



中原家居行业“发展·印记”
大型人物专访系列报道之二

同坚守 共创新

共话60年,听他们讲述“成长的故事”

钟凯声:用“品质”求进步



钟凯声

在中原消费者心中,来自于江苏的南京钟凯丽装饰公司,已成为苏派南方施工工艺的代表企业。其独树一帜的做事风格和踏实肯干的敬业精神,让其从一开始就在设计、施工、技术、监督等各方面都追求完美于卓越。在总经理钟凯声看来,这与公司“品质,多一点”的服务理念相吻合。

晚报记者 袁瑞清 张真

记者:在钟凯丽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?

钟凯声:我印象最深刻的是正式接收郑州分公司的那一年,那时,外派人员全部调回南京,郑州公司面临前所未有的困难,但我顶住压力,用严格的管理制度,以及先进的企业文化,鼓舞着公司的全体人员,迎难而上,最终度过了这段最难忘也最具有挑战性的时光。同时,我也感谢晚报,作为与本公司强强联合的媒体之一,也对我们的健康发展作出了贡献。

在我们公司,管理和服 务显得尤为重要,钟凯丽之所以11年来能获得快速、稳健的发展,就是因为 在管理和服 务上舍得花精力和财力。

说到关键点,我认为有两个。一个是房地产业的蓬勃发展,间接推动了家装行业的迅速壮大。另外,通过报纸这一平面媒体进行广告宣传,在企业的发展中也起到一定的关键作用。8年前,人们装修只知道找施工队,近几年,经过媒体的正确引导,市民已经首选“正规品牌装修公司”了。

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,你何心得体会?

钟凯声:早在公司成立之初,钟凯丽装饰就从企业发展的战略高度,将“全心全意为人民服务”定为企业宗旨。干的一件在行业内认为最出格的事,就是第一家率先向行业管理部门交纳了20万元装修质量保证金,并率先作出了三年免费保修的承诺,开了“拍现金”以示诚信的经营先河。

不管是做人还是做企业,我觉得最根本的一点就是:诚信。以诚信来做宣传,我们的口号是践行诚信,说到做到,做不到就不要说。举个最简单的例子:我们要求设计师在客户未要求增加工程项目的情况下,前期预算和决算的差额不能超过10%,否则由责任人承担。

孟伟:坚韧是企业发展的源泉



孟伟

“12年前,也是在春光明媚的节气,一颗弱小的种子,经过良久的积聚,终于在京都古城深厚的大地中破土而出,它摇摆着抖落身上的泥水,尽情吸取天地日月的精华,迅速成长得生机盎然,它的名字叫——元洲。”在北京元洲装饰郑州公司总经理孟伟眼中,元洲就是如此诗意。

晚报记者 袁瑞清 周强

记者:请简述一下元洲的发展历程。在这些年的发展过程中,你认为有哪些关键的节点?你对其中哪个阶段或者哪件事情印象最深刻?

孟伟:2007年11月10日,北京元洲装饰郑州公司入驻中原,在紧邻郑东新区的金成国际广场设立了总部中心店,并和中国家居行业巨头“红星美凯龙”强强联手,在郑汴路与中州大道设立旗舰店,品牌实力,自然彰显。

元洲高端家居服务机构智上·名筑的成立,更是给北京元洲装饰郑州公司增添了绚丽的色彩。元洲以卓越品质和创新理念为中原家居环境事业的发展全面领航。联盟总部设计中心现已揭幕,在挺进郑东新区的同时,再次为中原家居市场增添了亮丽崭新的一笔。

我认为企业发展的关键节点有以下几个方面。2008年,元洲集团蝉联“中国品牌500强”且稳中有升,以16.11亿元品牌价值荣列第376位,处于中国家装企业

前三甲;同年8月,在经历了一道道符合国际标准的严格考核之后,元洲装饰脱颖而出,成为家装行业首家并且是目前唯一一家获得国家环保标志的绿色企业;2009年,元洲隆重开启优质服务年,并重磅推出最新提炼的家居设计方向——中产十格。元洲在家居设计上已摒弃了简单的“唯风格论”,真正深入地去理解与挖掘了不同人群的居住需求。

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,你何心得体会?

孟伟:元为始,渊乃滋养生息之地。一个轮回过去,2009年的元洲已经成长为参天大树,12年中,元洲几经风雨也几见彩虹,有人说元洲是幸运的,总是能够趋利避害,逢凶化吉,但任何偶然中肯定包含着必然,元洲的幸运来源于根植在企业文化中的知性、感悟、灵活和坚忍不拔的精神,正是靠着这种精神,元洲才能在荆棘密布的市场中挺立至今。

12年后的今天,我们已经站在了更高的一级台阶上,虽然经过漫长的成长,我们稍显有些疲惫,根植的土地也越来越贫瘠,然而,我们可以比喻为凤凰涅槃:五百岁的凤凰集香木自焚,复从灰烬中重生,成为不死鸟,它是任何困难和险阻都阻不了的——元洲会越走越越好。

王红光:练好内功突破瓶颈



王红光

实力派装修公司北京瑞博文,一向做事认真负责不含糊,在郑州消费者中口碑甚好。其推出的按平方米计价装修模式,曾在业界引起强烈反响,据北京瑞博文装饰郑州分公司总经理王红光讲,自进入郑州以来,他的目标就是让套餐装修这一理念深入人心,成为了郑州家装企业中新的生力军。

晚报记者 袁瑞清 李晶

记者:在瑞博文这些年的发展过程中,你认为有哪些关键的节点?你对其中哪个阶段或者哪件事情印象最深刻?

