

不找市长找市场 淡看奖杯重口碑

装潢公司优劣市场说了算

透视

手持本期《家装之窗》之时,2012的日历已仅剩几张,蓦然回首,至少对家装行业而言,确实堪称百感交集。纵然市场风云跌宕起伏,而近年根往却让业内同人颇有感悟,即原先被看衰的家装市场,事实上却并不尽如“四面楚歌”,相反随着年底房地产市场尤其是二手房市场交易的强势反弹,住房装修的刚性需求无疑正日趋走强。需求就是市场,关键是面对那隐约可闻的2013脚步声声,我们又将如何去赢得属于自己的那片天?

兴许算得上是一种触类旁通

吧,日前获悉,元旦过后本报有关家装广告的刊裁,政策上将有所调整,举措之一乃删减原先由零敲碎打“豆腐干”集成的家装分类广告版,行将悉数隐退。倒不在于此类促销其篇幅和规格上的“零敲碎打”,而是因了读者大众尤其是待装修业主的颇有质疑,质疑此类吹吹打打杂音的“杂音”,例如某自称是“老牌资质企业”的公司,不仅胸脯拍得乓乓响——“先施工,后付款!”且罗列的“超低价”也“举座皆惊”。

“惊”在何处?本版将另有专文剖析,须着重指出的是,“豆腐干”大小的促销吹喝,分类广告价格所需无几,但若家家都如此这般地“吹牛

不打草稿”,装潢行业的信誉岂不要毁于诸多的“信口开河”之中!从这个意义上讲,断然舍弃此类“杂音”家装吹喝的孳生地,虽说可能断了财路少了收入,但起码能减少广大待装修业主此前因目迷五色而被蒙受宰的可能性,不能保证就此就能彻底扎紧篱笆,但至少要让“野路子”的“信口开河”增加成本。

由此也能引发出更深层次的反思,那就是如何让读者、让装潢消费者真正寻找到心仪的装潢公司。自称“老牌资质企业”,固然属于可笑的“自壮行色”,但类似的“拉大旗作虎皮”,在广告吹喝上又何曾少见——“中国装饰界第 XX 品

牌”,“二手房翻新专家”,“市民放心品牌企业”,“装饰行业规范达标签约单位”,等等。平心而论,消费者不是专门家,永远弄不清那么多虚实混杂“衔头”的纤细,两眼一抹黑,维权就成空。

正因为此,中央相关部门历年屡屡重申叫停各类虚词的评比,确实称得上是及时雨。不找市长找市场,淡看奖杯重口碑,对迄今为止堪称尤为乱象丛生的家装行业来讲,新年新岁新希望之一,就是要自上而下的评定发奖为自下而上的市场自律、监督,恪守装潢公司孰优孰劣得市场说了算才算之规,企业的先进,行业的标杆,最权威的遴选,最公正的审定,唯有消费大众。习慧萍

家装风云

「先施工,后付款」,果真如此?

质疑部分装潢揽客吆喝的「言不由衷」

黄婆卖瓜自卖自夸,可以理解,但部分装潢揽客广告的“言不由衷”,乃至猫腻不少,近来常遭消费大众的质疑乃至非议。例如“先施工,后付款”,乍一看还挺诱人挺实诚,然而也有“道之若鹜”的尝试者最终大呼上当的——“先施工”,固然不错,装修总价毛估估也低得可以,但若诸多细节均未落实,施工队未开现场乒乒乓乓一顿砸,砸得支离破碎不堪入目,“先礼后兵”的接下来保不准就“因穷乞讨”——立项加项漫天要价“谈斤头”。

看上去确实还真是“后付款”,但客户的话语权却已丧失。对方的开价若不应承,那就急工窝工磨洋工,再不就拔脚开溜走人,看你如何收拾这烂摊子!所以说,再好的“经”也须提防给歪嘴和尚念经的时候,行家进言,面对再花好解好的口舌,且莫忘“先小人,后君子”,不把细节谈透,不将合同夯实,贸然就就对“先施工,后付款”的美好承诺信以为真,弄不好就定成空中楼阁。

类似的似是而非却经不起推敲的揽客吆喝,常常以“闪烁其词”或“擦边球”的方式出现在一些报刊分类广告中。“豆腐干”大小的广告投入成本虽低,但屡屡重覆刊登“怕和轰炸”,往往总能“引君入瓮”。例如——

●“老牌资质企业”:家装设计和施工资质审核有三三四,有甲乙丙丁,请问您公司到底入列哪一级?“老牌”究竟又是怎样的“牌”?敢问开张至今究竟又有多少“老”?

