# 最新装修公司创业计划书范文(十篇)

来源：网络 作者：红尘浅笑 更新时间：2024-09-09

*时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。相信许多人会觉得计划很难写？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。装修公司创业计划书范文篇一宗旨： 成为行业领先的最具吸引力...*

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。相信许多人会觉得计划很难写？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**装修公司创业计划书范文篇一**

宗旨： 成为行业领先的最具吸引力的家居和办公室装修门户网站

我们销售的不仅仅是建材，更是一种感性和超前的理念;是一种积极乐观的现代的装修方式;是一种生活享受！

商业模式： btoc的商业模式;

网站和实体相结合。

网站将把本地最好的承包商、室内设计师和供应商集中在一起，为想装修的顾客提供一站式服务。

随着社会经济、文化的飞跃发展，人们日益注重生活元素的改善和对美的追求。家庭装修作为日常生活里必不可少的一部分，怎么样做好装修已成为众多家庭必不可少的头痛课题。越来越多的客户已经意识到，建材在影响着装修质量的同时，施工会同样起着举足轻重的作用。但是施工队是更难寻找而且不好管理！建材是到处都可找到，但是施工却不是那样好找！在这个行业竞争非常激烈的社会里，，每个老板都想让自己装饰企业能异军突起多接一些生意，但是装修行业经过多年的发展，价格透明度越来越高，盈利也少的可怜！所以减低付出格外重要。通过大概了解中国现阶段有几百万个装饰公司，几千万的装修民工————————如果把传统装修公司引导走向电子商务话是一个很好很值得研究的客题！

另外据相关统计显示，中国上海市场装修消费需求近年来每年可达数亿元，总消费量占全国消费量近3成，装修文化显示出强大的发展势头和越来越多元化的市场趋势。

全球产业结构的调整和房地产行业的迅猛发展为装修相关行业的就业和创业活动提供了全新的基础和空间。装修在拉动经济建设的同时，日益显现出自身的价值和优势。例：新闻报道家庭装修热带动相关消费 港城家俱家电市场持续旺销

时下正值今年家庭装修旺季的中后期，记者近日采访时了解到，大部分家装相关商品都十分畅销。而随着不少市民开始入住新房，家具、家电等相关产品均出现了持续旺销的局面。

在三站家具市场，前来选购家具的市民络绎不绝，商家也是大力展开打折促销活动。据商家介绍，板式家具和时尚家具是比较旺销的家具种类，如卧室高门柜、客厅板式书柜、视听组合家具套装等，许多品牌的销量都十分可观。一位经销商告诉记者：“现在年轻人比较青睐时尚家具，特别是一些具备‘欧式’设计风格的板式家具，简单大方，销量不错。”记者了解到，布艺沙发、原木家具及高档的红木家具也成为不少消费者的首选。

记者走访市区几大商场了解到，随着价格的不断下调，同为家装连带商品的彩电和厨卫家电近期也呈现旺销状态。家住黄海城市花园的吴先生就说：“新房刚装修完，彩电冰箱洗衣机这些必备的家电少不了。而现在不少高档产品的价格都下调，感觉挺实惠的。”

业内人士表示，随着港城市民生活水平的提高，家装市场也逐渐提升档次，时尚并且实用的中高档家装相关用品开始成为市场的主流。但消费者购买时不应只注重款式，也要考虑家装用品与整体装修风格的搭配。

上海零点团购网——————是全国唯一家专业从事装饰装修施工与建材直销供应相结合的网站，主要从事（木工、瓦工、水电工、油漆工）的信息与发布，为广大公员提供一个免费发布信息的机会！ 网站的宗旨是“免费到底，互惠互动。共同开拓，共同发展。”

我们的目标是建成本地最大的家居与办公室装修入门网站。我们的服务是为将计划装修的家居客户和办公室消费者提供担保服务。装修家居是很耗神的事情，您必须自己找承包商和设计师，我们的网站为会您解决烦恼！

1。目前发展势头最为迅猛，但主作建材团购，办工、人员，终断，费用发展费用庞大，但他们目前已经走出上海，在苏州，南京，杭州设有办事处。

2。地处上海，处于发展中期，规模良好，但是主做现场，周期长，砍价为主，引起了商家反感。采用先进的php+mysql的网络程序，打造一流的电子商务网站。

随着社会经济、文化的飞跃发展，人们日益注重生活元素的改善和对美的追求。家庭装修作为日常生活里必不可少的一部分，怎么样做好装修已成为众多家庭必不可少的头痛课题。越来越多的客户已经意识到，建材在影响着装修质量的同时，施工会起着举足轻重的作用。在这个行业竞争非常激烈的社会里，，每个老板都想让自己装饰企业能异军突起多接一些生意，但是装修行业经过多年的发展，价格透明度越来越高，盈利也少的可怜！所以减低付出格外重要。

而据相关统计显示，中国上海市场装修消费需求近年来每年可达数亿元，总消费量占全国消费量近3成，装修文化显示出强大的发展势头和越来越多元化的市场趋势。

全球产业结构的调整和房地产行业的迅猛发展为装修相关行业的就业和创业活动提供了全新的基础和空间。装修在拉动经济建设的同时，日益显现出自身的价值和优势。（参考前面相同部分）

因为零点团购是众合服务平台，一站式服务！

1。做好情报搜集工作;

2。社会形象：力所能及的支持国家希望工程，逐年增加资助名额，培养企业的社会责任感，树立企业良好的社会形象;

3。开通800家装有问必答客户服务热线。

**装修公司创业计划书范文篇二**

家装潜力巨大。据统计，这几年全国家居装饰业的总产值为 1200亿元，是20世纪90年代的40倍，年均递增45%，大体上每两年翻一番，相当于全国城镇住宅年投资总额的30%。有一种大胆的估计：家居装饰在未来两三年内将达到20xx亿到3000亿元，即相当于住宅投资总额的一半左右。这不是虚张声势或盲目乐观。

家装公司是从1998年发展起来的，发展到今天已有较大的进步，该行业也成为社会上一个较热门的行业。人们都想给自己营造一个安逸舒适的空间，对居室环境的要求也越来越高。近年来房产开发商开发出大量的户型，也为家装行业的发展带来广大的空间和无限的商机。据专家分析，家装市场在未来几年内仍有较大的发展潜力。

家庭装修公司的理想选址一般在新建成的居民住宅区、建材市场或大型居住区的聚集地。

家庭装潢公司与其他行业不同，格外重视公司的“门面”，它不仅仅从一个侧面展示了企业的形象，也在消然地输出一种理念。对于正在选择装潢公司的人来说，装潢公司的“门面”可作为一种很好的“参照物”，下面提供几种样式供参考。

1、追求“后现代主义”

“后现代主义”将设计突出地表现出来，传达的是一种设计理念。因此，在装修的时候保留空间功能的完整，而不必做过多的修饰。比如墙面的处理，铆钉都裸露在外，只是用色彩来重现建筑的美；不规则的几何形体错落有致，金属得到了设计师的偏爱，这些都表现出了“后现代主义”的理念。

2、向往简约“古典主义”

装潢公司总是喜欢突出自身的个性，通过装饰好自己的门面向顾客展示自己对设计的独到见解及敬业精神。简约的“古典主义”使设计风格显得高雅，如果能再配上周边的环境，将会使整体设计更具风雅。

3、返璞归真，沧桑怀旧

在钢筋水泥般的城市住久了，人们便开始向往自然的风光，追忆沧桑岁月，斑驳的砖墙，苍老的木柱木螺，凹凸不平的松木地板，落地的大铁门锈迹斑斑，上面是一排排赤裸的铆钉，开启时吱吱呀呀地响，仿佛是历史的脚步。这样的设计正迎合了那种饱经沧桑岁月人的一种心理。

4、艺术与商业的完美结合

这种第一文库网设计容易给人一种年轻、严谨、现代化的印象。使用尽可能少的元素组合成针对性最强、包容性最大的空间，以传

达给观者严谨的专业能力与平和的感受，以达到艺术与商业的完美结合，这是众多年轻人的追求。顶面和柱体的白色、墙与地的灰色以及门面外灯箱的黑白用色，是个性的张扬；开敞式的、便于各部门之间文件的交流布局，又兼顾了商业空间的共性。这是艺术与商业完美结合的现代化特征。设计的精髓却始终不能丢，越是做得“少”了，越需要精细地推敲家庭装修公司创业计划书

每一个房间的装饰都有自己独特的地方，但这独特之处又有一定的规律性和时代性，把所有这些精华部分提炼出来，在室内各处墙面造型及家具造型的表现形式，称之为室内装饰风格。

下列几个设计思路，可供读者参考：

（1）结构贯通出空间；

（2）色彩融合出气氛；

（3）材料交合出品位；

（4）造型融合出旋律。

在进行墙体装修时，可将一些实用性强、色彩风格与墙面协调统一，例如：门 厅中的鞋柜；厨房卫生间的壁柜、吊柜；客厅卧室的角柜等。在面积较大但高度不够的客厅里，一般可舍弃美丽的吊灯，在天花板设计时放置一个圆形、椭圆形

或方形、六角、八角的灯池（2平方米或5平方米），将射灯藏于灯池周边内，这样天花板即成了灯的一部分，在浑然一体中扩大了客厅的视觉高度。

对于那些有偏爱的，可根据其爱好设计相应的风格，将一切巧妙运用起来，以达到色彩的整体性。既能表现出气氛，又能得到空间扩大的效果。

有些房间为平面直角，而家具却是一些曲面、曲线，显得不太协调，这样就要对房间进行处理，如拱形的屋顶、拱形的门楣等；以高低错落的板块来装修天花板，内设照明灯，表现空间之美；有人喜欢板面造型，对墙体的装修用板块的形式来打造高大肃穆的效果；以二\*\*\*\*台阶来营造登堂入室的大家之气；在家具的选择上可选用两种颜色板块组合而成的新潮家具。这其中便蕴含了一种旋律美。

1、签订一份公平的合同

在双方协调一致的基础上，签订一份公平又详细的合同，是十分有必要的。有的客户不认真审核合同轻率签字，到后来遇到纠纷往往是很平常的事情。然而，装修公司由于制作合同不严密、不详尽，自食其果的非常多。

2、制作一份详细的报价表

这是装修中的主要程序之一。报价表要力求详尽，包括所有的承包项目、单价、单位及金额，还应标明哪些材料是装修公司购买，哪些是客户自购，大致灯具、洁具、空调，小至拉手、门锁都要囊括在内。有了这样一份详尽的报价表，就会减少许多不必要的麻烦。一份详细的报价表的重要性是不言而喻的，它能够与合同相提并论。

3、在施工过程中，同客户相处要融洽，要尽量尊重客户的意见

某些装饰公司在签合同前后往往言行不一、两副嘴脸。丝毫不尊重客户合理的意见及要求。当客户要求修改图纸时，甚至对客户出言不逊，大谈设计风格等专业术语，搞得客户非常难堪，当施工中出现错误时强词狡辩等。这些现象是必须避免的。装修公司既要虚心听取客户的意见，又要勇于承认并改正自身存在的缺点与错误，并做到及时向客户说明，与客户之间建立一种和谐融洽的关系。

4、进一步扩大透明度

做事情增加透明度，有了问题坦诚向客户说明，这样便会增强客户对你的信任感。那些认为“无商不奸”的人是挣不到钱的，许多客户会对你“望风而逃”。

**装修公司创业计划书范文篇三**

宗旨：成为行业领先的最具吸引力的家居和办公室装修门户网站。

我们销售的不仅仅是建材，更是一种感性和超前的理念；是一种积极乐观的现代的装修方式；是一种生活享受！

商业模式：btoc的商业模式；

网站和实体相结合。

网站将把本地最好的承包商、室内设计师和供应商集中在一起，为想装修的顾客提供一站式服务。

随着社会经济、文化的飞跃发展，人们日益注重生活元素的改善和对美的追求。家庭装修作为日常生活里必不可少的一部分，怎么样做好装修已成为众多家庭必不可少的头痛课题。越来越多的客户已经意识到，建材在影响着装修质量的同时，施工会同样起着举足轻重的作用。但是施工队是更难寻找而且不好管理！建材是到处都可找到，但是施工却不是那样好找！在这个行业竞争非常激烈的社会里，，每个老板都想让自己装饰企业能异军突起多接一些生意，但是装修行业经过多年的发展，价格透明度越来越高，盈利也少的可怜！所以减低付出格外重要。通过大概了解中国现阶段有几百万个装饰公司，几千万的装修民工……如果把传统装修公司引导走向电子商务话是一个很好很值得研究的客题！

另外据相关统计显示，xx市场装修消费需求近年来每年可达数亿元，总消费量占全国消费量近3成，装修文化显示出强大的发展势头和越来越多元化的市场趋势。

全球产业结构的调整和房地产行业的迅猛发展为装修相关行业的就业和创业活动提供了全新的基础和空间。装修在拉动经济建设的同时，日益显现出自身的价值和优势。

时下正值今年家庭装修旺季的中后期，大部分家装相关商品都十分畅销。而随着不少市民开始入住新房，家具、家电等相关产品均出现了持续旺销的局面。

业内人士表示，随着港城市民生活水平的提高，家装市场也逐渐提升档次，时尚并且实用的中高档家装相关用品开始成为市场的主流。但消费者购买时不应只注重款式，也要考虑家装用品与整体装修风格的搭配。

xxx网------是全国唯一家专业从事装饰装修施工与建材直销供应相结合的网站，主要从事（木工、瓦工、水电工、油漆工）的信息与发布，为广大公员提供一个免费发布信息的机会！网站的宗旨是“免费到底，互惠互动。共同开拓，共同发展。”

