

全包圆：“999”套餐如何在误读中盈利



999元/m²,设计、家装、家具、家电全搞定,会装出怎样的房子?2019年8月上旬,从横空出世就面临多种误读的全包圆装饰在创立的第三个年头过去一半之时,总经理蔡蒙以几个数字回答北京商报记者的质疑:去年已经开始盈利,今年将继续保持翻番式增长。

当以美得你、天地和为代表的低价套餐家装纷纷关门跑路之时,业之峰旗下贴着“999”套餐标签的全包圆何以顶着误读快速发展,实现盈利?

全包圆装饰总经理蔡蒙

误读一:品牌是广告砸来的

能在两年之内快速崛起,于北京家喻户晓,靠的就是狂砸广告,是对全包圆装饰的第一大误读。

提到全包圆装饰,大多数京城百姓会想到“便宜”,无论是开车还是坐车,都可以从广播里听到铺天盖地的全包圆装饰广告,999元/m²设计、施工、建材、家具、灯具、窗帘全包圆,有些人甚至以为,全包圆就是靠广告砸出来的一个品牌,3个月没有广告就会死掉。

“用广播砸出品牌是一个表象,为了获客全包圆装饰下了很多功夫。”蔡蒙解释,全包圆装饰除了在网络渠道投放不少资源,今年还参加了华夏家博会等几场大展会,每一次参展都是品牌露出的好机会,“不可能靠单一渠道就能打出品牌”。

多渠道引流只是第一步,将引来的流量转化成订单并形成口碑,才是全包圆打出品牌的关键。在全包圆装饰一层的墙面上,贴着一份“部分在工地一览表”,上面密密麻麻记录着每个客户住哪个小区、什么房型、面积多少……“这只是一部分,每次做活动都有成批成批的客户签单,进店

转化率也有了极大提升。”蔡蒙表示。

促成全包圆进店转化率不断提升的推手,并非外界眼里疯狂砸下的广告,而是产品力。

误读二:便宜没好货

以为999元/m²不会有大牌,即使有大牌也不会有太多选择,是经验之下关于全包圆装饰的第二大误读。

全包圆装饰是业之峰20岁生日时“三剑齐发”全面进军高中低成品家装市场亮出的第一支剑,商业模式是“超低价飞行·

爆款”。999-1399元/m²的低价锁定刚需人群,在展馆二层致尚空间、祥安雅居、费城故事等9个风格迥异的样板间实景展示,工程、主材、家具、灯具、窗帘等所见即所得。“整装时代已经来临,我们要像卖汽车一样卖装修,实现真正的拎包入住。”业之峰董事长张钧对市场的预判十分准,但那时产品仅有“低价”,称不上产品力。

蔡蒙向北京商报记者坦承:“两年前野蛮人身上只有999元/m²的皮毛,没有美丽的灵魂,这两年我们把灵魂打磨得越来越光彩照人。999套餐经过9次升级,已经从1.0时代进化到了9.0时代,即将迈入10.0时代”。

每一次升级,都是自我革命,全包圆装饰的样板间已经与两年多前横空出世时完全不一样。第一代产品仅有一套板式家具样板间,那时“超低价飞行”的999元/m²并未有太多选择,是牺牲个性化换性价比;2017年8月,产品大幅调价,所有套餐全部999元/m²,客户选择更多了;2017年11月,第一套实木家具套餐上线,当年“双11”大卖成为爆款;之后,多种风格实木家具进入999元/m²套餐;再之后,向智能坐便盖、纳米净化器、智能家居安防系统延伸……全包圆装饰不断向“超低价飞行”发起挑战,不断让利,同时竞争力也不断提升。最新推出的“智慧拎包入住”,价格不变,除涂料升级负离子墙面漆、含智能门锁以外,还赠送两卧室床垫。与此同时,家具采用北美进口白蜡木的北欧轻奢系“仲夏精灵”和现代简约风“溯晴”两大系列样板间也全新上市。

步入负一层的建材展厅,更觉得低价意味着低品质是一大误读,它不是“清仓甩卖的尾货区”,而像一个精品家居卖场。木门区不乏大牌,就连TATA木门都进入标

配,烤漆门、免漆门应有尽有,数十款样式可以选择。地板区卢森、久盛、生活家、欧典等国内外大牌整体排列,几十种实木复合地板、实木地板都可选择,花色、纹理、款式随心挑选。

