（上接D03版）

居然之家尚屋生活馆聚集了一批中高端家居饰品。

■ 行业分析

国内外差异

国外不存在“硬装”和“软装”的概念，因为在美国和日本的房屋不需要消费者进行地板、门窗、墙面的“硬装”，而软装饰品才是真正完成居所装饰形成个性空间的主角。中国的房地产发展现实，导致消费者不得不先完成功能性的装修，再满足精神需求的装饰。多出来的“硬装”环节滞后了国内家装饰品的发展。

专业软装服务缺失

与提供硬装服务的装修公司相比，软装领域的服务并不多见。在北京市场，也仅有少数装饰公司提供软装收费设计服务，另外部分高端家居品牌店面有设计师根据消费者需求帮助选购搭配。而大多数消费者只能“随心所欲”买软装，在风格把控、产品搭配方面较难获得专业服务。

缺乏软装原创设计

国内饰品设计能力尚不成熟，抄袭现象随处可见。诸多进口一线品牌饰品在国内市场可以看到很多仿冒品，但在价格上仅为几十分之一。

缺少原创设计氛围和市场环境，投入大成本做设计却敌不过仿冒品的价格优势，成为制约国内软装原创设计进步的阻碍。

■ 业内声音

软装行业将成为刚性需求

●申正，饰界风家居饰品港运营总监

从整个行业的发展趋势来讲，软装产品在中国未来绝对是刚性需求。因为需求是分层次的，人在满足了基本的生理需求之后，就会去追求精神需求，而软装则是满足了人精神需求的产品。尽管目前属于刚刚起步，但要进入快速发展的阶段。

从整个家装行业来看，软装本身份额占得非常非常小，但这部分需求又很大，我们没有给它形成一个对接的平台，所以这个隐含的需求亟待挖掘。整个家装行业不景气，对软装肯定有一定影响，但正是因为行业处于不景气的时期，我们更应该考虑怎么去迎合消费者的需求。

消费者心态不成熟

●刘利年，刘刘兄弟国际家居设计首席设计师

对于创意产品，国外整体社会消费的成熟性已经很强了，消费者知道自己要什么，知道自己的消费水平，认为能承受的就是合理的。但我们的消费者还没有达到这个水平，总是想占便宜。而大部分卖场是用导购来为消费者服务的，他们会给你一些打折的信息，以这种方式来吸引顾客。我们应该告诉消费者什么是品位，从价格、心态上促进这个市场的成熟。

看重北京市场

●王以均，美国可立特家居总裁

饰界风的可立特专卖店是我们在北京的第一家直营店，之所以选择来北京还是比较看重这个市场。毕竟北京有文化、高学历的人很多，有海外经历的人也很多，所以期望在这里会有更多的人喜欢我们的产品，喜欢我们设计的感觉。现在虽然有人认为可立特的作品是美式田园风格，也有人认为是欧式田园风格。但我们自己认为我们卖的是创意，可立特的风格是时尚，小巧精致，非常适合小户型。

D03-D04版采写
新京报记者 李麒麟 李玲
D03-D04版摄影
新京报记者 李玲

责编 刘朗 图编 高玮 美编 顾乐晓 责校 王心

ENJOY KITCHEN 乐在厨房
志邦厨柜通过ISO9001:2008/ISO14001:1996质量/管理体系认证
高新技术企业 2011 | 中国环境标志 2009 | 中国家具行业20年突出贡献企业 2009 | 中国橱柜行业标准参编单位
志邦厨柜强势登陆 CCTV1《黄金剧场》 CCTV8《星光大道》

红星美凯龙东四环店 67728299
红星美凯龙西四环店 63817966
红星美凯龙朝阳路店 85596308
红星美凯龙北五环店 64828502
蓝景丽家大钟寺店 82119843
居然之家北四环店 84642322
居然之家金源店 88873433
居然之家十里河店 87364615
居然之家玉泉营店 83678786
居然之家丽泽店 63708625
业之峰装饰青塔店 88219055
业之峰装饰北苑店 84931598
亚光亚装饰店 82232366
合建装饰店 84629351
轻舟装饰店 85376550
抢购热线：010-84982435 全国招商热线：021-50101212 www.bj.zhibang.com

环境认证 微笑行动