我们的目标是建成本地最大的家居与办公室装修入门网站。我们的服务是为将计划装修的家居客户和办公室消费者提供担保服务。装修家居是很耗神的事情，您必须自己找承包商和设计师，我们的网站为会您解决烦恼！

1、目前发展势头最为迅猛，但主作建材团购，办工、人员，终断，费用发展费用庞大，但他们目前已经走出xx，在xx，xx，xx设有办事处。

2、地处xx，处于发展中期，规模良好，但是主做现场，周期长，砍价为主，引起了商家反感。

3、地处xx，网络不是很成功，但正在赶上。

初期1年的营运费用大致在6万元（实际初期投入约3万元），xx年12月之前达到收支平衡。

因为我们是创业初期的电子商务型企业，所以采用以网络推广为主的营销方式。

传统媒体：虑到创业初期的成考本及效果，暂不考虑；

网络推广：在xxx、xx上买关键词、网络排名，购买网络实名，在xx、xx上开店，同时在……等知名论坛发贴，贴图，以增强宣传力度。

促销手段：通过qq群发，论坛发贴等方法，新会员入会或在某个特定时间段（比如10月1号到10月7号）注册会员并发贴者均有机会免费获得网站提供的家装设计，以提高人气指数，比如论坛同时最高在线人数。还有在免费的：

（1）24小时有问必答活动，分电话回答和论坛回答。应该说，从电话的咨询就可以带来收入，因为我们可以从事施工！不过这个要靠技巧！

（2）宣传单页的使用，还是很吸引人的，因为我们是网络平台做的是眼球经济，所以我们要每时每克都要利用机会，去开户楼盘发资料，以体现信息共享为主！别的装修公司宣传的是能帮他做事情，我们要告诉他们的是叫客户如何省钱！这样人气就聚起来了。（书里应该是建材的最低信息和施工队的联系方式！装修应该注意的细节）

情报收集：根据本人观察，现在装修公司的施工对的施工队的渴望寻求信息常有发生，个人用户信息闭塞，有写人是没有事情做，有些公司是找不到人！现我已经收集到施工队的信息基本资料300条左右，主要联系方式为手机及电话等；在上海有装修公司已经有xx万多家、我们的第一部是如何让两万多家装修公司知道我们的服务！如果能争取到20%的客户，我们就降低了投资风险；

**装修公司创业计划书范文篇四**

房子是人们生活工作学习的场所，一个装修漂亮、空气清新，布局完美，方便健康的房子，不仅能提高人们的生活质量，还能够使人们心情愉悦，提高工作学习的效率，减少疾病的发生。

花几十万买房装修就是想有个舒适满意的居室，但一些急功近利的装修设计公司却盲目迎合消费者不切实际的装修要求，甚至给消费者下“套”、故意误导。

如今，不少装修公司看见有客户上门，设计师们就会忙不迭地拿出一大堆室内设计的平面图、立体图和效果图。有的设计师还充分运用高新技术，直接在电脑上运用多媒体软件进行演示，展示“装修完毕”后的新居室的三维立体效果。而消费者看过这些逼真的效果图之后，往往会感到十分心动，甚至当场拍板、付钱。效果图其实不可轻信，因为这些图纸的真实性、可操作性都有待实际施工的检验。一些设计公司为了制作出效果最佳的图纸，会采用各种各样的技术手段。例如，一间四五平方米的卫生间，在设计师的镜头下可以显得宽敞无比、气派非凡，其奥秘就在于设计师在拍摄样图时选用了广角镜头，而这种视觉效果是人的正常视角根本无法达到的。此外，效果图上展现出来的灯光、色调等，大多是设计师们利用专业电脑软件反复修饰而成的，与自然条件下的实际效果常常相去甚远。

目前，相当一部分消费者存在“家庭装潢要一步到位”的错误观念，而不少装修设计单位就利用消费者这种不成熟的消费心理，在室内设计方案中加入大量无用多余的对象，以抬高装修报价。真正的设计师会从“适宜居住”的原则出发，决不刻意增加不必要的装饰项目，或者使用那些过分前卫、价格昂贵的装潢材料。即便有消费者坚持要求，他们也会从专业的角度，耐心劝说消费者放弃或者减少盲目的开支。与繁复装修相异，正规的装潢公司大多提倡“空间”概念，即室内所有造型都不要占用“空间”，无论是墙面的凹凸变化，还是顶面的吊顶造型，首要目的是塑造空间，而不是盲目地图漂亮。设计师要寻找一种新的装饰语言来表达“空间”，利用“空间”，让“空间”更具延展性，更具备适合我们居住的舒适性和方便性。

消费者南京的李先生曾经向当地消协诉称，某装修公司许诺免收设计费，但先要缴付20xx元装修定金。当李先生不满意设计打算另换一家装修公司时，这家公司当即翻脸要扣下几百元设计费。一家装修公司的负责人说，设计是装修工程的灵魂，成功完美的设计意味着装修工程完成了一半，而设计作为装修工程中重要的知识产权绝不可能不收费，装修公司即使口头承诺免费，其实必定会在以后的装修施工中补回来。

业内人士指出，消费者千万不可被装修设计公司许诺的低价所蒙骗，要注意设计师介绍公司情况时是否夸大其辞，是否经常使用“没问题”一类的词语，或者把工程量的计算压低，甚至遗漏计算项目，并且不向客户详细介绍工艺做法和质量标准。这通常是设计师急于签单，增加个人收入，而对客户进行欺诈的手法。

一般情况下，多数的行家都会建议您按下面的步骤考察装修公司：

（1）查验证照。任何合法注册的企业，都有工商部门颁发的营业执照。营业执照主要证明：该企业的注册资金情况，该企业的营业范围。

（2）查验资质。凡是经过政府管理部门，主要是建委或者建设局核准的装修公司都会有一份正式的资质证书。其中这些证书又按照不同的级别由不同等级的部门颁发，例如一级企业由国家建设部核发。资质证书证明的是该企业所能承担的工程总造价起点，也就是说这个企业最高能承担哪一些工程。

（3）查验场地。装修公司讲实力，实力的最具体体现莫过于办公场所的大小和装修了。试想，没实力的公司能撑得起那么豪华的办公室吗？

（4）查验人员。很多人都相信，所观察的企业人数的多寡，是一个公司实力的另一种体现。一家公司人来人往、热火朝天，总是令人心安的。

（1）例行手续还是要履行。上面所说的一些常规做法，您也可以照样执行。当然，至于有没有效，真真假假，这得看您的分析能力和运气了。

（2）参观样板房。您需要了解的不是寻方的施工工艺如何高，而是客户的看法。一家公司可以买广告、可以买场面，但不能用金钱去收买客户的看法，尤其是家庭业主的看法。通过他们，还可以了解施工的信誉。

（3）了解该公司的背景，包括其优良记录等。也许一两个案例并不能说明什么问题，因为做生意过程中的一点差错都没有几乎是令人难以置信的。但如果发现惹起众怒的公司，还是少碰为妙。

（4）不管您与装修公司还是个人签约，除了一些公司是与法人代表直接签约外，其他的经办人，您最好是记得他的身份证资料。就像一辆车虽然有abs和空气胶袋，但安全带往往是最实用的。

如果您对该联系哪家公司拿不定主意。您有几种选择：

（1）通过朋友的介绍；

（2）在网上查阅相关资料，比如各网站的相关栏目；焦点访谈等。

（3）去家装市场（展览会）了解，那里集中了许多公司；

（4）查阅报刊杂志中的有关版面，那里有不少相关公司的广告，至于哪些公司才真正可信，这点必须详细考察才行。而且，同一家公司的不同施工队的能力都可能大不相同，所以即便公司可信，也要再了解施工队伍。

这可以从装潢公司具有的资质证书看。不过，另一方面，有些装潢公司是一些包工队或小公司挂靠在一些大公司的名下，他们虽然能出示资质级别很高的证书，但是单看资质等级并不能说明他们的真实水平。综合的考察装潢公司是很重要的。具体的说就是从各个角度了解公司情况，最重要的方面有设计师的设计能力，可以通过与设计师交谈，了解观看设计师已往的作品；公司的各个施工队哪个质量比较好，在暂时还没有更方便而公正的方法时，最好能够找到接受过某个施工队施工的消费者了解。

在与装潢公司洽谈之前，如果您没有做好必要的准备工作，洽谈可能因为资料不足而不能进行下去；相反，做好准备工作可以让您高效清楚的进行谈判。因此我们为您总结出如下几项：

（1）有尺寸的详细房屋平面图，最好是官方（物业等部门）出具的；

（2）将各个房间的功能初步确定下来，拿不定主意的可以留待与设计师讨论，就这些问题要尽量与家人统一思想；

（3）分析自己的经济情况，根据经济能力确定装修预算。重点考虑：装修所需的费用，更换家具、洁具、厨具、灯具等费用，向物业管理部门缴纳的费用等。

图纸的比例，尺寸的标注，材料的说明以及工艺做法。不体现上述要素的图纸无论从哪个角度来看都只能是一幅画，它对于今后的施工是没有多少帮助的。而且，没有详细的图纸，甲乙双方对于同一项目产生不同认识的情况是极有可能的。

明白与工程预算相对应的施工工艺。家庭装修是什么样的活儿报什么样的价格。所以，看报价必须问清楚活儿是怎样做的，也就是家装公司应该给您一份有报价和工艺做法，您对工程就有了约束力。这份工艺做法包括在合同当中也就是理所应当的了。了解乙方材料采购单。

我们已经知道，工程报价与工艺做法有关，同时也与使用的材料有关。因此，对于自购的材料做出规定同样是十分必要的。所以，合同当中对于业主自购部分的主要材料应该详细。它的内容应该包括材料的品名、品牌、质量等级、参考数量、使用的部位、进场的时间、验收的时间等。

家装合同应当采用工商局备案的示范合同。这份合同的内容很全面，家庭装修当中容易发生的问题基本上都涵盖在当中。装修的甲乙双方都能够理解并认真地填写这份合同，对甲乙双方的权益都有保障。图纸要素一定要齐备。家庭装修时，施工项目当中往往包括许多的非标准项目。对于这些项目，在合同中应该包括必要的图纸。可是许多合同里有图纸，可是依然出现问题。起原因大多是由于有的要素没有体现在设计图纸上。

在家庭装修中有可能遇到最烦人的事情就是碰到施工方不按事先承诺的服务。但是如果消费者没有足够的证据又往往对这个问题说不清楚。所以，合同当中必须对材料采购单填写清楚。应该包括材料的品名、品牌、质量等级、数量，进场的时间，验收的要求等。这样做以后，消费者严格按照合同规定的时间对送到现场的材料验收签字，以后就不会发生这方面的纠纷。同时合同里规定了，消费者本身也会对于合同引起足够的重视，不耽误施工方的施工。

要达到绿色室内环保的要求，应注意室内装修的原则，设计方案，施工程序，装修材料的选择与室内空气质量检验等方面；

（1）装修中尽量采用符合国家标准的室内装饰和装修材料，这是降低室内空气中有害物质含量的根本。主要是指油漆和胶合板，建议业主在购买这类材料时到正规的建材超市购买。

（2）在选购家具时应选择正规企业生产的名牌家具，有条件的家庭，可将新买的家具空置一段时间。

（3）装修后，居室不要立即住入，应当有一定的时间（三个月开窗通风），让材料中的有害物质尽快挥发。

（4）选择正规的`装修公司，关键材料尽量自行采购品牌产品。

（5）提倡简洁，功能主义的装修方案，即便每种材料都是合格产品，都是“绿色”的，但不能确保最后装修结果也是“绿色”的。因为各种合格材料散发的有害气体加在一起，如果超过该房间的承载度，同样会对居住者造成危害。

选购时首先有配套意识，整套产品的各个部件、配件，都应处在同一档次水平。配套制品，造型风格，色调必须匹配，这样才能和谐美观。确定座便器的排水方式及安装尺寸，座便器有两种排水方式：下排水、后排水。购买座便器前一定要先弄清卫生间的排水是何种方式。根据不同的排水方式，确定安装尺寸。下排水要测量座便器排水的中心距地面的距离，选择好合适尺寸的座便器后再安装。选择陶瓷卫生洁具时应该重点检查可见面的质量状况。可见面是指瓷件安装后，人们容易看见的表面。

现在市场上的油漆不论是否环保，几乎都有“绿色”或“环保”字样，是否环保油漆的识别有以下方式：

（1）看外观：环保产品应是高质量的产品，价格比同类产品高，铁罐上有电脑喷码，主漆pu聚脂漆字样，不能用纸作合格证，质量是净含量，铁罐上有固化剂无毒、稀释剂无苯的字样。

（2）看检验报告：正规产品有正规的质验报告，看铁罐上型号与质检报告型号是否相符。

有环保标志装饰板材都是严格按照国家标准生产，不会以次充好。一般来说，面板由二个部分组成，底板和面板。市场价格差异很大，主要由该板制作的成本决定，价格贵的面板，表板厚度可达到0、8mm，并经过多次抛光，板面极为光滑平整，底板则采用密度较大的柳桉木作基料，有效地起到不变形，不开裂的作用。

