

百年·好家
“走进家居企业总部”专题报道——好百年家居

破题传统家居销售模式,好百年家居郑东店七月开业,邀您“e”起关注 好百年:逐鹿中原背后的“创势”根基

创势,创造大势,顺势而为。

“旺市有旺市的机会,淡市有淡市的机会,预见胜利不能超过平常人的见识,算不上高明。正如举起秋毫称不上力大,能见日月算不上目明。”面对经济海啸的冲击,好百年家居连锁股份有限公司总裁陈明周在5月份的企业内刊《百年风采》的卷首语中写道:“古代所谓善于用兵的人,只是战胜了那些容易战胜的敌人。所以,善于打仗的人,不但能使自己始终处于不被战胜的境地,也决不会放过任何可以击败敌人的机会。”他坦言:“能把握淡市的人,或许就把握住了做强做大的机会。”也许,好百年就是这样能够“创造大势”的企业。就算在冬天,它也始终满怀信心为春天的到来欢颂。

伴随着好百年家居连锁企业郑东店的即将开业,中原媒体采访团一行来到深圳,对好百年,这个充满朝气与活力的企业,以及它的发展足迹和模式进行了深入的探访与求索。

晚报记者 卢林 深圳报道

大练梅花桩,十年之路缔造品牌经典

深圳,“家居王国”的称号被淹没在种种光环之下。但从下飞机的一刹那,便能在铺天盖地的家居广告中,感觉到这个称号的实至名归。好百年就是在这样一种城市氛围下成长起来。

“创立于上个世纪末的好百年家居,至今已经走过10年春秋。”在位于深圳市罗湖区的好百年家居总部里,好百年家居连锁股份有限公司(以下简称“好百年”)首席执行官艾孝告诉记者,现在公司旗下已经拥有:好百年家居、美庭品位家居、好百年办公三大品牌,同时创立了好百年家居e购电子商务新模式。

“我们至今已在深圳、上海、长沙、福州、成都等国内众多一、二线城市开设了近20家单店面积在3万平方米以上的家居大卖场。同时,我们还建立了处于行业领先地位的家居网络商城——好百年家居e购网。”

在众多深圳市民眼中,好百年家居是以中高端品牌家具和配套家居用品的专营店形象存在的。“我们将客户重点锁定在白领、精英阶层。同时,我们的产品可以给所居城市的居民提供更多的生活选择。”艾孝坦言,在深圳好百年家居已成为中高端家居的代名词。同时,其品牌知名度、顾客满意度、忠诚度、美誉度也均在深圳家居零售企业中排名前列。不仅如此,在上海、长沙、福州以及成都等地,好百年家居的品牌形象也已经深入人心,并稳占当地中高端家居市场行业的领先地位,成为消费者心目中的中意品牌。

艾孝表示,好百年家居倡导和遵循的“完整家居”、“标准化管理”、“体验式营销”等经营理念,对业界具有深远的影响力,被誉为国内最富创新意识、管理最规范、购物环境最好、现代化程度最高的家居连锁企业。

实际上,在艾孝看来,好百年所倡导的“度假式”购物体验,并不仅仅局限在一个美好的外

在环境。“更重要的是我们将产品完美地糅合进了一个个贴近生活的样板间里,这样可以让消费者现场体验自己未来要构筑的‘家’的氛围,从而省去很多设计和规划的时间。”

在业内人士眼中,好百年家居一直坚持“以人为本”,创造舒适的购物环境,追求完美的服务,并以合理的价格提供顾客所需的商品。一位在总店购物的陈女士告诉记者,“这里的产品性价比还是蛮高的,产品质量不错,另外价格也都不是特别贵,特别是这里的服务很舒服。”

陈女士的评价在艾孝看来是一种鼓励,“好百年家居独特的服务理念,始终贯彻在售前、售中和售后服务之中,形成了一套系统的顾客服务机制,呈现出全程服务、专业服务的特色,‘6个百分之百保证’、‘先行赔付’等一系列消费者保障机制都会让在此消费的人们感到舒心。”

同时,艾孝坦言,好百年家居多年来一直在创新方面狠下工夫,积极探索差异化营销和经营的模式,细分市场与目标顾客,提高现场服务与售后服务能力,根据市场积极拓展不同销售渠道。“好百年家居采用国际流行的一站式购物模式,提供高品位、时尚化、五星级的购物环境,推行精细化先进经营管理理念,其准确的市场定位、专业的品牌营销策略和标准化的管理流程被业界一致推崇。”

