



同进取 共辉煌

共话60年,听他们讲述“成长的故事”

寄语晚报

欧派橱柜的宗旨是为消费者奉献最优质的产品,郑州晚报则是为读者提供最好的精神食量,两者其实有着共通之处。祝愿郑州晚报发展得越来越好,越来越受到读者的青睐和认可。

——兰红

作为郑州的主流媒体,郑州晚报一直引领和促进着行业的发展,对橱柜行业也是如此。如今,郑州晚报即将走过60年的发展历程,相信其在今后会更好,更加促进中原橱柜行业的进步与发展。

——姚孟海

郑州晚报是深受郑州市民喜爱的一份报纸,是郑州市公众影响力比较强的一份报纸。我希望郑州晚报借助中原崛起的大好发展机遇,与时俱进,不断创新,继续承载郑州市人喜爱阅读郑州晚报的历史责任,给广大读者奉献出更多优秀的內容。

——张毅星

郑州晚报——中原人都市生活的精致媒体参谋!贺《郑州晚报》创刊60周年!

——连志刚



兰红



姚孟海



张毅星



连志刚

兰红:逆水行舟 不进则退

作为欧派橱柜郑州分公司总经理,兰红似乎天生就与厨房有着不解之缘,如今欧派进驻郑州已有十几个年头,它见证了中原橱柜业的风起云涌,也记录着兰红的智慧谋略。欧派橱柜无可争议地成为了中国橱柜的领军企业,而郑州欧派也同样深受消费者信赖。

晚报记者 袁瑞清 张真

记者:在企业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?

兰红:欧派于上世纪90年代率先引入“整体厨房”概念,开创中国工业化生产现代橱柜的先河,被誉为中国“厨房革命”的倡导者、现代橱柜的领潮人。如今,欧派1000余专营店遍及全国600多个大中城市,产品远销美国、加拿大、日本、澳大利亚、东南亚、中东等50多个国家和地区。凭借强大的规模和实力优势,欧派不断创造出市场奇迹,先后获得国内外权威部门授予的60余项认证和荣誉称号。

作为中国橱柜行业的领军企业,欧派15年来一直坚

持高品质的服务,欧派的服务贯穿售前、售中、售后三个环节。在产品销售前,欧派为客户免费提供专门编写的《橱柜消费指南》,免费提供各种咨询,增加消费者对橱柜知识的了解,培养其理性消费意识,减少在购买产品前的时间、精力、物力支出,购买到性价比更高的产品。

记者:做企业这么多年,关于行业、关于企业、关于人生,你有什么心得体会?

兰红:在橱柜这个行业,不进步就是一种退步。很多企业、公司都说要打造一个品牌,事实上,品牌不是生搬硬套打造出来的,而是经过长期的时间考验,渐渐地积累、沉淀、升华而来的。刚刚出现的只能称得上是“产品”,而非“品牌”,因为它还没有经过消费者的鉴定、认可。作为行业领先者,欧派的作风是越来越认真、越来越细心。尤其是在售后服务上。为了把握第一手的客户反馈信息,我经常亲身电话造访一些消费者,询问我们的产品在设计、安装、售后服务等方面是否让他满意,有什么意见或建议?欧派就是要与产品的每一个细节“较真”。

姚孟海:好设计才能有好的橱柜

在全国橱柜行业里,意大利宝让人刮目相看。作为意大利宝橱柜掌门人,姚孟海到现在都难脱他的书生气,然而就是这个看起来十分儒雅的人,撑起了河南本土橱柜走向全国的旗帜。

晚报记者 袁瑞清 张真

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,你认为有哪些关键的节点?

姚孟海:中原橱柜业10年发展历程,经历了从无到有到形成专业规模的今天,标志是2003年到2005年东西大街橱柜一条街的形成。至今,郑州已形成国内知名品牌云集的橱柜零售产业集群。从起步到目前跻身中国橱柜业前20名,从本土品牌到建立近百家网络的全国品牌,意大利宝5年的发展历程是中原橱柜业的缩影。

2006年9月,东大街第一家店成立,意大利宝踏上了征程。2007年底,意大利宝开始发展全国市场。到2008

年12月,在全国各地,意大利宝有了72家品牌店,销售额3000多万元。值得一提的是,2007年,意大利宝与国内建材大鳄居然之家、红星美凯龙签订战略合作协议,进军大中城市高端建材卖场。

记者:身为公司掌舵人,关于行业、关于企业、关于人生,你有什么心得体会?