不环保装饰板材，一般采用杨木做底板，面板只有0、4mm厚，又加之每吨3000元胶水作辅助材料，所以大大降低了生产成本，而且不环保装饰板材通常只有1、9cm—2、1cm左右的厚度，板材容易变形。所以有环保标志与不环保装饰面板的价格就相差好几倍。

选择瓷砖除了花色外，就剩下质量了。买瓷砖时，要首先从包装箱内拿出任意四块瓷砖，放在平坦的地面对比一下，看四块砖是否平坦一致，瓷砖对角的地方是否嵌接。记住，瓷砖制品规格的一致性是一项非常重要的指标。其次，就是用手掌敲击瓷砖表面，听声音。好的瓷砖声音比较低沉，而不好的瓷砖声音明亮，并有明显的回响。

可以根据污垢的类型选择不同的清洁剂：

（1）对于日常的清洁，就选用洗洁精、肥皂水一般能够情节干净地板砖。

（2）对于污垢以茶水、咖啡、冰淇淋、油脂、啤酒为主的，选用纯碱溶液清理地板。

（3）对于沉淀物、铁锈、灰浆风污垢，选用硫酸或盐酸溶液清理地板。

（4）对于油漆、绘图笔为主的污垢，选用松节油或丙酮清洗地板。

（5）对于酱油、醋、碳灰等污垢，选用酸或碱溶液清洗地板。

（6）对于墨水为主的污垢，选用草酸清理地板。

（7）对于泥水为主的污垢，选用亚麻子油气力地板。

小房间如果到处都是柜子，相应的就减少了生活的空间。与其如此，不如把装修的钱拿来买一些比较好一点的家具。所谓的“轻装修”理念主张：在有限的预算下，居家空间的实用机能应以家具配置才是装修的首要重点，至于天、地、壁的修饰则属于空间修饰的配角。小空间减少了固定笨重的装修，空间被挪出来了，人才能活得自在。

小空间更应慎选精巧的家具，家具越大，虽然收纳越多（但不一定越巧越顺手），但相对的人剩余活动范围就越少，而且家具越重，体越大，灵活摆置的可能性就越小，家具越杂，能表现其独特美也越不可能。

小空间的布置，也应以人为主，而以家具收纳为辅，因为空间小，实在没有多余的地方摆那些永远穿不到的衣服与用不到的杯子，我们是因为需要完成操作的功能，才会有家具、收纳的产生，而非需要收纳才做柜子；这样的观念虽然浅显易懂，但却为多数人所忽视，常会看到有人本末倒置的先以收纳为主，再求家具，而忘了哪个位置能够暖洋洋地晒晒太阳、人走进室内旋回其间是否得宜，只看到围着电视满满的沙发，其实如果设计能回归以人为本，这样的拥挤其实是可以避免的。

空间要做大，一定得要从天花板动脑筋。天花板随便一做也要降低高度30厘米，天花板若没有杂乱线路就无须再做木作天花板，这样可以大量缩减昂贵人工木作，也可以创造空间高度；若不得已一定需要天花板，亦可做只做局部天花板不仅可以整理线路于其间亦可造成高低视觉设计的趣味。

小空间应避免繁复图腾或过度张牙舞爪的装饰，但太过清淡“自然味”是有了，但又未免流于单调，灯具因为发光的本质，本身就是视觉焦点，多重环绕室内光源，早已转变成现代一个中心主灯为主轴的概念。焦点垂吊灯实是一个迅速营造视觉焦点的省事方法。

油漆是最有效改变家居氛围的材料，一般人以为小空间面积较局促，墙壁一定要刷白才有空间扩大的效果，其实不然，彩墙颜色若挑选得宜，反而能做出深度感，拉大空间的视觉效果。以一个长方形空间为例，在远方的墙壁，若涂上较深的颜色，可以缩小空间的长度，将空间整理得较方正，另外小空间切勿用太多布饰、太多花色壁纸、桌巾，累赘又花钱。

最后希望上述的一些有关家居装修的常识能够给您装修您们的居室提供一些帮助，高雅、整洁、方便、舒适、健康、环保节能是我们所一直追求的家居生活。希望每一位有房一族都能达到这样的家居环境和条件。

（1）看拼接效果。

（2）看抗紫外线，阳光照射不会褪色。

（3）看颜色，质优的地板有金属般的光泽，纹理清晰真实。

（4）看触觉，好的地板密度极颗粒均匀无杂色，摸起来手感坚硬。

（5）看有没有耐磨层，质优的地板用普通木工砂纸用力摩擦十几下不会被磨露白。

**装修公司创业计划书范文篇五**

1、市场需求与本人的关联

本人在家具行业20多年，十分庆幸这一门类的商品市场需求持久而广泛。

2、实施创业的基本条件

（1）具有良好的职业经历和职业业绩（长期从事技术、业务和企业管理工作）。

（2）具有一定时期的创业模拟准备，如团队建设等（决策、执行和操作三层骨干人员基本配齐，人员专长涵盖产品开发、营销、生产、管理等要素，且均具有较良好的职业业绩），这批对象将作为发起人而加入新办企业。

（3）发起人（团队）具有满足企业创办初期的资金需求能力。

（4）新办企业（以下简称\"企业\"）有可能获得著名品牌的授权使用。

（5）企业有可能获得原工作单位在政策允许条件下的支持和帮助（可视作轻工国有企业部分转制的性质），其内容大致为：作业场地和部分设备以及成熟销售店铺等方面。

（6）企业有可能通过创业扶持政策获得流动资金的借入和享受到有关优惠政策，如所得税减免等。

（7）一个以核心专长为基础并辅之于\"分解结合\"方式的作业思路日趋成熟。这个思路是由市场条件和企业状况所决定的。做强、做精、做准20%；做好、做妥、做稳80%，在坚持双赢和不断学习的引导下做好这个2∶8。例如工艺制造方面，企业仅完成整个工艺路线中的关键工序和最终工序的加工，约占20%，其余80%的加工（含制品）由企业的购买行为支持。购买行为将获得技术工艺标准、品质控制标准、经济合同履行和合格分承包方的支持。

（8）企业的发起人（群）对建设\"学习型企业\"有强烈的愿望和认同（发起人群的基本情况略）。

（9）企业运行的方向，将向\"头脑型\"企业演变，通过可控制资源因素和不可控制资源因素在销售和开发的磨合作用，渐渐实现。企业运行初期将是这一构造的模拟实践运作和磨合。

1、公司性质和主要经营范围

公司的法律形式采用有限责任公司形式。性质为混合经济，公司的初期投入（注册资本金）为人民币60万元。其中，国有股份约为10%，自然人股份约为90%。

主要经营范围为：木制家具（含软体家具）生产、销售（含延伸产品）；工艺品、艺术品制造、创作及其延伸产品的销售；室内装潢设计和室内装潢施工及其配套制品的销售；咨询服务；家居式空间相关用品的制造的原材料销售（含进口原材料）。

2、地址选择

工厂地址首选为租用原工作单位骨干工厂的一部分。占地面积约为5000平方米，建筑面积约为2500-3000平方米。销售地选择在新原单位的专卖商厦（成熟且有良好销售业绩，上海市区境内）。

工厂首选和次选地理位置均安排在沪青公路二侧的刘行镇辖区内。

3、经营理念

做小、做精、做好。

做小：追求1∶6.5的和谐（头脑与躯干），操作2∶8（1∶4）的加工。

做精：品质控制。

做好：2个方向的服务，即顾客和分供方。为顾客服务以建立企业的美誉度，为分供方服务以提高全面质量。

4、质量目标（指最终检验入库检查状况）

特等品率：10%；一等品率：20%；合格品率：100%。

企业将在运行初期，贯彻iso9001体系。贯标6个月后，申请多边认可的认证证书。

产品销售与服务范围见\"主要经营范围\"。

其中咨询服务为：中小型木制企业（对象）的技术、质量控制和企业管理顾问以及为有特殊需求的顾客提供产品、工艺流程设计。

1、目标顾客

新办企业的目标顾客为：

1.1单体顾客--指购买商品或服务，以满足居住和提高生活质量的人群，其特征是个性化的小量购买，是我们主要服务对象。

1.2团体顾客--指购买商品或服务，以满足营业需求的顾客（如饭店、宾馆、公司等）和销售需求的经销商（含海外顾客）。其特征是个性化设计的成批购买和来样成品生产组织。

1.3有特殊需求的顾客--指购买服务范畴内的，以满足生产组织、品质控制等需求的顾客（个人或企业）。

在企业初期（开业至18个月间）的计划销售额为：65×18＝1080万元。预测上述三类顾客群，分别占企业销售总额的：80%（864万元）；15％（162万元）；5％（54万元）。

2、顾客需求满足

以一定品质标准的产品和服务，分别满足三个顾客群的现实和潜在的需求：

--以个性化的商品和服务满足单体顾客群中的不同层次的需要，以整体化销售的方式满足这一类顾客对有效营造温馨居室和彰显文化品位的潜在需求。

--以准时化服务满足团体顾客群的需求。

--以有显见成效的方案和策划满足有特殊需求顾客的现实需求。

3、顾客群分析及目标市场预测

新办企业的三类顾客群中，第二类即团体顾客和第三类即有特殊需求的顾客在实际运作中是稳定的，其销售额有足够的上升空间，其原因系由新办公司的发起人拥有这方面资源。

新办企业锁定第一类顾客的大比例，是因为其中是竞争的热点，参与热点竞争，是实现新办企业运行2：8操作和演练新品开发能力以及成品控制能力的最好舞台。参与这个目标市场的竞争，是提高新办企业向\"头脑型\"组织演变速度的最好途径。

第一类（单体顾客群分析）

目标市场容量（25亿-30亿元之间）

仅上海地区每年约有8-10万对新婚家庭和25万个家庭搬迁至新居，需购房或置换950万一1000万平方米。据调查显示，72％的居民接受的家具价格为5000-8000元之间，颈测每平方米约可带来300元的家具消费，此项的容量计算为30亿元。或按新婚、搬迁数按二室一厅家具消费10000元计，也大抵相当。因此，上海地区的单体顾客年购买需求为25亿一30亿元之向。

流价格情况（五件套卧房家具是；6000-7000元／套）：

据对1000名月薪在900-1200元之间的中等偏下的上海消费者的问卷调查显示：6000-7000元五件套家具（床、床边柜2件、大衣橱、低柜）为这类顾客的主流价格。他们当中购买主流价格的顾客为89%；购买高档国产家具的为7％（含红木家具）；购买高档进口家具的为4％。

4、市场前景与优、劣势分析

4.1市场前景：市场容量和主流购买群情况显示，主体价格的年销售总额为22亿-26亿元间。\"上海牌\"家具在这一目标市场中的年销售额约为0.40-0.45亿元之间，市场占有率仅为1.5％左右，作为具有40年历史和上海家具产品唯一连续4年获得市名牌产品称号的品牌，其扩大占有率的空间较为广阔。本企业目标销售为624万元，仅占该品牌销售总额的13％左右，市场前景较为乐观。

4.2优劣势分析：新办企业的优势如前所述；劣势情况为：

a、流动资金的缺口。

b、生产链衔接和品质控制环节方面的有素质的人员缺口。

c、新设销售点的4ps的领会运用欠缺。

d、cad辅助设计跟进和设计成本的跟进速度不快。

e、作业团队的磨合速度和亲和度尚显不够。

1、企业竞争对手分析

在卧房家具主流价位的目标市场内，竞争对手的价格和服务、

款式、品质情况如下表：

竞争对手款式价格服务品种木料

外地企业a和式9900元一般变化少实木

上海企业b流行款8632元一般变化多双包抽木

上海企业c流行款7200元一般变化少双包水曲柳

2、竞争对策

2.1服务做好：其中包括安居、使用说明；随访、公开承诺等。

2.2款式做多：同一造型产品有a、b、c版，使喜欢造型和欲少花钱的顾客能够在三个价位上选择较适合自己的价格。

2.3价格做公：企业受到的优惠政策的部分让给消费者。

1、企业第一年销售计划：年销售额780万元；第二年销售计划：年销售额780万元，月均销售65万元。

时间1-3月4-6月7一9月10-12月

销售额273156117234=780万元

百分比35％20％15％30％=100%

2、定价和销售渠道

定价：拟将\"破坏价格\"和需求导向定价、竞争导向定价法交替使用。

销售渠道：鉴于企业授权使用著名品牌，在原单位品牌专卖商厦内辟有500~l000平方米专用销售地直销。

3、促销手段

（1）价格适宜。

（2）专用销售地的氛围营造，使现实和潜在商品选购

者在销售地停留时问增多，构成慕名（品牌）、停留、讨论、异议、成交的良好过程。

（3）做顾客的顾问和助手，提倡在一定条件下的顾客少购买行为、宣传\"少工序胜多工序的\"家具选购原则。

（4）宣传：售后服务专用车辆，媒体广告和软广告，产品及相关的宣传品（册）。

（5）不设购买金额下限的随品赠送，印有企业标志的独特定制的工艺品。

（6）销售区域内辟设\"上海牌\"家具发展陈列，彰显产品的文化内涵和新工艺应用等。

企业的产品群由1、2、3类构成。其成本计划如下（第一、二年，销售价100%）：

内容单体顾客团体顾客有特殊需求的顾客本计划（目标成本）％88％85％20％毛利率％12％15％80％。

成本计划：料、工、费（财务费用、租赁费用、销售费用、保险。

费用、运输费用、折旧费用等可计入成本的费用）。

例：单体顾客产品（成套卧房）的成本构成表：

（1）主要原辅材料和成型加工件：约占55％

（2）精加工和装饰的材料和人工支出：18％

（3）宣传广告费用和开发试样费用：5％

（4）管理费用（财务费用、租赁费用等）：10％

（5）毛利率：12％

年销售780万元，月销售65万元，生产周期40天，其中第二类和第三类不作现金流量计划。因为第二类有50%订金，第三类随机投入的主要是文员和操作人员薪金支出。

780万元×80%＝624万元；

624万元÷12＝52万元（用第一类产品销售）

资金周转天数：80-90天／次

流动资金需求量：总销售值的55%，即28.6万元×3个月＝85.8万元

156万元/3个月

具体现金流量由专业人员设计。

**装修公司创业计划书范文篇六**

所需资金：10万元

开业成本：5万元

营业面积：50-80平方米

员工工资：6-10人，5000元左右

流动资金：2万元

月盈利：2万元左右

随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往往缺少独特的眼光。因此，往往求助于专门的装修公司。

我国的家装业是一个利润较大的行业。我国的住宅建设，特别是城镇住宅建设，经历了近20年的连续增长之后，已颇具规模。随着人们生活水平的提高和住房制度改革的推进，居住消费占总消费的比重迅速提高，人们越来越关注居住环境的改善。我国的家居装饰业应运而生，10年来发展很快。

