



十年质保？业之峰标杆还是造噱头

2019“双11”前夕，业之峰装饰董事长张钧公开承诺“十年质保”，并将其写进业之峰全国所有直营店新签的家装合同中，适用于业之峰旗下所有家装项目。

业之峰颇为大胆的举动，让很多连循两年工程质保、五年水电质保的行业质保标准都靖言庸违的家装企业为之一震，不少人投来怀疑的目光：业之峰是在树服务标杆，还是造营销噱头？

“十年质保”现家装业

“十年整车质保”已经成为许多汽车企业服务承诺中必不可少的一项，家装行业中却很少有企业真正敢把“十年质保”写进合同中，业之峰是第一个吃螃蟹的人。

2019“双11”前一个月，张钧向公众郑重作出“十年质保”服务承诺：从2019年10月10日起，“十年质保”将被写进业之峰全国所有直营店新签的家装合同中，并且“十年质保”针对基础工程，适用于业之峰旗下所有家装项目。这意味着，业之峰家装直营体系中的汇集别墅、业之峰峰格汇个性装、业之峰诺华整装、全包围均可享受“十年质保”服务承诺。

业之峰“十年质保”服务承诺的推出，源自张钧的个人公众号中收到的一封客户来信，信中客户“抱怨”装修的保修期已过，想保修就得多花钱，心里很不是滋味。看到这封信后，张钧反思起业之峰的服务模式，推出“十年质保”服务承诺。

业之峰推出的“十年质保”服务承诺远高于北京市所规定的质保最低标准。北京商报记者查阅相关资料发现，根据北京市工商行政管理局发布的《北京市住宅装饰装修工程施工合同》规定，自竣工验收之日起，装饰装修工程保修期为两年，有防水要求的厨房、卫生间防渗漏工程保修期为五年。



“如今的装修市场早已从产品时代变为用户时代，以消费者为中心，与客户建立心与心的链接，同频共振，企业才可以走得更长远。”张钧兴奋表示：“十年质保”服务承诺的推出是家装行业的一件大事，将开启家装质保的新里程。

装修后扯皮问题频发

推“十年质保”服务承诺，业之峰想解决的是装修完成后家装公司与业主相互扯皮的问题，以提升消费者满意度。

2019年1月23日，中国消费者协会发布《2018年全国消协组织受理投诉情况分析》显示，2018年全国消协组织共受理消费者投诉762247件，其中房屋装修类投诉10474件，占服务类投诉的2.84%，较2017年上升1.3%。房屋装修的问题主要集中在四方面：一是签订合同前装修公司有意压低施工报价以便揽客，但施工到一定阶段变相收取额外费用；二是订购的装饰材料品牌与销售宣传的不符，欺骗消费者；三是工作人员操作不当或因施工存在质量问题，造成消费者家中其他物品损坏，且拒

绝消费者提出的合理赔偿；四是售后服务存在推脱、延迟、不履行等问题。

装修完成后家装公司与业主扯皮成为消费者满意度低的一大原因。2019年10月22日，北京商报记者在黑猫投诉平台查询发现，与“家装”相关的投诉有153条，其中一位匿名的业主在2019年7月29日发布投诉称：“2016年在淘宝家装E站购买了一个装修包，并在线下店铺签订了合同，结果装修不到两年墙体就出现裂缝，门框开裂。跟店铺联系，店铺拒绝维修，跟总部联系，就推脱让我联系本地店铺。结果本地店铺也不负责，甚至店面都找不到了，几万块的装修就这样没人负责了”。另一位用户名为“7277467705”的业主在2019年8月9日发布投诉称：“2017年11月找的太原某家公司进行装修，2019年5月开始陆续出现踢脚线开裂、上轨吊门摆动、吊顶开裂、瓷砖开裂、主卫漏水等问题。从报修到2019年8月8日，家里的问题还未全部得到解决，并出现企业耍无赖现象。这样的售后和质保服务难以让人愉快，希望有关部门严查”。

类似在装修完成后家装公司与业主扯皮的现象屡见不鲜，成为家装行业发展的一大阻碍。分析人士认为，由于房屋装修行业市场准入门槛低，施工人员的管理和技术水平参差不齐，质量问题投诉时常发生，此外，装修涉及金额也较高，一旦出现纠纷，给消费者造成很大困扰。

服务标杆还是营销噱头

为解决装修后的扯皮问题，不少家装企业作出过“三年质保”“五年质保”服务承诺，成效平平，业之峰却一下子将质保期限延长至十年，究竟要做服务标杆，还是仅仅只是为签单造一个营销噱头？

沉浸建筑行业多年的中国建筑装饰协会副会长田思明认为：“十年质保”承诺的背后是企业主动给自己找麻烦。不怕麻烦的背后，是业之峰对装修工艺与质量的

极大自信。早在2006年，业之峰就推出了“蓝钻环保工程”，专注于整个施工过程的系统化，为消费者带来国际上最新的和最具系统性的家庭装修施工和管理标准。之后业之峰不断地对“蓝钻环保工程”进行升级，保持着材料和工艺的领先水平。2019年，业之峰与德国福莱莱慕公司达成战略合作，全面引进德国先进的技术工艺，使得“蓝钻环保工程”在验收标准上与欧洲一般无二。

