

上海家装五大标杆企业



△上海市装饰装修行业协会会长黄健之



△上海市装饰装修行业协会常务副会长徐海峰

快马加鞭未下鞍 而今迈步从头越

上海市装饰装修行业协会会长
黄健之2014年行业展望

上海家装市场的从业公司如今近2000家,年产值350亿元,其中家装协会会员单位有1200家,99%为民营企业,具备各级资质的有200多家,专业级的500多家,而散布在社会上的马路装修游击队则多达500~600家,每年仅协会收到的质量投诉案例就逾千,如何才能让有资质有水准有能耐的标杆企业成为家装市场的主力军,将无信誉无质量保证无资质的装潢公司及马路游击队挤出市场?协会责无旁贷义不容辞。

扬优汰劣的目的之一,就是要让正苦于寻觅寻觅的家属待装修户能如愿以偿,牵手到好公司好项目经理想好施工队,协会历经两年多探索,目前已推出的公共服务平台,旨在建立起客户与企业间的桥梁和纽带。该平台的服务,包括向消费者提供正规的装修合同文本、明示企业资质和信誉度的光荣榜、有无投诉等不良记录的企业警示榜、已装修客户的评价、各类装修小知识等,包括设计师的照片、简历、从业经历和特长等,以便消费者自行比较选择。

拟议建立的测评站服务机构,由协会出面牵头,延请行业里下来的老法师坐镇,对家装的地板、照明、卫生间、洁具、上下水、强弱电、门窗、地暖、管线、空调等施工项目,分门别类实施“第三方”饰后质量测评,并对测评结果出具具有法律意义的签字认定检测报告。此外,为维护消费者的权益,协会还建立了法律服务平台以提供法律咨询,而另行搭建的资金平台,则以低于社会利率的方式,对有发展潜力的装潢公司提供资金信贷作后盾。

试行推广的公共服务平台,目前已先行选择浦东新区王家码头街道、华阳街道,以及地处市郊结合部的古梅街道等3大板块试行。此外,针对市民大众饰后出现的小修小补项目需求,协会也将牵头协调,着手通过有组织有计划地分门别类上门服务或深入小区,为已装修居民排忧解难。社会的需求→协会的责任→企业的服务,唯三者有机的结合和协调,乃至力求更臻完美的精益求精,才能确保上海家装行业甲午年扬优汰劣的马到成功。

快马加鞭未下鞍,而今迈步从头越,创建一个学习、服务和创新型协会的,是市场发展的需求,也是时不我待的形势倒逼,上海家装行业自上个世纪九十年代初创始至今,无论在施工质量还是设计水准上,较之于起步更早的香港和广东等地区,均已有了长足明显的进步,差距往往还是在细节上。值得注意的倾向是,现在的家装施工,不少装饰构件其产品均由供货商负责安装和维修,而且这个趋势也越来越明显。

需求就是市场,有需求就有发展空间,面对这样的发展趋势,家装行业更应苦练内功,深化开拓自身的发展潜力,进一步提升企业的核心竞争力,强化资源的整合。海阔凭鱼跃,天高任鸟飞,上海家装行业强手如林,诸多标杆企业的同城效应如今也已日渐显露,所以眼光同样也要放远一点,不再囿于上海一地。更应如推广工业化的住宅精装修全装修,必然是大势所趋,上海家装行业标杆企业更应顺应大势抓住机遇,在更为广阔的平台上一显身手。

循序渐进
追求实效
常创常新

《家装之窗》甲午献词

提升行业素质 规范行业行为 让政府放心 让老百姓安心称心

上海市装饰装修行业协会常务副会长
徐海峰马年话家装

行业协会旗下的1200多家家装协会会员单位,虽实力不匀但卧虎藏龙,如上海家装16家标杆企业中五大标杆企业,今年营业额分别高达数十亿元,且其标杆服务近年来深得沪上百姓青睐,社会影响力亦与日俱增。但随着市场大浪淘沙加剧,素质差和没资质的小企业,每年关停并转的也不下300家。如何让事关千家万户的家庭装潢让政府放心更让老百姓安心称心?整体提升行业素质,规范行业行为无疑才是上策。

天高任鸟飞,协会全力支持行业内佼佼者企业做大做强,包括正式收编那些被淘汰小企业,所谓正式,即不是单纯的卖牌子或名义上的挂靠,而是强者通过全方位的强化管理和规范化培训、整合,力促后者成为集团性大企业麾下名符其实的子公司。而对于初涉家装市场的无资质弱小企业,协会也可通过审核,授予其1~2年的暂定资质以观其行其效,既予引导也予监督,促其尽快规范,若仍难以达标便取消暂定资格,以切实维护并确保消费者的权益。

