

“远离家装私单”系列报道之一

你家的装修被“走私”了吗?

“也不知道到底是工人水平下降了,还是没有装饰公司的管理工人就不好好干活?”前两天,快报《居家》编辑部接到了读者顾先生的投诉。同是一个工程队做的工程,三年前的工程质量让顾先生赞了又赞,可如今的装修却让顾先生不忍心看。一番了解后,记者发现,顾先生是典型的“私单”受害者。而这已经是近期我们遇到的第三个身陷私单陷阱的消费者了。

针对“私单”这一让家装业主和装饰公司双双受害不浅的现象,快报《居家》曾于2008年下半年推出“关注家装私单系列报道”。而今,随着“私单”现象重新抬头,快报《居家》将特别推出“远离家装私单”系列报道,让更多消费者引以为鉴。



漫画 俞晓翔

读者爆料

“私下里”并不好说话

“你们家这工程是哪个公司做的啊?”面对朋友的提问,顾先生觉得难以开口。三年前,同样一个工程队给自己家另外一套房子做的装修曾经让周围不少朋友都羡慕不已,“没想到这套新房会被糟蹋成这样”。

三年前,顾先生找了南京本地一个知名家装公司装修,工程做得不错。去年11月份,顾先生新买的房子要装修,他想起三年前帮他装修的小张说直接找他装修可以便宜些,私下里好说话,就直接找到小张让他再帮他装修一下。没想到这次新装的工程质量奇差无比。

“样子差不多的吊顶,怎么看怎么别扭,人在下面特别压抑。我感觉这次装修用的木材也很不好,装修完味道很大,进去

时间长了就觉得辣眼睛、喉咙痛。”顾先生十分后悔地说:“我就不该贪这点小便宜!当时说得好好地,比找公司便宜,私下里什么都好说。可事实上,钱没省下多少,工程还做成这样,私下里也很不好说话!”

记者调查

装修私单害人害己

深受私单之害的不光是受害者,还有那些被“内鬼”出卖的家装企业。记者就私单这一问题在业内调查时了解到,不少家装公司都被项目经理和设计师等“内鬼”撬走了一定的市场份额。“将各种形式的私单都算在内,正规家装公司有1/3的工程都被走私了。”曾经在北京某知名家装公司任职的业内人士向记者透露。

南京某品牌家装公司市场部经理告诉记者:“不少展会签

单的业主后来都没找公司做了。明察暗访后,我们发现,这些客户并没有找其他的家装公司装修,而是私下里与设计师或者项目经理签订了协议。”

除了营业额受影响,家装公司因私单受到的最大危害在于损害了公司的信誉。“很多业主认为找家装公司和做私单是一样的,其实不是。”爱华装饰总经理顾爱华告诉记者,很多业主是直接找工程人员做的私单,根本没有设计可言,装修效果可想而知。再说材料,爱华的所有材料都是公司统一配送的,无论质量和环保性都没话说。“做私单就不一样,项目经理为了多赚钱经常偷工减料,材料的质量和环保性当然得不到保证。”顾爱华说:

“就拿我们爱华装饰来说,木门、门套、橱柜都是在后厂生产的,厂里使用的是喷漆工艺,有专门的喷漆车间,里面是绝尘的,这样生产的门漆饱满、光滑,

项目经理在现场肯定做不到。”“很多业主不明白找家装公司跟找公司员工做私单之间的差别,明明是做了私单导致工程质量不好,却说公司不好,这对公司品牌会造成很大负面影响。”顾爱华指出。

专家点评

私单不是免费午餐

所谓私单,指的是装饰公司或者施工队绕开装饰公司的监管,私下为客户进行装修的行为。由于抓住了不少家装业主想贪便宜的心理,所以,私单在家装业内十分普遍。可就因为这一个“私”字,设计师和施工队的行为得不到装饰公司的监管,因而家装业主的权利往往也无法得到保障。

“首先,由于私单的实际价格比正常的价格低,装修材料的品质和环保性能根本没法保障。另外,由于工人是私下里为私单业主服务的,工作的时间往往也不充足,工程质量也难以保证。再次,私单的装修工程没有监理,其防水工程、隐蔽工程、管线的安装及施工的合理性也没法保障。真的出了问题,由于业主没有与装饰公司签订合同,所以装饰公司不会负责,如果工人也不理会,那问题就无法得到解决,更谈不上售后服务。”南京市装饰行业管理办公室张基波书记提醒广大业主,天下没有免费的午餐,尽量不要为了贪小便宜吃大亏。

互动参与

你是否也正深受“私单”之害?对于私单,你是否也有话要说?请致电 84783628、84783564,发表你的观点。

快报记者 王燕



本期主持 快报记者 童婷婷

家住江宁天元吉第的宋小姐马上就要装修新居了,但她不知道该如何选择装修的主色调,找到了《居家》能人在线栏目。记者就此采访了一些著名的设计师,综合出以下见解供大家参考。