在“十年质保”服务承诺开始实施之际，张钧就已经对业之峰提出了新的要求。在保修期结束前3个月的时候，提前给业主写一封信，告诉业主保修期马上要过了，并安排一次系统检查和维修，以免保修期过后出现问题让业主支付额外费用。

“这样的关爱行动可能会使企业的成本增加，但对于消费者来说是利好的消息，是良好的沟通桥梁。”张钧表示：“家装市场很大，有2万亿元的生意，可是却没有百亿级企业，客户的整体满意度也不高。在竞争激烈的当下，真正的创新是从为难自己、真正服务好客户开始的。”

北京家具行业协会会长何法润认为，“十年质保，不是简单的十年，而是基于保证质量的诚信示范效应，业之峰对于推进行业更加注重质量、服务以及诚信等各方面都发挥了很好的表率作用。”

越来越多的家装企业推出服务创新举措，如生活家居提出了“装一次住十年”的品质承诺，全屋质保十年，并与天猫深度合作，全面启动“先装修后收款”，为消费者提供分阶段担保交易服务。“品牌公司对于服务的宣传是一种趋势，事实上在服务上的领先本身就是品牌公司区别于一般公司，或者大品牌区别于小品牌的卖点，在其他行业同样如此，只不过相比之下，家装行业的品牌化进阶要晚一些。”一位资深的家装人士向北京商报记者表示。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮/文 贾丛丛/漫画

Business Sense

与大师学做陶瓷 北京陶瓷艺术馆开放名师工坊

北京商报讯(记者 谢佳婷)手捏、拉坯、上釉……亲手参与、亲眼见证一件陶瓷艺术品的诞生，亲身体验陶瓷技艺的神奇，这一切，走进北京陶瓷艺术馆的名师工坊就可以轻松实现。

北京陶瓷艺术馆名师工坊位于北京陶瓷艺术馆三楼，由三位陶瓷领域的名师坐镇，他们分别是黑陶非遗传承人、通化师范学院美术客座教师钟离子，河北省民间工艺美术家、陶瓷拉坯30余年匠人刘全民，河北省陶瓷艺术大师、国家陶瓷装饰技师任峰，三位并称“陶瓷三雅士”，各有绝技。

钟离子自幼随祖父学习陶瓷制作，以手捏、泥盘条筑枝法擅长，主要作品有盆、碗、罐、缸等，多次试验“平地堆烧”、“慢绘手捏”、“草木灰釉”等中国远古陶瓷技法，作品以黑陶、陶器、纯手工控制陶瓷为主。刘全民自幼师从清华美院金宝升教授学习古陶瓷拉坯技法，技艺流畅，严谨而不失随意性的发挥，手法上、力度上的掌控，和对整体结构的手下把握都是长期经验的累积，使手工陶艺坯体的完美度达到了相对高度，并在此基础上不断开发拉坯手工艺作品，擅长功夫茶具、盏、杯、陶瓷工艺品等。任峰师承

中国现代黑陶的奠基者、中国陶瓷艺术终身成就奖获得者、中国陶瓷工业协会黑陶艺术专业委员会会长刘浩，继承了传统陶瓷表现技法的同时，在雕刻、雕塑创新研发上独树一帜，着眼于现代的造型和富于节律感的纹饰雕刻，在色泽纯化和形意丰富的统一中，赋予陶艺新的生命内涵。三人作品均曾多次在国际级、国家级和省级专业评比中获奖，在业内赫赫有名。

平时，北京陶瓷艺术馆名师工坊就是三位名师的工作室。走进工坊，可以看到琳琅满目的陶瓷艺术品：地上摆放着

彩绘的陶瓷鼓凳，博物架上各式各样的陶瓷茶盏、摆件，令人眼花缭乱。工坊的一角，三位名师在自己的工作台上各自忙碌着：刘全民在旋转的转盘前，正全神贯注地拉着一件泥坯，定型烧制后，它将成为一枚精致的瓷瓶。任峰正在为一件素坯雕刻花鸟，鸟儿羽毛纤毫可辨，展翅欲飞，烧制后将更加栩栩如生。钟离子在为一个古意盎然的茶杯上釉，它已经在900度的窑里硬烧固化，目前只能称为陶器，接下来要再被送进1200度左右高温窑烧6-8个小时，才能成为真正的陶瓷艺术品。一位“学徒”——慕名而来的

体验者正坐在钟离子的工作台前，用手捏着一个茶杯，不时询问老师手法、厚度是否正确。

这正是名师工坊的常态，也是北京陶瓷艺术馆希望呈现的状态：“我们希望通过这个场所，让体验者真正与名师一起工作，见证、参与、体验制陶工匠的生活方式，能更生动地理解陶瓷文化的博大精深。”北京陶瓷艺术馆相关负责人表示，北京陶瓷艺术馆名师工坊将长期对外开放，希望能有更多陶瓷爱好者走进来，共同感受、传播陶瓷文化的魅力。

家和家美·京东红木家具旗舰店
线上线下无界零售全面启动



家和家美 | 京东家具
— 南四环吕家营红木第一城一层五号门 —



红木第一城地址：东南四环吕家营村社区1-8号，十八里店南桥往北200米红绿灯(吕家营餐饮街南口)见红木第一城牌楼左转直行即到。 热线电话：010-87328803、87693855