

十堰装饰报



内部资料
免费赠阅

(协会网站二维码 欢迎扫描)

主办：十堰市装饰行业协会

地址：十堰市北京中路23号昊天大厦一期二单元704

电话：0719—8661202

第1期

十堰市装饰行业协会领导班子

会长	雷 霆	湖北闻天建设集团有限公司董事长	副会长	李晓春	湖北阔达环艺建筑装饰工程有限公司董事长
常务副会长	谢正华	湖北正华建筑装饰工程有限公司董事长	副会长	吴茂宝	十堰聚品阁建筑装饰设计工程有限公司董事长
副会长	刘光宇	湖北蒲公英广告装饰有限公司董事长	副会长	赵长龙	十堰博天装饰设计工程有限公司董事长
副会长	孟玉成	湖北豪华建设工程有限公司董事长	副会长	王成萍	十堰云天装饰工程有限公司董事长
副会长	游悟能	湖北原天建设工程有限公司董事长	监事会主任	王玉竹	十堰市创景装饰工程有限公司董事长

十堰市装饰行业协会会员单位名单

(排名不分先后)

单位名称	法定代表人(负责人)	单位名称	法定代表人(负责人)
湖北闻天建设集团有限公司	雷 霆	十堰坤达装饰工程有限公司	熊定喜
湖北正华建筑装饰工程有限公司	谢正华	金源木业全屋定制	江志鹏
湖北蒲公英广告装饰有限公司	刘光宇	北京吉诚装饰有限公司十堰惠康分公司	李玉坤
湖北豪华建设工程有限公司	孟玉成	十堰市兴居物业管理有限公司	周新成
湖北原天建设工程有限公司	游悟能	房县洲际装饰工程有限公司	饶 勇
湖北阔达环艺建筑装饰工程有限公司	李晓春	十堰市百度装饰工程有限公司	喻成先
十堰聚品阁建筑装饰设计工程有限公司	吴茂宝	十堰恒丰装饰有限公司	邹迎光
十堰博天装饰设计工程有限公司	赵长龙	大地装饰艺术(十堰)有限责任公司	尹 华
十堰云天装饰工程有限公司	王成萍	十堰蓝鑫装饰设计工程有限公司	王 成
湖北世纪经典建筑装饰工程有限公司	杜 斌	湖北雅安居建筑装饰有限公司	吕笑喜
十堰市堂皇建筑装饰有限公司	李贤扬	十堰明耀建筑装饰有限公司	吕永明
湖北全洲扬子江建设工程有限公司	周德生	十堰铭家装饰设计工程有限公司	陈贤良
十堰阳光雅居建筑装饰工程有限公司	焦祖平	湖北开心建筑装饰有限公司	明瑞勇
十堰博宇阁装饰设计工程有限公司	叶登基	十堰高雅装饰有限公司	闫桂如
湖北富华达建筑装饰工程有限公司	张 伟	北京吉诚装饰有限公司十堰分公司	苏慧环
湖北省天威装饰工程有限公司	周旺明	十堰嘉鼎美装饰设计有限公司	刘光权
十堰大时代装饰有限公司	王德盛	湖北威正建设工程有限公司	丁 威
湖北舒雅建筑装饰设计工程有限公司	梁 宏	湖北汉水轩家居装饰有限公司	余晶波
湖北台升建筑装饰工程有限公司	冯校平	十堰兴旺装饰工程有限公司	高 康
北京海天恒基装饰有限公司十堰欧伦达分公司	金红军	十堰雅尚装饰设计工程有限公司	曹 林
十堰市集美堂装饰工程有限公司	董观军	十堰永天强装饰工程有限公司	雷天敏
十堰红明装饰设计工程有限公司	吴元明	湖北叶氏工贸有限公司	叶顺友
