

“居”中有数

7649亿元

近日,艾瑞咨询发布的《2024年中国大家居后市场服务行业发展研究报告》预计,未来几年内,随着房地产市场的边际改善、大家居产品销售的增长以及消费者更新换代需求的增加,该行业的市场规模将继续保持增长态势,2026年市场规模有望达到7649亿元。

85%

目前,用户对互联网家装接受程度市场占比近60%,处于观望状态的用户占比26.5%,二者合计超过85%,这说明与痛点颇多的传统家装相比,用户对于互联网家装热情更高。此外,在地域分布方面,互联网家装目前在一、二线城市的接受程度较高。

8.7%

在家装市场,2024年,旧房改造、存量房翻新等需求占据市场重要份额。国家统计局数据显示,中国至少有2.7亿套房龄超20年的旧房有旧房翻新需求,规模达万亿元以上。据海通证券预测,存量房旧改未来的年均复合增长将达到8.7%。

“室”界潮流



浴室玻璃砖

在当下的家居潮流之中,不少曾经被打入“冷宫”的材料正悄然回归,玻璃砖便是其中之一,尤其在浴室设计领域掀起了一股新风尚。玻璃砖常被视作上世纪80年代建筑的尴尬遗存,那千篇一律、厚重且网格分明的半透明块状外观,在追求简洁现代感的进程中,显得格格不入,甚至被诟病为丑陋、过时。然而风水轮流转,如今它却摇身一变,成为浴室设计里酷炫而独特的表达。当下的家居审美,部分现代浴室设计走向了过度奢华的极端,巨型的大理石板堆砌、硕大无朋的无框玻璃屏风,虽彰显贵气却失了灵动与亲民。与之相较,玻璃砖的回归恰似一阵清风。如今的玻璃砖已然革新,褪去了曾经的粗笨感,材质更轻盈,透光性更佳,色彩也愈加缤纷多样。将其巧妙运用于浴室、入口通道等空间,既保障了隐私需求,又能让自然光线温柔透入,为空间注入精致灵动的趣味,赋予其别具一格的视觉魅力,满足人们对个性化、温馨家居环境的追求。



《逸境》是千思装饰首席设计师薛洋作品,荣获红棉设计奖·2024最美潮居空间设计奖。资料图片

爱与责任 成就整装金名片

千思装饰22年发展初心不改,持续领跑

通过自营方式,提升核心竞争力

说起前不久千思装饰在红棉设计奖上的卓越表现,王洁觉得这不仅是对其团队设计能力的高度认可,也进一步巩固了千思在行业内的领先地位。其实,在应对市场变化的过程中,千思一方面初心不改,另一方面又积极求变。

千思装饰创建于2003年,是一家集装饰设计、施工、家居软装等为一体的整体家居集团企业。千思品牌自诞生以来,就确立了“爱与责任”的核心价值观,“标准、透明、智能”的经营理念。在

众所周知,家装行业产业链较长,对于如何与合作伙伴建立长期、稳定的关系,王洁认为战略合作的关系是建立在共赢和共同发展的基础上。千思带给合作伙伴的是市场规模、品牌效应、销量,同时千思也要求合作伙伴不仅是一个大品牌,更是大牌中的高端品牌,不仅要求产品品质更优,还要更具性价比。

据介绍,千思每年定期访问材料供应商的工厂进行实地考察,了解生产工艺、质量控制体系和新产品研发情况。与

家装行业率先推出整装模式,为消费者带来了“透明化装修,标准化交付”的装修体验,推动了行业的发展和进步,先后荣膺中国整装名片、全国住宅装饰装修行业百强企业、整体家装领导企业等多项荣誉。

迄今为止,千思集团营业网点已覆盖长沙、株洲、湘潭、郴州、岳阳、衡阳、邵阳、怀化、永州、常德、益阳、娄底、吉首、张家界等湖南省各州市,以及湖北武汉、宜昌、荆州、荆门等地。

高性价比整装,真心赢得好口碑

材料供应商签订的合同中,明确规定材料的环保标准、质量检验方法以及售后等问题。

正是通过与材料供应商建立长期稳定的关系,千思确保所使用的材料质量始终保持在高水平。同时有助于获得更有利的采购价格,为客户提供更高性价比的整装。

如今,随着消费者对定制家居个性化需求的增加,越来越多消费者希望根据自己的喜好和需求,选择定制产品的款

如今,千思通过自营方式,提升核心竞争力,如自营定制工厂、自营广东家具厂、自有产业工人等,带给消费者更好的装修体验。去掉中间环节,不仅可以降低中间环节的成本,还能提高产品研发效率,提升产品质量等。让消费者花更少的钱,享受更高的品质。

千思自营化策略为消费者提供高品质、高性价比的整装产品和服务,吸引了更多注重品质与性价比的客户,大大提高了企业在市场中的竞争力。

式 and 颜色。要给消费者更好的产品,而不是更贵的产品。千思根据客户单身、婚恋、生育子女、三代同堂,以及老年等五个生活场景做划分,共情消费者在不同年龄场景中的所需所想,同时研发好的产品,打造好的服务,完善交付,通过真心赢得了良好的口碑。

总而言之,签订装修合同只是服务的开始,围绕“智能化、标准化、透明化、产业化”,实现新的突破和提升,进一步提高客户满意度,是千思装饰不断努力的方向。

● 孙占锋

作为国内首家自建集团总部大厦的装企、首家推出整装模式的装企、首家荣膺“中国整装名片”的装企,更是一家用爱与责任成就整装金名片的装企。

在千思装饰集团总裁王洁看来,以实力向上发展,始终走在行业的前沿,以口碑赢得市场,不负每一份托付,把客户放在第一位,把客户的满意作为最终追求,这是千思22载持续领跑的初心和原动力。

从千思的发展历程不难看出,能够实现持续领跑,从一家本土企业成长为中国整装名片,千思真正做到了坚守初心,真正践行了“爱与责任”的使命。

老板有话讲

22年是一个里程碑,更是新起点

需求,又要保证适合的成本、较高的交付服务水平。

这背后的驱动因素则是房地产市场进入存量时代。消费者对居住品质提升需求强烈,以及政策推动旧房改造与精装房市场发展。

如今,千思装饰投资建设定制工厂,以自己的产品研发团队去开发高定的工艺、高定的款式、高定的材质和高定的设计,并融入柜体设计当中,让消费者花一样的钱装修出更高级的家。

2024年是千思装饰22周年。22年,是一个里程碑,更是一个新的起点。未来,我们将继续坚守爱与责任的文化,不断创新,不断进取,持续致力于为更多家庭打造透明省心、健康舒适的人居环境,让家居生活更美好,为更多客户带来美好的装修体验。

千思装饰集团总裁王洁:我认为现在长沙家装市场主要以存量房为主,旧房改造和精装房装修的需求有一定的增大。这种变化对于企业的实力与品质,有更高的要求。

消费的降级与品质需求的升级,对企业的供应链和产品的研发、创新等方面有着较大的影响,既要满足品质化、个性化、多样性

金煌家装
高质量整装·好住不贵

热烈祝贺**金煌家装**当选长沙晚报2024年度
高质量整装领军品牌

岁末感恩钜献 | 政企双补大酬宾
2025首批高质量整装样板
10万钜惠全省火热抢订中 ...

☎400-0460-999 地球仪 www.jinhuang.com