

郑州晚报
这厢有“礼”！

继“郑州晚报首届读者节”之后，郑州晚报再次派送大礼。即日起，凡固定电话号、手机尾号、车牌尾号、身份证尾号为61或8的读者，将有1名读者获得价值61倍（8784元）的珠宝礼品，将有61名读者获得价值8倍（1152元）的珠宝礼品。

订报热线：67659999

订报地址：郑州市陇海西路80号郑州晚报大厦305室

2010年5月27日 星期四 主编 褚令炎 编委 熊进进 杨时 薛梅 版式 陶伟

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(下)



刘鑫



刘恺



张翼飞



张佰诚

(上接 B20 版)

三问：中原人的居家装饰经历着怎样的蜕变 从居家功能性到创意性

王健：从主观条件来讲，由于现代人结婚相对较晚，年龄越大，消费就越理性，同时工作繁忙，装修风格只求简约、大方、舒适，放松即可；从客观条件来看，由于房价高企，市民买房已经花掉太多的资金，装修预算不多，选购建材自然更注重性价比和实用性。此外，普通市民购房以小户型为主，空间有限，可供发挥创意、营造家居趣味的概率大大降低，多数人的家装风格都偏向于现代简约。

孙蕾：居家生活从最初的实用性，到现在的追求环保健康、个性设计。8年前，白色干净的墙壁，简单的家具，以及必备的家用电器，再配上自己种植的花草。简单实用，各家各户差不多一样。现在，角角落落里体现的都是个性、环保、节能及健康。

张帆：8年前，中原人装饰新家只重视其功能性，而在2006年开始注重环保，开始追求自

己的居家风格是否特别，开始接受世界各地的居住风情。而现在，追求满足自己个性需求的创意性设计被更加推崇。总体来说，这8年，消费者已不单单满足工程质量和居住功能，家居行业从一个服务性行业开始向创意性行业转变。

刘恺：从原来的大包观念转化为集成采购。如门、橱柜、衣柜都从家装公司手工制作中剥离出来，转为委托家装公司机械化专营商生产。大家越来越轻硬装，重软装。

张翼飞：说到家庭装修，回回想，总的来说是一年一个变化，最初仅是满足居住需要，没有繁琐的材料、工艺处理，更没有什么风格，要说风格也就是现在客户所要求的简单、简约吧，即便是条件优越者，也是不知道如何规划自己的爱家，但现在随着经济的快速增长，我们的生活已经逐步提高，人们对居住的空间也会有无限遐想，

都想让自己的家美一些、时尚一些，更多的人懂得配饰。我个人目前对居家生活也有很大的改变，比如在风格上，我就想独特，且要有高品位的理念，在空间布局上我的要求要更细致，动静一定要有明显的区别。这样，劳累一天后的我到家后才会很放松，很舒服。其实简单地说，生活就要有自己的感觉！真正地体味生活。

张佰诚：不再以传统的区域文化工艺制品为主，现代居家装饰更加体现了文化的多样性，如混搭风格等，体现了审美观念的国际化趋势；现代家装不仅仅体现在装饰方面，更注重功能化与装饰性的结合，更注重装饰的实用性，体现了现代居家装饰对人性关怀。我本身也见证着居家装饰的变革。由最初的手工式家具和区域文化特征的饰品逐渐变更为具有功能性和装饰性结合的个性化的现代饰品家居。

四问：中原家居品牌经历了怎样的发展轨迹 创新发展领跑行业

王健：在这8年间，超凡装饰创造了无数个第一：第一个成为全省产业化的装饰设计公司；第一个工程部固定使用专业施工人员强化工程质量的装饰公司；第一个在郑州市各大媒体上进行大范围现代装饰文化宣传的装饰公司；第一个设立家装课堂，进行免费家装知识讲座，倡导正确的家装消费观念的装饰公司；第一个在行业内推出环保装饰、品牌装饰等产业革命性新举措；第一个建立了一个集培训、咨询、投诉、设计、选材、施工、工艺鉴别、监督、售后服务为一体的、全方位的、规模空前博览园式的一条龙室内装饰服务基地，从而翻开了郑州室内装饰历史发展的新篇章。

杨崇礼：自成立以来，东易日盛每年都提出影响家居行业的设计理念，而同时，“东易日盛”凭借高度专业化、规模效益化、企业制度化的成功商业模式，被视为中国家居行业的杰出典范。作为行业的开拓者，在这些年的发展过程中，“东易日盛”创造的众多服务规则、客户满意度标准以及相应的技术、设计方面的创新性举措，已成为装饰行业规范发展的参考标准。

孙蕾：随着经济的发展，其他行业也是越来越重视消费者的亲身感受，服务种类也越来越多元化，力图让消费者尽量地省心省力。这是

整个经济和社会发展的趋势，美巢装饰完全顺应时代发展的要求。成立于1999年的美巢装饰集团在中原地区装饰行业是公认的领军企业，无论是经营业绩、发展思路还是品牌美誉度都在中原地区排名首位。美巢以“海派”背景入驻中原，海派装饰的生命力就在于其艺术风格和文化底蕴。郑州地处中原，一向善于吸纳各地域的文化之长，由此，郑州市民，尤其是一些文化层次较高的人很能接受“美巢”的海派装饰风格。

张帆：设计实力出众、工程质量高、管理严格……在中原家装行业，大地装饰口碑绝佳。从大地家装工场到大地设计会所，在满足中原消费者需求的道路上，大地一直在不断探索，并取得了不俗的成绩，这也让中原家装本土品牌不断显示出蓬勃的生命力。

刘恺：从珠江流域的区域品牌发展到长江流域，又发展到黄河流域，一直到去年和世界500强合资成功，是中国第一家世界500强旗下涵盖设计、装修、建材、研发、集成家居为一体的全国性企业。

刘鑫：1997年成立，在2005年正式提出了套餐模式，包括288套餐和588套餐等，随后行业内其他公司也开始陆续推出家装套餐模式。套

餐模式节省了客户大量的时间和精力，真正让客户从装修中解脱出来。套餐模式发展到现在，实创装饰郑州分公司又在郑州推出了精装家具家电一站式的套餐服务模式，让客户真正地感受到套餐模式所带来的省时省心省钱省力。

张翼飞：在香港装饰在郑的短短3年间，香江多次荣获多项荣誉，也积极参加各种公益活动。香江从当初在金城国贸一个店，发展到目前集家装、工装、商贸为一体的7家店面，以装饰产业链为主线，在体验、设计、工程、产品、服务等家居整体环节中不断修炼内功，以卓有成效的规模化发展轨迹，整合装饰产业链，分别开创了香江高端设计会所、香品工装设计机构、港标工程体验中心、3U客服中心、港饰配饰中心、主材EPR配送中心等多项领先的装饰服务模式。

张佰诚：由原先的单纯为满足客户的居家使用性装修，向为客户提供个性化装饰需求转变，全面提升业主居家生活品质 and 品位。强力打造满足中高端消费的中国家装品质第一品牌——鹏发。为此，鹏发装饰公司成立了梅江高端设计中心、智尚U空间、原创大师团研发中心、IDH国际高端设计中心等一系列高端客户服务机构。

家居这
年

