



“厚德载物，臻于至善。”在亚光亚装饰的大厅墙壁上，悬挂着题了这八个大字的一幅字画。字画旁边，挂满了在亚光亚工作的所有员工的照片，有设计师、有行政人员，也有客服。职务虽然不同，可他们脸上的笑容却是一样的灿烂，就像他们所供职的这个企业——开业不到一年，便以星火燎原之势在南京家装界树起了强有力的品牌形象——给人不尽的希望与美丽的憧憬。

亚光亚装饰南京分公司总经理周星宏说，亚光亚现有一切成绩的取得，都源于他和他所带领的团队，对“厚德载物，臻于至善”的践行。

祝现代快报“名家”版2009年
红红火火！牛气冲天！
亚光亚装饰 周星宏
2009.1.10

从北京杀到南京的家装界黑马

没有黑马的竞争，总显得过于平淡。好在2008年，由于亚光亚装饰的出现，南京家装市场并不乏味。

2008年3月9日，这个对许多人来说没有任何回忆价值的日子，在南京家装历史上却被描上了重重的一笔：位于龙蟠中路316号的亚光亚模块家居馆正式开业。也是从那一天开始，这个有着京派血统的企业，开始频繁亮相于南京家装界的各大活动，每每出现，都会给业界带来意想不到的震动。

7月6日，亚光亚高调亮相“六大新劲品牌博览会”，就让南京市民感受到了亚光亚设计师的超凡实力。7月26

日和11月30日，亚光亚装饰在设计总监老史的带领下，又应邀参加了两届“京派高品质家装品鉴会”，不论是现场的展位布置还是整齐划一的京派穿着，都给人留下了深刻印象，并连续两次成为“签单王”。8月22日~8月24日，亚光亚参加了它进驻南京后由南京市装饰行业协会主办的首场家装博览会，以“京派豪门”为主题的布置颇具匠心，让到场的消费者领略了京派豪门的大家风范。9月~12月，亚光亚几乎每周举办一次酒店活动，在市场相对低迷的背景下，累积了近100户在施工地，开工数量逐月都有递增……

最大财富是并肩奋战的兄弟姐妹

面对这些令人振奋的成绩，周星宏显得十分平淡。“这些都是表面光鲜，况且，所有成绩的取得都是所有员工辛勤劳动的结果，不是哪一个人的功劳。”周星宏说，成功其实没什么秘诀，只有那些不断反省、最能团结人心的人方可成功。“我们这样一个新兴的企业更是如此。”

“这是我们的彭大姐，那是我们的陈二姐……”周星宏指着正在忙碌着的设计师们，一一为记者介绍。“她是小张，是我们的客户经理，她家里条件非常好，每天都开着私家车来上班。她在我们这里工作，根本不是为赚钱，而是因为喜欢这样的工作氛围，愿意为公司发展尽心尽力。”

周星宏说，管理一个尚处发展初期的企业，以“情”动人要比以法来约束更行之有效。特别是从事家装这样

一个特殊行业，每个环节都要通过人工来完成，每个环节都至关重要，员工只有带着快乐的心态才能在每一个环节上尽心尽力，将家装的整体流程贯穿始终，为客户带来增值效应。

“所以，我的工作中很大一部分是在营造快乐工作的氛围，以快乐生活的态度来感染员工，让公司的每一个员工对公司都有家的感觉，从而形成一个更有凝聚力、向心力、战斗力的团队，为消费者提供更感动的服务。”这便是周星宏对厚德载物的理解。

正是本着这样的理念，亚光亚在来宁一年不到的时间就吸引了诸多行业精英慕名加入。特别是当很多企业通过裁员来降低用人成本的时候，亚光亚不仅没有开除任何一位员工，还在积极地进行人才储备。

危机就是危险与机遇同时存在

对于目前影响了很多行业的经济危机，周星宏认为，这对于一个刚刚起步的企业来说不见得是坏事。“危机就是危险与机遇并存，关键是如何在危险中寻找转机。”他指出，在行业整体低迷的时候，品牌的价值才能够凸显。“作为一个刚刚出生的新生儿，遭遇‘寒流’却能够逆市生存下来，是一件非常有意义的事情。因为当整体大环境都趋向于利好的时候，企业发展进程中的好多问题反而会被莺歌

