

高端中式家具市场迎来“地震”

品质加服务，祥华坊在烟台迅速崛起



我是黑马

商界永远不缺少黑马，无论是昙花一现还是最终成为商界大佬，黑马永远是话题，带来激情。本栏目针对的是行业中崭露头角的新企业，如果您愿意将经营经验和大家分享，可以发送信息到电子邮箱yantaicaijing@126.com联系我们。

1 黑马魅力

买套家具要等两个月

2011年，祥华坊落户嘉禾乐天幸福店，开业初期的祥华坊显得那么低调，没有广告没有促销，有的只是漂亮家具。这场等待并没有持续很久，“我们的家具用的都是来自东北的百年榆木，榆木家具在市场上不少见，可是我们的这种材质却很少见，只要是对高端中式家具喜爱的到访者，肯定会选择我们。”祥华坊烟台总经理王麒铭自信地说，这种被动的营销模式，体现了祥华坊人对自己产品的信心。而随后的事实证明了这一点。

虽然仅靠着入店鉴赏和口口相传，但是祥华坊红火了起来，一位顾客甚至前前后后四次到店里订货，每件祥华坊的家具看起来都是那么好，让这位顾客每次看到新货都忍不住往家搬回几件，不仅如此，他还将家人朋友全都带来买。

王麒铭介绍说，祥华坊的每件家具都是艺术品，都是独一无二的，他们采用了传承上千年的榫卯工艺，整件家具没有一个钉子，风格亦古亦今，能够体现主人典雅的眼光。凭借着独一无二的家具，祥华坊获得了成功，即便是交货周期长达两个月，可是每月总有六七位顾客坚持等待着祥华坊的家具。



古色古香的祥华坊。(受访者供图)

本报记者 齐金钊

烟台高端中式家具市场迎来了一场“地震”，祥华坊靠着品质和服务，给顾客、同行带来轰动性的影响。为了购买一套祥华坊的家具，许多顾客心甘情愿等上两个月。经过两年多的发展，它在嘉禾乐天幸福店和红星美凯龙各有一家店。祥华坊像一匹黑马，携着凌厉的气势向着高端中式家具市场引领者这个目标飞跃着。

2 黑马风格

连小孩子划伤家具都要管

祥华坊的营销模式非常独特，他只选择了一条路——口口相传，在经济发展迅猛的今天，这似乎是一个错误的选择，可是对于祥华坊来说，这反而是他们成功的根本。口口相传靠的是什么，品质吗？当然远远不够，好的产品很多，品质只是成功的基础之一。

祥华坊的服务更是他们

走向成功的关键。祥华坊号称“零售后”，它的家具没有一颗钉子，木头与木头之间紧紧咬合，经久耐用，不会出现松动等其他家具常犯的毛病。

祥华坊在零售后的基础上又做出了超越，他们将客服做到极致，可以说自己找事干。

一位顾客家中的孩子不小心用刀子将家具划出

痕迹，这不是其他家具销售商客服范围内的工作，但在祥华坊，这就是售后服务的工作。上门为客户服务，让每一件祥华坊的家具都成为一件精美艺术品，这是祥华坊的目标。

除了做好客服，祥华坊不断推出新款，以精益求精的态度和真诚周到的服务赢得了客户的信赖。

3 黑马气势

做高端中式家具的引领者

百年“新”榆木，满眼中国风，这是祥华坊家具展厅给人最直接的感受。8月初的一个下午，记者来到红星美凯龙家具卖场，刚到三楼便看到了“祥华坊”的招牌，古色古香的门脸，门口放两个雕花樟木箱，展厅内清一色的新式中式家具。在设计风格上，这些家具打破了传统中式家具古板、严肃的风格，既保留了中式家具的底蕴，又融入了现代的元素，走出了一条独特的新式中国风。

中国木作工艺是一条漫长的历史长河，留给我们丰富的传统手工艺。祥华坊取其经典，在当代生活中加以演绎，一切从选料开始，经过开料打磨雕刻以榫卯结构制成，施以独家精湛的油漆涂饰工艺，精工细作，将祥华坊高品质生活理念浸润到每一件家具之中。

