

构建企业、媒体、消费者全新互动平台

# 中原家居“阳光行动”全城启动

以后再装修,只需要参加“乐居汇”,便可享受阳光家装联盟企业为您提供的最实惠、完善、省心的家居方案



经过2008年金融危机的洗礼,中原家居市场也在历经着市场格局的变化,众多家居企业不得不谨慎地观望市场大局。愈发性与健康的市场环境对各家家居企业也提出了更高的要求,让家居行业走在“阳光”下,更加公开与透明,这已成了许多人共同的呼声。

今年,郑州晚报《第一家居》全力打造“2009——中原家居‘阳光’主题年”也即将盛大开启,其中“阳光2009——2月暖春行动”已全面展开,即将成立的“中原家装阳光企业联盟”和“中原家居阳光装修乐居汇”将致力于为中原家居企业树立最具专业气质的家居装修诚信形象,为中原消费者打造最具敬业精神的家居装修服务平台,构建企业、媒体、消费者三者间的互动平台。  
晚报记者 袁瑞清

## “阳光”成为行业关键词



2009年作为中原家居行业发展的关键性年份,“阳光”成为公认的关键词,行业的规范问题、公开公正的透明化运作、可监督的流程范围、标准化的程度,等等,都成为了这个行业高速发展所必须解决的问题,“这些在金融危机之后更加突出,成为了消费者最为关心的话题。”

“阳光”代表着积极、向上,代表着顽强的生命力,代表着对希望与理想的执著。对于中原家居行业而言,正处在意义非同一般的2009年,我们愿用“阳光”一词,给充满疑问的2009年家居行业带来一个喜

兆,同时也是给那些对2009年仍旧充满疑惑而担忧的人们,一个希望和憧憬。

郑州晚报《第一家居》将全力打造2009中原家居“阳光”主题年,“中原家装阳光企业联盟”和“中原家居阳光装修乐居汇”的联合成立,正式打破以往团体组织“片面性”的弊端,同时成立面向企业和消费者两大阵营的专业组织。引入高端、优质、品牌企业和大量“准装修”客户,让企业和消费者以及行业主管、媒体,在相互监管、相互互动、互通有无的基础上,让服务更全面、让组织更专业、让实惠更显著、让行业更透明。

## 家居行业步入转折期

“去年的营业额下滑相当严重”,新年伊始,郑州某家装公司的负责人对记者说,与往年同期相比,去年家居企业营业额普遍下降了30%-40%,有的甚至达一半之多,更有很多小公司面临亏损局面。“如今显著的现象就是,商家的促销手段难以取得良好的市场效果,消费者的反应总是很平淡,甚至有些无动于衷。”

如果说2008年的特色是危机,那么2009年则将迎来转折。新的一年,经济形势仍旧充满变数,家居行业也不例外,如履薄冰。

“今年,无论对于哪个行业,‘蜕变’一词都显得举足轻重”,南京钟凯丽装饰总经理钟凯声认为,作为曾一度如日中天的中原家居行业,在连续经历过近6年时间的疾速发展后,如今面临的种种矛盾和挑战,让2009成为家居行业不可避免的转折年,或者说是蜕变年。

俗话说,越危险的地方越安全。同样,从某种意义上讲:越是危险的时刻,也是越安全的时刻。这就是“蜕变”的深层哲理:可以迅速地死亡,更可以美好地生存。对于大多是主流、且愿意奋发的企业来说,借助“创新”和“规范”这两大转折时期的“法宝”,将迅速摆脱形势,驶向快速道。



## 三方联手打造诚信联盟

“中原家装阳光企业联盟”的组建,正是为了满足当前消费者对家居透明消费的需求。该联盟将由经过专家、媒体、行业主管、消费者代表筛选出的10~20家郑州最具实力和诚信度的家装企业组成。

联盟将推动行业的健康和规范发展:联盟将不定期地聘请国内外知名室内设计师、专家、学者和消费者代表进行家装市场发展、家居环境设计理论、家装设计风格、新材料、新工艺等方面的研究,深度传播家居装饰文化。

同时,联合将开办装饰课堂,向广大消费者讲授家庭装修知识,定期发布研究院研究成果,举办户型设计演示会、家装设计潮流发布会、新型材料推介会等活动,使消费者真正做到“明明白白家装,清清楚楚消费”。

据悉,中原家装阳光企业联盟还将与地板、橱柜、洁具、瓷砖、涂料等全国知名的装饰材料厂商、设备厂商、配套产品厂商、家用电器厂商以及家居相关产品供应厂商进行合作,组建“中原家居阳光品牌”,让“乐居汇”会员可以通过联盟完备的装饰材料及家居产品采购系统享受到最低的价格、最高的质量、最好的服务,切实降低消费者的家装消费成本。



北京龙发装饰供图

## “乐居汇”专属服务 轻松装修

对于业主而言,装修是一项大工程。不仅需要花费大量的精力、财力,而且还因为不专业导致问题连连,消费者都希望找到一家贴心的专业服务机构,提供装修特殊优惠,提供“一站式”的服务。

“中原家居阳光装修乐居汇”,正是在这种情况下成立,将依托强势主流媒体——郑州晚报,以及中原重点新闻门户网站——中原网,以及独有户外、分类等优势,将其着力打造成为郑州地区规模最大、会员最多、形式最规范、优惠力度最大的消费者装修组织。乐居汇将为每一位会员提供全面周到的各种专属服务,专属优惠。

