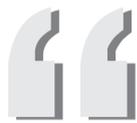


一个家居卖场品牌的传奇

记欧凯龙十五年辉煌跨越



7月，欧凯龙将迎来15周年庆典。15年间，欧凯龙从万和家具城起步到五大商场林立，从立足郑州到进军二级市场，从专营家具到建材家具一体化经营，历经“三重境界”的磨砺、蜕变，完美演绎了一个家居卖场品牌的传奇故事。

实习记者 曹志波/文
记者 慎重/图



理想远大 引领行业

萧伯纳说：“人生的真正欢乐是致力于一个自己认为是伟大的目标。”对于企业而言，它的真正的欢乐就是要确立一个清晰明确且远大的目标。

欧凯龙自成立就确定了做中国专业家居运营商的远大目标，从未动摇。

1997年，郑汴路上家具市场纷纭绽放，欧凯龙郑汴路万和家具城顺势而起，它首先将现代家具流通服务理念与更多知名家具品牌融入一体，并由此开创了中原家具行业的新局面。

在中原家具行业，欧凯龙开创了一种运营模式：商场差异化定位策略。欧凯龙金水路国际顶级家具馆定位于国际极品高端家具，欧凯龙嵩山路国际家具馆定位于国际化精品家具，欧凯龙北环路国际家具采购中心定位于国际精品奢华，欧凯龙黄河路平价家具馆定位于“精品家具也便宜”。

“名品进名店，连锁促发展。”在郑州，欧凯龙率先扛起家具市场商场化和精品化的旗帜。欧凯龙四大家具卖场拥有诸多国内国际一线家具品牌，很多品牌为欧凯龙商场独有。2008年的升级改造中，欧凯龙不惜巨资引进了大批国际一线顶级奢华家具品牌，同时全新升级四大卖场。一大批精品家具纷纷入驻，“来欧凯龙就可以买到世界各地的顶级家具”成为中原人民的共识。

从此，中原的顾客朋友不出国门就可以体验来自世界的顶级家具，创造了一个精品家具全民共享的时代。

“昨夜西风凋碧树。独上高楼，望尽天涯路。”正是怀着“引领品味生活，提升城市居家生活品质，做中国专业家居运营商的”远大理想，欧凯龙坚定地踏上了家居这条路，并为此不懈努力。



谋局中原 好戏连台

厚积薄发，水到渠成，有了前期的品牌积淀与连锁商场开发之经验，欧凯龙连锁发展之路愈发平坦。

2003年10月1日，欧凯龙黄河路平价家具馆隆重开业，标志着公司在连锁经营做大做强方面迈出了坚实的一步。

2007年1月1日，郑州市西南区域单店面积最大的欧凯龙嵩山路国际家具馆璀璨开业，结束了广大的西区没有高端家具卖场的历史。

2008年，成立11年的欧凯龙开始了自己的新一轮全新升级，四大商场全面强势升级，统一了四大商场的企业LOGO，“OCALONE”新标志凸显国际风范，简洁优雅，与欧凯龙的气质一脉相承，得到了消费者高度的认可和赞同。

2009年10月1日，欧凯龙北环路国际家具采购中心盛大开业，标志着欧凯龙家具连锁战略布局的进一步完善。

2010年1月1日，焦作欧凯龙国际家居广场开业，涉足建材市场，也昭示着欧凯龙迈出了跃马中原布局全省的战略性第一步。

2012年4月29日，欧凯龙中原路国际建材家具采购中心盛大开业，进军郑州建材市场，进一步加速了欧凯龙从家具到建材家具一体化完美转变，步入了企业发展的新阶段。

智者借势，勇者借力。据了解，2012年10月1日，欧凯龙中原家居卖场扛鼎力作——欧凯龙郑东新区店又将震撼登场。

“蓦然回首，那人却在，灯火阑珊处。”不知不觉，欧凯龙早已在郑州扎稳脚跟，跃马中原的布局已初具规模，成为中原家居的一张熠熠生辉的“名片”。

谈及未来的发展，欧凯龙相关负责人介绍：三年之内在地市再开10家卖场，五年之内将覆盖河南18地市，卖场数量将达25家，卖场面积将达到120万平方米，营业额将超过100亿元。

