

2009中原家居年度盘点之**装饰**篇
关键词 苦练内功 积极突破

早在去年岁末,敏锐的家装公司就已嗅出了“冬天的味道”,不过,“冬天”如此之寒冷,却是很多业内人士没有料想到的,面对“危机”,中原家装公司仍然保持乐观积极的心态,应付起来也是各自有招。究竟效果如何?不少业内老总在接受记者采访时表示,过程很艰辛,但积极应对市场,调整战略,在收获时节就能享受到特殊的成就感。

晚报记者 熊维维



苦练内功 谁能再攀行业之巅

家装市场“危险”与“机遇”并存

作为与房地产息息相关的行业,今年以来,受到房地产市场持续低迷的影响,中原的家装业开始“不景气”,业绩与往年相比出现大幅下滑。不少品牌家装公司的老总向记者抱怨,今年做的量与去年相比明显少了很多,尽管市场很冷,但是未必没有一丝曙光。龙发装饰集团郑州公司总经理邹剑锋分析说,今年年底郑州有大量的交房量,年后装修存在着很大的市场蛋糕。

从中原不少楼市交易分析机构传来的数据可知,2009年的前三季度,中原楼市销售面积与去年同期相比都有上升。尽管市场前景观望情绪依然浓厚,但是大地装饰董事长张帆认为,现在成交量不是很旺盛,他们发现,前两年成交量很多,很大一部分是投资,只等升值再出售,今年虽然成交少,但是大多数都是自住,也就是装修的潜在客户并不少,所以“危机”从来都是“危险”与“机遇”并存的。

尽管如此,中原的家装公司仍然感到日子不好过,那些规模小的公司更是举步维艰。在本报第一家居的热线电话中,接到的大部分投诉是业主投诉装修的房子出现质量问题后找不到原先的装修公司。这



种公司一般都接不到大订单,资金链出现问题后,最后就只能出此下策,停业关门。业内人士告诉记者,中原的家装行业里,每年都会倒闭一批小公司,每年又都能涌现一批新公司。但是,今年的情况有所不同,倒闭的家装公司越来越多,新加入的小公司数目却直线下跌。

品牌专业化才能赢得 长远发展

近几年,家居建材行业正在以惊人的速度发展,但竞争激烈、建材产品的品质良莠不齐、市场不够规范等问题仍然不能完全避免。在邹剑锋看来,目前的家居建材市场需求量大、潜力深,然而家居建材行业中品牌众多,在众多品牌当中虽然有一部分优质品牌存在,但依然缺乏绝对强势品牌。相对房地产行业来说,家居建材行业中包括各个专业市场、企业和产品对品牌的整合都严重不足。这一方面与消费者对产品认知不足,品牌自身意识差以及消费风险大都很大的关系。

“要想真正在市场上立足,一定要有突出的地方!”张帆表示,现在凡是在市场中能够立足的,一定是在某些方面比较擅

长,比如施工特别好、设计特别好的。“现在装饰公司的施工质量差距不大,能够拉开水准的就是设计水平,设计见长的装饰公司,企业也就越强。如果企业内部一应俱全,什么都有,但是什么都不精,想要顺利过冬,可能会很难!家装市场专业化是未来趋势已经成为业内共识,不过市场的发展需要经历一个过程,究竟什么样的企业能够立足市场并长远发展,都还需要时间的检验。”

“明年正是拉开档次的好时机,我对公司2010年的发展充满信心!”当业内人士在感叹市场无情时,河南超凡装饰董事长王健则踌躇满志,“今年以来,我们一直在抓企业管理、抓内部培训,我相信市场从来都是有机遇的,企业要想生存,一定要有一个大定位!我们也会根据市场需要作出一些调整!”据王健透露,在未来所做的一切调整都是为了让超凡和其他的品牌家装公司拉开距离,提升档次。

如今的家装市场,不论是专业设计公司、施工公司,还是综合的规模家装公司,都在经济危机中寻求突破,发展中力求创新,也许有些是主动求变,有些是被动应对。2009年一批品牌家装公司已平稳度过,明年又会有谁攀上行业之巅?还是那句话,就看谁的内功好!



家 居映像

2009中原家居年度总评榜

主编 褚全兴 编辑 熊维维 校对 薛梅 版式 李仙珠

回味童年 乐活人生 元旦到郑东新区参加趣味运动会去

2010年元旦将至,辛苦了一年的朋友们,在元旦的三天短假中,你会选择什么方式给自己放松呢?为贯彻全民健身的时代理念,同时为元旦期间增添节日欢庆的氛围,由郑东新区管委会主办、北京龙发装饰承办、省会各主流媒体大力支持的2010元旦趣味运动会,将于1月1日至3日在郑东新区举行。

自从2002年进入中原家装市场以来,北京龙发装饰郑州公司不仅在工程品质、经营业绩、客户口碑等诸多方面取得了令人瞩目的成绩,其发起的一次次市场活动和公益活动也总是吸引社会公众的眼球。龙发不仅关注人们的居家品质,更希望把龙发乐活的精神态度带给大家,让更多的人快乐。

随着现在生活节奏的加快,都市生活的繁忙,人们似乎已经淡忘了那些单纯的娱乐。都市白领们时常打着为自己减压的旗号,逛商场、购物、K歌、酒吧,我们经常漫无目的地在商场中迷茫的游荡……我们的娱乐方式只是

在昏暗的酒吧里品尝寂寞,我们在热闹的KTV中假装快乐,可是我们心里总有一种苦涩……这些真的能给我们带来快乐吗?究竟是繁忙的生活让我们忘记了快乐,还是快乐不属于我们繁忙的生活?

