



天津鹏发装饰集团郑州分公司总经理 陈庆华

俗话说“谁把握住机遇,谁就成为市场的佼佼者”。这句话用在鹏发装饰身上再合适不过了。作为国内家装业的知名品牌,2008年鹏发装饰进入郑州,6年以来,通过高质量高品质的服务使品牌形象深入人心,并在激烈的竞争中赢得市场的一席之地。面对形势复杂多变的2013年,鹏发继续走在改革的道路上,用天津鹏发装饰集团郑州分公司总经理陈庆华的话来说,未来的鹏发将突破传统家装套餐模式,加入消费者个性思维,提供高品质服务。

记者 谢宽

“模块”化个性定制倡导者

访天津鹏发装饰集团郑州分公司总经理陈庆华

行业竞争激烈 价格战此起彼伏

从去年起,在国家政策调控下,家装行业作为楼市的下游产业也受到了不小的冲击。资料显示,2012年整体家装行业,一线城市很多公司的整体业绩较往年下降了50%。在郑州,各大装饰企业的准客户数量也在不断减少,业绩总量较去年同期有较大幅度的“缩水”。在此背景下,整体行业价格战此起彼伏,“打折”、“优惠”、“降价”等口号成为家装行业热门词汇,打折之风愈刮愈

烈,一时硝烟四起。“随着折扣越降越低,消费者对行业的信任度随之逼近冰点。”天津鹏发装饰集团郑州分公司总经理陈庆华认为,“价格是把双刃剑,它并不是主要的竞争手段,不能构成企业核心竞争力,更不能当作一劳永逸的救命稻草。无限制的价格乱战诱生出一系列消极因素,消费者权益受侵害的事件也是屡有发生。如果长期陷入以上价格怪圈而

无法自拔,最终结果将是潜在消费群的大量流失,家装行业整体水平的停滞不前。在家装行业原本蓬勃发展的道路上,价格乱战带来一股抹不去的阴影。”在他看来,面对更加理性的消费者和更加成熟的市场,家装行业因“市”而“变”已经刻不容缓。但无论怎么变,都离不开企业自身内力的提高,只有扎实练好内功,才能做大做强。

【家装新理念】

鹏发改变传统的套餐模式,推出个性模块服务,所谓模块式,就是说以房间为单位,消费者可以自己做主,参与到装修选材之中,体现了消费者的个性定制

个性模块订制 明明白白消费

“经过近两年的反思和调整,郑州家装业的竞争已演变成企业智慧和实力的角力。”在陈庆华看来,家装业态行业的竞争已经升级,新的发展机遇也已到来。他的意思很明白,2013年鹏发将继续走上改革的道路,转变传统的经营思路,带来全新的服务理念,为消费者奉上实实在在的“消费”。今年,鹏发郑州分公司将有四大全面升级。“首先是店面升级改造,郑州第一家大店诞生,集装饰、装修、板材、瓷砖为一体的综合实体店,为消费者提供一站式服务;其次是模式升级,今年鹏发改变传统的套

餐模式,推出个性模块服务,所谓模块式,就是说以房间为单位,消费者可以自己做主,参与到装修选材之中,体现了消费者的个性定制;之后是双品牌的发力,今年鹏发注册了高端设计机构品牌“原墅”的商标,它的诞生将定位于高端消费者,所有的原材料及工艺将全面升级,提供最具档次的服务。”除此之外,鹏发将针对工薪阶层以及上班没有时间的消费者提供服务升级,以消费者需求为出发点,严格按照预算施工,并根据消费者房屋净面积计算价格,让消费者感到明明白白的消费。



PENGFA®
鹏发装饰
PENGFA DECORATION

原墅国际 模块家居 IDH精工装 鹏派木业 建材贸易 家乐丽家具



装修就选天津鹏发 倍好!
全国热线: 400 654 3211

鹏发装饰家装团购抢订“惠”

国际家居体验馆

即将隆重开启

蓄势待发

亲临现场好礼送不停!!!

订金礼:

- 凭报纸广告进店即可获赠小礼品
- 交工程订金1000元赠送电烤箱一台
- 交工程订金2000元赠送平板电脑一台

四大质量保障系统

工艺质量保障系统 · 材料质量保障系统 · 环境质量保障系统 · 管理质量保障系统