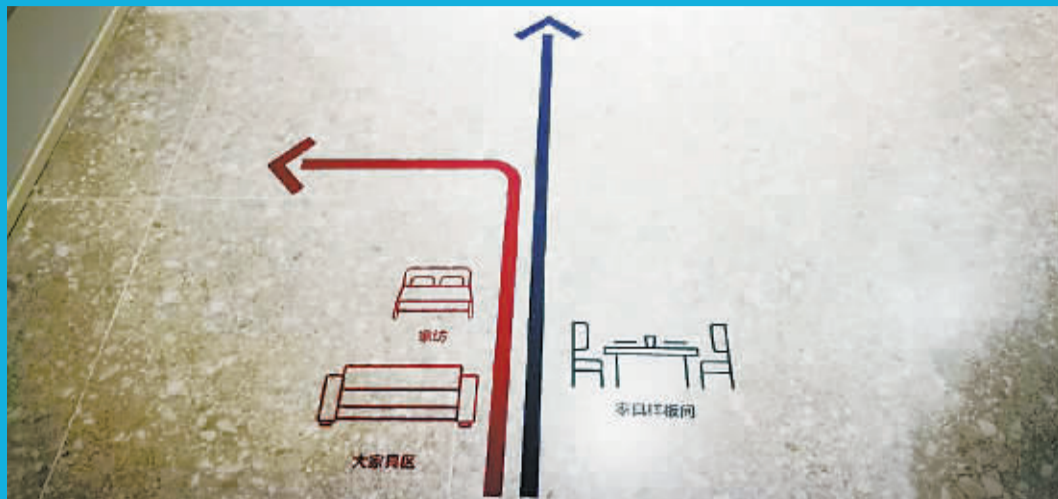


家居：制造升级驱动模式变革

在产业转移和环保风暴的双重影响下,2017年家居行业呈现令人欣喜的变局。有些企业提升制造能力与环保水平;有些企业抛弃前店后厂的传统作坊式经营模式,向产销分离的现代企业升级,洗礼中留下来的都是强者。同时,2017年被称为定制家居企业上市年,资本市场迎来一个又一个新玩家,版图争夺战一触即发。家居新零售为家居卖场转型提供良机,巨头在争夺中进一步寡头化。



2016年,全国建材家居行业市场规模达到
4.23万亿元



2016年全国互联网家装市场规模2103.7亿元,预计市场规模将保持高速增长,在2019年市场规模达到
5941.2亿元



2017年4月智能家居资讯的阅读量相比2015年上涨了884%,到2020年智能家居市场规模将达到
3576亿元

·现状篇·

关键词 1 集中上市

3月7日,尚品宅配在深交所上市,募资18亿元;3月10日,皮阿诺橱柜在深交所上市,募资4.62亿元;5月12日,金牌厨柜在上交所敲钟上市,募资4.73亿元;6月30日,志邦在上海证券交易所敲钟上市,募资9.39亿元……不到半年,尚品宅配、欧派等定制家居企业纷纷步入上市公司之列,2017年被称为定制家居企业的上市年。

进入资本市场后,坚持主业的定制家居企业取得了傲人业绩,也吸引更多企业扑向定制。需要警惕的是,定制领域已经处于“过热”的状态,在大家都看好定制是赚钱的风口之时,也就是很多企业步入下坡路的开始。

关键词 2 整装风靡

整装是从传统家装、互联网家装之外派生出来的一种新模式,不仅完成硬装,而且把所有软装、配饰全部配齐,拎包入住,被认为是家装的终极模式,颇受家装企业推崇。

2017年3月19日,进入20岁生日的传统家装品牌业之峰一改往日的低调,突然宣布全包圆、品德、诺华整装三剑齐发,全面进军高中低成品家装市场,令整装江湖春水荡漾。2017年6月,今朝装饰在红星美凯龙开出2000平方米“英迈整装”体验馆,推出六大核心定制。

不过,看似高大上的整装,实质上不过是一些传统家装公司无利可图之后,试图打包一些产品赚取利润的新玩法。整装是否真正红火,关键不在模式,而在是否真正满足消费者需求。

关键词 3 产业转移

2017年,家居企业从北京等大城市搬离,实现产业转移,不再是大势所趋,而是必须之举。搬出京城,并不意味着转移的实现,承接地对环保的要求依然苛求,使得不少企业不得不增加环保投入,甚至二次转移,很多企业在转移大潮中被迫退出江湖。

意风、北欧艺家、爱依瑞斯等12家京派企业不仅顺利完成工厂转移,而且扎堆将企业总部基地搬到星立方,建立起一个立足京城、掌控全国的共享总部。值得注意的是,12家京派企业正进行一场模式变革,从前店后厂的传统作坊,向产销分离的现代企业升级。随着它们成长得更加强大,禁锢京派企业的亿元魔咒也或将被打破。

·趋势篇·

关键词 1 比拼设计

火了很多年的设计,2017年在家居行业更加火爆。2017年6月16日“居然设计家杯”家居设计大奖赛颁奖典礼上,原创品牌HC28和著名设计师孟也分揽单项奖金高达10万美元的年度大奖,居然之家也深入设计圈,推动行业向设计转型。

设计是趋势,也是竞争重点。米兰家具展上,中国家居企业派出强大展览团队,北京设计周及各种展会上,家居企业争相推出新设计产品,但现在的所谓设计很多是设计师闭门造车,难接地气,产品没有解决人们的根本人居生活。如何把设计与生产能力相结合,仍是需要思考与解决的问题。

关键词 2 竞相智能化

智能锁、智能晾衣架、智能卫浴,到2020年,中国智能家居市场规模将达到3576亿元的预期,吸引着众多企业涌入智能家居领域,智能家居是一块巨大的蛋糕。

不过,单品各自为政、企业定位不同,导致智能家居市场混战的局面,消费者对智能家居的概念理解不清,并不敢轻易去尝试,整个智能家居业的发展并未像想象中那么迅速。“谁来为单品做连接”成为关键的控制权之争正在智能家居领域展开。一些家居企业也在互联互通方面开始布局,土巴兔已经跟一些硬件厂家、地产、物业、生活服务业在进行全面合作。未来的5-10年,将是智能家居行业发展极为快速,但也是最不可琢磨的时期。

关键词 3 摸索新零售

单纯线上是伪命题,构建线下成为必然,“新零售”概念在2017年开始向家居业蔓延。9月,戴着首个家居新零售范本光环的“家时代”亮相杭州西湖银泰广场,500平方米的店面包含2万个SKU,涉及小饰品、茶具、碗具、3C数码、床品、灯具、文创用品等多个家居品类;沙发的软硬度、咖啡杯的材质、家纺产品的用料可直接体验;电子价签能够实现价格线上线下实时同步,线上变价、促销可在线下门店自动变价。“家时代”线上线下高度融合,让人感觉家居距离新零售不再遥远。

北京商报记者 谢佳婷