



【声音】

圣象地板 绿色理念根植于心

访圣象集团郑州分公司总经理骆文



圣象集团郑州分公司总经理骆文

“圣象的‘绿色产业链战略’，是品牌理念‘用爱承载’的集中体现。因为地板是资源依赖性很强的行业，合理、高效地利用资源，同时也为我们的生存环境考虑推进绿色发展，基于这样的品牌认知，我们将绿色理念深深地根植于产业链的每个细节，让圣象地板有了‘生命’。”26日，在圣象集团郑州分公司总经理办公室，记者与骆文看着窗外满目的“建筑森林”时，他有感而发地说。

郑州晚报记者 唐善普

品牌力第一名：圣象再获殊荣

当记者准备专访问话时，骆文却先为记者念了一个总部传来的好消息：2013年（第二届）中国品牌领袖峰会暨2013年C-BPI行业第一品牌颁奖盛典于11月23日在北京举办，圣象集团荣获C-BPI强化地板类、实木及实木复合地板类品牌力第一名。

百度“中国品牌力指数（简称C-BPI）”发现，C-BPI是基于中国消费者对使用或拥有过的产品或服务反馈意见的基础上进行的独立无偏见的研

究，是消费者和企业最信赖的品牌评价制度。2013年C-BPI调查区域覆盖全国30个城市，根据性别、年龄、收入进行随机抽样调查。

“这个奖很重要吗？”记者问。“当然。地板仅此一家，是种认可。”骆文自信地说，尤其是消费者的认可。

难怪，当记者想做他的人物专访时，骆文却一再要求“多谈圣象”。“我就是一个经销产品者，好的产品会说话，它是有生命的。”

绿色产业链战略：圣象的责任意识

在每个圣象的终端，小小的一块地板，生动鲜明地勾画了圣象绿色产业链，这也是为品质所奠定的基础所在。

“圣象的‘绿色产业链战略’，是品牌理念‘用爱承载’的集中体现。因为地板是资源依赖性很强的行业，合理、高效地利用资源，同时也为更好地保护和改善我们的生存环境，所以我们打造了自己的林木基地。并将绿色理念深深地根植于产业链的每个细节，让圣象地板有了‘生命’。”骆文一再强调他们产品的“全程自造”是其他品牌没有的。

这个“全程自造”就是：为给消费者提供环保的产品，圣象有自己的林场、自己的生产基础源材、自己的加工厂，从源头到终端，全是“自己的”。骆文认

为，随着人们对木地板的选用量越来越大，木材的消耗也会越来越大，如果企业只会无休止地“用”而不输血，就不会是一个责任企业，其倡导的环保等理念也不会持久，最终结果必定会对赖以生存的环境造成影响。

“集团自1995年成立以来，始终以‘用爱承载’的品牌理念，为消费者提供环境友好型产品，用有生命地板来拉近与消费者的距离，这不仅奠定了圣象的常青基业，更是一个责任企业所应该担当的。”骆文认为，河南的木地板消费市场这几年越来越大，人们对家居环境、生活状态、生活方式、消费理念和产品质量及环保要求的不断提升，他有理由相信，圣象地板会更多更快地“走入寻常百姓家”。

年终大淘宝：圣象“送”你好地板

目前300多个圣象的旗舰店成为圣象传递品牌实力的最好见证。早在2006年，圣象就在红星美凯龙、居然之家等大型建材商场开立旗舰店，用最前卫的装修风格和统一的VI语言，向消费者传递鲜明的品牌信号，从而造就了圣象品牌在终端的强势建立中获得增长。

注重消费者的评价，注重消费体验，在服务中做到客户回访率100%，从客户的反映中了解他们对产品的体验、对服务的需求，并落实和改进。成就了

圣象的行业标杆。

骆文认为，圣象营销产品是最生动最丰富的品牌语言，在一次产品购买过程中、在一次服务的要求中、在一次产品的体验中，真正地为一位消费者服务，赢得市场和消费者。

他透露一个好消息：12月21日，圣象将在郑州举办“年终淘宝”促销活动。多类产品不仅低于成本价销售，而且还有10台液晶电视大抽奖。给消费者一个营造舒适生活的理由，绝对是一次“送”好地板的机会。

