

在人们的心目中,春是生机,万物复苏;春是温暖,鸟语花香。刚刚走过春节长假的中原家居行业,也盼望着明媚春日的到来……然而,“春捂秋冻”,之所以要捂,就是为了避免倒春寒来袭,这几天,郑州气温骤降,中原家居行业的现状是否和这天气有着相似之处呢?

晚报记者 熊维维



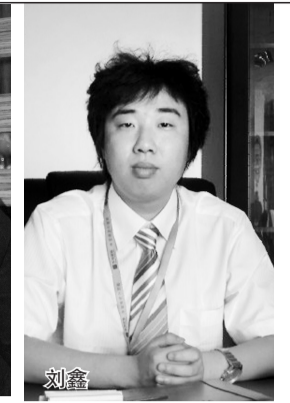
王健



蒋维刚



孙普



刘鑫

春节后中原“居市”气候观察

是春寒来袭还是艳阳高照

郑州辐射范围广,市场很乐观

红星美凯龙郑州商场总经理 蒋维刚

观察情况:晴天



从春节长假之后这几天的情况,结合今年较往年反常的天气及长假对家居行业的冲击来看,红星美凯龙郑州家居馆、建材馆销售情况还是相当不错的,客流量也相当之多,每天来商场的顾客高峰值能达到近5000人,最少的时候也在1000多人。根据红星美凯龙对整个市场的调研情况来看,当下整个中原家居行业正在迅速摆脱严冬及长假带来的消极影响,正在大步走出蛰伏期,与春天同步走向一个光明繁荣的前景。所以,这开春之时的倒春寒对家居行业应该影响不大,毕竟从上游房产来看,交房小区正在迅猛增多,而诸多的购房者都将在这个春天进入装修置业的行列。

同时,今年的家居市场还会延续2009年的趋势,稳中有升,供需高峰将会在2010年上半年的某个时候出现。大家都知道,去年的中国楼市让世界上的很多经济学家大跌眼镜,它作为家居行业的上游产业,虽然在2008年底2009年初遭遇了一次寒潮袭击,但2009年全年,郑州房产销售火爆,而且是异常的火爆,堪称“盛夏”般炙热。众所周知,房产的走势对家居市场影响是巨大的,2009年购房的消费者将在2010年、2011年陆续进入收房装修的阶段,这将给家居市场提供极大的利好。至于整个市场的需求量,哪怕以2009年递增20%的比率来计算,郑州总的市场需求量也将在700亿左右。郑州的情况比较特殊,因为它的市场辐射范围是相当广阔的,它会吸引众多的周边地市的消费者前来消费,从红星美凯龙自身的统计情况来看,外地消费者的量也要占到至少20%。所以,2010年的中原家居市场情况还是很乐观的。

春天是播种希望的季节,许多购房者也准备在这样的季节里选择自己所喜欢的房子,而有了新房的业主,又希望将新家装修好,所以,天气还没完全暖和起来,但市场已经放晴了。



增加市场满意度,释放更多需求

河南超凡装饰董事长 王健

观察情况:多云转晴

新的一年,新的开始。包括超凡装饰公司,郑州市场上主要品牌家装企业都铆足了劲准备在开春大干一番,为2010年奠定良好开局。在刚刚过去的一周,尽管天气有些寒冷,但晚报举办的2010首届中原家居精品展和超凡装饰举办的新春第一展,都取得了不俗的业绩,这给虎年中原家居行业带来了好的势头。

在过去的两年时间里,家装市场笼罩在金融危机之下,消费者的家居消费阴晴不定,家居消费需求大多被压抑,在2010年,这部分需求会被彻底释放出来,预计2010年,整个中原家装市

场消费需求会比2009年增加一倍以上。

近年来,消费者对于装修的需求日益趋向理性化,而中原家居行业的变化主要有两点:其一,正规家装市场、家居商场、大型超市正成为家居行业的主力军,而传统的市场也开始创新营销模式,家装游击队将越来越被消费者排斥;其二,竞争形势在变化,可以说竞争在加剧,市场洗牌在加快速度,运营管理模式、服务理念、发展态势等都在发生急剧的变化。

2010年,超凡装饰会在高、中、低端三个领域全面发力,占领更大市场份额。同时超凡装

饰会在定位、管理、营销、工程、设计、材料、服务等十大领域全面创新,力争让超凡装饰的综合实力再上一个台阶。超凡装饰作为有了15年发展历史的本土品牌,务实的形象有利于培养客户对超凡品牌的信赖度。本土企业先天的优势,相对外来公司而言,有利于增加同客户的亲和力,有利于增强设计师谈单的成功性。

