



上接 B13 版

# 2009 我心中的中原家居

## 倡导品牌整合 引导理性消费

意大利橱柜董事长 姚孟海



在意大利橱柜董事长姚孟海看来,去年开始的金融危机,对郑州橱柜业的影响还不小,而意大利橱柜的业绩更是取得了25%增长幅度。

姚孟海称,一批橱柜企业的成长发展足以看出厨房理念发生的变化。从意大利的发展历程来看,也是与消费理念的成长相伴随的。在北京创立的意大利宝,创立之初就开始布局全国。由最开始在郑州的两个门店发展到如今全国100多家门店,销售额由1000多万元做到2009年工厂产值近亿元,全国零售2个多亿,意大利宝品牌也成为中国橱柜行业的知名品牌。姚孟海说,在整个行业发展过程中,产生的最重要变化有两点:一是形成了一批全国性和区域性的知名品牌;二是橱柜业的发展深刻地影响着百姓的生活。目前,品牌橱柜在整个市场的消费更为理性和有了足够的认识。

姚孟海认为,橱柜业改变着老百姓的厨房生活,而消费者对生活品质要求的不断提升,也反过来更深刻促进着橱柜业的发展水平。姚孟海认为,媒体也应担负起一定责任和使命,宣传消费理念,引导理性消费。对于整个品牌企业队伍来说,行业发展的最大困惑是无序,假冒伪劣橱柜产品充斥市场,使消费者真假难辨。因此,对消费者来说,理性消费很重要,切忌走进“价格误区”,

作为定制产品,橱柜的价格不仅仅是材料,配套产品、安装能力、服务能力等对消费者也相当重要,要结合比较“性价比”,区别“价值”与“价格”。姚孟海表示,中国橱柜行业在经历金融危机过程中,已开始了行业整合,未来的市场一定是品牌的天下。

### ■语录

如果你简单概括2009年的中原家居,你会说些什么?

“山穷水尽疑无路,柳暗花明又一村”,用这句话来形容今年的行业,是最恰当不过了。整个行业很好,但不是每个品牌好,在这种特殊的市场行情下,只有那些踏踏实实做事的品牌才能生存和发展。

你最想对自己的团队说一什么样的话?

“咬定青山不放松”,要踏实做好产品,认真做好品牌。

晚报记者 熊维维

## 用心做产品 坚持创品牌

南京东方邦太橱柜郑州地区总经理 张毅星



谈起企业最近一段的品牌“修炼”,南京东方邦太橱柜郑州地区总经理张毅星翻起了小记录本:不断调整店面和展厅结构,销量求稳,品牌在不断锻造、升级。进入这个行业已经10年多了,张毅星说,最早代理着一个不知名的小品牌,日子过得轻松,行业利润那会儿也十分可观。2005年-2007年,行业高速发展,企业迅速扩张,便关注于做大盘子;这两年,又回归到对企业自身的关注,人员培训、展厅、产品等。“对于橱柜业而言,我的概括是经历了三个阶段,即比成本、比产品、比品牌,现在正是品牌锻造期。”

张毅星说,尽管前期大家都在恐惧今年的危机,但事实证明,用心做产品和服务终究会扛过这个冬天,企业联合卖场并联盟几个异业品牌搞了团购活动,以系列知名品牌的售后服务为主打,效果很突出。“这证明,一是消费者对品牌开始关注;二是不同行业的品牌可以携起手来,把正规市场的份额做大做强。”

没有生存,就谈不上品牌。前期的积累需要一个过程,品牌是逐步随着市场和消费者的认可慢慢提升的。在张毅星看来,品牌更像一条不归

路。做企业,形势不好了,可以转行,可如果做品牌,就要一条道走到黑,需要一个漫长的过程。不过,目前一些橱柜品牌已经开始起步,在努力往品牌路上靠。谁能坚持下来,谁就形成品牌,成为最后的胜者。

而针对明年的经济形势,张毅星很有信心,依附于楼市的家居建材行业,今年交房量多、开盘量也大,明年的市场需求量也会增加不少,所以对家居建材的需求也会更多。

### ■语录

这一年里发生了很多事,你印象最深刻的事情是什么?

在今年整体经济形势不好的情况下,建材老板凝聚力增强,抱团联合举办的行动,数量增多而且成功。

你最想对自己,或者是对自己的团队说一句什么样的话?

