



见到郑东建材家具城总经理黄海军,第一印象就是风风火火。走进他的办公室,握手、落座,连交换名片还未进行,黄海军就已开始对记者讲述起他的工作:“年终岁尾,公司的事情太忙了,这一段正在准备公司明年拿地的事情,而且还要准备到北京参加‘中国优秀企业家’的颁奖材料……”

晚报记者 樊无敌 师红涛

一年之中,鸿雁雁群共有两次宏伟壮丽的迁徙,每次都是跋涉千里之远,遭遇无数障碍。它们最重要的特质,就是对目标的坚定不移。雁群的行为特性中,最具有价值的就是它们总会有一只带领队伍,不让任何一只鸿雁单独面对困厄与挑战。在郑州家装市场上,就有这样一个领头的“鸿雁”,这便是北京鸿利博雅装饰郑州公司总经理厉凯华。

晚报记者 唐莉 周强

11年建材生涯 造一方成熟市场

“算算时间,我在建材这一行已经做了11年。”黄海军对记者讲道。面前的他,神采飞扬,激情中荡漾着对建材行业的无尽热爱。

“做这一行这么多年了,我自己没有什么特别的经历要说的,我倒很乐意和你们探讨行业的发展和企业的一些情况。”在采访过程中,黄海军一再说他更愿意谈自身之外的话题。然而,从1996年就进入建材行业的黄海军,他见证着整个建材行业的发展,同时也做出了他特殊的贡献。

几年前,郑州建材市场自发形成,并已基本成熟。作为郑州金海贸易发展有限公司总经理的黄海军,在面对市场消费需求亟待提高的大环境,通过详尽的市场走访,成功实现了中原建材市场上首次真正意义上的市场细分,建立了中原地区首家大规模的地板、地毯和装饰材料专业市场,一举奠定了在中原建材市场排头兵的地位。

与此同时,为了在整个产业链条上完善和增强郑州建材市场的整体竞争力,在黄海军的倡导和亲自组织下,郑州金海贸易发展有限公司联合郑州50多家装饰公司和全国100多家材料供应商成功地举办了河南省首届住宅装饰节,在行业内引起强烈反响。

黄海军

郑东建材家居城总经理



建材「元老」推进郑东家居

长期一线工作 建中部最大批发基地

10余年的职业生涯,成就了黄海军在郑州建材行业的特殊影响力。2004年4月,受全国商贸流通领域领军企业香江集团的邀请,黄海军出任郑州郑东置业有限公司副总经理,全面负责郑东建材家居城这一总投资20亿元、首期开发1000亩、总规划2000亩的中南五省最大的建材批发基地的营销工作。由于工作突出,2005年9月,黄海军被提升为郑州郑东置业有限公司常务副总经理。

在对郑东建材家居城产品定位的时候,黄海军剖析了郑州的消费市场,详细分析了郑州市场西服、南食品、东建材、北汽车的布局特点。同时,对郑州市所有做装饰建材的商户,做了一个数量体量的分析,一共有3500家,市场容量很大,而郑东建材家居城首期开发就是1000多套。现在已是公司总经理的黄海军介绍说:“对于这个项目而言,我们的目标很明确,严格控制投资户的进入。由于项目品质好,营销策划得好,我们实现了三天售罄,实现了短短时间里几个亿的销售额,而且购买者80%都是经营户。”

如今,由于长期的一线工作,使得黄海军在家装和建材市场的开发和运营上具有丰富的驾驭能力。2006年,在郑东建材家居城的基础上,启动郑州规模最大、档次最高的专业木地板行业市场——郑州木地板行业精品城;2007年初,启动郑州金海马家居城项目,将郑州家具批发零售业带入新的高度。2008年,郑东建材家居城在此基础上,将逐步引入新的经营业态,并将以更具影响力的成熟模式打造市场在行业中的主导地位,并立志成为中南五省最大的建材家居批发基地和品牌市场。

记者手记

对黄海军的采访过程很简短,他给人留下的深刻印象就是“忙”。1996年进入建材行业的他,见证了郑州家装行业和河南建材市场各个不同发展时期的发展历程,也成就了他建材行业元老级人物的地位。难怪一位同行提起他时说:“提起老黄,那可是个干事业的人,到今天他在工作中的拼劲,一点也不比那些刚入行的年轻人差。”

