

“2010中原家居行业发展峰会”专题报道 之 声音

赢得市场不如赢得客户，在上周五的2010中原家居行业发展峰会上，有与会嘉宾如此谈到。在此次发展峰会上，到场嘉宾均是在家居行业拼杀多年的品牌领头人，无论是剖析行业、品牌运营还是战略发展，他们都各自有招。他们齐聚此次发展峰会，对今年的市场形势进行了探讨，为中原家居行业如何有序发展群策群力……

晚报记者 熊维维/文 赵楠/图

观点碰撞共谋行业发展



杨崇礼

品牌将是未来的竞争力

河南超凡装饰董事长 王健

家居建材行业作为城市建设的下游产业，是国民经济发展中不可缺少的环节。近几年，随着中原家居建材行业快速发展，不仅为绿城的城市建设作出了巨大贡献，也提供了无数就业和发展的机遇，一定程度上满足了中原人民日益发展的家装消费需求以及家居文化需求。然而，发展中的行业也存在着一些问题，如打一枪换一个地方的家装游击队及垄断小区泥沙销售的沙霸，他们搅乱了家居建材市场的健康氛围。

未来的市场将逐渐走向和谐健康，我们正面临一个十字路口，需要社会各方面的努力。媒体要引导消费者正确消费，消费者要把握居家理念，我们商家要把握自己的方向，走品牌发展之路。不管面对的是消费者还是市场，你的品牌将是以后的竞争力。

有机整合家装应对多元化局势

东易日盛装饰董事长 杨崇礼

市场竞争的加剧促进了家居市场的多元化发展，而在多元化局势下，东易日盛提出有机整合家装，这是基于世界级的加工工厂提供产品，有机性就是从设计阶段的研发开始，从风格导向，到整合瓷砖、壁纸、洁具以及家居产品，都是一个整体的研发、整合过程，并且是有机的。有机这个概念，就是跟建筑有关的所有元素都是有关系的，在这里可以简单总结为和谐共生。家装公司就是要做到建材商和游击队都无法做到的，为成功人士提供高品位生活方式的地方。

个性化发展企业会走很远

美巢装饰总裁 孙蕾

对于未来，我有这么一个判断，因为上海三环以内没有毛坯房，精装修房子的比例是30%~50%，所以可以遇见住宅精装修的比例会越来越高。而建材业垄断性会急剧地出现，被一



华旗



钟凯声

些大的做精装的公司能整体解决的公司来占领，巨型企业一定会出现在低价的大规模的标准化的公司里面。还有就是对于广大的家具和一部分建材的，做个个性化的企业会得到自己的发展空间，依靠自己的个性化在国内的企业也会做得不错，传统家装将逐步被取代。

用标准赢得消费者信任

郑东建材家居城总经理 黄海军

家居行业是个产值大的行业。随着住宅消费规模和消费品质的提升，使家居业大有作为，也给家居的装饰装修提供了很大的机会。

而同时，在发展当中，家居业应该以诚信求生存，以质量拓市场。因为我们家居的装饰装修主要是散户作业，工作面分散，一户一案，所以要从设计用料、施工到成本核算等方面建立行业标准，用诚信来赢得市场，取得大家的信任。

增强品牌价值才能收获更多

美颂雅庭装饰郑州公司总经理 刘恺

在质量优先的原则下，家居产业在发展中应该适当地进行资本集中。企业规模应该做大，小企业逐渐合并到大企业，或者说自己发展起来做大，成为品牌单位，这样才能解决“家装装修队”来扰乱市场。

同时，品牌在自身发展过程中，也应该通过自律，进一步提升品牌企业在消费者心中的价值认同，来增加消费者对品牌和企业的认同感及归属感，这样我们才会市场中得到更多的收获。

要随客户的需求而改变

钟凯丽装饰郑州公司总经理 钟凯声

因为来郑州已经七年了，所以对客户的需求很是了解。客户选择什么样的企业完全取决于产品的品质，例如材料的环保性、施工质量、售后服务是否完善等，还要有在客户接受范围之内低成本。

家装服务是一个漫长、复杂的过程，在这个过程中有很多客户自己必须参与的环节。客户不专业，却有决策权，要签合同、要检验收，要多退少补，客户在这个过程中常常不满意，甚至有客户说，“做一层家装扒一层皮”，指的就是，客户认为自己在装修中要耗费很多的体力和精力。家装公司想发展成为一个让客户达到百分之百的满意，在发展过程中就需要有所改变。

