

消费市场如何由“量变”到“质变”

率 为 宝

消费是市场经济运营过程中永恒的话题,如何让消费市场持久长期有效地经营是每一个制造者、经营者、投资者以及消费者极其关心的话题。帅歌家居作为业界的一匹黑马,历经六年的研究和实践,总结出一套“帅的市场”理论,即从“量变”到“质变”的消费市场发展体系。



济南帅歌家居购物广场

“帅言市场”:市场是由载体、需求方、经营方共同组成的空间场所



公司管理团队

市场是满足双方交易需求的空间,它是由载体、需求方、经营方共同组成的空间场所。作为载体是有效资源的属性给予需求方带来的价值需求,经营方通过有效的经营转让给需求方实现有效价值转换,需求方根据自己的客观需求得以满足而实现载体的流通交易过程。

中国市场的发展可分为三大阶段。第一阶段,在计划经济时代,由政府主导通过自然资源的转换生产制造满足人民的需求。该阶段物质相对匮乏不能满足人民的生活需求,生产力低下。第二阶段,随着知

识经济时代的到来,生产力不断提升,而随着制造能力的提高,物质过剩越来越严重,价格竞争导致制造者没有过多的价值满足于品质的提升,特别是后市场的服务体系。第三阶段,随着消费经济驱动市场机遇的到来,让消费者决定制造者发展的时期开始。消费者价值需求决定了商品承载品质的提升,消费者话语权时代的开始,制造体、经营体以及消费群体三者合作共赢联动发展的时代机遇已经开始,但目前仍以第二市场阶段的时期为主。

“帅智市场”:自主研发设计集制造者、经营者及消费者为一体的价值共享经营体

以消费者价值需求为引导的市场,是让消费者有话语权决定产品的流通。要建立由经营者共担产品品质的诚信合作共赢体系,需要打破传统经营者单向向消费者输送商品的不可逆交易。而要确保消费者价值需求导向就要满足两个条件:一是消费者对商品的实物

需求,二是满足消费者经济价值的需求。在常态条件下,消费者只是实现了一个商品的实物需求,满足了低价格的交易过程,导致了经营者以及制造者低价值的回报。为解决这一矛盾现象,帅歌自主研发设计集制造者、经营者及消费者为一体的价值共享经营体,即实

现劳动创造价值的指导思想,又符合价值共享共创和谐环境的发展理念。

首先,制造者做自己专业的制造,增加一定的附加值足以满足企业的生存和发展。提升产品的实物品质,同时通过消费端的拉动加快制造产品的流通,增加企业制造的净利润,

有效偿还自己的合理负债。

其次,通过经营者增加合理的服务增值,将后市场有效服务于消费者,满足消费者对实物商品的需求,同时通过时间差再满足消费者的经济价值需求,也让消费者参与智力劳动价值获得的利益回报。

最后,经营者通过以商品

为载体寻求消费端的需求对象,消费端参与经营者的经营方案,从中获得实物与经济价值的回报。

根据这个设计模型制造端就形成了以实物供给为横向的供给面,消费者就形成了以需求为目的的纵向进入端,由经营者经营的共赢体系。

“帅信市场”:实现六年零投诉

“天道酬勤,商道酬信”,经营者若想在市场中得以生存,必要实现低成本。在经营过程中显性成本都可以把控,也容易把控,而隐性成本让很多经营者一败涂地,其中最大的成本就是诚信。产品的品质需要以诚相待,而经营者的后市场服务更需要诚信。供需双方的权利和义务在交易时一经达成一致,后期各自都要遵守诚信,特别是要发扬中国传统文化“契约精神”。六年来的经营告诉我们,为守信者方可得以生存,六年来帅歌的经营实现了零投诉的良好客户信任度,帅歌的“分享经济”模式也在六年时间内实现了从无到有、从小到大,从不信到深信不疑的发展趋势。



公司捐资助学仪式

“帅为市场”:不忘初心回报社会

任何一个经营体离不开社会的基础,所以每个经营体要不忘初心方得始终。不管做任何经营要为社会负责,为客户负责,为事业负责。小可养家糊口,大则积善他人,众则惠及苍生万物。所以作为经营者莫有贪恋执念,适度而为。给你的市场不单独是一个商品,更重要的是一个思想、一份责任、一份担当。合理合法消费带动的是一个共赢良性的发展空间,而不是一份利益的所得。

通过以上的经营,帅歌整合了社会优质的制造源头,帅歌以重建诚信体系为使命,以实现消费者得到市场经营的红利再分配为愿景,以改变人民生活品质为目标,让消费者的消费习惯发生了变化。在纵向进入帅歌服务平台后横向资源的供给,一次进入一生的消费选择,这就有效转换了量化到质变。如果是优质的制造端,可以嫁接平台;如果是消费者,可以满足价值需求;帅歌能够做好专业的服务体系,三者有效的结合就是一个可持续发展的稳态经营体系。

(作者系济南帅歌家居购物广场有限公司董事长)



丰富多彩的企业文化活动