

我为什么要做实景装潢馆

——“荣欣模式”创始人陈国宏对你说

至少对广大待装修户来讲,由荣欣装潢力推的“中国家装号”系列,如今早已熟能详,其独家开创的以“成品装修+实景展示”为特色的“荣欣模式”,不仅让业主能眼见为实,选材用料均为国内外一线品牌,质优且还价廉,如二室二厅,70㎡的装修总价仅49888元,100㎡的仅78888元,迄今业内“打遍英雄无敌手”,签约订单已安排到明年。因之引发业内的群起跟风,以“实景展示”为招揽客卖点的大小家

装展会,将成为国庆黄金周的大热门。

然而作为敢为人先的开拓者,如今却“轻舟笑过万重山”,将于国庆前夕正式揭开红盖头的同样365天常年迎客的荣欣装潢浦东和银都路两大实景馆,无疑又将给上海乃至全国的家装大市场带来更大的震撼与冲击,为此本报《家装之窗》专门请荣欣装潢总经理陈国宏,亦即“荣欣模式”的创始人,侃侃“实景展示”的前世今生和未来——

1 做实景,是为了让老百姓少走弯路

家装行业这林子啥鸟都有→几条板凳几台电脑都敢叫实景展→“荣欣模式”第一要义就是“眼见为实”→先让业主看看荣欣工业园区→再创建365天常年迎客的南北两大实景馆→让装修如同买件衬衫购辆小车,我的装修我做主,



莅临荣欣实景馆的蒋以任当场挥毫题赞荣欣——“创意设计引领产业。”

萌生做上万平方米的实景样板房的念想,首先为的是想通过这种方式帮助消费者鉴别装潢公司的真伪。老百姓选择装潢公司太难了,如今很多装潢公司广告擦粉二尺厚且不顾事实,包装自己是中国的排名企业,国家的等级荣誉企业,信誉是最好的,荣誉是最高,且承诺的口号一大堆,让信以为真的业主去“白投罗网”,尤其是展会,广告花好彩好,很多消费者常常冲着广告兴冲冲赶去,结果却是几条板凳几台电脑,外加促销人员。

难怪一位深谙内情朋友一针见血——如今的装潢公司,还有什么不敢说的!没有工厂的敢说是工厂化生产,起码的检测仪器都没有的,大言不惭保证环保;临时租个场地办个两天展会,敢说是实景展,几

家企业凑一起就敢称是“X强企业”。老实讲我也困惑,假作真时真亦假,荣欣作为行业第一家著名商标企业,业内唯一的上海最具价值的服务商标企业,因之都差不了再亮亮自己的荣誉和奖牌了。

所以早几年我们的对策是组织消费者去看荣欣工业园区,尤其是打开我们的材料仓库让业主眼见为实,目的是通过展示荣欣的实力印证我们的承诺,事实证明效果非常好,很多人因此选择了荣欣。然而看工厂太不方便,不仅路程远还要受到各种条件限制。为此我萌发了要在市区做实景馆的想法,意在通过装潢实景让消费者能明明白白消费,安安心心花钱,迄今在上海已有南北两大实景馆,月底还将开出两个,在外地也有3个馆。

实景馆的最大特色是让消费者先看到装潢结果,而且材料的品牌、款式,装潢的效果和总价都可一目了然,摒弃纸上谈兵和云里雾里的方案,上百套样板房,几百个单间均实实在在,两千多种组合方案,消费者可以任意挑选和组合。犹如买服装和汽车,真正做到了我家消费我做主,有了实景比较,老百姓不再会受广告忽悠,也可以少走弯路和少花冤枉钱。

实景展示是大势所趋,敢说今后装修,若无实景可见,消费者很少会轻易下单。

“低价钓鱼关门打狗”,单项产品优惠实际总价不优惠,划算价低结算价高,名义上送产品实际上根本不送,如此这般的行业“潜规则”不胜枚举。钻的都是这个空子,即“装修合同不是最终结算价”来玩文字游戏,一旦进入装修现场后再实行层层加码。装修不是日常生活易耗品,几年甚至十来才一次的大消费,不少客户吃了亏也只能自认倒霉。因之我也常纳闷——真凭实据的报价客户为什么反而不相信呢?

结论是:在看不到结果的情况下客户难辨真假,加之客户不是行业的专业人士,被忽悠是很自然的结果。所以为了让客户能够在装修前就看到结果,不受“潜规则”的忽悠和坑害,便成为促使我欲建实景馆的第二个原因。当然,做实景馆和公开报价是要有点自信的,因为把价格公开透明等于要公开承受所有企业的挑战,除了须手持金钢钻才敢搅动锅活外,如果企业没有自信和底气,同样也根本

2 做实景,是为着叫板行业潜规则

低价钓鱼关门打狗——人算难敌“潜规则”→客户难辨真假自然要“不见鬼子不挂弦”→“中国家装1号”实景展示推出两个月就订单逾千笔→“闭口合同”的最佳形式就是实景样板房→记住,永远别把老百姓当阿斗,好戏!

