

□晚报记者 卢林 文/图

5月15日上午,郑汴路康居大厦五楼。北京龙发装饰集团郑州公司“辉煌五周年”筹备工作正在有条不紊的进行。

一个不到20平方米的空间里,公司总经理邹剑锋办公室里电话铃声不断。而每当他接通一个电话,第一句总是“你好,龙发”四个字。对于“时时刻刻不忘宣传自己企业”的说法,邹剑锋笑言:“这不是刻意宣传,而是公司标准化、规范化发展的必然。”

机会,给有准备的人

“我们过去习惯的思维方式是‘没有机会’或‘等待机会’,但我却不这么认为,我们应该强调‘创造机会’。”

“机会总是给有准备的人,当然也总是给有准备的公司。”对于5年来龙发在郑州的发展,邹剑锋首先表达了这样的看法。

从小生活在南昌郊区的邹剑锋,1995年在北京读书毕业后,就职北方集团,不久位升管理层。作为同届毕业生中第一个坐上桑塔纳2000的他,有着令人羡慕的职业和前途。然而一次偶然的机会与一个突然的想法,却让邹剑锋投身龙发,开始了与家装行业的不解之缘。

“上个世纪90年代末,在自己的新房装修时,我突然明白,家装的市场需求早晚会展汽车一样普及,这个市场是不可估量的。”邹剑锋坦言投身家装行业的原因。

2002年,邹剑锋离开北京龙发总部,带着开拓中原市场的使命来到郑州。“那时,连我自己在内,公司总共不到20人。”对于初来乍到的创业艰辛,他记忆犹新。“5年前的中原家装市场,元洲、业之峰、美巢等行业先行者早已牢牢站稳脚跟,市场格局划分已清晰明

了。”虽然在北京家装界名声大噪,但在郑州,龙发仅仅是个初生牛犊。

那时郑州家装行业市场对邹剑锋来说就像茹毛饮血的年代,“别说有组织、无纪律了,就是整个行业也处在混沌状态。”

然而,内外环境的艰辛并没有吓退军人家庭出身的邹剑锋。“作为一个新兴的行业,从不成熟到成熟,它必然有一个发展过程。而谁能够成为这个发展过程的引领者,谁就将能够成为市场的主导者。”在2002年底,依靠全国统一配送和出众的产品品质,一句“专家品质,龙发装饰”的企业广告语,定位开拓了家装市场的思路。

2003年,由龙发发起的一场“龙卷风”促销活动,让郑州人真正见识了龙发总部产品的品质优势和规模。紧接着在第二年,龙发推出了震惊当时整个家装行业的“天龙八部”系列活动,把家装产业从前期设计到后期服务的过程公之于众,并告诉客户在装修时需要重点注意的事项和节点。“我们就是要把家装行业放在阳

光下,彻底打破行业信息的不对称。让消费者充分了解装饰装修的过程,让他们能够明白消费,明白装修。”在业内人士看来,邹剑锋作出这样大的举措,没有对自身产品的充分自信,是不敢“轻举妄动”的。

而就在这一年,龙发也首次大规模提出了“绿色家装”这一概念。“更正消费者当时只关注价格和装修用量的错误消费观念”,邹剑锋用“垃圾装修”形容当时人们存在的误区,“绿色装修”概念的提出了给郑州消费者一个正确的方向。”

“无论是‘天龙八部’还是‘绿色家装’,其实龙发所做的一切都是为了行业更加的规范发展,为了能让消费者得到更好的产品。”在邹剑锋看来,郑州市场发展初期规范的空缺和混沌,给了龙发一个机会,使她有机会会成为引领行业发展的先行者。“当然,这首先建立在公司雄厚的实力和充分的准备基础之上”,邹剑锋强调,“机会总是给有准备的企业。”



邹剑锋语录

钱是圆的,如果人跟着它跑,累死也追不上。但如果想真正做点事,钱就会跟着你跑。谁关心客户,谁就会赢得客户;谁漠视客户,谁就会被客户所遗弃。

五年龙发,龙卷风行

从2002年5月到2007年5月;从不到20人的创业型企业,迅速成长为中原家装行业的领航者,从混沌市场中的摸索前行到规范发展下的急速扩张。5年来,郑州龙发的发展已经不仅仅只是一个家装企业的成长过程,从某种意义上说,它在成为郑州家装行业发展见证者的同时,也成为展现郑州经济发展的一个“百叶窗”。