北京海天环艺家居装饰有限公司十堰分公司	田荣林	十堰蓝氏实业有限公司	兰森林
湖北徐许建筑装饰有限公司	张爱民	十堰市乾林商贸有限公司	张兴林
十堰金利加装饰广告有限公司	朱贤胜	十堰市顺家居贸易有限公司	李 娟
十堰拓亿建设工程有限公司	张 艳	茅箭区三堰东方经典灯饰城	李秀芳
十堰星梦想装饰工程有限公司	王富林	茅箭区火车站一心窗帘批发配送中心	余启良
十堰市俊声建筑装饰工程有限公司	肖俊声	茅箭区三堰陆怡门	陆 强
十堰市华居装饰设计有限公司	李周民	张湾区浙江路润成展创门窗营销中心	魏 鑫
十堰市创景装饰工程有限公司	王玉竹	来斯奥金屋吊顶	雷 辉
湖北佰信装饰设计工程有限公司	冯丽丽	张湾区浙江路鑫迪家美术形象专卖店	吕海仙
十堰云川建筑装饰工程有限公司	朱 明	十堰市美心室内门专卖店	谢高明
湖北宇田建筑装饰工程有限公司	柯 雨	茅箭区火车站好美家装饰经营部	江永刚
十堰金叶阳光连锁商贸物业有限公司	皮新湖	拉菲尔衣柜橱柜	王 琼
湖北卓越集团瀚华建筑装饰工程有限公司	乐昌春	茅箭区五堰德贝居然之家专卖店	陶思清
十堰市方明建筑装饰有限公司	陈丙凡	茅箭区火车站嘉莉装饰材料经营部	王 红
十堰市地拜装饰设计有限公司	向新格	赛诺辉煌集成家居	汤 艳
十堰市龙显装饰工程有限公司	王德群	十堰同佳科工贸有限公司(萨米特瓷砖)	彭 坤
十堰宗斌装饰有限公司	杨宗斌	恒发陶瓷经营部	黄少强
十堰摩天建筑装饰工程有限公司	张 磊	十堰市时捷装饰设计有限公司	张 静
十堰家和事兴装饰有限公司	袁秉波	茅箭区火车站联兴佳美装饰材料经营部	郑 立
十堰市华友装饰安装有限公司	徐贝贝	湖北大腾机电设备有限公司	许金福
湖北中翔建筑装饰工程有限公司	杨 成	十堰林兴贸易有限公司	李胜勇
十堰大远装饰工程有限公司	卢咏安	十堰市春华木业有限公司	陶春华
十堰富豪装饰有限公司	秦子林	湖北虹城网络安全工程有限公司	余方城
十堰大千装饰设计工程有限公司	张 谦	大家风范全屋定制	卜景涛
十堰市蓝艺装饰设计有限公司	刘存陆	十堰市鑫福物资贸易有限公司茅箭区富皇PV广州穗华石膏	邢全学
丹江口市雅居装饰工程有限公司	王成萍	十堰润维建材有限公司	郑维洲
十堰聚品宅家装饰有限公司	吴光朴	茅箭区三堰皇合涂料生活馆	王恒连
		茅箭区德利五金建材	杨祖军

提供服务 反映诉求 规范行为

省建筑装饰协会调研十堰装协时指出： 内容丰富 作风扎实

本报讯 11月15日，湖北省建筑装饰行业协会副会长陈刚、李和平、张波，秘书长成诗等一行，来到我会调研建筑装饰行业改革与发展的基本情况。市装饰办主任曹红卫、副主任薛治华陪同，部分会员代表参会。

市装饰行业协会秘书长吴文瑜汇报了市建筑装饰行业生存发展现状、面临的困难、相关意见建议及协会工作开展情况。会长雷霆指出，本会有良好的先天基因，一致致力于行业问题把脉问诊，创新思维、积极作为、分类施策，探索协会工作的新思路和新方法。