●“全部使用进口工具”:工欲善其事,必先利其器。没错,但家装施工和售后服务的质量,和是否“全部”使用进口工具并无因果必然关系,切勿硬装牌头。

●“打造中国装饰界第一……品牌”:再美好的愿望说白了也仅是一种梦想成真的期待,“欲打造”和“已打造成”往往差之远矣,况且这“第一”之说,又原出何处?持之何据?

●“赔本”赚吆喝:篇幅有限,实难将此种吆喝一一详细列举,但其给人的第一印象就是“赔本”。譬如讲广告标明装修使用的是“桦木型主材”,且均为名牌乳胶漆、脱排、热水器、洁具、线管,近50㎡的二室一厅,桦木型的装修总价仅2.4万元不到,柚木型的3万都不到,甚至还有更便宜。在商言商,千做万做,蚀本生意不做,蒙老百姓可以,职业内人休想——又在玩价格游戏,一条鲑鱼混充满汉全席!

莫达

本版主持 傅兆雄 美术设计 杨春涌

抗甲醛涂料真有那么神?

教你一招

时下很多涂料品牌相续推出了含竹炭、活性炭、海藻泥等号称能消除甲醛、净化空气的配方产品,基于对居室室内空气环境质量的日趋重视,很多业主在选择涂料时除了看产品的VOC含量是否达标外,往往也会不惜重金优先选择“抗甲醛涂料”。然而令人大吃一惊的是,中消协近期公布的一项关于15种内墙涂料抗甲醛功能测试的结果却如当头棒喝——多个品牌的抗甲醛涂料均被曝出其抗甲醛功能效果很差,或者几乎没有。

业内专家因之发出消费警示,即不要盲目轻信涂料厂商的广告宣传和炒作,为防被忽悠,购买此类产品时除了要考虑品牌信誉外,还须查看产品的最新检测报告。不过也有相当一部分消费者认为,即使商家能提供合格的检验报告,也不一定真可靠,因为事实上白纸黑字的检验报告,往往并非其实际出售的产品,即便宣传上明确标明了此类涂料的甲醛净化效率或甲醛净化效率持久性所获得的专业检测机构证明,但桃代李僵弄虚作假也是常有的事。

如今但凡声称不但能“净味”甚至还可“分解甲醛”,可大幅度降低产品中残存气味,并能有效降低室内空气甲醛含量的功能涂料,其价格至少均要高出一般涂料30%以上。其实,换一种思维就不难发现其功效的明显掺水,因为倘若都能“强效吸附甲醛等有害气体,让室内空气清新”,甚至能“有效治理装修过程中地板、家具所释放出来的游离甲醛、苯等有毒挥发物质”,那么专业的检测机构和相关的清除整治机构岂不统统要“失业”?

事实上,如今应市的有信誉度的国内外知名品牌涂料,无疑都是无污染或近乎零污染的,否则根本就不允许上市。装修带来的室内空气污染,更多是转而体现在饰后各类家具、布艺和软装产品的含甲醛量等的叠加,故强化施工防污染检测和监管,包括对饰后污染源的控制和防治,才是确保“绿色”的必修课。

惠则



申远空间设计阔步前进

已告乔迁的申远空间设计旗下上装公司,其新址为鞍山路5号杨浦商厦23楼,可同时容纳百余名设计师办公,且形成了独立的设计、服务、材料、会议、洽谈等区域。主要服务于建筑规划和商业空间,专注于办公空间、建筑设计、商业空间、旧楼改造、工装规划一体化等各项公共空间的装饰设计,旨在为沪上乃至全国的工装项目提供个性化一站式工装服务。左图为申远新景 图文/沈轩