燕舞所粉饰。”

“举个例子，正如我们积极倡导的打击私单的做法一样。在大环境较顺的时候，很多公司都会忽视它的危害性。但是处于‘寒冬’的时候，我们就会更加积极地面对并解决这些不利于公司发展的的问题，因为大家都在寻找一切可能带来机遇的机会。如果我们能在公司发展初期就将这样的漏洞堵上，并加以防范，那么就会发展得更健康，也能够逆流而上。”

先开枪后瞄准，先插位后升位

谈到亚光亚装饰的企业定位，周星宏说，他更看重的是企业的生存状态，先存活下来，然后再寻求适合的定位。“所以，我们现在既有适合高端人士的老史设计工作室和刚刚开业的金鹰高端设计工作室，也有适合中端人士的大店精品工作室和江北设计工作室。”

周星宏说，亚光亚之前在做的事情是“插位”。“通过我们自身的努力，先进入南京家装第一阵营。无论从品牌知名度还是美誉度，在行业内，特别是消费者心中先取得一定的认

可度。”周星宏表示，这一点已经基本实现了。“从每个月400户左右的来访量以及我们成功举办的多场营销活动不难看出这一点。”

“接下来，在2009年，我们的目标是升位。”周星宏告诉记者，1月2日举办的“大宅设计研讨会”就是第一炮。结合这次活动中所进行的市场调研，以及开业以来的不断探索实践，到2009年年底的时候，亚光亚将明确其定位，并迈出更加坚定的步伐。



星火燎原

周星宏
36岁
亚光亚装饰南京分公司总经理



元月2日，亚光亚在玄武饭店举行的年会上，员工们用时装秀诠释家装文化

私密档案

问：你家的装修是哪家公司做的？

答：自己带装修队伍做的。

问：你家的装修大概花了多少钱？

答：80多平方米的房子，连家具一共花了10多万元。

问：你家的家装的整体风格是什么？

答：中式混搭简约。

问：你们家装修的四大主材分别是什么品牌的？

答：志邦橱柜、马可波罗瓷砖、圣象地板、TOTO洁具。

问：你最常逛的家居卖场是哪家？

答：宜家，在北京的时候就开始逛了。

问：你家中最贵的东西是什么？

答：女儿（笑），女儿是无价之宝。如果说具体的产品，应该算窗帘，花了五六千。

问：你们家最便宜的东西是什么？

答：卫生间的吸顶灯最便宜。

问：平时你在家的时间有多长？

答：一年10天。

问：近期有没有重新装修的打算？

答：近期才买了一套150平米左右的房子，三月开工装修。

相关链接

周星宏的家装之旅

说起周星宏与家装行业的结缘，要追溯到二十年前了。专业技术院校毕业之后，他曾经有一份非常稳定的工作，但是年轻人特有的激情让他舍弃了原本稳定的生活，踏入家装行业。从一名普通的工程技术人员到如今的总经理，周星宏的足迹遍布了北京、南京、无锡等地。“20多年了，该得的荣誉我都得过了，该犯的错误也差不多都犯了。该是整理一下得失，更进一步的时候了。”

查工地从不提前打招呼

作为专业工程技术人员出身的周星宏，每周总会抽出固定的时间对工地进行检查，但是并没有人确切地知

道他每次去工地的具体时间。因为他需要的是工地每一个真实展现的瞬间清晰地浮现在眼前。“如果我们只是为了检查工地而检查那是工作，但为了客户的质量而检查才是真正体现工程管理的核心”。这是周星宏经常对所有工程部门人员讲的工作重点，因此在不到一年的时间内，亚光亚已形成了一套独具特色的工地营销管理理念。

家庭是最强的精神支柱

周星宏说，他自认为在经营企业方面做得还不赖，但对于家庭，他却有太多愧疚。“就我父亲患病的时候，也都是爱人一边照顾孩



子，一边承担起照顾家庭的重担。”周星宏说，爱人的这些举动令他非常感动，也正是有了这样的精神支柱，才让他不论是风调雨顺还是崎岖坎坷，都没有放弃过奋斗。“家是这个世界上最的地方。能够带领我的员工为更多热爱生活追求生活的人士去装扮他们的家，我觉得是一件非常有意义的事情。”