省建筑装饰协会调研十堰装饰行业改革与发展的基本情况

会员代表畅谈了各自企业发展战略，新技术、新工艺的研发及推广应用情况，企业内部管理制度建立、运营、盈亏状况及行业发展的思考和迷惘。

省装协领导依次发言，一致认为，十堰装协工作内容丰富、作风扎实，并分享了办企业的心得体会。她

光，希望省、市两级协会及会员企业多交流互动，实现共赢。(吴文瑜)

会长寄语 一路同行

深邃高蓝的天空，丹桂淡雅的芬芳，金黄耀眼的果实，勾勒出美好的旋律。在这美丽金色的季节，我们搭上满载收获果实、驶入初冬的快车，在欢声和笑语的包围簇拥下，共同播种下金色的希望——《十堰装饰》报恰逢其时与大家见面了。



十堰市装饰行业协会会长 雷霆

十堰市装饰行业协会机关报——《十堰装饰报》犹如一粒刚刚破土萌芽的希望种子，需要阳光雨露的照耀与滋润，更需要您的悉心呵护与关爱。同时，她也将陪伴每一位读者，一起聆听花开的声音，一起体会丰收的喜悦，一起沐浴着党的春风，感受着十堰装饰行业的发展与壮大。

协会于1997年8月成立，2018年正式走上自治、自立、自强的道路，至今团体会员已发展至百余家。成立当初，乘风破浪，披荆斩棘，在各级装饰办及相关行业协会的关心、指导和帮助下，十堰装饰协会制定出台多项行业规定，指导参与多次行业调研，组织举办多次高水平行业研讨及论坛，对行业转型升级起到了关键推动作用。

随着协会管理逐步规范、行业标准逐步提高、协会会员逐年增加，我们需要一个充分展现自己的窗口，也正是需要一种文化载体来进行内部沟通、外树形象，可以说，《十堰装饰报》是应运而生，她是贯彻党和国家方针政策的新渠道，她是沟通上下联系的新桥梁，她是促进行业经验交流的新平台，她是反映会员心声的新园地，她是展示良好形象的新窗口。

在这里，我们定可聆听到十堰装饰行业快速发展的前进脚步声，定可欣赏到会员单位为建设发展而奋斗不息的矫健身姿，定可感受到行业发展背后鲜为人知的精彩故事，也定可坚定我们共同为行业发展更上一层楼的信心和决心……

我们坚信，不久之后的《十堰装饰报》会像一幅沉甸甸的丰收蓝图，绘出协会发展的每一段历程，记录协会前行的每一步印记，见证协会跨越发展的每一个节点，她会用自己独特的语言，完美展示十堰装饰行业的文化之美、文化之情、文化之美；会以自己的独特方式，完美定格十堰装饰行业的每一个重要时刻、每一次精彩瞬间！

小报纸，大空间。我们热切期待着《十堰装饰报》能够在大家的温情呵护和热情鼓励中茁壮成长，希望大家一起利用好这个宣传平台，牢牢把握正确的舆论导向，通过高品位、全角度、多层次的表现形式，让她成为协会对外宣传的靓丽“名片”，成为行业交流的优秀资料，成为传播装饰知识和行业规范的强有力阵地，成为展示行业成果和会员风采的精彩舞台，成为提供行业专业服务和广大市民的良好媒介，通过文化创建，逐步提高企业素质，规范企业行为，推进行业自律。

不负春光起好步，追梦出彩绘华章。今天的《十堰装饰报》是一个崭新的起点，明天就是一张满意的答卷。在发展的路上，我们砥砺前行；在追梦的路上，我们携手并肩；在创新的路上，我们一路同行。愿我们彼此相伴，同心同向，网力同行，创造一个更富内涵活力、更优行业品质、更高质量发展

