

2009
家居面孔

中原家居发展年会系列专访

上接 B06

同舟共济 齐头并进
美巢装饰总经理孙蕾



2009年对于整个家居行业来说都是不平凡的一年,身处内陆的中原家居业无论建材还是装饰企业也都受到了全球金融危机的巨大冲击。在压力下,不同的企业也表现出了不同的竞争状态,有的企业调整了企业的产品结构,有的企业调整了核心竞争力,有的企业研发新的产品,目的都是为了适应市场的变化,但这样的调整也产生了截然不同的结果,有的企业适应了市场规律,因此能够逆风飞扬,取得了新的发展契机;有的企业则在市场规律的检验下,优胜劣汰,淹没在市场的浪潮中。在美巢装饰总经理孙蕾看来,危机是检验企业的试金石。可喜的是,美巢在这场金融海啸中,大浪淘沙,成为了沉下来的那颗金子。

据悉,美巢已经提前1个月完成了2009年全年的销售任务,与去年同期相比,业绩同比上升了30%,超额实现了预期目标。在孙蕾眼里,这样的结果是美巢所有员工齐心协力的结果,这是对美巢所有人付出最好的回报。

对美巢来说,2009年是它的战略转折年,这一年,美巢确定了从“市场导向”向“客户导向”的转变,丰富并扩充了客户的队伍,建设了完备的售前、售中、售后机制。在团队培养上,依照集团的规划,今年又有6位中层参与了武汉大学EMBA的进修学习,整体提升了团队的管理能力,至今,已有超过20位美巢中高层参加了EMBA的系统学习。

孙蕾表示,正是一场经济危机给美巢带来了史无前例的跨越机遇,对市场极为敏锐的美巢掌舵人冯琪雅,在业内一片

“喊冷”的萧条中,果断地在董事会上提出:提前实施美巢的全国化和国际化的计划,美巢将现有的“maco”品牌升级为“Chinamaco”,开始了从“中原第一”到“中国第一”的“二次创业”。

■语录

在你眼中,2009年的中原家居业是怎样一种表情?

我更想用笑脸来形容。市场变幻莫测,企业应当始终以一种清醒、乐观的态度面对随之而来的挑战,顺境时的清醒,逆境时的乐观,只要我们始终保持一张笑脸,就能始终保持战胜困难的勇气。

如果用几句话来表达你在一年中对中原家居的感悟,会说什么?

同舟共济,齐头并进。我相信一枝独秀不是春,百花齐放春满园。

你最想对自己,或者是对自己的团队说一句什么样的话?

相携相伴,直到永远。

全力筑家 筑完美之家
郑州实创建筑装饰工程有限公司总经理刘鑫



今年郑州实创建筑装饰工程有限公司整体运营不错,北京实创装饰集团所独有的优势在这一年里,让各区域公司尝到了不少的甜头。据郑州实创建筑装饰工程有限公司总经理刘鑫介绍,北京实创装饰集团的套餐模式,发挥了强大的优势整合能力,郑州公司在这一年里已把家具以及家电和套餐紧紧联系在一起,这种打包的模式越来越受到广大消费者的喜欢,这也是市场的一个趋势。刘鑫相信,北京实创装饰集团的套餐模式会在未来越走越远,2009年对郑州公司来说,是一个意义重大的年份。

在这一年里,实创装饰和苏宁电器异业合作。刘鑫表示,这有利于我们双方的利益,同时我为我们能找到这么好的合作伙伴而高兴。另外,实创家具店即将进驻郑州,这两件事情,使得实创装饰在郑州形成了一个高度优化资源的装饰企业。刘鑫说,他希望实创装饰能在那即将到来的2010年里,为中原地区的广大客户带来最直接的实惠和方便。

实创装饰一直以来提倡的是“实创家”文化。实创家文化即为:客户之家,客户来访,实创即为家;实创爱家,只有爱家,方全力筑家;实创筑家,一家至亲,筑完美之家。刘鑫表示,“实创家”不仅仅是把实创装饰的客户团结在一起,也是让这个团队紧紧的联系在一起,大家在

实创装饰这个大家庭里,相亲相爱,为广大客户送上我们最真诚的服务。同时,实创装饰为员工设定目标,在不断的激励中,使他们更加明确自己的目标,为他们以后更加美好的明天进行打拼。

■语录

在你眼中,2009年的中原家居业是怎样一种表情?

金融危机使家居业的大环境处在一个不利的地位。同时,甲流来袭,使得人们纷纷开始反思自己的生存环境,越来越重视家居环保,这也使得中原家居业越来越走向成熟。可以说,2009年中原家居是一个喜忧参半的表情。

请用几句话表达你在一年中对中原家居的感悟。

来到郑州两年,我们感受到了,河南正在以前所未有的速度发展。可以预见,中原的家居市场潜力是非常巨大的,并且随着消费者越来越重视品牌形象,我能想象得到中原家居的未来。

最想对自己团队说一句什么样的话?