王红光:瑞博文到现在已经11年了,在这11年里,我们根据市场的发展和实践逐步完善了公司的设计水平、施工质量、管理体系等,使公司走向一个集专业设计、精湛施工、完善售后服务为一体的专业化装饰公司。并获得北京装饰协会优秀会员、中国装饰行业十大影响力品牌、京城百姓信赖的十大品牌家装公司等诸多荣誉。

在公司这几年,最关键的还是2005年,经过北京总部高层领导多方面的考察研究,于同年5月1日创新推出的“¥26900精装全都有”——平方米计价这一装修模式。公司准确的市场定位,使瑞博文走进了更广阔的天地,此模式成功运营,更是重新定义了精装修的新标准,从此瑞博文走上了更好更快的发展路线。

记者:身为公司掌舵人,关于行业、关于企业、关于人生,你何心得体会?

王红光:我从事这装修行业已有数十年了,作为瑞博文装饰郑州分公司的总经理,深感目前郑州装修市场的发展已进入了一个瓶颈时期。房屋装修是百姓生活中不能缺少的部分,郑州家居市场还不是很成熟,相比北京而言,市场还有很多漏洞,如何能够更好地打造更完善的装修体系和服务体系一直是我关注的话题。而在当前经济不是很景气的情形下,我认为家装公司需要练好内功,增强自身竞争力,才能突出重围,获得新发展。



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。

超凡装饰

讲述者:夏美
年龄:40岁
职业:服装设计师
装修面积:200平方米
装修预算:8万

评价:去年年初给父母买了一套房子,当时朋友介绍了超凡装饰,说是河南装饰业的老字号,说是成立了十多年了,也是河南最早的正规家装公司,口碑很好。当时印象最深刻的就是他们的设计师对每一个到访的客户都要做很详细的询问,填写规范客户登记表,确保相关数据的采集完整、准确。设计师不仅在施工前向客户提供满意的咨询及设计服务,而且在开工后还实行全程跟踪服务,每个工地都要去好几次。

实创装饰

讲述者:胡丽娜
年龄:25岁
职业:教师
装修面积:70平方米
装修预算:4万

评价:说起来当时找实创还是有点“冒险”,因为平时工作较忙,也没有时间货比三家,咨询了实创装饰,就决定了。我看重的主要是实创的套餐服务,对于我这样时间不多,装修时自己忙不过来的人来讲还是很实惠方便的。我的房子主要就是突出年轻人的活力和奔放,但活力和奔放又不能太夸张。后来跟设计师沟通了一下,最终装修出来的效果我很满意,整个房间的主色调是亮色的点缀和饰品材质的强烈差异来体现活力,每种色彩都不张扬,能够很好地体现对比和谐的一面,稳重中带着跳跃,能让生活在其中的人感受到一静一动的变化。

鹏发装饰

讲述者:李冉
年龄:21岁
职业:大学生

评价:我是学设计的,为了学习需要,有次和同学一起参观了鹏发的样板房,对我启发很大。他们的设计能让顾客觉得十分别致。印象比较深的是他们一套融合现代和古典元素的样板房,充分展现一个典雅尊贵但又不俗套的空间,很巧妙地运用材质和深色调的搭配,使空间演绎得十分耐人寻味。

瑞博文装饰

讲述者:张怡方
年龄:25岁
职业:文员

评价:我哥哥最近准备装修房子,和他一起去咨询了几家装饰公司,觉得有几家还不错,不过目前我哥还在考虑中。我想有可能会选瑞博文吧,因为当时对比了一下,不管从设计、服务,还是价格上来讲,都还比较合适。这段时间还在搞活动。以前都以为装修效果和花的钱是成正比的,上次咨询了瑞博文的设计师才知道,只要设计得好,其实不用花很多钱也能装出别致的效果。

见习记者 万佳
互动QQ:549040536

寄语晚报

郑州晚报2002年全新改版后,我就注意到了这是一份时尚的报纸,与我们装饰装修企业美化家居定位匹配。钟凯丽装饰也是在郑州晚报第一批做装修广告的客户,可以说,郑州晚报“第一家居”对于我们这些企业为郑州市民所认识,起到很大的桥梁作用。我感觉郑州晚报是一份不一样的报纸,带给大家的是一份不一样的关怀,预祝晚报越办越好! ——钟凯声

郑州晚报是以“舆论政策为导向、经济发展为观点、民生民生为核心”的一份属于郑州市民生活中不可或缺的报纸,值此晚报60周年社庆之际,我代表元洲集团郑州公司,祝愿郑州晚报能够蓬勃发展,长盛不衰。 ——孟伟

郑州晚报作为中原地区主流媒体,有着非常广泛的受众面,上至国家大事下至百姓生活,晚报的新闻几乎涵盖了各行各业,以晚报独特的视角尽心尽责为绿城百姓们诠释与他们的生活息息相关的热点新闻。在晚报成立60周年之际,我仅代表北京瑞博文装饰公司的全体人员,恭祝《郑州晚报》百尺竿头,更进一步。 ——王红光