偶尔你我还会回忆起儿时玩过的游戏。还记得曾经儿时一起玩耍的伙伴吗?还记得那种简单朴素的快乐吗?还会玩推铁环、摔面包、挑冰棍、玩泥巴、抓石子这些童年的游戏吗?

为给大家带来更多儿时欢乐的美好的回忆,元旦期间,龙发装饰一群崇尚“乐活”精神的“工薪一族”,在郑东新区组织一次趣味健身嘉年华,活动项目包括推铁圈绕障碍、定点投篮、立定跳远、拔河、飞镖、猪八戒背媳妇、一分钟跳绳计时赛、少儿挑扁担、柴米油盐、羽毛球、迷你高尔夫、摔面包等。让我们一起抛弃工作的压力和生活的繁杂,全身心地投入一次,全身心地快乐一次,加入2010龙发装饰趣



味健身嘉年华,再次重温儿时简单朴素的快乐!追忆童年那温情如梦的泛黄画卷。

明年元旦去哪里?郑东运动嘉年华!想要参与的团体或个人,可到相关小区物业及街道办事处咨询,也可拨打龙发热线索取门票,直接报名。

万佳

三枪拍案惊喜 博洛尼敲开冬季市场

作为中原顶级的家居品牌——科宝·博洛尼,元旦促销盛宴已重磅出炉,“三枪拍案惊喜”绝版回馈倾情让利将于2010年1月1日盛大启动,为期3天,活动期间,预约客户凭户型图免费领取“虎生虎威”新年精美礼品1份,同时还能参加博洛尼有史以来最大的绝版回馈:博洛尼整体厨房最高惠至3折,精品内门4折起售、智能化电器5折起售;科宝厨房电器最高直减3670元,卫浴套餐最高直减2230元,内门套餐最高直减4820元,优惠力度堪称岁末年终最大,品牌阵容堪称岁末年终最全,顾客可选空间堪称岁末年终最大,博洛尼“三最”势必在中原首府超然旋起一股狂惠直进暖流。与此同时,博洛尼所精心筹划的健康好礼也将缤纷登场:元旦期间下单的客户,可免费升级为欧洲纯原装进口趋零甲醛环保板。

孟辉



美涂士漆 健康家园

美涂士年度最具“夫妻相”奖即将出炉?
美涂士网络幸福照总冠军评选再掀高潮

近日,由国内知名涂料品牌美涂士举办的“天生一对夫妻相”网络幸福照大奖征集活动已经进入最激动人心的高潮阶段。20位“周双星”本周进入角逐年度总冠军的关键时刻,42英寸品牌液晶电视机大奖到底花落谁家?且让我们拭目以待。目前,每位“周双星”都铆足了劲,为年度总冠军再拼一把,网上拉票活动也进入最激烈的阶段。

据介绍,此次美涂士“健康是爱”系列活动之“健康双星 永结同心”活动声势浩大。线上线下强强联手,掀起“爱与孝”文化传递热潮。线上3万元征集“天生一对夫妻相”活动目前已经到了如火如荼的总冠军角逐阶段。活动自2009年9月28日上线以来,上千人报名参与,网站点击量近20万人次,网友参与热情空前。由于网友拉票激烈,美涂士官方网曾一度被腾讯网当做病毒而屏蔽,后经过美涂士工作人员与腾讯网方面交涉,美涂士网站在24小时内恢复了正常。据美涂士工作人员介绍:现在网友们参与投票的热情空前,美涂士官网每天的点击率都在攀升。线下的“健康1+1 深情款款送活动”也在如火如荼地进行中,美涂士全国近4000家专卖店同时启动“健康双星 永结同心”活动,在终端引起了强烈反响。不仅店面销售火爆,且提升了美涂士在终端消费者心中的美誉度及知名度。美涂士传递“健康是爱”的幸福文化,传递真爱引起众人共鸣。

此前,美涂士“天生一对夫妻相”活动评选出的每周双星及10月和11月的月度冠军大奖也花落有家,获奖者纷纷到当地美涂士专卖店领取奖品。此外,美涂士在12月26日晚,美涂士14周年厂庆晚会现场隆重抽取一名大奖,奖品同样是42英寸品牌液晶电视机,凡是在美涂士专卖店填写同心卡的顾客都可以参与抽奖,这在美涂士还是史无前例第一次。

招商热线 0371-66528200