

定制过程“坑”不少，“不了解、不熟悉”都不敢入手？

说起近几年家装市场的热词,相信不少业主应该都已经对“定制家具”“全屋定制”等词组不再陌生。走访市内各大家居卖场及家居品牌门店时也不难发现,“定制”几乎成了商家们的广告“标配”,包括不少原是主攻成品家具的品牌,如今也加入了“定制”大军。

然而,据《中国家居消费权益保护研究报告》显示,虽然我国家居行业持续保持高速增长,但消费者对家居消费的总体满意度不足60%,其中包括服务及体验过程,尤其是拥有更多灵活空间的定制家具,成为消费者投诉的重灾区。走访中,新快报记者发现定制过程“坑”不少,有消费者更是直呼“水太深”,“不了解、不熟悉”都不敢入手。

■新快报记者 毛静/文 VCG/图



“五花八门”的计价方式 计价面积与房屋实际面积不符

新快报记者在暗访白云区多家定制家居品牌门店商铺时发现,定制家具普遍按照面积计价,每平方米从几百元到上千元不等,但有的商铺以展开面积计价,有的以使用空间的正面投影面积计算,不包含内容空间板材价格,计价的方式“五花八门”。而一些高端品牌的五金件还需要另外计费。有消费者反映,一些商家在测量过程中藏猫腻,报单中的计价面积甚至会与房屋实际面积不符。季先生打趣地向记者说道:“有天闲来无事,把涂料和铲墙的面积,墙地砖的面积,柜子的面积都自己算了一下,吓了一跳。装修公司给的比自己算的多了15%-20%。在算增减单的时候,我要求把这个做到减项里,装修师傅说我太仔细了。”

目前市面上,定制家具主要采用的计价方式有连门带柜按投影面积计算、按展开面积计算(指实际使用了多少板材),两种方式各有优缺点。一是按投影面积算,对客户来说计算方便,接受程度高;但一般都会有加钱的项目,如五金配件、隔板、抽屉;适用于计算衣柜,复杂的榻榻米、电视柜等家具不适用。二是按展开面积算,这种算法较为准确,用了多少板材就收多少费用,但这种算法只有商家清楚怎么算,消费者没办法自己计算。

针对以上两种计算方式,记者建议消费者可以根据家具的不同,有的按投影面积算,有的按展开面积算。若按投影面积算的话,一定要问清楚增项的费用,在自己的预算范围内进行增减。当然,还要做到货比三家,单价以及总价都要对比,但也不要只关注价格,却忽略了板材的品质和环保性。

“雌雄难辨”的选材 定制商品往往只修不退

再到材料选择环节也是出现“雌雄难辨”的困境。以板材选择为例,无醛板、环保颗粒板、多层板、涂胶板……市面上板材种类繁多,当涂上漆料、制成家具后,一般消费者很难直观判断出其真实材质。“遭遇换包”“货不对板”等也成了常见的消费投诉。“我总不能在收到货的时候,把已经定做的材料敲开,再用专业仪器去测量它的甲醛浓度含量吧?”罗小姐于11月下旬收到制作好的环保板材定制衣柜,当工作人员安装好之后,发现整个卧室的味道非常大,但已然全部安装好,也不可能拆了退货,无奈之下只能寻求专业除醛公司解决问题。普通商品出现质量问题,还可以申请退货,然而定制商品往往只修不退。暗访中,销售人员针对售后问题处理的回复大同小异,“如果不满意,可以再沟通,调整到您满意为止。”这意味着,如果产品出

现问题,消费者将要花费大量的时间成本和沟通成本。

板材的环保级别及材质是很多业主最关心的问题,毕竟全屋定制要用到那么多板材,如果甲醛超标,就会危害家人健康。在这里,记者要再给大家划一下重点:目前国内板材使用的甲醛标准是E1级,也就是通过气候箱法所测的甲醛含量 $\leq 0.124\text{mg}/\text{m}^3$ 。所以,只要板材达到了这个标准,就可以放心使用了。如果商家说自己的板材是国标E0级的,那这个标准是没有权威性的,是非法标注。

无论是房屋量尺、方案讨论,还是组织生产、送货安装,各个服务环节必须环环相扣。产品定制过程中涉及的板材部件、五金件极多,更是要求企业具备严格的质量控制体系和先进的生产管理组织能力,尤其是材料优劣和工艺标准,关乎到消费者的切身利益。

同场加映

全屋定制家具一般都会有配套的设计师,但并非每个设计师都是专业的,如果遇到套模板、质量低、毫无审美和设计感的设计师,那体验绝对好不到哪里去。所以,不要觉得怕麻烦人,一定要与设计师多沟通交流,最好给设计师提供你想要的家居照片作为参考,当面跟设计师沟通效果图的修改;可以多看看设计师已有的设计作品,如果水平一般,自己要有想法参与设计。

此外,全屋定制家具都是要上门安装的,有句行话叫“三分设计、三分产品、四分安装”,所以安装细节非常重要。定制家具一般都会上门测量两次,记得跟商家协商好退订金、测量费、出图费、服务费等事项,避免后续出现争执;安装时最好在现场监督,看看细节处理是否完善,有问题及时与安装师傅沟通。除了查看外观,还要测试功能是否能正常使用,特别要检查五金件。

关注

中国建材流通协会将促进 智能环保家居新消费

新快报讯 中国建筑材料流通协会于8月4日向国务院提出《关于以激发家庭装修市场为抓手扩大内需促进产业链内循环的建议函》(中建材协函[2020]39号),其中重点提出“鼓励存量房产再装修,加大家装补贴力度,快速拉动内需”的一系列促进消费刺激政策建议。11月4日,商务部消费促进司召集中国建筑材料流通协会等5家相关行业协会以及居然之家、红星美凯龙、京东、苏宁等企业就如何“促进消费、拉动内需”再次进行了政策意见征求。11月19日,商务部消费促进司向中国建材流通协会反馈,该会提出的主要内容已被采纳。该项政策内容充分吸取了中国建材流通协会提出的有关建议,对行业发展是重大利好,对精准扩大全国建材与家居行业消费、促进全国建材与家居行业高质量发展起到了重大促进作用。后续,中国建材流通协会还将在存量房产再装修的产业链上精准促进智能环保家居新消费,激发家装消费需求等方面推出更多具体实施措施。

(毛静)

索菲亚发布第12代产品



新快报讯 索菲亚于11月26日举办主题概念为“星临其境,影领非凡”的第12代新品发布会。发布会上,索菲亚家居执行总裁王兵再度分享索菲亚柜类定制专家的品牌内核,他表示,索菲亚未来必定长期坚定“环保超越欧标,设计引领全球”两个核心价值,并希望通过产品风格化、风格多元化给中国千万户家庭提供个性化产品,为全球家居设计不断输送新思路。

当晚,索菲亚通过视频揭秘第1代至第11代的产品发展历程,步步精彩,迭代升级。随后,索菲亚家居设计中心总经理黄小裸顺势公布索菲亚第12代新品的代表作——星影系列,以“多一层,更璀璨”的超凡工艺,开启索菲亚新一代产品的引领之路,再到面向国际的全球化大都市,此间星光熠熠,美轮美奂,全面释放索菲亚强劲的市场品牌张力。此外,索菲亚与圣都家装达成战略合作,强强联手,“进攻”万亿元的整装蓝海市场。据介绍,双方合作可探索商业模式新的增长点,能为消费者解决一站式购物的需求,而圣都借助索菲亚的品牌力、交付能力和制造能力,能让客户的装修体验更轻松,更便捷、更专业。

(毛静)