十堰市装饰行业协会组织纪律规定

- 十堰装饰行业协会根据我国有关法律法规和《十堰市装饰行业协会章程》，为建立完善协会工作机制，完善内部管理，充分调动协会会员的积极性，以保证协会的可持续发展，制定本规定。
- 协会召开会议，各位会长、副会长、秘书长、副秘书长，各理事单位，会员单位法定代表人应按时参加。
- 协会每次活动出席和退场时，协会会员需要到签到处做好登记。
- 协会会员不得无故缺席和迟到，如遇特殊情况，须在各种会议和活动之前向会长请假，并说明原因。
- 经会长同意后协会成员委托人员参会的，同时授予其表决权和被表决权，并认可会议做出的决议和规定。
- 对于一般工作会议实到人数超过应到人数的半数即可开会，表决事项赞成票超过实到人数半数即可生效，形成决议。没到会者视为默认，必须执行会议决议。
- 协会会员无故缺席及迟到者(事后请假不在请假范围内)，无故缺席而不请假，超过3次者劝其自动退会，迟到3次按缺席一次处理。
- 长时间无法联系的会员，视作会员自愿退出，以后活动可不做通知。
- 每次会议会后形成会议纪要，经协会会长审核签字后遵照执行。重要重大会议要当场形成决议。
- 协会会长、副会长、理事对协会各项安排和活动应积极参加，无故推脱者，不开展工作者，视其情节轻重，分别给予警告、撤职。
- 理事以上协会成员退会，应向协会提交书面申请，经批准后方可移交工作，在此之前，不得玩忽职守。
- 会员退会应书面通知协会，并交回会员证。会员2年不缴纳会费或不参加活动的，视为自动退会。
- 会员如不遵守协会章程，将由协会提出批评、教育；如有严重违反协会章程的行为，经会员大会表决通过，予以除名。
- 协会成员须遵守《十堰市装饰行业协会行规约》，违反行规约，经查属实的，由十堰市装饰行业协会进行披露惩戒，直至取消协会会员资格。公开披露前，拟被披露的协会成员可以依据事实进行申辩。
- 会员企业违反行规约的，损害消费者利益和行业形象，或者会员采取不正当竞争行为时，经理事会决定，视情节轻重给予批评、同业制裁、除名等惩戒措施。造成严重后果的，协会将配合国家有关部门予以查处。

严肃组织纪律 推动行业发展 协会召开第五届二次会长工作(扩大)会

本报讯 10月14日，十堰市装饰行业协会五届二次会长会举行。总结前期工作，部署下阶段任务，完善工作机制和内部管理，审议通过一系列决议。

会长雷霆主持会议，秘书长吴文瑜分别从调研考察、宣传及思想建设、日常事务、组织发展、会员服务等方面对前三季度的工作进行了总结回顾，并就下一阶段工作提出了方案。

常务副会长单位湖北正华建筑装饰工程有限公司代表宣读了《协会组织纪律规定》、副会长游悟能宣读了《关于收缴2019年度会费的通知》，会议进行了审议并通过。会议对新会员发展、系列宣传等问题进行了审议，对行业问题进行了剖析。

雷霆做总结讲话。会议认为，严肃组织纪律是保证协会工作上台阶的前提，协会要广辟渠道和窗口，增强服务



十堰市装饰行业协会第五届二次会长工作(扩大)会会场

功能；全体会员应发扬企业家责任与担当意识，提高政治站位，以全新的姿态

投入协会工作，推动行业发展进步。(吴文瑜 陈晓璐)



“诚信家装”系列报道之一：

家装市场“烽烟”四起 装修业主需擦亮慧眼

一次装修对于业主来说就是一辈子的大事，而在这件“大事”上，许多业主却遭遇了“暴击”，谈“装”色变。

行业形象受创伤

近年来，由于十堰城市建设的快速拉动，移民城市形成的多元文化交流与叠加，市民较高较强的消费能力，对居住环境的追求更加崇尚艺术，注重设计，乐享温馨，旺盛的市场需求催生着装饰公司如“雨后春笋”般涌现，但“繁荣”背后却隐藏着巨大的“诚信危机”。