在记者落笔之时,回想起黄海军爽朗的笑声,记者一直在想,一个人在一个行业坚持不懈地做了11年后,还能有如此拼劲,“全国优秀企业家”这一殊荣他当之无愧。

“敢,进取也。”——《说文》

果敢之杰

厉凯华

北京鸿利博雅装饰郑州公司总经理



南飞「鸿雁」展翅中原

努力飞向目标的“鸿雁”

初见厉凯华,黑色的唐装让我们眼前一亮,圆脸庞、平易近人的笑容以及优雅的谈吐去除了许多初冬的寒气。采访还没开始,电话、办公室不断的敲门声让他有些应接不暇。稍稍安置下来,他有些抱歉地给我们开出半个小时的“价码”。

“10年前的我是一个再平庸不过的毛头小孩,刚毕业那会儿什么都做过,也吃了不少苦”。厉凯华回想起来以前的日子,很平静,也很坦然。“做过文员,去过武汉,做过‘北漂’。”说到这里,他对我们笑笑,“但是我一直是个人,我从不认为我会那样平庸地过一生,很多时候我会给自己规划,给自己一个目标,然后会努力向它靠近。”这让我们想起他办公室门口的那个大大的“鸿”字。用他的解释就是“鸿,本意大雁,鸿鹄高飞,凤凰超群,意指超群杰出”。或多或少,这也应该是厉凯华的写照吧。

2006年,积累了不少工作经验的厉凯华早已不是当初的“毛头小子”,有着相当丰富经历的他率领鸿利博雅装饰从北京来郑。“刚开始来郑州,只想先脚踏实地地一步步

把事情做好”。对厉凯华来讲,他最欣赏的企业家是王石,王石身上的那种对目标的执著与坚持一直都是厉凯华最为感动的,甚至很大程度上影响了这只“鸿雁”。虽说刚刚创业时困难重重,挫折不断,但他没有一点退缩的念头,“有压力的时候,我会让自己放松,我的心态一直都比较积极”。也许正是这种对目标的执著与积极让他率领的鸿利博雅如今走得相当顺利。

“设计论”与“学习论”

谈及郑州家装市场,厉凯华有自己的认识,在他看来,郑州目前的家居市场状况基本相当于三四年前的北京市场,整体感觉不是很规范,家装游击队携伪劣材料靠粗制滥造的施工,以及毫无保障的漫天承诺,依然占据着大部分的市场份额。一直以来以品质引导消费者的鸿利博雅自始坚持自己的发展道路,尤其是高品质的设计,“这让我们有了很多回头客,也加大了鸿利博雅在郑州的知名度”。

“未来一年,我们将用设计改变现代人的家居生活。这就对设计师提出了更高的要求,最近我们邀请了不少北京总公司的设计师,甚至有些是从北大、清华这样的高校挖来的,如今郑州家装市场竞争已越来越激烈,因此必须以人才为支撑,以保证设计的高品质”。这,便是厉凯华的“设计论”。

在厉凯华的办公室,有一个大大的书柜,上下三层放的全都是装修书籍,这让我们相当惊讶。对此,厉凯华笑笑:“我是个比较喜欢读书的人,休息的时候我喜欢找一个安静的地方慢慢读自己喜欢的书。”在厉凯华看来,从设计师到施工人员、服务人员都应该加强学习,学习先进的运作模式和服务方式,只有这样才能为广大消费者提供完善的家居解决方案。听完他的这些“学习论”,让我们在座的我们突然明白了他办公室墙上的那句气势恢弘的“天行健,君子以自强不息”。

记者手记

看着鸿利博雅装饰公司那个大大的“鸿”字,让我脑海里出现了一只“领头雁”,天空中飞翔的雁群,总会有一只鸿雁带领整个队伍,而且一旦展翅高飞,它们就在领头雁的带领下义无反顾,不离航向,永远成群成列。对于鸿利博雅装饰来说,厉凯华就是这样一只领头雁,谈及鸿利博雅的未来,厉凯华相当自信,一句“天空很大,足够鸿雁展翅”,让我们读出了厉凯华的执著。

“刚、毅、木、讷近仁。”

——《论语·子路》

坚毅之杰