

上接B14版

2009 我心中的中原家居

□ 晚报记者 熊维维

健全各项制度 做好津派家装

天津鹏发装饰郑州公司总经理 张佰诚

2009年的后三个季度,在全球经济的大背景下,中原家居消费市场,却出乎意料的出现了全面“井喷”现象。在各大节日消费过后,更是出现了一组组漂亮的数据。在天津鹏发装饰郑州公司总经理张佰诚看来,企业每一次进步,都是经历一次挑战,同时也是对企业生存力和竞争力的提升,2009年,注定是一个沉淀、务实的年份,注定会历练出行业里的最强者。

据张佰诚介绍,今年鹏发装饰的销售情况出人意料的好,10月底已经全部完成了今年的任务,预计本年度的业绩会超出目标30%,作为去年底进驻中原的家装企业,取得这样的成绩实属不易。

谈及缘何取得这样的成绩,张佰诚透露,这与不断加大组织建设工作力度、硬化工作措施、狠抓工作落实有关。而且通过一些行之有效的措施,天津鹏发装饰取得了诸多荣誉,“2009年度最具影响力诚信装饰品牌”“河南省消费者信得过企业”“2009年度河南绿色环保装修企业”“郑州市装饰装修先进企业”“2009年度中原家居最具影响力企业”“2009年中原家居行业品质企业”等荣誉称号。

回首这一年,张佰诚表示,他没有遗憾,家装行业的发展是建立在各项制度逐渐健全的基础上的,而后才开始了产业化进程。鹏发是津派家装企业的领军企业,家装行业的发展是建立在各项制度逐渐健全的基础上的,鹏发有着独特的津派文化,作为鹏发这艘航母的舵手,张佰诚明白,自己的责任就是“做好这份工”,带领着鹏发驶向胜利的彼岸。



■ 语录

在你眼中,2009年的中原家居业是怎样一种表情?

有人说,2009年是中原家居业的拐点之年。就像一幕多国演义,硝烟四起,各有得失。2009中原家居行业可谓喜忧参半,五味陈杂。绝对是中原家居企业最值得纪念的一个年份,因为众多家居企业在逆势中奋力反击,依靠一系列切实有效的市场政策,在各行业之中脱颖而出,成为拉动内需、让利于民的排头兵。

如果你简单概括2009年的中原家居,你会说些什么?

市场依然火爆,竞争更加激烈,行业走向成熟。

最想对自己的团队说一句什么样的话?

身为家装行业的品牌老总,深感荣幸,虽然鹏发装饰已经成长为引领中原家装发展的一线品牌公司,但我认为我只是中国快速发展中的一个幸运儿,是时势造就了我,造就了鹏发,将来把鹏发发展得更大更好,是我毕业生的心愿。

借助创新和规范 迅速驶向快速道

郑州业之峰装饰有限公司总经理 曲强

由于近期拉动经济、扩大内需的政策逐渐发挥效应,同时楼市出现一轮强劲的反弹,让购房者信心重又恢复,极大地带动了下游建材家居行业走势的回升。今年下半年以来,经历了“金融危机”洗礼的家居行业,随着房地产行业的回暖,也开始呈现越来越良性的发展。体现出“强者越强,弱者越弱”的“马太效应”。

■ 语录

如果让你用几句话来概括2009年的中原家居,你会说些什么?

2009年作为中原家居行业发展的关键性年份,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,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。

最想对自己团队说些什么话?

“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。对于家居行业而言,现正处在意义非同一般的时代,我情愿用“阳光”带来一个喜讯,同时也是给那些对一个希望和憧憬。

2010年,又是一个新的开始,让我们祝福中原家居行业披云见日,一场更加辉煌的品牌征途即将拉开大幕。



品牌众多规模不大、信息不透明等状况,一定程度上造成了行业盲目投资、品牌识别度低、消费者盲目消费等现象。

保暖家纺暖睡康 亲肤体验惹人眼

今天,维科保暖家纺——暖睡康“你体验,我买单”全国大型巡演郑州站启动。据悉,只要穿睡衣体验维科保暖家纺产品,就能获得丰富好礼。

据悉,维科保暖家纺——暖睡康和全棉法兰绒套件的本身优点就非常明显,冬季取暖效果明显高于其他同类产品,特殊的保暖性能有效提高人们的睡眠质量。产品上市以来一直拥有大量的回头客,但由于维科是一家以欧美市场为主的外贸型集团企业,很少在国内市场做宣传,所以这些保暖家纺的优良品质一直未能得到很好的传播。

维科的这场“亲肤体验”是家纺行业体验营销的一种新尝试,直接把产品最真实的一面展现给了消费者,让消费者当场将体验感受告诉观众,从而更具可信性。当然,敢于当场体验的本身,也显示了企业对自己产品的自信。