开疆拓土 屡创奇迹

郑汴路的顺利起步，给予了欧凯龙极大的信心。下一个目标，竟然是做高端家具卖场。要知道，以当时郑州的消费水平而言，这无疑是一次非常大的冒险。

“商业，很多时候都是冒险，关键在于冒险程度和可控范围。如果是一个经过深思熟虑之后的方案，对公司的发展有大提升，就一定要去冒险。”欧凯龙执行总裁吴大伟说。

那时候的郑州，缺少高端家居建材品牌，也缺少相应的风格款式。为此，欧凯龙团队认为有必要引导一下中原消费者的品质生活。从地理位置上看，金水路相当于北京的长安街，也具备了做高端家具的条件。

但是，当时的社会舆论并不看好这一举措，而且最大的困难是高端家居品牌不愿意进驻郑州，就像LV、Gucci一样，对郑州消费能力持怀疑态度。其次是产品的品质提高了以后，商城人气难以保障，消费意识的转变需要一个培养的过程。“这种情况一直持续了一年多的时间，对我们来说就是一种煎熬，但庆幸的是我们顶住了压力，熬了过来。”吴大伟回忆说。

2002年1月1日，欧凯龙金水路国际顶级家具馆震撼登场，由此书写了欧凯龙在发展史上的新篇章，从此彻底结束了在中原这片广袤的大地上没有国际性高品质的品牌家具商场的历史。

2007年，欧凯龙嵩山路国际家具馆落户西区时，也有很多人对它的前景表示担忧，因为当时随着郑东新区的崛起和政府对于北政策的倾斜，很多企业，特别是房产企业纷纷转向。

“西区作为老城区，家居市场的消费潜力十分可观，需要我们去挖掘。再者，由于很多的建材家具企业或卖场大多都集中在东边郑汴路附近，西区亟须一个值得信赖的家具商场。最后，依郑州未来的城市发展规划来看，西区再次焕发新春是必然的事。”吴大伟当时就分析道。

果不其然，欧凯龙嵩山路店开业以后生意火爆，销售屡创新高。

“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴。”正是因为欧凯龙对目标的坚守，再加上超前的判断力、先进的营销理念等，欧凯龙才能在面对压力和怀疑时坚持不懈，步步为营，创造了一次又一次的行业奇迹，始终走在中原家居市场前列。

相关链接

欧凯龙牵手《风华绝代》礼献中原

7月17日，欧凯龙携手由知名演员刘晓庆主演的话剧《风华绝代》，将在河南人民大会堂倾城上演，共同谱写一段盛夏“传奇”。

该剧由欧凯龙国际家居连锁集团及北京至宣善美国际文化传播有限公司主办，红苹果家具、欧派橱柜、箭牌卫浴、生活家地板、左右沙发、喜临门床垫等家居企业联合协办。

欧凯龙相关负责人介绍说：“文化作为一种无形的资产，无论是对于企业还是一个国家都有着不容忽视的影响。欧凯龙一直比较注重文化建设，比如欧凯龙的爱家文化、致力于宣扬民族文化等。这次为迎接十五周年庆典，我们特主办了由刘晓庆主演的传奇话剧《风华绝代》，再次为全城市民奉上一场饕餮文化盛宴。”

据了解，话剧《风华绝代》讲述了晚清传奇女子赛金花的故事。它相继在北京和上海成功首演，并开始全国巡演的历程，包括天津、福建、广东、深圳、江苏、四川、重庆、内蒙古、台湾等地，其中台湾地区演出10场，创下话剧演出市场的奇迹，在业界开启了一个新的篇章。