家装潜力巨大。据统计，这几年全国家居装饰业的总产值为1200亿元，是20世纪90年代的40倍，年均递增45%，大体上每两年翻一番，相当于全国城镇住宅年投资总额的30%。有一种大胆的估计：家居装饰在未来两三年内将达到20xx亿到3000亿元，即相当于住宅投资总额的一半左右。这不是虚张声势或盲目乐观。

家装公司是从1998年发展起来的，发展到今天已有较大的进步，该行业也成为社会上一个较热门的行业。人们都想给自己营造一个安逸舒适的空间，对居室环境的要求也越来越高。近年来房产开发商开发出大量的户型，也为家装行业的发展带来广大的空间和无限的商机。据专家分析，家装市场在未来几年内仍有较大的发展潜力。

家庭装修公司的理想选址一般在新建成的居民住宅区、建材市场或大型居住区的聚集地。

家庭装潢公司与其他行业不同，格外重视公司的“门面”，它不仅仅从一个侧面展示了企业的形象，也在消然地输出一种理念。对于正在选择装潢公司的人来说，装潢公司的“门面”可作为一种很好的“参照物”，下面提供几种样式供参考。

1、追求“后现代主义”

“后现代主义”将设计突出地表现出来，传达的是一种设计理念。因此，在装修的时候保留空间功能的完整，而不必做过多的修饰。比如墙面的处理，铆钉都裸露在外，只是用色彩来重现建筑的美；不规则的几何形体错落有致，金属得到了设计师的偏爱，这些都表现出了“后现代主义”的理念。

2、向往简约“古典主义”

装潢公司总是喜欢突出自身的个性，通过装饰好自己的门面向顾客展示自己对设计的独到见解及敬业精神。简约的“古典主义”使设计风格显得高雅，如果能再配上周边的环境，将会使整体设计更具风雅。

3、返璞归真，沧桑怀旧

在钢筋水泥般的城市住久了，人们便开始向往自然的风光，追忆沧桑岁月，斑驳的砖墙，苍老的木柱木螺，凹凸不平的松木地板，落地的大铁门锈迹斑斑，上面是一排排赤裸的铆钉，开启时吱吱呀呀地响，仿佛是历史的脚步。这样的设计正迎合了那种饱经沧桑岁月人的一种心理。

4、艺术与商业的完美结合

这种设计容易给人一种年轻、严谨、现代化的印象。使用尽可能少的元素组合成针对性最强、包容性最大的空间，以传达给观者严谨的专业能力与平和的感受，以达到艺术与商业的完美结合，这是众多年轻人的追求。顶面和柱体的白色、墙与地的灰色以及门面外灯箱的黑白用色，是个性的张扬；开敞式的、便于各部门之间文件的交流布局，又兼顾了商业空间的共性。这是艺术与商业完美结合的现代化特征。设计的精髓却始终不能丢，越是做得“少”了，越需要精细地推敲。

每一个房间的装饰都有自己独特的地方，但这独特之处又有一定的规律性和时代性，把所有这些精华部分提炼出来，在室内各处墙面造型及家具造型的表现形式，称之为室内装饰风格。

下列几个设计思路，可供参考：

（1）结构贯通出空间；

（2）色彩融合出气氛；

（3）材料交合出品位；

（4）造型融合出旋律。

在进行墙体装修时，可将一些实用性强、色彩风格与墙面协调统一，例如：门厅中的鞋柜；厨房卫生间的壁柜、吊柜；客厅卧室的角柜等。在面积较大但高度不够的客厅里，一般可舍弃美丽的吊灯，在天花板设计时放置一个圆形、椭圆形或方形、六角、八角的灯池（2平方米或5平方米），将射灯藏于灯池周边内，这样天花板即成了灯的一部分，在浑然一体中扩大了客厅的视觉高度。

对于那些有偏爱的，可根据其爱好设计相应的风格，将一切巧妙运用起来，以达到色彩的整体性。既能表现出气氛，又能得到空间扩大的效果。

有些房间为平面直角，而家具却是一些曲面、曲线，显得不太协调，这样就要对房间进行处理，如拱形的屋顶、拱形的门楣等；以高低错落的板块来装修天花板，内设照明灯，表现空间之美；有人喜欢板面造型，对墙体的装修用板块的形式来打造高大肃穆的效果；以二三级台阶来营造登堂入室的大家之气；在家具的选择上可选用两种颜色板块组合而成的新潮家具。这其中便蕴含了一种旋律美。

1、签订一份公平的合同

在双方协调一致的基础上，签订一份公平又详细的合同，是十分有必要的。有的客户不认真审核合同轻率签字，到后来遇到纠纷往往是很平常的事情。然而，装修公司由于制作合同不严密、不详尽，自食其果的非常多。

2、制作一份详细的报价表

这是装修中的主要程序之一。报价表要力求详尽，包括所有的承包项目、单价、单位及金额，还应标明哪些材料是装修公司购买，哪些是客户自购，大致灯具、洁具、空调，小至拉手、门锁都要囊括在内。有了这样一份详尽的报价表，就会减少许多不必要的麻烦。一份详细的报价表的重要性是不言而喻的，它能够与合同相提并论。

3、在施工过程中，同客户相处要融洽，要尽量尊重客户的意见

某些装饰公司在签合同前后往往言行不一、两副嘴脸。丝毫不尊重客户合理的意见及要求。当客户要求修改图纸时，甚至对客户出言不逊，大谈设计风格等专业术语，搞得客户非常难堪，当施工中出现错误时强词狡辩等。这些现象是必须避免的。装修公司既要虚心听取客户的意见，又要勇于承认并改正自身存在的缺点与错误，并做到及时向客户说明，与客户之间建立一种和谐融洽的关系。

4、进一步扩大透明度

做事情增加透明度，有了问题坦诚向客户说明，这样便会增强客户对你的信任感。那些认为“无商不奸”的人是挣不到钱的，许多客户会对你“望风而逃”。

**装修公司创业计划书范文篇七**

宗旨:成为行业领先的最具吸引力的家居和办公室装修站

我们销售的不仅仅是建材，更是一种感性和超前的理念;是一种积极乐观的现代的装修方式;是一种生活享受!

商业模式: btoc的商业模式;

网站和实体相结合。

网站将把本地最好的承包商、室内设计师和供应商集中在一起，为想装修的顾客提供一站式服务。

随着社会经济、文化的飞跃发展，人们日益注重生活元素的改善和对美的追求。家庭装修作为日常生活里必不可少的一部分，怎么样做好装修已成为众多家庭必不可少的头痛课题。越来越多的客户已经意识到，建材在影响着装修质量的同时，施工会同样起着举足轻重的作用。但是施工队是更难寻找而且不好管理!建材是到处都可找到，但是施工却不是那样好找!在这个行业竞争非常激烈的社会里，，每个老板都想让自己装饰企业能异军突起多接一些生意，但是装修行业经过多年的发展，价格透明度越来越高，盈利也少的可怜!所以减低付出格外重要。通过大概了解中国现阶段有几百万个装饰公司，几千万的装修民工--------如果把传统装修公司引导走向电子商务话是一个很好很值得研究的客题!

另外据相关统计显示，中国上海市场装修消费需求近年来每年可达数亿元，总消费量占全国消费量近3成，装修文化显示出强大的发展势头和越来越多元化的市场趋势。

全球产业结构的调整和房地产行业的迅猛发展为装修相关行业的就业和创业活动提供了全新的基础和空间。装修在拉动经济建设的同时，日益显现出自身的价值和优势。例：新闻报道家庭装修热带动相关消费港城家俱家电市场持续旺销

时下正值今年家庭装修旺季的中后期，记者近日采访时了解到，大部分家装相关商品都十分畅销。而随着不少市民开始入住新房，家具、家电等相关产品均出现了持续旺销的局面。

在三站家具市场，前来选购家具的市民络绎不绝，商家也是大力展开打折促销活动。据商家介绍，板式家具和时尚家具是比较旺销的家具种类，如卧室高门柜、客厅板式书柜、视听组合家具套装等，许多品牌的销量都十分可观。一位经销商告诉记者：“现在年轻人比较青睐时尚家具，特别是一些具备‘欧式’设计风格的板式家具，简单大方，销量不错。”记者了解到，布艺沙发、原木家具及高档的红木家具也成为不少消费者的首选。

记者走访市区几大商场了解到，随着价格的不断下调，同为家装连带商品的彩电和厨卫家电近期也呈现旺销状态。家住黄海城市花园的吴先生就说：“新房刚装修完，彩电冰箱洗衣机这些必备的家电少不了。而现在不少高档产品的价格都下调，感觉挺实惠的。”

业内人士表示，随着港城市民生活水平的提高，家装市场也逐渐提升档次，时尚并且实用的中高档家装相关用品开始成为市场的主流。但消费者购买时不应只注重款式，也要考虑家装用品与整体装修风格的搭配。

上海零点团购网是全国唯一家专业从事装饰装修施工与建材直销供应相结合的网站,主要从事(木工、瓦工、水电工、油漆工)的信息与发布，为广大公员提供一个免费发布信息的机会! 网站的宗旨是“免费到底，互惠互动。共同开拓，共同发展。”

我们的目标是建成本地最大的家居与办公室装修入门网站。我们的服务是为将计划装修的家居客户和办公室消费者提供担保服务。装修家居是很耗神的事情，您必须自己找承包商和设计师，我们的网站为会您解决烦恼!

1.目前发展势头最为迅猛，但主作建材团购，办工、人员，终断，费用发展费用庞大，但他们目前已经走出上海，在苏州，南京，杭州设有办事处。

2.地处上海，处于发展中期，规模良好，但是主做现场，周期长，砍价为主，引起了商家反感。

3.地处上海，网络不是很成功，但正在赶上。

初期1年的营运费用大致在6万元(实际初期投入约3万元)，20xx年12月之前达到收支平衡。

因为我们是创业初期的电子商务型企业，所以采用以网络推广为主的营销方式。

传统媒体：虑到创业初期的成考本及效果，暂不考虑;

网络推广：在google、baidu上买关键词、网络排名，购买网络实名(3721)，在淘宝、易趣上开店，成为阿里巴巴“诚信通”会员，并争取早点加入阿里巴巴“中国供应商”，同时在天涯、瑞丽、无忧团购、等知名论坛发贴，贴图，以增强宣传力度。

促销手段：通过qq群发，论坛发贴等方法，新会员入会或在某个特定时间段(比如10月1号到10月7号)注册会员并发贴者均有机会免费获得网站提供的家装设计，以提高人气指数，比如论坛同时最高在线人数。还有在免费的(1)24小时有问必答活动，分电话回答和论坛回答。应该说，从电话的咨询就可以带来收入，因为我们可以从事施工!不过这个要靠技巧!。(2)宣传单页的使用，还是很吸引人的，因为我们是网络平台做的是眼球经济，所以我们要每时每克都要利用机会，去开户楼盘发资料，以体现信息共享为主!别的装修公司宣传的是能帮他做事情，我们要告诉他们的是叫客户如何省钱!这样人气就聚起来了。(书里应该是建材的最低信息和施工队的联系方式!装修应该注意的细节)

情报收集：根据本人观察，现在装修公司的施工对的施工队的渴望寻求信息常有发生，个人用户信息闭塞，有写人是没有事情做，有些公司是找不到人!现我已经收集到施工队的信息基本资料300条左右，主要联系方式为手机及电话等;在上海有装修公司已经有20xx0万多家、我们的第一部是如何让两万多家装修公司知道我们的服务!如果能争取到20%的客户，我们就降低了投资风险;

小区推广：小区飘浮着商务气息：据调查，中国人民银行25日公布的20xx年上海市金融运行报告披露，逾220亿元境外逐利资金在去年流入了上海房地产市场。

据不完全统计，20xx年1至11月，境外资金通过多种途径流入上海房地产市场的总量超过222亿元。其中，用于房地产开发的约150亿元;用于购房的约70亿元。这些都是用于小区建设!怎么走进小区深入人心是我们的课题!开拓小区市场并不仅仅是获得了目前这一个市场空间，对企业的长远发展也很有意义;建议加强和物业的合作，利润共享!

