

金典·世家

业之峰装饰·金典世家杯 第四届年度经济人物

业之峰装饰：沂蒙路189—3号天基大厦 金典·世家：通达路与金坛路交汇处 电话：8111077 8129880 8129881

用责任弘扬家居文化 用行动铸就联邦伟业

——走近联邦集团董事长杜泽华

从家具生产到家居服务

上世纪80年代,杜泽华曾是广州一家藤器厂厂长,参加过中国第一期厂长经理培训班。在中国尚无《公司法》的年代,联邦六位原始股东已参照西方股份制将联邦建制为股份制企业,种下了现代企业的基因。杜泽华带领这五个伙伴在简陋的小作坊里思考着:潮湿闷热的天气,怎么坐着舒服的问题,解决的办法就是藤椅。当时的中国家具界,很多人都没有设计的概念,而杜泽华却大胆引进印尼藤,创造出了“藤沙发”的设计概念,并命名为“301藤沙发”,杜泽华凭借创业历程上第一件作品获得广东省青年发明奖,藤沙发也因此升格为出口家具。

1986年以后,藤原料逐渐匮乏。木家具才是家具的主角,杜泽华敏锐地捕捉到了这一信息。他和拍档王润林主持设计了一批具有明清韵味且带有西洋风格的实木家具,独具一格的联邦家具形象,在市场上大受追捧。继1988年推出第二代原木家私,珠三角掀起了家具消费的“原木热”。

1992年,联邦成功举办全国性“92‘联邦金球奖’家具设计大赛”,并囊括全部十三个奖项中的十一个。同年,杜泽华率先把人体工程学运用到家具设计上,创造出了“9218联邦椅”。“9218联邦椅”风靡全国,单品销售超过2亿件。联邦的设计理念推动了中国现代家具的发展,确立了联邦在行业内无可争辩的声誉和地位。

“9218联邦椅”创造了中国家具史上靠单一产品打天下的奇迹。在上世纪90年代中期,国内几乎所有的家具销售场所,都可以找到“联邦椅”的身影,而这其中,不乏蜂拥而至的复制者。杜泽华意识到,联邦引领市场的势头已经减弱,若要保持行业领先,必须突破现有模式。

杜泽华看到,随着人们收入水平的提高,其居住结构和生活方式已发生了很大的变化,“单一的家具选购已经无法满足人们在功能和风格上的要求”,人们对房间的关注也从客厅扩展到卧室、书房、厨房等整体区域。

1999年,杜泽华在联邦开创了“一站式”经营模式,并在广州市最繁华的时代广场成立了“联邦家居广场”。虽然从“家具”到“家居”仅是一字之差,但这却反映了家具行业一个新业态的诞生。以“联邦家居广场”为平台,杜泽华的团队为顾客提供从毛坯房装修到家具选配、装饰用品配套的一条龙服务,营造最舒适的家居生活。

90年代中后期,在经历了物质主义和极度崇洋的风潮之后,人们开始回到传统文化中寻求慰藉。而杜泽华相信,每一轮消费潮流的兴起和变迁,都隐含着企业盛衰的秘密。为了让联邦具有不衰的生命力,杜泽华开始在文化上寻求突破。

一个偶然的的机会,杜泽华看到了著名古器物专家王世襄老先生经过多年收集整理的《明清家具研究》,这本书把对明清家具的评价推到前所未有的高度。杜泽华因欣喜而感叹,原来中国家具曾是世界家具的标杆,家具不但是重要的生活用品,而且凝聚着民族文化的记忆。

利用从德国、意大利进口的先进设备,将西方之“技”与东方之“意”相融合,传统文化赋予联邦现代设计理念源源不断的活水。于是,联邦产品有了一系列古意盎然的名字,而这些传统意蕴恰好勾起人们在文化上的共鸣。

2007年3月,联邦家居又推出了“八大家”等套系家居产品。在杜泽华看来,“八大家”代表的是中国八个不同地域的生活方式。中国古代家具根据材质、造型、图案等的不同,划分为苏式、广式、京式、宁式、晋式、鲁式等等不同的家具流派,它们都曾广



