见证行业经典 彰显品牌影响

“2013家居行业·影响家”评选受热捧

参与热线:0371-67655013

11月21日,本报“TOP家居”推出“2013家居行业·影响家”评选活动消息见报后,便引起业内人士和消费者的极大关注。一周以来,电话咨询响个不停,更有不少消费者向本报推荐新的候选名单。

今日,本报推出第一批行业优秀人物专访。对“2013家居行业·影响家”备选人物进行系统的梳理报道,以突出其在自身行业中发挥的独特而不可替代的作用。 郑州晚报记者 唐善普

“影响家”评选受热捧

中原家居行业如何在商战中立于不败之地?在践行家居行业品牌路上如何规避风险,树立形象?谁将是家居梦实现路上最具影响力与建设性的人物?

21日,本报推出“2013家居行业·影响家”评选的消息后,受到业界和读者的高度关注。上周四活动一见报,就引起行业和消费者的极大兴趣。一周来,行业电话咨询和预约采访的电话响个不停,同时,还有3名读者向本报推荐了商场以及装饰设计等行业的备选人物。

一大型家居商场的老总告诉记者:“晚报的‘影响家’这个名字用得好,好就好在‘影响’两个字。我们大多是商家,但对行业、对市场、对消费者究竟能带来多大的影响?为什么有的影响大有的影响小,深层次的原因是什么?自身的问题在哪里?这些诸多问题值得探究。各自的经历和经验会给后来者以借鉴,更好地做大家居市场,也许是我对活动的一点浅见。”

“影响家”发出好声音

“2013家居行业·影响家”用三大块来诠释本活动的真谛。标杆人物·影响家:寻找中原家居行业最具代表性的人物,挖掘品牌文化,延续品牌价值;人物志:人物独特经历、人物魅力风采、人物独家行业观点、企业成长发展、公益事件;特别人物:体现全方位正能量,给正在创业或者刚刚创业者提供郑向上的动力。

今日,本报推出第一批行业优秀人物专访报道。对“2013家居行业·影响家”备选人物进行系统的梳理报道,以突出其在自身行业中发挥的独特而不可替代的作用。

2013年,谁对家居行业的发展进程及未来变化起着重大作用?2013年,谁又在践行家居行业品牌路上规避风险、树立形象、传递正能量?2013年,谁又是家居梦实现路上最具影响力与建设性的人物?通过我们的持续专题报道,你就能找到答案。

“影响家”期待你的参与

一周来,随着行业的自荐,以及读者的推荐,上周公布的备选名单加入了不少的“新兵”。据统计,截至昨日,本次活动候选名单已接近80位。

这些备选名单涉及家居行业的卖场、品牌商家、业界大佬、经营商等方方面面,基本上囊括了整个行业的优秀领军人物。他们在各自的领域里,在一年或三年或数年中,以务实的态度,为做大做强本行业蛋糕摇旗呐喊,留下不容忽视的足迹。

本活动继续欢迎家居相关行业的带头人自荐,也欢迎读者向我们提供线索(活动参与电话:0371-67655013)。“2013家居行业·影响家”评选活动有了您的积极参与,将会更加精彩和有看头。

影响家【声音】

俗话说,观念一变天地宽。作为中部地区最大的家具批发基地之一,福蒙特家居中心不仅扛鼎着打造中部家居产业集群的使命,更肩负着引领中原地区家具行业潮流、改变人们家居消费观念的重任。

近日,记者与福蒙特家居中心总经理周荣标面对面,他说:“家居行业传统的销售模式面临严峻挑战,行业需要走产业集群化道路,突破发展瓶颈。而福特正是顺应这个思路,以工厂直销、高质平价的营销模式惠及千万家。”郑州晚报记者 王一品

福蒙特家居中心总经理周荣标

“让中高档家具更亲民”

