

“烂膏药”为何粘牢不放？

——戳穿家装展会场外拉客战的“西洋镜”

何谓“烂膏药”？手头一查图片可资佐证，以去年举办的那场“上海家装五大标杆企业装修设计综合博览会”为例，场内观展的自然人头攒动，场外“蹭会”的同样闹猛，各式人等使尽浑身解数缠牢进场观展的，或观毕退场的，不仅个个口吐莲花竭尽自我推销之能事，劝你“走走过路过勿错过”，而且往往还有图有文有资料地软磨硬泡，若你稍有心动，甚至都会招来TAXI，硬要拉你上他们的施工现场“货比三家”……

“膏药”之“烂”，还在于永无休止地形影相随，且让正规家装展会举办者多少有点无可奈何——虽以展馆出入口为限不越雷池一步，但哪儿只要广而告之举办展会，哪儿就有这帮蹭会人的身影，驱赶就散，散了再聚，况且要驱赶都有点无法可依。仅以名列上海家装行业标杆的百姓、荣欣、聚通、统帅、申远5大企业为例，牵手联办的家装展会至少每季度就有一次，各家独办的展会则更不胜枚举，蹭会的“烂膏药”便是不劳而获的寄生虫和牛虻。

其实就是信息骚扰的升级版

为了应对“烂膏药”的围追堵截，平素正规家装展会举办者最高的这5大家装标杆企业，不得不展开了旷日持久的反制部署，包括同样派出游动信息员在毗邻甚至远离展馆的地铁站出口、或关键的路口及拐角进行观展路径提示，甚至也安排了车辆，以便直接将观众送入馆内。但诚如业内行家指出的那样，这场看似没有硝烟的粘牢和反粘牢的客源争夺战的背后，不仅是家装正规军和马路游击队的客源之争，往往还隐匿着一场更为深沉久远的“信息暗战”。

事实上广大的家居待装修业主对当前家装大市场这场越演越烈的信息争夺战并不陌生，日常生活中往往房产一经交易或新居刚刚购毕，装修拉生意的骚扰电话就接踵二连三跟踪而至，而且骚扰者中游兵散勇式的马路游击队倒并不多，多的往往是业内一些无资质或低资质且缺乏信誉度的装潢公司。不过也有高资质的公司，竟还大言不惭就是不花一分钱广告费，倒是靠重金收购待装修业主的姓名、地址、电话等信息后死缠烂打拉生意，且赚得钵满盘满的。

辨别家装公司素质的试金石

好景不长，仅去年市信息安全保障工作会议提供统计，就有多达119名涉嫌窃取公民信息资料的犯罪分子被刑事拘留，根据我国《刑法》的新认定，对非法获取公民信息罪的判刑，可处3年以下有期徒刑或拘役，此举让即使敢大言不惭的家装公司大户都只能悄然转入地下，而“烂膏药”的盛行乃至演技上的日趋五花八门，也就更加可想而知了，完全可以这样讲，每一帖游走于申城家装展会的“烂膏药”，背后都有一家甚至多家无良家装公司的唆使派遣。

这无疑也能成为广大家居待装修业主，包括每一位家装展会造访者，如何辨别一家装潢公司其资质和素质的试金石，须知时下能常态经营的为1500家，其中加盟市装协的会员单位为1200家，但真正拥有暂定级、专业级、三级、二级、一级各级资质认定的200家都不到。能达到协会颁布的规范服务达标合格线的更仅为75家，无法设想有资质有名望有良知的企业会愿意去取违法搞不上台面的“烂膏药”，因为蹭展和蹭饭其实都一样难登大雅之堂。

最好的应对之招：避而远之

面对游走于申城大小展会外的“烂膏药”，对观展客而言，最好的应对之招系头一摇避开就是，因为逆向思维就会明白，一家连国法都可藐视都可违反的家装公司，一旦与客户发生消费纠纷，即使它也签装修合同，即使它有更多的花好稻好优惠承诺，它会诚信守约吗？你有能耐和这样的企业据理力争赢得自己的消费权益吗？况且仅以聚通、荣欣、百姓、统帅、申远这5大标杆企业而言，每年展会广告就不下数千万，应知实力也是品牌的象征之一。

然而“烂膏药”之所以能够与正规的尤其是著名的家装展会形影相随，而且赖以成为照样活得有滋有味的寄生虫和吸血牛虻，确实也有其赖以存活的诱客之处，例如他们屡屡声称的价格优势，包括人工低廉，建材优惠等等，乃至早已为严酷的事实所揭穿，但至今仍在蒙客的诸如“先装修后付款”之类听上去很美的“口吐莲花”，该如何让信以为真的观展客们见识一下“烂膏药”的真面目呢，不妨仍用事实来说话。