一些打着互联网+装修旗号的企业涌入市场，这些企业通过低价切入，夸大宣传，过度营销，但却没有成熟的团队和开工能力，最终出现无法交付而跑路、关门倒闭的惨象，只留下空空如也的店铺和维权无门的业主。

“这些互联网+家装的企业大多以融资为目的，以家装为噱头，以营销为手段，以消费者贪便宜的心理为切入点，以赠送名贵礼品、半价装修等为糖衣炮弹，迷惑了众多业主，扰乱了市场秩序，造成消费者的信任危机，也严重伤害了行业形象。”十堰装饰行业协会相关负责人表示，就会发生一个行业的动荡，最直接的受害

者势必是行业上下游的相关人群，消费者首当其冲，供应商连带遭罪，事实上，产业链上还有很多隐性受害者。项目经理、装修工人，处在产业链中而被隐形波及的就是金融服务商。一旦装修公司跑路后，对于涉及其中的金融企业来说，恐会形成一定程度的坏账无法收回。

膨胀式的发展必然带来“泡沫经济”

装饰行业经历过快速成长期，所以大家纷纷看好这一“领地”，常常成为大众创业的首选而趋之若鹜。便不顾自身是否具备能力，盲目开公司创业，出现了众多以次充好、安全事故、拖延工期等等问。

据不完全统计，全市在市场监管部门注册的装饰公司有800余家，为争抢市场蛋糕，常常出现一个新建小区有几十家装饰公司竞相营销，人们戏谑“业务员比业主还多3倍”。尤其是近年来，一些外地的家装企业看中了十堰家装市场这块“大蛋糕”，纷纷进驻，这些企业动辄便是几千上万平米的大店铺，似乎店铺越大，业主才越有信心与之合作，但是这些“大店铺”高额的人工、运营等成本消耗却成了压倒这些大企业的最后一根稻草。一味注重营销，每月推出一项“优惠大酬宾”，深入探究，就会发现端倪：5000平米的店铺只有200平米

有灯光，潜藏的危机不言而喻。

市场波诡云谲 原因所在

从2015年至今，全国关门倒闭的家居家装企业至少有5万家，而这个数字，还在持续增加……那么究竟是什么原因导致了家装企业的如是风潮？

第一，资本催生一个浮夸的行业。在资本热潮汹涌的时代，很多人靠一些虚构的模式，精美的故事，烧钱的投放来维持扩张，而家装行业其实仍然是传统的行业，最后仍然需要让业主满意才能维持家装公司的繁荣，“羊毛出在猪身上”的互联网思维似乎有点行不通。

第二，问题家装公司都有共同的特点，他们在盲目扩张中出现了现金流问题，他们拿了客户的预付款后，需要支付运营费用、人工开支、场地租金、广告投放，另外还要向供应商赊账以便动工，同时更要面对客户随时的监督催促，一旦有一个环节出现卡壳，现金流问题会压垮任何一个大规模的公司。

第三，浮夸的创业者缺乏实干的定力，缺乏对这个行业的尊重，动辄新模式，下一秒布局全国，对自己的管理修为，品质把控，客户体验置之不理，最终不但没有如愿颠覆行业，反而遭到了行业规律的反噬。(吴文瑜 李彦彦)

「诚信家装」系列报道之二：
「低价」一时爽 「跑路」悔青肠
「装修业主消费预警」

预警一：进入市场时间短。随着互联网+席卷各个行业，许多新兴的互联网+家装公司不断的进入市场，这些公司“模式新颖”，规模巨大，几千万平米的店铺很容易吸引业主的眼球。

一定意义上说，这种模式有助于带领家装行业向好发展，但是部分企业还没有完善此种管理模式，建立科学严谨的机制，现阶段还无法利用这种模式为业主提供更好的服务，反而本末倒置，丢掉了家装的本质，最终变成了“圈钱”的企业。

