

红木家具发展“吃力”，未来何去何从？



红木家具行业的兴起不过短短数十年，发展规模和膨胀速度在各行各业中都显得尤为突出，这样的成长总伴随着盲目，以至于面临行业危机时感觉吃力，难以真切找到前进的方向。对此，笔者总结了三个方向，帮助红木企业看清当前行情与未来市场格局。

市场趋向精尖和小众

以黄花梨、小叶紫檀、大红酸枝所构成的高端收藏类家具市场的地位和价格是无可撼动的。之前市场上有人炒作，指出有材料可以替代黄花梨、大红酸枝，这样的说法是错误的。在红木国标中，真正具有收藏价值的就是黄花梨、小叶紫檀、大红酸枝三种材料。但需要注意的是，由于大量的伪劣产品充斥着市场，玩家投资这三种材料，必须要有专业的认知。

由于消费者大部分都是外行，对材料的辨识能力及对家具的鉴审能力不够，市场之乱、价格之高，以至于他们不敢轻易出手，如此就影响了收藏类家具在中国家具市场上的行情。

目前，消费者的辨别和鉴赏能力虽然有一定的提升，但依然有很多消费者上当受骗。比如，近两年有人用血檀冒充小叶紫檀，很多消费者无法辨别，甚至行业中的一些老行家都吃过亏。不过，这种乱象只是市场发展进程中的一个过程，一段时间以后，这些劣质品、假冒品就会被市场所淘汰，真正留下的会是大师级别的作品。

总的来说，收藏类家具的主要消费群体只是一小部分对红木家具非常精通的人或者高端消费者，并不能在大方向上代表中国家具的消费群体。但目前行业中还有很多人把希望寄托在这一小众群体上，特别是之前在行业上升阶段靠着名贵材料获利的企业，这是很危险的。今后，高端收藏市场一定是朝着更高端精尖的方向走的。

当代红木家具行业应当把经典传统家具和当代生活融合，从款型和表现形式上做出一些现代化的改变，但其本质还是传统不变的精神，在传承经典的同时又与现代生活相契合，更具有现代感。

通过类比欧洲家具的发展不难发现，欧式家具会随着时代的发展做出一些改变，但它保留了真正经典的精神和文化，所以深受市场认可。如果说收藏类家具是中国家具金字塔的顶端，那么传统经典与现代生活相结合的家具就面对的是大众消费群体。把中国传统经典的家具做出有意义的改变，是中式家具和中国传统家具的出路所在。

目前红木行业在这一方面做得远远不够，这是制约中国传统家具发展的重要问题之一。对企业来说，对中国传统文化的把握程度以及对现代生活的理解程度，决定了其制作出来的家具是否适合市场。广义上来讲，其实红木家具企业真正从事的是创造



美好生活的行业，并不仅仅是为收藏而制作的家具。如果企业的领头人、开发设计师，对经典的内涵理解不够全面，对现代生活的了解不够深入，那么就很难制作出传承经典的、完美而时尚的作品。

现在红木家具市场的形势符合国家整体经济转型升级的形势，红木企业需要站在更高的角度来看待整个行业以及行业中存在的问题，只有走出来才看得到长远的未来。

新中式家具不需红木？

笔者认为，现在市面上很多新中式家具和一些设计师的产品虽然也是用红木制作的，但其只能定位为时尚家具。一些设计师，只是触到了中国传统经典家具内涵的冰山一角，就开始开发各种系列的新中式产品，这些产品与真正的经典传统家具还有很大的差距。这些作品只是借用了传统家具的材料、形状等浅层次的东西，并没有得其精髓，因此不能称之为中国传统家具。

当然，不可否认的是，时尚家具也是市场上的一个大方向。但仍然存在一些问题，其中很重要的一个是不能用红木的概念去解读新中式家具，因为新中式家具只是利用了中国传统的某些元素和木材纹理的自然美，再加上很多现代元素的应用，并不适合用红木材料来制作。此外，其消费群体对红木也缺乏了解，导致红木材料的使用没有体现出价值感，也使这一类家具整体看起来有些不伦不类。

时尚家具属于中式家具行列，其文化底蕴还是以中式家具文化为主，所以做这方面家具的企业理念就要往时尚方向去发展。如果传统不能完全摒弃，又不能完全时尚化，这是无法生存的。真正的时尚家具也有很庞大的消费群体，但是相对于以上所谈到的两个市场的消费群体，时尚家具消费群体的消费能力是有限的，而使用红木做原料就加大了成本，限制了消费者的购买力，缩小了市场。

注意啦！ 装修阳台要注意这三点

阳台作为一个连通室内与户外、连接人与自然的关键区域。因为其面积不大，居住人员不会长期停留在阳台，因此在装修过程中很容易被忽视一些细节。实际上，如果阳台设计和施工不合理的话，对今后的使用和生活会造成麻烦不便甚至危险。



