



《河北双创人物榜》第20期

爱上居然之家，他只需要一个理由

——访居然之家河北大区总经理刘松鑫先生



题记：

成立于1999年的北京居然之家是业内公认的行业巨头，以专业化、规范化和良好的口碑著称于世。目前居然之家在河北已经有14家分店，经营面积超过100万平方米，销售规模近40亿元。在实体经济发展步履缓慢的情况下，居然之家在河北区域还保持着每年3-5家分店的发展速度，而且每家分店的招商和开业都非常成功，居然之家在河北区域的迅猛发展为实体经济的转型树立了良好的示范效应。在近日，我们终于有了合适的机会，近距离采访了河北大区总经理刘松鑫先生，在一片和谐轻松氛围里我们对居然之家有了全面深刻的认识。刘松鑫说，虽然自己不是河北人，但他已经深深地爱上了这片土地。他相信，腾飞中的居然之家一定是用情怀浇灌，可以代言家居行业的历史和未来。

一、惊喜遇见

——满足对“另一半”的所有幻想

记者：您进入家居建材行业，进入居然之家的初心是什么？

刘总：进入家居建材流通领域，其实并不是蓄谋已久的计划，居然之家让我经历了从“偶遇”到“一见钟情”再到“一往情深”再到“生儿育女，阖家幸福”的过程，居然之家，无论是她天蓝色的色调，Easyhome的英文标识和logo，以及“让家居生活变得简单、快乐”的理念，都深深地吸引了我。所以十年前，我毅然决然地加入了居然之家，现在回头再看，我为我的选择感到庆幸，我对居然之家的爱愈发浓郁。它的企业文化简单、纯粹、阳光、上进，让身处其间的员工有浓浓的归宿感、安全感。也正是在这样的氛围下，每个员工都体现着高度的主人翁精神，彼此信任，心往一起聚，劲往一起使。同时权责分明，留给个人的自由发挥空间大。无疑，这样的企业文化非常适合我。

出生军人世家的刘松鑫经常把“良禽择木而栖，贤臣择主而事”挂在嘴边，自进入居然之家以来，他已经辗转了北京、辽宁、上海等多个战场，2014年10月刘松鑫出任居然之家河北大区总经理，开启了居然之家在河北区域发展的新篇章。

二、势如破竹

——企业步入飞速发展

记者：居然之家近年来的发展态势非常迅猛，能给我们介绍一下居然之家的发展情况和秘诀吗？

刘总：居然之家成立于1999年，至今已走过18个年头，连续11年获得“北京十大商业品牌金奖”的称号，截至目前，居然之家全国已开分店222家，2017年市场销售额将接近700亿元，是中国家居建材流通业的龙头企业。五年内，居然之家将实现线上线下完全融为一体，以设计家线上平台、金融、智慧物流、大消费为支撑，线下实体店数量超过600家，市场年销售额(GMV)超过1000亿元，成为中国家居行业第一品牌；十年内(2027年之前)完成从“大家居”向“大消费”的转型升级，走出国门，实体店数量超过1200家，市场年销售额(GMV)超过2000亿元，利润超过100亿元，成为中国第一商业品牌；长远目标是成为富有家国情怀，受人尊敬的百年老店和世界知名商业品牌。

2015、2016年两年，河北大区连续两年获得居然之家集团公司“最快进步奖”，2017年的增长也达到了50%以上，居然之家在河北区域的发展，同样以家居为主业，着眼于家庭大消费的趋势，业务范围涵盖室内设计和装修、家具建材销售、院线、餐饮、儿童娱乐、体育健身等领域。借助京津冀一体化的东风，“河北成了全国乃至全世界关注的投资热土。不仅仅是雄安新区的崛起，还有张家口冬奥会、承德塞罕坝、秦皇岛北戴河海滨，首都新机场等等，个个亮丽多姿的河北名片交相辉映，让河北家居业未来发展熠熠生辉。”河北分公司的连锁发展也顺势而为，如果说秘诀，那就是依托于与3000多个优秀品牌建立的合作关系，以及居然之家强大的品牌号召力和经营实力，未来5年内居然之家将在河北区域内开店不低于60家，全面覆盖河北省各地级城市和1/3以上的县级城市。

