



# 网购家居建材四大陷阱揭秘 “剁手”需谨慎

## 陷阱1 低标价

“搜索界面单价显示几十块钱，一下订单上千块。”在淘宝网购买卫浴套件的郑先生吐槽说，“单品显示促销价与实际订单成交价相差太远，低标价给顾客带来极大的心理暗示和诱惑进店。”这就是网购的价格陷阱之一。目前很多家居电商企业通过各种“伪低价”手段令消费者上当受骗。每逢3·15、双十一、双十二、春节等节庆，不少家具建材品牌均在网上给出优惠价格，如预售产品定金99元抵149元，另外还有免单、返现、抽奖等优惠力度，不少品牌更是给出2~3折的折扣力度，价格着实吸引人。电商就是利用网购群体对价格普遍存在占便宜的心态，冲着低价的诱饵去，结果并没有尝到实惠。

除了消费者熟知的限量低价、“零元购”等噱头外，有价无货和虚构原价也是电商的通病之一。一位在佛山做家具网店的掌柜张先生告诉记者，因为节省了店铺租金成本，在很多行业，网店的利润率一般在50%以上。“以家具为例，一张原标价2000元左右、促销价1000元左右的1.2米的单人床，客服口口声声对顾客说这张床已经是亏本价了，一张就赚个百来块，其实进价也就500元左右；而所谓的原价更是店家在系统界面随便填写。”而双十一、双十二更是如此，提前1个月拉升原价，再半价促销已是不二法门。

## 陷阱2 秒杀

除了低折扣、零元购，网购平台上的“秒杀”越来越普遍。开展“秒杀”活动的网络商家通常只愿意拿出很少的商品，有时甚至只有一件商品。虽然商品价格相当诱人，但由于数量少买者多，实际上无异于抢购。

肖女士曾经上过当，“1元的马桶，我立刻抢购，结果付不了款，刷新后这款马桶的价格又上升到1500元了。”肖女士称，她在网上看到“血泪低价贱卖”的广告，发现马桶、花洒、水龙头都1元抢购，有个消费者竟然一次买了1000个花洒。她半信半疑地尝试着点击“购买”，但一到付款环节，电脑完全卡死，一直登陆不到付款网页。刷新之后发现，所有的价格都变了样，“那只马桶的价格一下飙升到1500元，(秒杀)太假了！”

其实，随着网购人数的增多，消费者也积累了一定的经验，对所谓的“秒杀”心动程度已不高。“天下哪有免费的午餐”、“哪有这么大只螃蟹到处走……”

## 陷阱3 套餐

在家居领域，定制家具是近几年风光无限的产品。2015年以来，按板材计价、造型复杂的定制衣柜也纷纷登陆线上，以平方米计价套餐的形式成为天猫、京东炙手可热的明星。由于按投影面积计价的标价更简单明了、利于网上销售，一时间几大家

牌套餐战风起云涌，599元、699元、799元、888元、899元/平方米的价格口号甚嚣尘上，引得消费者左右奔走货比三家。

记者从各大定制家具品牌开设的天猫旗舰店了解到，很多知名品牌推出的低价套餐，甚至只是半成品。据皮阿诺天猫客服表示，980元/平方米套餐包括柜体、柜门、三块层板以及衣通，“抽屉和导轨需要额外计价”。顶固衣柜和玛格家居推出的低价定制衣柜套餐中，防尘条、防撞条和导轨均需自行配置单独收费，顶固天猫客服表示，“五金都是用顶固的，需要另外算价钱，具体的价钱设计师到时候会一起算的。”玛格家居天猫旗舰店客服表示：“单个柜体赠送一根衣通、两块隔板，单扇柜门赠送一个拉手、两个快装门铰，其他五金配件都需要自行配齐。”

除了增项，低价套餐提供的产品质量也堪忧。“有的定制衣柜品牌为了降低成本，使用非常薄的板材，这种板材制成的衣柜稳定性很差，一旦挪动衣柜，背板容易出问题。”一位业内人士表示。

