

注重“顶层设计” 坚持“以人为本”

——关于上海住宅旧改新装饰装修市场的思考

□李兴龙

上海住宅建筑全装修时代已经来临,建筑与装饰一体化完成的产业模式成为可持续发展趋势,也是我们长期以来倡导资源节约型、环境友好型城市的一项顶层设计。随着社会经济的发展,全装修将进一步向智能家居功能延伸。然而,我们也要看到,上海目前除了推行实施新建住宅全装修外,现存大量居民在住的住宅旧改只能靠一家一户去装饰装修,这些住宅主要是老式里弄石库门建筑、旧式公寓、老公房以及梧桐树掩映下的老洋房,当然,不少年以上的新建商品住宅楼宇也随着自由交易进入了旧改新装饰装修范围。

住宅旧改新装饰装修的复杂性和难度远远超过新建住宅,因为它涉及拆除、改造、再装修过程,房子越老,改造装修难度越大,一不小心就会影响到结构,牵一发而动全身的案列比比皆是。在拆旧方法、施工期限、安全文明、绿色环保以及业主在装修期的过渡等待方面,住宅旧改新装饰装修往往会发生许多不确定的情况。一张白纸可以作最新的画,而对于一些年代久远的住宅,或陈旧老式的或二次以上装饰装修过的住宅空间,就不是那么简单,需要我们在设计线路图上通盘考虑,系统规划,凸显“顶层设计”的智慧创新和“以人为本”

的关怀理念。据调查,在住宅装饰装修的消费者投诉中,旧改新投诉现象比较突出,有的属于施工技术,有的属于材料质量,有的属于邻里影响,有的属于合同纠纷。有关专家认为,住宅旧改新装饰装修已成为一个城市人居环境品质不断提升的消费现象和文化取向,是人民生活水平不断提高的具体反映。当这个“后装饰产业”大潮到来以后依然没有相应的管理机制和规范标准去引领、去约束,最后吃苦头的还是消费者业主。对此专家呼吁:住宅旧改新装饰装修也要像全装修那样成为一个系统工程,要有整体系统规划和方案,通过最理想的创新层次寻求到问题的最好解决之道。

怎样才能建设好住宅旧改新装饰装修的“顶层设计”呢?其内涵就是要求有一个自高端向低端展开的设计方法,其核心理念与目标都源自通盘、系统、全面的设计方案,最大化地体现设计、施工、配套、环保、文化、物业、邻居之间环节的合理服务系统,给消费者业主带来舒服的空间。近期,在“3.15保护消费者权益日”之际,笔者了解到上海市一些龙头骨干装饰企业早在十几年以前就瞄准了“住宅旧改新装饰装修”或“后装饰”市场,在实践中积累了经验,成为可示范创新模式,归纳起来有

这几个方面值得思考。

思考之一:因地制宜,形成整体方案和施工措施。尤其是对于一些有相当历史的住宅,无论是房屋结构、隐蔽设施、邻里相间的上下墙地,都要根据不同的实际情况排列出安全防范保证举措。有些住宅是属于历史保护建筑的,比如类似上海“田子坊”石库门、老别墅以及五十年代建造的工人新村等。修旧如旧、完善设施、强化功能、彰显风貌是主要的。特别是一些高档的老别墅建筑,具有很鲜明的历史纪念性价值,里面有的陈旧设施、材料是不容许改掉的,如有损坏的还需要通过技术复制办法达到恢复修缮的效果。

思考之二:责任担当,把好拆除改造期间隐患关。对第二次以上装修的住宅,企业要担当社会责任,把施工的原则与业主的愿景统一起来,最大化地保证空间六面体既安全又美观的整体效果。比如,设计引领处处体现在尽可能对建筑结构、墙地楼板不去“破坏性的建设”。传统的木地板铺设方法是用膨胀螺栓固定,一般在混凝土楼板上用膨胀螺栓固定。如果在二次装修中把以前留下的木地板拆除再照样重起炉灶,必然又要采用膨胀螺栓固定,这样就给楼板造成千疮百孔。因此,住宅旧改新装饰

不能简单地以表象之美而做,而要考虑安全和实用,要以文化自觉的理性去引导消费,用复合木地板或竹地板替代铺设,达到各美其美、美美与共的彼岸。

责任担当是多方面的,比如在拆除厨房旧瓷砖墙面时,应高度重视陈旧的煤气上下主管道。如果不顾及,很容易因过猛敲击震动造成楼上楼下贯通的管道破裂。这种因装饰装修危险到生命、财物的教训应该警钟长鸣。对此,有关专家建议:凡是旧改新的装饰装修住宅,施工企业一定要与煤气公司有关管理部门对接,一律把这层面上上下一段的旧管道全部换成新的,成为旧改新装饰中的一个重要环节程序。

