

□晚报记者 唐莉 周强

“从整体来看,郑州家装市场的发展前景比较好,以郑州为辐射点,以后实创装饰还将逐渐向西安、太原等地发展,郑州是实创装饰将来发展的一个重要的里程碑。”实创装饰郑州分公司总经理王传刚表示。



整合家居的中原梦想

九月份进驻郑州,两周前四店同开,投资三千多万

投资 3000 多万,四店同开

实创装饰 9 月份进驻郑州,一举拿下 4 家店,投资 3000 多万,实创装饰的大手笔挥金力度引起业界人士的高度关注。

郑州究竟有何魅力能让实创装饰如此厚爱?实创装饰总经理王传刚表示:“近两年,郑州房地产市场发展如火如荼,房地产市场

的发展有力地推动了家装市场,而且,郑州是中原城市,交通网络比较成熟,将来辐射的力度空间比较大,众多的人口优势也大大增添了市场的需求。”

从 9 月份试营业到现在,实创装饰无论是在接单、交定金,还是在家装咨询方面都取得了不小的

成就,“现在公司刚开业不久,有不少让利于客户的优惠活动和大型公益家装讲座,吸引了不少消费者,高品质的服务与良好的市场信誉让不少消费者当场就签单交定金,市场的反应程度已经大大超过我们的预期。”王传刚兴奋地说。

梯级消费,满足不同消费层

当谈到实创装饰未来的发展思路时,王传刚平静地说:“现在有一部正在热播的电视剧,叫‘将装修进行到底’,它是以实创装饰为拍摄背景的,实创的发展也将以这个热播剧的名字一样。”王传刚介绍说,希望不久后,将家居做成卖场,把所有的家居产品全部展现,把家装所有的服务过

程整合在一起,形成一条完整的线,让消费者从开始省心省力到最后。

实创装饰在郑州已拥有大规模的材料展厅基地,众多家居产品齐聚一堂,方便消费者选择适合自己的家装产品。实创装饰将装修后的免费服务保修期延长至 5 年,最大程度地让利于消费者。目前,实创装

饰的主推套餐是“288 套餐”,主要是针对工薪阶层,以后还将逐步向市场推进“588 套餐、888 套餐”以满足不同阶层消费者的需求。对于郑州家装市场的前景,王传刚认为,前途是美好的,过程是曲折的。郑州家装市场的发展前景比较大,但需要各家装饰公司的共同努力。

异域品牌

北京实创装饰

异域品牌

北京元洲装饰

已获『中国品牌 500 强』,品牌价值评估达 13.68 亿

成熟品牌的中原攻略

□晚报记者 唐莉 周强

成立于 1997 年的北京元洲装饰,在其 10 周年之际快速进驻中原,在郑州安家落户。“郑州是元洲装饰的第 8 家分公司,将于 11 月初正式开业,明年元洲在全国要开到 15 家。”元洲装饰郑州分公司总经理孟伟表示。

品牌价值优势是关键

“公司发展的方向是由北向南逐步推进,北方地区如青岛、沈阳、天津、石家庄已有分店,中原地区首选当然就是郑州。”孟伟告诉记者,郑州本身就是一个商城,而且这两年随着经济的不断发展,市民的消费能力、消费观念在原有基础上也得到了很大的提升,对装修的认识也达到了一定的层次,市场需求不断增加,可发展的空间比较大。在谈到郑州家装市场的前景时孟伟说:“如今已有越来越多的家装公司瞄准郑州这个市场,蛋糕越分越小,竞争也将会越来越激烈。”

然而,竞争虽然越来越残酷,元洲却以其独特的优势在郑州市场上独占一席之地。首先,北京元洲装饰拥有很好的品牌价值,经过 10 年稳步发展,北京元洲装饰现在已成为集家居设计服务、工程设计服务、家居体验式卖场、家居产品生产等于一体的集团化家居装饰企业。近期,元洲装饰荣获由三大国际品牌认证机构评估的“中国品牌 500 强”,品牌价值评估达 13.68 亿。目前,元洲郑州分公司处于试营业阶段,前来咨询的客户已是络绎不绝。

深层发展核心是服务

对于家装市场的未来发展方向,孟伟认为,随着家装市场不断完善成熟,家装市场的发展应注重发展的深度,挖掘发展的深层涵义。“北京元洲装饰,一直坚持以创新发展为动力,不断开创多项行业领先的家居家装经营模式,由最初的普通家装到提倡家居文化,再到现在深层次的发展,也就是坚持人居环境的装饰理念,这就应该是市场的发展方向,也就是说,发展不仅要广,深度也要不断提升,使其有一种精神在里面,而这种精神的核心应该是服务广大消费者。”

供一站式服务,家装过程中的所有问题消费者只需与元洲接触,避免消费者今天找东家明天还要找西家的状况,让消费者省心省力。2007 年 6 月,“智上·名筑亚奥设计馆”正式成立,标志着元洲“高端家居设计工作室+体验式卖场”模式的建成。孟伟坦言:“未来的发展应该在此基础上,想在客户前面,把怎样服务好客户的理念化成一种精神一种文化注入发展的过程,使发展变得有深度。从目前的状况来看,整个市场较以前小作坊式的发展已经有了很大的飞跃,未来的发展还需整个家装市场一起努力。”

现在元洲一直在提倡集成家居,也就是给消费者提