误读三:家具必须得有库存

角逐整装市场,必须得有家具库存,是同行对于全包圆装饰的第三大误读。

“整装最难的就是把家具交付跑通。”对于“富二代”全包圆装饰来说,背靠业之峰设计、施工、主材都不是问题,唯一难的是家具,这也是蔡蒙在答应操盘全包圆装饰时就已预料到的。

为了跑通家具,全包圆装饰全国甄选供应商,在四川、广东等地找了很多工厂,直接与工厂合作,定制极致性价比的实木产品,板式家具则由全友家居等品牌为其定制。

不备家具库存并非完全不可能,蔡蒙用一个时间差巧妙地解决了备货的问题。家具并不需要付款后立即入场,签订家装合同时约定60个工作日交付,待家装完成之后才进家具。于是全包圆装饰在客户签合同后向供货商下单,对方需要的生产周期为30-40天,算上物流一周,无库存交付家具完全没问题。

不为家具备库存,全包圆装饰却还有一个库房,专门为老房装修客户提供临时家具存放,以解其后顾之忧。进退、取舍之间,全包圆装饰的算法中藏着大智慧。

美得你、天地和等低价整装相继受挫,在蔡蒙的掌控下全包圆装饰却悄然实现盈利,吃下越来越大的市场份额。

北京商报记者 谢佳婷/文并摄

Market focus

开动物园卖黄金 居然之家大消费提速

居然之家正在围绕“家”消费布一个大局。2019年8月6日,中国黄金旗舰店落户居然之家北五环店,一个多月前的6月18日,居然之家北五环店与北京四季文旅科技股份有限公司正式签约,将共同打造AOMO奥摩室内动物园。引进中国黄金,补充了传统家居卖场的商业短板;开AOMO奥摩室内动物园,丰富了居然之家的娱乐业态。此前,居然之家北五环店已经先后布局儿童、餐饮、健身、影院等业态,新业态所占面积已经超过了30%,围绕“家”的大消费深度布局已然提速。

中国黄金入驻居然之家北五环店,颇有意思。中国黄金作为中国黄金行业唯一一家中央企业,在全国拥有2000多家加盟、连锁专卖店。中国黄金系列产品丰富,包括投资理财产品、文化产品、高端礼藏品、珠宝首饰产品等,它的身影一直都是出现在商业气氛浓郁的购物中心。随着电商行业的发展,市场需求发生了很大变化,2018年盒马鲜生的成功引入,才有了这次中国黄金落户居然之家北五环店。”居然之家北四环店总经理苏红梅表示。此前2018年10月,作为居然之家重点引入新业态转型的门店,盒马鲜生正式入驻居然之家北五环店,年销售突破亿元。

在中国黄金居然之家北五环店开业前一个多月的6月18日,居然之家北五环店与北京四季文旅科技股份有限公司正式签约,双方将共同打造近2000平方米的AOMO奥摩室内动物园,计划10月1日正式开业。四季文旅创始人梁慧馨表示,AOMO奥摩室内动物园不是纯粹的室内动物园,而是拥有丰富动物品类及互动环节的



中国黄金入驻居然之家北五环店

教育空间和亲子主题乐园,也是时尚达人的打卡地。AOMO奥摩室内动物园巧妙植入大量的声光电全息科技手段,通过丰富多彩的场景设施、保护类动物的音像展示和非保护类动物互动展示,普及动物物种知识,构建热爱自然、保护自然的价值观,让新一代城市人充分认知大自然保护的迫切性。”未来,AOMO奥摩室内动物园还将在其他正在转型的居然之家卖场和新开门店落地。

开AOMO奥摩室内动物园,联手中国黄金,居然之家北五环店布局大消费的步伐在不断加快。2019年下半年,居然之家北五环店还会引入韩国啵乐乐儿童乐园“未蓝星球”亲子游泳国际机构、历险儿童及成人攀爬、儿童蹦床、拓展等项目。未来居然之家北五环店还将利用自身优势,整合众多品牌资源向综合化多业态发展,打造集餐饮、儿童娱乐、培训、购物

