

上海家装行业“一站式服务法”解读

——装潢，并快乐着

无庸讳言，有关申城千家万户家居的装饰装修，坊间素来颇多喟叹——“若要瘦身，家居装修”；“减肥要见效，装修选清包”……，说不清道不明的烦事恼事揪心事，何来装潢还能快乐着？但“老皇历”而今翻却，网上就有博客称此番她装修三房两厅一卫新居，仅一个月即告竣工入住，“是一桩很快乐的事”。



生活馆配套仿古家具均属“原创”孤品



生活馆装潢配套陈设琳琅满目一应俱全

9次装修——此番最省心省力最开心

有比较才更有发言权，新旧大小此番已属第9次家居装修的谭女士坦陈，以往都由她亲自率领“马路游击队”从设计到施工全过程跟进，“房未装好，人已累倒”。如今“9月开工，17日水电煤基础工程即告完工；25日泥木工结束；隔月5日卫生间及厨房设备安装完毕；9日油漆工收尾并验收完毕”。“尤感称心的是，装修初现雏形即已在装潢公司软装馆配套中心挑选起窗帘与壁纸了，2小时搞定且还全部上门安装，爽！”

“装修过程几乎没操太多心思”，“施工队人员也从未提出要另买任何建材，包括一根钉子，一切均由装潢公司根据统一配送”，“倒是前期的施工洽谈与准备工作要花两个多星期——设计、出图、签字认可方案、去公司展示厅挑选中意的材料和设备、确认报价后按双方签约材料与材料清单厘

工”——“前期的严谨周密换来施工的省力省心，值！”

与之相“呼应”的是从电脑存档中随机抽样的一份装潢竣工清单，户主为逸仙路1238弄某号301室朱女士，整整一厚叠《明细报价单》和《施工内容单》依人工、材料、项目等分列共13张，每个分类项目都罗列尽客户的每笔装潢支出，哪怕是2角2分一只的安全压线帽，1角8分一只的PVC管卡，甚至4分钱一枚的特制墙钉，均有案可查。

谭女士的快乐装潢感言和朱女士的那一摞详细登录了584笔大小装修支出的清单，无疑已是对“一站式服务法”内涵的形象印证，它由“荣欣装潢”在上海家装行业率先探索性推出，历经一年多的试运行，而今已在浦东浦西创建了8大服务基地。

来的都是客——先服务，后业务

有人将这些专门组建的“一站式服务”基地喻为上海家装行业的“肯德基”或“麦当劳”，其选址均贴近人口稠密的新村住宅群落，不仅统一悬挂“荣欣生活馆”的醒目标志，且内中陈设也规范统一：紫罗兰色的分隔柜檯、淡雅的乳黄色座椅、一排排供即席演示的大屏幕液晶视屏，一台台供咨询洽谈时计酬用的手提电脑……

但真正与众不同之处却是簇新“硬件”背后所蕴含的“润物细无声”的“软件”，



来的都是客，荣欣生活馆有问必答

例如打开视屏会先显示出一个状若飞镖用圆靶，周遭均为家居装潢的诸多服务流程设置和相关服务部门介绍，而最终汇集到的那个红色“靶心”，标注的是两个醒目大字——客户。据上海市装饰装修行业协会轮值会长陈国宏介绍，推行“一站式服务法”旨在便民利民惠民，“走千家不如来一家”，而体现在对每一位造访者的接待上，则务必恪守“先服务，后业务”准则。

所谓“先服务”，形象的比喻就是阿庆嫂的那句唱词——“来的都是客”，精明的人以往买把青菜都习惯货比三家，家居装潢则更慎之又慎，“荣欣生活馆”的优势在于有10多年装潢实例电视演播的资料积累，数千套实景样板房实例、20册专业设计图册、20多盘DVD演示碟，即便来者仅仅是“打打样”，同样奉上浓醇，请入包厢，打开视屏，让你悠悠然细细欣赏，甚至提供“带走服务”——每套DVD样板房集碟仅酌收成本。

每一位“阿庆嫂”显然更肩负咨询职能，即便来者仅是“有一搭无一搭”地“随便问问”，生活馆业务守则规定，均须“有问必答”，自然也包含有求必应。

有求必应——包讨媳妇包养因

“有求必应”，借助的是“荣欣装潢”最新开发的电脑软件，软件分“电子样板房展示和预算系统”及“报价系统”两大部分，来者若有意向，只须向设计师提供自己特装修房的相关数据或房型资料，以及自己的装修要求包括装修风格和生活喜好，设计师便能通过手提电脑为其当场演示出各种装修实例和装潢预算。

和有关科研机构共同研制的这些特殊软件，可通过实景展示的方式，根据客户的要求任意在演示场景中“加加减减”以及“撤撤挪挪”，最终为客户描绘出理想中的装修实景图，针对客户尤为关注的装修成本投入特别是各项建材及设备的价格，“报价系统”则事无巨细不仅对答如流而且还能让你货比三家。

