

家装,眼见为实才是正道

——荣欣“成品装潢实景展示”的启迪

风景线

本文所附的几张照片,均信手摄于沪上“荣欣弘馆成品装潢实景展示中心”的展馆。一个已成功创办近一年,亦即在申城众多家居待装修群体中几乎已耳熟能详的“建配龙北弘馆”,而另一个“宜山路南弘馆”,面积虽仅为北弘馆8000㎡的一半,然而开馆至今不仅双休日日常告爆满,平日近悦远来的观展客也依然络绎不绝。有鉴于此,南弘馆在观展方式上只好依旧效法北弘馆——电话预约才成。

南北弘馆之所以能“相看两不厌”,成功之奥秘虽然能总结出好多条,但诚如业内不少行家的感言,即贵在眼见为实。因为和其

它商品交易有所不同的是,家装行业所提供的是“服务”这项特殊商品,唯其“特殊”,掂量和评价这种商品的孰优孰劣孰便宜孰贵,乃至孰惠民利民孰蒙客宰客的最佳途径或者说最便捷的方法,就只能是一——眼见为实。是骡子是马,总得牵出来遛遛才成,见不着点“干货”,精明的上海阿拉显然“不见兔子不挂弦”为多。

“实景展示”大有讲究。成功举办的南北两大荣欣弘馆彼此之间实际上也还有“错位”:邀集11个国家和地区设计界的名师高手联袂奉献佳作,并按1:1予以全实景装修的建配龙北弘馆,“主旋律”基本以扮靓中、大户型乃至别墅、豪宅为多,后又发现另有“潜力股”亟待开发,即消费群体更广阔深

远的中小户型,乃至不断增多扩容着的经济适用房装修市场。商机便是市场,首批“经实房特惠套餐”立马新鲜出炉:有两套60㎡的二室一厅一厨一卫居室,不含家具的装修价仅3.8万和4.58万,即使含家具也仅5.1万和5.68万元。

因之还催生出“尤其注重中小户型,特别关照经适房”的南弘馆,华丽却不奢华,富贵却不昂贵,且业内无与争锋的价格优势,为其赢得了装修大市场的基础消费群体,接单率遥遥领先同行。事实已经证明而且还将证明,同样隶属“成品装潢+实景展示”的这一创新模式,两翼齐飞显然也比“剃头挑子一头热”更胜一筹。“两手都要硬”的道理,放在南北弘馆的探索创新上,同样至理至明。 习慧泽

造访客纷至沓来,表达对“弘馆模式”的认可 and 青睐



申远空间设计逆势上扬展龙头丰采 一生一宅·2011上海家装节圆满落幕

家装快讯

“房子买了好久了,也去过多家设计公司,但是一直不太满意。这次家装节给我提供了一个很好的机会,这里汇聚了全上海最优秀的设计师。来到这里不仅找到了我满意的设计师,连主材也选好了。同时软装设计师也有了沟通。这种‘拎包入住’的一站式服务模式,省心、放心、安心、开心……”——帕缇欧香业主 顾常斌

11月27日下午,由中国最具影响力的十大家居设计机构之——申远空间设计主办,旗下“一生一宅”高品质家居环境设计机构、居然软装设计机构联袂打造的“一生一宅·2011上海家装节”在上海国际会议中心圆满落幕。

据活动主办方透露,本次家装节是为沪上高端业主量身定制的一场高规格盛会,共吸引了来自中外近200名国际顶尖设计师的参与,莅临高端业主近2000余人次,签约216单……可以说,本次家装节不仅代表了“拎包入住”时代的开启,更给处于“严寒”中的家装业打了一剂强心针,同时也为

洗牌中的家居行业开创了一个崭新的蓝海时代。

本次“一生一宅·2011上海家装节”最主要的创举是开行业先河,开启了拎包入住的家居生活理念,融硬装、材料、软装于一体,方便业主一站式选购。这样的模式,在上海还是首次。据主办方申远空间设计总经理张兆平介绍,眼下的家装市场受房地产行业的影响正处于洗牌状态,甚至有人预言,家装业的寒冬到来了。但在申远人看来当今市场正蕴含着一种新的机遇。因为家装业的大洗牌,必定会淘汰一些质量与服务不过关的企业。申远空间设计总经理张兆平说:“申远在业界率先提出‘超越客户期望值’的服务理念,受到广大申城业主的欢迎,成为行业龙头。今年申远逆势而上,仅上半年就超越去年全年产值,客户满意度更是达到了100%。我们以客户所想为目标,以‘拎包入住’为家居理念,融硬装、材料、软装为

一体,在家装业低迷的时期开创了一片蓝海。一生一宅·2011上海家装节的成功举办,不仅惠顾了广大的申城业主,同时也为申远空间设计的大规模扩张吹响了号角。”

此外,一生一宅·2011上海家装节还将“中国·上海第十届建筑装饰室内设计大赛(申远杯)作品展”也搬到了现场。作为上海、中国乃至亚洲地区最大规模、最高规格和最具学术价值的设计作品大展之一,“中国·上海第十届建筑装饰室内设计大赛(申远杯)作品展”汇聚了精英设计师的经典作品,着实让广大的申城业主享受到了难得的艺术饕餮。 尤思佳



