

### 行业领军企业“装潢产品”专业进化之策略

# “欧坊”领跑“装潢差异化”

支撑家装品牌屹立不倒的核心力量，是优质装潢产品。

但是，由于行业本身具备的“整合”“集成”“装配”下游建材、家电、软装等产业链的特性，长期以来没有人能够真正说得清楚，“装潢产品”的定义到底依据什么。家装企业在操作中也都是遵照“从众”的规则，鲜有直抵需求本质的创新诠释。视野狭隘，内容拼凑，抽象、片面的理解，在所难免。所以，导致行业整体意识停留在无法进行统一的标准式量化的层面，现有的产品概念也比较笼统、宽泛。家装企业对装潢产品的升级换代缺乏专业的认知与投入，必然会对组成产品诸要素（价值链）的全面进化三心二意、犹豫不决，左顾右盼，一定程度上也影响了行业的发展节奏。

本版推出的独家系列策划，试图再次向广大业主展示上海老牌装潢企业欧坊，立足于企业的实际结合国际视野、主动顺应市场特点针对性地落实产品差异化策略，以开发、满足大宅客户装修需求的勇气和魅力。欧坊的先锋性探索，对有志于共同推动行业发展的企业，有着抛砖引玉的启示意义。

本版策划：薛汉根

欧坊官方网站：[www.oufang.com](http://www.oufang.com)  
固话垂询热线：800-820-2389  
手机垂询热线：400-006-2389  
官方微博：[@欧坊国际设计](http://weibo.com/oufang)

欧坊「工程身份证」让装修有底可查

作为拥有15年企业历史的上海名牌企业——欧坊国际设计，出于对业主房屋使用和维护方面的更多需求，特别为每个装修的建筑项目中设置了“工程身份证”，做到每个工期阶段都有详实的数据和影像备查，为房屋维修和二次装修提供了详实的依据。同时也将为主节省大量的精力和财力。欧坊“工程身份证”是公司通过积淀多年来的工程管理经验，归纳提炼出的一套系统化监管验收系统。其中最关键的理由就是——欧坊的“9S蓝钻工程”绝不外包。

欧坊国际设计特聘的家装监理专家都具有十年以上的验收经验。他们专职在每一个施工阶段结束后开展验收审核，做验收报告及资料收集，欧坊的监理对业主所有隐蔽工程普及全程九道验收摄像，录制光盘，登载明确检测档案，切实考察，精细化质检标准，全面深入，完善到底。质检师每天做好工作日志和现场照片记录，隐蔽工程竣工的时候可以把手管线路的位置提供给业主。监理在竣工验收合格证书上须签署意见，督促保修期间的工程保修工作。

今年，欧坊已发出了数百张“工程身份证”，其中包括新虹桥首府别墅、虹桥一号、圣耀河滨苑、天山山城、慧芝湖三期、碧林湾三期、印象苑、臻品嘉园、中环国际公寓、中环一号、天山山城、新南路壹号、招商海湾别墅、沿海丽水馨庭别墅、长泰东郊御园别墅、合生国际别墅等近百个楼盘的装修项目。广大读者可拨打免费热线电话800-820-2389咨询或预约看工地。

文案：秋言

## 1 国际视野：欧坊“见解式服务”领“趋势”

资深设计师与施工人员的专业深度和广度，是欧坊支持装潢1号通过“见解式服务”超越“系统解决方案”，高效帮助客户在已知需求之外开发未知家装需求、获得高价值心理满足的立足点和切入点。欧坊“装潢1号·大宅服务中心”设计总监们认为：接受和应用国际化新方法、新观念，为欧坊的“大宅装潢产品”导入更多的尖端技术含量，需要不断的试验、创新和探索，不仅“排除杂念”“量力而行”，而且各个流程“术有专攻”。有利于促进“创意设计能力”向国际化高度靠拢，使欧坊的装潢产品

线具有专业化的特质。如，地板起翘、吊顶开裂、卫生间干湿区门框底部易发霉、腐蚀这些老大难问题，除了环境因素如临水、温差、或局部湿度不正常，导致微生物剧增后物理现象改变；建材干燥工艺欠妥，客户某些使用习惯……也会间接加大售后频率。据欧坊工程副总王石明介绍：欧坊现有研究表明：空气中氧气、水分等，在不同条件下，与不同原材料和工艺生产的建材可发生程度不同的氧化作用，导致建材老化程度也完全不同。欧坊材料部经理郭勇说：为防患于未然，欧坊与建材

企业如大自然地板等众多企业共享信息，助推其不断研发出新功能产品。欧坊工艺研发经理季维山认为：欧坊在工艺、施工流程上进行了很多改进和创新，得益于整体系统的效率提升；欧坊技术攻坚人员在深刻理解和钻研装潢产品的生产、制作和装配流程的组合特性的同时，不仅提供与客户需求对接的系统方式，还让市场与销售团队的培训有章可循，使各个服务流程通过应用“见解式服务”，对欧坊产品的“专业性认知”形成良性循环。综合创意设计、革新工艺等优化流程运用新型环保材料，借

助内外力量合力清除产品品质的后顾之忧，是国际化、开放式思维的结果。欧坊与厂家持续不懈努力，在开发客户需求的同时，将业主的生活质量提升到新高度，获得了消费者广泛的赞扬和认同。这种多赢思维，是建材商愿意与欧坊长期合作的原因之一。



