喜盈门国际建材家具【泉州】总部店

荣耀十周年 盛启新辉煌

N海都记者 刘薇 王培森 文/图

历时20多天，泉州喜盈门荣耀十周年系列活动之一“第十届家具软装设计节”于6月20日完美收官。据悉，本次活动获得了客流量与销售量双双大幅上涨的不俗业绩，引起业内关注。

用“火爆”一词来形容喜盈门的家具软装设计节，再适合不过。活动从5月29日正式启动，力度之大，不亚于刚刚过去的五一长假——楼层免单，最高可免49999元；开单抽红包、联购兑豪礼，50个千元现金大奖，名牌对开门冰箱大礼，2辆宝马20%首付款大奖……

用心的服务、给力的优惠、质量过硬的商品，以及完善的售后服务。除此之外，明星助阵、大牌助力，也为这次活动增添了许多亮点，吸引了一拨又一拨顾客上门采购。

据统计，同比2019年（受疫情影响，2020年不作为参考年份），本场活动客流量与销售量均出现大幅提升。按照惯例，6月本属于家具建材行业的销售淡季。淡季时候，喜盈门缘何能够取得人流、销售双丰收？对此，喜盈门国际建材家具【泉州】总部店总经理邓金福，为我们解开了一个又一个“谜团”。

每一次主题活动，都是一场高端家居盛宴

输出优质产品 输出先进理念

问 今年已经是喜盈门的第十届家具软装设计节。一个软装节，喜盈门为何坚持办了十年？

喜盈门国际建材家具【泉州】总部店总经理邓金福（以下简称“邓金福”）：2011年，喜盈门进入泉州地区，并在这一年推出首届家具软装设计节；2021年，喜盈门进入泉州第十年，我们的软装设计节也办到了第十届。

家庭装修倡导“轻装修，重装饰”，注重软装的重要性。软装是相对硬装而言的一个概念，它是包括整体环境、空间美学、陈设艺术、生活功能、材质风格等诸多方面的一种创造。一个空荡荡的屋子，它会变成什么样？办公室？经营场所？还是家庭居所？要看软装设计。实际上，软装设计对家居环境的塑造、家庭的温馨程度，起到至关重要的作用，它决定了你的家居品质与生活品质。

然而，我们面临的现实情况却是，软装设计离普通消费群体还有一定距离，大多数消费者缺乏软装意识。很多家庭装修，硬装投入了大量资金，瓷砖要好，水电要好，但到了软装部分，客户重视程度往往没有硬装部分高，更高品质的生活方式其实更需要硬装与软装的完美结合。

在这样的背景下，我们推出了家具软装设计节，并坚持办了十年。通过软装设计节，我们不只输出产品，更输出先进理念。令人欣喜的是，我们发现，通过不断的引导，消费者的观念正在悄悄地发生改变，他们对软装的接受度越来越高。一方面，喜盈门的软装产品越发丰富；另一方面，消费者在软装方面的投入比重明显加大。比如床垫，这次十几二十万的大单很多，一户人家3个卧室，光3张床垫就花掉一二十万元，算下来，一张大几万元。这样的消费水准，放在以前较少，如今在我们不断的引导下则较为普遍。

不只是软装设计节，这十年里，喜盈门通过各种活动载体，不断地向消费者输出先进理念。比如，为消费者打造睡眠解决方案的睡眠节，让消费者拥有更高品质的饮水安全周活动……喜盈门不仅提供优质产品，提高人们的生活品质，与此同时，她也一直在把更多先进的理念传播给消费者。

坚守诚信经营 秉持四大承诺

问 一般来说，6月处于家居建材市场的销售淡季，喜盈门软装设计节却在此时取得了客流量与销售量的大幅提升。成功的秘诀在哪？

邓金福：喜盈门能够再一次取得不俗业绩，并非偶然。十年深耕，喜盈门国际建材家具【泉州】总部店积攒了良好的口碑与较高的知名度，要购买建材家居，很多泉州消费者第一时间想到的便是喜盈门。

而为了让消费者享受到实实在在的优惠，喜盈门不惜重金投入。比如这次活动，推出了楼层免单、抽现金红包、送各种豪礼，更有明星助阵，大牌助力，各类优惠叠加，力度不输五一长假，消费者看得清清楚楚。

当然，最基本的，喜盈门始终坚守诚信经营。对于家居产品而言，优质的服务与过硬的售后，更为重要。作为高端卖场，喜盈门拥有优越的购物环境、超前的空间设计和时尚潮流理念，以及完善的售后服务和管理系统。喜盈门始终秉持四大承诺：绿色环保保障、无理由退货、差价三倍返还、先行赔付，为广大消费者的权益保驾护航。

务实+创新 助力家居业健康发展

问 十年发展，喜盈门已成为行业佼佼者，助力泉州家具建材行业的健康发展。能够拥有今天的成绩，喜盈门是否有独到的经营之道与大家分享？

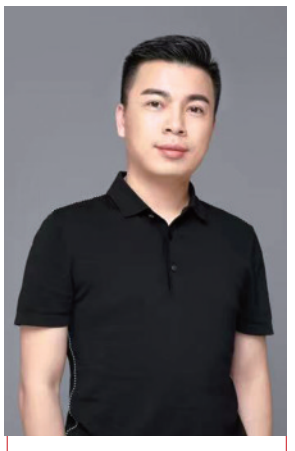
邓金福：喜盈门进入泉州刚好十年，这十年来，我们的经营理念从未改变，无论是诚信经营，还是倡导国际生活观，我们始终围绕着这两个核心，不断地夯实经营基础。

如此前所言，诚信经营是基本，这里不再多说。我们始终坚持，喜盈门给到顾客的，是高品质的服务与产品，更是让人安心的服务与产品。不过，要想成为这个行业的领头羊，仅仅依靠诚信经营，还是不够的。既然倡导国际生活观，这就要求我们不断去创新去学习，走出去，去了解世界的变化、市场的变化，以及消费者的变化，把更多样化、更高标准的产品与服务引进喜盈门。

家具建材行业同样如此，而且，它们的更替速度可能极快。像早些年，装修的墙体多刷白灰，现在有了乳胶漆、硅藻泥等多样选择。不断推陈出新的装修材料，衍生出一个又一个产业，这些产业需不断地研究、创新，才能跟上时代的发展；相应的，经销商、卖场也需不断地学习创新、更新迭代，才不至于被淘汰。

不仅是产品与服务，喜盈门的营销理念、营销模式也在不断创新。比如，喜盈门通过开展设计师沙龙、开设设计师集合店，强化设计师从源头与商户粘连。家居设计是人们关注的热点，在商户与消费者之间，设计师起到承上启下的作用，他为消费者提供成套的家居解决方案，方案的实现又需要商户的配合。设计师将设计理念传递给商户，助力产品不断调整，更好地迎合消费者的需求；同时将理念传输给消费者，让消费者走进商场来认识这些品牌产品，更好地运用到未来的家庭装修中，从而有力地拉动消费。

□人物



喜盈门国际建材家具【泉州】总部店总经理邓金福

“十年来的每一天，喜盈门务实、创新，助力泉州家具建材行业的健康发展；下一个十年，这个市场会变成怎样？我们不得而知，但有一点是确定的——我们会时刻保持学习的心态、创新的心态，去拥抱这个时代。未来，喜盈门仍将深耕泉州市场，以国际眼光汇集国内外一线品牌，倾力打造建材家具精品中的精品，为泉州消费者提供更优质的服务。”