



“

时光荏苒，岁月如梭。眨眼间，又是一年光景。回首2016年，湖南家装市场，给我们留下了许多回忆。有弱肉强食被拍死在沙滩上的，有激流勇进独树一帜的，也有地动山摇屹立不倒的。在这个消费者升级的大时代，各个企业不断转型、升级、整合、扩张，为消费者带来了良好的印象和优质的体验。

根据“中国报告大厅”近日发布的《2016-2020年我国家装行业商业模式研究分析报告》，家装行业的主要消费群体正由60后、70后变成了85后、90后年轻群体，他们带来了全新的消费态度，买的不止是有形的家居，更是“静听花开花落，坐看云卷云舒”的品质生活。

■记者 和婷婷

大厂商继续引领行业发展 “拎包入住”式家装倍受青睐 VR风暴风起家居行业



2016年被称为VR元年，许多家装企业纷纷推出VR home空间体验系统，让消费者可以逼真地看清各个房间的整体布局和家具摆设。

【风向标】

VR技术引领家居科技新潮

毋庸置疑，在当前背景下，诸多企业产品都是为满足市场需求而生的。但不可否认，还有一些企业却是为创造需求而获得跨越式发展，积极研发新产品，比如今年大火的VR技术。

2016年，被称为VR元年，一场气势磅礴的VR风暴，席卷了整个家居行业，从卫浴、定制到成品家具，再到家庭装修，无论是终端单纯的VR体验，还是基于VR的数字化战略，似乎都在预示一个即将被VR改变的未来。

3月18日，联邦家居在第37届广州家具展上首家推出VR home空间体验系统；3月26日，欧派在第6届广州定制家居展上推出VR home体验屋，索菲亚展示了全息投影立体展厅……一时间，由虚拟技术带来的震撼体验令行业人士侧目和各地经销商抢购。

有消费者形象“这就像在服装店试衣服一样，相当于在家装中实现了‘试装’的效果”，戴上VR眼镜后，眼镜中展示的是720°环视无死角的全屋装修设计，随着头部和眼睛的转动，就仿佛自己置身于真实房间一样，可以逼真地看清各个房间的整体布局和家具摆设，甚至是房间的角落，这种用户体验远远超过传统家装的平面出图……

除了VR技术，家装流量入口的争夺、3D云设计技术的应用、家居商品的F2C模式、移动互联网技术在装修过程中标准化服务施工和监管的应用创新等等，都是2016年互联网家装市场厂商激烈竞争的环节。

据调研机构最新数据显示，物联网在未来5年还将保持高速增长，到2020年，市场规模有望达到194亿美元左右，其中，家庭安防、智能家电、个人健康将成为最主要的使用场景。

结语

时代在发展，家装行业的走势也是千变万化。回首2016年，新的经济形态下，对湖南家装市场这块大蛋糕的争夺依旧在继续，硝烟依旧弥漫。只是有人哭，有人笑，但毋庸置疑，转型、升级成为大势所趋。但终究到底，还是需要以用户为导向，回归消费本质。究竟谁能屹立风口，成为最后的赢家？且看2017年！

【用户】

“80后、90后”成消费主体

随着时间的流逝，不知不觉中曾经众人眼里的“小皇帝”80后及部分90后已经进入了适婚年龄，成为家居消费的主力军，进而推动了湖南家居市场的年轻化。

近日，记者在万家丽家居建材城碰到挑选家具的吴先生，他表示，正准备装修毛坯新房，明年结了婚就搬出来住，“自己的生活习惯与家里老人不同，住在一起不太方便。而且新家的装修完全可以根据自己的喜好来定，这样更有家的感觉。”记者了解到，吴先生的想法算得上是当下不少年轻人的真实心理。在不少卖场中，20~30岁这个年龄段消费者的比例也是逐年增加，毋庸置疑，家居市场的消费群体已经悄然发生变化。

与此同时，行业的发展需要不断涌入新鲜的血液。80后、90后的进入，鲜活地刺激了整个行业的脉搏，给了众品牌突破的风口，包括电商，包括移动端，包括营销，包括产品，包括体验等等。他们独特而前卫的消费观念、消费权力、消费意识、消费话语正在深刻影响着家居企业的市场营销策略，他们的消费需求是家居行业发展的新动力。

实际上，针对80后、90后消费者的成功尝试已经不胜枚举，比如为迎合年轻人喜好的家居装修风格、家居体验馆的VR技术应用等等，而像宜家、无印良品这类主打个性化的特色产品更是让80后、90后甘之若饴。

【消费习惯】拎包入住的整装服务受青睐

随着时代的发展，家装行业的走势也是千变万化。继互联网家装火热之后，整体家装也在今年迎来大突破，长沙很多家装公司相继推出整装产品，试图满足消费者一站式装修的需求。

对80后、90后来说，他们是互联网的一代，同时也是经历了工业社会走向信息化社会的一代。对他们来说，“麻烦”与“耗时”是他们最讨厌的体验感受，从选择装修公司到选材购买，到装修施工的监管，再到售后维权，过程中要耗费大量的时

间精力。对此，可拎包入住的一站式整装服务更受他们青睐。

“一套新房装修下来，我总共来了两次，一次是开工，一次整体验收。”11月底，李先生岳麓区政府附近的新家装修结束。

李先生因工作性质常年出差，就想为住在农村的父母买一套养老房。“父母年岁大了，不想他们为装修的事情劳神费心，就选择了一站式的整装服务。”

据了解，随着消费升级，消费者更加注重生活品质，

价格不再是打动用户的决定因素，而是更注重设计、施工、售后等是否专业。相比较而言，“整装”更能够为客户提供省时、省心的一站式购齐，满足“85后、90后”消费者心理嫌麻烦、技术不通透、精力易分散等方面的习惯。

除此之外，与局部装修相比，“整装”从整体设计入手，包括后期施工、软装、家具的配套，更能控制产品的质量和风格的统一性。在价格方面，“整装”模式并不是昂贵的代名词，而且往往会低于消费者的预期。

【企业】互联网家装洗牌家装市场

2016年是互联网家装发展的新元年，各种机遇与挑战并存。根据网易家居《2016年互联网家装白皮书》来看，互联网家装在整个家装行业的市场规模占比在今年达到了5%~8%左右，互联网家装正以非常强劲的势头抢占家装市场。

据悉，今年爱空间创新推出20天工期、一线材料品牌、自有产业工人、一口价每平方米计价的互联网家装产品，目前在全国范围内已经落地约15个城市，在长沙也开设了线下体验馆。美家帮

也于2016年初挂牌新三板，以每平方米777元包主材包设计包施工的产品服务，用单品突破的形式在全国落地了约17个城市；家装e站凭借一口价打包产品在2015年进行快速的全国布局，目前在全国已经有400多个城市运营商，不同城市的产品计价方式也有所不同。

诸多业内人士表示，2016年是互联网家装新一轮洗牌的一年。在经历过2015年的资本寒冬后，各家商业模式、服务质量将接受市场和用户的检验。市场呈现两

级现象，大厂商将继续做大并引领行业发展，小厂商将面临出局危险，以产品为本，不断创新、优化，让真正有潜力、有实力的互联网公司脱颖而出。

记者了解到，目前互联网家装市场中，分为平台型、自营型、门户型家装网站。据易观智库发布的《2016中国互联网家装行业白皮书》显示，随着泛家装概念进一步增强，互联网家装进入一站式服务时代，产业链将被进一步整合，同时带动建材家具等商品和家装工程朝成品化、工业化和标准化发展。