

# 我眼中的 欧派

许凯平◎著

Only Popular Pa Ea Idea New

# OPPEIN

追求完美，不断超越，永无止境

## 中国品牌价值 500 强 欧派居行业榜首

- 连续11年，欧派家居集团蝉联全国工商联及中装协橱柜会长单位
- 欧派是唯一代表行业参与国家住房和城乡建设部《住宅整体厨房》标准制定的编制单位
- 博鳌房地产论坛，欧派荣获“2017年度中国地产采购首选供应商”奖

**OPPEIN**



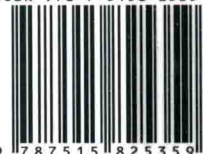
官方网站



新浪微博

上架建议：商业文化 / 企业管理

ISBN 978-7-5158-2535-9



9 787515 825359 >

定价：48.00元

# 我眼中的 欧派

许凯平◎著

中华工商联合出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

图书在版编目(CIP)数据

我眼中的欧派 / 许凯平著. -- 北京: 中华工商联合出版社, 2019.8

ISBN 978-7-5158-2535-9

I. ①我… II. ①许… III. ①厨房家具-家具工业-企业集团-工业企业管理-经验-广东 IV. ①F426.88

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第144290号

## 我眼中的欧派

---

作者: 许凯平

责任编辑: 胡小英

封面设计: 张红涛

责任审读: 郭敬梅

责任印制: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印刷: 北京毅峰迅捷印刷有限公司

版次: 2019年8月第1版

印次: 2019年8月第1次印刷

开本: 710mm×1000mm 1/16

字数: 112千字

印张: 13

书号: ISBN 978-7-5158-2535-9

定价: 48.00元

---

服务热线: 010-58301130

销售热线: 010-58302813

地址邮编: 北京市西城区西环广场A座  
19-20层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

E-mail: [cicap1202@sina.com](mailto:cicap1202@sina.com)(营销中心)

E-mail: [gslzbs@sina.com](mailto:gslzbs@sina.com)(总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题, 请与印务部联系。

联系电话: 010-58302915



纵横智业：家居建材培训咨询行业的领军品牌。



金桔招商，首创行业猎头式精准招商模式。

The logo consists of a large, stylized letter 'C' that is open on the right side. The 'C' is rendered in a light gray color with a subtle gradient and a thin black outline. To the right of the 'C', the Chinese characters '前言' are stacked vertically in a bold, black, sans-serif font. Below the Chinese characters, the English word 'Preface' is written in a smaller, black, sans-serif font.

# 前言

## Preface

2019年春天，正值万物复苏，欣欣向荣之际，欧派的发展也如春临大地，呈现出不可挡之势。在全球经济放缓、家居行业艰难前行的大环境下，欧派依然保持高速增长，实现了销售破百亿的小目标，同时向着千亿市值的大目标一路前行。备受瞩目的傲人业绩、逆势飞扬的士气、不断推陈出新的产品及营销理念，让人们对于欧派多了一份敬意的同时，也多了一份好奇，究竟欧派是如何取得这番成绩？为什么欧派能引领中国家居企业持续向前？在本书中，我们可以找到答案。

经过25年的发展，欧派已成为享誉国内外市场的知名品牌。在用户眼中，欧派是品质与时尚的象征，其产品也体现出独特的品牌理念。一直以来，欧派潜心打造高品质产品，用心铸就品牌荣誉，在创造与创新的发展中，始终保持着健康良好的企业形象。

在欧派创立之初，也不免做过跟随者。但是，经过不断的摸索与创新，欧派经历了从量变到质变的过程，终于成为行业的引领者。在与时俱进的管理理念与人事管理机制下，欧派的整体实力日渐强大，而在坚实的企业综合实力基础之上，欧派从一个为人们所熟知的橱柜品牌，成长为一家技术更成熟、业务更全面的全屋定制家居企业。随着“19800套餐”的问世，欧派成功引入了“把客单值做大，引导并创造消费者需求”的营销模式。

近年来，随着市场环境的变化以及用户消费习惯的转变，欧派在成立20周年时正式公布大家居发展战略，正式开启从单品类产品提供者向服务整合提供者迈进的步伐。大家居发展战略打破了品类壁垒，整合了家装链条，让欧派成为一体化、一站式全屋定制方案的优秀提供者和解决者。