引导消费者勿进游击队的价格误区

瑞博文装饰郑州公司总经理 华旗

对于消费者而言，游击队反应及时，更加灵活机动，因此适合那些要求简单装修的工程。如果消费者明确表示只愿意花更低的钱装修，游击队多少钱的活都愿意接。但如果请游击队装修，一旦装修中质量出现了像水管爆裂等问题，造成家中的重大损失，游击队往往没有赔偿能力。所以无论是商家还是媒体都要引导消费者，不能受游击队的价格误导。

家居联手科技创造更多健康生活

郑州业之峰装饰总经理 张晓红

随着家居行业不断完善，以及消费者对家居产品的认识，在未来，科技、智能、低碳都将成为企业的生产力。而业之峰近期将与清华大学联手创办环保研究中心，致力于将我们的家居产品做得更环保，更节能，更健康，更舒适。我想这是我们家居行业共同追求的目标，也适合于我们整个国家乃至全世界节能的目标。因为我们家居是离不开健康，离不开舒适，离开了这个，你做得再漂亮，对于家来说，也是一钱不值。我觉得我们家居产品既要看中，也要中用，既要中用，更要健康、舒适。

为客户建造最适合的生活方式

天津鹏发装饰郑州公司总经理 郝明光

对于外来品牌来说，对本地市场的了解一定要充分。在这一年多的时间里，我们不断收集



王健



张晓红



郝明光

客户的意见，了解客户的需求，让津派装饰能够真正意义上地融入到中原消费者的居家生活当中。在消费者对装修方面的需求上，来为中原消费者定制，或者有倾向性的为他们建造一些是适合他们的装修风格和生活方式。我想，无论市场有多少问题，只要把握住消费者需求，就能有更加长远的发展。

环保节能是灯饰发展永久课题

华丽灯饰副总经理 郭宝玉

对于灯饰来说，一定要耐用，还要适合人居住，这样的产品才能赢得市场。在中原灯饰行业里，低门槛让整个经营灯饰的商户良莠不齐。而随着灯饰领域逐步引进健康、环保、节能的概念，对整个行业是挑战，也让品牌灯饰有了自己的市场地位。相信以后，在灯饰行业里，谁有更多科技、环保、节能的产品，谁才能真正立足在这个行业，谁才能战胜这个市场。华丽灯饰也希望为更多消费者提供更加舒适的灯饰环境，既有舒适的照明，更有健康、节能的氛围。

整合资源实现“三赢”

新家园建材超市推广总监 高峰

消费者装修离不开建材，我们新家园将装修和建材整合在一起，使消费者从装修、设计、购买材料全部“一站式”完成。而同时以最优惠的价格给消费者，在我们公司把它叫为“三赢”。“三赢”里的其中之一就是客户“赢”。装修公司 and 建材商合作，必须使得消费者到建材商那里买不到这么低的价格，这是利益体现之一。而通过这种方式，我们得到了一个诚信和服务，而我们的建材商是薄利多销，通过这样的方式让千家万户了解这个品牌。

品牌发展需要探求更多的合作

新家居建材商场副总经理 吴俊才

摆在我们企业面前，有条非常长远的路，就是如何打造我们的品牌，如何撬动市场，行业内或者说泛行业内如何合作和共赢，打造这个行业的旗舰企业，给消费者提供更优质的服务，我想家居产业应该在自身的品牌建设方面，在合作共赢方面，在自律方面，撬动市场方面，探求更多的合作。通过媒体把我们好的思想宣传出去，能够带来更多的收益。

节水产品是卫浴未来发展方向

箭牌卫浴河南总经销、乐华美居建材副总经理 程大春

随着经济的发展，家居市场对环保、节能减排，还有低碳经济有了更高的要求。对于卫浴行业来讲，开发高品质平价的节水型产品是我们一个发展的方向。

低碳经济是未来大势所趋，潮流所向，各行各业都已经陆续行动起来，而卫浴行业更是率先行动。在未来，箭牌卫浴一方面要为市场供应更多健康、环保、低碳、节能的好产品；同时还要倡导每一个消费者，以及上游的供应商、下游的经销商一起行动，大家共同努力，买卖节能卫浴，共享绿色生活，为低碳献一份力。



郭宝玉



高峰



吴俊才



程大春



2010中原家居行业发展峰会