家装施工,各类建材的保质保量和稳妥可靠是重中之重。对于设计师队伍中蒙客拿回扣的“潜规则”宰客行为,协会坚决予以反对,并支持相关部门对典型案例予以严肃查处。同时协会下属材料委员会等则将通过扬优汰劣推陈出新,力求源源不断地以推介货真价实且更加惠民的建材,让消费者大众得利。当然,家装行业规范服务达标也有赖于与工商联手,切实可行地制订并推出对消费者的承诺项目,不求多而在于精准有效,且推一项成一项。

值得提及的是目前已在试行的公共服务平台项目,不断遴选那些真正能让老百姓觉得诚信可靠的名牌家装企业,包括优质可靠且实惠的装修建材上网平台,以便让家属待装修户货比三家各取所需,不仅材料和服务质量有保证,还实施质量跟踪和对服务承诺的追溯。对既往已推行的“家庭装潢质量保证金”制度,马年也将在现有加盟企业的基础上对参与企业单位予以扩展壮大,通过不折不扣的先行赔付承诺,真正让市民大众放心安心。

统计显示,有关家装施工的消费者投诉,既往每年的受理量一般在2000~3000件,随规范服务达标水准不断提升,年受理量中投诉份额日趋减少,咨询类不断增加,行业协会马年也将不断强化咨询信息服务功能。而提升家装行业整体文化素质,早在甲午迎春之前便已着先鞭,2013年底选址上海图书馆举办的《上海境界书画摄影展》,不仅在于向社会展示业内的文化素质,也是一种自信的昭示,昭示上海家装行业有信心有能力弘扬其文化品位素养。

还可透露的是,为支持业内中小企业的做大做强,协会业已和相关小额贷款机构联系,通过联手合作,以低于社会利率的方式,尚有需求的装潢公司提供信贷,协会分文不取,旨在为企业纾困后劲。总之,循序渐进,常创常新,追求实效,力求上海家装行业整体服务水准马年再上一个新台阶。

人望幸福树望春,辞癸巳迎甲午,广大的家属待装修客户也有自己的期许乃至憧憬,谁说家装事众口难调?无非也就是希望自家所签约的装潢公司所牵手的施工队能货真价实,设计得尽善尽美一点,生活得更保质量一点,饰后服务能叫得应一点,仅此而已。和其它行业其它商品相比,如今的家装行业所面临的巨大优势可谓得天独厚,那是不愁买方市场,迎春期间不少品牌装潢公司各自家展展均门庭若市,即可见一斑。

生意一红火,服务便走样,这毛病有时在家装行业常常会表现得尤为突出。而装修作为一种服务,这种特殊的服务,其设计和施工的孰优孰劣,常常要到最终的“木已成舟”才能“露明正身”,此前糊口得耳光响的各类花好轿好饰后服务承诺,最终能寄一诺千金地予以兑现,往往要诚信以时日。正因为此,客户对家庭装潢慎之又慎的担心、忧心乃至揪心,均可以理解,为寻觅到一家货真价实不蒙客欺客宰客的装潢公司,说翻脸铁蹄并不为过。

正因为此,说装修无小事,也就绝不为过。如何帮众多客户时不时做会“才下眉头又上心头”的担心、忧心乃至揪心,化作笑逐颜开的安心、放心和称心呢?本版今天刊出的上海市装饰装修行业协会会长黄健之、常务副会长徐海峰的两篇献词,无疑就值得一读了。凭心而论,说上海家装市场如今大大小小装潢公司约2000家的统计数字,其实还是毛估估,由于投资不大进入门槛也低,哪怕有1%的鱼龙混杂,对客户来讲最终都是100%的“触霉头”。

下里药治沉痾,敢问大家原谅两位协会当家人的马年畅想后,假说出路大的亮点是啥吗?那就是倡导竞争!竞争是市场经济的核心与本质,协会搭建起的公共服务平台,换言之就是一个市场竞争的大擂台,口吐莲花都没用,是骡子是马都得拿出来溜溜!对企业来讲,竞争才能出效益,才能力克马路装修游击队的国运难堪,才能扬军威树品牌;对市民大众来讲,最大的得益便是只须作壁上观货比三家,悠悠然挑选心仪的装潢公司签约就是。

看得出,两位来自协会的领导,依然秉承了既往为民办实事的优良传统,不求“乱花渐欲迷人眼”,但求“大庇天下寒士俱欢颜”——循序渐进,追求实效,常创常新。