目前,乐居汇正面向全城征集会员,正式会员将享受乐居汇提供的专属服务,如免费参与本报定期举办的装修体验活动,凭会员卡享受家装公司针对乐居汇的专属优惠等,让装修省时、省力、省心。

## 一周居事

### 美巢“新春第一展”周末再续

上周末,由上海美巢装饰主办的“2009年新春第一展”在大河锦江四楼的高岳厅举行。据粗略统计,两天展会,客流量超过400人,现场达成合作协议100余户。

而本周,不少客户致电美巢,希望活动延续。上海美巢装饰进行磋商,决定将新春第一展活动延续至本周末,继续接受客户的咨询和预约。上海美巢装饰总经理孙蕾表示,春天是公认的最佳装修季,美巢的新春第一展就是为了给广大的客户提供便利,在这次展会上,一些从欧洲进修回来的美巢设计师,带回了最先进的设计理念 and 同步国际的潮流动向,可以让广大的业主身在中原,却能体会欧洲风情。  
周强

### 超凡“家装第一展”本周举行

这个周末,由河南超凡装饰举办的“2009年郑州家装第一展”将在河南省人民会堂广场举行。河南超凡装饰装潢设计工程有限公司总经理范恒介绍,超凡装饰以14年经验的老字号招牌,以高品位的设计、高质量的施工、高标准的服务赢得较高的美誉度和知名度,在市场中树立了良好的口碑,稳稳地站在了家装行业的前列。公司已经获得了中国建筑装饰协会、河南省装饰协会专家委员会、河南省室内家装委员会、河南省室内装饰业协会、河南电视台、河南省营销协会专家委员会等多家专业机构的认证并获得了全国样板工程示范企业、全国优秀装饰企业、“中州杯”设计奖、全国住宅

装饰装修行业百强企业、全国AAA级诚信企业、改革开放30年全国住宅装饰装修行业最具影响力企业等多项荣誉。目前,超凡装饰已经在河南地区拥有多家分店和加盟商。

据了解,本次展会是超凡装饰牛年送给中原消费者的第一份新年装修大礼,此次展会为期两天,有多家名牌建材厂商助阵。凡到现场咨询的客户不但可以参观超凡享誉中原的超国标工艺解剖实体,现场感受超凡超国标的施工工艺,并且可乘坐超凡装饰随时发车的看房直通车,免费参观超凡百家超国标样板工程。另外,现场交定金的客户还可参加抽奖活动,800件礼品即抽即拿。  
张真

关键词:展会



宋萌:峰翼工作室设计研发中心研究员 河南省装饰协会注册设计师

设计心语:以人为本,将生命注入居所;注重细节,唯美浪漫把时代风尚融入历史之中,让她得到宁静和释放

设计理念:一丝不苟的庄重和大气让这里始终透露一种贵族的气质

主要作品:森林半岛别墅 联盟新城别墅 绿城百合复式 非常国际 正弘旗普罗旺世别墅等

从业经历:毕业于河大美院,从业8年,擅长做新古典家居设计 2004年、2005年、2006年、2007年连续四年被评为集团十强优秀设计师

## 引领“私人化高端设计”



如今,个性化和人性化渐渐成为了别墅及豪宅等高端客户真正的需求。素有

“中国家装界国家队”美誉并以高端家装享誉中原的业之峰装饰,在郑州业界开创了“私人化高端设计”新概念,为绿城高端客户带来了“私人设计专家”,让高端家装更个性彰显,轻松有趣,也更随心所欲。

设计理念解析:雅致主义源于材料品质和装饰的细节。那些经过涂饰和抛光的木材,有着富丽温馨的色彩和华美的织物,以及精致黑色的点缀和光洁的硬木地板或抛光砖的结合,让整个生活的氛围充满温馨。

咨询电话: 65628468



## 美涂士,在营销中“蝶变”

当众多涂料企业在为席卷全球的金金融危机和持续下滑的楼市而变得忧心忡忡、闷闷不乐之时,美涂士正通过行之有效的营销策略向世人展示企业活力和争霸市场的信心。涂料市场风云变幻,一场场营销之战悄然打响:聘请影视明星蒋雯丽担任形象代言人,让“美丽变身”成为行业热门话题;开展“健康是爱”为主题的宣传活动,使得“保护环境·关爱健康”的理念深入人心;推出专门针对乡镇市场的新产品,拉开适应农村的新营销模式……在一系列营销中实现“蝶变”的美涂士,将继续发挥品牌优势,不断提高顾客对品牌的认知度,并让人们共同领略美涂士健康、环保的风采。

美涂士的成功秘诀就是“永远比同行快半拍”。在顺德家具漆誉满全国时,美涂士却以装修漆起家,成为最早进入装修漆领域的民营企业。当同行逐步意识到装修漆市场的庞大时,美涂士已经建立了健全的营销网络,美涂士油漆专卖店遍布全国。当其他厂家意识到专卖店的优势而跟风效仿时,美涂士又将销售通路向各大城市的住宅小区渗透。等其他厂家回过神来搞小区推广时,美涂士已在许多小区占据着绝对优势。当其他厂家将大部分精力用于小区推广时,美涂士又开始大规模地向装饰公司、大型建材超市进军,当其他厂家意识到立体化渠道运营时,美涂士已成功挺进广泛的农村市场。

招商热线:0371-66528200