总成本领先战略、创新能力、专业化的团队、连锁经营、规模效益等要素极大地增强了好百年实现差异化竞争的能力,好百年业已形成了一套独特的经营模式和企业文化。



深圳好百年家居总店

在行业同质化产品竞争尤为突出的年份,家居卖场的突围重点就在于营造一种不同寻常的家居文化和经营理念。单纯卖单一产品已不能与社会发展相适应,一站式购物、良好的服务、幽雅高档的环境和格调、家具配套营造的文化更能给产品增加附加值和竞争力。

企业发展的关键。

而这一切,好百年似乎提前了很多步,其中一点就是,其在多样化经营的道路上走在行业的前头。

艾孝表示,好百年家居为了满足更多SOHO办公一族的需求,在产品布局上除涵盖了时尚家居产品外,还重点打造了好百年办公家具品牌。其主要经营国际、国内高档办公家具、办公设备、办公文具及办公关联商品,是提供现代化办公一体化解决方案的领先企业。同时,为了满足消费者全新的消费模式和消费心理,以及80后消费群体的家居需求,好百年于去年倾力打造了“好百年家居e购体验中心”,并创办了好百年家居e购网。

此外,除了加大时尚家居的投入外,作为好百年家居的高端产品——美庭品位家居更

是将全球最为高端的家居产品引入国内。美庭品位家居总经理杭咏告诉记者,“在美庭店里,除了拥有世界大牌的劳迪FENDI CASA、斯蒂罗兰以及来自美国加利福尼亚的欧林斯ORLEANS……还可以找到98万的水晶吊灯,80万的瑞典皇室的床品……”除此之外,来到深圳罗湖区的美庭店,如果不仔细观察,很可能让你误以为走进了某个奢华五星级酒店。

“好百年目前的多重经营模式就是为了满足社会各个阶层的家居消费需求。”艾孝认为,好百年的差异化路线将是企业的核心竞争力。“不断创新的经营模式和不断开发的时尚新品就是好百年锐意发展的核心所在。”

业内专家指出,和国内很多家居卖场不同的是,好百年还有自己独立的产品研发机构和自己独立的家居品牌产品,“这样的企业会更有生命力”。

敢为天下先,网购模式“破题”发展瓶颈

29.9元的北欧时尚台灯,299元的纯松木写字台,1799元的卧房板式六件套……别认为只是广告单上的促销噱头,这可是实实在在的销售产品。当然这一切只能好在好百年家居e购店里买得到。

“这主要是顺应社会全新的消费模式而走的经营之路。”在谈及好百年推出e购模式的缘由时,艾孝坦言,除了电子商务发展的强力支持外,去年笼罩全球的金融海啸也是一个很重要的原因。“伴随着经济危机紧缩,消费者购买力有所下降,因此我们适时调整发

展路线,利用电子商务平台推出了e购这种家居销售的全新模式。”

在位于深圳罗湖区笋岗路与洪湖东路交界处的好百年家居e购深圳洪湖体验中心,记者看到一到五楼分门别类地放置着家居用品。沙发床品、餐桌座椅、橱柜衣柜、窗帘壁画等,数千种平价家居商品琳琅满目,“只要是家居用品都可以在这个体验中心找得到。”

“这还不是我们的全部商品。”在网购中心的商务区,艾孝指导记者打开好百年家居e购网站。“这个网站上的家居产品目前已经达到8万种,陈列规模相当于数十万平方米大型实体商

场。”艾孝表示,对消费者而言,网络购物的高性价比很受他们青睐。可以让消费者足不出户,便能享受到与世界家居潮流同步的购物快感。

“或许平庸者蜕变成杰出者,或许是优秀者得到进一步的升华……作为新生代的家居销售模式,网购逐渐成为青年消费人群的主力消费方式,但能够最先涉水这种销售模式的少之又少。”

对于这种新兴的家居销售模式,艾孝表示,“从网购显示出来的种种优势来看,我们相信电子商务作为快速持续发展的‘朝阳产业’必将为家居企业的发展产生良好依托和推动作用,合理运用这个崭新的平台,才能从根本上实现原有的商业模式转型,作为促进销售最直接有效的方式。”

