路楠:品味红木之缘

竞争惨烈的家居市场让原本红火的富雅家居举步维艰,一次360度巨大转型将富雅红木楼打造成江北最专业规模最大的红木家具卖场。主导这一转型的路楠当时刚满30岁,其抉择之果决执行之果断远超其年龄所为,而8年的英国留学、6年的基层销售又注定这是一次华丽转身。面对着当前红木家具市场的新变化,路楠又开始一次新的开拓,以文化为纽带和催化剂,挖掘新的消费群体,将富雅红木楼打造成红木文化名片,为弘扬和传承优秀传统文化助力。

齐鲁新势能 7

◎**本期人物:**路楠,1981年出生,留英硕士。现为富雅红木楼董事长,济南市青年民营企业家协会副秘书长。

本报记者 杜洪雷

留英8年,归来做了“销售员”

走进富雅红木楼,你不会受困于普通家居卖场的熙攘凌乱和刺鼻气味,更多的是体味悠久传统的红木文化。行走在每一层,可以静静地欣赏每一个红木品牌的扛鼎之作,或者紫檀的佛龛,或者是海南黄花梨圈椅,或者是大红酸枝的茶台。停留片刻,倾听讲解,一段红木的历史氤氲而来。

多数时候,一身带儒雅气质的青年男子在红木楼中某个品牌处驻足,与品牌服务人员或者消费者交流一番对红木家具的见解。“红木家具绝非仅仅是家中的装饰,其自带着悠久的传统文化,能够提升人的品位和层次。”今年37岁的路楠是富雅红木楼董事长,一个喜欢穿行卖场不喜待在办公室的年轻人。

讲求独立深入一线调研,是与路楠早年的求学和工作有着密切的关系。在国内上完高中之后,路楠就来到英国留学,八年时间取得金融学学士、人力资源管理学学士,工商管理学硕士学位。“在英国系统地学习了国外先进的人力资源管理和企业管理的知识,这对我之后掌管富雅红木楼有着极其重要的作用。”路楠说道。

八年学成归国,路楠并未如外人想的进入富雅家居工作,而是主动要求来到省内最大的商业集团从最基层的销售员干起。“那是一个新开的卖场,我们虽然是销售员,其实什么杂活都干,扫地搭架子搬运货物。”回忆当初的情景,路楠一番感慨,“那时候生活工作得非常充实,一睁开眼就想着怎么多卖出几件衣服。”

从一个百货男装的销售员干起,路楠逐年晋升一直干到楼层经理,并且成为集团的青年后备干部。恰在此时,济南家居市场风起云涌,多家全国连锁家居卖场纷纷涌入,致使原本生意红火的富雅家居举步维艰。“我父亲年龄也大了,家里人就劝我回来管理富雅家居,我明白重振富雅也是我的责任。”由此,路楠一脚踏入家居市场。

发现消费“痛点”,专做保真红木家具

或许终究是与木有缘,路楠名字中便内含一珍贵树种。“金丝楠虽然不属于国标红木,可是在明清时代一直属于皇家专用木材,其珍稀程度不逊于红木。”路楠指着手边的一个金丝楠木的圈椅说,金丝楠最迷人的就是木材中泛着金丝,更难得是其百年不朽,颜色会慢慢地氧化,成为更珍贵的阴沉色。

谈及转型专做红木家具,路楠称这是他深入调研市场之后的抉择。富雅家居自1999年开业,主打中高端家具品牌,是泉城市民居家装修的必选之地。“从2000年至2008年一直处于稳步上升,那时候装修的新家里面多数会有从富雅购买的家具,可是自从2009年之后市场开始发生变化。”路楠称,济南家居市场的竞争异常激烈,多数卖场聚集在北园大街2公里的商圈,可是富雅家居相对其他大型卖场,其较小的体量限制自身的发展。

“我们曾经全部推翻主做欧美家具,可是转型并不成功。在那些艰难的岁月里,我几乎把所有的时间都用来研究家居市场,最终发现红木家具具有广阔的市场空间。”2011年,路楠作出一个大胆的决定,将富雅家居8层楼转做红木家具,仅留少量的实木家具。“我的概念中,做就要做最好的,做就要做大的,在市场上品牌效应非常重要。”富雅红木楼是江北最大的红木家具卖场,被称为“齐鲁红木第一楼”。