社会形象:力所能及的支持国家希望工程，逐年增加资助名额，培养企业员工的社会责任感，树立企业良好的社会形象。在农村之间建一条装修人才输送的高速公路!很有影响力!

资金需求：初期1年的营运费用大致在6万元，吸引投资入股,但投资方占有股权不得超过49%，具体面议。

合作方式：投资方出资，实行财务监督，不参加网站具体运营。

发起人：罗其兵7年多的装修研究经验!无忧团购呆过一段时间!深入了解他们的运作模式!也曾经和团购俱乐部合作过!讨论过电子商务的走向研究;在网络方面，能够独立进行电脑及网站的一般维护。20xx年4月份创建零点团购网(上海)，网址：网站访问独立ip地址已突破40000大关;

20xx年进行第2次改版!曾经开通过上海家装小修版!

为人诚信、务实，一直深受老板、同事和客户的好评;思想活跃!超前!

《零点团购》努力成为国内首屈一指的专业的装修站。《零点团购》销售的不仅仅是一写建材和设计服务，更是体现一种时尚理念，宣扬一种积极乐观的现代生活方式。

20xx年12月份之前进入专业装修服务网进入前3名，精心打造装修流通领域的“国美”。

网址：和域名解说：受(中国同学录)启发，“您就团购”数字“09”的意思是“从0起步”和“装修0利润”的意思“

网络实名：零点团购(现在已经被搜索引擎收录)

网站建设：细节决定成败，网站建设一定会本着简洁、实用的指导思想。具体要求见附件《零点团购网建设细节及步骤说明书》。

1.管理思想一切以客户为中心

2.管理队伍技术部;市场部;设计部;施工管理部以上各部门会逐步完善

3.管理决策营造舒适轻松的工作环境，高效、优质地响应客户需求

1.组织结构，总经理市场部，技术部，设计部，施工部

2.协作及对外关系，市场部对外联络业务，设计部协助施工部，技术部服务于网站部。并开展和知名论坛的合作!例!时代报纸!焦点论坛(已经谈过合作问题)

采用一流的网站开发技术，暂无知识产权问题

先期租用上海地区普通公房即可，特点交通方便即可。

**装修公司创业计划书范文篇八**

1.1公司

公司名称：xx装饰有限责任公司

注册资金：100万元。

资金来源：团队自筹资金30万，风险投资30万，长期借款40万。

公司宗旨：一个温馨的家是我们共同的目标

公司理念：用心、细心、诚心、创新

公司简介：xx装饰有限责任公司是一家引进先进的经营管理体系后优秀人才，提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务的装潢公司，使得私人装潢不再东奔西走，忧心忡忡。家庭装潢为本公司的主营业务，公司发展初期市场为福州市，后期以福建省沿海城市为据点，加强人才培养，扩大公司的业务经营能力，以家庭、门面、办公室装修为主线，争取承接到更高投资的大型项目，并取得甲级资质。以建材的销售为另一主线，以短距运输业务作为建材销售项目的一副业。通过付出的诚信和努力赢得百姓的赞誉的口碑，打造自我的价值品牌。该投资项目资金投入量少，回收期快，利润高，随着中国经济的发展，该行业具有较好的市场前景和发展潜力。

1.2市场

近几年来，我国的装饰装修市场发展迅猛，从而拉动了相关产业的高速发展，新型装饰材料不断涌现，消费者的需求量不断扩大，因此，有人说装饰装修产业是朝阳产业。但是，在我们看到发展的同时，也看到许多与行业发展不利的因素存在。如装饰房屋合同陷阱多，施工偷工减料、以次充好，环保指标不达标，装修工人无证上岗等违规操作使消费者蒙受巨大损失等情况屡见不鲜，同时也使整个行业信誉降低。较低的市场准入使大批无资质的企业和个人承揽业务，争相采用打折或送礼等手段激烈竞争，低价揽客。市场的无序竞争，不仅使行业中规范运作的厂商蒙受损失的情况屡见不鲜，同时也使消费者合法权益难以得到保障。

在未来两三年家装行业仍有较大市场。家装市场缺乏的是真是能提供装潢材料、工程设计、施工等一站式服务的老百姓信得过，具有一定品牌的装潢公司。我们的企业正是要抓住这样的机遇，做好做大做强我们的一站式服务装潢品牌。

1.3投资与财务

公司股本结构中，初期投入资金100万，团队自筹资金30万，风险投资30万，长期借款40万。风险投资占30%准备引入3-5家风险投资共同入股，为分散风险，提高效益，合理增加负债，优化公司财务结构。，其中40万为长期借款（银行贷款年利率为6%左右），资金主要用于公司提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务。本公司的产品是技术型服务，是一项投资少，回收快，收益大的项目。

前三年估计盈利100万，以后通过先进管理降低成本，将利润率稳定在25%左右，风险资金在第3—5年撤出。

1.4组织管理

市场部：做好对外的宣传工作，利用一切有利条件宣传公司的优势，并及时向公司反馈信息。

设计部：负责为客户“量身打造”室内装饰方案，为了使设计取得预期效果，室内设计人员必须抓好设计各阶段的环节，充分重视设计、施工、材料、设备等各个方面，并熟悉、重视与原建筑物的建筑设计、设施设计的衔接，同时还须协调好与业主和施工单位之间的相互关系，在设计意图和构思方面取得沟通与共识，以期取得理想的设计工程成果。

工程部：协调总经理副总经理统一安排工程任务，监督、审核工程任务的正常进行，狠抓工程进度、质量、安全，以及公司形象。积极参与施工队伍的扩建、整合、改制以及对施工队伍的培训。把握好工地材料用量的审核关，做到不偷工偷料，不浪费材料。及时处理好工地的投诉及售后工程维修。

财务部：负责建立公司日常会计与税收管理，每个财政季度末向副董事长汇报本年财政情况并规划下个季度的财务工作；负责公司资金的筹集、使用和分配；负责日常会计工作与税收管理，每个财政年度末向总经理汇报本年财务情况并规划下年财务工作。

人事部：负责制定公司人事管理制度，实施并提出合理化意见和建议，合理配置劳动岗位控制劳动力总量；负责人事考核、考查工作；建立人事档案资料库，规范人才培养、考查选拔工作程序，组织定期或不定期的人事考核、选拔工作；编制劳动力平衡计划和工资计划。抓好劳动力的合理流动和安排。

行政部：负责公司的行政管理，合理配置公司管理人员和施工部管理人员。协调部门与部门之间的关系。

企划部：与设计部、市场部紧密配合做出有利于公司将来发展的策略。

2.1行业特点

1.建筑装饰行业相比较于土建、房地产等行业规模较小。

虽然近年来装饰工程在工程项目中所占的投资比例有所增大，但是，由于装饰工程文化性、艺术性较强，在同一栋建筑物里也允许不同设计风格的单体出现。（这段与标题不符合。）

2.装饰行业缺乏高技术含量，不需要大规模投资及大型机具设备，入门门槛较低。最初的装饰从业者多是从农村出来的剩余劳动力，只需要一把锯子、一柄锤子就可以从事装饰施工。即使发展到今天，这种状况依然没有从根本上得到改变，特别是家装。虽然施工管理人员的素质有所提高，但作业人员仍然以农民工为主，只不过将手中的原始作业工具变成手提式电动工具。而从施工技术的角度上来看，施工企业对新技术、新工艺的使用几乎完全受制于装饰材料制造行业，根本无法拥有自己的核心技术，形成技术上的优势。从目前施工现场的情况来看，装饰公司无论大小、成立先后，施工作业的手段几乎没有本质上的区别。

同时装饰施工对企业的投资压力比较小。装饰工程的作业环境划分得很细，很少有大的空间，不利于大型机具设备的展开，所以装饰工程所需的基本上是中小型机具，特别是手提式电动工具。机具的含量在工程成本中所占的比例较小，更换的频率也很高，如果是单项工程，基本上自己就可以解决机具设备的问题，企业不需要在机具设备上进行储备。同时，由于企业所承包的装饰工程标段规模越来越小，施工保函的数额不大，施工前期对工程款垫付的要求不高，则不需要大量的资金储备。

3.装饰工程生产周期短，生产要素简单，需要的管理人员较少。

装饰工程的施工一般在建筑工程施工的最后阶段，由于装饰工程规模相对较小，同时业主往往将最后工期的压力加在装饰公司身上，造成装饰工程施工周期缩短。装饰工程施工现场分隔较细，不利于大型施工机具的展开，所以生产要素比较简单，机具只是一些简单的手提式电动工具，所涉及的材料种类虽然较多，但一般数量不大。项目周期短，项目管理人员相对土建工程数目较少，根据我公司的情况，一个项目经理部包括“五大员”在内一般只有七八个人。但是，由于装饰公司项目同时开工的数量较多，往往需要大量的人才储备，但是如果在某一个时段开工数量不足，又会造成人力资源的浪费或项目管理人才的流失。

4.装饰企业设计投入大，设计管理困难。

在目前国内的状况下，装饰设计完全依附于施工企业，施工企业为了施工任务，需要在设计上投入大量的资金。由于装饰设计涉及的环节较少，需要配合的专业不多，从事装饰设计的人员往往结成很小的组合，一般五六个人，几台电脑便能完成一项装饰工程的设计任务。这种情况造成设计师对公司缺乏归属感，为哪家施工企业服务便打哪家施工企业的牌子。同时，设计人员流动性较大，往往一个设计人员有了一定的设计能力和社会关系就立即从原先的设计组合中分离出去。这样，就造成了设计整合困难，公司虽然成立了多个设计室，但设计室之间缺乏配合和交流，因而无法在设计上形成规模优势。

2.2市场描述

近几年，随着房地产业的不断升温，装修装饰等相关产业也迅猛发展。据统计，20xx年全国城镇建筑装修产值逾6000亿元，其中建材及居住消费占70%，约4200亿元。装饰行业以往是依附于建筑行业的一个分支，目前已脱离了这个母体，慢慢形成了独立的体系。分为家装和工装2大类，无论家装和工装，在我国还有很大的发展空间。

家装情况：房产公司最近几年到处开发，大量新楼盘。约有一半为自住，虽然国家大力致力于要开发精装房，但是事实上大多数交付的依然是裸房，也就是产生了大量的装修待装户。补：同时也遵循了设计个性化、私人化的空间。未来5年这个开发的力度并未减弱，城市化建设依然大踏步地进行，所以，装修待装户的行列每年还在持续。从理论上说，有多少二手房在换手，几乎就有同样数量的待装户出现了。这个数字也是非常可观的。

工装情况：总体前景更加美好，比如酒店业的装修周期为5年，一般来说，5年会有一次翻新，至于新建的酒店更加会不遗余力地投入装修。沿街商铺，因为竞争激烈，换手频繁，每次换手，都是一次装修机会的获得。学校/办公室，医院，也是装修的一大主要内容。

家装市场特点：随着人们家装理念的逐步成熟，不少装修的业主已趋向轻装修重装饰的简约家装风格，摒弃了华而不实的家装模式，那些曾被列为“时尚”过于繁琐的装修造型装饰已渐趋减少。业主有家居生活的深入体验，又有网络的讨论、交流、参考，基本可以确定适合自己的家装方案。业主依自己个性、品味、喜好选购家居功能性产品同时兼具美观性：如门及门窗套、墙地砖、木地板、墙顶面漆或壁纸、厨卫吊顶材料、卫浴设备、厨房设备、电器设备、灯具、家具、布艺、配饰等——家装风格尽体现在其中。但是，有的业主在前期看家装效果图纸时感觉很好，后期完工时却感觉没有达到预期家装效果。家居装修最主要的工作还是在开工以后，简约不等于简单，而是要求施工质量更加精致耐看。工程施工繁杂琐碎，需要水、电、木、瓦、油诸工种的合理有序衔接。涉及到家居水处理设备、家居储物配置、供冷供暖系统、室内加层搭建阁楼、制作楼梯、阳光房、室内景致、庭院布景绿化……这些繁杂的施工项目都需要整体协调运作，家装工程才能顺利进行。家装是个性很强的事物，没有统一的模式，尤其是别墅装修，有几个不同层次空间过渡转换。在长期的家装实践中，我们深切体会到施工时仅靠几张前期设计图纸，是不能完全解决家装施工过程中出现的各种各样细节处理问题的，有许多局部细节处理问题也是图纸无法表达的，这也是许多装修业主在施工过程中感觉身心俱疲的主要原因。

对此，我们在施工时还要根据实际家居空间装修效果，组织相关施工人员与业主共同对每个装修项目施工方案进行多种实际论证，对每一处施工细节处理，怎么做更合理、更美观、更符合业主意图，这是做好家装工程最显著特点，我们称为“二次创意”，这一创意过程也充满着业主的智慧。这样做，把前期设计意图与实际施工效果整体的结合在一起，保证业主得到预期家装效果。可以为业主在施工过程中节省大量的时间及精力，我们做的家装工程，业主基本可以正常的上班工作，不必为家装过多的操心分神。做好家居装修工程既需要一定的家装审美素质，又需要大量的家居装修实践积累，更需要高度的责任心。