王麒铭介绍，实木家具的热销，除了环保与质量因素外，与中国流传两千多年的“木文化”密切相关，木制家居产品从古至今在中国消费者家庭生活中不可或缺，祥华坊产品很大程度上满足了大家的“木文化”情结。

祥华坊给烟台高端中式家具市场带了轰动，但他的目标不仅仅如此。王麒铭说，他们想做成一个具有更大影响力、更有占有率的民族品牌，成为高端中式家具的引领者。

编辑：侯文强 美编：宋晓霞

不做IT男，烟台小伙回乡当“农民”

李文浩入驻烟台市大学生创业园，打算在家乡实现天麻种植梦



创业启蒙

成功是不能复制的，但是可以模仿和借鉴，本栏目讲述创业中的得与失、经验与教训。如果您愿意将创业经验和大家分享，可以发送信息到电子邮箱yantaicaijing@126.com联系我们。

本报记者 蒋慧晨

一个“80后”烟台小伙，当过验箱员、质检员、销售员，曾在国企有份稳定的工作却又不甘于现状，怀着一个创业梦，硬是靠努力和坚持打拼出自己的事业。执行力与坚持，是李文浩创业成功的关键词。

初次创业遭惨败

大学毕业后，李文浩只身来到了北京，和普通的应届毕业生一样实习、找工作、上班，迷茫过、彷徨过，最终他被一家生产高速列车配件的国有企业录用。

2008年6月，李文浩放弃了国企的优厚待遇和晋升机会，创办了北京拇指网络工作室，在北京昌平科技园租了一间不足10平方米的写字间，一名美工、一名程序员，3人的工作室就这么成立了。两个月的时间内接了20万元的单子，初涉创业，颇有收获。

两个月后，他正式注册公司，在昌平租了一套100多平米的房子当作办公室。公司机构设置全面，财务室、销售部、总经理室、会议室样样俱全，李文浩开始大规模招募人员，一个多月的时间员工达到30多人。

李文浩说，“当时我太注重公司的形式和流程，反而忽略了产品市场和销售收入，短短两个月，所有的投资和赚到的利润全部砸进去，资金出现缺口，又逢金融危机，业务举步维艰，公司前景渺茫。”初次创业不仅没有

赚到钱，反而还负债近20万元，最困难的时候，李文浩的身上连10元钱都拿不出来。

代卖花瓶再得创业基金

短暂几个月内的大起大落，并没有让李文浩失去创业的希望。这时一位朋友邀请李文浩为他拓展北京陶瓷花瓶市场，李文浩再次看到了机会。“我在三个月内，跑遍了北京2000多家大小市场，每天要开车在北京跑300多公里。”李文浩说，有一次卸货时，他和一个朋友从傍晚一直要卸到第二天天亮。凭着这股韧劲儿，李文浩赚回了再次创业的启动资金。

2009年3月，北京昌平区举办首届青年创业大赛，李文浩率领团队获得铜奖，成为北京青年创业示范园首批入驻企业之一。经过谨慎经营，一年半后，客户由几个扩展到了几百个。2010年6月，公司的名字由商狐科技改为中科光谷，公司从单一的网络科技公司变更为综合性技术公司。为了让用户能够更直观、更便捷地获得自己想要的网站制作服务，首推了“网站超市”的概念。



李文浩打算回烟台种天麻。记者 蒋慧晨 摄

他们还与狼烟网络合作研发推出了革命性的建站平台——“动力站车”，该平台已被阿里巴巴集团公司收购。

今年要在家乡种天麻

在网络技术公司发展越发顺利的时候，李文浩却不甘于眼前的成绩，再次转型，将目光放在天麻种植上。

“天麻原产于南方，是中国特有的。有人曾说天麻只能在南方种植，不可能在北方种植。”李文浩说，一次机会让他了解到

北方也可能种植天麻，他与朋友合伙到南方学习天麻种植技术，并把天麻的种植基地设在家乡烟台。

2013年5月，李文浩入驻烟台市大学生创业园，成立烟台光谷生物技术有限公司，他要在家乡实现他的“天麻种植梦”。

李文浩说，回顾创业的几年，执行力与坚持是最重要的。“无论有什么好的创意，不去实践执行就是空谈，吹牛皮。”李文浩说，一个“二流”的项目能执行得出色，远比十个“一流”项目方案的停滞不前要好。