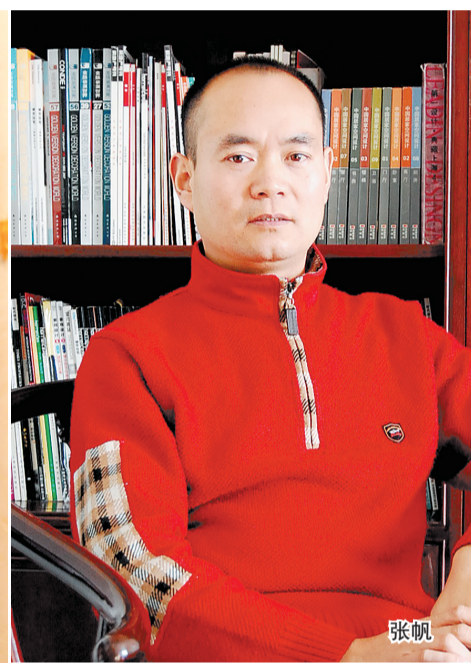


缅怀时光 分析行业 把脉发展 畅想未来

8位老总畅谈8年行业历程(上)

回顾过去8年，不少家居生活的场景带着独特的时光印记；放眼当前，高科技、个性化的产品让人眼花缭乱，人们的家居生活经历了8年前根本难以想象的颠覆。在记者采访的这8位中原家居品牌老总中，他们有人缅怀过去的时光，有人感念新时代。然而，他们都提出了一个共同点，就是对市场、对行业、对消费者毫无松懈地关注才有了现在家居行业的稳健发展。 晚报记者 熊维维



家居这



年

采访嘉宾：

- 河南超凡装饰董事长 王健
- 东易日盛装饰董事长 杨崇礼
- 美巢装饰总裁 孙蕾
- 河南大地装饰董事长 张帆
- 实创装饰集团郑州分公司总经理 刘鑫
- 香港香江装饰郑州公司总经理 张翼飞
- 美颂华庭装饰河南区域执行总经理 刘恺
- 天津鹏发装饰郑州公司总经理 张佰诚



一问：家居行业在这8年间发生了怎样的变化 品牌企业越做越强

王健：仅从郑州市场来看，从家装企业的结构来讲，这8年来，规范的大家装企业越做越强，有的是以连锁加盟的方式做大做强，由于家装企业的抗风险能力普遍较弱，所以有若干小的家装企业由于难以度过如非典、金融危机等市场困难，则退出了市场，家装企业的平均寿命是2.9年，退出市场的都是一些中小型家装企业。

杨崇礼：装饰装修行业更加规范，大公司、大品牌成为更多家装消费者的选择，品牌装饰公司市场份额不断扩大；由追求价格到追求品质，高品质家装理念更加深入人心，高品质家装包括行业领先的品牌、国际化设计、欧洲环保材料、生态级施工工艺；家装设计风格由单一向多样化发展，个性化设计风格更加迎合客户需求，设计风格越来越国际化；随着中产阶级的不断发展壮大，高端设计需求更加旺盛；完整家居理念更加深入人心。

孙蕾：家居行业在8年前，可能刚刚走入大众的视线。8年前，可能大多数消费者都还是自己找木工、瓦匠、铺砖工，那时候，大多数人装修，找的还是路边游击队。而8年过去，大中型家装公司已经如雨后春笋般的出现。8年前人

们对家居生活的要求相对较低，只是要求装修的实用性。而现在大多数客户已经要求家居的环保、个性化以及舒适度。

张帆：在2002年，房地产业开始兴起，也带动了整个家居建材行业的发展，那时的家居行业都在讲究一种精装修的概念；到了2006年前后，家居品牌开始研究自己品牌的发展，重视设计水平和工程质量，也开始明白消费者需要理性的引导；中原家居行业发展到今天，已经成就了一批懂战略、讲规划的品牌，这些品牌清楚设计是自己的核心竞争力，这也是装饰品牌未来的发展之路。

刘恺：家装行业中的企业规模变大，8年前全国没有1000平方米以上单体家装店，现在上万平方米的也不鲜见；顾客选择装饰公司装修的比例加大。家装公司的竞争对手从游击队转为建材卖场、材料商；家装公司的营销重点从卖噱头转为卖设计，又从卖设计转为卖质量，又转为目前的卖售中、售后保障体系；家装公司管理者的学历、职业化程度、年薪比以前有大幅度提升；家装公司与地产商、建材商的互动、合作加深。

张翼飞：通过这8年的发展，家装行业不是

一个产品，它是一个个性化设计、服务、产品集成、施工的过程，消费者的消费模式已经向着差异化、个性化的方向发展。中高端细分市场，比如城市精英白领、商界名流、成功人士……他们居住大户型、别墅，生活品位高尚，在家装的需求上尤其注重个性化的生活方式与时尚设计风格的完美对接，这些都是小型装饰公司无法满足的，是固有的OEM模式（代工模式）、产品拼装模式所无法满足的。

刘鑫：消费者消费习惯的改变以及消费目的的改变，对家居行业也带来了很大的变化。从小到大，从无序竞争到良性竞争。相信，再经过8年的时间，家居行业会越来越成熟，而消费者也许会对家居行业提出更高的要求。

张佰诚：家居行业这8年来的变化是巨大的，由传统的手工作坊式向现代企业集群式转变；由粗放式满足客户需求向精细化满足客户消费层次转变；家居市场的需求正在向个性化家居时代迈进，并且未来家居的发展，服务客户层次将更加人性化、精细化、智能化。定制个性化家居的时代在向我们走来。

二问：作为一线装饰品牌的掌舵人，又有怎样的成长与困惑 风险与机遇并存

王健：就家装企业而言，一方面由于家装企业资金实力较弱、抗风险能力差，另一方面由于市场上有很多无法预计的风险因素，如非典、金融危机，给家装企业带来了很大的经营风险。值得欣慰的是，超凡装饰这8年来一直稳扎稳打，致力于设计、工程服务的不断升级，“吹尽黄沙始得金”，如今的超凡装饰已经稳稳地站在了中原家装市场的前列。

张帆：随着人们信息收渠道的越来越广泛，一些设计师开始依靠网络来收集信息，进行自己作品的创意。其实，作为设计创意工作者，最主要的还是腿要勤，要多出去走走，多看看周

围的世界，多与设计大师沟通，精神领域的高度达到了，创作出来的作品自然是精品。

刘恺：知识结构及经验思想得到了极大更新，从重视结果转变为更重视过程，从单纯的企业经营转变为更关注行业发展和社会责任。

刘鑫：消费者越来越趋于理性，对品牌也越来越信赖。实创装饰来到郑州刚刚两年，虽然已经取得了不小的成功，但是我们下一步也会逐渐打造中原市场上的实创装饰品牌，作出符合中原人消费习惯的家装服务。

张翼飞：在这几年中，人们对材料的要求不断提高，对于家居生活内涵却不能跟随时代的

发展而进步。设计多元化并没有导致消费者的思想多元化，大部分客户的消费从众心理依然存在。

张佰诚：8年间，由最初的手工作坊式小型公司逐步发展为正规化、流程化装饰公司。8年来，由对家装市场当初的懵懵懂懂到现在的公司运营计划制作的胸有成竹，真正让我走到了装饰行业的队伍前端。8年来市场正在一步步走向成熟，走向正规化。让我困惑的是现在国内装饰行业的区域化，不可复制的不规则特性，让我陷入了集团化发展的泥沼。 (下转 B21 版)