

上海家装行业“设计先行制”诞生始末——

春江水暖谁先知?

“要装潢，先设计”——对申城诸多的家居待装潢户，抑或装潢公司，乃至装修施工人员来讲，如今几乎均已毋庸置疑。然而11年前，当“荣欣装潢”率先在上海公开招聘室内装潢设计师时，不仅在业内业外引发轩然大波，公司内部也颇多争议，甚至屡遭排斥和抵制……

工程总监当年都反对“设计先行”

如今担任“荣欣装潢”工程总监的“阿庆”师傅，以及别墅工程部的现任经理等都坦陈，当年均为“设计先行制”的坚决反对者，其理由一是有公司年营收额为证，1994年创办时，年营收额为2500万元，1996年公司公开招聘时，年营收额已翻番又翻番，升至1个亿——没有设计师，生意不照样红红火火？“招聘设计师岂不多此一举！”

理由二便是设计图纸根本看不懂，泥木工小学程度的都有，别说具体的标高数据的施工图。窍不通，即便设计效果图也被视为花里胡哨——“它认识我，我不认识它！”工人普遍认为效果图也就和连环画差不多，装修时哪里要安个插座哪里要埋条管线开个槽，还不如直接在墙上画出来就行，甚至有工人建议设计师最好在效果图上也标出具体施工尺寸。

现任“荣欣装潢”的设计总监沈静，是“荣欣装潢”1996年首批招聘的家装设计师，她对当年履职之艰难仍记忆犹新，现场施工的工人推说施工图看不懂也看不来，便是在实地用油桶一个接一个高高搭起再架块跳板，非要小沈爬上去，一笔一笔在墙上标出或画出具体施工的尺寸和要求才行。

为排众议在上海乃至全国家装行业带头“吃螃蟹”，首推“设计先行制”的，是创建“荣欣装潢”的总经理陈国宏，大道理他

不讲，只举了公司承揽的一个装潢小实例，某客户家的卫生间装修后成了众多亲朋好友纷至沓来观光的重点，乃卫生间装修时为其设计并铺设的是绿色瓷砖，彩色瓷砖在今天可多多了，但在1994年，99%客户家装修用的都还是白瓷砖！

的确，1996年上海家装行业被“逼上梁山”，一方面国门大开，美国洁具、西班牙瓷砖、英国墙纸、日本涂料等纷纷打进中国市场；一方面则是申城的家装业却还滞留在仅仅属于“弄弄清爽”的初级阶段，对美萌生追求和创意的待装修客户，常常只得从外国画报上去“照样”，施工人员呢，除了水曲柳，连榫木材料都不会用，更甭提如何黏贴美洲红松了。



■ 当年时兴的护墙板满包，而今还有人喜欢？

52×11：实录中国家装业崛起的珍贵资料库

需求就是市场，继1996年“荣欣装潢”首开全行业风气之先，向全社会公开招聘了几十位室内装潢设计人才，并将设计师首次推向项目工程最前沿之后，其后的4年内又不断扩容，组建起一个拥有100多位专业设计师（包括吸纳了大洋彼岸的海外设计师团队）的、并在国内率先亮出“设计先行制”招牌的大型装潢公司。

如何让设计师稿纸上的美好构思最快捷地进入千家万户？一个大胆的创意又在陈国宏的脑海里萌生，一经尝试便从此一发不可收拾，当然也谁未曾料到，自此风潮席卷迄今已走过了11年。其实一道简单的算术题“52×11=?”，其答案就是见美的使者们创业的不易创业的艰难——一年有52个星期天，11年就是572个！

572个什么呢？572个“荣欣装潢”的实例。1996年，“荣欣装潢”与上海教育电视台牵手，联袂创办了名为《家庭装潢指导》的栏目，以“一套样板房、一位设计师、一种设计风格、一套设计理念”的独特风格，

美的探索还须倡导指导兼而有之

《家庭装潢指导》栏目的记者、编辑们自然也记得，即便来到江浙乡野，依然还会有那么多拥趸，不仅熟悉栏目的当家花旦、主持人余薇，甚至还能凭声音就辨认出朱震国，那个为每例装潢实景作出声情并茂旁白的“幕后明星”。

的确，“荣欣装潢”和上海教育电视台的11年荧屏牵手同行，曾创下过好多个“第一”，如开创了全国第一档家庭装潢节目，

夺得了中国教育电视台栏目评比的一等奖，同样，在全国首次举行的中高级家装设计师的评审考核中，“荣欣装潢”也有3位设计师跻身前十名，其中两人分别夺得了高级和中级设计师考核的第一。

然而，还有一个更值得大书特书的“第一”，那就是11年来通过对设计师装潢成果的实录（无论是荧屏、数码制品还是图片文字），最终创建了一个极为详尽完备的中国



■ 昔日：“图纸有什么用！”



■ 而今：“没图纸怎么施工！”

