



2009 我心中的中原家居



“一冷两热” 泰然而过

河南省住宅装饰委员会副主任、郑东建材家居城总经理 黄海军

在郑州金海马家居城总经理黄海军看来,即将过去的2009年是“一冷两热”的一年。“一冷”,就是指在全球金融危机、经济危机的影响下,绝大部分企业都经历了一次发展中的“寒冬”。在这场岁末之交经济风暴的背景下,促使广大家居企业就生产、销售、服务的各个环节进行深度思考,并加以改进,从这个层面上来讲,经济危机给了人们冷静思考的机会。

“一热”是指在国家一系列经济政策的刺激下,包括房地产在内的各行业全面快速复苏,因此,也带动了家居行业的快速回暖,并在下半年出现了一个行业竞争的高峰与家居装饰的热潮。

另外“一热”是说由于市场的急剧演变,家居装饰行业也有了新的选择,如一些等级相对较低的家居建材市场升级换代为大的综合性专业市场,这一现象在商都路附近表现尤为明显。由于多个市场更新换代,所以形成了相对集中的家居建材投资热潮。

按照既定的全年目标,黄海军对2009年整个公司完成的工作情况还是比较满意的。唯一感到遗憾的就是2009年“以静制动”,步子稍微慢了点。“不过,从2010年开始也不晚,我们会迎头赶上。”黄海军表示。

在黄海军眼中,2009年可谓喜忧参半,几家欢喜几家愁。这个“愁”就是随着市场的扩张给经销商带来的“痛苦”。他说,每投放一个店面,就会给经销商带来资金和经营上的压力,同时还存在着店面之间的经营压力。

“所以,我想说,这仅仅是个开始。希望经销商将眼光放远,视野放开,不要只停留在郑州本地,而应该放眼整个中部区域或者全国。”黄海军表示,2010年,郑州金海马将从产品、资源、市场、管理、运营模式等方面进行整合,力争成为中部六省的拳头市场,以不断增强的辐射力和影响力来巩固未来的地位,形成区域的核心,确保经销商的成功。

■语录

如果让你用一句话来概括2009年的中原家居,你会说些什么?

在市场激变之下,找到一条适合企业生存和发展的道路。

你最想对自己的团队说一句话什么样的话?

努力,努力,再努力!

晚报记者 梁冰



专注做灯 领跑行业

华丽灯饰有限公司董事长 连志刚

敏锐的市场触觉、成功的营销战略加上超强的管理团队,令华丽灯饰成为中原灯饰行业当之无愧的“航母”。据了解,自1988年华丽灯饰成立以来,一直都走在行业的前端,作为郑州乃至全国最早从事专业灯饰运作的企业之一,华丽率先将“家居灯饰配套”的概念引入郑州,并开创了行业战略营销和品牌运作的先河,有与国内外市场同步的最新流行元素的灯饰产品及科学用灯用光理念……一系列的开创行为,让华丽灯饰成为河南灯饰行业的翘楚,难怪业内称华丽灯饰为“行业领跑者”,实乃名至所归。

2009年,华丽灯饰在董事长连志刚的带领下,深入实践、洞察本质、苦练内功,将“两极(高端市场和低端市场)并存战略”发挥到了极致。特别是历经年度“3·15快乐消费”、“100万缤纷好礼引爆五一促销战”、“五周年500万感恩店庆”、“华诞60年华丽灯饰最强降价风潮”等系列强势营销活动,华丽灯饰一边以低价策略面对中低端消费,一边以全方位的粘性服务撬动高端市场。不经意间,华丽灯饰已然为河南灯饰行业树立了专业一站式灯饰卖场的标杆,更以行业先行者的姿态,引领业界的尖端潮流风尚,席卷起新一轮的灯饰市场风暴。

凡到过华丽灯饰的人,大部分时间能看到,在2009年家居灯饰市场逐渐走出淡季的前七个月份,望着位于郑州市东建材灯饰广场最南端华丽灯饰大卖场内川流不息的客人,总能看到连志刚满脸的惬意。

■语录

在你眼中,2009年的中原家居是怎样一种表情?

