京派家居 之 业之峰装饰

差异定位赢来企业竞争力

“2001年来到河南，业之峰实行的策略是大鱼吃小鱼，为的就是快速抢占市场。”在未来大厦17层刚一落座，北京业之峰装饰有限公司郑州分公司总经理肖峰快人快语，“中原是商家必争之地，任何一个大型家装公司都不会忽视这个近1亿人的庞大市场。”

晚报记者 马晓鹏 李晶

企业掌门人之

北京业之峰装饰有限公司郑州分公司总经理肖峰

“随着行业大‘洗牌’时代的来临，我们有攀登到金字塔顶端的可能。”

装修行业年产值6000亿
京派家装占市场份额超过60%

“中国家装行业市场年产值6000亿元，递增率是15%，可以看出，行业市场非常庞大。”肖峰分析说，“但是，目前中国还没有出现过一个产值超过8亿元的家装企业，因为缺乏新的思路、标准及理论支撑，很多家装公司都出现了发展中的瓶颈问题。另外，该行业分散度大，每家企业的市场占有率以千分比来计，可见发展空间还很大。”

“就家装行业来看，流派很多。具有全国发展品牌的京派家装更多地引领着行业发展，其市场份额与海派相比已经超过整个市场的60%。”肖峰介绍说，海派运作严谨，整体设计紧凑，使居室装饰既经济实用又舒适美观，符合现代生活的设计要求风格。京派设计醇厚大气，工程质量良好、管理服务规范，目前在全国比较流行。最主要的一点是京派模式能甩开主材，轻装上阵。因为刚开始在外地拓展疆土的时候，不用置办大量的展厅，投入少、见效快。因此，京派能迅速打开全国市场。

明年家装洗牌激烈
业之峰以突出服务和发展系统集成打出组合拳

“在2009年中期以前，大的行业洗牌就会完成。”肖峰对行业出现的“洗牌”前景有自己的看法。“到时，在郑州将会出现1~2家纯高端企业，10~20家中高端企业，以及大批的中低端企业，而明年会是洗牌最惨烈的时期。”

“在逆境中不断创新、差异定位、形成了企业的核心竞争力……”肖峰信心十足，“企业的核心竞争力很关键，要以突出服务和发展系统集成打出组合拳。”

肖峰说，人们生活基本需求满足后，开始追求更高的文化需求。一些大型家装企业开始加强自身内在文化建设，以独特的文化理念、文化气氛来感染消费者。他们不断通过独特的文化视觉及理念，帮助每一个人从单纯的爱家到真正实现自己“持家”的愿望。京派代表业之峰提出的“完整家居”模式就是典范。