

## 新农村社区住宅橱柜市场调查

张付花, 孙克亮, 曾东东

(江西环境工程职业学院, 江西赣州 341000)

**摘要:** 随着我国新农村建设的推进,建材下乡政策的出炉,建筑业由大城市向小城市和农村发展,附属于建筑房地产行业的建材品种都将受益,同时亦给家具行业带来了机遇。对山东省齐河县新农村社区住宅橱柜市场进行深入调查,为建材、家具、橱柜企业进军乡镇农村市场提出相关建议。

**关键词:** 新农村; 厨房; 市场; 家具; 橱柜

中图分类号: TS6

文献标识码: B

文章编号: 1001-8654(2011)06-0025-03

### Market Analysis of Residential Cabinets in New Rural Communities

ZHANG Fu-hua, SUN Ke-liang, ZENG Dong-dong

(Jiangxi Environmental Engineering Vocational College, Ganzhou 341000, Jiangxi, China)

**Abstract:** With the current policy implementation for developing rural communities, the construction industry, especially the furniture industry, is developing new a strategy to promote products and services to the new market. The authors conducted a residential cabinet market and consumer preference survey in new rural communities in Shandong province. The results will provide relevant suggestions for promoting building materials and cabinet products in this market.

**Key words:** rural community; kitchen; market; furniture; cabinet

在我国社会主义新农村建设的大背景下,随着建材下乡政策的实施,农村住宅建设已成为农民最关注的问题之一,广大农民越来越重视居住环境,尤其是厨房、卫生间环境的改善。新农村社区建设,不仅可以改善农民的居住环境和生活质量,节约土地资源,同时能拉动建材、家具行业由大中城市向小城市和乡镇农村市场发展,给广大的建材、家具企业带来机遇。

齐河县隶属山东省德州,2009年,齐河县投资9亿元,对45个村庄实行整体迁建。合并社区20个,涉及8000余户农民<sup>[1]</sup>。到2010年,行政村合并到173个,实施整体迁建的社区达到36个,涉及村庄250个、3.5万户、12万人,完成建筑面积150万m<sup>2</sup>。2010年,齐河县农民人均纯收入为7300元,同比增长16%<sup>[2]</sup>。以每户2万元的装修费用计,总计金额

可达到7亿元,市场前景广阔。为此,笔者选择齐河县为试点,进行建材、家具、橱柜农村市场前景调查,通过分析归纳农村消费者的消费特点,为企业制定有效的设计及营销策略提供参考。

#### 1 调查过程

##### 1.1 市场调查问卷设计

2010年春季到2011年夏季,笔者先后在齐河县进行了数次随机抽样调查。共发放问卷360份,调查问卷项目及内容如表1所示:

表1 调查问卷项目及内容  
Tab. 1 Survey questionnaire content

| 项目   | 内容                                        |
|------|-------------------------------------------|
| 调查目的 | 建材、家具、橱柜等产品在农村市场的销售前景                     |
| 调查主题 | 建材、家具、橱柜的潜在消费者调查                          |
| 调查地点 | 山东省齐河县新农村社区                               |
| 调查对象 | 在家庭中具有购买决策影响力的消费者                         |
| 调查项目 | 农村潜在消费者的基本情况、对产品的认知情况及认知途径、购买动力、购买力和购买途径等 |

收稿日期: 2010-01-24; 修改日期: 2011-09-28

基金项目: 江西环境工程职业学院自然科学孵化项目(FH-2011-5)。

作者简介: 张付花(1986—),女,江西环境工程职业学院助教。

通讯作者: 曾东东,男,江西环境工程职业学院教授。

## 1.2 调查方法

由于特殊的文化环境和社会环境,农村市场调查方法不同于城市市场调查方法。农民一般邻里关系融洽,但对陌生人具有排外性;且多数农民对建材、家具、橱柜等产品比较陌生。所以此次调查均采用本地的农村大学生参与走访,采用无记名的答卷形式。