业主络绎不绝,活动现场人头攒动,前来签约

如欲装修别墅,装潢名牌网上商城全程呵护

网上巡视

“上海装潢名牌网上商城”升级版于2011年3月正式上线,这个定位于正规、权威、公正的网上商城平台,区别于只有装潢频道的一般综合网站,其最大特色就是从创立伊始就申明倾力打造的是最具公信力的家庭装修公益性网络服务平台。花香自引蜂蝶来。迄今入驻该网上商城的诸多名牌装饰公司,服务覆盖面已广涉申城的诸多小户型、复式房和高端别墅。

别墅设计不同于普通住宅设计,因其涵盖了地域、人文、生活、建筑等综合因素,最关键的就还尤显业主对别墅本身的感悟和要求。因此对设计师的要求相对更高,须充分理解业主的心态。设计师还要有驾驭空间

的能力,方方面面的知识掌握和设计师的独到经验尤为重要。经回头客推介,业主陈先生成了经“上海装潢名牌网上商城”牵线找到心仪装潢公司的第19位高端别墅业主。

该业主有丰富的阅历,懂生活懂艺术,酷爱中国传统文化,追求文化品位和意境,上海装潢名牌网上商城为他推荐了三位专攻别墅装修的设计师,数次沟通之后,陈先生便和心仪的设计师所在的装潢公司签约了——之所以会如此“速战速决”,实乃呈现给他的设计方案正是他孜孜以求的感觉——有中国传统文化的印记和文化内涵空间,且也是居家休憩和欢聚的空间。

设计师将陈先生的别墅装修设计定位于新中式风格,且未把风格固化在中国某

个历史朝代,而是将汉明清和现代的特色巧妙且协调地融入其中,陈先生因之十分高兴。因为几乎历经半年多的寻寻觅觅,如今终于借助上海装潢名牌网上商城牵手到满意的设计师,预计12月中旬竣工后即可阖家搬入新居。踏破铁鞋无觅处,全靠网上商城鼎力相助。倘若朋友您也在筹划新居的装修或旧居的翻新,何不也来“上海装潢名牌网上商城”看看?

潮流

www.zhpmsc.com

上海装潢名牌网上商城

装潢服务轻松网购 主流媒体全程跟踪

咨询热线:021-62981135

热点追踪

创业较晚的云兰装潢不仅在行业特聘第三方进行的2010年度“客户满意度”公正测评中跻身“前十”并在排序中位居第四,如今又再获刚刚揭晓的“2011百姓喜爱的装饰品牌”,素以实惠型装修为特色,且专走平价装饰路线的“小字辈”企业,何以能接连摘取有口皆碑的桂冠?其实浏览一下该公司近期出版的第5期《云兰装潢知音》,也能洞悉个八九不离十。

且看报眼——“装饰装修企业的生命在于施工现场形象、施工成品质量、施工工地安全,而这3件主要工作是施工队长和全体施工人员,激励和管理好施工队做好这3项的,则是公司的监理、门店经理和总经理。我们云兰人要时刻牢记并开展好这3项核心工作”。《云兰装潢知音》报公司员工人手一份,得以摘桂冠的这3大“撒手锏”,自然上下个个得心知肚明。

莫小觑这份自办的内部报纸,上情下达,令行禁止;下情上达,了如指掌。只须看看B版行文的各大标题,就足见云兰治军之严谨:

- 工艺木门和门套的上帽头一定要油漆;
- 地砖和台面板铺设后必须保护;
- 地漏安装后要放水验收;
- 顶面、地面明管走管时要用管卡固定;
- 施工材料必须经过客户验收后方可使用;
- 安装成品柜处的瓷砖墙面要做好标线;
- 厨、卫、阳台地面不准排放电线管;
- 二手房装修时,一定要安装专用弱电箱;
- 严禁再使用防火板和水晶门板;

……

如此严于律己且律已近乎苛求,显然并非为了作秀给业主看,因为好多苛求到细微末节的“令行禁止”,均为操作过程中的技术要求,客户看不到,看到也看不懂。但云兰公司却依然人前人后一个样,为确保装修质量的百年大计,事事设身处地为业主想到了、规定了、做到了,无疑就更加难能可贵。而类似的“换位思考”,只须翻阅一下同期《云兰装潢知音》报的C版,光看几篇行文的大标题,即可见识到云兰职工的“将心比心”之心——

- 废旧电线旧物品时必须要经过客户同意;
- 隐蔽工程验收时要和客户确认数量;
- 低开高走的预算只会把潜在客户推向别人怀抱;
- 蜻蜓点水和走过场的监理必定遭人唾骂;

过去有句时行话:“一滴水能反映太阳的光辉”,其实这份,甚至可以说仅这期的企业内部《云兰装潢知音》内部报刊,同样也能够折射出云兰公司的企业形象、施工质量、服务水准。倘若你正在寻寻觅觅欲挑选心仪的家装公司,敢说不牵手这样的公司还能相上谁?正如云兰公司的广告词那样,绝无自壮行色的招揽揽客华丽辞藻,也无舍我其谁的漫天承诺打包票,“云兰版”广告词始终就是那么6个字——平价、诚信、实惠。

从身先士卒的总经理到云兰旗下普通职工,就笃信自家知音报上屡屡耳提面命的那3大看家宝,即——施工现场形象、施工成品质量、施工工地安全,执着追求且信守承诺,老实人说老实话做老实事,跻身各类行业评定的排行前列,自然是分分秒秒的。

惠则

本版主持 傅兆雄 美术设计 杨香涵

云兰再获『2011百姓喜爱的家装品牌』

已跻身前十又再获殊荣

脱颖而出且更出类拔萃