2.3市场趋势

这几十年来，我国建筑装饰装修行业获得的巨大的发展，为我国经济建设和社会发展做出了巨大的贡献。未来的五年将是住房建设快速增长时期。住房建设高潮的来临，将为家居市场的繁荣昌盛带来新的景象，未来的家居装饰市场将会呈现以下六种态势：

一、新建住房装饰工作量将会保持持续增长势头，从现在各地情况看，别墅和高档公寓销售情况很不乐观，已经趋于饱和，这部分房屋的装修市场将会是昙花一现，持续时间很短。取而代之的将是经济适用住房和廉租房屋，每家每户的平均装饰造价将会呈下滑趋势。

二、小区住宅装饰将会成为整个装饰市场中的热点地带。从城市整体规划需要出发和住宅开发建设的发展趋势表明，规模建设，成片开发，配套服务已经是当前住宅开发建设的主流，这一走向要求有条件的装饰企业要把经营重点从零散分户装修转向集中攻打住宅小区装饰，从组织施工队伍各点出击转向组织集团军统一作战。

三、新建住宅一次装修到位将会逐步取代现在的毛坯房装修模式。1999年，国务院办公厅在转发建设部门《关于推动住宅产业现代化提高住宅质量的若干意见》中指出，“加强对住宅装修的管理，积极推广一次性装修或菜单式装修模式，避免二次装修造成的破坏结构、浪费和扰民等现象”。这个意见的提出，对房地产开发商和家居装饰企业带来了极大影响。据了解，建设部正在组织力量编制具体的事实方案，不久就会公布于世。这是新形势下对住宅装饰提出的新挑战。毛坯房交工，分散装修所带来的问题和困惑，迟早要由新的装修模式所替代。

四、使用功能与舒适美观的有机结合将成为家居装饰的主潮流。家居装饰的发展轨迹已经充分显现出将会向着实用化、工业化、专业化生产协作的方向发展，未来的住宅装饰更加注重使用功能的完善配套，摈弃浮躁、豪华、空洞等不切实际的做法，未来的技术工艺更加体现科技的进步和标准化制作生产，淘汰现实的手工作业多、湿作业多、非标准件多的落后局面，将会对现有的企业生产经营模式提出新的挑战。

五、设计作为家居装饰的龙头地位将会更加明显和重要。家居装饰设计的技术含量和附加值将会很快体现在整体装饰活动中，创造可观的经济效益。以设计为主体的企业将会逐步取代现在的传统企业，在市场中占据主导地位。设计师的地位、所用和价值也将随着时代的发展日益重要和突出。

2.4市场容量

家装行业经过10年的发展已经日趋成熟，众多品牌在行业竞争的不断冲刷与洗礼中逐渐壮大。据中国建筑装饰协会测算：全国住宅装饰装修总投资大约7500亿元，整个行业20xx年的产值是12000亿元。今后市场需求将会更大。

家装行业今后的路应该是往二级市场、三级市场或者更广阔的县域经济区域发展，转变过去只依赖一级市场的传统发展模式。县域经济不是过去传统的以传统的城乡、乡镇为依托，以农业生产为主导，而是以核心的县城和二级城市为主导，以发展第二和第三产业消费者为拉动的新型县域经济。国家宏观经济政策正好是县域导向，今年年初的大部制改革就是为了发展县域经济，以前的省、直辖县只管到了财政，现在县域经济的发展省把投资管理权、固定资产的投资包括财政一起下放给县域，这为下一步县域经济发展提供了空间。国家财政75%也会逐渐倾向于县域，因为过去的经济增长主要是都市经济发展，我们要制造县域区域更集中的8亿人口。现在国家现有的行政区有2862个，其中包括374个县级市，地处交通要道、市场前景好、国家重点投资的区域有8亿人，有2.38亿个家庭。那么我们的核心县市就有240多个，周边辐射了2400多个县和县级市，综合人口将近1000万。任何家装市场的普及率只要提高1个百分点，就会增加238万件的需求，消费量占全国总消费量的69%，是一级城市总和的两倍。

2.5目标市场

家庭装修设计

随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往往缺少独特的眼光。

办公室装修设计

对于企业管理人员、行政人员、技术人员而言，办公室是主要的工作场所。办公室的环境如何、布置得怎样，对置身其中的工作人员从生理到心理都有一定的影响，并会在某种程序上直接影响企业决策、管理的效果和工作效率。

店面商场装修设计

对于店面装修设计，商业性门店量大面广，经营服务的项目和种类繁多，店面装潢并且由于在城市中所处的环境各异，其规模和设施的标准也各有不同，但装修的效果如何，直接关系到店的形象，因此对门面的装饰至关重要。

2.6竞争分析

在市场竞争方面，充分考虑了市场的各种情况，现以波特的五大竞争力量分析：

现有竞争者：在市场上一些资历较老的装修公司，他们的资金较雄厚，知名度也比较高，质量相对有保证，但是他们要价也比较高。其次就是市场上的装修游击队，他们要价较低，但是质量无保证，没用售后服务，万一出现质量问题，无处追究责任。于是，我们公司就以管理和公司结构的优化，从而在两者之间找到一个平衡点，进而得到生存空间。

业主：很多业主都是门外汉，装修材料品质一般都不了解，又因为当今建材市场鱼龙混杂，价格的透明度很低，价格方面也往往吃哑巴亏，劳务费用有时更是任人宰割。

潜在竞争者：百安居等家装巨头的入驻，他们在材料成本上占据很大的优势，于是价格上有时也会对我们造成不小的压力和冲击。

替代品：国外现在很多都是自己做装修，但是根据我国现在的国情与及时国人的思想，diy时代应该离我们比较遥远。

总结：在分析了竞争力量以后，总结：竞争的压力主要来自于现有的一些较大的装修公司，与及装修游击队，如果更多的百安居之类的公司入驻的话，也将造成不小的冲击。但是只要我们在质量价格和后期服务上不断完善，我们还是有很大的生存空间的。

3.1公司概述

xx装潢有限责任公司成立于20xx年，注册资金100万元。公司总部设在xx区。xx市xx有限责任公司成立以来，秉承“用心、细心、诚心、创新”的企业精神，以先进的理念，一流的设计，精湛的施工及高专业化、集成化、人性化服务，专攻住宅、办公空间、商业空间的设计施工，经营项目以写字楼装修、办公室装修、商场店面装修、餐饮酒店装修、学校幼儿园装修等为主。

xx团队成员均由专业设计师组成，能巧妙的.将创意设计、功能设计、形象设计、商销环境设计科学完美的结合在一起，最大限度的实现了设计空间的全方位价值，把客户的消费行为有效的转化为具有高回报率的商业投资行为，将传统装修概念拓展到住宅、商业推广、商业策划的领域。

xx的专业性特征不仅体现在设计上，在施工和服务上更是突出了它的独特优势，百邦吸取丰田精细化管理精华，在经过多年的总结和调研后建构出了自己独特的工程管理系统和全程服务系统，以高效、多元、人性化服务在深入满足客户传统需求的基础上，帮助客户开发出其办公空间、商业空间的最大市场价值。为了更好的服务客户、有效降低客户的装修成本，百邦大力推行产业化发展战略，创建自己独立的办公家具、展柜、展架生产基地，可方便实惠的为客户提供从方案设计———到空间施工———到后期配饰乃至办公家具购置等一系列全套贴心服务。价位与质量、服务、信誉之比在同行业中具有很强的优势。xx从建业到发展，本着“用心、细心、诚心、创新！”的企业宗旨，为每一位客户提供真正了有价值的贴心服务。xx以专业、独特的服务塑造企业的品牌，以朴实严谨的敬业精神赢得客户的赞誉，xx愿以诚爱之心随时准备为您提供全方位的优质服务！xx市xx装潢有限责任公司是一家设计装潢公司。

公司是拥有乙级施工资质的室内装饰企业，由几位在建筑行业工作多年的人员组成，公司秉承“用心、细心、诚心、创新”的专业精神，以先进的理念，一流的设计，精湛的施工及高专业化、集成化、人性化服务，专攻住宅空间的设计、材料采购、施工、售后服务的一条龙服务。

3.2产品与服务

我们保证的装修准则：

保护结构原则：首先要保证家庭居住环境的安全。为了家人和他人的安全，一定要保护结构。

个性化原则：首先，尊重并行使你的自主权。其次，要突出你家的特征。

经济性原则：从自身条件出发，结合居室的结构特点，精心设计，把不同档次的材料进行巧妙组合，充分发挥其不同质感、颜色、性能的优越性，就能达到既经济又实用的美化原则。

实用性原则：实用性是指居室能最大限度地满足使用功能。一是为居家者提供空间环境；二是最大限度提供物品储藏的需要。把为生活服务的功能性放在重要位置，一定要给使用者在生活中留下方便、舒适的感觉。

美观化原则：美观化是指居室的装饰要具有艺术性，特别是要体现个体的独特审美情趣。

习惯性原则：家庭装修要的艺术美的追求，但必须以尊重主人的生活习惯为前提，艺术取向要与生活价值取向相一致，与生活习惯相和谐。

环保性原则：搞装修也要树立环保意识。在材料的选配上应首选环保材料，特别要在采光、通风、除臭、防油等方面下功夫。

为了使业主的居室完全远离有害空气的污染，本公司在装修过程中为业主推荐的都是具有十环标志（符合国家环境保护总局颁布的环境标志产品要求）的环保装饰材料。在施工结束后，再请专业的环保公司免费为业主作空气检测，保证使业主的室内空气达标，让业主住得放心、舒适。

3.3公司管理

企业背景：在众多的装饰公司如雨后春笋般涌进建筑市场的今天，我们公司为顾客提供的是一条龙服务。

企业文化：良好的企业文化一定是一个长期的建设过程，一定是循序渐进的过程，树立企业文化建设一定要立足与于企业实际，一方面要依靠企业的全体员工这一主体来发挥作用，另一方面又要作为客体来研究和训练、提升，同时说明了企业文化建设的长期性、过程性、阶段性，也就是说明了一定需要规划和策划。领导的榜样力量时刻默默地影响着周围员工，需要及时有效发现和产生默默的榜样和典型，显现并用好榜样的力量。企业文化建设的牵引力和推动力须与员工自我发展的源动力默契结合。同时，企业文化中的组成部分是不能分剖开来的，在建设企业文化。须默契结合，最后，优良的企业文化能化作企业的生产力，劣质的落后的企业文化阻碍企业发展。企业文化建设规划如何与企业发展战略规划相结合：企业文化发展规划一定要服务和服从与企业发展战略，建设企业文化的发展规划是企业发展战略的一个核心组成部分，是促进其他系统战略规划实施的重要纽带。

公司的文化：

用心：我们本着“认真做事可以把事情做对、用心做事才能把事做情做好”的原则，精心设计，用心选材。

细心：我们倡导细心施工，从细微处做起，注重细节，精工巧做，精打细算，让业主少花冤枉钱。

诚心：我们坚持诚心服务，杜绝假冒伪劣、绝不次材充好、做到每一分每一货都明明白白。

“用专业的心，做专业的事”，xx公司将蕴含xx企业文化的经营机制和运营模式，致力于装饰市场。永远追求品质，以我们的真诚和实力为社会提供更好的服务。

公司的价值观：

核心价值观：以人为本。本公司坚持以人为本的观念。在xx经营管理的过程中，也始终贯穿人性化的理念。以人为本，注重科学合理的方法，力避传统企业管理中的以经营为中心的陈旧观念，把人的地位从此提升到了一个理性的高度。这其中的人既指企业外部的合作商，也指企业内部的员工，着重从人的实际需求出发，达到企业与人共同受益的目的。以人为本，在面对我们客户的时候，转化为创卓越品质，实行全方位、精细化的管理，每一个工程，我们都做到最精细化的程度，以品质为中心、以满足客户需求为根本，雕琢出让自己满意、让客户放心的完美作品。

服务理念：体贴你？成就我自己（这部分可以换成表格形式）

d[体贴的设计]：设计师细心地与业主沟通，充分了解业主的爱好、职业及生活方式，在尊重各位业主习惯，充分考虑人性化居住功能的同时融入艺术表现，并提供全程贴身顾问式服务。

v[合理的价格]：严格的预算制度，分项透明报价，施工项目详尽列明，材料定牌，标明等级、型号，统一进货渠道并与厂商战略联盟，确保质量，争取市场最低价格，真正让业主用最少的投入，得到最满意的效果。

q[一流的品质]：工程质量是企业的第一生命线。施工人员一律经过统一的培训、考核，持证上岗，监理全程跟踪监督，业主可按工程进度分段验收，让所有施工环节都在业主的监督下进行。

s[完善的服务]：专人定期回访，工程两年保修，隐蔽工程五年保修，售后24小时到位，专业贴心的饰后服务让业主无后顾之忧。

3.4职能部门

董事会：由股东会选举董事组成，是公司经营决策机构。负责制定本公司的总体战略。对公司的经营计划、投资方案作出决策。任免总经理和财务经理。

总经理：公司的最高决策层，负责指定公司的总体发展战略，决定下一级领导的人选，决定企业经营总计划，定期开管理会研讨发展计划，对资金的流动具有总控制权，下属决策部为公司经营管理方面的精英集团，负责企业发展蓝图的策划。