访福蒙特家居中心总经理周荣标

一条家居行业的“东延线”悄然形成

近30万平方米的超大规模,拥有来自浙江、福建、广东、四川、东北等全国各地3000余个家具品牌,带动十几亿元的下游产业产值,提供就业岗位3万多个……福蒙特是业内为数不多的集批发和零售功能于一身的专业家居卖场。2012年,在家具业一片冷清的情势下,福蒙特却逆势而生,并迅速实现销售业绩和品牌打造的双赢局面,成为中原家具业最耀眼的一颗新星。

“福蒙特家居中心在郑东新区的崛起,开创了郑州乃至中部地区的家居商贸新格局。”这是业界对福蒙特的普遍评价。对此,周荣标微微一笑,他说:“在‘中部崛起战略规划’明确后,河南是中国家居产业物流的核心枢纽地位,在承接产业转移中起的重要作用都日益凸现。而随着郑州新东站、郑州高速公路物流港和投资20亿元的郑汴路商业中心项目等一批重点工程的相继竣工,郑东新区已然成为国际化的代名词,成为展示河南新世纪改革开放新形象的窗口。对于郑州家居业而言,这里更是兵家必争之地。福蒙特家居中心的成功运营,传递出一个市场信号,郑州家居消费将继续向东扩容,一条家居行业的‘东延线’就此悄然形成。”

要提供“批发的价格和零售的服务”

福蒙特以科学化、人性化为指引,从产品质量把关到店内布局与服务等每一个环节,都进行全方位、立体化的考量,为消费者带来更便捷、更完善的购物体验,打破了传统家具批发市场的模式。走进福蒙特,其现代时尚、典雅大气的风格让您心旷神怡。

此外,卖场的硬件配套设施更充分地体现了福蒙特“服务至上”的经营理念。所有场馆门前均设有大型公共免费停车场,可以同时容纳近3000辆大、中、小型机动车,不仅保障自驾车消费者对于停车位的需求,更能确保物流中心大量货物的快速周转。与此同时,福蒙特还提供日常免费直通车服务,专业的司机、覆盖市区的路线设置,为广大消费者免去舟车劳顿之苦。

“服务要做到最高的标准,但价格要达到最低。”周荣标表示,“福蒙特定位为大型家具批发基地,但又不仅限于此。5A级物流公司和3000多个厂家的直接入住,让我们拥有强大的批发平台,很多品牌在中部地区的旗舰店、形象店都开设在福蒙特,以辐射中部六省各区域。但是,之所以还要在批发的同时再兼顾、强调零售,是希望能让更多消费者买到物美价廉的家具产品。说白了,我们就是要提供批发的价格和零售的服务给大家。”

“安居乐业”观念需要重新定义

在周荣标看来,如今家具行业正面临着一场观念上的变革。

“千百年来,朴实的中国人都追求‘安居乐业’。更多时候,人们对‘安居’的理解就是有一套舒适的房子,然后住上一辈子。但是,随着物质文化需求的不断提升,这种传统观念也在慢慢打破。”周荣标说,“消费理念的转变更体现着这座城市的进步。如今的郑州人,不会再‘坚守’一套住房,而是什么年龄、什么阶段、什么层次就换什么样的房子。即便是条件不允许经常添置新房子,人们也会根据自己不同阶段的不同需求来更换家具。当消费者买家具像买衣服一样时,我们就必须转变经营理念、营销方式,让购物环境、产品设计、售后服务等各个方面都时尚化,细分市场、精准定位。

当然,“安居乐业”绝非说一说那么容易,还需要足够的实力支撑。福蒙特与广大厂商之间建立起来的一种牢固的“鱼水关系”,加之独特的“市场化经营、商场化管理和配送模式”,才可保证家具高质平价策略的实施。以前,对普通消费者来说高档、顶级家居产品只是少数富人享受的专利,只是摆在华丽橱窗里的展示品。如今,我们重新去定义‘安居’的概念,让高档家具亲民化,让高档家具走入寻常百姓家。确保在高品质最低价基础上,为消费者提供全方位的家居服务,满足人们更多的需求,让家居生活更精彩、生动。”