



厨房要有大的存储空间和智能设备 客厅减少造型设计注重实用性

Z世代“逼”家装企业更会“装”

□本报记者
李佳琪
文/摄

人们常用“金九银十”来形容家装市场的“旺季”，今年，哈尔滨家装市场的“旺季”提前来了。记者从线上装修平台以及哈尔滨市部分家装企业了解到，从六七月份开始，无论是咨询量、下单量还是开工量，较去年同期均出现不同程度的上涨。近几年受多种因素影响，家装行业人工成本逐年增长，而家装消费者对个性化装修诉求不断提升，尤其是在空间化、功能化、智能化上有更多的想法，但装修预算却在减少。

传统设计不再被看好 装修凸显个性化

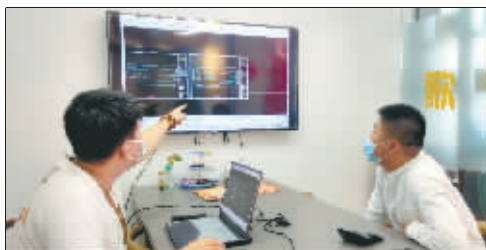
“近几年，消费者对待家装，无论是理念、风格还是实际需求，都在发生着变化。”一些装修公司负责人告诉记者，客户在装修方面的个性化需求提升明显，尤其是对于厨房的设计，在空间化、功能化、智能化上有更多的想法。现在，很多人喜欢通过一次性采购充足物品的方式来减少外出次数，这就需要厨房有足够大的存储空间，在设计橱柜时，客户将3米高的橱柜提高到四五米。一些年轻消费者希望厨房配套洗碗机、垃圾处理器、小家电等智能化设备，这也为厨房空间容纳、分区管理提出了装修“新课题”。

除了厨房，家装消费者对于客厅、卧室也有了“新要求”。“这两年，客户对于客厅的造型设计需求减少了。”一家装饰工程有限公司市场部经理王青鹏告诉记者，客户对于风格化的设计诉求减少，取而代之，他们更注重实用性。看电视、会客……过去，客厅的地位在整个室内装修中具有举足轻重的位置，电视墙、吊棚等方面的设计被家装消费者看重。但近两年，“去客厅化”更为被关注。儿童互动区、办公区、运动区……客厅被赋予了更多“概念”。

随着Z世代逐渐成为家装消费的主力军，传统家装设计已不再被看好。新趋势、新诉求下，倒逼家装企业追求“新高度”。哈尔滨市一家装饰设计工程有限公司总经理张境弛称，近两年客户定制化需求提升、个性化理念增多，公司会经常在小红书、抖音等年轻人聚集、新思想汇集的平台中，分析家装消费者的“消费心理”，学习最新的装修理念，以求“跟上”家装消费者的最新诉求。

装修旺季提前来 “找装修”同比翻一番

新诉求带来了新变化。“与往年相比，今年家装旺季要提前两至三个月。”张境弛告诉记者，从6月份开始，家装咨询、下单、开工量就开始稳步提升，近四个月公司的订单量与去年同期相比，提升了50%。“过去，很多订单都是八九月入伙开工。今年，八九月已经到了验收期。”



环比此前提升了近70%。而同样的数据维度，三季度相比二季度增长100%。为何近期哈尔滨市家装市场装修旺季提前、开工数量增长？记者从部分家装企业了解到，受各种因素影响，现在不少人选择快速找装修、“赶工期”。哈尔滨市家装业内人士认为，从各方面数据预测，此次各项“增长行情”将延续到10月中旬。

消费者理性消费 “逼”企业要“更能打”

“顾客个性化诉求是一方面，为家装公司带来的‘压力’还有不断上涨的人工成本与缩减的装修预算。”王青鹏称，近两年人工成本上涨了50%左右，而实际花销的家装费用却下降了20%。家装消费者更加追求装修的实用性与性价比，本该配合电视需要凹造型的电视墙变成了一面白墙用于投射投影、欧式雕花的棚顶变成简约墙面无须造型、追求高档化及品牌化变为经济实用环保型主材……装修过程中，透露着家装消费者的理性态度。

诉求增多、成本增加、预算减少，多重“压力”下，家装公司觉得自身要做得更多才能立足市场、拓宽客户群体。“卧室还是那间卧室，客户想要更多的收纳空间，装修公司如果仅提供了空间，还不够。”张境弛称，打造收纳空间每个装修公司都能做，客户选哪家，这就需要装修公司具备提供更加精细化服务的能力。“根据客户的穿衣喜好将衣柜做分区，‘长衣区’‘短衣区’‘叠放区’……收纳空间打造完，别出现喜欢穿长衣服的客户‘无处可挂’的情况。”设计玄关时，为客户考虑消毒区、口罩存放区等；对厨房进行合理布局，减少烹饪过程中的频繁来往，保持厨房整洁；洗手台、马桶、淋浴区互相分离，让沐浴、梳洗、如厕互不干扰，“精细服务”无处不在。为装修投保、赠送保洁服务、将装修费用透明化、客户可分期付款装修款……与此同时，冰城装企也在用“增项”提升竞争力。

“逆境中”冰城装企靠啥在市场上“更能打”？黑龙江省室内装饰协会会长曹宪博认为，近几年家装消费者个性化装修需求凸显，对于家装企业来说，既是挑战更是机遇。谁能迎合消费者不断变化的家装需求，谁能为家装消费者提供更理想化、更超前的设计，谁能拿出更多的增值服务，谁能让消费者感觉到价位合理且空间利用率高，谁就能占据更大的市场份额，受到更多消费者的认可。曹会长称，家装企业提供品类多样的增值服务，采取“薄利多销”的模式，是企业“逆境中”寻求突破的重要手段。降利润、增服务来拓展市场只是一方面，家装企业还应从“自身”找突破，保持在行业内的领先地位。

期相比，提升了50%。“过去，很多订单都是八九月入伙开工。今年，八九月已经到了验收期。”

记者从哈尔滨市多家家装企业了解到，今年装修旺季改变了过去“金九银十”的“定律”，从六七月份相关订单量便开始出现增长。土巴兔平台统计数据显示，近期通过该平台寻找装修公司的业主数量同比、环比均出现大幅度攀升。土巴兔大数据研究院最新数据显示，相较于去年三季度，今年7月、8月、9月（截至9月15日）的3个月，通过土巴兔平台寻找、了解装修的哈尔滨市民，同比翻了一番。其中，7月份环比增长了120%、8月份环比增长近40%。

土巴兔数据显示，哈尔滨市在三季度的装修动工数也大幅增长。其中，7月中下旬以来，开工数据

链接

Z世代

一个网络流行语，指新时代人群，也称为“网生代”“互联网世代”“二次元世代”“数媒土著”，通常是指1995年至2009年出生的一代人。他们一出生就与网络信息时代无缝对接，受数字信息技术、即时通信设备、智能手机产品等影响比较大。

Z世代消费理念呈多元特质。他们看重消费体验，强调与物品之间的“眼缘”与“秒见生情”；拒绝奢靡消费，消费时更关心性价比，关注特色和感受；在乎消费品位，彰显个人独特的消费眼光、消费视角、消费品位，体现个人与众不同的消费境界、消费观感和消费风格；接纳消费符号，追求的不仅仅是一种“可视的生活”，也包括其他许多网络媒介和时尚符号所表征的生活。



新晚报制图
宋占晨