

行业盘点

盘点2013家装行业十大热点

本刊记者 王双

这是一个最好的时代，这也是一个最坏的时代，如将英国文豪狄更斯这话中的“时代”替换为“年”用以阐释2013的家装行业再为贴切不过，今年的家装业竞争激励程度空前，看似平静的产业态势下暗流涌动，充斥着难以计数的喜怒情绪。



家居革新创造至上

家装行业变化一直存在，在2013年，家装行业表面平静，实则波涛汹涌：对原创设计的保护在加强；电商成为最新时尚，尽管有人双手欢迎，有人避之唯恐不及；私人定制等高端大气上档次的消费理念在家具行业更为普及……

红木新材料渐受宠

2013年6月，新修订的《濒危野生动植物种国际贸易公约》(简称“CITES公约”)执行生效，交趾黄檀等7类红木树种的进出口将受到严格限制。受此影响，以交趾黄檀为代表，红木原料价格持续上涨，受此影响，一些“非传统”红木材料使用范围扩大，这给消费者更多选择，也让一些红木企业另辟蹊径，寻找新的商机。

“四同”电商兴起

2013年11月11日，是电子商务平台发起网购“狂欢”的日子，居然之家电子商务平

台——居然在线正式上线。居然之家作为传统卖场，也正式进军电子商务领域，并坚持同一经营主体、同一产品、同一价格、同一服务的“四同原则”，致力于打造国内家居行业首家中高端O2O电商平台。

功能主义开始回归

在2013年，一个家的生活理念不再通过装饰物的堆砌体现，消费者自身的生活状态、家的功能设计逐渐成为设计师首先考虑的因素。在收纳、人体工程学等方面有更多创新……这些行业标杆企业敏感地感受到消费需求变化，并以自身改变迎合市场需求。

“整家”模式流行

整家模式更注重消费者对风格的选择和功能的配置，通过3D软件等高科技手段，更精确控制家装过程。家装行业目前出现两极化的发展趋势，一是为高端住宅服务的纯定制化服务；二是以成品家装为代表的标准化服务，在保证快捷的家装服务同时，也保证较低运

营成本。

产品开启“微创新”

对家具行业来说，近几年由于行业整体环境的影响和同质化严重等问题，整体销售呈现稳步缓慢增长态势。对于一些坚持一贯风格的传统的家具生产企业来说，家具产品的开发做不到天翻地覆的变化，于是家具企业产品的“微创新”，成为企业对自身产品追求变化和革新的途径。

低总价单逐渐增多

受房地产市场影响，80平方米以下、装修金额在10万元以下的小户型日渐成为家装市场的主流。2013年，传统大品牌设立子品牌或业务板块增多。随着家装公司逐渐向各个市场阶层延伸，品牌家装将凸显出来，“家装游击队”生存空间被压缩，整个行业有望向规范正规的方向发展。

“体验”销售兴起

传统家具卖场的销售模

式如今也开始向体验式过度。近两年来，原有的家具“粗放式”散卖销售遭到线上家具电商企业的冲击，已经不能满足当下挑剔的消费者的购买需求。不少家具企业通过对自己的卖场店面进行升级，给消费者呈现更好的家居体验销售模式。

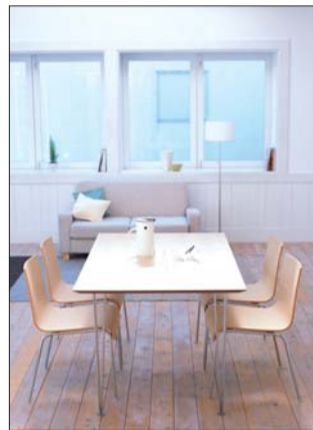
大信息时代已到来

随着经济发展，社会信息化时代的到来，家具行业的信息也进入一个飞跃的时代。不少家具企业都引进了先进的企业生产和管理软件，使家具的人员管理更加规范、生产流程更加严格以及消费者的体验感，与厂家的互动性更强。

私人定制悄然兴起

在家居风格日益个性化的今天，家居装修、家具、建材等产品都需要突出消费者个人的专属感，打造专属的个人家居空间，用以放松精神压力，所以才造就了“定制”服务的兴起。传统文化渐受追捧。

“养生”不忘 捎上家居



冬季是人最容易患病的季节，但是家具、建材的“健康”却往往被忽略了。地板收缩，壁纸起翘家具开裂，家居到了冬季也很容易“生病”，好好养护它们有些小秘诀。

别忘给居室“补水”

