

●隔板抽屉五金件单加钱 ●换颜色加厚背板另算账

家居定制套餐 好吃不好吃？

简约北欧的客厅、田园美式的厨房、精致轻奢的卧室……面对即将到来的“金九银十”销售旺季，各家品牌推出了款式多样的定制套餐。然而，看似划算的套餐背后，却暗藏着限制选择款式、限定柜体背板厚度、抽屉和五金件单独收费等各种套路。

探访 1

家居卖场促销五花八门

“消费满 10000 元减 1000 元。”“全无醛，巨划算套餐！”北京十里河居然之家卖场内，多家品牌店的门口都摆放着宣传展板。

“您要装修吗？最近优惠力度很大，进来逛逛。”索菲亚的销售人员热情地向记者推荐一款 26800 元的定制套餐。

在强力家居门店，销售人员则给记者推荐了一款 18 平方米、15999 元的优惠套餐，套餐外再消费 4800 元还将赠送一款价值 5880 元的床垫。

在红苹果门店，销售员更是将记者拉进了一个名为“红苹果 40 周年庆”的内购福利群，买一送一的床垫、秒杀价的全屋定制套餐、优惠的爆款沙发……10

分钟内，群里就甩出了 14 款产品海报，还有消费满减的活动。

“这是我们近期最划算的一个活动了。”销售员说，十里河的红苹果门店刚刚重新装修亮相，许多样品都是最新款上市，“像这款橱柜，就是最新的，刚通知可以参加立减 3000 元的定制套餐优惠。”

在东四环的红星美凯龙北京至尊 Mall 卖场，多个品牌也在卖力推销最新的优惠活动。“40 周年庆活动优惠多，月底就截止，看上的就要抓紧定下来。”红苹果门店的销售员向每一位进店的顾客重复着这句话。“现在门店在做活动，商场也有促销活动，等于享受折上折，很划算。”曲美家具门店的导购还用计算器计算着满就送、送后再补的优惠幅度。

探访 2

品牌门店产品价格普涨

记者在走访中发现，定制套餐是销售人员口中的主打产品。“22 平方米只需 20998 元”“26 平方米低至 20998 元”“全屋配齐只要 38888 元”……几乎每个品牌都有 1 到 2 款定制套餐，套餐内的平方米数能用于家庭装修中，大多数的柜体，比如衣柜、电视柜、橱柜等，超出部分则按不同产品单独计费。而相比去年，这些产品的价格均有所上涨。

索菲亚的销售人员直言，今年门店产品的平均售价比去年上涨了约 20%。“不过，套餐价格差不多，主要是超出套餐的部分，去年按 1511 元/平方米计算，今年按 1699 元/平方米计算，每平方米就多出 188 元。”她表示，套餐是为了宣传引流，因而涨价主要体现在套餐外。红星美凯龙北京至尊 Mall 卖场的红苹果销售人员同样表示，每年基本都会涨价，涨幅在 10% 左右。

一位在卖场工作多年的导购则告诉记者，今年各大

品牌基本都上调了价格，比如欧派上调了两次价格，红苹果和索菲亚各上调了一次，只是不同品牌涨价方式不同。

家居产品的涨价幅度有多大？各品牌没有明说，但有两个细节可做参考。

儿童家具品牌康朴乐日前被传出一份产品调价函，表示因原材料价格不断上行，致使生产成本上升，从 2021 年 9 月 1 日起，全线产品出厂价进行上调，上调幅度在 8% 到 10% 之间。

箭牌家居新近披露的招股书则显示了近三年主营产品的提价幅度：2018 年到 2020 年，卫生陶瓷类产品坐便器的单价分别为 570.16 元/件、631.60 元/件、630.79 元/件；盆类单价分别为 140.71 元/件、147.76 元/件和 135.79 元/件；蹲便器单价分别为 85.87 元/件、98.07 元/件、95.37 元/件。龙头花洒类产品淋浴花洒销售单价分别为 332.26 元/件、384.66 元/件和 368.57 元/件。粗略计算，涨价幅度在 10% 上下。



探因

材料价格人工成本齐涨

多位行业人士表示，当下家居行业的价格上涨，与原材料价格上涨和人工成本上涨密不可分。

以原材料中木材来说。中国作为全球木材进口大国，供应量大多依赖进口。据海关数据显示，去年中国累计进口木材金额约 160.5 亿美元。全球疫情暴发，限制了木材全球流动，引发一连串的“蝴蝶效应”。