思考之三:集成整装,确保质量工期取信于市民。全装修住宅施工已从半集成半成品走向基本全部集成整体装饰的时代,对于住宅旧改新装饰装修来讲,当然要以设计模式,走出一条降低成本、缩短工期、减少磨合、品质美好装饰之路。集成整装除了以上优点外,还能最大化地减少施工扰民、发生纠纷的状况;“有所为,有所不为”,大量材料产品都通过工厂定制、现场安装流程,让施工不再成为消费者业主望而生怯。同时,由于缩短了工期,也减轻了消费者业主在外租房过渡的经济负担。



思考之四:服从管理,施工与物业规矩捆绑一体。顶层设计强调设计对象内部要素之间围绕核心理念和顶层目标所形成的关联、匹配与有机衔接。住宅旧改新装饰装修存在着最大瓶颈就是施工企业与物业管理不协调、不衔接,由此造成消费者投诉。一个是管家的“物业”,一个是施工的“企业”,进入住宅小区,施工企业原则上要服从于物业规矩,物业管理也要倾听施工企业的操作程序,双方建立良好的契约就是成功的一半。一些成功龙头企业之所以几乎没有投诉,甚至是零投诉,其原因就是在制度建设上强化了服从于物业管理条例,把施工与物业捆绑一体去执行。

思考之五:节能环保,把绿色健康送给千家万户。旧改新装饰最具彰显企业诚信和品质的要素是真正能够为广大消费者送上绿色环保的材料、产品,这是最重要的一根底线。选用节能环保材料产品是需要投入精力的,是需要顶层设计的担当意识。设计师要坚守底线,采购员要践行底线,施工员要体现底线,才是真实的旧貌换新颜的改造装

修。因为顶层设计的把总体规划具体化。如果光有规划没有具体的实现手段,很可能又造成各自为政、分兵把口的局面,造成资源难以共享,信息难以联通的后果。

思考之六:实景体验,把住宅装饰演绎成家文化。大凡一些大型的诚信装饰企业,都舍得花钱去搭建实景样板房平台,以1:1的实景向社会展示,以“家文化”的臂力拥抱消费者。通过对新、旧材料产品的对照,给消费者得到全新的装饰装修知识;通过设计师对实景样板房的讲解,给消费者带来全新的审美理念;通过软装知识和装饰预算的公益讲座,使消费者融入装饰,感受“家文化”的美好。

上海住宅旧改新装饰装修进入了一个新时代,它是一项长久的值得研究的系统工程,市场总量庞大,前景看好,但存在的问题也多。在全面决胜小康社会的今天,我们要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,坚持“顶层设计”新思维,持之以恒,久久为功,使这项民生工程得到可持续健康发展。

上海灯具城推出“放心消费体验区”

作为上海规模最大的灯具展销集聚中心——上海灯具城,在“3.15消费者权益日”这一天正式推出了“放心消费体验区”,重点打造“读、写、用作业台灯”专项体验,为广大市民特别是中小学生在开一个照明文化园地。

据悉,上海灯具城联合了欧普照明股份有限公司、昕诺飞(中国)投资有限公司、上海亚明照明有限公司、上海三思电子有限公司、上海绿荫高科技发展有限公司、松下电器(中国)有限公司上海第二分公司、青岛亿联客信息技术有限公司、上海光子信息技术有限公司等8家品牌企业,打造出的放心消费体验区,集展示、体验、科普、交流于一体,通过实现线下充分体验了解,线上便捷购物的新零售模式,“零距离”对接市民。据透露,上海灯具城以后还将以市民需求为导向,服务于上海设计之都、品牌之都、时尚之都建设,

以科创+创意的视角不断向社会呈现灯饰照明体验节目。

上海灯具城是一家有着24年发展历史



的专业灯具市场,是全国重要的灯具集散地之一,总面积约7万平方米,共计138家中高端品牌入驻。在发展壮大

过程中,灯具城经历两次重大转型,第一次从计划经济向市场经济转型,形成专业市场经营;第二次从市场经济向功能服务平台转型,完全摒弃传统物业出租模式,以节能环保理念,重新定位和精心设计产业平台化市场。上海灯具城先后被授予上海市现代照明产业生产性服务业功能区、上海市虹口区科技园区、国家诚信市场、国家知识产权保护示范市场、上海市知名品牌示范园区、上海市优秀消费维权联络点等荣誉称号。