位于郑州市东建材灯饰广场最南端华丽灯饰大卖场内总会有川流不息的客人,看到这些我总是很惬意,所以我眼中的这个行业是一个笑脸。

如果让你用几句话来表达你在这一年中对中原家居的感情,你会说些什么?

消费者走进任何一个灯饰企业,如果被该企业“独特”的言辞吸引住,而不会在各企业间作比较。这说明灯饰市场的竞争太不充分了,完全没有走进品牌化竞争阶段。现今的河南灯饰市场与此颇有几分相似,华丽灯饰就要做一支催化剂,助推中原灯饰市场进入品牌化竞争。

你最想对自己,或者是对自己的团队说一句话什么样的话?

任何一家企业,要想做出好业绩,做好未来发展,就得重视人才队伍的建设,力争打造出一个强势的效率团队。 晚报记者 熊维维



扎根中原 辐射全国

河南新家园建材家居有限公司董事长 李运强

2009年是不平凡的一年。新家园建材家居有限公司董事长李运强谈到,在全球经济危机的背景下,2009年中原建材家居行业风起云涌,行业竞争愈演愈烈,节假日促销硝烟四起,新家园真金不怕火炼,历经6年的风雨洗礼,走过2009年,昂首迈进2010年。

李运强总结道,2009年面临机遇与挑战,新家园建材超市+新家园装饰强强联合携手并进,发挥“装修+选材”黄金组合的特色优势,扎根中原大地,一步一个脚印地稳步前进。

面对2009年中原建材家居行业的刀光剑影,新家园建材超市稳步前进,而新家园装饰公司更是厚积薄发,凭借非凡的实力在逆境中迅猛发展,业绩节节高升。2009年,新家园装饰不仅力抓工程质量,更是在工装、团购方面均有突飞猛进的发展,还推出了众多精彩纷呈的家装活动,如8月份别出心裁地独家推出“看工地,送大礼”的销售政策,打破了家装行业只看“样板工地”的行规,在行业内独树一帜。

2010年,新家园将着力发展目标客户群,更加注重新家园品牌建设和品牌推广,依靠品牌力量不断发展壮大,继续谱写本土企业的特色、优势。展望新的一年,新家园建材家居有限公司董事长李运强信心百倍。

■语录

在这一年里,公司在组织建设和团队培养上,采取了怎样的举措,又取得了怎样的成果?

今年新家园建材超市的一大亮点就是充分发挥“装修+选材”的独特优势,新家园装饰通过团队建设,采取积极政策调动全体员工的积极性,不仅家装业绩勇攀高峰,也极大地拉动了超市主材销售。另外,在团购方面通过与房地产商合作,极大地促进了工装增长和超市材料销售。

在你眼中,2009年的中原家居是怎样一种表情?

大浪淘沙,方见英雄本色。在2009年喜忧参半的经济环境下,新家园建材家居公司依靠诚信经营、八大人性化特色服务和良好的口碑,经历风雨考验,脚步却愈加坚定稳健,把过去的一年积淀成企业成长中关键的一步,微笑着淡然走过昨天,坚定地迈向未来。

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年中原家居的跌宕起伏,对新家园是一种经历与成长,我们肩负着发展壮大本土企业的责任与使命。我们一直在路上,不断创新,勇往直前,坚信历经风雨,方能百炼成钢。 晚报记者 熊维维



励精图治 求细示诚

好易家建材商场运营总监 庞海涛

2009年家居行业发生了很多事情,在好易家建材商场运营总监庞海涛看来,2009年这个行业的整体情况没有遵循整个社会的正常发展规律,也没有依照很多人的思维去呈现。庞海涛分析说,这是由于前期这个行业本身的积累以及大家对国家政策的良性反应促使今年出现了新的经营主体,新商业主体成立主导了今年这个行业的大局,大家看见的是这个行业在逆势扩张。