领跑者与受益者

随着“龙卷风”、“天龙八部”、“绿色家装”以及与郑州晚报联合举办的“有啥说啥”装修专栏等一系列旨在加强行业规范的“公益性”活动的举办,龙发在郑州市民中的口碑和知名度也在迅速提升。

“2005年,是郑州家装建材行业发展过程中重要的一年,也是龙发在郑州发展取得重大突破的一年。”就在这一年,郑州家装行业步入了正轨,而同时龙发也成为郑州家装行业的领头羊。邹剑锋告诉记者。

“家装艺术节、工程质量比武大会、装修设计大赛等一系列活动的成功举办,不仅增强了龙发的人气 and 品牌效应,同时更重要的是使消费者在家庭装修时,把一味对价格的苛刻,转移到对产品质量和工艺服务的理性道路上来。”邹剑锋这样认为。

从对行业规范的倡导和宣传,到对消费者理性意识的培养。在旁人看来,作为一个单纯的企业个体,龙发所做的已经远远超出了她所应该做的。

而对邹剑锋来说,并非完全如此,他说:“龙发既是行业规范的领导者,也是行业规范的受益者。”

在邹剑锋看来,企业和行业水乳相融,行业规范了,消费者理性了,自然会对企业的发展,特别是品牌企业、标杆企业带来更大的好处。

去年是龙发郑州公司的品牌建设年,对邹剑锋来说,在品牌建设全面提速的同时,提高企业核心竞争力,实施强化工程质量管理成为公司发展的重点。“去年的工程大比武通过专家品质工程的推广实施、规范工地视觉形象及工程质量管理、诚信服务等系列活动,推动了龙发工程全面升级,促进龙发集团的品牌建设。”

出身于军人家庭的邹剑锋,把军事化的管理模式运用到龙发的建设中培养了一批高素质的施工工人,而每年的全国工程质量大比武,不仅提高了工人的专业水平,也增强了施工队伍的凝聚力和战斗力。

当邹剑锋与他的龙发在郑州大张

“5年来,龙发在郑州的发展中,既是行业规范的领跑者,也是行业规范的受益者。”

旗鼓地加速度扩张时,一封普通消费者的感谢信,却让邹剑锋对家装行业有了新的认识和看法。

“有一个消费者,在龙发为她的家重新装饰后,感觉氛围非常温馨,特别使性格急躁的丈夫变得温和很多,家庭关系因此和谐了不少。”邹剑锋回忆信的大概内容。

装修也能给一个家庭带来和谐的氛围。邹剑锋认为,在倡导和谐社会的今天,家庭和谐了,必然会对社会的和谐作出贡献。虽然装修事情不大,但也能起到和谐的效果,这是邹剑锋从来没有想到过的。“这件事给我的启发很大,也让我重新思考了行业发展的问

“真正好的产品,是可以发挥更大的附加值的。”在邹剑锋看来,这个附加值就是由客户的满意度和忠诚度所带来的使命感和荣誉感。

从行业规范的领航者,到让每一个客户都满意,邹剑锋越来越感觉到自己身上的重任。

内功修炼是核心

“既然有市场,就会有竞争。”对于当今郑州家装行业日益升级的竞争态势,在邹剑锋看来却是“稀疏平常”。

“作为家装行业的领跑者,我们也面临着很多压力和挑战。”邹剑锋坦言。但他同时认为,这些压力实际上是来自内部的,而非外部。“郑州经济迅速发展,家装行业市场蛋糕大了,企业的发展一定要关注自身的建设。”对于经济学出身的邹剑锋来说,家装行业是一个完全市场化的行业,竞争相当激烈,而面对如此自由化市场程度高的产业,做好企业的关键就是练好内功,打好桩基,“这远远要比死盯着竞争对手重要得多。”而近年来,龙发不但在企业产品品质、工艺质量、服务水平上下足了工夫,同时还在以“激情、责任、创新、执行”为核心的企业文化和管制制度的建设方面取得了长足的进步。

邹剑锋知道,要想成为行业的领跑者,一定就要有足够的创新精神和思路。“5年中,我们所设计的产品多次获得大奖。就拿最近我们在装修后给消费者特意制作的装饰图和水电光盘来说,这可以让业主在避免出现误伤电线等细节问题的同时,还可以增加装修、家居常识。”这种设计,连北京、上海的同事也正在学习。

