

高端家装 新品牌自降身价亲民

香瑞装饰董事长张勇最近终于眉目舒展了,8月中旬开始,他调整了公司定位,从原来的豪宅、别墅户型开始向工薪阶层、经济型业主转变,很快,公司客访量和签单量都有了明显的提升,“业务感觉好了很多”。

在今年整体惨淡经济形势下,香瑞装饰不得不将战线拉长,从高端到低端,一应俱全,全线发力。

事实上,类似于香瑞装饰的长沙新兴装饰企业也不在少数。在淡市中,东典装饰、金葵花装饰、向美装饰等均不甘寂寞,开始在经营模式、内部整顿等方面进行调整,对别墅豪宅、中高端、经济型甚至“贷款装修”一族的消费群推出了多种对应产品。

■记者 白娜

不完全套餐为主流

从去年年底开始,张勇将老牌家装公司美又好装饰更名为香瑞装饰之后,专攻豪宅、大户型系列,并推出了当时颇为轰动的1234元/平方米的豪宅套餐。然而,大半年过去,高端市场份额并未想象中的那么灿烂,公司生意一直不温不火。

让张勇真正下定决心调整公司定位,源于门店交通的不通畅。“门口地铁修路,停车难,高端客户来一趟都很不方便。”香瑞装饰公司店面在五一广场附近,“很多客户反映交通不方便,不愿意过来。”

8月开始,公司决定将客户群向工薪阶层等经济型倾斜。“调整之后,8月份的公司客访量和签单量比上月翻了番”,张勇称,调整后的效果显而易见。

位于芙蓉广场东南角的东典装饰也处于相同的困境,从去年2月底新装开业之后,东典的中高端消费市场也一直比较乏力。同香瑞装饰一样,东典的调整更为直接,推出“菜单式整装”服务——一种不完全的套餐装修模式,以经济型业主为主要消费对象。

在东典斜对面,中天广场12楼的向美装饰,今年3月底开业后,凭借其精湛的粤派工艺,开始专注工装类项目。其总经理艾炜锋称,做高端家装项目,前期培育很困难,倒是酒店、茶楼、会所等工装类项目很多,而且动辄五六十万,比长久积淀获得一个中高端客户来得容易。因此,他开始慢慢向工装类业务倾斜。

与纯粹经济型套餐不同的是,这些高端家装公司推出的新产品似乎有点“犹抱琵琶半遮面”,——不完全套餐、阶梯式套餐、模块家居等。

不放弃原有高端定位

“应该还是会继续做家装,但可能不再局限于纯高端领域。”艾炜锋称,公司9月份将推出一个类似于套餐的产品,将分五六个板块分项计价,从最基础的建安装修到配家具、主材等功能性配置,以及全房舒适性配置,价位将分阶梯,一层层加价。

“具体价格还未定,但会尽可能考虑业主的承受范围。”在艾炜锋看来,如果降低定位,比营销、服务、价格,自身都没有优势。还是会尽可能的坚持高端工装,以弥补家装现在的短时缺口。

“坚持做高端的确风险很大,尤其是对于一个新公司而言。”今年4月,来自深圳的金葵花装饰在伍家岭布点之后,数月以来,一直处于微盈利或亏损之中。

金葵花装饰总经理李德峰称,高端品牌需要一定的市场培育期,尤其是一个新的高端品牌,更要花费多倍的精神、财力维护高端形象。

事实上,高端品牌家装企业自降身价,价格跳水满足经济型客户,无疑是向市场妥协的反应。有业内人士称,高端品牌企业本身工艺、设计、材料、服务颇具优势,如果他们自降价格,将无疑是用更少的钱,把更好的家装服务提供给了消费者,对于消费者而言,显然受益。

但高端家装企业本身利润点将被稀释严重,对此,东典装饰王惠斌称,“今年这种严峻形势,显然,保命最重要。”不管利润点如何,市场量毕竟起来了,公司市场份额也在扩大,比偏执的固守一隅要强。



家具中国造 本土更实在

井湾子家居广场

中部地区最大规模家具团购会

9月10日 11日井湾子家居ING

活动一
本土更实在
全场家具商场
直返现金**2%**

活动范围 | 井湾子国际家居MALL、井湾子平价家居批发中心
活动时间 | 井湾子国际家居MALL四楼收银台

活动二
团购 厂家商家齐动员
家具低至**1折**

井湾子国际家居MALL、井湾子平价家居批发中心、井湾子国际办公家具城、长沙中街三大卖场数万款家具全部参与团购活动,品牌价格一律1折

活动四
10000000 现金钜献
底价风暴 high 到底

活动范围 | 井湾子国际家居MALL、井湾子平价家居批发中心
团购地点 | 国际家居MALL负一楼收银台

活动三
超值团购**1元**限时抢
看得见的**实惠**

抢购时间 | 2011年9月10日、11日每天14:30-17:30
抢购地点 | 井湾子国际家居MALL负一层中厅



活动五
团购ING
感恩回馈**买就送**

活动范围 | 井湾子国际家居MALL、井湾子平价家居批发中心
领取地点 | 井湾子国际家居MALL四楼中厅南翼

活动六
一辈子 全市最低价的承诺: 差价**3倍**还

井湾子家居广场携手商家向社会承诺: 所售商品在同类商品、同规格、同质量、同时期情况下为全市最低价格