他凭借自己的聪明才智和大胆的勇气引用印尼藤创造出了“藤沙发”,又以敏锐的视角,改革创新出了上世纪九十年代中期家喻户晓的“联邦椅”。他感知到人们的生活变化,把单一的家具选购,改变成“一站式”经营模式。又在同行业中第一个提出“营销共同体”概念,并开始探索连锁经营模式。他,就是联邦集团六个创业股东之一,是企业成立27年来的掌舵人和核心灵魂人物,现任联邦集团董事局主席——杜泽华。

为流传,映衬着当时的文化风情。

联邦不仅仅是提供家具,更是提供生活方式。杜泽华带领联邦从售卖家具产品到售卖家居生活方式,使联邦完成了从家具生产商,到整体家居解决方案服务商的蜕变。

战略布局国际化大联邦

近年来,国内家具行业竞争硝烟四起。一方面,众多国内企业大打价格战,沦为世界家具的制造工厂;另一方面,以瑞典宜家、美国家世界等为代表的全球知名家居零售集团,纷纷登陆中国,并以其时尚的产品和成熟的商业模式在市场跑马圈地。面对国内外的双重压力,杜泽华决定联邦要布局全国乃至全球市场。

他在业内第一个提出“营销共同体”概念,并开始探索连锁经营模式。从上世纪90年代中期开始,联邦首先在广州、北京、上海、重庆等中心城市成立了全资营销公司,而后,在全国范围内与加盟商合作,建立联邦特许加盟体系,并在新加坡、中国香港等地建立海外公司,以此开拓海外市场。

目前,联邦在全国的连锁专卖店已达1000多家,产品已成功进入100多个国家和地区。可以说,联邦在流通领域发力,是迅速提升其产业

实力的通道。杜泽华认为,中华民族的复兴已经把中国家具文化推到了世界的前台,建立国际化的运营平台,是联邦国际化战略的基石。

时间驶入21世纪,杜泽华敏锐地意识到中国家具产业必将面临重新洗牌,而且这一波浪潮还将在未来五年内进一步扩散。2004年、2007年联邦先后大手笔在佛山南海和山东临沂建立联邦现代化制造/物流基地,而且在金融危机深重的2008年,不少制造企业纷纷收缩制造线,而联邦却继续追加投资,逆势而上,杜泽华更是亲自挂帅担任山东公司总经理,鼓舞士气。2010年11月,联邦集团北方总部成立,标志着联邦从人才、技术、管理、商业模式、品牌到资本都形成了一个新的竞争格局,是联邦事业发展史上又一个里程碑。从此,联邦形成了南有广东、北有山东相互呼应的制造/物流基地,把联邦的制造、渠道、终端服务往市场前移,形成联邦持久强大的核心竞争力。

现代科技助推品牌起飞

创业之初,联邦就萌发了朴素自发的原创意识与品牌意识。80年代末期,当许多业界同行还只是把眼光停留在产品和销售网络的时候,杜泽华率领的联邦就在业内率先导

入了视觉识别系统,以“LB”英文字母组合从那时开始成为了今天家喻户晓的联邦标志,这也是联邦正式走入品牌经营道路的标志。

丰富的文化内涵是联邦品牌的灵魂,以传统文化为魂,以现代生活变化和科技进步为根,同时大胆吸收西方设计思想的合理成分,融入现代机械化生产模式和现代工艺之中。因此,联邦所有的产品都有着鲜明的时代特征,反映出当代中国人的物质生活水平、意识形态和生活方式。

联邦的信息化和计划管理系统,成功地完成了现代科技助推品牌起飞的神话。联邦集团是中国家具行业运用信息化的标杆企业。早在1992年,杜泽华就大胆提出了“联邦发展必须依靠信息化”的设想。此后,先后开发了“联邦商务系统”、“联邦企业资源计划(LBERP2000)”等早期的信息系统,这些系统不断整合优化,让联邦在信息化建设方面一直处于领跑行业的位置。