“进入行业时间短，经验不足，管理体系不够成熟，团队不够完善，此类公司须审慎选择；还有部分外来企业，成立时间短，没有在当地扎根，跑路成本低，风险较高。”十堰装饰行业协会相关负责人指出。

预警二：低价切入市场，疯狂回笼资金。由于装修行业市场准入门槛较低，以装修创业的人越来越多，产能过剩，市场竞争愈益激烈。许多公司便抛出低价“诱惑”客户，盲目扩张，只看到爆满的客户，而忽略了自己是否有交付的能力，平价装修、装修送汽车、装修返现金等等是他们时常抛出的“橄榄枝”。

许多客户贪一时之便宜，不加思考交了定金、预付款或者与商家签约，当商家资金回笼，正式付诸实施时，才发现当初的低价营销自身其实无法承受，最终只能卷钱“跑路”。

预警三：营销花样百出 却不见工地开工。这些企业成立之后，为打开市场，便通过各种营销手段，广告铺天盖地狂轰乱炸，大有舍我其谁之势，赢得了一波又一波流量之后，便烟消云散了。这些公司投入了大量的精力去开发市场，匆匆搭起的草台班子，却没有足够的能力开工。参观工地不失为选择家装公司的一个有效方法，因为从中可以直观地看到该公司的施工水平，获得准确翔实的信息。

此间人士分析，十堰装饰市场上大约有3万左右熟练工人，呈现出供不应求的局面。按照其营销思路，假设某企业一场活动签100单，每处工地3名工人同时施工，旗下必须有300名工人师傅，再加平时零星接单，大约需要500名配合默契的工人师傅，才能保证工程质量完整性。而这，远远超过了市场从业人员的存量。(吴文瑜 李彦彦)

编委会主任

雷霆

编委

谢正华

刘光宇

孟玉成

游悟能

李晓春

吴茂宝

赵长龙

王成萍

主编

吴文瑜

副主编

叶登基

杜斌

李贤扬

周德生

梁宏

董观军

朱贤胜

「诚信家装」系列报道之三：
「家装市场」三分天下
「利之？弊之？」

家装行业历经时代变迁，潮起潮落，形成如今马路游击队、个人工作室和装饰公司“三分天下”的局面，人们面临的家装选择越来越多，但是对市场的质疑声却也不绝于耳。在选择装修团队时，业主们是否看清楚了利弊，看清楚了得失呢？

很多业主在装修时会纠结于是找装修公司，还是“马路游击队”。还有不少人认为自己亲力亲为，装修更省钱。

单从表面上看，可能对比报价，“马路游击队”的人工费较低、自己买材料也能便宜一些。但在家装过程中，无形的费用可能更让你不堪忍受。比如各个工种的衔接问题就很难保障，还要花大量的时间成本。那些装修“游击队”显然在专业上比不上正规的家装公司值得信赖托付。从实践反馈看，选择马路游击队的业主80%的均出现了后悔情绪，其中还有一部分，未到中途就已无法再进行下去。

“游击队”不等于更省钱，省钱也不是装修的目的，用最合适的价格把家装好才是目的，脱离的装修本质的省钱都是无意义的。装饰装修靠大量的手工操作，成熟的师傅也难免出现一下操作失误，而“游击队”大多是一些学徒工，在施工时随意性强，质量不过关。而正规的装修公司做工非常细致，如：水电管道等隐蔽性工程要求线路要横平竖直，开关接口之间有严格的规范，而马路游击队以自身利益为最大化，省钱省事便成了他们的第一选择，把客户的利益时常被抛诸脑后，且无售后服务保障。

一名人员、一间办公室、一台电脑，介于马路游击队和装饰公司之间的装饰工作室似乎也拥有一定的市场，但是这些工作室值得信赖吗？

据业内资深人士透露，这些装饰工作室大多是装饰公司设计师跳槽后独立成立，他们向业主收取高额的设计费，与建材供应商之间存在利益输送关系，拿回扣是其创收的主渠道。由于没有足够的资本实力去构筑团队，只能依靠个人的设计能力去接单，加之不具备施工能力，只能将工程转包给马路游击队。

