

谁在引领第七代商业中心？谁在主演 1+2000>2001 “虚拟商业模式”？

# “红星”扩张：中原家居基地强势入郑

9月，全国最大的家居建材连锁商业红星美凯龙将强势启动

□晚报记者 唐德罕 卢林

创业 21 年，红星美凯龙从无到有，从小到大，从弱到强，以敢为天下先的创新气概，把家居市场自主创新成为品牌家居 SHOPPING MALL 的现代连锁服务业，并通过不断的创新与升级，发展成为与洋超市匹敌的品牌家居消费广场，对发展中国的新型商业作出了原创性的贡献，成为独具特色的中国商业自主品牌。同时，红星美凯龙的发展，作为一种行业发展的成功典范，也受到了人们的广泛关注。

## 21年，从600元到96亿元

车建新，一个靠借 600 元起家的小木匠，经过 20 多年的奋斗，如今已成为了拥有数十个家居装饰材料全国连锁卖场的集团掌门人，而他的经历在旁人看来就是一个传奇。

20 多年前，初出茅庐的小木匠车建新借了姨父准备盖房的 600 元钱，做起了生平第一笔家具生意。20 多年后的今天，他的中国红星家具集团已经成长为年销售额高达 116 亿元的大型民营企业集团。

一般言来，面对一个拥有近百亿资产的商业大腕，每个人最想知道的就是他富有传奇的人生轨迹。而对于车建新来说，一个从小木匠变成一个年销售额达上百亿元的民营企业集团总裁，其创业经历颇有传奇色彩。

车建新对于那时的情况记忆犹新：“吃饭的时候我帮师傅打饭，休息的时候我给他搬凳子，下班后给他洗衣服、洗鞋子。农忙的时候到他家帮忙割麦子。”因为腿脚勤快，车建新很受师傅们的喜爱。

十来岁的车建新，就这样把自己投入了浩瀚无边的社会。一天，他终于拿到了第一张家具图纸——是给一家综合市场的老板做组合家具。他借来“巨款”，赊来材料，照着商店里家具的样式，

和师傅徒弟们没日没夜地开始打造。他一生中第一套搬进市场的家具，很快就卖了出去，而他人生也从此和家具紧密的联系在一起。

1988 年，车建新的第一个家具店开门营业。1991 年初，他“红星家具城”的理想变现。1994 年，红星率先成立了江苏省首家家具集团，开创连锁经营方向发展的新道路。而此时，红星销售额从 1991 年的 600 万元飙升至 1995 年的 1.5 亿元。“1996 年，公司毅然淘汰了过去已经熟稔的经营模式，迅速转为家具装饰连锁大市场的模式。”车建新坦言这是为了“构筑大市场，发展大流通”。

从 1996 年，在全国家具流通业率先走上异地兴办连锁商场之路，一直到 2002 年底完成了北京、上海、南京、常州、无锡、徐州等近 20 家“红星美凯龙”家居连锁市场的全国布局。“这期间，我们实施了 1+2000>2001 的‘虚拟商业模式’，2000 多个家居行业的知名品牌与红星美凯龙结合在一起，获得了品牌倍增效应。”在车建新看来，通过强强联合与资源整合，红星赢得了向国外同类流通企业叫板的本钱。

2006 年红星美凯龙的销售额已经突破 110 亿，而此时车建新“家具王国”的总资产也到了 96 亿。“用心、认真、抓住每个细



红星集团董事长·CEO 车建新



红星·美凯龙无锡家居建材厂实景

节。”在车建新看来，在他的创业生涯中，这三个元素功不可没。

## 创新、文化

**加速扩张下的“根基定理”**  
从追随到赶超，从跟跑到领跑，唯一的途径就是自主创新。要振兴民族商业，绝不能跟在国际同行后面亦步亦趋，照抄照搬，唯有自主创新才能后来居上。

“第三次创业，是在 2003 年初正式提出来的，我想以学习和智慧为铺路石，把红星打造成国际化企业集团，打造成中国家居业的‘沃尔玛’，打造成中华民族的世界商业品牌。”车建新坦言，从那时起，红星已经开始了从企业到大企业的化蝶历程。

对车建新来说，在这个化蝶过程中企业创新和企业文化就是红星快速发展的根基。“从 1988 年到今，红星发展的 20 多年来，从来没有放松过对创新和文化的追求。”

