

# 复产 家居企业要破解用工荒难题

□ 本报记者 陆俊 文/摄

家居制造企业面临的人工荒,可能比预想的严重。当前,各行各业都在积极组织复工,浙江、广东等地还出现了包专列甚至包专机从西部省份接工人上班的情况。但是,这样的招人方式毕竟是特殊时期的特殊策略,对于沿海地区庞大的用工量来说,无疑是杯水车薪。而家居制造业,作为相对传统的劳动密集型产业,企业用工量巨大。进入三月份,企业陆续复产,用工荒可能是行业未来面临的一个考验。

## 用工缺口还很大

广东顺德一家厨房用具制造企业负责人告诉记者,他们企业2月份就开始陆续召回工人复产,但是到目前,工人的缺口还是非常大。很多原来的老工人回老家过年,因为疫情的原因要回不来,要么不愿意回来。而往年作为新工人主要来源地的人力资源市场,很多都处于停滞状态。因此,企业的招工成为一个令人头疼的问题,整个珠三角地区,外来找工作的人比往年少了很多。他说,企业工人招不齐,生产必然会受影响,虽然目前全球疫情爆发,经济形势不好,订单下降,但是从企业长远发展来看,用工难问题



必须要尽快解决。

一位业内专家表示,家居制造企业作为传统的劳动密集型企业,用工量非常大。虽然近年来行业在推动自动化、智能化生产,很多企业在进行“机器换人”的升级、改造,但是这样的升级不是一朝一夕就能完成的,至少目前家居制造业主流还是用工量很大的传统生产流水线。因此,用工荒,对于家居制造企业来说,影响非常大。

## 全自动化生产还不是主流

记者曾在不久前参观过珠三角几家大型家具生产企业,这些企业都宣称采用了自动化、智能化的生产方式,即将向“工业4.0”阶段迈进。但是记者看到,虽然有几个车间的确采用了自动化、无人化生产,智能机械臂代替了人工,但是这样的自动化生产车间占比很小,大部分生产车间还是传统的生产流水线,流水线上布满了工人,一眼望去,工人密度还

是很大的。

记者在考察中发现,家居制造企业智能化、自动化率最高的,是仓储物流系统。据企业负责人介绍,仓储物流是相对容易实现全自动化运行的地方,因为目前自动化仓储物流技术是比较成熟、实用的。但是在生产车间,很多环节和流水线主要还是依靠人工。

## 用工荒不是今年才有的问题

用工荒,早在几年前就是很多行业面临的难题。而今年特殊时期,人员流动受阻,用工荒将更加凸显。如何克服今年可能更加严重的用工荒?一些企业负责人表示,疫情过去之后,将加大招工力度,还会提高工人的薪酬待遇,为员工解决后顾之忧。三维度企业负责人表示,三维企业应用于家具业的云制造系统,将后端生产与前端需求进行了对接,实现了行业的“前后端一体化”,能够极大地降低工厂对人员的要求,使生产更准确更快速,使生产里面的半成品部件的流动更加地快速,减少人员的使用量。

有专家认为,即便没有疫情,中国劳动力人口红利的减少,也将使劳动密集型行业面临越来越严重的用工难题。这一问题将是是中国家居制造业长期面临的难题,目前已经到了亟需解决的关口。

# 齐家网发布家装用户调查报告:更多居民转向线上家装

受疫情影响,广大线下企业复工复产时间严重延后,传统家装企业也不例外,导致居民的家装需求无法在线下得到释放。在此形势下,居民是否会放弃原有的装修计划?如果坚持计划,又如何满足家装需求?

为充分了解居民在疫情期间的家装需求变化,近日,齐家网联合乐居财经家居针对广大家装用户展开调研,并结合行业第三方监测数据发布了《新冠疫情期间家装用户调查报告》,旨在充分厘清疫情对家装用户需求的影响,预测疫情过后家装市场的发展方向,为家装企业的转型升级提供参考。该报告分析了疫情期间居民家装需求的“四大变化”,指出居民家装需求不但未被抑制,反而因长期的居家隔离生活而大幅增长,为满足家装需求,更多的居民开始探索互联网家装。