2010年超凡装饰的目标是要让更多的消费者满意,让所有超凡人满意。相信在所有家居从业者的努力下,中原家居行业的春天会很快显现。



市场检验后,竞争格局更加规范

上海美巢装饰总经理 孙普

观察情况:晴天

经过去年一年的市场检验,目前家装公司已经形成了品牌化、规模化的运营模式,针对高中低不同档次的消费者有了对接的家装公司,这样不仅规范了家装市场的竞争格局,也为消费者明白消费、合理消费提供了便利。

从目前的市场情况来看,2009年底交房小区较为集中,而且去年的房价整体出现了大幅提升,因此今年装修市场的蛋糕还是非常丰富的,但是消费者的消费理念却更加理性,对于家装公司的品牌认知度大大提升,这对于部分中小家装公司来说,竞争会更加残酷,可能会导致部分企业在市场竞争中被淘汰。

而中原消费者的装修喜好在近年来也发生了转变,从最开始的一味模仿欧式风格的装修与炫富式消费,到现在更注重个性的体现和私密式的享受,客户的消费理念实现了巨大的转变,消费者更注重材料的环保性和施工工艺的安全性,之前会选择“游击队”,认为价格低廉,但是现在的消费者80%以上会选择品牌公司,认为这样能保证装修质量。

针对消费者的春季装修需求,美巢将在

下周由聆海高端设计中心发起,发布2010年的家居流行趋势,届时将有来自意大利、美国、韩国的设计师共同出席,解密2010年的国际家居流行趋势。同时,美巢还将全面铺开全国战略的布局,在上海聆海的总部之外,在国内一线和二线城市还将开设分公司,同时全面引进意大利的高端设计师和建材产品,为高端客户打造独一无二的私享产品。

新的一年,美巢将苦练内功,内炼团队,外塑形象,全面实现“客户导向”的战略,实现美巢新的发展。



装修需求多,服务也要更加到位

北京实创装饰郑州分公司总经理 刘鑫

观察情况:多云转晴

家居行业是楼市的下游产业,楼市的火爆必然会带动家居行业的火爆,去年楼市的强烈反弹为今年家居行业的发展提供了坚实的基础。对于家居行业来说,春天是一年当中最好的装修季,虽然近期天气比较冷,但是并不改变市场的整体需求。家居市场的刚性需求以及到位的家装服务,让我们对今年的中原家居行业充满信心。

随着经济的发展,以及人们生活水平的提高。消费者对于任何一个产品的消费,都

不仅仅停留在产品外在的使用功能上,除了装修的实用方面,现在他们更关注的是装修的环保以及实用性。这就要求家居品牌必须给消费者提供更加科学以及人性化的服务。

现在,北京实创装饰正在做的是联合苏宁电器推出“59900,精装家具家电全拥有”套餐,该套餐包括实创装饰原有的精装套餐,同时又推出了实创家具套餐,以及苏宁电器套餐,使得消费者在装修过程中能省时省心省

力,更重要的是更加省钱,该套餐特别适合现在快节奏的生活。实创装饰将运用品牌整合能力,使得客户60天就能轻松拎包入住。

在公司下一阶段战略中,与招商银行和苏宁电器的新合作方式马上将推广,尤其是在与苏宁电器的合作中,共同推出了郑州家装市场新作“59900,精装家具家电全拥有”套餐,此套餐结合了实创装饰原有的精装套餐模式,甄选优质的家具产品,吸收苏宁电器家电套餐,使之成为一个全新的超级套餐。

2010首届中原家居精品展元宵节收官



元宵节期间,由本报举办的2010首届中原家居精品展在农业路与花园路交叉口大商新玛特广场举行,上海美巢装饰、河南大地装饰、东易日盛装饰、美颂雅庭装饰、北京元洲装饰、北京龙发装饰、北京实创装饰、装点未来装饰、天津鹏发装饰等品牌本年度首次集中亮相,联手打造虎年旺市。由于此次展会于元宵节期间举行,不少消费者在逛商场、看花灯的同时,轻松搞定了新家装修问题。

在活动现场,一些参展品牌商家在接受记者采访时表示,通过参展,他们扩大了公司的品牌推广度,拉近了品牌与消费者之间的距离,深入了解消费者的需求,生产经营更贴近消费者的需要,同时也让消费者更多地了解企业、支持企业的发展,在展会上做出了更多给百姓实惠的销售活动。

晚报记者 熊维维/文 赵楠/图