冲着索菲亚799元/平方米套餐而去的张女士在设计时，才发现不是想象的那么简单。张女士的衣柜投影面积为5平方米，如果仅仅是按照套餐形式买回家，很难满足自己的生活需求。设计师建议增加一个抽屉220元；增加至一对阻尼门吸350元；增加一个穿衣镜780元；增加一个“L区”

的板材，最终报价相当于1158元/平方米。面对设计师“门板上可增加一条腰线，让整体更为美观”的建议，张女士摇了摇头，因为增加一条腰线后，单价将增至1258元/平方米。

## 陷阱4 预售

预售是近两年家具行业双十一涌现出来的新玩法。在双十一促销战开打前夕，各类家居企业往往会早早地在旗舰店主页挂出提醒消费者的计时牌。如林氏木业、全友家居、华日家具、芝华仕等家具类企业推出的99元预售产品，九牧、箭牌卫浴等建材企业推出的抢1元优惠券等活动。

林氏木业副总经理马灿兴告诉记者，“家具电商这两年兴起了订金膨胀的促销玩法。预售时交了99块定金，双11当天就1.5倍膨胀成150元，运气好的顾客膨胀3倍，这吸引了很多消费者的关注，尤其是当一款家具的价格本就不高的情况下，订金变成几倍抵扣，对80、90后女性消费者的诱惑力特别大。”

“任何一个消费者买家具都希望用十年以上，对于家具的品质、材质、品牌、服务、设计、文化、空间、质感有着刚性需求，价格不应是产生购买行为的第一要素。其实不管是秒杀还是订金膨胀，羊毛出在羊身上，吸引你购买更多本不是必需品的产品，增加利润，是网络商家价格促销的不二法门。”业内人士分析指出。

从2015、2016年的“双11”狂欢中不难看出，家居网购已经紧追服饰成为天猫销售额前三的类目。选择网购家具建材除了便利，更看重除却实体店租金省下的利润带来的优惠价格。然而，消费者需要留心的是，网购家具建材并非如店家所说利润微薄，一不小心就会落入价格陷阱之中！

# 明式家具中的禅椅和南官帽椅有什么区别？



背，依赖于它们。

事实上，禅椅的扶手和后背框架并非提供倚靠功能，即便倚靠上去也不会有舒适感，但这三面的存在，却起到让打坐者与外界环境相对分离的作用。打坐者坐于其上，可顿生一种遗世独立的心境，气定神闲，从容思考。

这种相对的分隔又非与世隔绝，只需静心，便可以让参禅者体悟到禅的思想。静坐参禅，并非一定要到寺庙佛堂才可以，只要以清静无为之心，何处都可领悟禅道，这正是禅的宗旨。

历经宋代崇尚思潮的影响，禅椅也由复杂逐渐变得简练通透，直至明代时，其造型简练利落，比例和谐适度，构造精巧绝伦，予人朴素大方之感。禅椅因其彰显的高洁清雅气质，深受明朝的知识分子阶层厚爱，通常被放置在自家佛堂、书斋等清幽之处，供静坐参禅，修身养性之用。禅椅的世俗化，使它们日渐成为世俗家居生活的一部分，也逐渐成为明式家具体系的一份子。

式家具的代表作之一，以扶手和搭脑不出头而向下弯扣其直交的枱子为特征。

“官帽椅”优雅简洁的造型十分符合这种思想，成了他们精神寄托的首选。明代中后期，由于南洋高级木料源源不断地输入，使这种框架造型的椅子有了雄厚的原料保证，最终使“官帽椅”成了明式家具中最具典型的代表。

南官帽椅是扶手椅中最典型的作品，团方巩固，简洁空灵，线条饱满，型制开张，是扶手椅中不可多得的精品。椅子坐面，前大后小成扇形，因而又称扇面官帽椅。

“南官帽椅”应是“四出头官帽椅”的一种改良，其搭脑和扶手都不出头，一般被认为出现在明末。苏(州)、松(江)地区的文人十分喜爱使用这种不出头的椅子，喜欢将其成对地放置于书房临窗的一面，因此被世人称为“南官帽椅”或“文椅”。