上海灯具城负责人表示,这种以实景灯饰照明体验为载体的服务模式,丰富了灯具城产品销售、展示展览、信息交流、咨询投诉和科普教育的内涵,满足了广大市民增长灯光知识、开阔应用眼界、放心消费采购的美好向往。体验区作为一个放心消费公共服务平台,将长期设在灯具城商场大堂供市民参观体验。(李兴龙)

好的产品自己会“说话”

——访厦门卓众石材有限公司董事长王华杰

在竞争激烈的石材市场,石企应当如何在细分领域里打造好自身产品,以赢得一席之地?对此,多年来致力于打造高端外墙石材品牌的厦门卓众石材有限公司交出了答卷。卓众石材董事长王华杰说,好的产品自己会“说话”,但“说话”的底气不仅来自于从源头开始便严格把控的产品品质,同样需要依赖于精准的产品市场定位以及后续完善的服务链、供应链来支撑。

甄选优质矿山,从源头把控产品品质

为了保证良好的源头效应,王华杰身体力行,亲自从源头上把控产品品质。2017年下半年,王华杰走遍12个国家,考察了60余座矿山,力求为后续市场臻选上等材料。目前,王华杰已将罗马紫、美第奇灰、太古世纪、玫瑰金四款高端外墙石材纳入囊中。有了“沉香米黄”的外墙市场积淀,在矿山的选择上,王华杰似乎更有心得:“去矿山考察不是只看料而已,在这过程中,我们更看重的是矿山的稳定性,在考量它的平面面积、纵深面积、纹路变化的同时,还会侧重考察当地成熟的工程案例。”

在石材行业沉淀了十五年的王华杰,

对于产品源头的选择独具慧眼。他认为,市场存在不确定因素,因此,矿主与采矿者之间的“默契配合”至关重要。也就是说,在合作过程中,矿主要能够配合企业,根据市场供求的变化,增减相应的开采量。与此同时,这在某种程度上直接影响了后续的市场供应程度与企业的战略方向调整。“因此,源头选矿,应审慎行之。”

以精准定位和完善服务拓展市场

在开拓沉香米黄市场之初,卓众石材投入大量精力以提升其影响力。经历了石材市场最低迷时期,加之其他不稳定因素,沉香米黄最终在石材市场上站稳脚跟。

虽然在推广前期走过不少弯路,但这也使王华杰深刻意识到,产品的价值不应只停留于虚高的价格上,产品本身的硬度、吸水率、致密度等特性,在价值的判断上更具话语权。随着“高层豪宅、高档别墅”的定位逐渐明朗,沉香米黄在高端外墙市场的需求也愈发迫切。

除了强调产品自身特性,完善的服务也是卓众石材的发展重点。目前,卓众石材已在全国十七个城市设立售后服务部,进一步拓宽客户渠道,如幕墙公司、装饰

公司、设计院等,力求为全国各地的合作商提供优质服务。

不仅如此,2016年聚石尚工程中心的设立,在保证质量的同时,用心服务每一个订单,意味着公司的销售服务再上新台阶,真正做到用服务为“正宗沉香米黄”的品牌增值。

打造沉香米黄市场取得的显著成效,也为卓众石材积累了宝贵的新品推广经验。无论是亲历了意大利“教皇城”七百多年辉煌历史的罗马紫(源于意大利拉齐奥大区),亦或曾目睹整个佛罗伦萨灰色建筑风采的美第奇灰(名称源自于欧洲文艺复兴教父“美第奇家族”),王华杰相信,随着市场推广的成熟与活跃,未来,这些产品都将助力卓众石材在打造高端外墙石材第一品牌的道路上越走越远。

用产品的真实性为其赋予故事

作为目前国内市场上沉香米黄最大的供应商,王华杰认为,沉香米黄的热销得益于其本身的故事性。

追溯至2009年沉香米黄初露市场之时,它的养成之路并没有当时其他“爆款”来得顺遂。在“价格战”的影响下,彼时初进市场的沉香米黄和市面上其他品种一

样,常常被市场价格所左右。

“我们用了8年的时间打造沉香米黄的影响力。”王华杰说,受期间市场气候的影响,沉香米黄走的路比其他品种还要长一些。在这个过程中,王华杰对于沉香米黄的认识更趋深入。“现在很多石材都讲故事,但我认为产品的‘故事’最终要追溯到它的本质和真实性。”

什么是产品的本质和真实性?也就是我们在讲产品、讲品牌故事的时候,应该从矿山、地质形成、开采历史及检测报告,包括具体的吸水率、密度、抗压强度等特性出发,深入透彻地分析石头的本质,并将这些要素作为产品“故事”的依据。

