

整体化软装解决方案项目

# 可行性研究报告

2023年6月

---

# 目录

第一章概述 .....	4
1.1 项目名称、建设单位 .....	4
1.1.1 项目名称 .....	4
1.1.2 项目建设单位 .....	4
1.2 发展目标 .....	4
1.3 项目概况 .....	4
1.3.1 项目建设地点 .....	4
1.3.2 项目建设性质 .....	5
1.3.3 项目建设期限 .....	5
1.3.4 项目投资估算 .....	5
1.3.5 资金筹措 .....	5
第二章 市场可行性分析 .....	6
2.1 软装概念概述 .....	6
2.2 区位经济背景 .....	7
2.3 软装行业市场痛点及本项目应对方案 .....	8
2.3.1 市场变革倒逼行业转型 .....	8
2.3.2 对于软装市场消费者认知不足 .....	9
2.3.3 软装市场发展尚不完全 .....	10
2.3.4 缺乏专业软装方面人才 .....	11
第三章 运营方案关键点 .....	12
3.1 人才培养体系 .....	12
3.1.1 针对公司内部全员 .....	12
3.1.2 针对现场施工安装人员 .....	13
3.1.3 针对市场业务人员 .....	13
3.1.4 针对软装设计师 .....	14
3.1.5 针对新进员工 .....	15
3.2 设计方案规范化流程 .....	15

---

3.2.1项目接洽、客户沟通，立项碰头会，设计主题及创意定位	15
3.2.2项目素材收集	16
3.2.3设计方案制作	16
3.2.4进行讨论，深化方案	16
3.2.5软装清单报价	16
3.2.6采购	16
3.2.7现场作业	16
3.3运营战略核心	17
3.3.1利润中心管理策略	17
3.3.2产品多样化策略	17
3.3.3重点客户管理策略	18
3.4宣传推广方案	19
第四章 经济可行性分析	21
4.1 财务分析	21
4.2 总投资费用估算	21
4.3 营业收入及损益计算	23
4.4 财务盈利能力分析	错误!未定义书签。
4.5 财务评价结论	错误!未定义书签。

---

# 第一章概述

## 1.1 项目名称、建设单位

### 1.1.1 项目名称

整体化软装解决方案项目

### 1.1.2 项目建设单位

单位名称：

单位类型：

项目负责人：

联系方式：

## 1.2 发展目标

本项目提供软装领域从设计到产品整合销售，再到个性化定制的全要素闭环服务，其服务对象包含个人客户和企业客户（地产企业的样板间项目、酒店客房及公共区域的美陈及软装项目、办公空间的软装项目等），项目开始运营后第一年，在长沙市建立品牌知名度，建立一个社区店试点；第二年，快速覆盖到整个长沙市，至少每一区均有体验店；第三年，模式向外复制，以自营和加盟相结合的形式迅速扩张至全国市场。

## 1.3 项目概况

### 1.3.1 项目建设地点

长沙市

### 1.3.2项目建设性质

新建

### 1.3.3项目建设期限

本项目建设期6个月，完成前期调研、第一门店选址装修、组织结构架设、网站及移动端平台建设、供应商代工厂选定等活动，自项目资金落实之日起计；

### 1.3.4项目投资估算

总投资估算为100万元，其中：办公场地租赁费12万元，店面装修费20万元，人员薪资11万元，产品上样30万元，宣传推广费用10万元，流动资金17万元。

科目	费用	用途说明
办公场地租赁	12	按照500平计算；60元/平方/月。押一付三 12万元
装修	20	办公场地装修
人员薪资	11	用于筹建期及运营初期人员工资发放
产品上样	30	用于布置线下门店进行案例和产品展示
推广	10	各项市场预热推广费用。
流动资金	17	
合计	100	

### 1.3.5资金筹措

资金筹措：企业自筹，产品上样可考虑媒体资源置换，以宣发换样品。

---

## 第二章 市场可行性分析

### 2.1 软装概念概述

软装，即在居住空间与商业空间中所有可移动元素的统称。

其组成要素涵盖大家所知的软装饰、后期配饰、家居店面陈列设计。通过对家庭空间、商业空间、样板间的家具、画、陶瓷、花艺、布艺、灯饰等的装饰设计，赋予空间更多的文化内涵和品位。其服务群体主要针对高端人群、经济条件相对优越，对空间要求较高的客户。

软装相比于由水电瓦木油等环节构成的硬装，更具灵活性，更可以根据居室空间的大小形状、主人的生活习惯、兴趣爱好和各自的经济情况，从整体上综合策划装饰装修设计方案，体现出主人的个性品位，而不会“千家”一面。相对于硬装修一次性、无法回溯的特性，软装修却可以随时更换，更新不同的元素。不同季节可以更换不同的色系、风格的窗帘、沙发套、床罩、挂毯、挂画、绿植等等元素。