于一体的商业综合体。

实际上,“大家居”与“大消费”融合是居然之家一直在推行的大战略。2018年4月重装开业的居然之家丽泽家居体验MALL是居然之家向“大消费”转型的标志,融合餐饮、院线、娱乐、健身等多业态的居然之家体验MALL已经不是单纯的家居卖场,更像是一个商业综合体,在利用高频消费业态给家居消费带来流量的过程中,不断满足消费者多样化需求。北京居然之家家居新零售连锁集团有限公司总裁王宁曾表示:“居然之家的大消费战略,根植于其会员数据,意在从低频转向高频,在卖场引入院线、餐饮、儿童娱乐、教育、养老、健身等多业态,不仅是为了产生一次消费,而是紧紧抓住场景体验,将消费者吸引和留在居然之家,形成联动高频的消费触点”。

北京商报记者 谢佳婷 孔文雯/文并摄

品牌动态

四店联动 集美家居补贴一个亿

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文雯)2019年8月16日-18日,集美家居将举办以“畅享生活季,集美补贴一个亿”为主题的大型回馈消费者活动,届时集美家居的4个商场联动出击,给京城消费者带来更多实惠。

2019年8月10日-16日,消费者关注集美家居小程序,每天15点、20点可准时抢购10元升218元、20元升818元代金券。此外还有购物满额送豪礼、抽奖赢大礼等活动,集美家居将把上千万种优质品牌家居产品带到消费者身边。

此次活动期间,集美家居的4个商场将联动出击。集美家居大红门旗舰店将推出“秋季家装节”,2019年8月16日-18日,消费者购物实付金额每满1000元即可得抽奖券一张,最高可赢华为P30 Pro大奖。此外,为顺应北京“夜经济”需求,集美家居将打造夜宴快闪,2019年8月17日-18日19点-21点,冷餐不限量,且全品牌9.8折。

卢沟桥集美广场将打造“第二届尖叫采购节”。2019年8月16日-18日活动期间,在卢沟桥集美广场家具建材区域购物的消

费者实付满2000元即可参与满额有礼兑换活动,奖品包含红酒、家居用品、家电等。此外,消费者还可凭活动宣传单于每天10点参与凭证免费参与刮刮卡活动,刮刮卡内含健身体验卡、现金、商业代金券、家具建材代金券、精美礼品等。

集美家居定慧桥商场将推出“畅想欢乐购”。2019年8月16日-18日,购物金额满1000元即可得抽奖券一张,多买多得,上不封顶,凭抽奖券参加抽奖为P30、冰箱、FILL智能耳机等豪礼。2019年8月16日-18日,在集美家居定慧桥商场购物的会员,均可享受实付金额1:1的积分,凭积分可免费到商场“积分兑换处”兑换家居、家电等好礼。

集美家居北苑商场将打造“畅享生活季,置家更省钱”。活动期间,消费者在集美家居北苑商场单笔合同购物满2000元,即可免费参与用汪峰签名版FILL耳机听歌识曲游戏一次,猜中歌曲名字即可赢得红酒一瓶。

为提升消费者的家居品质,助推消费升级,集美家居还将在2019年8月18日-9月18日举办“品质消费月”,服务再升级。

牵手郭冬临 芝华仕推699元单椅

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文雯)2019年8月3日,敏华控股旗下品牌芝华仕在北京居然之家北四环店启动“第五届全民升舱日暨百万张单椅回馈消费者发布会”,著名演员郭冬临助阵。

此次芝华仕“全民升舱日”将从价值、品质、服务、健康等各方面全方位升级,打造百万张高品质单椅,以699元的超低价格回馈消费者。“全民升舱日”是芝华仕每年最为盛大的一场线下回馈消费者活动,自2015年推出至今,已成功举办四届。本次芝华仕第五届“818全民升舱日”还联合红星美凯龙、居然之家两大卖场巨头。

北京居然之家家居连锁集团总裁王宁表示:正是由于敏华控股集团不忘初心,始终专注于软体家居行业,这才造就了如

今的江湖地位”。自1992年品牌成立至今,敏华控股专注于功能沙发研发制造已有27年,在功能沙发铁架、电动马达、海绵、弹簧等核心原材料方面拥有自主研发生产的能力。截至2019年8月初,敏华控股自主研发的产品已获得外观及技术专利认证超过400余项,控制着国内功能沙发80%的技术专利。

“根据前不久国际知名调研机构欧睿国际公布的数据,敏华控股集团已经成为2018年功能沙发市场全球销量冠军,以超过100万套的沙发销售量获得年度全球销量第一。”敏华控股执行董事兼大中华区副总经理黄影影表示,敏华控股在国内市场的占有率已经达到了45.3%,截至2019年8月初拥有超过2600家门店。