

# 初心如磐，不止于商

## 家乐园与邢台人共创幸福生活

### 让有能力的人赚到钱 掘进社会共创平台

很多人还不知道，家乐园正在推出自己的汽修品牌。他们和靠谱的汽修商家合作，以家乐园信誉背书，给客户以明明白白的汽修服务。家乐园自有品牌的电梯服务公司已经开始推向市场，高标准维保电梯。在新疆，承包没有种植过的处女地，种植西梅、哈密瓜、香妃海棠，让邢台人从源头上吃到优质的农产品。

“未来的家乐园，我想做成一种社会共创平台。”在家乐园董事长廖礼基心中，这种想法正在不断地破土萌芽。

大规模的共创机制已经在家乐园推开。每个星期召开一次共创会，100多个家乐园干部参加，用两天的时间达成一致，地产共创会、超市共创会……

2025年2月14日，廖礼基提着现金到天一麒麟云著，给这个团队发奖金。在整个地产行业低迷的2024年，天一麒麟云著开盘当天就销售出去169套，首开房源销售达97%，创行业历史成交新高。

2024年12月26日，家乐园天一广场超市投入1000万完成调改、二次开业。在这次调改过程中，家乐园也采用共创奖励的方式，拿出35万元奖励一线员工。每个人拿到900元现金奖励，基层管理人员每个人拿到1500—3000元奖金。

从一个更大的范围理解，家乐园集团希望让员工赚钱，也让合伙人赚钱，让更多有本事、有能力的人通过自己搭建的平台赚钱。“我们就是要打破大企业病，打破封闭的空间，把家乐园做成老百姓的平台、顾客的平台、合伙人的平台，我们就是要做搭建平台的人，让邢台懂商业、地产、百货、服装的人都参与进来。”

并不是一个孤立或者突然的概念。

家乐园以超市起步，到家文化，到提出“对员工好，对顾客好，对供货商好，对社会好，对自己好”的“五好”，到提出“共创”，现在进一步摸索提出做平台型企业概念，它是一个从关注和把控产品，到关注人、关心人、挖掘人，进而到关注社会、挖掘社会、反哺社会、赋能社会这样一个过程。

参天之本，必有其根；怀山之水，必有其源。

### 家乐园，陌生又熟悉

从“家乐园自有品牌”的IP打造，到家乐园电梯服务的推出，到家乐园物业的叫响，到家乐园汽修的蓄势待发，一直到家乐园地产的突破和引领行业标准。

各种消费领域的开花结果，考验家乐园的不只是对行业痛点的精准研判，更是对“以客户为中心”的企业文化的始终坚守，以及内蕴其间的社会责任。

从诞生初始，这家企业就从来没有停止过自己的思考和自我创新，甚至是自我革命的步伐。他们会思考邢台人到底需要的是什么商品，他们怎么去补齐和引领邢台市场，他们甚至是自己去撬开自己已经很稳固的市场，然后用一种崭新的东西填补进去。就像当年他们开邢台超市经营业态先河，现在他们又在百货、商超、地产、汽修、电梯、物业、农业等很多方面，把固有的市场砸开了口子。这种砸开，本质上是一种市场品质的层面性的标准提升，他们自己在这种新标准下，从最开始的起跑，到一路飞奔。

时间炼金，家乐园已经不再是那个家乐园。

时间炼金，家乐园还是那个家乐园。

1999年，邢台家乐园成立。26年，初心如磐。

在商业大海的大浪淘沙中，家乐园的每一次执棋落子，都走在了邢台商业社会的前瞻性层面。

### 突破且前进，拉高式引领行业标准

谈一个很有趣、也可能很多人并没有认真去想的事情。

就是我们在做新房装修的时候，为什么要多花一万两万块钱专门去改水电？家乐园地产现在的交房标准之一，就是直接把水电按照客户的装修标准来做，客户装修的时候，可以直接把改水电这一步省了。