新的一年快要到了,希望大家在新的一年里能够身体健康,在实创家文化的带领下,能创造属于我们自己的辉煌。

美巢·聆海
发布2010春季国际家居风尚

想要一览2010国际家居流行趋势的朋友,可不要错过本周末的好机会。这个周末,美巢装饰根据国内外最新锐、最具代表性的家装趋势和居家理念,并联合意大利著名建筑设计大师 Gianluca Bracci 预测出的2010年春季国际家居风尚流行新趋势新鲜出炉,为消费者的家居选择做参考。今年正是美巢装饰成立十周年,十年来作为家装业的领军企业,美巢始终致力于为中原广大消费者提供最前沿的家居时尚潮流,海派家装独特的气质也使得中原消费者可以共享同步国际的潮流信息。

熊维维

从 maco 升级为 Chinamaco

厚积十年一朝薄发

通信与交通的发达让地球变成一个“村落”,米兰时装周的信息转瞬就会出现在郑州媒体的头版头条。据美巢装饰总经理孙蕾介绍说,此次美巢邀请 Gianluca Bracci 来郑进行此次国际家居的风尚发布会,是美巢装饰实施美巢全国化和国际化计划的一部分。

在美巢成立10年之际,在中原市场上多年来雄踞第一的美巢,将现有的“maco”品牌升级为“Chinamaco”,开始了从“中原第一”到“中国第一”的“二次创业”。如今,一家由多方资本和知本组合的新公司——聆海建筑装饰工程有限公司(以下简称聆海装饰)已在国家工商总局完成注册,并以品牌收购的形式将“Chinamaco”纳入旗下,同时推出三大子品牌,一个是面向国内

无色系的低调优雅

在本次美巢主办的风尚发布会上,家居流行趋势犹如一场盛大的时装发布。由意大利著名建筑设计大师 Gianluca Bracci 主讲的家居流行盛宴,将向消费者对2010年国际家居的流行趋势进行全新演绎和深入剖析。Gianluca Bracci 认为,一种被称为“低调优雅”的家居潮流将会俘获众多业主的心。

受经济危机的影响,2010年家居风尚将会在色彩上,呈现出从丰富的彩色向无色系过渡的趋势;而“低调奢华与优雅”的风格将持续成为明年家居产品的主题特色,这种风格往往强调调色端庄沉静,空间紧密饱满,彰显出品质感。与此同时,新材料、新工艺、新结构的推广

一线城市高端家装市场的子品牌“LinkHigh(注:中文为聆海)”;一个是面向国内二线城市的中端家装市场的子品牌“Chinamaco(注:中文为美巢)”;而和意大利设计师事务所合作的另一子品牌“Chinamaco Italy”(注:中文为意大利美巢),则锁定国内的顶级家装市场,Gianluca Bracci 目前就担任“Chinamaco Italy”的设计总监。

这意味着,以全新的资本方、全新的经营团队、全新的设计力量、全新的企业使命为依托,以3个细分的子品牌为布局,正式阔步进入全国市场和国际市场:高端品牌“link high”、中端品牌“Chinamaco”、顶级品牌“Chinamaco Italy”。

国际家居流行趋势早知道

和运用将是2010年流行趋势中引人注目的亮点,优雅的复古风潮,将更强调差异化的图案与风情,如欧式与中式就有着截然不同的感觉,欧式复古多以写实的图案和题材为主,纹理清晰丰富,而中式复古则强调写意和韵味,以纤细的线条和清透的色泽取胜。

Gianluca 还表示,在颜色上,家居风尚开始走两极化,一方面黑白等颜色占据一部分的流行,另一方面则是绚丽的色彩依然受到欢迎。从无色系的黑、白、灰开始向逐渐丰富的彩色过渡,而最终又回归到无色系,今明两年在颜色的流行上依然呈现出从丰富彩色向无色系过渡。



★
圣诞超值礼遇
美克美家传心意

所有关于家居的浪漫梦想,就在这个圣诞实现。12月4日至12月22日,美克美家恭迎佳节,为您送心意,购买家具最多可享九折优惠,让您与家居梦想贴得更近。更多详情请见店内海报。



免费设计咨询 | 全程置家顾问 | 免息消费信贷 | 预约配送安装 | 美克贵宾沙龙
美克美家为伊森艾伦家具在中国的独家代理 郑州店 / 郑州市紫荆山路8号
美克美家 / 0371-63283737 客服热线 / 800-818-6337

美克美家
MARKOR
FURNISHINGS
是经典也是生活