

“2010中原家居行业发展峰会”专题报道 之 现场



观点碰撞，论坛现场气氛热烈

上周五，由本报倾力打造的“2010中原家居行业发展峰会”举行。本次峰会旨在追寻中原家居十年来的发展历程，发掘个性的中原家居文化需求，从而更好地制定行业发展战略，展望郑州家居建材行业发展趋势，为中原经济的发展作出更大的贡献。河南超凡装饰董事长王健、东易日盛装饰董事长杨崇礼、美巢装饰总裁孙蕾、郑东建材家居城总经理黄海军等中原主流家居品牌企业负责人参会。

晚报记者 熊维维/文
赵楠/图

共话行业危机 报企联手促发展

2010中原家居行业发展峰会上周五举行

家装市场“危险”与“机遇”并存

房地产的成交量受很多因素的影响，如政策以及供求关系等，尤其受国家经济政策的影响，但作为家居建材行业来讲，受这些影响很小。与会嘉宾之一的河南超凡装饰董事长王健认为，十年间，全国家居建材行业总产值从700亿发展到目前的3000多亿，这两年中原家居建材行业产值成交量也在逐年提升，就算前两年全球金融危机，仍然是提升的。“有人为了投资或者投机去炒房，但从

来没看到有人去买点家居放在家里投资、投机的，所以家居行业没有过泡沫，都是实际市场的需求反映了我们行业的销售业绩。因为中国现在还在城市化的进程中，中国的消费人口结构目前还处在上升阶段，并没有像日本出现那种老龄化社会，所以我觉得中国家居市场刚性需求在未来十年一直会保持持续增长，它仍然是一个朝阳行业。”

尽管如此，经过十多年快速发展的中原家

居行业，如今也进入到一个整合与盘整的时期。东易日盛装饰董事长杨崇礼分析，为了抢夺家装市场份额，商家各施奇招，如厨房一体化工程，安装橱柜，厨房里的系列工程全部囊括；买地板、木门的，免费安装维修……这种建材领域进入到家装领域当中，把家装领域的利润剥干，这种竞争也势必会让家装领域的品牌，采取进一步竞争手段夺取属于自己的份额，这也加剧了市场的多元化发展。

“游击队”搅乱家装市场的正常发展

郑州不少业主的新家装修工程被这样一个群体负责，他们无工商营业执照，也无任何从业资格证，处于无人管理的真空状态，他们被称为“家装游击队”。与会人员无不感慨，正是“家装游击队”充斥着市场，造成目前家装市场管理混乱、投诉率一直居高不下的主要原因。在第一家居热线近期接到的投诉中，有很大一部分是业主投诉装修的房子出现质量问题后找不到原先的装修人员。

东易日盛装饰董事长杨崇礼表示，那些“游击队”基本上都是打一枪换一个地方，没有合同及造价管理，给消费者带来很多麻烦，也

给行业造成不良影响。然而游击队却抢占了中原家装市场70%的市场份额，原因在于目前很多打算装修的人，更愿意选择“家装游击队”，价钱便宜是他们最大的竞争力。另外，游击队虽然没有合法身份，但可以有个人口碑认可，也形成了一定的保障作用。

超凡装饰董事长王健也承认，从不少工艺的单价上来说，装饰公司报价每平方米要高于游击队。但他还表示，虽然价高，但装饰公司利润的一半以上都用于管理和规模完善，比如，施工人员的技术培训、保证给装修者提供

优质服务和高质量装修。

瑞博文装饰总经理华旗却认为，对于消费者而言，游击队反应及时，更加灵活机动。因此施工队对于那些要求简单装修的工程更加合适。如果消费者明确表示只愿意花更低的钱装修，游击队多少钱的活都愿意接。但如果请游击队装修，一旦装修中质量出现了像水管爆裂等问题，造成家中的重大损失，游击队往往没有赔偿能力。华旗表示，装饰公司的保障是游击队不能提供的。游击队由于没有固定的办公场所，装修过后需要保修，就很难找到。

家装市场专业化是未来趋势

“要想真正在市场立足，一定要有突出的地方！”郑东建材家居城总经理黄海军说，现在凡是在市场中能够立足的，一定是在某些方面比较擅长，比如施工特别好、设计特别好的。“有些专业的施工公司已经在郑州出现了，他们不接装修单子，只管装修，可以说是‘游击队’的升级版，但是他们有固定厂地，有法人代表，比‘游击队’更有

保证；设计公司也是如此，他们以设计见长，专业越强企业也就越强。”

家装市场专业化是未来趋势已经成为业内的共识，美巢装饰总裁孙蕾也表示，住房以及家居，像百货商品一样，个性化的需求将会越来越多，在中国有商品房以前都是单位分房，从商品房开始，一开始都是统一的住宅模式，几室几厅，阳台在哪个方向，每家每户都

一样，装修谈不上个性化。现在的房子可以说从30平方米到3000平方米都有，各种各样的户型都有了，也给家装及建材生产企业带来了新的课题。“我们的产品也是需要个性化的，就是不断满足消费者不断变化的消费需求，所以我觉得我们以后最大的关注点应该是个性化需求上面。传统的家装将越来越向定制化、个性化发展。”

下半年是拉开档次的好时机

“我对市场下半年的发展充满信心！”当业内人士分析行业的现状与问题时，美巢装饰总裁对下半年市场踌躇满志，“随着经济形势回暖，精装房、低碳经济、世博经济、整体家居、还有电子商务等这些关键词逐个成为家居行业发展的热点，也给2010年中原家居带来更多的发展机遇，下半年正是家居行业拉开档次的好时机。”

而钟凯丽装饰郑州公司总经理钟凯声也

信心满满。“我们公司在郑州已经有了七年的发展历史，今年我们一直在抓企业管理、抓内部培训，我相信市场从来都是有有机遇的，企业要想生存，得一定要有一个大定位！我们必须作大的调整！”

而郑州业之峰装饰总经理张晓红也向与会人士透露，业之峰将与清华大学联手创办环保研究中心，致力于将我们的产品做得更环保、更节能、更健康、更舒适。“我想这是我们家

居行业共同追求的目标，也适合于我们整个国家乃至全世界节能的目标，势必会让更多的消费者青睐。”

经过努力终会收获，如今的家居市场，不论是设计公司、施工公司，还是中小规模建材品牌，都冲刺着这个红五月的销售成绩，有的在寻求更多机遇，有的已经在变革创新。积极奋起的中原家居行业，谁能最终赢得市场？还是那句话，就看谁在不懈努力。