“1小时一站式换装”“24小时改造老厨房”?

家居品牌扎堆“小时级”快装 实际只是“安装环节”



随着市场进入存量房阶段,越来越多家居品牌推出厨卫等局部空间改造服务,并将服务周期压缩至以小时计,“1小时一站式换装”“24小时改造老厨房”“72小时极速换新”等宣传标语层出不穷。然而,新快报记者走访发现,上述宣传中的服务时长实际上多局限在“现场安装”环节,而拆旧、防水、水电改造等工序未计入。业内指出,快装模式成立需模块化供应链、数字化勘测调度与强管控产业工人有效协同,缺任何一环就会成为伪命题。

■新快报记者 梁茹欣

厨卫翻新需求增长明显 各大家居品牌入局

最近,广州越秀区的李女士为房屋翻新一事发愁。房子房龄不短,她只打算改造卫生间和厨房,若找“装修游击队”,又担心施工质量缺乏保障,翻新计划因此一直搁置。

像李女士一样想要通过局部翻新提升生活品质的家庭不在少数。据中装协住宅产业分会调研统计,2025年局改需求同比增长超200%。但消费者往往因一些现实问题而不敢轻易动工,例如,房子装修时业主无处居住,家中物品及不愿更换的家具无处存放等。

相较新房装修,局部翻新是在原有空间和既有生活状态下进行的二次升级,情况更为复杂。部分区域不需要改造,却涉及如何保留、如何保护以及新旧部分如何衔接;施工空间受限,拆改、防水、水电、清运等环节相互牵制;业主仍可能居住在屋内,施工干扰和物品存放问题更加突出。

针对这部分消费者换新需求,近年来各大家居品牌纷纷推出相应服务,涉及定制、家装、卫浴、电器等领域。例如,欧派家居、索菲亚、志邦家居等定制家居品牌在提供柜类定制的同时,提供地板铺贴、清洁交付等服务。恒洁、九牧等卫浴品牌针对智能马桶、淋浴器、浴室柜等提供快速换装等。

宣传标语以小时计? 商家坦言仅指安装

相较全屋翻新,不少家居品牌将局部改造的服务时长压缩至以天甚至以小时计算,“7天厨卫换新”“24小时改造老厨房”“72小时极速换新”“1小时一站式换装”等宣传标语层出不穷。

不过,新快报记者走访发现,相关服务时长多局限于现场安装环节,未涵盖拆旧、防水补漏、地砖铺设、水电改造等内容。在天河区索菲亚一家门店,销售人员介绍称,品牌目前推出“72小时极速换新”,可快速解决厨卫空间、阳台空间、客厅空间及天地墙老化等问题。对于宣传中提到的“极速换新”,该工作人员解释称,该服务主要是在家中原有基础上进行换新,包括吊顶和卫浴拆除、墙地面处理、地板铺贴、卫浴安装、清洁交付等。若实际施工涉及打拆、防水、闭水测试等工序,就无法在此时间内完成。通常情况下,一个卫生间从施工人员进场算起,其中防水需涂刷多遍,还要等待干燥并进行闭水测试。若还涉及定制柜,则可能需一个多月。

欧派家居门店人员亦表示,实际操作上难以达到宣传所称速度。该公司此前曾推出15天换新业务,但实际操作难度较大。一方面,许多产品为定制产品;另一方面,许多业主对装修有自身要求,若完全按标准流程实施,客户难以接受。其解释称,目前提供的方式主要有两种:一种为拆除地板、墙砖后重新施工;另一种为保留原地板、墙砖,仅单独定制橱柜和卫浴。若仅定制产品,生产约需一个月,安装一天即可完成,送货和安装通常需占用两至三天;若需全部拆除地板、墙砖并重新制作柜子,合计至少需要两个月至两个半月才能全部完成。

在集成灶品牌浙江美大的一家门店,新快报记者看到招牌上写着“24小时改造老厨房”。销售人员坦言,“24小时”指的是柜子做好、到货后一天内完成安装,并非整套厨房改造能在24小时内完成。

大材研究首席分析师邓超明告诉新快报记者,快装宣传中,商家可能只计算实际进场施工时间,未计入客户被耽搁的整体时间。若将全部时间计入,小空间改造也可能需要两三天至一周。之所以突出快装宣传,重在打消用户顾虑,缓解其对工期拖延、生活受扰的担忧。艾媒咨询CEO张毅直言,不少商家只宣传安装,却忽略了拆旧、水电、清运等容易产生纠纷的环节。由于没有自建工人团队,供应链也未实现预制化,获客只能依靠营销包装,很容易出问题。

传统服务流程没变 “局改”痛点仍在

在走访过程中,不少商家宣称由品牌负责提供标准化产品(如橱柜、卫浴、瓷砖等)和部分主材,施工落地则交给合作的装修公司或自有施工团队完成。

业内有观点认为,局部翻新服务只是把“局改”包装成新产品线,拆旧、水电、防水等核心工序一项没少,报价、工期、售后等老问题也依然存在。以报价为例,记者走访中几乎没有商家给出确切报价。有商家表示,报价要结合现场情况确定,如打拆量、有无电梯、材料能否上楼、楼下能否停车、是否需搬运材料、是否改水电、天花是否更换等,并非简单按平方米计算。

也有品牌以套餐形式给出宣传价。索菲亚门店销售在推介“一口价”套餐时称,如4平方米卫生间换新报价9999元;但该价格只是套餐基准价,并非固定总价,仍需先上门量尺、查看现场,再出方案并报价,实际中时出现超出套餐的情况。该销售还表示,由于这类项目数量较少、多为单独承接,价格也会略高。

不仅如此,各大家居品牌入局改市场,仍面对多重挑战。张毅表示,传统工程依靠标准化、批量施工摊薄成本,而局改订单普遍存在客单价低、需求分散、场景非标的问题。如果一味沿用大工程的管理逻辑承接散单,很容易越做越亏;工人也难以适应局改多工种穿插、短周期完工的作业特点,容易出现接单量越高、交付崩盘越严重的问题。他进一步指出,快装模式成立,应该在模块化供应链、数字化勘测调度、强管控产业工人等方面有效协调,缺少任何一环,快装都难以实现。

律师说法

签订装修合同 应明确开工和验收合格日期

商家宣称“极速换新”,却与实际工期不符是否涉嫌虚假宣传?北京金诉律师事务所主任王玉臣律师表示,判断是否构成“引人误解”的核心标准,不在于经营者内部如何定义“工期”,而在于该宣传用语是否足以使普通消费者对服务的整体交付时间产生错误预期。当宣传语与实际服务范围存在重大落差,且该落差直接影响消费者的购买决策(例如消费者因急需入住而选择该服务)时,即具备误导性特征。

为避免装修逾期带来权益受损风险,王玉臣律师建议,签订合同时应明确约定开工、完工日期,并将完工日期界定为“全部工序验收合格之日”,而非“硬装结束”或“安装完成”,以防装修公司拆分工序规避逾期责任。同时应设定合理的日违约金比例,可按合同总价款的1‰至3‰按日计付;标准不宜过低,否则难以督促履约,也不宜过高,以免被法院认定“过分高于损失”而调减。此外,装修合同多为经营者提供的格式合同,若存在极低违约金上限、单方顺延工期事由过宽等不合理减轻经营者责任的条款,消费者可提出修改。

扫码了解更多“极智家”资讯