

当装修进入“套餐时代” 省钱、省时、省力，必须必！

省钱、省时、省力 “套餐式装修” 大放异彩

说起套餐式装修，大家并不陌生。从其诞生以来，一直被有装修需求的市民品头论足。“性价比高不高？”“用的材料是不是最低的？”“工程质量能否保证？”等诸多疑问成为大家最关心的话题。

上周末，由郑州晚报社主办的第二十四届住交会暨精品家装展在省人民会堂广场举办，从参展家装公司展台前咨询市民的数量看，今春第一波装修热潮已经来临。

“晚报举办的展会规模大，档次高，而且价格也实惠。”市民耿女士早早便来到展会现场，她对香港香江装饰推出的“499元全有精装”产生了浓厚的兴趣。

“真是省钱装修看晚报。”市民全先生说，看到报纸上刊登精品家装展的消息后，他就和家人合计趁着展会期间装饰公司搞促销，把刚拿到钥匙的新房好好装修一下。

全先生的装修全单签在了参展的新洲装饰公司。据他讲，本次展会，新洲装饰推出的套内净面积计价优惠30%成为其签单的主因。“本来套餐价格就不贵，再加上30%的优惠幅度，核算下来，省了真不少。”

说起家装公司，大家免不了会有价格虚高的印象，但自从家装公司推出的套餐式装修业务以来，仿佛一改往日“作风”，尤其是折合每平方米300元~600元的单价，引起不少有装修需求市民的关注。

上周末，由郑州晚报社主办的第二十四届住交会暨精品家装展在省人民会堂广场举办。三天的展会，共吸引数万人次到场观展。其间，凭借诱人的价格、合理的主材配置以及动心的豪华大礼，“套餐式装修”大放异彩。

记者 白贺/文 慎重/图



“套餐式装修”关注度极高

迎合大众需求 亲民营销 市场前景乐观

悉悉本届精品家装展的营销策略，超凡装饰“5万元精装110平方米”，香江装饰“499元全有家装”，新洲装饰“278元、378元”……几乎全部参展装饰公司都推出了内容不尽相同的套餐价。

“对于家装公司来讲，套餐式装修可能会缩减利润空间，却能为他们笼络到一大批忠实客源。此外，为了扭转市民‘装修偏爱马路游击队’的错误理念，套餐式装修还能从最根本的价格层面挤压‘马路游击队’的生存空间，从家居行业良性发展看，绝对是起到了功不可没的作用。”香江集团董事长张翼飞分析。

纵观家装市场，从前几年的顶级、私密、高端策略逐渐转变为亲民、低价，家装公司经历了市场的考验与筛选。

“绝大多数家装公司找准市场定位，以装修刚需群体为主要受众展开有效营销策略，赢得市场的同时，更加赢得了大众的口碑。”业内人士坦言，虽不是新兴产物，但套餐式装修从市民需求入手，迎合诉求，迅速成为当下家装公司主营业务，市场前景乐观。

永不消失的3·15



家居监督热线 67655013

如果您在装修过程中遇到了“麻烦事”，可以通过以下方式告诉我们！

维权热线：67655013

13523088099

邮寄地址：郑州市陇海西路80号郑州晚报经营中心“第一家居”收

邮政编码：450006

自从本报“第一家居”公布3·15投诉热线后，不少市民纷纷来电诉说装修过程中遇到的烦心事。

不少“棘手”的投诉我们都第一时间与商家取得联系，沟通后，大家都认为晚报“第一家居”的投诉热线实用，帮助消费者解决了不少问题。

同时，市场上一些不良商家也被公布于众，建材以次充好，装修过程中偷工减料，普通家具傍上名牌销售等欺招数无处遁形。

3·15虽然已经过去，但作为中原地区主流媒体，舆论监督的责任丝毫不能懈怠。接下来，我们还将以第三方的身份与您共同维权。

春回大地 置家走起 欧凯龙“地板·厨卫节” 再现风云“惠”