欧派产品结构与市场布局的转型，可以说是一次非常成功的转型，而支撑欧派华丽转身的不仅在于产品、服务的全面升级，更在于欧派多年来坚持不懈的品牌建设与经营。在传统媒体时代，欧派在营销推广上的许多做法已经具有一定领先性与超前性，其中一些营销方式更是开创了家居行业的先河。比如，请代言人、央视广告、机场高铁户外广告，等等。值得一提的是，从传统媒体到新媒体时代，欧派同样积极创新以适应新时代、新市场、新环境对品牌提出的新需要，在娱乐营销与体育营销领域展

开更多的战略布局。

在2017年，欧派成功登陆A股市场，这对欧派来说不仅是一个挑战，更是一个机遇。在我看来，上市给欧派带来了更多的资源，极大扩张了品牌的知名度和影响力，也得到了各方更多的融资。同时，当下市场竞争也变得更为激烈，产品同质化问题日趋严重，各品牌价格战也进行得如火如荼，如何通过设计提高品牌的差异性，如何结合新媒体的形式更好地塑造品牌形象，这对于欧派来说是一个新的命题。

2018年，无论是从品牌、产品，还是从营销、服务上，欧派都进行了全面的提升。

未来，在大家居战略、大品牌战略的引领下，欧派家居集团将实现新的腾飞！



## ▶ 第一章 欧派的峥嵘岁月

- 一、创业·开疆辟土，稳步向前——1994~2004年 / 002
- 二、创牌·再攀高峰，跃上新台阶——2005~2015年 / 006
- 三、创新·引领时代，开启新征程——2016年~未来 / 011

## ▶ 第二章 欧派的独特管理模式

- 一、强基固本，KPI绩效管理的创新 / 020
- 二、机制建设，提升团队核心 / 030
- 三、强化制度建设，为企业发展保驾护航 / 034
- 四、发布“廉洁管理准则”，打造诚信名片 / 041
- 五、强化“反贪污、反腐败”管理，营造健康发展环境 / 045

- 六、强化终端运营模式打造，商场管理上的六大突破、  
六大主题及四种拓展模式 / 049

### 第三章 欧派的创新营销

- 一、开创文化营销先河，引领行业新发展 / 058
- 二、品牌的力量，“抢滩”央视黄金时段广告资源 / 061
- 三、驰名商标，见证品牌实力 / 064
- 四、创意无限，娱乐营销新花式 / 067
- 五、明星代言，打造品牌高端品质新形象 / 072
- 六、情感与体验并行，引领家居品牌步入营销3.0时代 / 076

### 第四章 欧派的人才大动脉系统

- 一、员工是欧派最大的财富 / 084
- 二、点石成金的“点将制度” / 088
- 三、欧派“立体式”培训体系 / 090
- 四、欧派店长的五项核心制修炼 / 094
- 五、打造衣柜赚钱店长新模式 / 101
- 六、欧派人事迹启示录 / 104

## 第五章 欧派的创新发展

- 一、发布“橱柜+”五大系统，引领厨房生活新标准 / 112
- 二、全屋19800套餐，打造衣柜行业新商业模式 / 115
- 三、轻时尚品牌升级，欧铂丽震撼亮相 / 119
- 四、大家居一站到家，从此告别“装修恐惧症” / 122
- 五、走进欧派AI工厂 / 126

## 第六章 欧派的企业文化

- 一、凝聚发展向心力，在企业化建设上一路前行 / 132
- 二、欧派企业价值观的修炼 / 137
- 三、让企业文化变成行动力，发现欧派文化的魅力 / 139

## 第七章 欧派的合作之路

- 一、强强联合，新商业模式“英雄联盟”的探索 / 148
- 二、与优秀家装公司牵手，共赢整装大家居未来 / 151
- 三、欧派+国美，打响家居、家电作战大联盟 / 155

## 第八章 欧派的全球视野

一、重视原创设计，开启国际化新旅程 / 160

二、以“工匠精神”，打造“世界品质中国造” / 163

三、力拓海外市场，欧派的国际化之路 / 167

附录1 欧派大事记 / 175

附录2 欧派员工职业准则 / 187



## 第一章

# 欧派的峥嵘岁月

- 一、创业·开疆辟土，稳步向前  
——1994 ~ 2004 年
- 二、创牌·再攀高峰，跃上新台阶  
——2005 ~ 2015 年
- 三、创新·引领时代，开启新征程  
——2016 年 ~ 未来

