

花好稻好“攒浪头” 图穷匕见“攒榔头” 看上去很美：“先装修，后付款”

透视镜

“先装修，后付款”，时下以此承诺为卖点招揽客户的装潢公司并不鲜见。言而有信货真价实自然很让装潢客户怦然心动，但若遇上是“攒浪头”的，上当事者叫苦不迭也是常有之事。何谓“攒浪头”？业内行家有过很形象的诠释，说是仅一字之差，看上去很美，但实际上却是——“攒榔头”！诚如沪语“象真的一样”之说，实际上呢，龙头须！

此话怎讲？且看一旦施工队开进现场，往往首先抢起大榔头找准目标一阵乒乒乓乓，然后便随着施

工进程不断地向客户催要钱款说是要购置材料，否则便停工待料，再则便拔脚走人。原来可是说得花好稻好，如今房子被大榔头砸得破了相后，人家倒成了你急他不急的大爷，找承诺“先装修，后付款”的公司理论，即便千呼万唤有了回音，但这才晓得施工队乃公司的转手发包单位，提取了发包的份子钱后，公司自然一推二白五。

回过头来客户反成了杨白劳，还得求施工队勿撂挑子将装修进行到底，事实上你已别无选择，要么乖乖地先付款后装修，抑或边付款边装修，要么就只能接受人去楼空且

因被“攒榔头”而弄得满目疮痍的严峻现实，即便闹到公堂对簿，旷日持久的纷争就算你拖得起，也已磨焦舌敝精疲力竭。

世上没有免费的午餐，但常常无“风”倒也能搅起大“浪”，上海闲话之所以将吹牛皮说大话称之为“攒浪头”，是因为其后必然是徒有浪头而没得浪花，不过“浪头”攒得越大者，其后的“榔头”也肯定会攒得越狠越凶。正因为此，沪上家装行业才会花大力气制订出台国内首部《住宅装饰装修服务标准》，涵盖了从业务接待、设计山图、报价、选材、施工等直至节能、环保、饰后、投诉

等装修服务的全过程——“先小人，后君子”。

仅逆向思维一下，也会发现“先装修，后付款”的承诺总有点不靠谱，否则为何还要制订和推广实施这标号为 HB/T 01-2007 的服务标准，为的就是先三头六面将闲话讲清爽。打个不太恰当的比方，“先装修，后付款”就如同卖瓜的路边摊，见路人迟疑犹豫，立马割下一块瓜肉让你尝——“不甜不要钞票”。问题是装修的好坏，尤其是隐蔽工程的是否“长治久安”，还须假以时日才能“日久见人心”。

当然，除了怕野路子的装修队

拿了钞票后人去楼空，一旦日后发生质量纠纷“冤无头，债无主”外，更多的还在于一旦“先装修”完事，业主纵使横看竖看不满意，往往不“后付款”都由不得你了，此类纠纷并不少见，届时装修队老板弄一帮人缠牢你，天天泡在您家新居吃喝拉撒，你有多大能耐不掏兜结账？

镜中花，水中月——看上去很美，但装修若真敢放心省心，还请记住这句老话——“三四年纪看到老”，第一要义恐怕还得找有资质有声誉有口碑的名牌家装公司。

习惠洋

厚积薄发 至诚至精 细分市场 再展宏图

统帅装饰：2013增三大举措推三大品牌

眺望 2013 的家装大市场，品牌竞争将更加激烈，市场细分也将更加精准。统帅装饰的应对之策是：精准锁定目标客户，主动提供优质服务，以恪守“一切为客户的满意为核心”服务理念为前提，统帅的客服标准还将增加 3 大措施——

- 建立专门的小组与客户进行面对面的或书面的满意度调查，所有服务人员包括接待员，都将以客户的评价为考核标准，并直接与工资挂钩；
- 客服与售后并为一体，实现无缝对接：从客户第一次进门开始到咨询、施工、售后，全程对服务质量进行监控，从源头开始确保装修过程万无一失；
- 加大对“内部客户”亦即公司员工的投入，给员工以充分发展实现自身价值的平台，牢记赢得市场口碑的基本法则——“要想外部客户满意，就必须以内部员工的满意为基础”。

通过细分市场，2013 统帅装饰将推出 3 大品牌——

- 统帅装饰：定位中高端品牌，面向白领及中产消费层；
- 朗城：定位时尚品牌，面向首次置业的年轻人，旨在培育市场，满足刚需阶层消费需求；
- 管家式服务：定位高端品牌，面向有家装需求的高端人群，以高端会所为载体，充分融汇视觉和美食享受，摒弃传统商业化模式，让客户或公司员工都能轻松享受到“七年磨一剑”的统帅，其与时俱进的设计文化、企业文化和服务文化。

此外，2013 年统帅还将创建家装公司，涉足公装的市场竞争。

未名

千方百计竭诚为民 殚思竭虑真情奉献

百姓装潢真心用心将心比心 20 载

名企巡访

20 年品质考验，20 年真情奉献，创业整 20 载的百姓装潢，企业庆生也不忘“百姓装潢为百姓”，正因为一路走来笃信“金杯银杯不如老百姓口碑，金奖银奖不如老百姓夸奖”，故新年伊始选址上海展览中心举办的“百姓装潢设计咨询展”，依然摒弃了传统欢天喜地闹腾的“爆竹、锣鼓、花篮阵”，选择了实实在在为所有牵手百姓装潢的业主提供品牌优惠大让利的“润物细无声”——