牵手配套供应商 优势互补融为一体 在追求“百姓第一”中实现双赢

热点追踪

家装无小事,谁拥有独特优势的配套供应商,谁就能赢得市场竞争。百姓装潢为此还打造了优势互补、融为一体的产业链,保证装潢施工中的材料质量和施工质量,提高客户的满意度和回头率。

在公司采购部举办的配套供应商座谈会上,主管领导多次传递了具有特色的“百姓文化”,以及让客户在整个装潢中享受“称心、省心、

放心”的“三心服务”,包括“真心、用心、将心比心”服务理念,并要求配套供应商一起参与共同融入,同时还提出了四点要求——

- 必须制订责任制度,各道工序合理衔接,职责明确,奖罚分明;
- 建立快速反应机制,遇问题不推诿、不扯皮,从源头上解决问题;
- 以顾客满意为落脚点,讲服务,守信用,统一服务标准和行为准则;
- 配套服务项目明码标价保质保期;严格按照与公司签定的合同

条款履行职责。此外,百姓装潢还要求讲装化木门和橱柜供应商每周上报安装客户名单,派出专人,随机抽检。对不符合要求的当场开出整改单,限时保质保质整改完毕。屡次出现问题、整改不到位的配套供应商,进行经济处罚和公示,并暂停销售。这一措施还将逐步推向橱柜门、衣帽间和楼梯、彩阳、窗供应商。通过一系列措施的保驾护航,力促配套供应商的质和服务再度跃上新台阶。 沈石

ERP、CRM和“金鲁班”——晒晒聚通装潢的“独门秘笈”

家装奇葩

聚通的“ERP”,把其自身的运营模式 and 家装行业特点结合,并对接公司内部的预算管理系统,只要在聚通的各直营网点完成签约后,系统就会自动生成用料清单。在工程管理上,能根据系统生成的参考工期,自动生成各节点验收预估时间,根据对验收表上交时间的对比,则可了解各工地进展情况。一旦出现异常,也能在第一时间问责当事人,提供解决问题的方法。

而预算报价系统 CRM,则能为

客户提供统一的报价模式和统一标准的服务,确保无“当”可上。

聚通 ERP、CRM 系统的运用,为消费者提供了更便捷、贴心服务,引领快乐装潢。至于装潢,无论是哪种风格,施工工艺则是保障,聚通的“金鲁班”工艺体系包含21项革新工艺、118项验收节点等,“无热片木龙骨施工法”和“多接口防漏技术”均具有自主知识产权。吊顶纸面石膏板“7”字工艺,能有效避免吊顶的开裂;新老墙体的拉结筋工艺则能避免日后连接处的裂纹。这些技艺有助于确保施工质量。 瞿闻

买卖之间

百姓装潢举办设计咨询展

上海装潢龙头企业百姓装潢喜迎二十周年庆典,不举办大型庆典活动,特倾情回馈新老顾客,于2013年1月2-3日在上海展览中心西二馆(延安中路1000号/南京西路1333号)举办“装潢设计咨询展”,为所有选择百姓装潢的业主提供实实在在的优惠让利。有八人真情回馈,和六大展示区域。

●“上海国际装潢实景展”迎客 “中国超大规模实景家装文化书暨上海国际装潢实景展”于2013年1月1日至3日(周二-周四)9:00-17:00在兴义路99号上海世贸商城展览馆举办。将邀请当代实战派设计施工专家、荣获多项设计大赛奖项的设计师全程出席,发布最前沿的家装动向与发展现状。垂询热线:800-820-2389、400-006-2389或登录 www.51zxx.net 查询。

上海装潢名牌网上商城 www.zhmpsc.com

装潢服务轻松网购 主流媒体全程跟踪

荣欣、聚通、刚德、百姓、申远、九鼎、云兰、佳园、欧坊、星高、星杰、同济经典、统帅等多家沪上名牌家装企业已加盟网站