不敢出手。

以“中国家装1号”为例,全部使用国内外一线品牌,但每平米只有700多元,甚至还包括厨房和卫生间的电器,荣欣一出手至今业内无人敢应战,该产品也深受广大百姓的欢迎,推出两个多月就实现销售超千套,接单后我们连施工安装力量都因之来不及,只能在此向没有及时得到安装的客户们深表歉意。实景馆一炮走红的启示是,装修业主要确保自己的利益就必须做闭口合同,要做闭口合同必须首先要看到结果,结果的最好形式就是实景样板。把消费者的利益放在第一位,其实是企业发展的根本出路,也是未来行业发展的唯一出路。这

应该是企业的长期理念。荣欣装潢不仅是上海第一个做工厂化的企业,第一个做材料体验馆的企业,还是目前行业内唯一一家备有全套环保检测仪器设备的企业,在我看来要做就做真的,如果在检测仪器都不具备何以确保产品的环保呢?敢断言就在市场上虚假的实景展会肯定断难长久,你借两天场馆就胡乱是实景展,打一枪就跑,能让人相信吗?

如此短命,过两天回过来还能见到吗?一旦发生质量纠纷或消费有争议,不一样像马路游击队那样死无对证了吗?我的经营理念是走自己的路,永远别把老百姓当阿斗,好戏!

3 做实景,也因“成品装潢”感动了我

“成品装潢”得以工业化生产为靠山→连我都不信:六万元装修费竟都用上世界领先品牌→你信不信,工业化成品装潢能让国际大师的设计进入平民百姓家→再问你信不信,花49888元装修了二室二厅,业主的“额外”开销仅仅是自己买了3个灯!

难以置信,连我都被自己推出的工业化产品感动了。上个月我到呼玛一村客户家里抽检中国家装一号选材用料,两房一厅旧房改造花费六万不到,但却用上了世界领先品牌的西门子开关、乐家洁具、乐家龙头、多乐士涂料,世界品牌的能率热水器、能率吸烟机、能率煤气灶,还有国内前三位品牌的欧派木门、皮阿诺橱柜、伟星水管以及上海名牌的力卡地板、熊猫电线、美丽华淋浴房等,作为从事了二十年的行业工作者,我有点无法相信自己的眼睛。这是自己遴选并力推的产品,既为客户的选择而高兴,也为自己的产品而自豪,那一刻我对自己提出的“花一天时间、省一年工资、换十年放心”的工业化装修口号感到踏实了。说心里话这样的装修总价在市场上用名牌都很难做到,一般的情况下普通客户也不可能选择这样高端的产品,非常巧合的是结账时我在实景馆里遇到了这个客户,那满足的笑容深深地印在了我的脑海里。

无独有偶,老沪闵路的一个客户也用了我们“家装一号”的产品,两室一厅仅花费49000元,没有增加任何项目,自己只送了3个灯到现场,实景的效果比样板房还好,为此他还专门介绍了3个朋友到公



荣欣装潢总经理陈国宏陪同“国际室内建筑师和设计师团体联盟”主席莎希-凯娜参观荣欣实景展示中心,她的题词是——“我为中国设计师的成功而感到无比荣耀和敬重。”

4 做实景,“工业化”让成本陡降30%

工业化成品装潢势在必行→趋之若鹜首先是因为同比市场价起码要便宜30%→标价300万的宝马760你敢说“低端”哦?→徒有其名的“个性化”,就是意在将忽悠进行到底→还有更多的中国家装号问世→老百姓将是最大的受益者

汽车标价达300多万,也是低端产品吗?人类的文明史上实际上就是工业革命史。从马车到汽车,从手工业到流水线,从鸡毛信、电话到互联网,家装走工业化的道路不仅是历史发展的必然,也是形势所迫。如果还死扛着徒有其名的“个性化”概念不放,老百姓就得继续当冤大头花冤枉钱,犹如我们没有必要自己再做家具和衣服一样,工业化的流水线有着我们难以比拟的高效率,这样的企

业早晚会被历史所淘汰。可以预告大家,国庆前荣欣推出的中国家装3号和4号,就是1号2号的升级版,不久的将来还有7号8号的产品,产品会越来越丰富,价格阶梯会越来越完善,老百姓必将是工业化成品装潢的最大受益者。用不了多少时间以装修如何买家具和到超市去买其它生活用品一样,将是一件普通的事,是一种自然的生活方式,也是最科学、最经济、最实惠的方式。 习慧洋

实景北馆

长逸路15号理配龙大馆4F(逸仙路口)
VIP: 021-62463319 62751788

实景南馆

文定路199号4楼(近徐家汇)
VIP: 021-54043696 54043597