

一扇窗帘承载近三十年光阴

## 从下岗到坚守,他用一匹布丈量家的温度

□记者 朱蔚 整理

倾诉人:俞国华  
倾诉时间:9月28日

上世纪90年代,沈家门人俞国华从工厂质量检验员的位置下岗,准备下海。他出生于1968年,从卖油画的小老板到改卖窗帘,逐步进阶到资深家居人,俞国华的创业故事始于1997年。

28年间,他的店址几经变迁,从一家窗帘店做到现在的家居馆,业务从单一的印花布窗帘发展到今天的上千种窗帘加全屋定制。在他的解读中,窗帘不只是遮光的布,更是一位“沉默的演员”,是家的“美容品”,也是无数家庭情感联结的纽带。

情感的流露

心灵的抚慰

听你倾诉 陪你改变

你可以拨打我们的

情感热线:

13867225000

QQ:942157858

(请注明“我要倾诉”)

也可以发E-mail:

zswb05@zsnews.com

地址:

舟山市新城长升路30号

舟山晚报编辑部

“倾诉吧”编辑收

邮编:316021



如今的资深家居人俞国华 记者 朱蔚 摄



初创业时的老照片 由受访者提供

上世纪90年代下岗  
夫妻俩从卖油画起步

很多人知道我是这个家居馆的老板,但很少有人知道,我最初是做油画生意的,更早之前,我在工厂里做了8年的质量检验。

创业那一年正好是1997年,香港回归那一年。从单位下岗后,心里虽然没底,但总得找条活路。我和妻子商量后,决定“下海”试试。我们一开始在沈家门西大菜场附近租了个十几平方米的小店,卖油画。刚接触生意,我们俩都挺腼腆,客人进来,都不敢主动上前介绍,你推我、我推你。现在回想,真是又好笑又感慨。

油画生意做了一年多,虽然有些香港客人喜欢,但毕竟是小众。后来我们把店搬到了沈家门剧院边上,当时把店隔成了两层,我们开始尝试在一楼卖窗帘、二楼继续卖油画。没想到,就是这个不经意的尝试,改变了我们后来的路。

窗帘比油画要实用得多,那时候正是房地产业开始发展的时候,买窗帘的人越来越多,我们慢慢就把重心转到了窗帘上。我记得最早用的是印花布,花样不多,但能满足遮光的基本需求。大家的要求也不高,不管是客厅,还是卧室,或者儿童房,用的布料差不多,只是颜色和图案有点区别。像儿童房选用米老鼠的卡通图案,就特别受欢迎。

初创业遭遇火灾  
坚持重新出发

刚做生意的那几年,我经常去绍兴柯桥进货,那里是全国有名的纺织品集散地。我会特别留意布料的质地、花色、色牢度。工厂做质检出身,我对“品质”两个字特别敏感。东西好不好,客人一用就知道。

创业头几年,最难熬的是一场火灾。那天我刚出差到外地,晚上妻子就打电话说是店里着火了。我赶回来也只能是第二天了,店里烧得一片狼藉,库存、样品全没了。那时候真是欲哭无泪。但能怎么办?只能重新装修,重新进货,重新开始。

再次重新出发,我们也更坚定了要做好品质、做长久生意的决心。我持续地主动学习,看杂志、看书,跑去上海买专业的家居杂志。我还喜欢看《动物世界》画刊,里面动物羽毛的色彩搭配给了我很多灵感,也教会了我很多。软装这东西,学问大着呢,你不学,很快就落伍了。

我也每年跑广州的展会,那是全国规模最大的展会,一年两次,春天一次,秋天一次。对我来说,无异于是拓宽眼界,每次出差的随行行李中都会带上笔记本,认真记下厂家的信息、产品的优点,便于日后作为参考。

那时候没有智能手机,全靠传真机联系,现在想想,真是慢工出细活。那些年,我写下了厚厚的好几本笔记,有些是展会笔记,有些是进货笔记,还有自己构思想法的专题笔记。这些笔记,不仅是生意经,也是开店这些年成长的脚印。

窗帘是软装的灵魂  
是一位“沉默的演员”

普陀山大酒店是我们第一次接到的企业订单。那时心里虽然没底,但仍决心要做好。我特地跑到杭州的五星级酒店住了一晚,亲身体验人家的被套到底是怎么做的、面料怎么样、软硬度如何。回来之后,我们免费试样,在各竞争商家中脱颖而出,争取到了这个客户。这一合作,就是这么多年。

每一次与客户的接触,也让我意识到,走出去、沉下心,把别人的标准当成自己的起点,路才能越走越宽。后来店铺搬到了东河市场,一开就是十五年。那段时间,是店里生意最稳定也最充实的阶段。

每天熏陶在窗帘的世界里,我也慢慢地摸清了客户的需求,开始懂得:窗帘不只是一块布,它更是家里的一位“沉默的演员”。它要和沙发搭配,要和光线互动,要和主人的心情契合。我常和客户说:一个家,窗帘定了,再反过来做设计,这个顺序绝对不会错。窗帘是软装的灵魂,它就像朝霞,随着空间、光线、心情,会变化出不同的样子。

后来店铺搬到了明珠花园,又开了七八年。电商开始兴起后,对我们实体店的冲击其实不小。但我一直觉得,窗帘这东西,你得亲眼看到、亲手摸到,才能真正了解它的质地、颜色以及垂感。所以我们一直坚持着实体店,店里不光有中高端,也保留着一些性价比高的产品,满足不同客户的需求。

每一扇窗帘背后  
都是一个家一种生活

这么多年的实体经营,不是固执,而是一种体验的诚意。开店这么些年,我越来越意识到,沟通才是服务的核心。客人来了,不要着急着推销,而是先和他们聊聊。家里装修什么风格?喜欢什么颜色?平时光线怎么样?晚上睡得好不好……聊得越多越好,聊得多了,才能做出他们真正喜欢的东西。

有一次,我给一家企业的洗手间竹帘选了荷花图案,寓意为“出淤泥而不染”,对方特别满意。这种细节,你不聊,就永远不知道。经常性的,帮客人参谋着,更换了家里的窗帘,调整了窗帘作用下的光线和氛围,因此得到了客人满意的肯定。这种时候,我总是特别有成就感。

每一扇窗帘后面,都是一个家、一种生活、一份期待。而我,愿意继续做那个帮他们把家变得更美、更舒服的人。

搬到了现在的和润金樽花园后,我们店从华泰窗帘店改成了华耀家居馆。除了窗帘,我们还开始尝试全屋定制。为了这个转型,我准备了整整两年。从板材的选择,到收纳的设计,再到功能配件,都需要研究。海岛气候潮湿,还要考虑耐盐雾、耐旧的问题。

近三十年的创业人生,回看这一路,我深深感悟,“家”其实是最伟大的作品。做了半辈子的窗帘,不只是生意,更是我和客人之间的一段段故事。我也希望,它能作为一个家族品牌继续传承下去。