

# 柏林之战

## 第一战 打假

### 十万悬赏打假 打响第一炮

可以说,许伯林是南京最早涉足地板经营的商家之一。上世纪80年代,木地板业刚刚在全国起步,许伯林率领的一支经销队伍便活跃在当时的地板业舞台上,这是早期柏林地板超市的雏形。作为当初南京浦口石林商场最早的地板供应商,以及南京市建材公司唯一的地板供货商,许伯林当时代理的一些地板品牌在行业中是颇具实力和影响力的。

1988年,当强化复合地板以其独特的价格优势取代传统的地板时,市场上杂乱无章,良莠不齐的地板商开始了混战。一时间,消费者关于强化复合地板质量问题的投诉和争议时常发生,地板业第一次遇到严重的信誉危机。在这种危机下,许伯林坐不住了,挽回地板业前所未有的信誉危机,成为那段时间他经营的一个重要使命。于是在当年南京一家报纸上,许多人看到了这个“不寻常”的活动。许伯林自豪地告诉记者,当时他举办了一个大型的“十万悬赏假地板”活动,并公开登报声明:凡参加活动的顾客只要在他的店里买到一块质量不合格的“假”地板,公司立即赔偿10万元。毫无疑问,这一举措成为当时南京市民谈论最多的话题。就这样,许伯林首次以其诚信经营者的态度,在广大市民面前亮相,让许多人认识了这位靠产品品质说话的年轻企业家。这次大胆的亮相,也为许伯林的地板之路打响了成功的第一炮。

## 第二战 突击

### 成就地板 销售新渠道典范

近些年来,市场涌现出品种繁多的地板,一些地板品牌在混战中看到靠自身的实力难以维持生计,便开始“寄生”装修公司。这样,加在地板价里的回扣严重扰乱市场,定位于诚信经营的许伯林陷入了进退两难的地步。必须来一次突击战,许伯林称1997年他又做出了一个大胆的动作,划清与所有装修公司的界限,提倡地板明码实价,不打折扣的超市经营模式,这样中国第一家地板超市——柏林地板超市横空出世。这个独树一帜的经营理念引来了消费者的赞同,也引来同行的质疑。但许伯林却稳固超市阵营,连续打出几个漂亮的翻身仗。

三年前,中国木地板行业出现整体销售滑坡,地板界千篇一律的产品和服务,让市民产生了消费疲劳。身处同质化的地板市场,柏林地板超市迫切需要再一次的嬗变,一场迅猛的突击战。多年从业经验告诉许伯林,必须把产品和服务质量放在首位。在这个地板消费愈加理性的时代,消费者需要的是一个公正的销售、服务平台。要得到消费者的认可,柏林地板超市迫切需要提出差异化的独特经营理念。这年年底,柏林地板超市整合现有资源,对代理品牌实施集约化经营,把产品售后服务做强做大,“服务”成为公司最重要的产品。于是,从导购、送货、检测、安装、售后建立全过程服务,柏林地板超市成为中国全新地板销售渠道的典范。同时,工厂直销模式以及不和装修公司合作的经营原则,让柏林地板超市的产品价格变得“透明”,保证了超市的产品“比市场上同质产品价格低10%—30%”,让“天天工厂价”成为现实。

“购买好地板,到柏林超市”。细心的市民也许都会注意到,一段时间来,无论您身处城东月牙湖畔、河西奥体、城南中华门还是城北迈皋桥,都能看到这样的“高炮”广告词。作为南京首家整合品牌经营的大型地板超市,柏林地板超市以“明码实价”,把地板“透明”销售,赢得了良好的口碑。回顾在地板行业艰辛探索的20年,柏林地板超市总经理许伯林有不少感慨。他说,“用创业艰难百战多”来概括一点不为过,在接受记者采访时,他重点向记者讲述了对企业发展起决定作用的“三大战役”。



“许伯林 南京柏林地板超市总经理 42岁”



今年元旦,柏林地板超市卡子门华东第一旗舰店迎来了如潮的消费者,当天签单177件,再次刷新南京地板界单日销售纪录。

## 第三战 攻坚

### “300服务” 风行地板界

受2008年房地产持续低迷影响,家居建材等下游行业需求不旺。柏林地板超市从顾客消费心理角度出发,改变销售与服务模式,创造性地推出“300服务”新模式,这在业界可谓是一石激起千层浪。当“3年质保、0风险购货、0铺装损耗”这一“300服务”在市场上刚一露脸,各界说好声、叫骂声参半。有同行说,这一举措是柏林地板为了活命抓住的最后一根稻草;更有同行预言:不出两个月,柏林地板超市肯定得关门。然而,三个多月过去了,“300服务”新模式运行得相当成功,取得了南京12家门市部销售量同比增长12%、环比增长高达30%的好成绩。

“‘300服务’新模式并不是一时冲动的产物。”许伯林告诉记者,目前整个地板行业销售模式对客户来讲,要承担三大风险:一是展厅样品和实际到货可能会有较大差异;二是安装质量如何无法保证;三是地板安装结束后发现问题,想要维权很难。地板界都在固有的阵营中作战时,你必须突破这一模式,冲出去扩大自己的战果。柏林超市为此制定“攻坚战略”,尽力为客户提供最好的产品和服务,客户对产品 and 安装都满意了,才有可能收回全款,获得口碑,把原本属于客户的风险转移到企业身上。记者了解到,“300服务”的成果是,柏林地板超市拥有各类品牌的地板500余种,每天还有众多著名品牌地板挤着想进驻,地板安装后消费者满意度达100%,市场占有率20%以上。

本版采写 快报记者 陈勇民  
本版摄影 快报记者 路军

## 私密档案

- 问:你家的装修是哪家公司的?  
答:由自己的朋友设计施工。
- 问:你家的装修大概花了多少钱?  
答:30余万元。
- 问:你家的家装的整体风格是什么?  
答:简欧风格。
- 问:你们家装修的四大主材分别是什么品牌的?  
答:地板用的是柏林超市里的华明品牌,卫浴是科勒,橱柜用的是我乐。
- 问:你最常逛的家居卖场是哪家呀?  
答:金盛去得多些。
- 问:平时你在家的时间有多长?  
答:10个小时以上。
- 问:近期有没有重新装修的打算?  
答:今年下半年我会考虑重新装修。

祝《现代快报》  
牛年牛气冲天!  
许伯林  
09年元月4日