三、海纳百川

——以公开透明的态度开展广泛合作。

记者：如此宏伟的发展目标和蓝图，如何去实现呢？

刘总：居然之家的连锁发展将采取租赁或委托管理、合作开发、收购物业等多种合作模式。主要的合作方式有以下几种：1.合作拿地，合作开发，居然之家不仅有商场，还有住宅开发计划；2.对于待建或者再建的项目，可以采取加盟委托或者直营的方式，我们可以免费出设计方案；3.对于现已开业的家居建材市场，可以拓宽合作思路，优先进行合作，实现利益共享，风险分担；4.对于原来百货为主的购物中心，可以打造成以家居建材为主题的购物中心，家居建材可以与餐饮、院线、超市等完美融合，我们已经有了很多成功案例；总的来说，居然之家将以公开透明的态度和广大合作方开展合作，共同分享家居建材行业四万亿的庞大市场。“未来的居然之家将与我们的合作方一起，共享开放的设计家平台，共享优质的品牌资源和营销资源，共同为消费者、工厂、经销商、设计师和施工队提供简单快捷的服务，让家居生活变得快乐简单。和大家共同打造属于我们特有的家居梦，让人们的美好生活的所有向往在这里都能实现。”

四、美好生活

——带着家一般令人感动的温暖

记者：对于美好生活，我们每个人都有不同的定义。居然之家将会带给我们一个什么样的体验？

刘总：美好生活维度有多大，家居行业发展空间就有多大，在我看来，家居家装业是个美好的、有生命、有温度的事业。它蕴含的人情味最重。一方面凝聚着匠心情怀，一方面饱含设计者的灵感激情，同时还是中国精神、中国气韵的最好体现。好的家居家装在时间的流转中晕染沉酿，像一位贴心的老朋友陪你走过生命的波澜起伏，见证社会跌宕巨变。随着生活水平的提高，“无设计不生活”成为现代人群对家居家装越来越强烈的消费偏好。作为人民对美好生活追求的直接消费体现，现代家居家装市场潜力无限。有数据表明，2017年全国用于家居家装的消费规模将达到4万亿，中产及富裕群体对买新房装新居的消费欲望强烈，同时部分人群对既有房屋装修的升级换代也是一大消费热点，“与原来相比，装修投入明显增加，客单额也越来越大。”

然而当前家装家居工程耗时、耗力，信息不透明、不对称的现象压制了很多人家居消费的热情。对于这一业

界痛点，今年居然之家总部在北京精心推出的“设计家体验平台”迈出了漂亮的步伐，广受各方好评。“设计家体验平台”计划明年“上线”河北，它以设计美好生活为驱动核心，整合实体卖场、工厂品牌店、经销商、施工者、监理商、检验者等，携手房产、金融等多行业，资源共享、数据共享，以“简单、快乐”的家装原则重塑行业形象，有效对接线上线下多种资源多种产业，共建健康、良性、透明的大家居生态圈。2017年，居然之家自营的元洲装饰、居然丽屋等一批全国知名品牌装饰公司正式落地长安店。他们与一层家装公司良性互动，带领长安店原有的家装设计区域，引领省会设计潮流，拓展家装上下游，实现“设计+装修+家具”的深度融合，共同打造省会家居消费集聚地。

在我看来，未来的新商业一定是线上线下的共融共生，商品质量、服务过硬，让消费者拥有更简单、更舒适的体验，永远是商界制胜的核心。“未来的家居卖场不仅仅是家居生活综合体，更是不设限的美好生活体验场。”而是包容无限、趣味无限，个性和态度不断出新出奇的家居生活体验场。

五、阳光积极

——充满正能量的文化与团队

记者：居然之家取得的这些成绩与发展一定离不开团队的贡献和企业环境的影响，能简单给我们介绍一下吗？

刘总：居然之家的快速发展得益于我们有一支恪尽职守，有一股浩然正气的团队。他们与我们企业文化所要求的“四化”标准，规范化，市场化，专业化，学习化高度契合。他们对企业文化高度认同，时刻牢记“服务为本，诚信

为本，用心做人，用心做事。”的企业文化主张与企业精神，全身心投入在工作上。在我们这个团队，除了一线服务人员外，其他都是本科及以上学历，整体素质高，可塑性强，有良好的执行力和积极进取的精神，宽松的企业环境和文化氛围更让他们如鱼得水，将自身能力充分释放。每一个成绩都是他们奋力鏖战最后淬炼成的璀璨光芒。

六、品牌集聚

——充满包容品质与可“传承性”

居然之家的包容性、集聚性吸引众多大牌争相涌入。我们与国内众多的工厂、经销商开展广泛深入的合作，拥有丰富的业内资源。在业界素有“不入居然不算品牌”之称。很多工厂和经销商与居然之家建立起了长期稳定、全面多元的

合作。彼此之间建立了良好的信任。居然这个平台将家居赋予了生命，包罗万象而品质卓越，好的品质与理念得到了传承、更新和发展。与此同时，我们还不断拓展业务范围，与意大利、法国、美国多家知名企业开展国际合作。

后记：

宜居的房子，每一个细节处都写着“舒适安心”；科技智能的家，让每一秒呼吸都清新安全。而居然之家一直致力于给消费者营造这样的家，这是居然人的情怀所至。我们有理由相信，用情怀浇灌的居然之家必将在河北大地不断开花结果，带给我们越来越多温馨的家。