“工作室与马路游击队既是利益共同体又是利益对立面，工程转包之后，包工头为了自身利益最大化可能会偷工减料，工作室既依赖于马路游击队又无法约束其行为，最终还是伤害了业主的利益。”十堰装饰行业协会相关负责人敏锐地指出。

在风险承担方面，马路游击队与个人工作室都是个体模式，甚至有许多没有营业执照，他们与业主大多是雇佣或承揽关系，而不是甲乙双方合作关系，一旦发生重大的人身或财产安全事故，这些个体户大多没有抗击风险的能力，最终风险只能由业主承担。

而正规装饰公司大多有规范的管理，专业的团队，多年的从业经验。他们有明确的合同规定了保修年限和范围，以法律条文约束装饰公司必须保质保量做到客户满意。还有在成品的保护上，装修公司从产品的进出厂细致到门窗的油漆擦落，其精细程度和专业模式上“游击队”无法企及。

无论是哪种形式，业主在选择时都不能做“甩手掌柜”，需要提前了解相关的装修知识，提前对所选装修团队的专业性和合法性进行调查和对比，该花钱的地方要花钱，也不能做了装修的“冤大头”。(吴文瑜 李彦彦)

“诚信家装”系列报道之四：

家装公司如何选？你需要了解这些

“装一次房，掉一层皮”是很多装修业主切身的感受，许多人谈起装修是否有劣迹？业界口碑如何？若频频被投诉自然值得怀疑。工地交付能力如何？是否能及时开工？这些都是实力的体现。

那些装修完之后后悔的人大多没有在做装修之初就做好充足的准备与了解，也是非常重要的一步，市场上值得信赖的家装公司其实很多，那么到底该如何选择呢？

行业协会会员单位

十堰市装饰行业协会致力于行业健康发展和诚信建设，借助组织优势，集体发声，提高公信力。会员单位在长期的发展中都留下了深刻的时代印记，而且大都是行业的代表性企业，前期都经过了行业主管部门和协会的严格考察，在协会的引导下，遵循坚定不移地遵循诚信自律公约，所以更值得信赖。

品牌的价值

家装品牌琳琅满目，这让许多业主犯了“选择困难症”。无论选择装饰公司还是配套材料要选择大品牌，“大品牌”不能只看广告做的有多大，不能只看店铺有多大，而要看实力有多强。能成为大品牌必须有实力，要看公司合作的建材品牌是否可信，切勿出现用“广东老板”代替“老板”（抽油烟机品牌），用“香港箭牌”代替“箭牌”（卫浴品牌）的情况；公司的管理模式是否对员工

“诚信家装”系列报道之五：

追根溯源，还家装本来面目

中国家装行业历经20年时代变迁，从传统家装的摸索前行，到资本入场，迎来互联网家装的创业高潮，再到高潮退去，行业已进入深度洗牌阶段。

“乱花渐欲迷人眼，浅草才能没马蹄”，无论家装企业如何花样百出，脱离家装本质的模式都将被市场和时间的检验而成为大浪淘沙下的渣滓。“家装的本质是个性化，将聚集优质设计师和施工力量，用行业再造后的整合逻辑，让家装行业回归设计和施工本质。工匠精神是家装行业的核心竞争力，而近年来随着跨界思维席卷了各个行业，新的企业在为行业增添活力的同时也带来了诚信危机等各种问题，老一代的工匠正在逐步减少，家装行业面临的问题也在层出不穷。”十堰装饰行业协会家装专委会秘书长说。