据全球木材产业调研机

构 Random Lengths 数据显示，自疫情暴发以来，全球木材价格上升 188%，截至今年 3 月 11 日，每千板英尺的木材价格高达 1044 美元，相当于每立方米 442 美元，约合人民币 2730 元，创历史新高。木材涨价为下游企业的成本控制带来压力。

“拿实木复合地板来说，今年原材料价格已连续上涨两次，售价 300 元/平方米的普通实木复合地板，涨价幅度在 6%。家装中最常见的

防盗门，今年内的成本上涨幅度也在 200 元/个左右。”一位家居负责人告诉记者，水泥、砂浆的原材料价格涨幅也在 10% 左右。

另一个影响家居行业价格上涨的因素就是人工成本。据介绍，自去年至今，北京的装修市场中，水、电、木、油四个工种的人工成本均有约 10% 的上涨，而瓦工的人工成本上涨幅度更大，一位熟练瓦工单日的人工费用最高可达 800 元。

探秘

低价套餐背后藏套路

“我刚掉坑里了，39800 元的套餐，增项下来 69000 元。”“我家 24 平方米，用的 19999 元活动套餐，最后定价 45000 元。”小红书

上，一篇“全屋定制防坑指南”的笔记下，网友们纷纷留言自己在装修中踩过的“雷”。

价格上涨的态势下，消费者更青睐于选择总价相对较低的套餐。这些低总

价的定制套餐，被业内视为引流套餐，为的就是吸引消费者进店，进而付费成交。然而，记者在调查中发现，各品牌面对装修旺季推出的引流套餐，背后的套路并不少。

套路1

套餐内平方米的计算方法

在记者的询问下，强力家居的销售员方才告知，18 平方米、15999 元的优惠套餐，是按照投影面积计算，也就是柜子的长度乘以宽度不大于 18 平方米时，按 15999 元计

费。按投影面积计算，简单易懂，但套餐内的柜体结构相对简单。比如这款 15999 元的套餐，只包含两块隔板和一根衣杆，其他隔板、抽屉、五金件等都要单独计费，一个抽屉就得

499 元。“如果想做多隔断的衣柜，您确实也可以按使用板材的实际面积即展开面积计算。”直到记者提出是否可按展开面积定制，该销售员才给予肯定回答。

套路2

套餐另设升级项或增加项

在红苹果门店，记者仔细询问了销售人员推荐的一款 22 平方米、19800 元“普惠”套餐后发现，不仅柜体的颜色和拉手的样式被限制在指定的范围内，而且柜子背板的厚度也和其他部位的板材厚度不同。“套餐内的背板是 5 毫米厚度，如果升级到 18 毫米厚度需要另外收钱，大约 299 元/平方米。”按其所说，背板太薄会影响柜体的稳定性，如果按平方米数全面升级背板，需要在套餐之外再加 6578 元。

另一款报价 16800 元的定制套餐，则要单独为推拉门的滑轨、抽屉、镜子和五金

件付费，一个滑轨就得 2000 元。

在索菲亚门店，一款报价 20998 元的定制套餐，同样只能选择十来款颜色的木板，大多样式都比较老气。而一款报价 26800 元的定制套餐内，包含的柜门把手只有两个，且只能选择最小、最简单的两款样式。“除了这两款样子，其他都是要另外加钱的，从几十元到几百元不等。”销售人员给记者推荐了一款尺寸较大的把手，单个售价在 200 元。同时，如果记者想选用长柜门，还需要另外安装拉直器，也是 200 元一条。

一位资深销售直言，推销定制套餐时，一般都是用低价先把顾客吸引过来，再慢慢劝顾客升级，诸如挂衣杆升级成更牢固的、背板升级成更厚的、五金件升级成更美观的，这儿一点那儿一点，至少得增加 3000 元到 5000 元。

“用提价来对冲影响，属于行业正常行为，但得让消费者在消费前了解得清楚明白。”在业内人士看来，理性的消费者主要看产品，产品质量好且服务又周到的情况下，合理的价格上涨消费者是可以接受的。

(北晚)