欧凯龙举办的主题营销活动总能聚集非常高的人气。

据悉，欧凯龙“建材风云惠之地板·厨卫节”将于3月30日正式亮相，活动持续到4月7日。如此长时间的优惠活动，将给予消费者充足的选购时间，挑选心仪的建材产品。

据了解，自去年进军建材市场以来，欧凯龙凭借良好的品牌形象、过硬的产品质量、完善的售后服务等获得了更多中原消费者的支持和厚爱。适逢春季家装旺季，欧凯龙在3月16日至18日“河南首届建材家具节”带给消费者难得一见的巨惠之后，再次重磅出手，在欧凯龙东区旗舰店、中原路店隆重举行“地板·厨卫节”优惠活动，感恩回报消费者。

据了解，欧凯龙本次活动从3月30日开始，直到4月7日才结束，活动优惠力度不容小觑。

借刚刚结束的“河南首届建材家具节”的“东风”，欧凯龙与一线地板·厨卫品牌协商沟通后，再次联合推出万款超低特价产品，倾情放送全城。

值得一提的是，欧凯龙“抓金币”优惠活动也再次亮相。据了解，很多消费者对欧凯龙“3·15活动”中的“抓金币”活动非常追捧。那么，没有过瘾和没有参与的消费者，这次就有机会一圆“抓金梦”了。

活动期间，消费者在欧凯龙商场合同额满3000元，交足30%定金即可参加抓金一次，满6000元抓两次，以此类推，上不封顶。

另外值得一提的是，欧凯龙还推出了“10元办卡百倍翻，最高可当3000元，再送精美礼品”的震撼优惠活动。据了解，从现在开始到4月7日，消费者至欧凯龙东区旗舰店、中原路店交10元钱即可办理增值卡一张，商场还送精美礼品一份。活动期间消费者凭借此卡买建材产品即可翻倍花。看来，到欧凯龙买建材产品的消费者又有“福”了！

记者 白贺 李红卫

引领家装业集团化运营新潮流 访香江集团董事长张翼飞



香江集团董事长张翼飞

“简单、快乐装修”受热捧

第一家居：大家一直认为，装修是件费心、费神、费钱的事，香江装饰推出的“简单、快乐装修”理念恰恰与传统观念相悖，请问在市场端，香江装饰贯彻、落实这一理念时都遇到了哪些阻力？

张翼飞：阻力有，但没有想象的那么多。传统家装最大的诟病就是价格。大家总是认为找家装公司花钱多，比起“马路游击队”性价比低。对此，以香江装饰为代表的主流家装公司一直

集团化运营优势凸显

第一家居：作为掌舵人，对于香江装饰的未来发展有什么规划？另外，个人有什么梦想？

张翼飞：在装饰界，其实我并不占优势，我是做销售出身，不像其他大部分装饰公司总经理是设计出身或做工程的出身，对装饰公司的经营模式、设计风格等都非常了解。但我觉得我也有我的优势，比如有新锐的营销理念，香江现在将香港的特色与装修风格融合在一起，并把香港文化融入其中，形成一种完整的家居概念。

说到个人梦想，是与企业的发展密不可分的，换句话说，我自己的梦想就是香江装饰的梦想。

熟悉的朋友都知道，“香江”品牌目前正在集团化运营，除了装饰外，

致力于改变这一传统观念。

自从香江装饰推出“499元全有家装”以来，市民认可度极高。首先，“套餐”内容丰富，仅基础装修就有近百项之多。其次，主材全部为知名一线品牌，质量和品质绝对保证。另外，部分家电甚至也包含在套餐内。总体说，“499元全有家装”对于消费者正是将复杂的事情简单化，闹心的情绪快乐化。

材、家具、商贸、投资等业务都在同步推进。

拿目前主推的“499元全有家装”为例，正是集团化运营的成果。套餐内不少主材我们都是总代理，家电我们也是集团采购，价格优势显现无遗。此外，“香江”还涉及了家具生产领域，从出厂到客户，中间省去了不少繁琐环节。

其实，强大的资源整合能力正是套餐式装修的核心竞争力所在。

既然我们敢推出包含基装、主材、家具、家电近200项的“499元全有家装”，就是要改变老百姓装修找“马路游击队”的传统装修理念。虽然利润空间降低，但口碑度却不断提高，“香江”这个品牌正在深入人心。

简单、快乐装修，这正是香江装饰赢得市场的“独家秘笈”。但如何修炼此“秘笈”？如何将其运用到极致？用香江集团掌舵人张翼飞的话说，“市场认可，消费者满意就是最有效推进企业高速前行的原动力”。

记者 白贺/文 慎重/图