“连锁”谈不上是红星的专利，但把连锁的模式运用于品牌家居市场，在中外商业史上则是红星的创新之举。“放眼中国的家居流通业，除了红星，其他在全国实行品牌市场连锁化经营的企业目前还没有。红星至今已在国内 20 个城市开办了 33 家连锁家居广场。”

而对于经营管理创新，车建新坦言，红星·美凯龙经营管理上的创新之处在于其独到的“全球名牌捆绑式经营”、“现代商场化管理”以及“所有售出商品由红星·美凯龙负全责”。“目前与红星联手的名牌已经达道了 2000 余个，这给红星·美凯龙的品质做了充分的保证。”车建新表示。

红星·美凯龙率先在行业中实行的“现代商场化管理”，在当时的家居流通业又是先人一步的新招。他们把严格管理引进卖场，全面强化对市场的管理和控制。

“在商场竞争激烈的今天，

谁在创新方面做文章，谁就可以走差异化路线，得到更大的市场。”在车建新看来，红星美凯龙把家具与建材完美结合以及所提供消费者的一站式购物服务等差异化运营方式，为红星在竞争的沼泽中独树一帜。

实际上除了红星·美凯龙在管理、运营模式等方面的创新走在了前列，而对企业文化副会长的车建新看来也是至关重要。曾荣获 CCTV 最佳雇主的红星集团，文化建设其关键在于培育优质的文化土壤。为了提升员工的整体素质，红星每年拿出 300 多万元对员工进行集中培训，邀请各个领域著名的学者来企业授课，同时，还为员工报销 200 元书费。

“学习文化、创新文化、诚信文化、愿景文化等多种而并行的红星企业文化”共同锻造了红星人“艰苦创业、敢为人先、不断学习、开拓创新”的精神面貌。

## 自主创新

### 引领第七代商业购物模式

商业模式的发展，像炼油一样，不断的把好的提炼出来，把差的淘汰。实践证明，红星自主创新的零售模式，具有旺盛的生命力和强大的竞争力。

对于未来红星美凯龙的发展，车建新表示：2008 年要把家居连锁卖场开到 40 家，而到 2020 年开到 200 家。“统一形象、统一营销、统一服务、统一配送、统一安装的‘五统一’定位和要把家居商场打造成一个绿色环保的商场”的家具购物理念更将成为红星美凯龙重点打造的方向。

“一直以来，打造世界级的中国民族名牌是红星家具集团的最大目标。”作为中国家具连锁第一品牌，目前红星家具集团已经成为网络遍及中国二十几个大都市。

将在 9 月份开业的郑州红星·美凯龙全球家居生活广场更

是红星家具集团在进军中原的旗舰店，“它将成为中部地区规模最大、档次最高的健康绿色环保型家居市场中心。”红星集团副总裁蒋小忠告诉记者。

“郑州红星·美凯龙将运行第七代家居购物商业模式。”对于中原首个美凯龙店，红星集团副总裁蒋小忠如数家珍，“区域划分清晰，配套服务齐备，集购物、游乐、休闲于一体。四个共享空间，从一层挑空通到顶层，给人宽敞通透的感觉。共享空间的设计也新颖别致，将是广场成为一个袖珍的江南园林。20 多套实景样板房，上百个风情各异的样板间，给顾客充分体验购物的感觉。逛完之后可以根据展示的样品为自己的家借鉴模拟，卖场为顾客提供菜单式组合装修方案。”

“所有售出商品由红星·美凯龙负全责”，于 2002 年在全国率先推出的诚信服务创举，其具体内容是“无理由退货、先行赔付、比价退差、绿色环保”四项承诺。为消除消费者的顾虑，红星与各地消协合作设立了保障基金，当消费者认为红星未能维护其合法权益时，可向消协投诉，由消协裁定并从设立的保障基金中直接先行赔付。

而此次郑州红星·美凯龙采用家居行业品牌专卖店加盟性质的 SHOPPING MALL 经营模式，推行“市场化经营，商场化管理”的管理模式。“经营的商品从建材装饰材料、板式及实木家具扩展到家居饰品、几乎囊括了所有家庭装饰布置用品，更重要的是引入了大型电器连锁加盟，真正实现了消费者购房之后家具、建材、家装、家电等消费的一站式购物功能。商场在各个共享空间均设有休息区域和餐饮区域，增强了商场的复合功能。”蒋小忠向记者详细介绍了有关第七代购物广场运营模式的情况。