## 一、创业·开疆辟土，稳步向前——1994~2004年

1964年8月，姚良松出生于广东梅州。作为家中的长子，姚良松从小就肩负起家里的重担，除了要照顾弟妹、插秧、砍柴，他甚至还在建筑工地做过挑砖的体力活儿，从小艰苦的生活养成了姚良松勤奋踏实、敢于拼搏的性格。

古语有云：“天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤。”年少时的艰苦生活，让姚良松这个“寒门学霸”放弃了公务员的生活，摇身一变，开始了自己的经商生涯。初入商场的姚良松，曾经因为一纸政策而生意失败。之后，经过一系列起起伏伏的姚良松终于抓住了改变自己命运的机会。

1994年，已经小有成就的姚良松想买一套房子，于是，一家人陪他一起看房。姚良松的妹妹看到样板间的厨房橱柜后感叹道：“要是我们家也有一套这么好看的橱柜就好了。”当时市场

出售的整体橱柜都由香港生产，主要是立柜、橱柜、地柜组合成统一色调，鲜少有内地厂家做橱柜生意。此时，极具商业头脑的姚良松当机立断，决定投入橱柜市场。

1994年，广州欧派橱柜企业有限公司正式成立。在欧派成立之初，姚良松先是试着做了三个不同质地的橱柜模型，然后在自家写字楼下搞了一个橱柜展销会。当天，欧派意外地收获了60个订单。之后，欧派开始大规模生产，到店购物的顾客反而不多。经过调查，姚良松发现消费者还没有建立购买整体橱柜的观念。于是，欧派开始通过广告、知识讲座等方式，将欧洲“整体橱柜”的概念引入市场，让越来越多普通消费者了解整体橱柜的优点。至此，欧派开创了我国工业化生产现代橱柜的先河，掀起中国“橱柜革命”的风暴。

在持续的广告宣传攻势下，中国消费市场对厨房有了新的观念，这也让欧派迎来了可喜的发展机遇。1995年，姚良松顺势而为，在欧派导入“厨房与装修一站式”服务。此外，欧派率先进入房地产楼盘配套橱柜市场，倡导“厨房与装修一站式服务”理念。

1996年，欧派在全国范围内开展“现代橱柜消费指引”活动，引导消费，进一步拓展市场。

1997年，在“罗浮山干部会议”上，姚良松提出共同合作的

“八字方针”——公平、光明、团结、自由，这八个字就是欧派企业文化的基础。在之后的发展过程中，欧派企业文化的形式和内涵虽不断完善和延伸，但“八字方针”的基础地位不变。

1998年，随着家居市场竞争越来越激烈，欧派推出“货比十家”诚信营销，实行“质量保证金卡”服务，并将其拓展到北京、上海、长沙、杭州等大中城市。

1999年，姚良松意识到要想把企业做大，必须占有份额较大的市场，保证企业拥有强大的品牌号召力，为此，欧派推动全国营销网络建设，以此开创橱柜业连锁经营先河。作为中国橱柜连锁店第一品牌，欧派带来的加盟体制很快就初见成效，在全国一百多个大中城市建立专营商场和服务中心。

2000年，随着中国城市化进程加快及建筑住宅空间的变化，以及人们对厨房新的需求与观念的变化，厨房装修亦发生了深刻的改变，而整体厨房已经成为新的市场发展趋势。此时，欧派推出第一套“2000功能化橱柜”，正式宣布开启中国“橱柜电器配件一体化”进程。同年，欧派销售额突破1亿元大关。

2001年，欧派橱柜被评为国家质量监督检测“质量十佳放心品牌”。欧派第一套“21世纪风”系列绿色环保产品诞生。

2002年，欧派率先举办厨卫文化研讨会，开创厨房文化新概念。

2003年，欧派砥砺前行，荣膺国家建设部厨房标准单位。这一年，欧派作为唯一代表家居行业参与国家《住宅整体厨房》标准制定的企业，成为名副其实的中国橱柜标准制定者。

2004年，欧派将欧美流行的开放式厨房引入国内市场。当年，欧派通过巧妙利用厨房空间，将实用美观的餐桌与厨房紧密相连，形成一个开放式烹饪就餐空间的新模式，并且在欧派推出的“欧派旗舰”新品上体现得淋漓尽致，这款产品一经上市，立刻成为中国老百姓厨房家居生活的一道亮丽风景线。