## 居民家装需求不减反增

此前,新浪家居在一份调查报告中指出,六成以上的居民不会因为疫情而放弃装修。事实上,疫情非但没有抑制居民的家装需求,还促使家装需求大幅上涨,齐家网联合乐居财经家居发布的这份报告指出,由于长时间的居家隔离生活,居民对居家体验的优劣有了更深刻的理解,在对自家家装环境重新审视的过程中,62%的居民发现家里装修不如人意,想重新改造,居民家装需求较疫情前反而有了较大幅度的上涨。

随着居家生活的不断延长,居民改造家装环境的需求愈加迫切,不再简单表现为对不满,而直接反映在行动上:疫情期间,不少家居产品销量大幅上涨,

电压力锅、电烤箱、微蒸烤一体机等厨房小家电,瑜伽垫、臂力棒、握力器等居家健身器材,智能音箱、智能马桶、扫地机器人等智能家居受追捧。

有意思的是,这些家居产品都不是必需品,更多的是为了提升现有的生活品质,满足人们对健康、快乐、便捷、舒适生活的“高阶”需求。受疫情影响,人们对自己“想装修一个什么样的家”似乎有了更清晰的认知,并急切地希望将个性化的需求释放出去。

## 更多居民开始探索互联网家装

家居产品等软装可以通过简单的线上购买而满足,那么硬装改造的需求呢?该报告显示,大部分居民认为自家硬装条件不佳,如通风差、采光差、隔音差、空间布局差等,并普遍希望对厨房、卫生间等重点家庭区域进行改造,甚至想把家重新刷新一遍……这些都离不开线下施工,这部分需求又如何满足?

相当一部分居民转向了线上,开始探索互联网家装。报告显示,疫情期间互联网家装新用户增长一改往年平稳趋势,出现了较大幅度的增长,2018年2月国内互联网家装用户占比为15%,2019年2月该占比平稳过渡至18%,而在今年2月则激增至32%。这其中,虽然一线城市仍是互联网家装的主力军,占比最大,但三线及以下城市也涌现了大量新用户,三线及以下城市用户总占比高达43%。

通过互联网家装,人们可在线获取装修信息、在线与装修公司沟通、在线下单、在线量房设计、在线选购建材,为线下施工做好一切前期准备,极大地缩短



工期。一旦疫情缓解或社区的严格管制结束,即可开展线下施工,而人们甚至无需亲自到施工场地,通过线上直播也可实现施工监督。对有急切家装需求的居民而言,互联网家装极大地满足了他们的需求,缓解了他们的焦虑。

除了推动家装流程的加速,疫情期间,人们还广泛利用互联网家装获取家装信息、学习家装相关知识,以掌握更多的家装自主权。该报告显示,40%的居民主要通过齐家网等家装垂直平台获取信息,家装垂直平台成为最主要的信息渠道,但值得注意的是,家装视频直播开始兴起,并发展迅速,超90%用户通过电商、微博、微信等平台,在所有渠道中占比33%。

而在内容形式中,视频课堂最受欢迎,55%的用户表示通过视频课堂学习家装知识,短视频以多媒体、形象化的方式将晦涩难懂的家装知识简单地拆解开来,便于理解,因而广受追捧。除此之外,人们还会结合装修常识文章、装修效果图文案、家居产品介绍等多种内容,在脑海中一步步构建理想的家装模样。

从报告可知,居民的家装需求不会因为一场意外而被抑制,在特殊时期,线上家装更能满足居民的需求,因而吸引了大量居民向线上家装转移,无论疫情结束后是不是会有部分用户依旧选择回到线下,但互联网家装这波用户教育已经完成了。

# 老房翻新需求井喷 定制家居市场蓄势待发

疫情更让人们产生了大量翻新家装的欲望。就目前市场状况看,以老房和二手房为主的再次装修需求,继超越毛坯房市场产值和规模后,2020年将继续深化其对家居建材行业的巨大影响力。而部分定制家居企业的先行创新作为,亦将助推存量房家居市场的全面胜利。

“今年疫情期间基本宅在家里,在家的时间里,我常常对着天花板感叹:天哪!家里的装修怎么惨成这样?为什么做菜时总感觉厨房太凌乱?为什么家里收纳成大问题?为什么总是没有安全感?”一位网友表示,自己房子20多年房龄,当时是请木工打制的家具,如今有很多已经出现破损、功能缺失等状况,“疫情过后第一件事,就是要家里重新翻新一番!”