可作为现代软装的构成元素的有：

1. 家具，包括支撑类家具、储藏类家具、装饰类家具。如沙发、茶几、床、餐桌、餐椅、书柜、衣柜、电视柜等。

2. 灯饰，包括吊灯、立灯、台灯、壁灯、射灯。灯饰不仅仅起着照明的作用，同时还兼顾着渲染环境气氛和提升室内情调。

3. 布艺织物，包括窗帘、床上用品、地毯、桌布、桌旗、靠垫等。好的布艺设计不仅能提高室内的档次，使室内更趋于温暖，更能体现

---

一个人的生活品味。

4. 饰品，一般为摆件和挂件，包括工艺品摆件、陶瓷摆件、铜制摆件，挂画、插画、照片墙、相框、漆画、壁画、装饰画、油画等。

5. 花艺及绿化造景，包括装饰花艺、鲜花、干花、花盆、艺术插花、绿化植。

大量丰富多变的可操作元素为项目的容量和丰富性和客单价提供了保障，其灵活性多变性也为客户的重复消费，客户粘性的建立提供了可能。

现今的家居装修中，软装作为关注度越来越高、投入成本越来越高的环节，其重要性不容忽视，在轻装修重装饰的思潮下，在精装房全面普及的政策指引下，软装市场已成为整个装修行业的重要增量市场。

## 2.2 区位经济背景

项目建设伊始，其主要面向长沙市场，长沙市的经济、人口及地产供应销售情况对项目的良性运营有着重要影响。长沙市作为湖南省省会城市，近年来经济发展形式良好，据长沙市统计局初步核算，2017年全市实现地区生产总值（GDP）10535.51亿元，比上年增长9.0%。分产业看，第一产业实现增加值379.45亿元，增长3.0%；第二产业实现增加值4998.26亿元，增长7.7%；第三产业实现增加值5157.80亿元，增长10.9%。第一、二、三产业分别拉动GDP增长0.1、3.8、5.1个百分点，三次产业对GDP增长的贡献率分别为1.2%、42.1%、56.7%。按常住人口计算，人均GDP达135388元，比上年增长5.6%。

---

三次产业结构调整为 3.6: 47.4: 49.0。全市非公有制经济实现增加值 6811.30 亿元，占 GDP 的比重达 64.7%。全市一般公共预算收入 1403.29 亿元，比上年增长 14.0%，其中地方一般公共预算收入 800.35 亿元，增长 11.5%。一般公共预算支出 1186.57 亿元，增长 13.9%。全市居民消费价格比上年上涨 1.3%，涨幅回落 0.6 个百分点；商品零售价格上涨 1.4%，涨幅增加 0.5 个百分点。整体良好发展的经济形势，有利于带动消费，有利于本项目软装服务及产品的销售。

与本项目运营直接关联的建筑地产方面，全市建筑业增加值 902.15 亿元，比上年增长 14.1%。全市具有建筑业资质等级的独立核算企业完成建筑业总产值 4374.53 亿元，增长 15.5%；房屋竣工面积 7443.17 万平方米，增长 1.0%。全市房地产开发投资 1489.69 亿元，比上年增长 18.2%。全市商品房销售面积 2259.15 万平方米，商品房销售额 1736.74 亿元，增长 4.5%。不断供应和销售的地产产品直接产生了对装饰装修的需求，以上文中 2017 年长沙市统计局统计公报数据为依据，全市商品房销售面积 2259.15 万平方米，每平米投入软装预算 500 元，则长沙市场总量约为 112.96 亿元，存量市场巨大，其竣工面积和销售额的双双上扬也预示着地产相关的装修行业增量市场也将在近年不断释放。

## 2.3 软装行业市场痛点及本项目应对方案

### 2.3.1 市场变革倒逼行业转型

自 2014 年起，即有政府出台鼓励商品房精装修交付的政策。到 2016 年，全国精装修楼市的发展趋势开始从经济发达的一线城市向



---

二线城市、内陆省会城市快速扩张，各地陆续出台全装修、精装修的相关条例。随着国家大力推行精装交付政策，至 2017 年，包括上海、成都、杭州、嘉兴等地在内的 15 个省份及城市，先后出台了精装修相关条例。据预测，到 2020 年，出台全装修政策的省(市)将达到 25 个。长沙作为经济发展良好的省会城市必将在此次大潮下，完成地产行业精装交付的变革，届时硬装市场的需求将急剧下降。而所谓的精装房只是包含了基础的硬装部分，在柜子、软体、配饰等个性化上是不包含的，因此整体软装市场，即项目所属市场将成为家装行业主流。

