

2009 谋局·布阵

盘点中原商业之走进欧凯龙

下围棋时落下的第一颗子，绝不是为了争寸土而去，而是为了争势而去。这就是连锁企业“先取势，后取利”的布局原则。抢占制高点，是“谋势”；市场的布局，则是“谋局”。欧凯龙跨越12年，成为郑州消费者耳熟能详的家具零售企业，广受信赖和认可，其“势”已成。2009年，欧凯龙挟风恃雷，落子四方，引领家具，一路向北，志在“谋局”。2009年，欧凯龙走出郑州，征战地市，放眼全省，开疆拓土，其志也在“谋局”。

开一家新店并不难，难的是如何将店面选在棋盘的生路上，如何能耐住寂寞、培育市场、守得成功。这就需要企业的领导者有着“谋局”思路。擅长谋局者，眼光长远，并在排兵布阵方面有着独到之处。在郑州家居市场，欧凯龙早已经将连锁店拓展到各个区域，扼守四方，定位各异，为区域消费提供了足够的便利和丰富的选择。

时至今日，郑州家居行业风生水起，不乏有着雄厚实力和全国连锁背景的强手进入。在新的竞争格局中，欧凯龙仰仗众多消费者信赖之“势”和布阵四方之“局”，依然饱蘸浓墨，腾挪笔锋，继续书写着属于郑州的家居传奇。

第一商业编辑部



策划:黄潇静 王爽
执行:周倩 陈静 许琳琦
冯刘克 白贺 赵楠