## 禅椅和南官帽椅有什么区别？

禅椅不同于南官帽椅，它有着鲜明的特点。前面我们说过，禅椅是给禅师打坐的特定坐具，因此，禅椅的坐面宽大，可盘腿坐于其上；后背和扶手以简单线条组合成四方垂直的框架，简洁通透，又给人肃穆沉静之感。

南官帽椅通常区分为高背或矮背式两类，后者的高度一般不会超过一百公分。高背式者较为舒适。明代以后，由于经济的繁荣和崇尚理学，有一大批文人热衷于玩赏、收藏，并参与了家具的设计。南官帽椅追求“简约、神逸”和“天然、幽雅”之感。

## 何谓南官帽椅？

“官帽椅”起源于魏晋，在敦煌285窟西魏时期的壁画上就已出现这种椅子的造型，当时都是神的坐具。到了五代时期，南唐画家王其翰《勘书图》中所描绘的人物坐椅已和明式官帽椅造型基本一致了。而南官帽椅是汉族明

## 何谓禅椅？

禅椅，源于禅宗文化，其内涵深厚的禅文化，本是寺院生活的产物，是在寺庙、佛堂等特殊场合给禅师打坐的特定坐具。禅椅椅背和扶手简单极致的框架为打坐者围出一个相对独立的自我空间，易于营造冥思的氛围。而其足够宽大的坐面，让打坐者又不必接触到扶手和椅

# “与光同行 惠聚全城” ---绿色节能走进枣庄千家万户

2017年3月18日，天合光能公司枣庄事业部携手农商银行兴利支行在市中工业园区举行“与光同行，惠聚全城”主题产品促销大会。市区有关职能部门、农商银行、各新闻媒体、五区一市的代理商及客户300余人参加了会议。

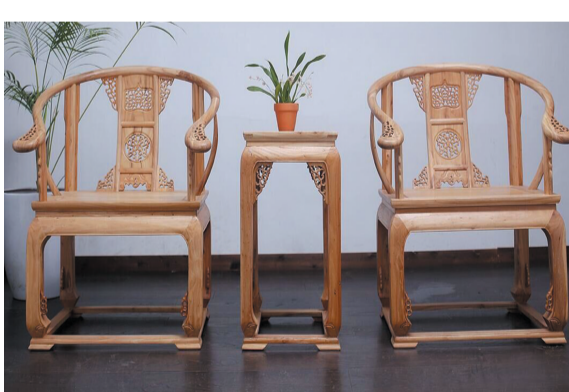
会上，枣庄天合光能公司的王腾总经理代表公司致辞，常州天合光能有限公司技术人员进行了光伏产品演示和介绍，并就客户普遍关注的技术问题和政策性问题进行了现场解答。天合光能现场与农商行兴利支行签定合作协议。

会场气氛热烈，群情亢奋，广大客户认为天合光伏产品是全球知名大品牌，充分利用闲置空间建设集约式和分布式光伏电站，既能实现经营模式的转型，增加稳定的经济收入，又节约了大量土地资源。

会后，现场签单天合光伏产品 595千瓦，总价值500余万元，同时还签订了100余份意向合同。绿色节能正在走入千家万户，共同为美好蓝天出一分力。

枣庄日报 装饰建材部  
电话: 18663269000  
装修问题 一站式解决  
打/造/修/透/家/家/家/家

艺盟榆木轩  
新中式设计理念  
老榆木制作  
匠心之举



地址:市中区开发区光明路2717号(红石岭度假村院内)  
联系电话:13310687768

棗莊木宜饰佳家具有限公司  
新中式 红木家具 实木家具 高端定制  
展厅地址:市中区人民东路路北 张氏红木 13306321877 微信  
厂址:市中区税郭镇大辛庄驻地