

体验家居消费亮相郑州

首创体验式家居消费

“它不是陈列在死气沉沉的橱窗或展示架里，而是能够让客户‘动手操作、直观感受’；它不是抽象或无法触摸的，而是能够让客户‘试一试、比一比、做一做’；它不是简单的枯燥乏味的卖或买，而是能让顾客愉悦和获取满足感”，红星·美凯龙负责人告诉记者，在“红星·美凯龙体验式家居消费理念”中，顾客不是置身消费本身的表层，而是自始至终都参与其中，在商品购买消费中体验无穷的快乐。“在红星·美凯龙，消费者才是真正的主人。”

的确如此，红星·美凯龙的卖场四周没有空旷的水泥

广场，取而代之的是园林式的绿化风景，花木掩映，芳草萋萋，满目清新自然的江南风情，会让消费者有走入公园里的幻觉。如果没有建筑上的巨幅 LOGO，没有身边周围有意无意的温馨提示，会让人误以为走入一处苏州园林中，或是五星级的宾馆大堂。

当然，红星·美凯龙的“家居体验”还不只局限在外部环境。更重要的是，他们将产品完美地糅合进了一个个贴近生活的样板间里。这些古典的、现代的、实用主义的、风格迥异的样板间，将红星卖场内的商品和谐地统一在了一个直观、真实的生活场景中，让消费者亲身体验到产品

在自家空间中的存在效果，感性而易于接受。如果把家比作一个有生命的躯体，那么建材、饰品、家具、电器就是一种种原始经纬，只有这些经线和纬线交织穿插，才能成为“布料”，而装修置家的过程就是一个裁剪缝纫的过程，经过精心的安排设计，家才有了一件合体的衣服。

体验并没到此为止，红星·美凯龙还将在商场中举办系列的家居文化以及其他娱乐活动，诸如家装艺术设计展、家居文化风情游等活动，让消费者在消费购物的过程中多层次感受家居文化的魅力，消解购物置家过程中的疲惫和枯燥。

二十一年与二十一城

提起中国家居，红星·美凯龙就不能不提。21年发展历程，21座城市的连锁经营，35家大型建材家居商场，280万平方米总经营面积，2006年销售额106亿元的辉煌战绩，红星·美凯龙当之无愧地被称为中国家居业第一品牌。

红星的崛起已经成为中国家居建材业的一个难以复制的奇迹。红星的发展轨迹，

贯穿着创新经营的理念，它在业内首创“市场化经营，商场化管理”，为对消费者负责，红星主张全部销售商品由红星·美凯龙负全责，并提出四大承诺：无理由退换货、全城比价退差、先行赔付、绿色环保。这些服务理念，如一颗颗重磅炸弹，在业内掀起一波又一波滔天巨澜。

红星的创新精神，充分体现于凤凰涅槃式的自我更

新淘汰上，即将在9月底开业的郑州红星·美凯龙全球家居生活广场，已经是红星成立以来的第7代卖场，主打的概念就是“体验家居”。它的优越之处就在于，颠覆了以往的家居售卖模式，让客户成为真正的主导，让其全方位地感受产品的品质、功能、效用，使其在购物中精神愉悦，获取最大的心理满足感。这就是“体验”的精髓所在。



□晚报记者 袁瑞清

中州大道与商都路交会处，一幢掩映在花木园林中的海量建筑引人注目，这便是红星·美凯龙全球家居 MALL 中原旗舰店所在地。随着它的亮相，一种全新的消费模式——体验家居消费也随着进入郑州。

一站式服务理念开创市场

重技艺活销售，欧派独占鳌头

“从1994年成立至今，欧派已聚集了近3000名高素质的生产技术和销售人员，企业本部也已拥有占地4万多平方米的标准厂区，并开设有数家分厂，成套现代化进口生产设备，无论在企业规模，还是软、硬件设施上都堪称国内橱柜企业的‘舵头’。”一位自称很了解欧派企业的业内人士这样说道。

据了解，欧派之所以能在业界独占鳌头，与其注重

新产品研究开发和灵活多变的销售策略不无关系。它不断推出新工艺、新款式的全新橱柜，使橱柜的技术含量和设计的知识含量不断提升。它还在全国近300个大中城市设有专营商场，统一的品牌包装与灵活多变的销售策略、完善的售后服务保障体系以及时尚的产品造型设计，为欧派在国内橱柜业的“肥头”地位，奠定了牢固的基础。

为了立足并领先行业，

欧派企业又陆续成立了医疗器械、奥维板材、酒店厨具等分公司，这使公司实力得以进一步壮大，销售量年年攀升。除此之外，欧派还较早实现了与房地产楼盘供货商的配套协作，成为最早为国内房地产楼盘配套的厂家之一，先后为天河广场、贝丽花园、保丽花园、广怡大厦、恒宝华庭(香港恒基实业)、星河湾、海富花园等广州80多家房地产楼盘和单位住宅楼配套橱柜。

立潮头领风骚，欧派远销海外

从1994年到2007年，致力于引领行业发展的欧派橱柜，获得了业界和消费者的高度认可，成功的背后都可寻见每一个扎实的脚步。

1995年，欧派率先进入房地产楼盘配套橱柜市场，导入了厨房与装修一站式服务理念；1997年，欧派营业收入就实现了翻番，厂区也第一次规模扩容；1999年，欧派橱柜的专营商场已经达到100多家，它的根基也在多个城市得以稳固，其橱柜第一品牌也渐成气候，之后的每年欧派都在生产技术和

理念上不断更新。2003年，欧派斥巨资进军卫浴行业，第三期厂区也扩建完工，厂区面积达16万平方米；同年，欧派与加拿大MXO公司等签定了长期合作协议，预计年出口额达3000万美元以上。

业内独有的“欧派橱柜集成设计系统”，十分钟让顾客感受真实效果。上门测量、电脑跟踪、定期检修、八年质保，创造行业诚信典范，更是让其“厨房革命”领导者的魄力愈加显现。

“现在欧派已经成为中

国橱柜业的‘巨头’，隔不了多长时间，就有大奖抱回来，不过，它让荣誉实至名归。”有业内人士如此表示。发展至今，它不仅多次开创了行业先河，还实现了远销海外，成为知名国际品牌。据介绍，欧派橱柜工业园已发展为占地20万平方米亚洲规模最大的橱柜生产中心；每天400余套家庭橱柜、8000个非标柜单从这里发往世界各地。全国800多个橱柜专营商场，超过8000人的专业服务团队，每年为10万个中国家庭提供一流的现代化整体厨房。



□晚报记者 王亚萍

对于欧派，业内称其为“厨房革命”的倡导者，因为在橱柜专家看来，欧派的生产技术和销售策略一直处在橱柜业发展的前沿地位。

