



中原家居行业“发展·印记”
大型人物专访系列报道之一

编者按:如何做百年老店,如何才能基业长青,如何做好品牌管理,如何可持续发展,每一位品牌老总都有自己的见解。在本报创刊60周年之际,对中原家居行业发展历程大型人物进行专访,对中原主流家居品牌进行具有成长性企业发展之因的探究,这份涵盖“企业成长+品牌管理+战略发展”的人物对话,将极具借鉴价值与保存价值。

同成长 共发展

共庆60年,听他们讲述“成长的故事”

王健:做企业贵在坚持



王健

无论在中原,还是在全国,超凡都算得上是家装界的老字号了,它是省内第一家正规的家装企业。如今,超凡已经走过了14年的不平凡发展过程,它不仅成长为了中原家装行业的龙头企业,还是中原第一家走出国门的家装公司。超凡装饰集团董事长王健接受了记者专访。

记者:回顾企业的发展历程,在这些年里,有哪些关键的节点?你对其中哪个阶段或者哪件事情印象最深刻?

王健:自从1995年成立以来,超凡至今已经历了14年的磨砺,已发展成为郑州市室内装饰行业市场占有率高、知名度大、客户投诉率低的第一品牌企业。

超凡当初是在世界冠军邓亚萍的支持下创办的,也是河南省首家专业的装饰公司。在发展的道路上,超凡装饰创造了许多个行业第一:第一个成为河南最早的正规家装企业;第一个工程部固定使用专业施工人员强化工程质量的装饰公司;第一个在郑州市各大媒体上进行大范围现代装饰文化宣传的装饰公司;第一个设立家装

晚报记者 袁瑞清 张真

课堂,进行免费家装知识讲座,倡导正确的家装消费观念的装饰公司;第一个在行业内推出环保装饰、品牌装饰等产业革命性新举措,第一个将工程做到安哥拉的装饰公司;第一个建立了集培训、咨询、投诉、设计、选材、施工、工艺鉴别、监督、售后服务于一体的、全方位的、规模空前博览园式的一条龙室内装饰服务基地,从而翻开了郑州室内装饰历史发展的新篇章。

记者:做企业多年,身为公司掌舵人,关于行业、关于企业、关于人生,你有何心得体会?

王健:我认为做企业贵在坚持,“坚持”不是一个平凡的字眼。它首先反映了一种信念。任何坚持都源于信念上的坚定。我们超凡装饰讲坚持,也勇于坚持,更善于坚持,因为我们始终坚信自己的企业路线是正确的,事业是伟大的。

坚持也是一种精神。中华民族语言中有许多励人坚持之说,如:愚公移山、精卫填海、水滴石穿、燧石取火、铁杵磨针等,所以超凡装饰的成功之处在于“坚持”。

邹剑锋:以感恩之心前行



邹剑锋

对于龙发装饰郑州公司总经理邹剑锋而言,这段时间颇不平常,5月28日,龙发郑州公司刚刚度过7周岁生日。7年对于一个家装企业而言,含义深远,对于中国家装行业这个起步晚且本土化程度低的行业来说,7年意味着见证了整个家装行业的成长历程。

记者:请你简述一下企业的发展历程。在企业这些年的发展过程中,有哪些关键的节点?你对其中哪个阶段或者哪件事情印象最深刻?

邹剑锋:从2002年到2009年,7年时间,龙发从不到20人的创业型企业,迅速成长为中原家装行业的领航者。从某种意义上说,龙发装饰是郑州家装行业发展见证者的同时,也是展现郑州经济发展的一个“百叶窗”。

龙发7年来一直引领行业发展,靠的是什么?我觉得有两方面,一是创新,一是人才。装饰企业要实现可持续性的发展,必须不断创新,在为客户提供正规化服务和综合性服务上下工夫,我们必须始终清晰地认识到装饰客户需要什么,然后决定如何去满足。从“龙卷

晚报记者 袁瑞清 孟辉

风”、“九大风尚”到FA专家工作室,龙发一直在创新。

再就是人才,对于家装企业来说尤其如此。在我们进行一系列经营创新的同时,必须全力维护企业赖以生存的人力资源系统。龙发已经建立了一套合理的人才制度,在这个制度框架下吸纳各类优秀人才,整合企业发展的各项资源,使新老员工与企业共谋发展,形成和谐的事业共同体和利益共同体。

记者:做企业这么多年,身为公司掌舵人,关于行业、关于企业、关于人生,你有何心得体会?

邹剑锋:龙发的成长离不开消费者的支持,所以我想的更多的是感恩,以实际行动回馈消费者、回报社会。去年龙发六周年的时候,龙发提出了“让爱回家”的主张,在装修中传递“爱家、回家”的理念。

2009年被龙发定为感恩之年,这其中最核心的情感理念就是“关爱和奉献”,由此延伸演绎出“感恩”一词,并与时间代表词汇“2009”进行紧密连接,从而恰切传达了企业的责任感与奉献精神,并与消费者的爱心情感期望产生共鸣。

杨崇礼:高品质赢市场



杨崇礼

自进入郑州以来,东易日盛一直立足高端,以设计为核心,为消费者提供完整的家装服务,无论是A6设计馆还是如今的东易力天国际家居体验馆,都在体现这一点。在东易日盛装饰董事长杨崇礼看来,东易从不标榜自己是高端,只是为客户提供高品质的家居服务。

记者:在东易日盛这些年的发展过程中,有哪些关键的节点?你对其中哪个阶段或者哪件事情印象最深刻?