▲每逢家装展会，场外“蹭会”的“烂膏药”同样闹猛，口吐莲花抢生意，也有图有文有资料地软磨硬泡，甚至会招来TAXI，硬要拉你上他们的施工现场“货比三家”……

展会一道门限 优劣内外迥异

以“烂膏药”以往吹嘘得最为结棍的“先装修后付款”为例，此举无疑像路边卖瓜的，见你犹豫迟疑，立马刺下一块瓜肉——不甜不要钞票，看似乒乓响地硬气，殊不知此类无资质居多的公司一旦施工队开进现场，抡起榔头一砸猛砸得四处破相，然后便随工程进度不断狮子大开口向业主催要钱款伴称添置材料，否则停工待料走人。你急他不急，最终客户还会发现，施工队往往还是拉客公司转手发包的，发包后多半提取了份子钱后便开始一推二白五。

展会一道门限，无疑内外迥异，展内依据国内颁布的服务标准，从业务接待、设计出图、报价、选材、施工等直至节能、环保、饰后、投诉等服务全过程中“先小人，后君子”，自然能让业主放心安心称心，展外鼓动如簧之舌，为的是引君入瓮，最终即便能“先装修”完事，纵使业主横看竖看不满意，往往“后付款”也由不得你——届时包工头或装修队老板弄一帮人天天泡您家吃喝拉撒缠牢，由于一切都是自愿成交无证无据，告到衙门也是无头官司。

料，否则停工待料走人。你急他不急，最终客户还会发现，施工队往往还是拉客公司转手发包的，发包后多半提取了份子钱后便开始一推二白五。

留神：看似便宜却要吃大亏

再以“烂膏药”素来视为蒙客拉客撒手锏的建材和人工价格“好好交便宜”之说为例，内行都知道家装施工不少项目往往都是材料费与人工费倒挂，例如墙面刮腻子，腻子或便宜但人工却贵，墙面若光整仅须一遍，坑坑洼洼则要刷上3遍且工艺要求每遍腻子不得超过2毫米，否则困难难透而影响后续工艺，刷

漆后也易开裂。正规企业自然按部就班，但“烂膏药”往往一遍厚厚刮上，违规操作固然大大节省人工，但隐藏的质量后患还得“日久见人心”。

选材用料不妨以水管为例，正规家装公司不仅有标准，而且还要经过严格的复验检测，以此确保隐蔽工程的百年大计，而“烂膏药”开

提示和警醒：装修请认准品牌

言及业主最为关切也最为忌惮的饰后服务问题，“烂膏药”的粘劲往往就荡然无存了，事实上这点也恰恰无情反证出他们在选材用料上偷工减料的后患无穷，俗话说千做万做蚀本生意不做，当下建材市场竞争近乎惨烈，因之也逼使所有建材包括各种品牌，它们的真实价格在业内几乎都是你知我知的，倘若真材实料成“烂膏药”手里也能远低于市场价而“低开”，拉客公司岂非要亏血本？而偷工减料外加劣质，这才是“烂膏药”混迹市场的本质。

品牌是一面旗帜，信誉则是品牌的保证，旗帜在信誉在，其规模、实力和口碑才能夯实“人走茶不凉”的坚实可靠饰后服务质量。尤其须指出的是，仅以沪上家装展会举办主力军“上海家装五大标杆企业”为例，聚通、荣欣、百姓等品牌公司原本就是上海家装行业各类规范、规章和操作条例的起草拟定单位，拥有国家一级资质居多，从某种意义上讲，“烂膏药”的死缠烂打硬磨软泡反而是一种提示和警醒——装修，请认准品牌。

温馨提示

几乎隔三岔五发生在申城各类家装展会门口的“烂膏药”现象，看似业内为争夺客源而展开的一场场信息暗战，但其最终的胜败如何，说白了却桩桩事关千家万户的家居装修大事，而最为明智的抉择无疑就是用脚投票——甩脱“烂膏药”，远离“烂膏药”，让“烂膏药”无处可粘无计可施。



▲为应对“烂膏药”的围追堵截，正规家装展会不得不派出游动信息员在远离展馆的地铁站或关键路口及拐角进行观展路径提示，或安排车辆直接将观众送入馆内。