每个人都要更多努力,提高整体团队的向心力,提高各方面素质,一起把整个东方邦太这个大家建设得更好。

晚报记者 熊维维

下转 B15 版

## 拉开家居行业岁末大战序幕

### 欧派新年大礼四重奏 打响收官之战

进入12月,一年一度的家居业岁末促销大战,在欧派集团的引领下,拉开序幕。据了解,欧派此次促销从12月18日开始,持续至元旦期间。活动期间,凡订购欧派橱柜并交规定预约金的顾客,均可获赠相应的“欧派贺岁礼包”一份;购买欧派橱柜达规定金额以上,即可获赠相对应的欧派厨电;需购衣柜的消费者,还有定制柜送衣柜消费券的优惠;此外,凡进店消费者均可获赠“新年利是”一份,可谓新年人人有好礼。

此次促销优惠,欧派衣柜、厨电产品力度空前。对此,欧派集团董事长姚良松表示:欧派现已稳居国内橱柜第一品牌位置,下一步将整合橱柜产品的优势资源,加大对衣柜、厨电产品的推广与投入,向国内整体家居领军品牌迈进,此次岁末促销,就是为欧派新战略落地打响的第一仗。

而欧派橱柜在设计、生产、渠道、品牌方面

的坚实基础,正为欧派的战略扩容,提供了牢固的后盾。

据悉,欧派独有的大规模定制,以及亚洲最大生产基地的建立,满足了消费者的个性化需求,并极大地提高了产能。欧派全国2000多家门店,保证了消费者能够快速、便捷地享受服务。而欧派多年积累的品牌知名度与美誉度,以及消费者资源的兼容,也是其拓展衣柜、厨电市场独有的品牌、市场优势。

另悉,欧派的柔性生产线,强化了生产工艺和设计能力,欧派独有的大规模定制,则满足了消费者对个性化的需求,今年欧派亚洲最大的生产基地的建立,更是极大地提高了产能,赋予了衣柜、厨电产品的“高性价比”优势。有业内专家表示,整体家居已成为家居市场的消费新趋势,橱柜品牌向整体家居品牌的延伸,有着无限可能,欧派向整体家居领域发展的潜力无限。

张真

## 世友地板领衔行业让利风暴

### 元旦世友地板总裁亲临郑州大型签售特卖会

1月1-4日,世友地板总裁亲临郑州大型签售特卖会,届时世友工厂将有20000余平方米的特价资源空降郑州,同时还有专利锁扣地板及超抗污洁晶面地板两大核心产品现场发布并低于出厂价体验上市!据世友地板负责人介绍,本次签售会供应的地板均以低于出厂价每平方米30-100元直供,12MM厚仿实木地板低至66元起,实木多层地板低至99元起,实木地板低至166元起,提前预订还可获得更多优惠。同时,该负责人还提醒广大消费者,世友地板将于12月26日、27日举行签售前的预售活动,提前预订的客户,将获得“意外惊喜”。

2009年,世友地板一直保持了热销态势,世友地板的领先技术,解决了四大家居难题,

2006年,世友成功研制出地热王纯实木地板,彻底结束传统实木地板不能用于地热环境的历史。2007年,世友再次开辟实木、多层实木地板抗刮痕领域的“蓝海”,解决实木、多层实木地板易划伤、难打理、不能用于公共场所的难题。两年之后,世友旗下产品又迅速延伸至抗变形、抗污染等各个领域,不断丰富地板市场,完善地板品质。从地热王到钛晶面、第二代钛晶面,再到专利锁扣地板、超抗污洁晶面地板,世友的每一款产品,凭借卓越的品质、尖端的技术和领先的服务,不断征服广大消费者,改善人们的家居生活环境。有业内人士表示,世友专利锁扣地板和抗污实木地板将会成为引导中国地板市场发展的一个新的风向标。

万佳



### 新年优惠,即刻送达

新年将至,想马上为家换新面孔?不必苦等家具送达,即日起至1月11日,购买现货家具,我们立即送货,更有低至9折优惠,让家居梦想轻松实现!



免费设计咨询 | 全程置家顾问 | 免息消费信贷 | 预约配送安装 | 美克美家沙龙

美克美家 MARKOR FURNISHINGS 是经典也是生活

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 客服专线 / 800-818-6337