即便来者“七人八主意”——老公说卧室涂料粉红色为好，女主人则坚持要淡黄色，女儿却提出苹果绿更酷，设计师同样能应

付裕如，但见鼠标轻点，屏幕上的实景就能根据不同品牌涂料的不同单价，客户一旦拿定主意，每间装修房的耗资报价立马能打印出一份详细的清单，供客户再斟酌参考。

何以谭女士的三房两厅一卫装修仅用了30个工作日，而此前的“施工洽谈与准备工作却要花两个多星期”呢？这也正是“一站式服务法”的创意所在，或者说用心良苦所在。传统的家居装潢，往往是设计、施工及装修后的装饰，如照明、家具、卧具、布幔乃至壁纸等软装装潢等基本上三脱节，“黄牛角、水牛角，各管各”。然而如今步入申城任何一家“荣欣生活馆”，设计师的岗位责任制明确规定——“包讨媳妇包养因”。

将客户的意愿、需求乃至品位与喜好自始至终贯穿贯穿于装潢的全过程，难怪“磨磨蹭蹭”。

一站式——走千家不如逛一家

其实谭女士之所以“尤感称心”，原因之一即在于“一站式”——荣欣公司设有软装馆配套中心，故她能“策马先行”，竣工前便“按照原来的创意去挑选窗帘与画”，当然，如今的“包养因”，已远不止仅仅提供软装馆配套了。

设立在浦东浦建路上那家逾4000平方米的“荣欣生活馆”，目前已分设了软装馆设计中心和家具、艺术摆件、灯具、艺术玻璃、卫浴设备等配套软装中心，陈列的展品包括各类建材及器具，均非市场奔销商品的简单重复，而是竭尽全力的搜罗猎奇拾遗补缺，以家具馆为例，仿古的农家桌椅、仿旧的窗棂门楣、灶盆、牛头挂件等，无一不充满着浓郁的田园气息。

以“杨宅降生生活馆”为例，地毯、窗帘、壁画、欧式家具、艺术插花乃至稀奇古怪的蜡烛灯台和别具造型的锅碗瓢勺应有尽有，周全的建材配套，强劲的辅助后援，既为设计师的“包讨媳妇包养因”提供了尽情驰骋驰骋的可能，也大大省却了客户后期为新居装饰的寸寸寻觅。仅以灯具为例，由于生活馆储存有各类风格和造型的艺术灯具，往往让设计师在提供客户图纸时便已“未雨绸缪”做了配套“预设置”，届时单等客户确认即可。

据统计，现已建成的梅陇、松江、江宁

路、九亭等8大“荣欣生活馆”，最小的面积也在2000平方米以上，随着“一站式服务法”的推广，更多的装潢客户转而倾向于“走千家不如逛一家”，但凡能在生活馆内一揽子搞定的，不愿再去市场漫无目的地闲逛，于是便诞生了更具规模的“一站式航母”——“荣欣·建配龙”。

称“航母”此言不虚，须知建立在宝山长逸路上的“建配龙”建材城，本身面积就达16万平方米！



客户，是一站式服务的“靶心”！

A+B——清包，并快乐着

创建8年有余的“建配龙”，日常经营各类装饰建材及相关配饰用品包括家电家具等多达50000余种，其规模其实力自不待言，不过此番“荣欣·建配龙”集团的创立，却并非仅为“一站式”的仓库充实，坊间不是有“减肥要见效，装修选清包”的喟叹吗？荣欣牵于建配龙所创造的这艘“航母”，恰恰就是冲“清包”而来的。

择师入驻偌大“建配龙”的“荣欣生活馆”，紫罗兰色幕墙上最为醒目的标识莫过于蓝底白字的——A+B，A字代表“荣欣生活馆”全方位提供的“包讨媳妇包养因”的装潢设计，而B字则意味着至今为谭女士谈虎色变的“房未装好，人已累倒”的“清包”，也就是客户可以自己买料。当然，对绝大多数装修户来讲，装修选择包工而不包料的“清包”，往往也是不得已而为之。

何事不得已？就为着防蒙蒙宰客省每一个铜板。换一种思维角度，对于选择装潢建材原本一窍不通的门外汉客户来讲，倘若能提供货真价实且又比市场更为便宜的商品供客户“足不出户”自行选择，这样的“清包”岂不也能——清包，并快乐着吗？因之而谋划诞生的“A+B”模式，无疑使“一站式服务法”更具个性化，因而也更具招客揽客的诱人魅力。

和以往的传统装

潢业务洽谈模式所不同的是，如今走进任何一家“荣欣生活馆”，客户除了能获得全方位的设计服务外，设计师还会特意提醒不妨试试材料购置的部分甚至全部的“清包”。当然还会建议选材不妨先兜兜逛逛生活馆本身设置的配套商场，再不然就可去16万平方米的“荣欣·建配龙”看货，并非出于“肥水不流人家口”的算计，而是因为“A+B”能为你精打细算更省钱。

细节的感人往往更能让人动容，家居装潢也一样，以“A+B”模式为例，将设计装潢与材料购置分开，自己虽少赚了钱，但客户“清包”后，仅装潢费用支出一块，就可比传统模式省却重复收支2000元以上，设身处地为客户节省每一个铜板，“一站式服务法”往往不也就成了“挡不住的诱惑”吗？

文/ 习慧泽 摄影/ 丹丹



荣欣联手建配龙推出惠民利民的“A+B”