## 1.3 调查结果与分析

### 1) 潜在消费者的基本情况

在发放的 360 份调查问卷中,有效问卷 352 份。被调查家庭的人均年收入为 6 092 元。其中农村人口为 328 人,占 91%;乡镇人口为 18 人,占 5%;县城城区人口为 14 人,占 4%。

### 2) 对产品的认知情况及认知途径

对橱柜产品完全陌生的占 56%,略知一二的占 30%,非常熟悉和正在使用的分别占 9%和 5%。说明对于多数农民来说,橱柜产品还比较陌生。

对橱柜主要的了解途径:通过亲朋好友介绍的占 35%,通过卖场了解的占 16%,而通过电视广告和装修公司了解的分别占 13%和 6%。

### 3) 消费观念

61%的农民在购买家具时,比较看重其实用性;23%的农民注重方便和舒适性;仅 16%的农民重视家具的美观性。

在被调查者中,认为厨房很重要的占 43%;认为作用一般的占 25%;认为厨房无关紧要的占 32%,其中,坚持认为厨房无关紧要这一观点的以 20~30 岁的年轻人居多。

### 4) 厨房现有格局

在被调查者的家中,厨房面积在 5~10 m<sup>2</sup> 的占 19%,10~20 m<sup>2</sup> 的占 31%。其中 65%的灶台为砖混结构。村庄合并之后厨房的格局将更加统一。

多层住宅的厨房建筑尺寸依次为:3 000 mm×1 000 mm、3 000 mm×2 400 mm、2 000 mm×3 600 mm、1 600 mm×3 600 mm;联排住宅的厨房建筑尺寸依次为:3 900 mm×2 700 mm、3 600 mm×2 700 mm。空间的尺寸决定了结构布局以 L 型或 I 型操作厨房最为适宜。

目前,有 63%的被调查者家庭中置有冰箱,47%与电磁炉,15%有微波炉,油烟机的占有率仅为 5%,大多采用配置罐装煤气的炉灶。

### 5) 购买力、购买动力

#### ① 装修计划

由于已经或将要进行社区合并,有 47%的被调查者表示计划在 1 年内装修,其中大多是在 2010 年

左右搬入新居的农民,有 8%的被调查者将在 1~3 年内装修;15%的被调查者在 3~5 年内装修;而近期内装修和暂时无装修打算的分别占 5%和 25%。

#### ② 装修动力

对于装修的动力,其中 39%的农民因为建了新房而装修;18%的农民因为结婚需要装修;14%的农民因为想改善居住环境进行装修;由于建材下乡价格实惠和受他人影响而装修的分别占 4%和 25%。这表示农民开始意识到居住环境的重要性,而且在购买意向向上易受他人影响。

有 32%的被调查者认为,装修最重要的是基础装修,如地砖、墙面等;23%的被调查者认为最重要的是卧室;25%的被访者认为是起居室,而认为厨房和卫生间更重要的人分别占 12%和 8%。

#### ③ 装修预算

在接受调查的农民中,能够接受 5 000~10 000 元装修预算(不含家具)的人数占总数的 33%;能够接受 10 000~20 000 元装修预算的占 24%;接受装修预算<5 000 元的占 35%;而接受 20 000 元以上装修费用的,仅占总调查人数的 8%。

对于橱柜的费用,54%的被调查者可以接受 3 000 元以下的橱柜;23%的人能够接受 10 000 以上的费用;16%的被调查者能够接受 3 000~5 000 元的橱柜;而能接受 5 000~10 000 元预算的仅占 7%。

#### 6) 购买途径

在购买途径上,25%的受调查者选择在本乡镇购买;34%的选择去县城购买;9%的选择去距离县城较近的省会城市购买;选择自己或请人打造家具的占 23%;剩余的 9%则跟随多数人的选择。

#### 7) 补充调查

为保证市场调查结果的时效性,笔者于 2011 年 7 月再次对 36 个社区中的 5 个进行了调查和实地测量、拍照工作。逐户进行探访,主要采用访谈形式。

调查发现,通过新农村社区建设,农民的居住环境得到显著提高,而且由于政府搬迁补偿、土地收益返还等各项利民措施,搬迁并未给农民造成巨大的经济压力。因此,大多数农民是有意愿、有能力进行新居装修的。

