

■阳光计划之家居品牌篇

行业调整 备战来年暖春

“市场不景气,生意不好做,营业额下滑。”日前,记者走访了部分中原家居一线品牌后,有品牌负责人坦言,家居业发展至今已有10余年的时间,而这次“严冬”现象还属首次。但他们也都纷纷表示,在这个时刻,他们有准备,也会有所调整,相信能取得最后的胜利。

晚报记者 熊维维 袁瑞清



王健



邹剑锋



张帆



孔令伟



孙蕾



钟凯声



顾生龙

积极主动,静观其变

邹剑锋 北京龙发装饰郑州公司总经理

这一次的经济波动将成为新一轮的洗牌行动,对行业发展来说,这是一件好事。经济发展一定阶段,必然要进行一次调整,行业发展到一定程度,同样需要调整与整合。适者生存,本来就是商场亘古不变的法则。

当前形势令人喜忧参半,喜的是,通过调整,对市

场多了一些认识;忧的是,这种形势还能留给家装企业多少发展空间。

总的态度是积极主动,静观其变。谁主动,谁受益,谁能适应市场潮流,把握市场潮流,谁就能成为最终的胜利者。龙发将采取积极的态度,静观市场变化,随时推出应变措施。

扩大区域范围,提供增值服务

王健 河南超凡装潢设计工程有限公司董事长

郑州的家装市场受楼市影响,业务量有些缩水,但河南超凡装潢设计工程有限公司董事长王健认为这些影响并没有想象的那么严重。“家装毕竟是买房后必须的步骤,房子可以不买,但买了总要装修才能住吧,从这个意义上来讲,家装的需求还是很刚性的。今年家装市场的低迷已至低谷,明年上半年就会出现

回暖迹象。”

要应对目前危机,王健觉得家装公司应该做好以下两件事,一是要练好内功,加强自身抵御风险的能力;二是要扩大区域范围,把发展的眼光放长远,可以向周边城市、向下面的地级城市扩展业务。三是提供增值服务,比如配饰方面的增项服务等。

把握好经营原则,暴风雪也不怕

张帆 河南大地·家装梦工场董事长

“在这个冬天到来之际,行业发展也进入了冬天”,日前,河南大地装饰·家装梦工场董事长张帆在接受记者采访时表示,“虽然如此,但由于大地装饰是12年本土装饰公司,有相对稳定的客户资源及良好的经营信誉,加上公司调整了服务的新思路,业绩不但不降反而比以往还有所提升。”

企业把握好经营原则,即便是暴风雪也不怕,针对

行业“寒冬”,大地仍能保持好的经营状况,张帆表示,可以通过人力资源的调整,以及经营方针的调整,还有提高服务品质,“这就像给企业穿上了保暖的大棉袄。”

据张帆透露,目前正值大地装饰12周年庆,公司出台了“大地12年,豪礼12重”等优惠措施,将服务中原客户的豪礼送到年底。

家装做品牌,工装做效益,教育做保证

孔令伟 河南星星装饰董事长

近期,河南星星装饰正式接受授权,成为省内独家由省建设厅授予具备“建设行业从业人员培训资格”的装饰企业,并与高校合作,为装饰设计进行专业人才培养。河南星星装饰董事长孔令伟表示,在目前这样一个市场形式下,公司决定在做好家装的同时,将眼光放得更开阔,希望通过家装做品牌、工装做效益、教育做保证。

对工程工地进行包装,对公司员工进行精化,将设

计师进行整合;成立STAR左派设计公社,重点包装优秀设计师;提升设计品位,让服务转型,让品牌更多走向中高端市场。据孔令伟透露,这是这段时间河南星星装饰主要工作重点,“这场经济大形势,让我有时间来对公司的品牌进行一个更加系统的、全面的思考和规划。这些措施一方面为公司提供了储备、培养专业人才的机会,也提升了品牌知名度,同时还是企业营销策略的一个方法。”

精设计,深化高端服务

孙蕾 上海美巢荣欣(河南)家庭装潢有限公司总经理

此次金融危机受影响较大的还是中小公司,对大公司的影响有限,毕竟大企业资金链条、体制建设等各方面都比较成熟,应对危机的能力比较强。上海美巢荣欣(河南)家庭装潢有限公司总经理孙蕾分析说,同样,中产阶级及以下的消费者会受到一定的冲击,可能会考虑装还是不装的问题,但高端客户群不会存在这个问题,他

们仍旧是很稳定的消费群体。

为应对当前低迷局面,孙蕾表示,美巢加强了对资源的整合能力,实行了主材的统一配送,为消费者提供一站式服务,让他们省心、省力又省钱。另外就是深化美巢服务高端群体的能力,比如聆海高端设计中心的建设等。

控制成本,备粮过冬

钟凯声 南京钟凯丽装饰郑州公司总经理

随着上游产业房产以及下游产业建材整体滑坡可以得出,家装行业整体形势不容乐观,南京钟凯丽装饰郑州分公司总经理钟凯声相信,坚持一段时间后,就会迎来转机,“困难是暂时的,前途是光明的”。

