

“体验风”会更猛烈吗?

■话题背景

今年,南京家装市场刮起了一股“体验风”。博洛尼家居体验馆、东易日盛意德法家完整家居体验馆、面对面装饰主题馆、瑞时整体家装体验馆、松泉现代家居体验馆、亚光亚模块家居馆等

先后开出。

同时,锦华、龙瑞、爱华、中保龙、千里马等品牌公司,有的开始筹建自己类似于体验馆的材料展厅,有的甚至开设了大型单体材料、家具卖场。此外,一些地板企业打

破了单体专卖店的经营模式,组建了自己的大型零售卖场,比如柏林地板超市、李洋地板卖场等。

但是,开设大型家居体验馆,面临的巨大压力就是能不能在利益和成本之间找

到平衡点。如果成本压力过大,利润指标难以实现,体验馆将可能因为企业无力支撑而成为一个非常烫手的山芋。明年,“体验之风”会更猛烈吗?除此之外,家装企业还有什么样的新招?

■新意叠出

本土体验馆: 可供体验的不仅是产品

面对面装饰董事长童铭:家装公司开设体验馆,说白了就是将虚拟化的主材代购,变成了实物化的主材陈列。可实现了这一步,家装公司的成本反而增加了不少,压力也增加了不少。

不过,延伸服务也带来了新的利润点。材料实行厂供价陈列销售,给家装业主既提供了实惠也提供了方便。而且材料厂商也会根据销售量,给予适当的利润返还。这种模式虽然存在一定风险,但对品牌影响力提升有很大帮助,做得好企业最终还是“赚”的。

松泉现代家居体验馆总经理万玉忠:松泉是地道的南京本土企业,体验馆于上月28日刚刚开张试营业。之所以开出体验馆,因为我们觉得整体家居是发展的趋势。我们提出的定制式整体家装,属于一种新的服务模式,我们对前景很有信心。

柏林地板超市董事长许伯林:分工越来越细是行业进步的标志,所以只有分工越来越细,成本才会越来越低。因为消费者要体验的不光是产品还有价格。比如柏林地板超市就专做地板,而且可以把成本控制到最低。

外来体验馆: 完整家居,完整的解决方案

博洛尼家居集团南京公司销售总监沈磊:博洛尼家居体验馆做的是完整家居的解决方案,而完整家居解决方案则是家庭装修发展的趋势。我们在看好这一市场的同时,也在考虑风险。也就是说,即使具备了开体验馆的条件,也要考虑如何把握盈亏平衡点。但如果完整家居解决方案服务模式能得到消费者认可,那盈亏平衡点就不会成为企业的包袱。因为能够提供这种服务模式的体验馆,基本上都具备高水平运营能力,这其实就是体验馆的核心内容。

北京亚光亚装饰集团执行总监张苏京:我们进入南

京市场才一个多月时间,但我们有信心在之后的三个月内将资源整合到位。因为家装市场竞争越激烈,就越需要新的服务模式。而我们提出的模块引导服务方式,就是一种适应未来市场需求的新的服务模式。

宁波瑞时整体家装体验馆南京店主管贾天柱:一站式体验服务是家装市场竞争的必然结果,其实这实际上也是一种经营手段。因为我们以前是以产品生产销售为主,如橱柜、家具、厨房电器等等。现在将产品与家装结合,形成一体化服务。这不但扩大了产业链,也提升了企业服务的含金量。

■专家点评 体验馆毕竟不是“城”

“体验馆不是所有家装公司唯一参与市场竞争的渠道,因此业内企业无需一窝蜂地去做。”市装协会会长朱炳生表

示,材料展示中心、体验馆确实是一个不错的经营方向,但如果成了“一窝蜂”,最终会导致企业难以为继。市装协秘

书长孙建设也认为,家装公司开设体验馆,要把装修设计氛围和理念带进去,而不是拼材料。因为体验馆面积即使再

大,也大不过石林、红太阳、金盛这样的大型装饰城,多数消费者选择材料还是会去装饰城。 快报记者 胡永军



千里马装饰
副总经理 赵加龙



北京亚光亚装饰
集团执行总监 张苏京



北京东易日盛
装饰南京公司企划
总监 张浩



圣象地板江苏
公司总经理 曾欣



羊城装饰总经理
余珏林



戴胜木门总经理
姚国培



世家·帝瑞橱柜
执行董事 杨雪峰



志邦橱柜营销
总监 许军

十四年诚信 十四年品质 十四年品牌 十四年装饰家

亚光亚装饰
YAGUANGYA DECORATION
诚信亚光亚 品牌装饰家

- ★京城百姓信赖的十大装饰公司
 - ★北京建筑装饰协会副会长级企业
 - ★中国建筑装饰行业「示范工程」奖
 - ★中国建筑装饰行业「知名品牌企业」奖
 - ★全国住宅装饰装修最高信用等级「AAA级」诚信企业
- 专业承接: 各种别墅、酒店、商业空间、办公空间、装饰装修工程、设计方案与施工。**
- 设计、选材、施工及后期配饰一站式服务,打造完美家居体系
 - 专业高档设计团队,全程私人化一对一服务
 - 北京老史高档设计工作室 北京星级施工团队 精英亮相

北京亚光亚装饰 登陆南京市场

纳贤

- ◆专职高端客户开发与管理1-2名
- ◆专职地产样板间客户开发及管理1-2名
- ◆专职星级酒店客户开发及管理1-2名
- ◆网络营销专员5-6名