姚孟海:作为个性化产品,橱柜品牌的竞争力取决于设计。我认为,以前的河南品牌之所以无法占领高端市场,就是因为“大家都习惯模仿”,“山寨”橱柜层出不穷。而意大利宝从品牌创立起,就把很大的财力用在设计上,外聘一支国内顶级的橱柜设计师队伍。

同时,意大利宝强调做出稳定的高品质产品,公司一直坚持与国际国内著名品牌供应商合作,无论是国产板材还是进口五金都是各行业的顶级代表。2009年,意大利宝将在河南率先全面使用德国进口的艾格板。

张毅星:要培育品牌的未来

随着生活水平的提高,人们对自身的健康越来越重视,对橱柜的要求也越来越高。人们不单注重橱柜的质量,更注重橱柜给家居生活带来的变化,品牌橱柜的销售也因此越来越好。东方邦太橱柜总经理张毅星让来自南京的著名橱柜品牌——东方邦太整体橱柜落户并植根中原,让市民感受到优质橱柜的魅力。

晚报记者 袁瑞清 张真

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,你认为有哪些关键的节点?

张毅星:2004年,我选择了来自江苏南京的优秀品牌——东方邦太整体橱柜,并在东大街开设第一家店面。2006年,经过市场的积累,东方邦太在顾客口碑非常好,顺应市场需求在凤凰城开了第二家店面,面积300多平方米,东方邦太进入高速发展阶段。2007年在东大街开设第三家店面,面积600多平方米,东方邦太进入发展中的高运转阶段。2009年在凤凰城开设了第四家店面,面积近400平方米,东方邦太在郑州的发展进入稳固阶段。2006年6月份正式启动感恩回馈、饮水思源活动,向河南省慈善总会捐款近2万元人民币,

这说明东方邦太是一个富有爱心的企业,公众反应非常好。2008年由于受经济危机的影响,公司发展滞缓,公司进入了服务年,巩固发展成果,并指出了调整、改革、创新、服务的发展方针。

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,你有什么心得体会?

张毅星:越是困难环境,越能凸现品牌价值,面对经济危机的影响,我们卖的就是自信和态度,出手就要讲究“快、准、狠、稳”。比如最近一段时间我们主要通过开发小区来抢占市场,几乎每一个有潜力的小区都派有专人负责挖掘客户。

此外,最近和凤凰城其他品牌联盟一起举办大型促销活动,通过精心的营销策划,不仅拉升人气,而且取得相当不错的活动效果,在这个时候,要主动出击,不仅做好现在,还要为未来考虑,就是要培养品牌的未来。

在质量上把好关,多搞活动,降低价格,我们主要还是通过服务方面的优势来提高品牌的知名度和美誉度。做生意,先得做人,在东方邦太店中,客户会有种回家的感觉,很温馨。

连志刚:传播光明 铸就华丽

徜徉于华丽灯饰东建材旗舰店里,绝对是件赏心悦目的事情。上千款水晶灯饰,2万余种特色花灯……这是国内最大的一站式灯饰购物大卖场。而它的创办人,郑州市华丽灯饰有限公司董事长连志刚则是目前中原照明业不得不提的一个人物。

晚报记者 袁瑞清 师红涛

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,你认为有哪些关键的节点?

连志刚:华丽灯饰始创于1988年,目前已经发展成为中原地区唯一一家以经营中高端家居灯饰、商业照明及家居饰品为主的大型专业灯饰卖场。20年来,华丽灯饰始终坚持“诚信经营、服务至上”的经营理念,率先推行“明码实价”、在灯饰卖场中引进“家居”配套的销售模式……依靠持续创新的经营策略与独特精准的市场定位,不断引领中原灯饰行业的蓬勃、健康发展。2004年8月,营业面积达7000平方米的华丽灯饰东建材旗舰店开业,成为当时国内

经营面积最大的专业灯饰卖场,标志着华丽灯饰由此进入快速发展的阶段,华丽灯饰借此跻身中国灯饰零售行业的领跑者行列。华丽灯饰品牌赢得了河南及周边省份中高端消费群体的青睐。2008年,随着华丽灯饰“两翼齐飞”(会员发展和连锁扩张)发展战略的制定,被誉为“中原灯饰航母”的华丽灯饰步入高速发展阶段。

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,你有什么心得体会?

连志刚:全世界都没有灯城的概念,只有品牌专卖店,希望华丽灯饰东建材旗舰店能够成为消费者一站式的灯饰消费广场。2009年,华丽灯饰继续专注于家庭消费者的需求,时刻洞察市场的潮流,时刻倾听客户的心声,做一个真正能与客户心与心沟通的卖场。同时,专注于光的科技、灯的艺术,持续提供节能、环保、健康、绿色的产品;物超所值,为客户节省更多的钱!全方位提升客户家庭生活的品位与感觉!

发展
印记