同时,他分析说,最困难的时间将是今年下半年到明年上半年,家装行业也许将持续2-3年时间,但只要挺过今年下半年至明年上半年,一定将迎来逆转。就目前形势来看,几家较大规模的公司业绩虽然也出现下

滑,但不是很明显。部分小公司下滑较厉害,现在已经有些不出名的公司已经或转行或停业了。

钟凯声还表示,家装公司要“练好内功”,要有抵御风险的能力,要留得住人才,要有大局观,不盲目、不冲动,对形势发展要有明确判断。钟凯丽将继续坚持公司严格的质量体系,控制成本,提高公司管理水平,减少新的资源投入,这样才能为自己贮备后期的能效资源。

针对特殊群体服务,备战来年暖春

顾生龙 南京白桦林装饰郑州公司总经理

由于受大气候的影响,南京白桦林装饰郑州公司总经理顾生龙坦承,这个季度的营业额与去年同期相比降了40%，“形势相当严重”。

虽然如此,顾生龙对于明天仍有信心:“事情发展总是会有巅峰和低谷的,经济发展更是这样,目前的房地产业已是第二次承受金融风波的影响,相信这个行业自有一套应对危机的能力,作为下游行业的家居

业也会通过这次危机加快洗牌,让行业更加健康的发展。”

从前些年行业的一路飙升,到如今的行业寒冬,顾生龙表示,每个企业都应该冷静下来进行反思。白桦林装饰制定了冬季装修攻略,通过提高服务苦练内功,着力做好手头上的几个工装工程,对一些特殊群体进行点对点的服务,全力备战来年暖春。



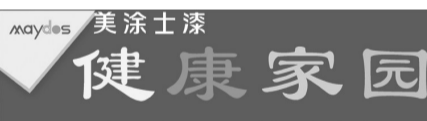
决定工程品质的第三要素是环境

蓝钻工程如何做到环境质量保障系统的

蓝钻工程专家根据人的视觉特征,研发了生态型的施工环境。经科学实验表明,这种生态型的施工环境,在很大程度上,能够有效缓解视觉疲劳,使施工人员神经放松、身心愉快,进而大大提高现场工作效率和工作质量。一个生态型的施工环境要具备三个条件:第一是要求把污染降低到最低的限度,第二是施工现场要有良好的规范,第三是施工现场要充分为客户和施工人员提供方便。蓝钻工程主要通过:采用环保材料、开门施工、施工区和生活区严格区分、正确码放材料、制作适合人体特征的劳动工具,还根据人的视觉特征来规划施工现场等做到生态型的施工环境。为了控制材料和施工现场两大污染,蓝钻工程不仅仅采用顶级环保材料进行施工,还在施工现场采用多种工具和方法杜绝现场污染,这些工具和施工方法有为了进行入户门保护研发的门衣、根据人体特征精确制作的木工操作台,有保证健康的饮水机,有杜绝水泥“赖”在地上水泥槽子、杜绝恶臭弥漫室内的临时坐便器,还有“成品保护膜”、“灭火器”、“现场警告和温馨提示”等。



咨询电话: 65628468



美涂士刮起“美丽”健康旋风

美涂士致力于打造“中国健康漆第一品牌”,多年来通过多种宣传途径向广大消费者介绍环保涂装知识,2008年更是在涂料市场上掀起了影响盛大的以“保护环境,关爱健康”为主题的健康行系列活动。美涂士健康行系列活动4月份在湖南长沙正式启动,自牵手蒋雯丽后,美涂士健康行活动增添了新符号——“美丽”(美涂士+蒋雯丽)健康行,目前已成功登陆广元、郑州、贵阳、温州、合肥、石家庄等全国近10个城市。“美丽”健康行活动提倡使用健康家装材料,杜绝家装污染;提倡使用环保购物袋,减少白色污染的大型推广活动,旨在把美涂士的健康理念传播到全国各地,把“健康、环保、责任”的口号转化为实际行动,为消费者提供一个更加科学、先进、环保、安全的家居理念,为广大老百姓打造一个健康、环保、亮丽的七彩空间,在终端市场形成了较大的影响力,在社会上掀起了一股保护绿色生态环境、关爱人类身体健康的旋风。

此次“美丽”健康行系列活动形式多样,内容丰富,紧贴老百姓关注问题,想消费者所想,充分尽到了一个企业的社会责任心,受到了消费者的一致好评与欢迎。在湖南站美涂士集团总裁王曼卿亲临现场举行签售活动;在贵州站不仅推出产品体验、应用技术、装饰公司、售后服务一条龙咨询服务,更是推出四大惊喜和四重好礼活动,深受欢迎。

现场标准的产品陈列以及一系列免费的健康环保家装咨询、免费派送环保购物袋和完美家装手册等,加以“完美主妇”蒋雯丽代言的广告展示,使健康家居理念得到了更加有效的推广,美涂士因此成为展会中一道亮丽的风景线。

招商热线:0371-66528200 联系人:肖先生