- 所有客户均可享受 8 重优惠瑞士品牌家具让利；
- 2013 春节前开工的，人工费 9 折优惠；
- 现场签约付装潢定金，可享受一返一施工金额优惠；
- 设计费 5 折优惠；

百姓装潢的座右铭已脍炙人口——“标准交给你，服务交给我，满意心中留”；“饰前服务让顾客宽心，饰中服务让顾客省心，饰后服务让顾客放心”；“对客户要真心，做事情要用心，遇到问题要耐心比心”；“做一家，好一家，家家都是样板房”；“想用



聚通装潢拥有的初中高级工数量占整个行业拥有量的 46.2%，聚通开创的“金牌班施工”工艺技术，则更为行业施工树立了质量标杆，让更多待装修业主摆脱了以往诸多装修隐患及久治难愈的顽固后遗症，因为聚通装修工正采用独特的工艺技术解决吊顶施工难题。

辞旧岁衔枚疾进 迎新年扬鞭奋蹄

荣欣装潢开“工业化装修”先河

他山之石

对素来棋高一着业内领先的荣欣装潢来讲，2012 无疑是个丰收年，国庆黄金周成功燃点的“双响炮”，亦即同时揭幕的浦东和银都路两大实景展馆，和此前创建的荣欣建材实景展馆、文定路实景展馆一样，同样是 365 天常年迎客。其后又再度亮剑震惊同行——但凡与荣欣装潢所签约装修的非别墅大宅项目，施工周期均可 20 个工作日即告完工，并有“军法从事”相随——“每逾期一天，罚 1000 元！”

一诺千金的“20 天精雕您家装修”，就全国家装市场而言，至少在 2013 年甚至可以说在今后相当长的一个时期里，依然是“不可能完成的任务”。“马儿好，马儿少吃草，马儿还能跑得欢！”这便是求变求新的

洪宏

辞旧迎新马不停蹄 原汁原味惠民利民

聚通新年装潢交易会奏响“开门红”

热点追踪

辞旧迎新马不停蹄，2013 年伊始聚通装潢选址黄浦区图书馆独家举办了为期 3 天“新年装潢交易会”，与既往同期展会相比所具有几大特色，无疑更能管窥出这家标杆企业竭诚惠民惠民的孜孜以求所在——

- 精心准备消费者最关心的“设计方案+装潢预算”，客户现场就能看到新家模样，并知道新家装修所需费用。鉴于市场各类装潢展会华而不实的现状，聚通收集整理了本市各大主力楼盘的房型图，实施专业个性化设计，十大风格囊括了时下家庭装潢的诸多流行要素，并提供各种风格所需的价格预算，眼见为实清晰明白，快捷高效地服务消费者；
- 全新的自助方案查询系统让人耳目一新。考虑到有消费者喜欢自己先初步了解方案预算概况的需求，活动现场特别安置了多台设计方案预算自助查询机，让消费者自己动手，轻松找到自己楼盘房型的标准设计方案，现场看到专业设计师个性化的好设计，现场还配有服务人员提供指导查询。
- “你装修，我补贴”，现场千余款知名品牌建材让利让消费者实惠到家，更有 11 大类 108 款热销主材实施现金补贴 3000 元起，且补贴越多！
- 提供金牌施工 2013 年限量免费预订，其专有技术施工（革新）工艺旨在根治诸多装修顽症，现场还有 360°环绕 3D 模型加真人讲演，让消费者了解到时下先进的家庭装潢施工技法。

瞿文

深化发展质量年 继往开来幸福年

申远空间设计开启“2013 幸福年”

星光熠熠

随着满志辞旧迎新，申远空间设计正式发布了其“2013 幸福年”战略规划，总经理张兆平对“幸福年”的诠释是——“员工幸福、客户幸福、家庭幸福、装修幸福、传递幸福”。刚刚逝去的 2012 是申远的质量年，申远注重的是设计、服务、材料和施工等诸项质量的全面提升，旗下的申远家装、申远工装、一生一宅·别墅精工、居然饰家整体软装、申远上建监理等齐头并进，下属的“乐饰传媒”也实施了行业资源整合，力求“服务、价值、共赢”。

2013 全面开启的“申远幸福年”，将在往昔质量年的成功之基上重点关注“幸福指数”，首先将积极关注员工的幸福，通过系统的培训

体系为员工制订合理的职业生涯规划，并提供丰富多彩的文化活动、福利制度和文体活动。其次则将业主幸福和家庭幸福立为举足轻重的关注目标，通过进一步夯实设计、服务、材料、施工、软装等一站式成功模式，既为业主创建完美的家居环境，也倾力关注客户的健康，以及生活氛围的营造和文化品位的提升。

与此同步，申远也将追求更大范围内的社会幸福，继续热心社会公益和社会慈善事业，关心弱势群体，努力践行感恩和回报社会的企业价值观，公司员工上下戮力同心，为创建和谐、友爱、积极向上的社会大环境而尽心尽力。当然，幸福年的最终能否如愿以偿，还有赖全体申远人锲而不舍地执着前行，夯实每一个细节踏稳每一步足迹。 方洁