杨崇礼:东易日盛成立这么多年来,创新一直是企业发展的核心动力。在设计上,我们有专门的研发中心,2006年推出八大风格,2007年推出四大风尚,2008年是意识流,2009年在前面的基础上推出新意流。在基础材料上,我们拥有国际化的采购体系,核心的材料全部是进口的,主要来源于德国、意大利等地。另外,我们坚持国际工艺,采用欧洲标准施工,比如德国生态工艺等。

家居是一个系统工程,我们坚持为客户提供高品质的家居服务,早在2007年的时候就专门成立了饰材部,为客户配备方案、材料、饰品等多个方面的设计师。如

晚报记者 袁瑞清 李晶

今,东易力天国际家居体验馆已经试营业,它的目的就是让客户亲身体验家装的各个环节。

如今,东易日盛已经形成了自己的鲜明特色:国际化设计+欧洲环保材料+德国生态工艺+完整家居服务,概括起来就是提供“高品质家居服务”。

记者:做企业这么多年,身为公司掌舵人,关于行业、关于企业、关于人生,你有何心得体会?

杨崇礼:家装产业与房地产业正好是相反的,房地产业是政府和融资行为,而家装完全是一种市场的自发行为,是适应市场的需求而发展起来的。十年前,大家的想法都是找个人简单装修一下,而如今,人们想的是找个设计师好好设计下,这就是变化,说明市民对装修有了更高的要求。

我认为家居产业仍是一个很朝阳的产业,将成为国民消费的标杆行业之一。而经过全球经济危机的洗礼,客户对家装的选择更加理性,什么样的产品才能赢得客户认可?我觉得就是性价比高的产品,只有高品质的家居才能赢得市场。

60人与60品牌

征集“第一家居”60品牌,邀您一同讲述

居家生活是一本书,每一个居家者都是作者。现在,让我们稍微放慢脚步,参与到一场集体的回忆和讲述中,将那些改变我们家居生活的家居品牌推荐给更多消费者。

美巢装饰

讲述者:张向阳

年龄:33岁

职业:外企职员

评价:我听说美巢装饰不错,去年公司几个年轻同事装新房,都选择了美巢装饰,听他们说美巢的设计都很有个性,因为是上海的公司,所以设计风尚也都走在最前沿,很受年轻人的欢迎。同事小李家装修的欧式风格,虽然面积不大,但是依然装出了大气的感觉,每一个细节都让人觉得很特别。听说美巢现在又推出了一个美巢聆海,专门做高端设计的,以后有机会去看看。

大地装饰

讲述者:牛菁菁

年龄:24岁

职业:美编

装修面积:104平方米

装修预算:5万

评价:大地装饰是我的一个业内的设计师朋友介绍的,本想要朋友的公司来装,但是他告诉我说大地在设计上非常出色,所以就选择了大地装饰。虽然他们的设计很不错,但是我想说的是他们的服务也给我带来了惊喜。为我们做设计的是一个年轻设计师,却很负责任,每个小细节都考虑的很到位,还大热天亲自陪我去市场进行材料采购,家电选择。在现在这个家装市场混乱的情况下,能遇到他真是很幸运,整个家装过程一直在愉快中度过。真的很感谢他,让我现在拥有幸福温馨的小家。

龙发装饰

讲述者:周海军

年龄:28岁

职业:公务员

装修面积:78平方米

装修预算:6万

评价:今年年初,刚交了房开始装修,之前就开始了解关于装修公司的信息,现在装修市场上鱼龙混杂,挑来挑去觉得还是龙发的合适,我们小区好多业主也都选龙发装饰,大家觉得选择品牌公司质量有保障。我个人觉得龙发还是不错的,它采用的是菜单式报价,报价单上的用材及单价列的都很明晰,更重要的是龙发选用的都是优质的环保建材,特别是他们很注重细节,现场随时都保持干净,经常打扫,这种服务让人觉得很贴心。装修下来价格在我们的预算之内,作为我们的婚房,我和老婆都很满意。

钟凯丽装饰

讲述者:刘俊

年龄:23岁

职业:工程师

评价:我比较熟悉的装饰公司就是钟凯丽了,我的一个同学就在钟凯丽做设计师。在我印象里,钟凯丽是装饰公司里很有社会责任感的,对于这个行业来讲这一点是很难得的,从公司管理到客户服务都很正规,特别是售后服务做的特别好。最近我也打算买房子了,将来房子装修我会选择钟凯丽的,因为了解,所以放心。

见习记者 万佳

互动QQ:549040536

寄语晚报

家装其实是一门艺术,设计师是一个艺术家,因为他能带来一个家庭生活方式的变化,引领一种生活方式,让人们的生活变得更加美好。所谓“企业唱戏,媒体搭台”,龙发希望与郑州晚报携手并进,推动行业健康发展,创造更多的辉煌,满足更多人的居住梦想。——邹剑锋

郑州晚报是都市生活类报纸,关注百姓生活,侧重报道社会生活中的知识性、趣味性、服务性新闻;突出新闻性、可读性、实用性。是中原地区新主流媒体,发行量在省会郑州密度很大。

我的建议是,希望晚报为老百姓提供一份实实在在的报纸。我很欣赏晚报的口号:用新闻纸建设郑州。这句话的核心就在“建设”上,读者的期待是在建设一份市民自身的报纸,相信晚报不会辜负这一点。——王健

目前来说,家居行业并不大,甚至比较小,但郑州晚报每次的房展会都会带上家居,我觉得这就是在引导合理消费,在促进行业发展。对晚报的寄语,我还是那句话,“正确引导客户,选择高品质家装。”——杨崇礼