## 2 调查结论

由于新农村社区建设等各方面因素,齐河农村地区装修市场会在近几年内迎来一个高峰期,农村对建

材、装修材料的需求将迅速增加,新农村厨房建设也将会成为一个新的热点。

1) 农民对整体厨房的概念认知程度较低,整体厨房在农村社区普及,仍需要一定的时间。

2) 农民在装修过程中更偏重实用性,购买家具和建筑装饰材料时由于信息不对称,易受别人影响,跟风现象突出。

3) 农民对厨房重视程度较高,但由于多数农民缺乏对橱柜的了解,在短时间内完全接受的可能性不大。但农村市场前景广阔,对于橱柜企业仍存在潜在市场。

4) 70%左右的受调查者,可以接受5 000元以内的橱柜预算。

5) 多数农民更倾向在本县、本乡镇购买家具及装修材料,经济条件较好的农民会考虑到市区购买。

6) 对于橱柜行业来说,农村市场的特点决定了中小型橱柜品牌介入的优势。原因在于小品牌橱柜产品的价格便宜,更易为农村消费者所接受。

7) 由于涉及设计、安装、销售半径、运输、利润等问题,建材下乡比家电下乡、汽车下乡难度大。如非本地的建材家具企业,存在交通不便,运输成本增高,效率低下等难题。

### 3 建议

新农村社区厨房不同于农村传统厨房和城市居民厨房,是为城镇化进程中的农村居民服务的,特点

鲜明。因此,企业在设计和营销中,应当制定特殊的规则。

目前,农村橱柜市场还处于冻土期,建议建材、橱柜企业抓住机遇,坚持实用、美观、经济相协调的设计原则,正确处理造型、功能和成本之间的关系。设计橱柜时,尽量采用标准柜体,少采用异形柜体,以便于规模化生产、规模化安装;做到整体设计美观大方,能满足农民的使用要求,同时以农民能够接受的价格进行销售。

营销模式亦需要做相应的改变。考虑到橱柜为定制性产品,测量、设计难度较大,农民缺乏装修方面的知识,也没有及时有效的信息。因此,橱柜企业要抓住消费能力最强的消费者群体做渠道建设,对农村团购进行深层次挖掘,抢先占领市场;对于消费能力较强的消费者,橱柜企业应将重点放在品牌的推广和营销上,合理引导消费者,释放对橱柜产品的消费需求。

另外,在营销中,要迎合农村消费者的喜好去推广企业和橱柜产品,积极运用乡镇干部,返乡农民工和农村致富带头人等的舆论引导效应进行口碑传播,形成自身优势,从而达到事半功倍的效果。

### 参考文献:

- [1] 齐河县农房建设成效显著[EB/OL]. [2010-03-30]. <http://www.dzjs.gov.cn/news/106.htm>.
- [2] 齐河发展状况[EB/OL]. [2011-6-11]. <http://www.qihe.gov.cn/onevs2.asp?id=104>. (责任编辑 张一萍、姜征)

## 2012 年《木工机床》杂志征订启事

刊号: CN 35-1105/TH, ISSN 1005-1937 邮发代号: 34-29

《木工机床》创刊于 1979 年,是福州木工机床研究所和中国机床工具工业协会木工机床分会主办的行业科技期刊。

报道内容:制材机械、细木工机床、木工刀具、家具和木制品设备的设计计算、工艺装备、改装维修、标准与检测、行业信息与综述、技术讲座、国内外新产品介绍和技术发展趋势等。

读者对象:从事木材加工的科技人员、管理人员、工人和高校师生(木工机床制造业、木工刀具、

制材、家具、建筑施工、造船、车辆制造、机械配套件、电气元器件、轻工、包装等部门)。

季刊,大 16 开本,40 页,中文核心期刊,国内外公开发行,全国各地邮局都可订阅,每期定价:6 元,全年 24 元。

地址:福建省福州六一中路 115 号

邮编:350005

电话:0591-83361121

电子信箱:majc115@126.com