## 2 观念转型：“黏性”彰显“忠诚度”

“住宅工艺整合服务商”是欧坊切入客户需求的着力点。要成为深受客户欢迎的优质装修产品供应商，最重要的就是能够持续不断地提供进入客户心目中最好的产品。没有客户想买的产品，就不是好产品。无论自己认为多么好，都无济于事。所以，正如欧坊郭锡军总经理所言：欧坊实施“见解式服务”，不仅是经营观念向国际化思维的转型，也是自信力的展示——欧坊长期专注于专业化的努力，不仅具备足够的专业能力帮助客户实施“系统

解决方案”，而且擅长借助新工具新思维，支持客户获得未知的“需求开发”，其最终目的是瞄准了客户对欧坊品牌的“黏性”。具有品牌黏性和忠诚度的客户群体，才是支持欧坊长期发展的战略资源。客户黏性和忠诚度不可能从天而降，需要企业在每一个细节上都要做足“需求开发”的功课，这就需要观念转型，放弃大而全；聚焦力所能及的范围。欧坊善于从小处着手，如欧坊工程部门售后数据库显示：坚

持对新产生的数据录入分析，对增强工艺开发、改进施工流程至关重要。欧坊党支部书记、饰后专家张锡群认为：轻视饰后数据的录入和分析，通常会忽略掉极具价值的产品改进信息，影响对制定开发客户新需求的决策。欧坊通过持之以恒的专业追求，向消费者传达了企业真诚的意愿：饰后服务终身跟随，不会因人员变动而改变——若干年之后，当昔日的客户接到欧坊客服提醒：某处建材临近使用期限，是否需要局部更新，客户将是什么反

应？！他会不会考虑将二次装修还交给欧坊？

所以，欧坊一位高级客服经理如此评估：从“系统解决方案”进化到“见解式服务”，既是通过跨界学习获得的国际视野，还帮助我们快速提升专业能力，加深了对优质“装潢产品”的定义理解。一定程度上有利于我们帮助基层服务人员落实“开发客户需求行动”。

广大读者可拨打免费热线电话800-820-2389咨询或通过官网[www.oufang.com](http://www.oufang.com)查询相关信息。



### 欧坊广告征集活动进入倒计时

欧坊广告语及企业标识征集活动至今一个月的时间里，总共收集广告语稿件2853封，企业标识1977套，其中包括来自全国各地的邮寄信件，以及通过网络渠道所提供的稿件等。图为“欧坊广告征集办”的工作人员正在认真审核稿件。本次活动将于九月底截止供稿，并于十月份通过专家评审后公布中标结果。

欧坊“工程冠军”的见解：待人如待己！

口碑·从多赢中来

陈亚军，南通木匠世家陈木匠后代，上海设计龙头，欧坊国际设计“工程冠军”施工队长。陈亚军，以手艺精致、人品厚道、体贴入微、细节出彩的特色，在数千业主中享有声誉。他的工地，“零手滑”是最大特色，脏乱差跟他无缘。曾有位项目经理，多次“突袭”工地“找碴”，结果无功而返。陈亚军的工人帮他“揭穿”秘密：陈氏祖辈规矩苛刻，要么不干活，干活做哪扫哪，不留脏！且工具摆放不碍事，施工流程起、运、折、转、过，有讲究，不随便，不乱来！所以，陈亚军说规矩，做规矩，行规矩，不仅身体力行，对手下的要求比公司的质量节点都要严格。每逢质检，他的工地，效率最高，质量最好，无可挑剔！检测他的工地，省力、省心、省事。样板队长就不一样！陈亚军认为：生活上关心，工作上严格，待遇上不亏待，否则，人心就是一盘沙！也许，陈亚军没有高深的大道理，但他深知一个最朴实的见解：待人如待己，饭碗端得牢！

时尚橱柜大派送

## 欧坊答谢恩师，装修万元大回馈

近日，欧坊国际设计为表达对默默耕耘于教育事业上的人民教师的敬意，九月份，特别开展了“感谢恩师装修万元大回馈”活动。活动期间，凡持教师证的业主前往欧坊国际设计签订装修合同，即可享有价值近万元的时尚整体橱柜。

今年，欧坊推出了针对不同职业人群而开展的设计专项研究，其中包括军人、教师、企业家、IT精英、艺术工作者等，结合

不同职业人群的性格及生活习惯，特别打造了具有鲜明特色的空间环境。

为了满足广大业主们的个性需求，欧坊今年更加完善了旗下的大型家居文化产业园，其中包括大型配货中心、板式家具厂和移门厂等实体机构。其中环保产品贝思德橱柜，以其高端的设计水平、诚信的服务态度成为广大消费者心目中的一流品牌。此次万元大回馈活动，为教师业主们提供的时尚经

典厨柜系列，正是出自贝思德橱柜品牌。

作为将“生产、物流、安装”集合为一体的欧坊“产销研”系统，当前已十分成熟，并为消费者们提供了源源不断的最新时尚创意产品。同时，欧坊更为消费者们定制了从测量、设计、安装、保修等一站式贴心服务，让消费者们更加放心地选用。广大读者可通过官网[www.oufang.com](http://www.oufang.com)，或免费垂询热线800-820-2389咨询相关信息。