

## 选购沙发需关注填充物



只要装修房子就免不了要买家具,然而很多市民选购家具时往往会忽略一些细节。选购家具时,不要只重视样子和使用性能,一定要关注安全、细节和服务。有强烈刺激性气味的家具不要买,选购沙发时最好看一下里面填充物的质检报告。

### 选购沙发,关注填充物

走在高密市的大街小巷,总是会听到有人谈论买家具应该看什么。近日,记者走访高密市多家家具店,业内人士给出了几点建议。首先要提醒的就是如何买沙发。因为大部分消费者认为选择沙发只在于款式和花色,但是殊不知沙发内部所选用的填充物才最容易出现变形影响使用寿命,甚至会散发有害物质污染环境,因此在购买沙发时建议消费者应要求销售人员出示填充物的质检

报告。  
“市民还应该根据自己的身高和喜好选择沙发靠背的高度和坐垫的进深,如果是买给老年人,适当偏硬的沙发应该是首选。”高密市鲁星麦凯龙的负责人向记者介绍说,试坐也是个不可缺少的环节。挑选方法是坐一坐,用手摁一摁,平不平,弹簧响不响,如果弹簧铺排的不合理,致使弹簧咬簧,就会发出响声。其次,还应注意缝合有无断线、跳线,边角的密度是否合理。

### 签订合同,明确责任

另外,由于家具环保检测标准与室内空气质量标准不对接,因此会出现家具合格的检测报告,而摆进家之后却造成室内空气污染超标的状况,因此,这部分责任以及处理办法应写进合同。市民所购买的家具尺寸、结构、颜色要精确地写进合同里,

尽量详细地描述其尺寸、结构而不是只写“同样品”,在家具未送到前有必要和厂家协商更换事宜,这样可以在家具入场前进行更换和调整。

签订合同时,责任一定要明确,尤其是在买大件家具时,家具往往是被运到现场进行组装的,所以一旦发现运输或安装过程中出现损坏,可以追究厂家或商家的责任。

### 家具封边防有害物质释放

逛家具城时,市民就会注意到,有些家具如橱柜等,在购买的时候拉开抽屉或者打开柜门时里面的气味刺激得让人流泪,这样的情况表明这套家具的甲醛含量严重超标。这种家具对身体的危害很大,一般不推荐购买。如果因为条件限制购买了此种家具的话,最好晾置一段时间再用。

人造板制成的家具未做全部封边处理的不要买。凡是使用人造板制成的家具部件对封边处理的限制十分严格,特别是用刨花板制成的家具都应该要求全部封边,这样可以限制人造板中的有害物质释放,但目前许多厂家为了节约材料,都只做了局部封边,这样的家具最好不要购买。

### 含水率不得超过12%

很多市民买家具时从来不知道要看家具的含水量。对此,鲁星麦凯龙业内人士解释说,木质家具的含水率不得超过12%,含水率高了,木材容易翘曲、变形。

那么,消费者购买时,没有测试仪器该怎么办呢?首先,消费者可以采取手摸的方法,用手摸摸家具底面或里面没有上漆的地方,如果感觉发潮,那么含水率起码在50%以上,根本不能用。

## 马桶制造商:内销出口品质相差无几



导读:春节假期,中国赴日游客抢购马桶盖、电饭煲的消息引发热议。在全国两会上,全国政协委员、中国银监会原主席刘明康在西单买了个马桶盖儿,价钱不低没用几天就不好使了,让马桶盖话题持续发酵。那么中国马桶盖制造商如何回应的?

### 一问:咋看出国抢外国货?

有媒体报道称王先生去日本买回的马桶盖是“中国制造”,工厂就在杭州下沙经济开发区,“马桶盖”成了浙江代表团这两天热议的话题。

来自温州的全国人大代表瞿佳说:“虽然很多产品是国内生产的,其标准却是国外厂商指定的,一般来说各方面的指标都会比在国内销售的高一些。”

多位代表认为,一只马桶盖戳中的是“世界工厂”仍远离制造业“皇冠”的痛点。

### 二问:多少马桶盖产自中国?

记者6日来到王先生所买马桶盖包装盒上显示的生产厂家——松下电化住宅设备机器(杭州)有限公司,进行探访。工作人员向记者证实,这款智能马桶盖确实是杭州出产,而且是出口到日本市场专供中国游客。