胖子腻子 传奇的草根品牌

访河南一方建材(胖子腻子)有限公司董事长张洪根



河南一方建材(胖子腻子)有限公司董事长张洪根

初见张洪根，印象最深的是微胖的身材，以及说话先有三分笑的笑脸。与他聊天很轻松，朋友式的，没有距离感。他的言语温和却时不时妙语连珠，对人对事都有着自己独特的见解，尤其是对事业的执着，成就了草根“胖子腻子”的著名品牌，让人感到这绝非偶然。

“卧云听泉”是他办公室墙上挂着的一条横幅，意境所至令人神往。配上室内古色古香的装饰，慢慢品味一杯功夫茶，听他讲11年白手起家创造“胖子腻子”的传奇经历，让人油然顿生敬佩。

郑州晚报记者 唐善普

一个艰难创业的“胖子”

1996年23岁的张洪根下岗了。他失落过，却很快明白“年轻就是本钱”，便做起了销售员，这一干就是6年。

机会总是眷恋有准备的人。偶然间他发现了腻子的商机。当时没有专业的腻子厂家，都是工人在装修时现场勾兑，不光麻烦，质量稳定性也差。他想，腻子是最基础的装修辅料，如果自己专业做腻子，肯定不愁销路。

拿着借来的一万元，他在郑州十八

里河办了自己的腻子厂。3小间房子，一套机器，一个工人，开工了。一遍遍试验，无数次走弯路，3个月后，第一批产品问世。他拿到工地让人家免费试用。一次催干活的工人用时，被惹恼的工人掂起腻子从二楼窗户扔了出去。袋子烂了。张洪根“心都被摔疼了”。但抗打击能力超强的张洪根又出现在各个工地上。就这样，乐呵呵的胖子的腻子慢慢受到青睐。

那一年是2002年。

一个有责任心的“胖子”

服务是形象，质量是生命，诚信是底线。如何做好服务？张洪根说，服务包括员工的专业知识、产品配送、员工礼仪、完善的售后服务体系等。

他认为，消费者对一个产品的认可，归根结底要靠质量取胜。而过硬的品质是企业发展的基石。作为家居装饰中使用面积最大的辅材之一，腻子的环保指标直接影响着人体的健康，“胖子”腻子产品的原料基本来自原生态的物质。

在产品的质量方面，胖子腻子是机械化成品腻子，采用的是进口立德粉、天然合成植物胶等最先进的配方，

不需要添加任何辅料，方便又环保。每当有人问及胖子的产品环保指标的时候，张洪根都自信地说：“我们生产的腻子甚至直接可以吃。”

如今的“胖子”腻子拥有胖子牌系列产品30余种，一跃成为全国知名的建材品牌，在河南市场的占有率达到75%，业务遍布全国。分厂开到了湖北、湖南、江西、江苏、海南、福建和四川等地。公司被中国建设标准委员会授予AAA级企业，“胖子”牌系列产品被中国名优品牌事业发展联合会评为“中国腻子十佳名优品牌”，并被中国中轻产品质量保障中心评为“中国著名品牌”。

一个多元化发展的“胖子”

2010年，“胖子”腻子体验馆落户红星美凯龙，成为全国首家腻子产品展示中心。这个体验馆最大的特点就是让来访者现场感受腻子系列产品的施工工艺及步骤，剖析产品性能，展示产品优点，在今后施工中不再走弯路，能更加科学、合理地使用腻子产品，展现饰面的最佳效果。

2012年河南一方建材有限公司成立10周年之际，其旗下欧凯龙·装家兵家居建材超市(中原店)开业。

在他看来，“装家兵”一站式建材辅料超市是顺应市场而生。“引入国际

先进商业经营理念和管理模式，汇集行业精英管理人才，致力于装修家居类产品及文化的推广和传播，为消费者提供平价、放心的一站式辅材购物理想环境。”张洪根说，这就是他的“因为专业所以专业”的经营宗旨及理念。

他的未来五年计划是，从2014年开始，在河南18地市的108个县推广“装家兵”模式，发展独立店面30家，经营面积5万平方米。用综合的实力及模式，开创建材家居行业终端配套服务的全新模式。