市场部：做好对外的宣传工作，利用一切有利条件宣传公司的优势，并及时向公司反馈信息。

设计部：负责为客户“量身打造”室内装饰方案，为了使设计取得预期效果，室内设计人员必须抓好设计各阶段的环节，充分重视设计、施工、材料、设备等各个方面，并熟悉、重视与原建筑物的建筑设计、设施设计的衔接，同时还须协调好与业主和施工单位之间的相互关系，在设计意图和构思方面取得沟通与共识，以期取得理想的设计工程成果。

工程部：协调总经理副总经理统一安排工程任务，监督、审核工程任务的正常进行，狠抓工程进度、质量、安全，以及公司形象。积极参与施工队伍的扩建、整合、改制以及对施工队伍的培训。把握好工地材料用量的审核关，做到不偷工偷料，不浪费材料。及时处理好工地的投诉及售后工程维修。

财务部：负责建立公司日常会计与税收管理，每个财政季度末向副董事长汇报本年财政情况并规划下个季度的财务工作；负责公司资金的筹集、使用和分配；负责日常会计工作与税收管理，每个财政年度末向总经理汇报本年财务情况并规划下年财务工作。

**装修公司创业计划书范文篇九**

随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受于各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往往缺少独特的眼观。因此，往往求助于专门的装修公司。家装业是一个利润较大的行业。我国的住宅建设，特别是城镇住在建设，经历了近20年的连续增长之后，已颇具规模。随着人们生活水平的提高和住房制度改革的推荐，居住消费占总消费的比重迅速提高，人们越来越关注居住环境的改善。家装业也随之应运而生。

近两年各地区的家装业发展迅速，各大中小城市都开始呈现家装行业的急速成长一份全面的装饰公司创业计划书一份全面的装饰公司创业计划书。我们都知道，家装业的发展都是先由发达地区向较为落后地区发展的，而我们所选择发展的地区临沧是整个云南省较为落后发展中城市。根据市场发展需求，近两年，家装业将成为临沧市乃至整个临沧地区的急速发展行业。而选择在这个时间来谋求发展，也将是一个不错的时机。

总而言之，今后各地无论家装和工装，还有很大的发展空间，装饰行业这个市场始终是竞争激烈的行业。但激烈的竞争就意味着充足的机会！同时装饰行业又是老百姓的生活最需要的基本行业，不管目前的地产是否低迷，它的客户需求依然有巨大的市场，关键是如何抓住机会和创造属于自己的机会，我想只要有好的运作管理及平台，在装饰这个行业中还是可以创造出一片天地来。

在创业前要对自身做一个分析和了解，确认自己在创业前是否做好了思想工作，就以下情况进行说明：

（一）创业的目标

作为一名对未来发展有所规划的大学毕业生而言，我们经历和学习一些专业能力的同时，掌握和了解了一些的市场动向信息。在现如今迅速发展的社会背景下，当时机和条件成熟时，就要找准目标，把握机会，为自己创立一份属于自己的产业。

（二）创业的决心

在创业过程中，不断向着自己的目标实现和发展。做好知识和能力的培养工作，树立信心，随时做好承担风险的准备，遇到困难，解决困难，不畏失败，只求成功。

（三）自身情况分析

我们在此之前，已做好了对于未来发展方案的大体规划，具备了一定的能力、素质和承受挫折的心理准备，掌握了相关的专项技术和特长。

创业成功的优势：对于整个未来市场发展的有一定的信息了解和大体趋势发展的把握，具备了优势于其他竞争者的特色服务。我们所面向的市场，并非只是单纯的装饰装修市场，更多的是对于装饰和广告的结合应用和普及推广，这是以后市场发展的的必然走向。而我坚信，我们的发展道路必然是值得我们去努力和奋斗的。

（四）创业成功前所具备的条件

1、资金上已经足够使用规划和预算筹备；

2、人员的构成和分配已经做好安排，个人的素质和能力已经达到成熟；

3、客户资源的获取，已经有了一定的方案制定；

4、经营营销具有一定的技术创新特色，区别与其他同行竞争者；

5、管理及运行模式已经准备完成；

6、企业的推广及实施方案已经确立；

7、具备足够的耐心和基金创业期的消耗；

8、市场发展的时机已经成熟。

（五）创业风险预估

最大的风险存在于前期的管理及运作，我们一定要坚持和克服困难，让企业发展走向良好路线；最坏的结果就是企业发展走向终结。我们都相信，困难是可以被克服的，年轻的我们，已经做好了面对暴风雨侵袭的准备，哪怕跌倒，也要勇敢的站起来，且站的更高；我们并非是一群头脑发热，被迫急于开创某项事业而的毛头小伙，在前期都已认真做好准备，相信自己，梦想总会实现的。

（一）前期

战略：首先注册善诚装饰材料经营部，代理一种墙贴（装饰材料）品牌，作为主要经营材料。一定时间后，注册发展成为一家正规且具有经营装潢装修资质的装饰公司。通过户外广告媒体、宣传折页（手册）、口碑相传、企业形象设计、小区推广等方式迅速树立并提高本公司在临沧市装饰行业中的知名度和美誉度，扩大市场份额，增强竞争力，更快地创造可观的经济效益，同时获得显著的社会效益一份全面的装饰公司创业计划书工作计划。

目标：让善诚装饰公司在临沧具有一定影响力及市场占有率

提高本公司的知名度和美誉度，初步树立善诚装饰公司在临沧市民心中的品牌形象。

规划：1-2年时间，主要发展装饰装修业，赚取投资成本，分配利益。

（二）中期

战略：在经历前期发展之后，公司由私营合伙公司发展成为善诚装饰有限责任公司，公司正式转型为一家具有专业化管理和具有一定资金实力的正规企业。

目标：利用前期发展筹备和累积的资源信息，拓展公司经营范围，发展广告装饰业务，尝试接触制作各种长廊文化和精神文明建设项目方案策划设计，在发展一段时间之后，成为一家正规经营广告和装饰业务相结合的企业。

规划：1-2年时间，主要发展转向广告与装饰相结合，赚取利益，大力拓展经营规模。

1、随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往往缺少独特的眼光。因此，往往求助于专门的装修公司。

我国的家装业是一个利润较大的行业。我国的住宅建设，特别是城镇住宅建设，经历了近20年的连续增长之后，已颇具规模。随着人们生活水平的提高和住房制度改革的推进，居住消费占总消费的比重迅速提高，人们越来越关注居住环境的改善。我国的家居装饰业应运而生，10年来发展很快。

家装潜力巨大。据统计，这几年全国家居装饰业的总产值为1200亿元，是20世纪90年代的40倍，年均递增45%，大体上每两年翻一番，相当于全国城镇住宅年投资总额的30%。有一种大胆的估计：家居装饰在未来两三年内将达到20xx亿到3000亿元，即相当于住宅投资总额的一半左右。这不是虚张声势或盲目乐观。

家装公司是从19xx年发展起来的，发展到今天已有较大的进步，该行业也成为社会上一个较热门的行业。人们都想给自己营造一个安逸舒适的空间，对居室环境的要求也越来越高。近年来房产开发商开发出大量的户型，也为家装行业的发展带来广大的空间和无限的商机。

2、建筑装饰行业已经成为建筑业中的三大支柱性产业之一，是一个劳动密集行业。建筑装饰行业是随着房地产热潮的逐步兴起，快速成长起来的朝阳产业。近些年来，伴随中国经济的快速增长以及相关行业的蓬勃发展，建筑装饰行业愈加显示出了其巨大的发展潜力，市场增长空间以平均每年20%左右的速度递增。

中国建筑装饰材料行业也随着房地产、建筑装饰业的发展得到了快速发展。目前，中国已经成为世界上装饰材料生产大国、消费大国和出口大国。材料主导产品不仅在总量上连续多年位居世界第一，而且人均消费指数已接近和高于世界先进水平。

3、在目前我国坚决调控房地产业的背景下，楼市景气度不断降低，其上下游行业也都不被业内外看好。然而，出人意料的是，从上市装饰企业三季报来看， 20xx年行业整体净利润同比增长率均在30%以上，龙头企业的同比增幅更达到80%—100%。装饰业这一房地产的主要附属产业，不仅受到楼市调控的影响有限，反而进入快速增长期。20xx年按来宾市场分析新建成住宅达到2万多套。

4、营销策略：

（1）根据市场的需要，让装饰公司内部更加专业化。

（2）抓住市场需要，构建装饰公司营销网络。

（3）加强对装饰公司职员的培训，提高公司的整体素质以及技术水平。

（4）跟紧低碳经济时代的潮流，走绿色装饰公司发展之路。

（5）规范装饰行业市场，加强装饰前、中、后的工程监管力度。

5、资金需求：

所需资金：10万元

开业成本：7万元

营业面积：50-80平方米

员工工资：6-10人，3000元左右(随着业绩而相应提高)

流动资金：2万元

家庭装修公司的理想选址一般在新建成的居民住宅区、建材市场或大型居住区的聚集地（列如来宾市府附近，或比较接近建材市场的地方）

1、新起点、新机遇：品牌初创，虽然在资源上没有优势，但却可以将其作为一个全新的品牌进行培育，只要定位精准、市场细分明确、推广策略到位、进行规范化市场运作，对将来的持续性发展，大有裨益；

2、地利占尽，先机在握；（本着对来宾市场的了解和人际关系）

3、行业经营逐步规范；（公司规章制度及管理）

4、秉承了世界先进的设计思维；（以人为本为中心， 创造功能合理、舒适优美、满足人们物质和精神生活需要的室内环境）

5、具有高度敬业、技术精湛、经验丰富的管理人才和技术人员。（一个能把握公司走向的人才和专业的施工队伍）

7、来宾市大多数竞争对手的经营模式落后。（我们将引进大城市的先进管理模式列如怎么样加快工程进程怎么样才能达到最高的效率?）

装修行业，之所以受到如此的关注，主要是因为装修与人们的生活息息相关，直接影响人们的生活、工作及经营。因为一旦装修，所投入的资金较大，既费时又费力，一般很少轻易再次更换装修。有的消费者为购买房子和装修房子，几乎花去了一生的积蓄。有的企业为了经营，耗费了大量的资金进行装修，因此，不能不谨慎地选择装修公司。

我们的做工是最精细的：

装修很重要的环节，就是做工。人们评价装修工程的好与不好，最直观地就是通过做工的细节表现出来。好的队伍之所以受欢迎，与他们的做工有很大关系：在墙壁打孔，线路布置，基础的制作，基板的裁剪和结合，面料的粘结和对缝以及最后刷染都有讲究。面料的对缝准确细小，油柒程序合理，时间准确，成品光滑明亮。

我们的服务是最好的：

所谓服务，就是装修前的设计、预算，要让消费者心里清晰。装修中的选料，程序安排，工艺制作要多与消费者沟通，将消费者的想法和需要融入制作过程中。装修后，要对存在的问题及时、合理地予以解决。 使用的所有材料，一定要做到“绿色环保”，绝对不使用假冒伪劣有害材料；

鉴于装修投入的资金较大，既费时又费力，客户一般很少轻易再次更换装修，所以我们装饰装修一定要走在时代的前面，尽可能地为客户提供智能性与未来型的家装。这样也更容易获得客户的认可和好感，让消费者在不知不觉中，对某某装饰产生信赖，通过他们的口碑，让某某装修的理念、质量、服务以及信誉传播出去。

综上所述，企业的竞争，归根到底是品牌的竞争。品牌战略，是企业的必经之路。只有树立了较强的品牌意识，多从消费者的利益考虑，恪守诚信的原则，重视技术和服务创新，把握消费者的心理和市场动态，才能制定出一系列差异化的营销策略，才能赢得消费者的信赖。那样，企业才能健康、稳固地发展。

行业市场定位与分析

综合前几部分分析，我把“xx装饰”的目标市场定位为：

□走中、高端家装市场（装修费用5万元以上）及公装市场的特色家装公司； □品牌性情定位：“诚信”、“公正”、“品位”；

□形象诉求定位：“打开某某的窗户，看装饰未来”，与品牌性情定位相一致； □目标消费群定位：白领和金领两个阶层，并以党政官员为辅；

□产品支撑点定位：“品质”、“环保”、“品位”、“个性”、“未来”；

□企业形象定位：专业装饰机构；室内空间魔术师；

□广告诉求点定位：理性与感性诉求并重。

表面上看，装饰装修属于房地产行业的下游产业，房地产市场的景气度对装饰行业有直接影响。但事实上，房地产调控对装饰行业整体影响非常有限。首先，房地产调控针对的是商品住宅市场，而商品住宅在每年竣工房屋中的占比还不足30%。对于以商品住宅为主要市场的楼盘整体装修子板块来说，行业的成长更多来自于装修房比例的提升。

其次，楼市调控下，更多资金进入“不限购、不限贷”的商业地产，众多住宅开发商开始转战商业地产开发。中国商业地产联盟发布的《20xx-2024中国商业地产发展报告》显示，去年商业营业用房和办公楼开发投资合计达7405.4亿元，达到历史新高，即使按照去年的增长速度保守估算，今年商业地产开发投资总额也将接近1万亿元。巨大的商业地产开发量给装饰行业亦带来巨大增量。

总体上看，房地产调控对装饰行业上市公司订单影响不明显。国信证券装饰行业分析师邱波分析，由于装饰行业的合同周期一般在6-12个月，企业当前的订单情况可以反映未来6-12个月的经营情况，而装饰业新签订单pmi指数20xx年以来一直非常景气，说明市场需求旺盛，无论是合同还是经营业绩都将保持较快速度的增长。跟随商业品牌扩张不愁订单

根据对来宾装饰市场竞争对手经营策略的分析，我认为，“xx装饰”至少要有意识地去做到以下几点，才能不落后于对手，并逐步做强做大，立于不败之地：

■对客户做到“做装修=做朋友”；

■让消费者明明白白消费；

■细分经营市场；

■主题思想先行；

■注重企业间资源的整合；

■向连锁经营方向发展。

1、优势：

1、新起点、新机遇：品牌初创，虽然在资源上没有优势，但却可以将其作为一个全新的品牌进行培育，只要定位精准、市场细分明确、推广策略到位、进行规范化市场运作，对将来的持续性发展，大有裨益；

2、地利占尽，先机在握；

3、行业经营逐步规范；

4、秉承大城市先进的设计思维；

5、具有高度敬业、技术精湛、经验丰富的职业经理人和技术人员。

7、争强经营模式引进先进管理模式??