红色是一种鲜艳、热烈、瑰

为居家定个合适的色调

丽的颜色。它因为充满热情动感而给人勇气、信念和活力,与热情奔放相联系,红色表示爱情、憎恨和勇气。红色具有如此的影响力,因此在室内装修中应小心应用,因为如果运用过度,就会感到过于刺激而难受。

粉红色是一种浪漫的颜色,通常与女性联系在一起,然而它又是一种鲜明的、有生气的颜色。它适用于不同的装修风格,可以增加阴冷房间的亮度,也可

以为非彩色和简朴的房间设计增加时髦感。

紫色是一种天生美丽的颜色,它高贵、雅致、温馨,同时有宁静的感觉,适用于卧室,尤其是新婚和感情丰富的小家庭。

黄色是一种能使人引起愉快遐想的颜色,它渗透出来的灵感和生气使人欢乐和振奋。各种黄色深浅不同,明度不同,带橙色的黄色强烈而占主导地位,柠檬黄带给人凉意。小心地运用黄

色可以使一间冰冷的房间温暖起来,使阴暗的房间明亮起来,还能够为任何一间居室增添乡村气息。

蓝色是天空和海洋的颜色,它宁静又不缺乏生气,可以用来创造多种多样的效果。人们通常把蓝色看作是透着凉意的宁静的颜色,因此对于光线充足的居室极为合适,它具有镇静的效果,让人更容易入睡,它还会为一间起居室增添安宁与轻松。



新热点

沁尔康净水器央视做广告

事件:3月22日起,第三代健康净水技术倡导者沁尔康的广告正式在央视播出,引发了业界的关注。

凭借雄厚资金实力及尖端技术,定位于高水晶生活缔造者的沁尔康快速发展为行业黑马,变为为数不多的央视广告净水器品牌,显示出沁尔康净水器打造国内净水行业领军品牌的雄心和实力。据了解,沁尔康耗资2亿元,建造了包括4万平方米生产中心、1万平方米物流中心、3500平方米研发中心、8000平方米运营中心在内的国内一流生产基地,拥有涵盖纳米微晶滤料、紫外线杀菌技术、滤芯自动更换提醒等精微净水技术优势。

目前,沁尔康已针对国内不同地域、不同层面的净化需求,推出了厨房净饮水机、中央净饮水机、直饮净饮水机等一系列产品,可应用于家庭和单位生活饮用水的二次净化,创导高品质的净水生活。

点评:作为家装市场上的一种新产品,净水器的市场前景十分广阔,饮用水变革的崛起将会带给中国的净水行业一个黄金的发展机遇。沁尔康此次斥巨资在央视投放广告体现了净水器市场的竞争愈发激烈,此举有可能引起中国净水器格局的重整。

新形式

久盛地板与棒球协会牵手

事件:3月24日,著名地板品牌久盛与中国棒球协会在上海举行战略合作签约仪式,并正式启动“棒球宝贝海选活动”,同时,2010年“美式原味”流行风格也隆重发布,为2010年的地板行业再次投下重磅炸弹。

据透露,根据合作协议,双方今后将会在共同承办国际水准的专业比赛、商业比赛方面展开深度的合作。另外,久盛还将联合棒球协会举办“中国棒球宝贝”网络评选活动,利用当今强大的网络号召优势,在线评选中国的棒球宝贝,评选出的“中国棒球宝贝”将有机会应邀出席中国棒球队的重大赛事。

据悉,随着棒球运动在中国的逐渐普及以及双方合作的不断深入,久盛将借助中国棒球协会这一平台,使“美式原味”风格产生更为广泛的社会影响,并通过“棒球宝贝海选活动”,将“美式原味”的时尚性、个性化功能完美呈现,使“美式原味”成为引领地板行业发展的流行风格。

点评:持续不断的风格创新,并与中国棒球协会展开战略合作,既是久盛在金融危机的大背景下,应对行业格局调整,提升产品竞争力的重要举措,也是久盛地板“风格定义生活”理念的具体表现,对促进久盛品牌发展,引领地板行业创新潮流,将起到积极的推动作用。

本期主持 快报记者 王燕

盛大开业

4月18日

卫浴新体验 先使用, 90天满意后付款

金牌零距离 460元, 优质马桶空前优惠



龙头
型号: RF1183
原价: 610元/套
现价: 178元/套



淋浴房
型号: RF1419A
原价: 3760元/套
现价: 999元/套



浴室柜
型号: RF89038S-01
原价: 5144元/套
现价: 1399元/套



座便器
型号: RF2086
原价: 2084元/套
现价: 460元/套

凭此广告可抵用300元
并赠送精美礼品一份!

地址: 金陵国际家居一楼A8316号金牌卫浴专卖店 抢购热线: 87716766 87716767