



买定制家具 别被套路



□半岛全媒体记者 于红靓

上周《家居周刊》走访了岛城定制家居市场,发现了市场上的一些“乱象”,引发消费者的广泛共鸣。但不少市民表示,知道这些问题的存在,但在选购时却不知道如何“避坑”。本周《家居周刊》继续聊定制家具这些事,多位业内一线从业者现身说法,从材质的选择、板材报价的计算方式、售后服务等环节入手,教您挑选靠谱的定制家具。

选环保 敲定材质查验检测报告

“消费者选择定制家具,看重的是较高的空间利用率和个性化的特质。”玛格、易高全屋定制家居青岛负责人孙信德表示,消费者选定定制家具,首先要弄清自己的需求,这之后才是设计、选材等环节。

目前市场上的家具分为颗粒板、多层板、实木板等,各种大类里又根据材质分成很多小类。“消费者一般很难看出在店中销售的家具是实木的或是人造板的,即使是实木板材,不同板材的类型也很难轻易辨别出。在定制家具交货后,板材外已经被层层涂料和外层装饰材料覆盖,板材的好坏更不容易被辨别。”孙信德表示,专业厂家选用的是符合国家检测标准的环保板材,而某些厂家则不尽然。建议消费者,在购买定制家具前要看商家有没有国家权威检测部门的板材检测报告和相关检测证书。

同时,孙信德提醒消费者,还要注意观察板材的封边工艺。工艺较高的封边,工人会采用专业设备切割板材,板材四周无崩边,能有效防止空气中水分侵入板材内部。而某些不专业封边,切割粗糙,四周有明显崩边现象,消费者要多注意看不易察觉角落的封边。

别被绕 按投影算报价没“套路”

挑选定制家具,除了在材料的环保性、做工、封边等环节多用心,消费者还需在板材报价上“长个心眼”。记者发现,抛

开五金件、封边带、各种配饰等各项零七八碎可能产生的附加费用,单单家具本身的板材报价就有很多消费者搞不懂。

目前青岛市场上,板材报价有两种计算方式。按投影面积计算:计算柜体的长乘高,再乘单价,最终得出总报价;按展开面积计算:将柜体结构完全拆分,内部用了多少层隔板、多少个抽屉,都展开成平面,然后计算用了多少板材,再乘所选板材的单价。“究竟哪种计算方式更合理,其实很难算清楚,这得根据家具的内部构造来看。”欧派集成家居青岛公司副总田正伟表示,因计算方式不同,消费者很容易被绕晕。“我们如今坚持按投影面积计算报价,清晰可见,消费者很容易弄明白。”田正伟表示,经市场检验,这种报价方式消费者很认同,“他们喜欢这种没有套路的计算方式。”

对于很多消费者容易忽略的五金配件,田正伟表示,专业厂家采用名厂配件,有质量保证。配件很多时候都隐藏起来,消费者要注意查验。

重售后 合同条款越细越好

多位业内人士认为,定制家具行业快速发展,给消费者带来了更好的生活体验,在产品质量上也有了很大的进步,但是急于扩张的行业也带来了服务相对滞后、与发展速度不匹配的现象,鉴于此,消费者在选择定制家具时,也不能忽略其售后服务。

“如今的定制家具市场竞争越来越激烈,但服务仍是消费者关注的几个点之一。”索菲亚家居青岛地区负责人董志

强建议,消费者敲定定制家具之后就要看清楚合同条款,内容要尽量详细,双方的权利和义务,付款方式、安装流程、厂家承诺的保修服务、售后服务等。

据悉,一些小生产企业售后体系不完整,大多数工人的流动性比较差,保障期限也比较短,因此后续消费者定制的家具出现问题时,处理不会很及时。而一些大品牌,因为有专门的技术工人,相对更有保障,一般是3~5年免费保修,此后会提供终身有偿维修服务。消费者在选购时,这些细节应该弄清楚。

分析 成品定制融合是市场大势

有媒体做过的一份调查显示,超过七成的消费者青睐定制家居产品的空间优势,其中约46%的消费者选择定制家居的原因是定制家居对于居家空间的合理规划,而有约29%的消费者因为小户型住宅需要而选择定制产品,包括整体家装、衣柜、橱柜等品类的定制家居产品。