2、劣势：

1、公司初创，规模小，暂时缺乏竞争力；

2、家装市场相对混乱，某某公司进入市场前期，知名度低，消费者无从选择；

3、公司行销模式处于摸索阶段，还不够个性化，有待在市场中完善；

4、公司的团队刚刚组建，有待磨合，领导力和销售力都有待提高??

3、机会：

1、房地产业的迅速发展，为装饰业的发展提供强大推力；

2、社会中产阶层日益扩大，高档装修市场需求水涨船高；

3、来宾做为一个开放城市，家装市场潜力大，加之目前来宾家装市场存在诸多不完善因素，此时如果合理介入，将会有很大的市场空间；

4、威胁：

1、有鉴于目前相对比较混乱的家装公司格局，政府大力倡导“规范装饰市场，倡导绿色消费”，各路诸侯都蠢蠢欲动，；

2、许多企业在业内经营了若干年，已有一定的综合竞争实力；

3、引起对手关注后如果没有后劲去运作市场，极容易被对手群起攻之，竞争将变得异常激烈。

营销策略

业务拓展主要策略：推拉结合，软硬兼施

1、推：组织训练一支强有力的销售队伍，直接向消费者推广。并以此为基础发展更多的忠诚客户，让客户的口碑去影响另一批人。

2、拉：通过媒体、公关和促销等手段将资讯传达给目标受众，刺激其采取行动。

3、软：通过资源组合进行消费引导和拉动。如人气指数监测、个性化与亲情化服务、标准化互动等。

4、硬：品牌画册、cis手册、pop、会刊、指南等资源，对消费者构成视觉和理念等方面的冲击。

4、与战略客户结盟

把好房地产销售的出口，及时获取业务资讯，有效抓住业务的源头，如房地产开发商、房地产销售代理企业、房地产全程策划企业、各种高档会所等，整合各种可用资源，制订周密的多赢的游戏规则，吸引更多人的参与。

创建顾客参与经营的机会舞台

纵观世界营销模式发展历史，我们认为，在信息化时代最好的舞台就是把公司的营销网络系统同顾客结合在一起去共同建设和经营。这个“营销网络系统”属公司和顾客共同拥有。营销网络让公司与它所有的利益关系方（客户、员工、材料供应商、和其它人）建立互利的业务关系。

这样竞争不是在公司之间进行，而是在整个网络之间进行。与关键的利益关系者建立良好的关系后，利润自会滚滚而来。

（2）通过各种传播手段传递信息给目标受众

你的服务再好，你通过什么途径、在什么时候、以什么方式来告诉你的目标受众呢？我们认为，顾客是最好的广告，口碑传播是最有说服力的。另外，适度的媒体传播是锦上添花。

（3）提供全面体验的机会给所有目标受众

客户永远就在我们身边，他们游离不定的目光正在寻找他们信赖的产品和品牌。如果能够让顾客体验产品或服务、确认价值、产生信赖，他们就会自动贴近产品或服务，并形成消费忠诚度；

（4）通过个性化、亲情化服务等方式促成购买

顾客需要的是感觉，买的是好处。我们要能够创造顾客的情绪价值，让他们每次消费体验的同时产生具有多重附加值的服务功能与享受，给他们提供一个出了公司、家庭之外的“第三空间”。比如在签约前给客户量身定做个性化设计方案；在设计中注入顾客的精神诉求，让客户享受到无上的尊贵；适时举办一些公关联谊活动，这些，才是客户想要的。

**装修公司创业计划书范文篇十**

在本公司成立之前还需要很长的探索因此初步计划为：成立以后，推出个性化装饰，顾客第一，质量第一，信誉第一的理念去办理。计划推出整体装饰，引进装修新模式，并通过整体化设计、标准化施工、以温馨的服务全力打造一流的整体装修，并向引领家装风潮的目标努力。

其次，从价格、质量、售后服务和整体环保四个方面保障广大客户的利益，推出四大零风险，即价格零风险、质量零风险、售后服务零风险和整体环保零风险，让客户“轻松选材，放心装修”。

1、推出整体装饰模式的服务：做到顾客第一、质量第一、信誉第一、施工理念第一，让顾客满意，让顾客放心。

2、坚持立诚守信，言真行实;与时俱进，开拓创新;服务至上，创造卓越;团结协作，营造和谐的理念。

根据市场的调查，风格的走向，材料的价格，家装的价格也会跟着走向不同。由于受经济危机的影响，装修价格及装修材料在不断的走高或走低。

四、产品与服务

1、由于家具装饰是面对广大的社会群众，由于地位阶层的不同，所以会造成设计、服务等方面上的差异。所以我们为了追求全面的照顾顾客的要求，我们会应征有多方面专长的设计师，并且经常学习，以适应整个市场。并主要针对广大基层群众，以中小户型的家装为主要目标。因为国内市场以中低收入人群居多，所以在中小户型的家装上，有广大的市场。

2、对于我们公司的未来，当我们在市场上站稳脚跟的时候。我们会拓展我们的业务范围。面对大型客户，例如室外、店面、企业，我们会尽我们都最大的努力做到我们的最好，让客户承认我们的能力。面对顾客向我们提出的任何不足之处，我们会认真面对，予以解决。

3、我们会用一种严谨认真的态度去为我们的客户提供我们的创意，我们会认真的完成施工前的设计效果图，让客户能直观全面的了解我们为其提供的设计，以便客户能直接提出哪里的不满，以便修改。

4、身为家装公司，店面的装饰一定要有创意，一种让人明了的美，才能吸引更多的客户，让客户在一看到我们公司的时候就能肯定我们的设计，让客户相信，相信我们是没错的。

5、我们要会好各个阶段的布置、预算，以备有突发事件的时候要有充分的反映能力。在家装市场上的竞争，我们要有自信，有毅力，坚信我们可以在同行中脱颖而出

1、由于房地产业的热潮，建筑装饰也随之水起船高。因此市场条件是非常乐观的。

2、因为家具装饰是面对广大的社会群众，由于阶层、品味、家庭成员的不同，所以会造成设计、服务等方面上的差异。所以我们为了追求全面的照顾顾客的要求，我们会应征有多方面专长的设计师，并且经常学习，以适应整个市场。并主要针对广大基层群众，以中小户型的家装为主要目标。因为国内市场以中低收入人群居多，所以在中小户型的家装上，有广大的市场。

3、因为主要针对中小户型，而这方面的顾客基本以简单明了的风格为主，再加上顾客一些自我的需求加上我们自身的能力我们会让顾客买的放心住得安心。

1、近年来，室内设计行业发展迅速，室内设计师已经成为一个备受关注的职业，而被媒体誉为“金色灰领职业”之一。

2、大众消费水平的不断提高，直接诱发了人们对生活情趣更高层次的追求;时尚、质量、个性，越来越成为个人家居生活中不可或缺的重要主题。喜迁新居;新婚、家庭装修;店铺装饰;会场布置;酒吧茶楼、宾馆酒店等休闲场所的环境美化……这些都为装修热提供了广阔的前景。

3、随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。

4、随着房地产行业的迅速发展，装饰行业发展速度也异常迅猛，出现了许多全国连锁的家装集团公司。市场竞争的激烈程度可想而知。如何在竞争中胜出，了解到装修业主最关心的问题，掌握他们选择装修公司的标准，成为竞争中最关键的问题。

5、品牌装修公司要做的就是满足业主的需求，从客户关注的重点来看，细节主义、量身定做是行业的整体发展趋势。我们应在企业文化和品牌宣传中以细节主义为核心，成为家居行业细节主义的代表品牌，真正为业主提供量身定做的服务让顾客得到真正满意。

一、宣传方式：

1、创建公司网络，构建与顾客沟通平台，接受服务预订。开设专门网页，提供服务咨询或辅导。

2、与电视台合作，进行本公司设计师的专访或讲座活动。

3、开通热线咨询，电台广播，电子邮件，信件方式，树立良好公司形象，利用公益广告宣传推销公司。

4、在市区、社区、书店等目标人群聚集地开设宣传咨询处，张贴公司海报，面对面宣传推销。发布公司形象广告，推广公司服务理念。

二、竞争方式：

1、抓住主要矛盾把设计部门放在战略发展的高度来进行定位，设计师的收入、学习和培训机会、工作环境、对企业文化的认可等都直接影响到设计队伍的整体质量和稳定性。

2、完善自己从公司的领导层做起，树立专注一业、诚信为本，注重每一个服务细节的经营理念，塑造企业的内在气质。

3、企业的外在形象在一定程度上反映了产品的质量和品牌的价值，从办公环境、领导者的魅力、员工个人形象到视觉系统的识别、营销广告的设计都应遵循主流消费群体的意愿。将传统文化的内涵融入到时尚的设计理念当中打造企业的外在形象。

1、企业家应该做好筹资的准备工作，多了解顾客市场，多收集信息和数据，企业家应该了解这一点，即风险投资公司投资的客体是风险企业而不是产品/服务。

2、随着技术的进步和生产规模的扩大，单纯依靠内源融资已很难满足企业的资金需求，外源融资已逐渐成为企业获得资金的重要方式。

3、随着资本市场的发展，企业的融资方式趋于多元化，许多企业开始利用直接融资获取所需要的资金，直接融资将成为企业获取所需要的长期资金的一种主要方式。

4、筹资方式：发行企业债券筹资;企业利用外资筹资;租赁筹资;国家财政投入筹资;银行筹资;商业信用筹资

董事长：董事长是公司或集团的最高负责人，股东利益的最高代表，统领董事会，其职责具有组织、协调、代表的性质。

总经理：

1、总经理的岗位职责要求确定公司的发展方向和管理目标，组织制订公司的发展规划、年度工作计划，积极努力完成学院和董事会下达的各类任务。

2、总经理负责组织制订和健全公司各项规章制度，积极进行各项改革，推行岗位责任制，不断全面提高公司管理水平。

3、总经理全面主持公司的行政工作，组织制定公司的机构设置和人员编制;向董事会提请聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人;聘任或者解聘除应由董事会聘任或者解聘以外的负责管理人员。对公司发生的重大事情进行奖惩。

4、总经理的岗位职责要求确定公司的发展方向和管理目标，组织制订公司的发展规划、年度工作计划，积极努力完成学院和董事会下达的各类任务。

管理层拥有的素质：逻辑思考能力强;策划、计划能力强;组织能力强;领导能力强;沟通、协调能力强;培训能力强等等

优秀员工标准

1、遵守公司管理规定，对工作岗位的热爱、任劳任怨，服从上级安排

2、当月出勤为全勤（当月无迟到、早退、旷工、病事假）

3、所在岗位工作操作熟练、质量标准掌握良好

4、关心、团结公司其它同事，并能得到公司其它人员的认可

5、主动向上级提出合理化建议，并能给公司带来一定效益

6、做好本职工作的同时，会主动去做其它力所能及的事情。

环保设计

环保是我们公司的一大特色。主要的宗旨是保护我们的自然环境和人文环境，维护生态平衡，创造健康的居住环境。环保设计意味着设计可以节约原材料、使用的材料可以回收、在使用过程中不会产生污染环境的废气、不会造成对水资源和自然生物的破坏，以及对人类健康的安全性能等。今天，评价环境与室内设计的优劣，不再仅仅是美观、漂亮、豪华或雅致，人们已经更多地考虑到它是否环保、是否安全，对于环境和室内设计的评价标准已经加入了健康、环保和道德等因素。

风格设计

我们根据不同人们的需要特别推出了不同的风格设计：

乡土风格现代人对阳光、空气和水等自然环境的强烈回归意识以及对乡土的眷恋使人们将思乡之物、恋土之情倾泻到室内环境空间、界面处理、家具陈设以及各种装饰要素之中。

现代风格现代装饰艺术将现代抽象艺术的创作思想及其成果引入室内装饰设计中，使独具新意的简化装饰，设计简朴、通俗、清新，更接近人们生活。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找