在王华杰的认知里,产品要讲品牌故事,将重心放在情怀,甚至某些高大上的点上做文章并非最大的亮点,而应当在以具体特性为依据的基础上,加以部分情怀融入其中,才能达到锦上添花的效果。

王华杰表示,未来,卓众石材将在高端外墙市场上持续发力,在传递品牌故事的同时,投入匠心,用优质产品铸就更多经典。(海丝)

德国西曼帝克橱柜家具亮相“设计上海”

3月6日-9日,“设计上海”(Design Shanghai)在上海展览中心举行,其中,德国知名奢侈品牌西曼帝克 SieMatic 以其创建90周年的纪念巡回展首次登陆中国上海,并携最新一代无拉手橱柜 SLX 系列在上海举行了亚洲首发仪式。德国西曼帝克出口部总监 Matthias Weiss 先生阐述了品牌定位,对中国家居市场充满期待。

设计创新是打造一个品牌的内生驱动力,正是源于不断的突破自我,对细节的严苛把控,成就了西曼帝克将近一个世纪的传奇。作为世界上第一套无拉手橱柜家具的缔造者, SieMatic 本次展出的重点——“第四代无拉手橱柜 SLX 系列”得到了前来参观设计师的追捧和点赞,很多部件均为纯手工制作,彰显了传统的工匠精神,多项技术及产品工艺均已成为专利保护。

据悉,早在1960年,德国 SieMatic 橱柜家具就在世界上设计出了一代无拉手橱柜家具,1988年是第二

代,2009年是第三代,2019年诞生了第四代最前卫的高技能的无拉手厨房 SLX 系列产品。在“设计上海”展示厨房整体家具的3D拉手是历时两年半开发出来的,完全符合了人体工程学的标准,从橱柜的“开启弧度”到门板的“铣型角度”和“手指弧度”等要素方面都一一吻合,创新工艺让人刮目相看,同样极大地满足了人们的心理审美;再加上透明玻璃门的通透灵动,鱼骨纹背板的低调奢华,素雅天然的陶瓷台面和精致的木饰面吧台,营造出整体优雅、宁静、和谐、富有诗意的厨房空间美,诠释了西曼帝克充满了人文关怀和实用的设计理念。与其说是厨房,不如说是当代优雅的艺术和文化的的生活空间。

目前,创意设计的西曼帝克创造了三种高端橱柜家具风格,分别命名为“Pure——现代简约”“Urban——自由都会”和“Classic——新古典”,这些富有文人情调的厨房家居,在国际厨房设计领域中开创了新一代无拉手橱柜家具,1988年是第二

第23届古镇灯博会在广东中山华丽绽放

以“灯饰原产地,服务全球60亿人”为主题的第23届古镇灯博会暨2019古镇灯饰生产设备、原辅材料及配套服务展(春季)于3月18-21日在广东中山古镇华丽绽放。本次盛会由中国照明电器协会、中国灯饰之都(中山·大涌)共同主办,在中山市人民政府的大力支持下,全力聚焦中国灯饰之都——中山古镇灯具制造和展销的优势,以1+7展店联动形态,充分展示灯饰行业近年来所取得的创新成果。

据悉,本届灯博会,灯都古镇会议展览中心与利和灯博中心、华艺广场、星光联盟、时代广场、恒盛广场、华裕广场、路都城强强联合,整体上形成八大会场,超150万展览面积,集2000家灯饰名企于一体的“大大会”格局。

亮点一:众多名企齐聚,实施一站式采购。

本届灯博会主会场参展企业达805家,主要有欧曼照明、暗能电源、上海晶丰光源半导体、奥拓照明等;灯博会设置七大分会场,飞利浦、欧普、新特丽、科航照明、伊莱姆等一批国际灯具品牌名企闪亮登场。

亮点二:特设智能家居照明专区,紧跟行业发展。

灯博会主会场展品类别丰富,涵盖装饰灯、家居照明、电工电气、商业照明、LED技术与照明、户外照明等中游成品;而同期举办的3D打印、服务等超百家优质企业纳入了自身板块之中。主会场精心打造“智能家居照明馆”展区,不仅提供品牌智能家居产品,还包

括智能系统接入整体家居装饰照明控制方案。

亮点三:多场高端会议,引领产业潮流趋势。

由中国照明电器协会、中山市古镇生产力促进中心联合主办的“智能照明产品与应用创新论坛”于展会期间举行。论坛与创新技术、创新标准、智能家居、智慧建筑、智慧城市等系统方面展开讨论。此外,“2019灯饰行业市场前景趋势及海外市场拓展报告”“创新知识产权保护,助力灯饰产业转型升级”“灯饰行业社群营销技术分享会”等高端论坛也围绕灯饰照明产业的可持续发展进行战略性思维的交流。