经验丰富的王师傅告诉笔者,春季本就是传统的存量房翻新季,而一场忽如其来的新冠疫情,让更多人开始重新审视家居环境,对自己的居住习惯、生活场景有了新的展望,对房子的品质有了新的憧憬。

近期一份针对全国超过11个省、市、自治区,累计5175份调查问卷的网络调查也显示,相比换房,考虑重新装修、局部装修和调整功能的需求分别占到12%、13%和19%,也就是说,消费者对于住房的翻新改造意愿总计达到44%,这个数据比往年大大增加。

事实上,趋势早已显现。据奥维云网(AVC)数据评估推总,从住宅装修市场的产值结构来看,老房及二手房翻新市场在2019年合计占比超过40%,2020年将超过42%。而毛坯商品住宅市场的比重持续下降,2019年预计略低于23%,2020年可降至17.6%,毛坯房市场在2020年也将低于37%。由此,存量房翻新超过毛坯房市场产值规模的时代将继续深化。

政策上的提纲挈领,亦为老房翻新家居市场注入强心剂。自2019年初以来,国家政策多次提及“旧改”,年初的两会,总理在《政府工作报告》中已经提到“要大力进行改造提升城镇老旧小区”,4月三部委(住建部、财政部、发改委)发文《关于做好2019年老旧小区改造工作的通知》,6月国常会明确要推进城镇老旧小区改造,并对城镇老旧小区改造安排中央补助资金。此外,各地政府以及银行也出台了一系列政策来支持中央“旧改”的推进。

可以预见,随着城镇化进程的不断推进,消费结构的持续升级和二次装修需求的逐步释放,“旧改”红利的产生等变化成为家居行业的新机遇,大量重新装修、翻新、局部调整的需求,将为家居市场持续带来重大增量。

针对来势汹汹的老房和二手房装修时代,很多家居公司也开始重视快修、局装、老房翻新等家装后市场业务。欧派、我乐家居、索菲亚、尚品宅配等头部上市定制家居企业都布局了一定的力量,并在不断探索和创新方式方法。其中,我乐家居的做法被广为效仿。

我乐家居根据房主的需求,为其量身定做局部改造+全屋定制的方案,消费者可以选择厨房、客厅、卧室、书房、衣帽间、餐厅、阳台、储藏间、活动室等任一空间进行局部重装,也可以进行全屋的整体定制换新,推动旧房焕新颜。根据反馈,这种改造方式得到业主的高度认可。

此外,老房装修对装修工期、环保、装修噪音和装修垃圾处理都有着特殊要求,定制家居企业也着重深入研究和研发新技术、新型装修方式等,以提升客户满意度。比如,我乐家居研发的新型护墙板产品,不仅具有耐脏耐磨耐擦、防火防腐防水和保暖隔音等多重实用特性,还通过我乐家居独特的金属龙骨架和干挂新工艺,实现了工期的快速缩短。并且,墙板装修时近乎无胶化施工,无需油漆甚至无需水泥砂浆等湿作业,能有效保护原有的家装环境。

除了功能和品质外,消费者对旧房改造后风格焕新的关注前所未有。老房装修更多的是改善型用户,这些消费者注重改善家居颜值,因而对设计师和设计的要求越来越高,这加速了具备设计优势的高端品牌的胜出。我乐家居依靠“原创专利设计”,为旧房提供整体风格的把控,并优化改造有限的室内空间,重装出功能分区、打造更为合理、颜值更为时尚个性的新家,广受消费者尤其是城市中产和新中产的认可。

对趋势敏感的眼疾手快者已经将市场份额顺利拿下。2018年业绩数据报告显示,欧派在北京二手房改造业务占到总业务量的7成;我乐家居存量房装修翻新比例在持续上升,尤其是在一线城市,比例已经占40%以上,并呈逐年上升的趋势;索菲亚客户订单新房从73%降低到66%,二手房,翻新房呈增长态势。而广州尚品宅配东宝店2017年一半以上销量来自于存量房。

无论从政策、需求、规模、产值,还是成功案例而言,老房翻新在家居领域都具备了快速腾飞的条件和逻辑。未来,谁将是这条赛道上的“快鱼”和“前浪”,谁就将掌握更多资源、最终笑傲江湖。

# 警惕疫后家居消费纠纷增多

购买家居产品动辄数万元,都属于大额消费,若有企业经营不善,面临倒闭的风险,作为消费者极有可能也会因此蒙受损失。笔者采访了家居行业资深人士,他们就疫情后家居企业可能面临的问题以及消费者该如何维护自己的合法权益做出了提醒。

日前,根据人民法院公告网最新信息显示,截至今年2月份,全国至少有14家卫浴企业被法院发布破产公告。公告显示,导致卫浴企业破产的原因多为资金困难、欠款未清。

疫情彻底打乱了企业的正常规划和节奏,生产、交付的延迟以及销售的影响,家居企业面临的压力显而易见。疫情发生后,不少企业都受到了严重的冲击,面对严峻的考验,会不会如业内人士预测的那样,迎来“倒闭潮”?

