

用舞蹈精神书写家装品牌传奇

——东易日盛家居装饰集团总裁 杨劲



她是一位和蔼的母亲、是一位贤淑的妻子、一个热爱舞蹈多年,举手投足尽显优雅的美丽女性;她更是一位商场上的巾帼英雄,凭借智慧与胆识亲手谱写了一篇篇商业不朽的传奇。她就是上市集团东易日盛的总裁杨劲。

1997年,杨劲与丈夫陈辉一起创建“东易日盛”,那时,建筑设计出身的陈辉和刚刚北大毕业的杨劲觉得能帮更多的人完成自己对家的梦想是件特别有意义且幸福的事。从1997年的一间门店,到如今家装行业的龙头企业,杨劲凭借自己对行业深透的理解和卓识的远见,在家装行业创造性地提出系列重要管理思想,树起了家装服务品牌化、规范化的大旗。东易日盛不

仅是标杆和榜样,也推动着整个行业的发展。2014年,东易日盛率先在行业内实现A股上市,为家装行业打开资本大门!“002713”——爱持一生,杨劲带领东易日盛一直怀着“爱”的初心,通过21年对“家”的专注和执著,完成着为更多人打造更美好生活的使命。

作为一家上市公司的总裁,杨劲有一个几乎每天保持着的习惯——练舞。而在这样的过程中,杨劲获得首先是一种坚持和专注:舞蹈和企业都需要专注和定力。专业的舞者可以舞出优美的舞姿,因为他将思维集中在自己的身体上,企业经营者同样需要将注意力集中,不被外界所诱惑干扰。2016年,杨劲应邀成为第66届世界小姐中国总决赛才艺大赛评委,她的专业、优雅被众媒体评为“最美评委”,确实,在杨劲身上,你永远看不到负面的东西,永远都是那么自信和沉稳!而这种气质来源就是杨劲一直倡导的“爱”文化。舞蹈和企业经营都需要带着爱和灵魂。

2018年,杨劲与著名舞蹈家杨丽萍合作推出中国版《春之祭》,将成为一部颠覆世界现代舞的中国舞蹈巅峰之作,全球巡演正在进行。同时,杨劲带领的东易日盛也正在用非凡的勇气和实力锐意创新,带领中国家装行业走向崭新时代。

家居业变迁 倾注女将力量

在家居行业,有着一群工作干练、敬业勤奋,为家居业的发展做出贡献,见证家居业变迁的女强人,她们有的是企业的掌舵人,有的是商业合伙人,有的是优秀的品牌总监,同时,她们更是母亲、妻子和文艺女青年。三八妇女节来临之际,北京晨报家居周刊推出本期特别策划,讲述家居行业的女老板、女性职业经理人、品牌总监奋战在家居行业的故事。

好奇看世界 勇敢做事业 幸福过人生

——城外诚市场运营中心总经理 刘洋



新年伊始,很多人发现,已经入城外诚八年的刘洋告别了多年长发,以更加干练的短发形象出现。似乎预示着,这位号称城外诚第一营销女神的巾帼英雄,将在新一年,带来更多创新。正如这二十年来,她为家居界不断创造的惊喜一样。

二十年前,一个偶然的的机会,大学刚毕业的刘洋进入家居行业,一干就是二十年。第一个十年,她以拼命三娘之姿和开拓创新的精神,利用5+2及白+黑的工作模式,从基层做起,做高度电梯升到集团副总。第二个十年,做了妈妈的她转换跑道,在城外诚实现了从职业经理人到商业合伙

人的身份转变,在担任企业副总的同时,承包整个建材馆,自己当起了老板。在这个过程中,创新、突破、改变、活力成为刘洋及其团队的标签。外出学习,引入晨夕会、绩效等管理制度,她打造学习型团队;关注市场、服务商户,倡导全员营销,带领城外诚营销团队打造了精准营销系统、商户联盟系统。时至今日,她还是一只眼睛看团队,一只眼睛看市场,保持好奇心,发现新模式,寻找新灵感。

如果说乐于创新的好奇心成就了刘洋的独特,那么勇于承担的大姐大精神则让她收获了许多。多少次,面对无人敢接的事情,刘洋临危受命,扛起一道道吓退别人的“坎儿”,在解决的过程中学习和成长,补救了自己成长和进步的台阶,更重要的是赢得了伙伴和商户的尊重,有了一群志同道合的“老铁”。

事业有成的女性很容易被戴上强势的女强人标签。但刘洋在家人和团队伙伴眼中则是个快乐、温暖的“老大”。在团队中倡导爱与感恩,为员工和家人发放爱心基金,以身作则号召大家制定健康计划,锻炼身体。作为妈妈,她更会特别平衡工作和家庭,找出时间陪伴子女成长,与家人一起创造美好的回忆。

