

# 家装市场全面复苏

## 上半年房地产市场转暖,装饰公司签单量猛增



一反去年的惨淡行情,上半年长沙大部分家装公司过得很滋润

■记者 熊键桓

4月28日,对于长沙鸿扬装饰公司来说意义非凡,这一天不单是鸿扬预制家卖场新装开业,更是其主打产品全房木制品强力推出上市的好日子。鸿扬装饰总经理陈军建表示:“4月底推出全房木制品以后,我们5月份业绩出乎意料的好,上门咨询的业主就达到了500户,单月成交额达到了1000万以上。”

单月业绩达千万以上,这也许也是去年想象不到的数字,而记者也走访了多个家装企业,得知长沙大多数家装公司在上半年都过得相当滋润。难道说,长沙家装行业已经走过了“冬天”?

### 刚性消费爆发

由于金融危机的影响,年前积累下来的刚性需求加上春季待装户集中催热市场,家装市场出现了显著的阶段性回暖态势,这抹暖意着实让不

少家装企业的负责人松了口气。

“虽然去年年底市场低迷,但是要买房、要装修大有人在,从而就聚集了一股强大的消费能量。”广东华浔品味(湖南)装饰设计工程有限公司总经理徐仕林表示,由于长沙房地产近几年快速发展,长沙家装市场的刚性需求巨大他预计,今年长沙可能会消化掉15万套住房,如果装修预算按6万/套计算,那么市场销售总量将接近一百亿元。

### 中小户型装修占主导

苹果装饰董事长张福军表示:“上半年我们的业务都围绕着‘标准化工程’进行,客户以中高端消费人群为主,并没有感到特别大的市场压力,6月份的销售业绩更是达到了700万以上。”无独有偶,广东星艺长沙公司总经理张伟也颇为含蓄地表示,“上半年我们的市场业绩还算一般,30%的增长率肯定还是有的。”

对于大多数家装公司来说,小

户型消费市场仍占主导。品良装饰总经理周锡洪表示,由于年后楼市升温,囤积的房源陆续释放,到目前为止,今年的签单量与去年同期相比提高了许多,客户以中户型的新房装修为主,每单的价值平均在5万至7万之间。“去年大家都看淡市场,结果却出人意料,公司业绩都有所增长,但是我们仍要保持警惕,集中精力做自己的强项,把中小户型市场牢牢的抓在自己手上。”

世外桃源装饰总经理李强表示:“上半年虽然活动不多,但是我们每个活动都在向消费者传递信心,加强品牌建设和推广,结果出人意料,比如:我们推出的全包套餐一场活动下来就签了上百个单,都是以80平方米至100平方米的中小户型为主。”

### 优惠力度加大

进入三四月后,家居展会也渐渐多了起来,家装公司借着暖风频推各项活动,除设计、管理费减免等传统活动以外还通过送材料来实现捆绑销售,即送建材礼包或建材抵用券……家装公司这些活动新招确实吸引了不少人气,为家装市场注入了一股活力。同时多业态、多品牌联盟,在很大程度上成全了消费者“一站式装修”的愿望。

此外,不少企业纷纷在装修服务项目、经营策略等方面进行调整,通过进驻小区,与房产商互动、样板房设计等方式拓宽营销策略。品牌家装企业这种自觉自愿的服务,在一定程度上带动了市场,颇受消费者的青睐。

业内人士表示,上半年装修应是最佳时机,然而整个家装市场升温将继续推高价格,现在出手也不吃亏。

□记者观察

### 家装公司别吃太撑了

虽然上半年市场的水涨船高,但本报已接到的关于装修质量的投诉也逐级递增,装修质量问题频现成为了繁荣背后的另一大隐忧。

为什么会出现这样的情况?最近两年,面对着市场机遇,不少家装公司逐渐壮大,从名不见经传到小有气候,“然而一些公司的装修品质却并没有得到根本的提升,公司少有俄

死的,倒是撑死的,接那么多单能消化吗?”长沙市装饰装修行业协会副会长兼秘书长李龙道出了当下部分家装公司面临的微妙困境,“消化不了怎么办?肯定就是设计师跟不上,工程队疲于奔命,服务不到位,工程质量也容易出现问題,自然投诉就多了,因此大家选家装公司的时候还是要看品牌,这样才能有保证。”

真正的品牌家装企业不会光看业绩,多年来的市场经验早已让他们学会了“量力而行”,一方面,这些品牌公司都有多年的品牌和信誉保

证,另一方面,这些公司的人力储备都比较扎实,装修也有自己一整套的规范流程。鸿扬装饰总经理陈军建介绍,“比如我们的‘全家装服务’体系,它包括:‘全房设计’、‘全程材料服务’、‘全线工人调度’,确保家装的每一个环节都能规范地完成。这些东西看起来很虚,但真正装修过的业主都会体会到其作用。”

而对于盲目争抢市场的某些家装公司而言,如何提高品质以承载高产值的运转,看来已是当务之急。

■记者 熊键桓

## 预测 上半年买房拉动下半年装修

上半年各家装饰公司业绩普遍飘红,也给了大多数家装企业的负责人带来不少信心。

广东星艺长沙公司设计总监何卢峰认为,上半年多数消化的还是去年买房的人群,而在今年上半年买房的消费者多数都将在下半年完

成装修。

“因为上半年的交房数量很多,而且传统装修的思想就是装修完新房好过年,所以下半年的销售情况会更好。”何卢峰表示。

然而也有人担心市场的高开低走,按照以往规律,进入7月份之

后,家装市场又将进入传统淡季,各家装饰公司的活动都在短暂的调整,谁也不敢保证下半年市场能持续走俏。

一业内人士表示,在上半年家装刚性需求的巨量释放以后,可能造成下半年市场的“无米下锅”。

## 应对 内部调整加上营销推广

家装企业还需要根据实际情况每时每刻地进行内部调整,经营思路的改变,以迎接变幻莫测的市场走向。长沙家装巨头鸿扬装饰总经理陈军建表示:“我们会坚持以市场需求为核心,勤练内家功,提升产品质量和设计水平,对外打造好形象、树立良好的口碑,这年头只有内外兼修才能做市场的强者。”

广东星艺长沙公司总经理张伟表示:近期加大了对设计师、管理人员尤其是客户经理的培训力度,以前我们每个工地售前、售中、售后都

有两个客户经理在服务,而现在我们把人员增加到四个,为的是让每个业主感受到星艺五星级酒店式的服务管理。

天玺装饰董事长张福表示,在服务方面,家装公司也更侧重于提供更高性价比的产品和服务,并不断加强对中端客户的接洽和回访服务。“现在的消费者日趋理性,因此装饰公司只有提升产品品质、完善服务体系,做到产品质量过硬和服务精细化,勤练内功才能获得更多的市场机会。”

进入8月,一些家装公司便开始了行动。据了解,8月8日至16日,鸿扬装饰为庆祝其所在地预制家成立2周年,将向广大消费者推出价值约12万家装产品回馈,其中最高奖品为8888元的橱柜一套。

此外,天玺装饰也将推出“全房纯实木定制家鉴赏会”,期间天玺将征集50套样板房,参与业主还可享受名宅大师会所个性化创意设计,并赠送平面方案、估算表、效果图1张,现场全房纯实木定制家产品九折优惠。