好易家建材今年各方面运营不错,不论是品牌的集中程度,顾客资源的覆盖范围,以及内部的经营指标都很理想,庞海涛表示,经过3年的培育,在有序地良性地向前向上发展,对此他很满意。

今年好易家建材商场侧重于小区业务推广中心的建设和形象策划中心的建设,通过侧重点的调整,逐渐确定本商场核心竞争力的定位和整个商场在经营过程中的着力点,要把商场建设成高性价比的评价建材馆。

这一年里发生了很多事,总有一些令人难忘。让庞海涛印象最深的是,自今年的五一以后郑州建材市场的商业主体是“商场、超市”。庞海涛感慨地表示,三年前,好易家作为第一家建材商场,直到现在,一直主张建材消费商场超市化。

在概括2009年的中原家居时,庞海涛表示:“新的血液的注入给大家带来新的希望;通过竞争,我们最终会实现好易家成立时的理想,为消费者提供一个高性价比的平价建材消费场所。”

■语录

在你眼中,2009年的中原家居是怎样一种表情?

喜忧参半。喜,更多新的商业形式和商业主体进入郑州的家居行业,为郑州的消费带来新的变化;忧,一切只是刚刚开始,今年的热闹是特殊背景下的一种表象,明年大家要正常经营,结果会怎么样?

回首这一年,是否还有让自己感到很遗憾的事情?

这个行业的竞争依然没有达到最佳的境界,在喧闹的开业营销背后,销售并不是没有受大环境的影响。

你最想对自己的团队说一句话什么样的话?

励精图治,求细示诚。

晚报记者 熊维维



快马加鞭 再创辉煌

合美嘉家居体验馆副总经理 余剑

2009年伊始,面对全球金融危机的蔓延,房地产市场持续萎靡不振,主要对外出口订单大幅萎缩,国内消费市场也面临着发展的危机。对此,作为在近几十年中一直处于稳步上升状态的中原家居行业,业内人士却普遍对今年的形式不抱乐观态度,甚至是忧心忡忡,不知明天在何方。但实际上,这一年来家居业得到了长足的复苏和发展。在合美嘉家居体验馆副总经理余剑看来,这一年不仅给合美嘉带来了惊喜,更带来了自信。

据余剑介绍,作为郑州家居业具有一定影响力的大型家居卖场,仅是2009年度的五一、十一两大黄金周,合美嘉已经交出了销量颇为不俗的成绩单。就十一黄金周来说,合美嘉不仅超额完成了销售任务,单是十一八天的假期就已完成了平时一个月的销售额。针对今年喜人的形式,合美嘉正筹划乘胜追击,在目前一期6000多平方米的基础上,明年再扩建一个面积达8000平方米的二期店。合美嘉决心以“尽可能多地为顾客提供他们能够负担、设计精良、功能齐全、价格低廉的家居用品”为经营宗旨,以坚定“平价换民心、质量换市场、服务换口碑”为经营理念,为中原人民打造属于自己的“宜家”。

在公司员工的培养机制上,余剑认为,对于一个服务性的家居卖场来说,员工的素质直接影响到卖场的销量及声誉,所以合美嘉一直很重视对于员工业务技能的培训。余剑说,2010年,合美嘉一定会给大家带来更大的惊喜。

■语录

在你眼中,2009年的中原家居是怎样一种表情?

2009年带给中原家居业更多的是一种“出人意料”的信心。从上半年行业从金融危机的低谷中逐渐走出并开始复苏回暖,到下半年逐步回升趋于平稳,在这一过程中,有的企业消失于人们视线,有的暗暗苦练内功,优胜劣汰过程中的市场格局不断变幻,但市场巨大的消费潜力也给了我们充足的信心。

最想对自己的团队说一句话什么样的话?

合美嘉是一个团队,是一个大家庭,在这个家庭中的每一个成员身上,都体现了这个团队特有的协作精神。这种精神,更是合美嘉不断前进的力量。希望在即将到来的2010年,我们全体员工协同努力,共同创造公司新的销售奇迹。

晚报记者 万佳