如市场所展现的,定制家具显示出了蓬勃的生命力。业内人士分析指出,定制概念在国内家居行业的引入不足20年,但发展成果有目共睹。而数据显示,近年来,主要定制家具企业营业收入实现30%~40%的高速增长,大幅超过家具行业整体增长率。

记者调查发现,家具市场正在悄然变化。过去,成品家居和定制家居之间的PK从未间断,标准化和个性化之争难分伯仲。而如今,定制和成品的界限越来越模糊。随着消费需求的变化和时代的呼唤,成品家居行业开始出现可定制的趋

势,而定制家居也逐渐进入标准化、模块化生产,过去困扰它们的“短板”逐渐被解决。

“成品和定制之间的界限逐渐模糊。”好莱客家居青岛负责人张萌认为,大定制时代已经来临,门、窗、衣柜、橱柜等可谓应有尽有。多位业内人士认为,未来,无论是成品家居还是定制家居,都将朝着大家居、全屋定制的方向进发。

链接 关注“立方米M3”领礼品

如果你正打算装修或在寻思着如何将爱家打扮得美美的,欢迎关注半岛都市报家居工作室官方微信公众号“立方米M3”,该公众号将介绍一些专业的家居知识,为您的扮家之旅出谋划策。在这里,有三位长期关注家居行业的一线从业者,在这里,半岛全媒体记者可以为您采访到业内权威专家,您有任何关于家居的疑问,可以放心留言,“立方米M3”将第一时间为您解答。

扫码关注领神秘礼品。因礼品数量有限,将根据关注时间的先后确定获奖者,关注之后将本文转发至朋友圈,截图即可领取精美礼品。咨询电话:80889064。



总裁谈行业—— 大数据分析支撑达翁做细家居

在面对家居建材卖场遇冷、整体销量不佳的大势下,如何突围?这是摆在岛城所有家居卖场“领路人”前必须考虑的问题。这几年,青岛达翁集团逆境上扬,一直保持着不错的销售业绩,谈起成功的原因,青岛达翁集团股份有限公司总裁戚振香表示,达翁集团目前建有一套完备的数据库,通过大数据分析,他们正将卖场不断细化。除此之外,达翁集团在建材依旧强势的基础上更注重发展软装,其旗下软装卖场正逐渐成为“扮家”一族的最爱。

分析数据找准卖场定位。2012年,达翁集团开始建立自己的数据库,记录

顾客的分布、年龄特点、购物喜好,每天进行数据的评析,将同类型的商品的销售量进行排序……因为有一套系统的大数据做依据,达翁卖场总能紧跟消费者的消费需求,而因为销售业绩一直保持高位,卖场也赢得了众多商户的支持,这是一种双赢的局面。“在我们卖场有一套管理机制,业绩差的商户我们会想各种方式帮助他,不让他掉队。”戚振香介绍,如今集团的大数据分析越做越细,已经加入了产品线分析,未来将会在这方面倾注更多心血。

据悉,达翁集团旗下品类丰富,有建筑装饰辅料市场、建材家居广场、软装商

场等,几乎能满足消费者的一站式装修需求。其实,更难能可贵的是达翁集团建有专门的软装商场,这是岛城第一个软装商场。“2014年我去深圳学习时,发现那边开始重视软装,我隐隐觉得这是一种潮流。”戚振香介绍,当时岛城业内刚开始有“轻装修重装饰”的理念,“我和同行探讨想推软装,他们都不看好。”顶着巨大的压力,戚振香建立起专门的软装商场,为了招揽商户,她给了不少优惠措施,也用了很多心思。实践证明,她的举措是正确的,仅仅3个月就让众多商户看到了软装的市场。如今,达翁的软装越做越好,已经成为岛城很多扮家一族的

必逛之地。紧紧抓住自己的优势,不断发展,近几年,达翁集团发展迅速。今年,达翁集团还将进行家居板块的调整。一楼设置亲民馆,二楼开设精品馆,三楼打造品牌馆,五楼还将设置专门的办公家具馆,如此这样打造起满足消费者高中低端需求的“全能”家居卖场。不断创新、不断发展、秉承“服务拉动销售、销售检验服务”理念的达翁卖场令人期待!7月19日到7月23日达翁携手青岛电视台在宁夏路广电大厦举办“达翁情”欢乐家居购,特价购物专场,请大家关注!
文/于红靓