福建省厦门市是国内大型的智能卫浴生产基地,为许多国际品牌代工贴牌生产。厦门市卫浴行业协会秘书长徐海明说,全世界百分之七八十选用的水箱配件都是厦门制造。

### 三问:同样产品价格差多少?

松下电化住宅设备机器(杭州)有限公司事业部部长任少阳介绍,由于受近期汇率影响,中日两国销售的同类产品在两地的售价略有差异,但区别不大。比如,日本卖60000日元相当于3000元人民币,同款中国市场零售价2980元。

松下和伊奈的销售人员也告诉记者,日本的好多产品都是在中国生产。“价格上比在日本买还要便宜些。”一位销售人员举例说,“一款2900元的松下智能马桶盖,一款2400多元的伊奈智能马桶盖,在日本都要卖3000多元。”

### 四问:技术质量有差别吗?

任少阳说,除电压、防潮等设计略有不同,产品在原材料、功能、质量等方面几乎完全一致,公司的生产线也是混线生产,并无差别对待。

“很多国际品牌的卫浴配件就是我们代工制造的。”厦门威迪亚科技有限公司一位负责人告诉记者,“目前从智能马桶的技术上来说,中国的企业并不输给国际品牌。但是在品牌认知度上确实有明显差距。”

### 五问:出口标准高于内销?

徐海明说,各个国家和地区的标准是不一样的,为了出口这些国家和地区,必须分别符合这些国家和地区的标准。

中国建筑卫生陶瓷协会卫浴分会执行会长王建业介绍,智能马桶的专用国家标准,标委会2014年已经研讨完成定稿,预计2015年能正式出台,与国外标准基本相同。



## 80、90后成家装业“新刚需族”突破口

### 【导读】

随着中国人口红利拐点的到来,这些年因人口红利泡沫式发展的诸如中国制造业、房地产业等行业都遭遇瓶颈。劳动力人口成本增长,买房刚需族群人口的老龄化都成为制约行业继续前行的阻力。由于家居行业发展不理想,国内消费市场长期萎靡不振,使得本就发展困难的家居行业更是雪上加霜。新刚需消费继续涌现,80后90后成为家居企业需要“讨好”的消费者,个性化的需求更为明显,居家风格多元化。

### 企业需要针对特定市场需求研发产品

从2014年3月广东家居展和7月成都家居展来看,家居厂商已经全面进军家居业,从家居单品销售转变到整个居家环境的打造,大家居业跃然在眼前。而更为显著的是,家居产品更加年轻化,更注重视觉设计感。传统老牌家居企业纷纷推出新的系列或创立新品牌,目标就是80后、90后等年轻的市场消费群体。

相关人士说,定位于中高端产品的某品牌,法式高端家居受到市场青睐,随着消费市场的变化,年轻购买人群逐渐成长,企业自然会针对这部分的市场需求研发产品。他认为,大企业也要做好细分市场。总的来说,2014年家居企业的产品研发也印证了2015年的市场需求,年轻的市场逐渐成长为消费主力。

### 行业新的消费需求呈现多元化趋势



大型的欧式家居即将轻型化,设计更为简美亲民。美式家居有种帝国感,个头大,设计综合性强;英式家居沉稳典雅,有贵族气息;法式家居夸张浪漫,这些家居设计风格主要针对高端消费群体,适合70后甚至更长的年龄层消费。随着新的消费力量出现,欧式大气厚重的设计反而不适应新的市场审美,保留原有风格特征,从设计上加以简化,满足80后、90后,甚至00后的居家审美,这已经是市场强烈需要的。去年东部沿海家居企业已开始尝试设计“小英”、“小美”、“小法”等风格家居,经过一年的市场检验,“小美”系列产品市场表现比较成熟,2015年将成为市场主流。

新的消费需求呈现的多元化趋势,也注定打破原有的单一居家风

格。业内普遍认为,家居产品设计同质化比较严重,若是一家企业推出某种风格,其他企业也会相继推出。然而,市场消费则具有个性化。就现在的居家生活方式来看,单一风格不再满足市场的需求,消费者会根据自己的生活选择需要的风格产品。中式传统与西式时尚混搭、现代与复古元素的重置,系列搭配与跳跃的装饰融合,多元化的居家审美出现在不同的居家消费中,也迫使企业适时作出调整,以解决整体居家方案满足市场的个性化需求。

总之,新年新气象,家居市场新刚需出炉,新的消费需求呈现的多元化趋势,行业结构和企业改革已经势在必行,企业在研发产品时,必须针对这部分80、90后的刚需族群做出转型。

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)