家装业资料库。跨越世纪之交的11年中，纵然于千家万户的对美的希冀和企盼，通过设计师的匠心独运而尽展笔端，最终又通过施工，使千家万户的居室已经、正在且还将发生可喜的“沧桑巨变”。

内行说门道，如今走进千家万户，很容易就能从室内装潢的陈设，辨认出岁月匆匆的印痕，例如直至1995年，家庭装修往往还习惯在客厅甚至居室装吊柜，门套一般还仅有单线和双线两种。设计师们习惯把1996~1998年称之为上海人家庭装潢的启蒙时代——通入到顶的护墙板，甚至连天花板

都用夹板包起来；西洋立柱还要饰以柱头花；由于缺乏美的范本，往往向K房和宾馆装修借光，拉到屋里都是摹，越繁琐越好。

美的追求，美的探索，往往还须倡导和指导兼而有之，当年的“荣欣装潢”设计师，因之紧急行动起来，每人限期时必须交出3套最新设计图纸，最终辑录了30套样板房设计，向客户推介。其后又选址四川北路商业街上的福海大厦，创建了家装博览中心，连新颖洁具推介在内，共推出了近百间全套现装修的实景样板房，供市民大众观赏借鉴。

“图纸有什么用”PK“没图纸怎么施工”

11年来的“沧桑巨变”，其实还发生在设计师的案头，现任“荣欣装潢”设计总监的沈静坦陈，当年接手一个装修项目，须提供的全套设计图纸最多也就7~8张，无非是待装修居室的6个立面，今非昔比，随着住房条件的跳跃式提升，且不说一套别墅的设计图纸，不超出百张肯定拿不下来，即使一般的三室两厅住宅，她经手设计的图稿也已“著作等身”了。

翻起指头算算，效果图、立面图、详图，光开关插座系列、强弱电系列（甚至还包括报警设施）、中央空调及音响和智能电器系列等等，几乎数不胜数，仅以居室客厅的地坪为例，如今的各功能区往往流行以质材和图例为隔断，用什么样的地板，何种质材的地砖、饰以什么样的图案纹饰，甚至还包括进门的玄关设计，都需要设计师绞尽脑汁提供上佳方案。

这是可喜可贺的“沧桑巨变”，须知当年“荣欣装潢”的“设计先行制”出台伊始，申城家装行业劲吹的还是“工程强势”之风，施工人员习惯脱口而出的往往是一——“图纸有什么用！”，而今恰恰颠了个倒——“没有图纸怎么施工！”当然，11年来这一切一切的“沧海桑田”，最终还是市场使

然，走过了单纯照抄照搬的初级阶段，以及模仿港台和欧美装修风格过度阶段，如今迈入的是彰显多元化追求之风的个性化装修新时代。

“巨变”首先发生在“买方市场”，过去若向客户提出设计收费，往往会被惊诧地瞪圆了眼，如今倘倘有不少客户具体装修先不谈，宁可先出钱买设计——“设计满意了阿拉才签约！”连房产交易二手房市场都传出信息，设计上佳有品位的，出手时店家常常宁可多出几万元要上家千万别拆别动保留原汁原味，相反，装修品味吊链子的一——“依减掉5万阿拉才买！”



■ 荣欣装潢的设计佳作已持续11年走进荧屏

“看不懂设计图纸就别吃装修饭！”

“设计先行制”的推行实施，促使今日的“荣欣装潢”同样发生了“沧海桑田”，走进浦东浦西任何一家“荣欣装潢生活馆”，首先便是请入单间奉上浓醇，让你随心所欲地拨动遥控器，观看11年来“荣欣装潢”所积累的“52×3×11”，须知“设计先行”的推行、健全和完善，以及不断地开拓创新，归根结底就是“市场先行，个性先行”。

实际上“设计先行制”能否最终的成功推广实施，很大程度上还依附着各类装修装饰建材，包括装饰配套如各类软包装、照明设施，甚至绿化配套的能否召之即来“喊得应”，否则再好的设计师，再出挑的设计理念构思，最终也只能是“纸上得来终觉浅”。功夫在诗外，“设计先行制”同样如此，没有“喊得应”的20000平方米的“荣欣工业化园区”的同步创建，即使当年首推“设计先行”的“荣欣装潢”，最终也会步履踟蹰。

工厂化程度超过了80%，素以敲敲打打见长的“施工强势”，无疑也就必然步入以各类建材及工厂化“零部件”装配配为主

的“设计强势”新阶段，翻一翻而今客户签约“荣欣装潢”的业务流程图，“施工进场”前的12项必经程序，全部均为设计咨询、设计签约、设计初审、设计确认，历经“各工种进行阶段施工”这道程序，经“第三方验收或整改验收”后，接下来便又是一——“软装配套设计”了。

“图纸有什么用”，“没图纸怎么施工”，看来还得补上这么一句，面对瞬息万变且竞争激烈的家装大市场，“看不懂设计图纸——那就别吃装修饭”。

文/ 习慧泽 摄影/ 红红



■ 人才济济的荣欣装潢设计中心