一、墙地防水要提前

在铺阳台的墙砖和地砖或地面其它材料之前，要用防水涂料，在墙面和地面作防水层，待干一天时间，第二天就可以铺砖了。否则外墙因经常风吹雨打，会慢慢渗进水来。墙地砖在使用之前须在水里浸泡一段时间，直到没有气泡冒出才可使用。



二、地漏畅通要兼容

有地漏的阳台地面要保持一定的坡度，而且必须得向排水地漏处倾斜，阳台有积水时会流入地漏。一般在装修之前就要测试阳台的地漏是否通畅，在施工过程注意避免堵塞情况发生。选择地漏盖子的间隙最好不要太大，以免大颗粒杂物落入发生堵塞。另外，如果是在阳台安装洗衣机要提前考虑排水与地漏兼容问题。



三、门窗牢固又防水

阳台铝合金门窗的安装，一是要牢固，二是要防水，防止下雨天水渗进来。因此铝合金窗底部与阳台台面之间用发泡剂填充空隙，再用硅胶固定封住。这样，水就没有地方可以渗进来。

家具卖场的顾客去哪了？



卖场与经销商的矛盾在媒体上屡见不鲜，从抗租减租事件到“囚笼政策”，如今有些经销商和家居卖场的关系可谓是剑拔弩张。笔者日前和南京某品牌经销商李先生以及工厂、卖场人员聊天中探讨了当下经销商和卖场矛盾的源头。

六月的家居行业是一个不平静的月份。

6月初，济南6家卖场联手发通知逼家居品牌“站队”。

18日，秦皇岛四大家居建材卖场流传《行业自律承诺书》，意图控制经销商。

一时间，一石激起千层浪，来自各个方面的骂声不绝于耳，不少家具经销商愤然抨击家居卖场的“囚笼政策”、“霸王条款”。静下心来，思考这个问题：卖场为何一意孤行，执意与经销商撕破脸？曾经鱼水交融的

亲密关系变成如今的短兵相接，这为哪般？客从哪里来？

卖场与经销商的矛盾在媒体上屡见不鲜，从抗租减租事件到“囚笼政策”，如今有些经销商和家居卖场的关系可谓是剑拔弩张。笔者日前和南京某品牌经销商李先生以及工厂、卖场人员聊天中探讨了当下经销商和卖场矛盾的源头。

卖场为什么打击经销商？是因为经销商逐渐开始脱离卖场，参与场外经销。为什么经销商参与场外经销？是因为家居卖场客流在逐渐减少，逼迫经销商不得不做出改变。卖场的顾客去哪了？卖场的顾客已经被截流了！这个市场变天了！

市场到底变成了什么样？家具市场已经不再是依托卖场的传统经销模式，而是呈现全产业链一体化销售趋势。当下，定制家

具、家装设计公司等上游企业已经开始布局整体产业链，从设计到施工，从软硬装到家具呈现一体化一站式全包，在源头上截流客户群体。家居卖场客流越来越少，经销商脱离卖场发展新渠道，与卖场模式发生了不可调和的矛盾，这就是当下经销商和卖场产生矛盾的源头所在。

家具卖场的顾客去哪了？

在聊天中，有位在南京知名卖场工作过的人士，遇见过经销商参与场外活动而被卖场拉电的事，也质疑过这样的举动，但其上级说了一句话，可谓令人惊心：“我不拉电，以后没人和我们玩了！”

你的存在，最可怕的不是灭亡，而是被遗忘。

经销商、卖场关系的改变是由市场环境改变引发的，而消费群体和消费习惯的变化是市场环境改变的关键。很多经销商都知道消费群体在趋于年轻化，可谁真正懂得这一代的消费者？当下的消费者不是我们认为的喜欢简约、小清新风格家具，这一代消费者想要的是能提供一站式的服务提供商。说得通俗点，这一代的消费者想要的是怎么省事怎么来！

喜欢省事的消费者，被上游截流了。对于终端家居卖场，没有客流，经销商的生计何来？

变天之下，经销商、卖场的未来何来？

市场环境变天改写了整个家居行业游戏规则，变天之下，如今怒目相对的经销商和卖场，未来的游戏规则又该如何书写？

这是笔者第二次去南京卡子门家乐家采访李先生，期间只隔短短的3个月时间，第二次去家乐家可以明显地发现家乐家的三层发生了翻天覆地的变化。3月，曾在澳门旁边的展位几乎寥寥无几，撤店停业家常便饭。而到6月，新一批的经销商、新一批的家具品牌、新一批的家具风格在家乐家三层遍地开花。

JSZX

本栏目由山东家顺装饰赞助刊登

山东家顺装饰

套装家居 全屋量尺定制

自有房产无租金 保证降低您的消费成本

自备工厂自加工 使您家居质量充分保证

电话：3051588 客服：400-618-6169 地址：建华西路92号（三中西校对面）