而网购无疑是当前家居行业以及其他行业发展中的一个“破局之道”,依靠电子商务的暖阳过冬,艾孝相信国内家居行业的“破冰之旅”为时不晚。

逐鹿中原,开启中原家居消费新模式

逐鹿大中原,好百年已经做好了充分的准备。随着7月份好百年家居郑东店的强势入驻,好百年家居将为中原消费者带来全新的购物体验,开启中原家居消费革命的新模式。

今年5月份,居然之家郑州店的开业,让中原的家居商战显得更为激烈。“市场是创造出来的,而不是分割的。分割的市场是有限的,但创造的市场是无限的。”带着这样的愿景与壮志,艾孝信心满怀,“好百年家居郑东店将在7月份正式开业,到时必将刮起中原家居行业的‘好百年旋风’。”

艾孝的豪情壮志不无道理。虽然在郑东新区已经有了红星美凯龙和居然之家两大家居卖场巨头,但艾孝认为,这并不能完全满足省会郑州以及郑州周边城市的消费需求。“首先中原的家居消费市场巨大。”他坦言,作为整个河南地区的经济政治核心,郑州有着得天独厚的区位优势。

二七、碧沙岗、花园路等几大知名的商圈,已经足以证明郑州有着强大的商业购买力和消费需求。而让艾孝最有信心的还是好百年家居独有的多重产品定位和全新的e购销售模式。“这种差异化的经营路线,将会使好百年家居郑东店更加受到消费者的青睐。”

好百年家居郑东店店长夏晓剑介绍,定位于城市中高端消费群的好百年家居郑东店,位于郑州郑东新区CBD核心区域,经营面积达5万平方米。店面将依靠好百年家居价值优势、

规模优势、管理优势、领航优势、服务优势以及创新优势这六大品牌优势,整合一线商家资源,以五星级的时尚购物环境,“标准化”的建店方针,全面地向消费者展示家居文化的精髓,向顾客传递全球最具代表性的生活形态。

据悉,好百年家居郑东店由韩国著名设计师打造,整个商场按照五星酒店标准规划、建造和管理。“6米高挑陈列空间,将彰显出通透气派。”

其中,负一层为专门为SOHO办公一族以及企事业单位设置的好百年办公家具商场,一、二层是为中高端客户安排的好百年名品家具街,三、四层为好百年家居e购体验中心及咖啡厅。夏晓剑表示,e购店特别为青年时尚消费一族设计了:时尚家居、流行灯饰、温馨布艺、橱柜用品、家居饰品、生活用品等数大类别的家居用品。同时,e购店将实行实体店与网络销售双管齐下,产品购买可以通过好百年家居e购网进行在线购买,形成品类多元化、实体和电子商务相结合的经营新模式。

随着7月份好百年家居郑东店的强势入驻,相信好百年家居将为中国消费者带来全新的购物体验,开启中原家居消费革命的新模式。

相关链接

好百年旗下品牌巡展

好百年家居连锁有限公司旗下有好百年家居、美庭品位家居、好百年办公三大品牌,同时还建立了处于行业领先地位的家居网络商城——好百年家居e购网。这些品牌分别拥有都市白领、财富阶层、时尚青年和SOHO办公一族等目标消费群体。

好百年家居

属于都市白领阶层提供的消费品牌,是好百年的主流传统消费品牌。涵盖品牌家具、欧陆灯饰、时尚布艺、家居饰品、家庭用品、床上用品六大系列,15类、56000多种单品,为追求优质生活的都市人提供超出期望的价值,满足其高品质的居家要求。

美庭品位家居

属于为社会财富阶层提供的顶级消费品牌。国际一流的硬件设施、完善的配套服务,尊贵的购物环境以及顶级的产品定位,美庭品位汇聚了全球顶级家居品牌,完美演绎古今中外家居文化,艺术大师般的家居殿堂,着力打造都市“品位生活典范”。

好百年家居e购体验中心

属于为时尚青年提供的消费品牌。其将电子商务、目录营销、直营体验店三位一体有机结合起来,产生最大的营销叠加效应。时尚科技的e购体验中心,高效完善的配送服务体系,高性价比的家居产品和服务,安全放心的网络支付,一站式家居采购解决方案,将彻底颠覆传统家居卖场和纯电子商务网站的销售模式,轻松实现家居梦想。

好百年家居办公

属于为SOHO一族以及企事业单位办公单位提供的消费品牌。其网罗了国内外最时尚的办公家具、办公文具、办公设备、电脑产品、学生用品等商品,同时,还开设了百年办公e购网,采用实体与网络相结合模式,并承诺产品价格比市场价低50%,拥有超高性价比。



卖场里的钢琴秀



优雅的购物环境



好百年家居郑东店外立面