之所以敢转做红木家具,路楠发现红木家具消费领域的“痛点”。“对于红木家具,许多消费者敬而远之,因为缺乏专业知识害怕被骗,而红木市场确实良莠不齐,一些红木家具商以假乱真,以次充好,欺骗消费者。”路楠称,富雅红木楼就是解决消费者的这个痛点,商场以严格的制度把好“入门关”,凡是进入富雅红木楼的商家,富雅会对工厂的产品品牌、实力等要素进行考察,进场前必须经过严格的材质检验,用材和工艺必须符合商场要求,否则不允许销售。

“统一标价,一卡一证一书必须齐全,消费者只要想买真红木家具,富雅红木楼就是必然的选择,因为消费者不用担心买到假红木和低劣的红木家具。”路楠称,家居卖场重视口碑效应,特别是红木家具不少是客户介绍客户,长时间就有了“买红木就到富雅红木楼”的说法。

没有文化,红木家具只是半成品

富雅红木楼的品牌效应日益扩大,在吸引来众多消费者的同时,也吸引了众多的专业人士,自然就吸引了大批知名品牌入驻,很快就汇聚起了“京作”、“苏作”、“广作”以及“东阳木雕”等中国红木家具的经典代表作,全国知名红木企业纷纷落户富雅红木楼。众多大品牌的入驻也推动了红木楼的品牌升级,扩大了红木楼对外的影响力。

“如果没有文化,红木家具只是一个半成品。”路楠认为当下红木家具必须要在文化参与之后才是一个最终的成品,品牌营销所要做的工作不是创造,是发现与表达。现在富雅红木楼已经形成不同地域文化的微缩景观,不同的家具风格、建筑风格、装修风格都汇聚一堂,是一个文化特色卖场。消费者在这里可以找到代表各个流派的红木家具,满足不同的文化取向。

“我们秉持开放的态度,把各种文化纳入其中,例如茶文化、书画、瓷器等等这类传统文化与红木家具文化进行相融。有了这些东西,我们就打开了与顾客的交流之门。”路楠认为,现在依然需要下大力气普及红木家具的知识,“很多人一提红木家具就一个印象:贵。当然,一些珍贵的红木树种制作的家具的确价格非常高,例如海南黄花梨、越南黄花梨和老挝大红酸枝,可是也有大众消费得起的国标红木家具,例如缅甸花梨。”

当下,红木家具市场遇冷,需要挖掘新的消费群体。“我们通过市场调查发现,‘70后’和‘80’后群体越来越多人关注红木家具,这个群体在改善居住条件的时候选择红木家具。”路楠认为,当前的关键是向新兴的消费群体传递正确的红木家具的知识,并且将现代元素注入红木家具之中,令其为更广大的群体所接受。

谈及富雅红木楼的下一步的发展路径,路楠策略清晰。“山东现在是全国红木终端消费的第一大省,市场潜力极大。富雅红木楼就是一棵‘梧桐树’,吸引更多的优秀品牌来此‘筑巢’,筑牢富雅这块红木文化高地,让富雅成为齐鲁的红木文化名片,为弘扬和传承优秀传统文化助力。”对于未来,路楠踌躇满志。

“中国体育产业发展路径”高研班在济南举办

本报12月4日讯(记者杜洪雷)11月24日上午,由山东省人力资源和社会保障厅主办,山东师范大学承办的“新时代中国体育产业发展路径”专业技术人才知识更新工程高级研修班开班仪式,在济南山东省少年宫常青营地举办。

山东师范大学党委副书记王焕斌出席开班仪式并讲话。北京体育大学中国体育政策研究院院长、国家体育总局体育科学研究所中国体育经济研究中心主任鲍明晓,首都体育学院教授、博导、世界休闲体育协会副主席杨铁黎等学界业界专家受邀参加研修班并发表主题演讲。

山东师范大学体育学院院长葛书林教授介绍,研修班培训方式以专家报告、考察及体育产业案例分析为主,采用分组座谈、讨论、交流、研讨为辅的形式进行。研修班分别从政策解读、体育产业发展中体育休闲小镇建设、经营性体育俱乐部发展、体育装备与场馆建设以及体医融合等与目前我国体育产业高度相关的产业进行学习和研讨,目的是进一步提高省市县体育主管部门和高校体育专业领导的政策水平和决策水平,参观学习山东省优秀体育俱乐部的经营模式和体育装备业的发展趋势,为我国我省体育产业的大发展提供理论和实践平台。

全省17地市体育局、教育局主管体育产业开发的主管领导或高级专业技术人员、各有关高校体育教育专业有关人员、省内体育产业相关企业等人员参加了本次研修班。