在“天一麒麟云著”公众号的一篇推文上，交付样板的一部分标准赫然在列：室内地面采用高强自流平地面，找平及拉毛预处理，免除二次找平，避免后期贴砖空鼓、开裂，室内墙面采用墙面冲筋找平+轻质石膏处理，收房后可直接涂刷乳胶漆/贴壁纸；

### 做企业，也是在运营一种生活方式

家乐园物业自创三大服务标杆：极致干净、快速反应、权益服务。

在“极致干净”上，24小时无死角守护，公共区域365天高频清洁，电梯按键每天三次消毒擦拭，在环境卫生上追求的是毫米级别的标准；在“快速反应”上，根据不同事情，12分钟内极速响应，12小时内现场处理，24小时内进行进度反馈，72小时内完成回访；在“权益服务”上，从代收快递、代缴水电费等这些业主需要的细枝末节做起，六大专属定制服务、十项

二层厨卫排水增设溢流管，避免二层业主因管道淤堵造成损失，严控外墙面平整度，外墙增设铝板装饰线条，拉高外墙装饰效果。

家乐园地产做的就是找到行业的痛点，拉高式引领行业标准。

地产如此，百货、商超、电梯、物业等等分领域亦如此。

一个可以佐证的消息是，在河北省市场监督管理局2025年10月组织开展的全省市场监管系统电梯安装维修工技能比赛中，家乐园电梯获得了决赛团体、个人二等奖的好成绩，刷新了此前邢台市最好成绩，成为邢台市唯一一家获得省级二等奖的参赛单位。

亲情乐享服务，360度去服务业主。以“衣物干洗服务”为例，业主把衣服放在物业中心或者电话告知上门取衣即可，不仅方便而且实惠。

物业要突破的就是：服务内容单一、难以满足品质生活需求。社区生态割裂，缺乏人文关怀和成长陪伴。商业配套脱节，业主权益停留在口头承诺。

在家乐园地产轮值总裁史伟艳看来，物业不仅仅是在管理社区、服务社区，更深刻的是在运营一种生活方式，定位的是一种生活问题解决专家的角色。

### “家乐园自有品牌”IP，一颗露珠见世界

1999年7月18日，家乐园超市新亚店开业。当很多邢台人第一次踏进这家超市时可能不会想到，在未来的26年内，就是这个以超市起家的企业，一次次执棋落子，悄然改变、推动、提升了邢台人的消费习惯和理念。

2004年，家乐园大洋百货开业，在一个更高的领域内，培育了邢台市场对品牌衣服的消费习惯。

2011年，家乐园天一广场的开业，让一个叫CBD（中央商务综合体）的概念，开始汹涌式地进入了邢台人的生活。

当时光的维度进入2025年前后，在家乐园超市盛世店，我们会发现在它的醒目位置，摆放着明显标注有“家乐园自有品牌（家乐园甄选）”的成体系货品——面巾和湿巾。

“家乐园自有品牌”的理念就是八个字：“甄选好物，乐惠邢襄”。他们会选择优秀的生产基地、厂家，在原本就已经不错的商品品质指标上，再提出他们更高的要求，让生产方按照这个更好的标准去生产商品，进而赋予这些商品“家乐园自有品牌”的IP。

三方面构成了这个新IP：高品质，甄选优质工厂，把控产品品质；实价格，除去品牌溢价，价格实在，让利顾客；惠邢襄，为邢台顾客选到好商品。

我们在家乐园天一广场、天乐城、盛世店，都能看到“家乐园自有品牌”这个新IP的宣传和摆放整齐的商品。纸面巾上，主打的是超强韧度、干湿两用、紧实压花；湿巾上，主打的是纯净配方、天然滋养、柔韧亲肤、强韧耐用。家乐园定制、在商超出售的菜克全麦、德式精酿啤酒，也是他们这一批“家乐园自有品牌（家乐园甄选）”的主打商品。

在2025年第九届PLF金星奖评选中，邢台家乐园超市“家乐园甄选纯棉柔巾”凭借卓越品质斩获卓越商品奖，该奖项作为自有品牌领域的权威认可，彰显了这款纯棉柔巾在材质、工艺与用户体验上的突出优势。