家装的未来在哪里？

十堰装饰行业协会在规范十堰家装市场，引导家装市场健康发展方面，做出了许多努力。对家装从业人员的思想、意识形态作出引导，做好行业表率，推动十堰家装走向新天地；为规范行业行为，建立资源、信息共享机制，促进行业抱团发展，举办了多次家装博览会、对口应届大学生招聘会；探索建立诚信平台，配合主管部门对投诉率高的企业建立联合

家装的本质是什么？

传统的家装以工匠为主，工匠们精工细活装出一套房子，大多只是为了满足生活的需要，家装发展到如今，虽然模式几经改变，但是工匠精神却是每个家装人应该坚守的。

工匠精神不只是施工团队在施工时秉持专业度和诚信度，而是从接收

团队、合作单位有约束力？公司的经营激烈是否有劣迹？业界口碑如何？若频频被投诉自然值得怀疑。工地交付能力如何？是否能及时开工？这些都是实力的体现。

时间的沉淀

千淘万漉虽辛苦，吹尽黄沙始见金。好的装饰公司一定会经过时间的检验，一定会有时间的沉淀。建议业主选择装饰公司时，尽量考虑持续经营3年以上且社会形象良好的企业。

经营多年的装饰公司，经验丰富，有着相对固定成熟的人员，有着厚重的文化，较为完善的管理体系，也形成了较好的口碑。这类装饰公司肯做实事，坚守诚信，多年的经营也让他们有深厚的积淀。在本地区有着盘根错节的社会关系，身家性命都搭上，这类企业“跑路”就是“绝路”，所以诚信经营是他们唯一的选

择。

合理的价格

家装是个传统行业，随着市场竞争的白热化，家装的价格也逐步透明化，因此当业主们看到市场的让人眼花缭乱的低价活动时，一定要保持平和的心态，“便宜没好货，好货不便宜”，当商家不停的打出低价牌，业主就要多打几个问号。如同一名急难危重的病人，是选择免费的庸医还是高薪聘请医术精良的名医？显然，大手术只有请高明的专家，设计免费意味着什么？难道是“大国工匠”不值钱了？

在选择家装公司时，当家装公司给出报价，业主需提前了解市场行情，学习相关的装修知识，去判断家装公司给出的方案是否有不合理的增项，是否虚高了价格，心里应有一个价格标准。(吴文瑜 李彦彦)



业主房屋的那一刻，便以工匠精神要求自己，而非赚快钱，目的不纯最终只能是“搬起石头砸自己的脚”。

家装的第一步是设计，设计师从为业主设计开始，其服务终点应是装修交付的那一刻。工人施工、工艺都是首位，业主最终的住房体验、安全都取决于工艺是否达到标准。最终交付，取决于家装公司的流程管理，每个环节环环相扣，衔接顺利，则能够质设计师和施工力量，用行业再造后的整合逻辑，让家装行业回归设计和施工本质。工匠精神是家装行业的核心竞争力，而近年来随着跨界的思维席卷了各个行业，新的企业在为行业增添活力的同时也带来了诚信危机等各种问题，老一代的工匠正在逐步减少，家装行业面临的问题也在层出不穷。”十堰装饰行业协会家装专委会秘书长说。

这三个环节是家装的核心，无论是什么模式都应该是服务于这些环节，而把营销模式过分放大化的家装公司是本末倒置的，最终都会误入歧途。

这种问题即使到了互联网家装时代依然没有得到任何改变，甚至到最后互联网家装演变成了一种营销手段，并未真正给行业发展带来本质改变。随着新零售时代的来临，全屋定制、装配式家装、工人产业化等与家装工业化概念密切相关的事物开始出现，家装工业化开始有了实质性动作。

家装工业化其实是互联网家装向家装转变的必然。因为相对于互联网赋能家装行业，以新零售为代表的新技术赋能家装行业更加值得我们去期待，它给家装行业带来的改变更加彻底和激动人心。我们期待着行业的福音早日临幸，惠及广大黎明百姓。(吴文瑜 李彦彦)