无论是壁纸起翘还是木地板或木家具开裂，主要原因都是室内湿度过低。要想保证家居用品正常“工作”，首先要给居室“补水”。

用加湿器给居室整体加湿是大部分家庭采取的方法，但不要将加湿器直接对着某件木质家具加湿，因为木材具有一定的吸湿性，过分局部加湿会导致木家具、木地板或壁纸因湿度太大而发霉。一般来说，在使用暖气的情况下，保持房间湿度在30%—60%为宜。

此外，可以经常用湿抹布擦拭木家具，如果家中铺设的是强化地板，也可以经常用湿拖把拖地。

给家具增加“营养”

冬季人们喜欢吃些富有营养的食物进补，家居用品也应在冬季多增加“营养”。对于家居用品来说，所谓增加“营养”，无外乎打蜡、上油。

一般普通实木家具品牌售后都没有打蜡服务，即使有也会收取较高费用。其实不妨自己买一瓶家具护理蜡，亲自动手操作。打蜡前需检查一下漆层表面是否完好无损，然后用细棉布将表面灰尘擦净，如果有难以去除的污点，可用棉布蘸少量酒精擦拭。之后用一小块棉布蘸取适量蜡大面积涂开，再用一大块干布将蜡擦匀，以不留痕迹为标准。蜡不能用太多，否则会留下斑纹，影响家具表面的光泽，时间久了还会软化漆层。

远离热源控制温度

家居用品最好远离热源，否则很容易发生“不测”。木家具如果离热源过近，会使木材内的水分蒸发过多，造成家具变形、面板开裂；壁纸一旦紧挨热源，也很容易发生起翘的现象。

因此，如果家中使用的是电暖气等便于移动的热源，建议摆放位置要远离木家具和贴有壁纸的墙面，最少相隔1米远。如果使用的是空调，不要让暖风长时间直吹木家具和贴有壁纸的墙面。如果餐桌是木质的，在吃饭时也要注意，不能让过热的餐具或炊具直接放在桌上，最好垫上隔热垫。

热点聚焦

九成装修者遭遇“补砖门”

一个4平方米不到的阳台，铺贴时缺了34片瓷砖，而要补货的话要么自提，要么出300元运费。近日，南京消费者罗小姐遭遇了“补砖门”。而“给瓷砖补货，比买瓷砖还累”不是罗小姐一个人的感受。



补砖要掏300元运费

据了解，罗小姐在一家卖场购买了某品牌瓷砖，包括厨房、卫生间和阳台。当时瓷砖品牌销售人员并没有上门测量，只是根据房型图，估算了瓷砖用量。

铺砖时，厨卫空间瓷砖用量正好，但阳台瓷砖少了34片。联系销售人员要求补货，但对方却告知，因为当时她购买瓷砖时促销打了4.2折，价格比较低，所以不提供免费上门补货服务，必须自提，如果要求送货的话必须额外出补砖运费300元。

九成装修者遇“补砖”

罗小姐的补砖遭遇不是个例。据一项调查显示，九成装修者都有“补砖”的遭遇。所以装修者经常发出这样的感叹，给瓷砖补货，比买瓷砖还累。

为什么补砖率这么高？除了铺贴瓷砖时会有不同程度的损耗之外，一位业内人士透露，其实还和销售瓷砖的一个潜规则有关，消费者第一次买砖，商家宁可你

买得少，然后补砖，也不会让你多买，而让你退砖的。这主要是不少瓷砖品牌对于销售的业绩都有考核，退砖率太高，考核会受到影响；另外如果让消费者先少买一些，这样价格就不太高，不会因为价格太高吓跑顾客，一旦先买了一批砖，补货就必须在这家店买了，不然款式型号都对不上号。

不要单靠量面积算用量

为了减少补砖、退货带来的麻烦，业内人士建议，尽量选择可以免费上门退补货的瓷砖商家，这个承诺最好在发票上备注，同时初次购买瓷砖时尽可能精确地计算瓷砖用量。

很多商家在计算瓷砖用量的时候，通常是用需铺设的面积除以单片瓷砖的面积，从而得出需购买的瓷砖数量。这样是不太准确的，计算瓷砖用量时，应考虑到瓷砖的规格，对照实际户型的长度、高度计算瓷砖用量，这样才比较精确。另外，消费者在买砖前可要求家装公司出具铺装图，这样能精确地反映出房间地砖的用量。