2008年,联邦供应链统一平台成功上线实施,打造了计划中心、订单中心、区域物流中心、采购中心、结算中心及资料中心六大系统支撑平台。至2010年第三季度,通过系统网络平台下单的加盟商已达90%,联邦国际等业务板块的ERP上线实施工作也正紧锣密鼓地进

行。此外,通过内部邮局、企业即时通信以及OA网站平台的建设,各部门、员工之间的协同工作效率大幅提高。信息化的实施,让联邦实现了产、供、销整条供应链的协同,加速了生产制造和渠道服务的深度整合,踏出了由制造向服务转型的第一步。

近年来在杜泽华的主导下,联邦不断提高生产工艺,目前已达业内先进水准。进口先进设备占80%以上,适应了多品种生产和高品质要求,使联邦的制造体系在市场竞争中始终保持领先优势;造型和工艺设计上,强化了联邦一直保有的核心竞争力;导入PI系统,深入运用人体工程学、环境保护学、材料力学、消费心理学,全面实施“以人为本”的优化设计。还大胆吸收西方先进技术,将国际流行的镂空、平雕、拼花等工艺应用于家具制造,并在齿接、涂装等方面独创先进工艺。

2006年,广东省第一家省级家具创新工程技术研究开发中心以联邦为依托单位,在联邦挂牌组建。同年,“橡胶木——在实木家具中的推广应用”获中国家具协会颁发的“科学技术进步奖—科技成果应用奖”。2008年,联邦集团企业技术中心通过省经贸委、海关总署广东分署、省财政厅、省国税、地税局审查,广东省家具行业第一家省级企业技术中心在联邦集团挂牌成立。

对联邦来说,最大的价值不是在有多少家店,有多少间厂房,有多么先进的技术,而是联邦二十多年来在消费者心中积累的广泛的知名度和强大的美誉度。杜泽华说:“这一切都是不断传承和创新的结果,是联邦内核和品牌的力量。”

在联邦集团创立和发展过程中,杜泽华始终坚持科学发展观,坚持企业利益、员工利益、顾客利益的一致,坚持企业责任和社会责任的统一。以振兴民族工业、弘扬中国家居文化、铸造行业第一品牌为己任,为创建和谐企业、构筑和谐社会,满足人们日益增长的家居文化生活需要,做了大量卓有成效的工作。

近年来,联邦积极履行和承担社会责任,做出应有奉献。企业经营发展本身直接提供了10000多个就业机会(含特许经营网络),有史以来从未拖欠员工工资。设立了员工最低工资保障线、十年资深员工特殊待遇、员工困难救助基金等有联邦特色的关爱举措。2006年,联邦被评为“中国最佳雇主企业”。

多年来,联邦向国家缴纳的各种税金超亿元,成为佛山市、南海区民营企业的纳税模范户。希望工程、抢险救灾、捐资助学等各类捐赠达数千万元。获得国家和省市“纳税超1000万元企业”、“地方税模范纳税人”、“文明企业”等荣誉称号。

近年来,杜泽华同时担任的社会职务有:中国亚太经济发展研究中心高级研究员、广东省企业发展战略研究会副会长、佛山市人大代表、佛山市南海区海外联谊会副会长、南海政协副主席、南海工商联合会(总商会)副会长。2005年初,杜泽华被评为“全国十大影响力品牌建设杰出企业家”。

杜泽华不仅有着民营企业家长定创业的信念,有着民营企业家长磨砺而成的成熟与睿智,同时他又比别人多一份付出,多一份执着,多一份汗水。特别是面临日新月异、飞速发展的时代,杜泽华坚持在工作中不断学习、与时俱进,除对党的政策、国家法律法规的深刻了解之外,对现代企业经营管理的前沿理论、国内外大中型企业的成功经验有较全面的掌握,并在娴熟地运用于本企业经营管理的同时,热忱为社会各界提供咨询建议,受到各界人士的普遍赞扬和好评。

(王发平 吴传龙)