龙发设计出来的作品,常常被同行进行“拿来主义”,邹剑锋认为,“这是好事。一方面说明我们设计的产品得到极高的认可,同时也可以让好的设计作品流入‘千万家’,让社会产品更加规范,让消费者从中受益。”

“我们一直被模仿,但从未被超越。”借用一句广告语,邹剑锋笑言。对于行业发展的瓶颈,他坦言主要还是管理和人才。“从前期设计到施工过程再到后期服务,家装行业作为一个持续时间较长的行业,对管理的要求自然很高,同时对人才的需求也非常高。”进修过MBA的邹剑锋

“我们在整个比赛过程中只是沉心做好自己的表演,而当比赛结束回望对手时,却发现已经甩开他们很远了。”

跑者,一定就要有足够的创新精神和思路。“5年中,我们所设计的产品多次获得大奖。就拿最近我们在装修后给消费者特意制作的装饰图和水电光盘来说,这可以让业主在避免出现误伤电线等细节问题的同时,还可以增加装修、家居常识。”这种设计,连北京、上海的同事也正在学习。

龙发设计出来的作品,常常被同行进行“拿来主义”,邹剑锋认为,“这是好事。一方面说明我们设计的产品得到极高的认可,同时也可以让好的设计作品流入‘千万家’,让社会产品更加规范,让消费者从中受益。”

“我们一直被模仿,但从未被超越。”借用一句广告语,邹剑锋笑言。对于行业发展的瓶颈,他坦言主要还是管理和人才。“从前期设计到施工过程再到后期服务,家装行业作为一个持续时间较长的行业,对管理的要求自然很高,同时对人才的需求也非常高。”进修过MBA的邹剑锋

面对未来巨大的市场空间,龙发正在朝着标准化和规范化的大方向,用一点一滴的细微精神,引领郑州家装市场取得更大的辉煌。



贺: 郑州晚报成功改版 & 北京龙发装饰集团郑州公司成立 五周年 强强联合 共铸和谐家居



2002.5.28-2007.5.28

北京龙发装饰集团郑州公司

辉煌五周年

北京龙发装饰集团郑州公司,自2002年5月28日入住中原以来,从一个不到10个人的创业型企业迅速成为中原家装行业的领航者。2007年龙发集大成之作,全面推出至尊标准,开创行业新纪元。

龙发坚信,企业之于社会犹如大树之于土壤,不断地回报社会才能基业长青。始终深居地域情怀的龙发秉承“取之于社会,用之于社会”的理念,根植中原,造福百姓。

共鉴辉煌

龙发郑州五周年大型家居文化节

最新国际家居设计流行发布/品质工程超感体验二日游/十大楼盘作品展/周年厚礼现场派送

5月19日-20日 相约省人民会堂

西区接待直通车: 青少年宫门口每天早上10:00准时出发

辉煌五周年 八星耀中原

- ★ 100套热点楼盘家居设计作品展
- ★ 2000平方米的专家级品质工程在工地绚丽开放邀您亲身体验。
- ★ 50家龙发家居集成联盟商家集中展示。
- ★ 100万元家居主材厚礼现场派送
- ★ 5000平方米的超大规模展示
- ★ 100名专家级设计大师现场解读高品质家居生活
- ★ 2007龙发中国九大家居风尚设计展
- ★ 2007欧洲流行家居风尚设计展

诚聘英才

主管会计 (1人) 图纸审核员 (1人) 客户经理 (5人) 人力资源部经理 (1人) 客服部经理 (1人) 企业策划 (1名) 咨询专线: 0371-69167008

客服热线: 66522900 WWW.LONGFA.COM 北京龙发装饰集团郑州公司

- ★中心店: 郑汴路128号(防暴支队西50米) 电话: 66514381 66533091
- ★S精品设计中心: 经三路金成国际广场北座707室 电话: 65862550 65862955
- ★嵩山路店: 嵩山路与淮河路交叉口向北100米路东 电话: 68870025 68861755
- ★花园店: 花园路148号(河南省电视台对面) 电话: 65968710 65741909
- ★康居店: 郑汴路康居家装大厦二楼 电话: 66521491
- ★顺驰服务站: 郑东新区顺驰第一大街电话: 68082687
- ★龙发家居集成5S会员店: 郑汴路128号 电话: 66533090