



家居行业“3·15”前急补服务漏洞

企业新举措密集出炉 专家称关键在于落实

居然之家首推三年“三包”服务、蓝景丽家做出“满意服务9项新承诺”、百强家具提供“5项增值服务”……在“3·15”消费者权益保护日来临之前，京城家居企业的新举措频出，意在急补服务漏洞，以提升顾客满意度。北京市场协会家居分会秘书长刘晨认为，相对其他商业类行业而言，家居行业服务已属领先，但如何把这些优质的服务落到实处仍是个问题。



居然之家“3·15”前推行三年“三包”服务，厂商代表鼎力支持，图为TATA木门董事长吴晨曦在承诺板上签字。

约定送货之日起至顾客所购商品全部送到约定送货目的地完毕后计算延迟时间，并按全部货款的1%/天的比例赔付给顾客；如实介绍商品，诚信履行承诺；当顾客与厂商在购买及售后过程中发生争执时，厂商在没有充足证据证明已向顾客告知应尽义务时，卖场将按照顾客的诉求判定执行。

“服务是有价值的商品，但在中国消费者却不需要付钱就能享受到家居行业的服务。近年来成本不断上涨，家居企业却在不断地探索服务提升，坚持向消费者倾斜的态度，体现了家居行业有别于其他行业的境界。”刘晨表示。

服务关键在于落实

虽然家居行业发展只有短短的十几年，但相对于商业类其他行业，家居行业服务已经处于领先地位。比如康洁向全社会公开承诺“不满意就退货”，这个无条件的“不满意”需要莫大的勇气，也曾受到质疑，但康洁正身体力行地践行着。

“毫不夸张地说，居然之家14年的发展史就是服务提升史。”在“三包”延长至三年的新闻发布会上，汪林朋回顾自2000年第一个向消费者承诺“先行赔付”以来，相继推出的绿色环保、非质量问题一个月无理由退换、统一收银和统一换货、明码实价、同一品牌同一价、家装零增项、送货安装零延迟、百分百纯进口、红木全保真等十大服务承诺的历程，表示“这些其实还远远不够，我们还要提供更多的创新服务”。

优质的服务有时也会被一些小细节所打败，因为产品最终让消费者可以使用，要经过送货、安装等一系列售后服务链条，任何一个环节不到位都会出现问题。当客户向厂商投诉时，由于售后部门没有及时反馈导致整笔买卖的失去或品牌荣誉受损这样的事并不鲜见。刘晨指出，家居行业竞争愈发激烈，需要通过服务来提升顾客满意度，从而增强竞争力，好的服务固然重要，把服务落到实处更为重要。

北京本报记者 谢佳婷/文 吴厚斌/摄

企业频推新服务举措

从3月2日开始，在居然之家签单的消费者惊喜地发现，销售合同中对于“三包”的规定进行了修改，将三包服务期由一年延长至三年。“这份合同，真是给人吃了一颗定心丸。”一位正准备签单的消费者告诉北京商报记者，“敢把延长服务期直接写进销售合同，说明居然之家并非空口承诺，是来真的”。

当日，在居然之家丽泽店，一场新闻发布会隆重举行，主题是居然之家正式宣布延长“三包”服务期。居然之家总裁汪林朋当着上百名到场的家居建材老总公开承诺：家具建材“包修、包换、包退”期限由原来的一年延长至三年；家装“包修、包换、包退”期限由原来承诺的两年延长至三年。汪林朋的承诺得到在场商家的鼎力支持，老总们纷纷在承诺板上执笔签名，对全社会公开宣布履行居然之家首推的新“三包”服务承诺。

几天之后的3月5日，蓝景丽家携手驻场21家品牌厂商成立“满意服务品牌联盟”，共同做出“诚信‘3·15’，满意服务9项新承诺”。北京商报记者发现，这9项服务新承诺十分“苛刻”，几乎涵盖消费者购买

家居产品售前、售中、售后的所有环节，除了同样将商品质保期延长至三年以外，还打破行业内只针对“五环内免费送货”的惯例，提出“北京市范围内免费送货、安装”，以及多项向消费者倾斜的举措。

在家居卖场争相推出服务新举措之时，品牌厂商也打起了“特色服务牌”。3月10日，百强家具宣布升级服务举措，向京城消费者推出“3年质保、1个月包退、5项增值服务”。其中，购买百强家具可获得配饰设计服务、由百强资深软装设计师量身打造家具配饰摆放方案、一年内免费上门拆装一次及实木家具免费专业保养一次、先参观工厂后买家具等令人耳目一新的5项增值服务，赢得叫好声一片。

2013年的“3·15”前夕，家居企业纷纷拿服务做文章，不约而同地频频推出新服务举措，意味着今年消费者将获得更贴心的家居购物体验。

市场逼出服务升级

家居行业集中升级服务，并非偶然，可以说是被市场逼出来的。

据居然之家副总裁任成透露，此次居然之家做出服务期延长至三年的新“三包”服务承诺，就是因为“发现在客户

投诉中20%左右都是因为‘三包’触发的”。她指出，家具建材是一种金额高、耐用度久的生活产品，在过去执行的一年“三包”期限内很少出现问题，而那些刚过三包期一两个月产品就出现问题的用户心里就会觉得很不舒服，感觉很冤。“我们接到这样的投诉按规定可以不予受理，但出于品牌形象和口碑需要又不能不管，进退两难。”为了避免这种尴尬，保护消费者权益，居然之家干脆将“三包”服务期延至三年，“这样就能减少很多消费者的烦恼”。

蓝景丽家总经理尹勃也表示，通过分析近年来蓝景丽家的消费者投诉情况发现，质量投诉在逐年下降，到了一个很低的水平，但与服务相关的投诉却在逐年上升。2012年，有关商品质量性投诉仅占总投诉量的12.1%，服务性投诉却占到总量的87.9%，其中主要表现为延迟送货、诚信沟通不够、处理投诉不及时等。为了给消费者提供真正的“满意服务”，蓝景丽家携手21家品牌厂商做出的9项新承诺特别规定：接到投诉24小时内需回复顾客并给出解决方案，48小时内需与顾客沟通完毕且达到顾客满意；由于卖方原因发生商品(含部分商品)延期送货的情况，按照合同

