具建材可享受消费分期 1 年免息;会员在乐屋、快屋、元洲签订家装合同,可享受消费分期 1 年免息,分期 2 年,会员每月支付分期金额的 3%;分期 3 年,会员每月支付分期金额的 4%,额度最高 50 万元。消费者在店面及丽屋家居建材超市购买“节能减排”产品,可在活动基础上享受北京市政府节能补贴,补贴比例最高 20%。北京晨报记者 黄兰

大消费日趋成型

——居然之家董事长汪林朋

■观点 DIY

啵乐乐儿童主题乐园的开业是居然之家从大家居向大消费转型的重要一步。在互联网的影响下,未来的商业模式一定是跨界的,做食品可以卖家电,也可以卖家具。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。受到消费升级的影响,未来的实体商业一定是“体验性”的,没有体验性的实体商业就没有存在的必要。虽然家居是高体验型行业,但消费频率低。体验消费业态,既是热点,同时又具有消费频次高、人气旺的特点,与家居行业可以实现互补。

百安居智慧门店应用四大高科技

3月3日,5家百安居 B&T home 新零售家居智慧门店在京沪两地同时启幕,成为全国首批全端同步覆盖的新零售家居智慧门店,百安居开年集中推出智慧门店的举措标志着百安居正在深化 O2O 战略。百安居 B&T home 新零售家居智慧门店运用大数据、高科技、人工智能和物联网等创新技术和手段,实现商品、服务、会员与交易的全面互通,开创以消费者家居需求为核心的全新购物体验。



高科技 1:人脸识别

刷脸购物时代来临,人脸识别系统引领智能消费前沿。消费者通过门店内互动云屏或促销员手持 Pad 即可轻松完成人脸识别。

若消费者是首次采集人脸信息,数秒即可创建百安居购物账号。若已采集过人脸信息,1秒左右即可登录百安居购物账号。

购物过程中,消费者随时“刷脸”登录账号即可完成商品加购。

高科技 2:360°全景复刻

智慧门店通过科技对消费者身处的 360° 环境进行三维复刻。样板间区域内云屏或者促销员 Pad 的屏幕上会出现消费者所在区域的 360° 场景,消费者可随意滑动屏幕上的画面,场景中每类商品通过点击锚点即可查看商品详情,更能收藏商品或加入购物车。

高科技 3:VR 体验

VR 虚拟实景技术将百安

居产品与消费者的房型结合,提供给消费者视觉和触觉等感官模拟,为消费者提供更好更真实的体验,同时更能帮助消费者制定装修方案,做出切合实际的装修预算及设计图。

高科技 4:AR 购

AR 购专为协助消费者选购线上商品而定制,消费者只需打开百安居天猫建材旗舰店,进入商品详情页后点击带有 AR 标示的商品,便能将这些商品以近 1:1 的效果投射在自己家中,查看整体家装效果。北京晨报记者 黄兰

瑞博文·融发装饰 2018 年度工作启动

北京晨报讯 近日,瑞博文·融发装饰 2018 年度工作启动仪式在朝阳路红星美凯龙融发装饰总部举行。瑞博文·融发装饰董事长江勇、总经理汤谨宾和全体员工以饱满的激情共同吹响了 2018 年“融发 20 年,匠心创品质”的号角,展示了瑞博文·融发装饰团队高度的凝聚力、向心力。作为一个 20 年的老品牌公司,对装修的服务和品质要求苛刻,融发 20 年接受挑战,汤总用五个关键词概括了今年工作

的核心,分别是:精心(心态、用心)、精品(品行、职业道德、职业操守、职业规范)、精工(发扬匠心精神、传承精神)、精材(优选品牌、优惠主材)、精服务(深化服务、持续性服务、增值性服务)。同时汤总也提出,思想统一、目标一致,行动一致才能打造百年品牌。企业要延续发展,不应该只关注产值,更要关注价值,而在老百姓更重视品质的时代,好的企业内涵则是企业发展的源动力。李增勇

征集家装投诉线索

房屋装修的相关投诉历来都是工商部门、消协处理的重灾区。临近“3·15”消费者权益保护日《北京晨报·家居周刊》特向京城业主征集线索,为装修户答疑解惑,为家装纠纷提供解决方案。无论是建材产品的售前、售中、售后难题,还是家装各环节中“揪心”的事、“扯皮”的事;无论是遇到了互联网家装的坑,还是挑选家具

的环保、质量问题,您可以通过以下方式与北京晨报记者联系:

1. 拨打热线 87169180、18802218769(工作日每天上午 10 点至下午 5 点)
2. 发送邮件至 bjbjiajubu@qq.com
3. 加微信号:bjbjiaju 关注“北京晨报家居好声音”微信公众号
4. 加 QQ:664934384