陕西省家具协会会长、福乐集团董事长靳喜凤表示,从客观上讲,应该会有一些企业无法抵御风险。毕竟家居作为重资产行业,钱都压在货里。但是疫情期间,无法生产、复工,甚至营销,资金周转都是问题,这些势必会给企业造成负担,如果企业本身经营能力弱,就可能撑不下去。

费者造成了很大的伤害。那么,在这个特殊时期,会不会加速一些家装企业的倒闭?

西安住宅装饰协会秘书长王建峰表示,疫情结束后,家装行业可能会迎来小“爆发”,但目前装修行业存在的较大问题就是留不住人以及无法交付。家装企业与建材家居产品相比,形式更加传统,从定方案到施工所有的环节都要靠线下人工来完成。尤其是从事家装行业的工人都是来自五湖四海,不少工人不能及时到岗。加之,本来年后就是装企人员流动较大的时候,在这个关键时期,停工势必会影响部分工人、设计师、销售人员收入,加重人员的流失。还有不少人眼下无法交付,即便疫情结束后,如果上下环节衔接不当,交付能力仍然是个重要问题。

人员流失影响企业运营,交付能力影响消费者对企业的评判,这两个因素会给家装企业生存带来困难,甚至会导致装企倒闭。

优胜劣汰是自然发展规律,有些

## 南通中院发布消费者权益保护典型案例

# 网售12万拼补红木家具被判赔36万

3月14日,南通市中级人民法院在线举行涉消费者权益保护案件审理情况新闻发布会,并公布典型案例。南通中院新闻发言人陈向东介绍说,2019年,全市法院共审结消费者权益保护案件501件,和2018年相比增长7.6%,大部分均为民事案件,其中涉消费者权益保护涉及领域更为广泛,消费者权益保护案件不仅有传统的买卖合同纠纷、网络购物、产品责任等案件,电信、快递物流、医疗、旅游、餐饮、娱乐、家政等服务合同领域均有不同数量的消费者权益案件,涵盖了社会生活的方方面面。

2018年4月27日,吴某从淘宝网上为新居购买了一套价格12万元的“大红酸枝葡萄沙发8件套客厅沙发椅”,收货后吴某发现红木家具存在多处损坏,此外还发现了多处裂纹以及拼补痕迹,家具上的雕刻图案生硬、粗糙,显然亦非网页宣传的手工雕刻。吴某多次与店主李某就退货问题协商未果,遂向法院提起诉讼。

如皋法院审理过程中,吴某提交了一份南京林业大学出具的《木材鉴定报告》,结

论为:1.该套沙发用材为蝶形花科 Fabaceae 黄檀属 Dalbergia 的树种 Dalbergiaspp. 市场上称为“大红酸枝”。2.该套沙发存在大量拼补情况。3.该套沙发的雕刻主要为机雕。李某认为,红木家具制作过程中因材料问题原因存在拼补,属于正常现象,鉴定结论不能证明案涉家具中拼补的比例超过国家标准。

如皋法院经审理认为,本案中,李某以虚假和引人误解的商品说明出售商品,诱使吴某作出错误的意思表示,可以认定为欺诈行为,判决李某退还家具,李某退还货款并赔偿吴某36万元。

消费者在网购商品时经常会遇到收到的商品和网页描述不一致的情形,而商家总有各种理由“套路”消费者,面对这种情况消费者又应当如何维护自身的合法权益呢?首先,树立理性的消费观。网上商品鱼龙混杂,消费者切忌贪便宜。本案中,吴某购买的红木家具在实体店售价一般在三十万元至五十万元,案涉家具材质虽与宣传一致,但却存在大量的拼补以及工艺问题,所以价格才会低的如此“诱人”。(南通)