唯有不断努力 才能被时代眷顾

——集美控股集团总裁 刘志萍



超出常人数倍的努力和艰辛,自然得到了时代的眷顾。

人人都渴望安逸的工作和生活,她却选择了一条“曲折奋斗”的路。稳稳当当的国营单位铁饭碗,她说扔就扔,义无反顾地投身集美,硬是在艰难的拼搏奋斗中闯出了自己的新天地。在创业初期,她从干粗活、累活做起,扎沙发套子、裁剪海绵、包沙发……从来不喊苦、不喊累,硬生生创出了“集美沙发真牛”的品牌。集美总裁刘志萍成为家居建材行业中十大杰出女性。在2016年中国杭州G20二十国集团领导峰会期间,荣幸地出席了B20全球工商峰会。

“在集美和我个人的成长过程中,我一直笃信并践行着责任胜于能力的信条。有一份肯奉献的责任心,对企业管理者来说非常重要。从1982年参与集美的初建工作、1992年正式加入集美集团到现在,集美缺财务,我就干财务,集美缺销售,我就干销售,我全部身心献给了集美,献给了集美的事业”。已经与集美结缘36年的现任集美控股集团总裁刘志萍,在面对记者的采访时如是说。

而今,历经时代变迁的集美控股集团和有着丰富行业阅历的总裁刘志萍共同迈进了一个崭新的时代。集美成为以家居为主业,综合多领域、跨行业资源的产业集团,在商海中稳舵前行。欲戴王冠,必承其重。刘总作为一名具有奋斗精神和创新业绩的企业家,付出了

在被问到:如何才能做一个被时代眷顾的人时,集美总裁刘志萍坦然地表明了自己的独到见解:我感觉,我们首先要把握时代的脉搏,跟上时代步伐。比方说,当时下海经商,许多人就觉得下海有风险,党和国家的改革开放就是发展趋势,跟上了这个步伐,当时下海许多人都成就了事业。我觉得自己当时下海是对的。我的经历也证明了一个道理,那就是:唯有不断努力奋斗,才能被时代眷顾,才能获得幸福。”

接着,她笑言,自己三十年虽然没正常休息过,不过很充实,充分体验了快乐生活快乐工作。年轻时为了事业对家庭亏欠不少,如今不能再错过第三代的成长,要好好关心自己的小孙女。虽说现在身体还好,但是也要适当注意放松心情,快乐生活,快乐工作。

工作老练的年轻品牌总监

——TATA木门品牌总监王楠楠



木门研发、设计团队的创造展示,发布给公众,书写着TATA木门的品牌营销传奇:从2012年起,将每年的冬至日定为TATA木门年度新品发布的固定日期,静音门、平折门、推转门、智能入户门、暖芯门等功能性门款以及梁志天、戴昆、琺宾等大师款木门相继亮相;从2015年开启“明星+大店”营销模式,包括林志玲、谢娜、田亮、李晨、张亮、李云迪、柳岩……娱乐圈红人来站台,明星品牌TATA木门的印象逐渐形成;从火车站到高铁站,从高速路到机场,从卖场到店面,辨识度相当高的TATA木门广告占据醒目位置;作为家居行业里唯一的世界乒乓球锦标赛冠军赞助商;中秋节时发起的温暖创意的微信传播方式:“致中秋,让爱回家”活动;每一次行业展会上的亮相和形象展示……

2018年是王楠楠入职TATA木门的第10个年头,这10年,恰好是TATA木门品牌发展的重要10年,是TATA木门屹立于中国木门行业领先地位的关键10年。是品牌培养一位年轻人的成长?还是这位年轻人助力品牌的发展?答案应该是:彼此成就。

作为行业开拓者,TATA木门坚持用产品、品牌说话,不断创新营销,这背后都离不开品牌营销部门的策划、执行、落地,更离不开部门负责人牵头。2012年王楠楠出任TATA木门品牌总监一职,TATA木门前任董事长吴晨曦在首次年度新品发布会前向大家介绍“这是我们新任的品牌总监”。这位甜美爱笑小姑娘在之后的6年里尽最大力度地把TATA

王楠楠喜欢画画、跑步,喜欢小动物,喜欢在朋友圈里被喊“京城第一美女”,爽朗如洪的笑声是她的标签。但对待品牌营销,王楠楠不会人云亦云,善于独立思考,带有非常强烈的创新特质:王楠楠工作质量高,来源于她的勤奋,来源于她对工作的责任心,来源于她的聪慧。”吴晨曦曾如此评价企业爱将。在诸如大店开业、电商节、品牌发布月、年会等重点月份,全力筹备工作,王楠楠几乎是吃住都在办公室。

这样一位年轻的品牌总监,未来还会书写怎样的传奇?让我们拭目以待。北京晨报记者 黄兰