但目前传统的软装领域没有一个整合的服务商，都是客户自己来购买搭配，本项目就是解决这个痛点，整合产品资源，以设计为抓手来进行产品销售。

### 2.3.2 对于软装市场消费者认知不足

普通住宅消费者，很少能接触到软装设计，只有少数工装或高端家装公司设有专门软装部门。对于多数的家装公司而言，他们并没有自己的软装设计团队，通常都是由室内设计师带领业主选购软装配饰。主要还以设计师、经销商和家居厂商为主。

针对目前的这一市场现状，本项目应深度与媒体进行合作，展开媒体宣传、地推导流、门店体验、优惠促签的立体化营销网络，让个人客户迅速完成对软装的从了解到付费的过程。

另外充分重视企业客户，如随着旅游市场的兴起，目前各地都在大量兴建酒店地产，酒店软装工程市场将呈井喷之势，长沙作为历史文化名城、休闲娱乐名城，其作为旅游目的地的吸引力一直很高，有

---

以五星级酒店为例，正常的软装支出在两百万至上千万不等，再加上酒店每六年翻修一次的软装需求，可以预见市场容量非常可观；正如上文所述，长沙市的地产行业持续向好，新开发楼盘层出不穷，而楼盘样板房作为一个楼盘的门面及房产营销的重要工具越来越受到开发商的重视，每个楼盘都需要三套上的样板房，每套样板房软装预算基本上在 10 万至 30 万之间，高端楼盘样板房软装预算甚至高达百万元，可期地产企业客户的楼盘样板间的软装市场需求量同样巨大。

#### 软装市场发展尚不完全

其主要表现在软装市场缺乏专业的从业机构上，正如前文所述，目前该市场领域还是以设计师、经销商和家居厂商为主。专门从事软装行业的从业者较少，水平提升较慢，且目前市场上尚没有能够完成从设计到产品供应到施工服务，提供整体解决方案的软装服务商。

本项目针对这一市场痛点，从经营模式上采取：

- 1、 免费设计：对于全屋的软装搭配进行设计；
- 2、 产品销售：整合供应链资源，产品线齐全，所见即所得；
- 3、 设计服务：高端设计师私人订制。

提供完整的服务，免去了客户以一事烦三家的冗长流程；

以免费设计打开大量入口流量，为项目运营提供稳定客源；

通过门店展示和体验了解软装完成后的整体效果，客观上提升客户满意度和客户口碑；

通过整合供应资源链培养以项目企业为中心的生态体系，达到降

---

同时通过稳定的合作体系，达成客户预付和供应商交货支付的财务规则，降低项目运营对流动资金的需求，使项目拥有良好的现金流，资金链永不断裂；

通过高端设计师的私人订制、全屋整装服务，提升客单价，以式的服务完成对超额溢价的追求。

#### 缺乏专业软装方面人才

由于软装市场消费火热起来的时间比较短，通常都是由室内设计师带领业主选购软装配饰，因此专业的软装设计师人才非常缺乏，市场上出现了很多半路出家的现象，通常难以达到客户预期。

在家装领域不仅仅是缺乏设计人才，在其他业务岗位上的工作人员也缺乏专业性，这也导致了家装行业客户口碑整体不高，运营企业只能靠不断的媒体推广和让利促销来维系入口流量。

本项目针对这一问题，通过严格执行流程化、制式化的设计方案流程，降低对设计师个人能力的依赖性，保障设计服务的专业性和水平均值；通过严选代工厂和物料供应商，保证产品供给质量；通过全面化、专业化的培训体系，提升公司内部每个岗位的专业性，蓄积企业的人才池，彻底解决人才问题。其具体实施方案将在下一章节中详述。

---

## 运营方案关键点

### 人才培养体系

如上文所述，制约软装行业发展的一个重要问题就是人才专业性问题，为彻底解决这一市场痛点，本项目拟建立完整全面的人才培训体系，提升每一个从业岗位的专业性、规范每一个企业职员的工作流程。在整体从业人员素质不一的现状下，通过制度和体系保障项目企业的服务质量。其培训对象和培训内容有：

#### 3.1. 针对公司内部全员

( ) 公关礼仪：包括接待礼仪、业务礼仪、电话行销礼仪、公司礼仪；

(2) 部门协调、沟通技巧：各部门得衔接、合作、分工、问题处理，增强企业凝聚力；

(3) 员工对企业得忠诚度训练、员工得人生目标、职业生涯规划；

(4) 如何打造高绩效、学习型团队；

(5) 装饰潮流及趋势：了解装饰行业得流行趋势、风格变化，把握装饰脉搏及动态；

(6) 政令法规合同：包括装修、住房、贷款方面政令及合同规范；

(7) 电脑应用：普及电脑基础应用，熟悉硬件软件基础知识，对常用软件进行专业培训。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/598110077134006040>