

中国家具建材业为何“满城尽是洋品牌”？



中国是全球家具生产和出口大国，2006年中国家具出口总值首次超过意大利，成为世界家具出口第一大国。而中国进口家具的额度也在连年提升，中国家具协会的数据显示，2011年上半年，中国进口家具总额已经近10亿美元，连续两年保持高速增长。达芬奇家具伪造产地、产品质量不合格等问题被央视曝光后，关于洋品牌家具的产地和消费引起诸多讨论。

扫描中国家具行业，我们发现达芬奇家居并假“洋”品牌的孤岛，它只是当下混乱不堪的中国家具行业的冰山一角。天价家具的背后，有着众多的中国本土制造的“洋”品牌，那些令人看不懂却又很显时髦的洋名，只不过是国产家具披了层“洋皮”而已。

满眼皆是“洋”品牌

随便走一家大型的家具卖场，映入眼帘的大部分家具店的品牌名都是用字母组合，有的是汉语拼音的全拼，有的则是由拼音的首字母组成的缩写，要不是旁边紧跟着的几个中文，压根就看不懂。除了洋名，各商家的宣传语或者贴出的海报也都尽显尊贵身份。“感受意大利原创设计”“贵族生活、源自欧洲”“英式休闲经典”。这些洋名称品牌的家具半数以上都声称有欧美血统，意大利、英国、美国、德国等国家。

扫描中国家具行业为何“满城尽是洋品牌”

本土品牌家具披上一层“洋”皮，很容易让人误解为进口家

具，加上其高昂的价格，消费者在购买时往往过分在意了销售人员的“片面之词”。消费者在展厅中看到的都是已经拆除包装，安装好的家具，包装和包装上的标识标签，只有在购买后收货时才能看见，这也无形中增加了购买的风险。

其实，家具行业真假洋品牌乱象由来已久：虚假标注、虚假宣传、镀金洋品牌、经销混乱、授权代工贴标等现象也在家具行业早已经泛滥。笔者听到一位经销商说，国内打着进口旗号的“出口转内销”产品可以说占到目前进口家具的95%以上，大都是在广东一带由代工厂生产。比如，同样一套组合沙发，标注本土品牌，价格在8千元左右；如果标注中外合资的，价格在2万元左右；如果标注美国产的，价格则上升为7-8万元，如果是意大利产的则更贵。

这些所谓的“洋”品牌家具，号称是“进口”的实木家具、纯木家具、纯实木家具，很多则是以大芯板等为主要原料的贴皮家具。可是，今年年初浙江相关部门市场抽检发现，标称“实木家具”的家具检测合格率为零。众多厂商之所以敢冒天下之不韪，损害着消费者利益，主要是因为打着实木的招牌卖贴皮家具，利润就翻了几番，有的利润可以高达百分之几百，而真正的全实木家具利润并不高，仅有15%至30%。

为何皆是“洋”品牌

真要究其根源，在枣庄市各个家居卖场，真正来自国外的家具品牌并不很多，大多数家具品牌都源自国产，但这些家具品牌却大多起着“洋”名字，称原材料来自国外的木材，采用国

外的先进设计，乍一看以为是进口品牌，但其制造厂址在中国。

那为何都起了一个“洋”名字，都称“洋”品牌呢？为了迎合消费者的口味，为了提升品牌品质和身价，为了达到提高销售量的目的。

如今大部分消费者对洋品牌家具盲目迷信：

第一，真正的洋品牌家具确实在产品质量和售后服务等方面比中国本土品牌做得出色，特别是一些国家的工业水平确实处在国际领先水平，对消费者很有诱惑力。

第二，中国本土品牌由于欠缺品牌营销策略，除了天天打价格战，而在产品和服务层面下足力气，使得消费者认为本土品牌在档次上远远及洋品牌好。第三，中国消费者向来具有崇洋媚外心理，认为拥有“洋”品牌就是高品质生活的象征。事实上，消费者并不知道，许多“洋”品牌并非真的“洋”，而只是在表面上“洋”：一方面是通过贴牌生产尽量压低成本，另一方面通过塑造国际品牌形象抬高身价迎合消费者，最终获得巨额利润。

在中国香港或其他国家或地区注册一个家居公司，只需要几千元，无论是外资还是合资企业形式，都有资格在国外购买生产材料，进口的比例则可以任意选择，而对外则可表示是纯进口家具。很多“高档”的“洋”家具品牌，走的就是这个路线。

另外，一些所谓的“洋”品牌家具，还喜欢给国产木材起个洋名，混淆材料名称。如把国产的花梨木说成是非洲花梨木，让消费者觉得用料挺高级(说句实话，真正识货的消费者没有几个)，其实两种材料完全不同。有些人通过手敲、鼻闻等方式去辨别，对那些做工粗糙的有用，对做工精细的根本很难辨别。而且那些看不见的地方更是使用刨花板或密度板，看得见的主体框架、门和抽屉则采用实木。

而且，在家具行业，很多商家认为一定要把产品卖得很贵才算正常，其实这是家具行业缺乏竞争秩序的表现。比如，目前国内家具行业对于售后维修的期限和范畴都没有统一的标准，各品牌售后服务参差不齐，近几年来家具行业在投诉排行榜上“光荣上榜”。这也是驱使消费者信赖“洋”品牌的因素之一。

谁是真的“洋”品牌

“洋”品牌家具里面有很多门道，既有假的“洋”品牌存在，也有真的“洋”品牌存在。只是在“洋群”里，真的“洋”品牌少，假的“洋”品牌多，同时还混杂着很多半真半假的“洋”品牌。可惜由于绝大多数的消费者缺乏家具知识，根本无法分辨出哪个“洋”品牌是真的，哪个是假的。

笔者在这里暂且这样定义真假“洋”品牌：所谓真的“洋”品牌，即由国外的品牌持有者自行经营，或在国内发展自己的代理商，由厂家直接供货；所谓半真半假的“洋”品牌，就是国内的家具生产商花钱从国外买来“洋”品牌的使用权，从而使自己生产的家具产品有了一个“洋”名字；而那些假的“洋”品牌，两种类型：一种由中国本土企业花几千元自行到海外注册商标，家具产品却在国内生产，但却以“洋”品牌的身份在国内销售；另外一个种假的“洋”品牌是，国内生产厂家直接模仿国外洋品牌，以侵犯国外品牌专利权和消费者知情权的方式存在。

2015年，家居周刊为参加《家装总动员》，选手提供了更广泛的展现舞台。活动通过线下活动报名、电话报名、网上报名等方式收取选手信息，最终通过报纸和网络投票，进行选拔。在规定截止时间内票数最多的家庭即可获得万元家装基金。获得大奖的幸运家庭，把自己的家全权委托给优秀的设计师。通过设计师精细的现场量房，奇思妙想的设计，亲力亲为的装修指导，是不是您心目中的梦是不是您心目中的梦想家园呢？《家装总动员》我们与广大读者一同见证。

万元大奖
你拿

家装总动员

让我们一起来装扮自己的家

家装总动员 一起打造您的家庭梦想



报名热线: 18863239159 邮箱: 554918177@qq.com