本届灯博会高端会议携手中国之光网·明课堂共同打造照明行业系列线上讲座——古镇灯博会明人在线,在A馆侧厅直播间与现场、线上的灯饰照明人士一同探究行业新机遇,为产业转型升级提供新思路。在C馆侧厅,阿里巴巴联合授权服务商中山朝晖再次联手古镇灯博会,为线上线下数十万专业买家带来跨境电商峰会及48小时直播盛宴。

亮点四:人性化电子服务,全面打造智能展会。

本届灯博会开通了“灯饰在线”,将服务与展品在网络上全面打通,八大会场中的信息、产品、展商、会议、交通等线上资源多路汇集,线下配套服务一体化,实现了举办一届“365”全天候线上线下不限时空的国际灯饰博览会的心愿。(中国古镇国际灯饰博览会)

新趋势 新变量 新商业 2019AIoT智能家居高峰论坛在沪召开

2月27日,在2019 R+T Asia 亚洲门窗遮阳展上,由中国智能家居产业联盟(简称CSHIA)主办的2019 AIoT智能家居高峰论坛引人注目。本次论坛以“新趋势 新变量 新商业”为主题,CSHIA 与来自荣事达、丰唐物联、日海艾拉、控客、雅观科技、创米科技的嘉宾代表一起,围绕智能家居市场的新技术革命、供应链创新、AIoT、全屋定制、场景矩阵、平台渗透、新零售布局等热点,共话行业发展趋势。



CSHIA 执行秘书长王胜阳发表《2019智能家居互联生态发展趋势》的主题演讲,他认为:产业纵向链构建完成,行业需要由控制思维转向运营思维;产品推出新升级迭代,AI成为构建智能家居新商业模式的“催化剂”。目前大生态渠道融合,地产商、运营商、装饰装修、平台方纷纷发力智慧家庭产业,生态链的下一站布局应该是服务。

合肥荣事达电子电器集团智能家居总经理杨其武分享了《AIoT创新驱动智能+转型升级》的主题演讲。他介绍,荣事达依靠体系构建、资源共享、技术创新,抓住智能家居产业发展的机遇,搭建智慧IoT云平台,正从家电制造企业向IoT企业转型,并伴随机制和价值观方面的转型。

丰唐物联技术(深圳)有限公司副总经理李海东先生以《无线智能家居如何配置大宅系统》为主题发表演讲。他认为,别墅、复式、大平层住户看重无线产品的

稳定性、兼容性和全屋控制能力,OO-MI 3.0就是致力于打造一个开放的智能家居控制平台,依靠本地边缘计算和触控式组网的优势,为用户提供一套高性价比的无线智能家居大宅解决方案。

日海艾拉物联网有限公司销售副总经理鞠洪伟先生在题为《物联网平台公司如何精准定位》的演讲中认为,随着物联网市场的发展,设备上“云”为制造商带来新的价值和机会。但是,设备上“云”面临着诸多复杂挑战。日海 Ayla 通用云网关就是以低成本、极简易用设备上“云”,改变设备的连接方式。Ayla 云网关具有内置的组件,可以接受到的设备消息发送到任何主流 IoT 平台,下行亦然,并能够自由控制数据,是智能家居物联网平台的集大成者。

杭州控客信息技术有限公司 CEO 林立先生带来《智能家居的流量与落地》的主题分享,他认为,智能家居市场的流量转化不等于项目落地,因为除了产品,智能家居项目还应该对交付和服务负责到底。控客依靠完备的产品能力、生产能力、

资金能力,布局全国29个省级区域,以完善的服务能力,将优质的服务带入到智慧公寓、智慧办公和智能家居项目中。

杭州雅观科技有限公司 CMO 林伟先生以《全屋智能呼唤第三方平台》为题发表演讲。他分析说,2018年下半年至今,全屋智能在地产渠道加速发力,市场爆发在即,空间智能化需求凸显,亟需整体解决方案。雅观科技针对这一现状推出一体化空间智能解决方案,通过定制化APP、Saas平台构建,打造全屋智能系统和智慧社区管理系统,为行业助力。

上海创米科技有限公司 CEO 李建新先生在《智能时代推动全屋安全》的主题演讲中介绍,创米科技致力于构建以AI为核心的用户体验系统,用AI改善传统纯硬件的产品体验,让用户省时、省心、省力、省钱地享受到最新科技产品带来的智能家居体验。创米十分重视家庭环境中的安全与服务,为此构筑了以AIUI为核心,以家庭安全为基础的智能家居微生态系统,并构建多样化家庭看护场景。(记者 张高青)