“我们就是要通过消费者实实在在的亲身体验来告诉消费者,维科暖睡康和法兰绒是冬天最具保暖性和健康性的床上用品。”维科家纺负责人在接受采访时表示,“产品好不好,只有消费者说了算。2005年南极科考队就选用了我们的暖睡康产品。而法兰绒是我们今年新推的保暖套件,产品一上市就很火爆,部份花型已经断货一个多月了。”

维科家纺多年位列中国500强,拥有中国驰名商标、中国名牌、国家免检等诸多殊荣。这一场另类的体验活动,对于一向低调的维科家纺而言,是一种莫大的挑战,若没有可靠的产品质量作保证,是不敢贸然出兵的。 万佳



岁末买盏实惠灯

华丽灯饰21周年司庆大典促销盛宴明日开始上演

从12月11日开始,为期21天的“华丽灯饰21周年司庆大典”促销活动将持续在全省范围内火爆举行。据华丽灯饰董事长连志刚介绍,此次华丽灯饰21周年司庆大典促销活动,将集中展示华丽灯饰成立21年来领跑中原家居灯饰行业、品牌知名度以及深度服务方面所取得的成绩与影响,通过厂商互动、联合让利、买灯送清洁服务、送光源、送安装等全新手段展示华丽灯饰实力与地位的同时,让数以千万的消费者从中获得华丽灯饰独家提供的意想不到的专业服务与实惠。

此次促销活动将围绕“来即送,买再送、抽、升、减”等全线铺开,作为年度收官促销活动,21周年司庆保证质最优、价最低、礼最丰,让购物客户充分享受到华丽灯饰大规模的联合回馈活动



带来的实惠。据悉,活动期间,每天进店前100名客户凭身份证每人限领神秘礼品一份;在华丽灯饰购买水晶灯满达到一定金额的郑州市三环以内客户,均赠送两年内免费上门清洗服务一次;客户购满500元起,即可参与“疯狂豪礼逐级送”活动,免费领取节能灯、台历、春联、食用油、木质台灯、天堂伞、现金券等;购满800元,即享“满额大升级”,精美台灯、落地灯等着您。

另外,本期活动还推出一项颠覆行业规则的活动,即“购灯送配套指定光源”,凡购买国际品牌灯饰满5000元的客户,均可免费获赠指定光源;作为中原灯饰行业国际品牌灯饰的运作典范,华丽灯饰旗下系列国际品牌(尊贵奢华、平价奢华、自然奢华、现代奢华、感观奢华)联袂终极感恩,购满5000元,即可参与“满送二重奏”——送现金、送配套台灯、落地灯和饰品券,综合优惠幅度最高达30%。

有业内人士评价,华丽灯饰之所以能够在21年的发展历程中保持了持续稳健而高昂的发展态势,除了与厂家保持密切的互动合作外,更重要的还在于其依托中原地区最大的一站式灯饰大卖场优势,家居灯饰配套专家的精准化定位,紧跟市场步伐,以客户利益至上等一系列核心经营战略,赢得了社会各界的广泛认可。华丽灯饰21周年司庆大典,中原人装买房买灯不可不赴的盛宴。

熊维维

美涂士漆 健康家园

美涂士送“健康文化餐” 买漆送报行业头一遭

日前,一则“购美涂士漆满2010元,即送2010年全年《温州都市报》一份”的促销信息吸引了不少人的眼球。买知名品牌涂料送当地主流媒体报纸,这在涂料行业内可谓是头一遭。涂料行业广受诟病的买三送一、返利打折的促销形式早已让消费者见怪不怪,丝毫不能引起其购买热情,促销后“羊毛出在羊身上”的阴影更是挥之不去。而美涂士的这招送“健康文化餐”,买漆送报的活动可谓用得巧妙,即没有降价销售,也没有引起消费者的疑云揣测。相反,在提倡民众阅读的同时提升了品牌文化内涵,得到了许多消费者的热捧,许多业主觉得这样的“健康文化大餐”很有新意,也很值得。

据介绍,2009年美涂士在全国各地加大了对终端店面的投入及支持。美涂士以引领环保家居新潮流为己任,不断推进健康环保水性木器漆进入家装大舞台,倡导绿色家居。温州美涂士营销中心分别于9月28日与11月30日两天在《温州都市报》进行了整篇报道和健康漆大力推广,并向温州地区正在装修并选用美涂士漆的业主赠送2010年全年报纸一份,此举受到了各级经销商和广大消费者的喜爱!活动见报当日,美涂士便陆续接到温州地区许多消费者打来咨询电话。更有不少消费者在看到报纸后,找到当地美涂士漆专卖店询问和下单,买漆送报活动一出就在当地引起强烈反响。

美涂士买漆送报,有业内人士认为倒不失为一种高雅的促销形式,购买健康产品即可获得一份“健康文化餐”。有消费者表示:“买漆送报贴近了我们业主的心,让我们在拥有新家的同时也让我们每天都能收到新信息。极大的为消费者看报提供了方便,同时普及民众阅读,这样的活动多多益善。”

招商热线 0371-66528200