



十大事件透视2019家居业：大整合与新曙光

即将过去的2019年，家居行业发生了哪些大事？北京商报家居产业周刊根据影响力、关注度、启发性等维度，甄选出2019年度中国家居十大事件，反映出企业的兴与衰、甜与苦、喜与悲，也折射出家居人的追求与无奈、开心与失意、希望与迷茫，透视出中国家居行业的大整合与新曙光。

事件1：居然之家正式在A股上市

2019年12月25日晚间，武汉中商发布公告称，经深圳证券交易所核准，公司中文证券简称自2019年12月26日起由“武汉中商”变更为“居然之家”，公司证券代码“000785”不变。至此，一直受行业内外关注的居然之家借壳武汉中商在A股上市，真正尘埃落定。

商报视点：成功上市，意味着居然之家成为第三家登陆A股的家居卖场，与红星美凯龙、富森美将在资本市场展开更高层次的角逐，将其他卖场远远甩到身后。居然之家的上市，也证明一个有着竞争力的商业模式，终将会得到资本和市场的青睐，尽管晚一点儿，未来前景却可期。

事件2：阿里巴巴5亿元投资三维家

2019年10月30日，家居软件设计企业三维家宣布完成C轮融资，将5亿元收入囊中，此前三维家已于2015年、2018年获得A轮和B轮融资。向三维家砸出5亿元的不是金融机构或券商，而是大名鼎鼎的互联网企业阿里巴巴，因而备受关注。

商报视点：作为一个以开发设计软件为主业的企业，三维家凭什么获得阿里巴巴的垂青？秘诀不在于三维家的软件有多高深，而在于它正在全国布局家居新零售门店甚至生活，追求低成本、高坪效，这对

于一直难以真正打通线上线下的阿里巴巴来说，无疑找到了一个试验场，5亿元只是小CASE，万一成功了呢？

事件3：红星美凯龙并购银座家居

2019年7月18日，红星美凯龙宣布向银座家居增资0.2亿元，并以2.56亿元、0.72亿元分别受让山东省商业集团有限公司所持36.1%股份、山东银座商城股份有限公司所持10.2%股份，共斥资3.48亿元获得银座家居46.5%的股权。交易完成后，红星美凯龙将与鲁商集团各以46.5%的持股比例共同控制银座家居。

商报视点：红星美凯龙对银座家居的大手笔并购，被解读为全国性大卖场收编地方卖场的提速，2018年12月30日，居然之家第300家分店——郑州欧凯龙北龙湖店的开业，就是将地方卖场以控股的方式收编后纳入麾下而实现的。在资本的加持下，今后这种事儿将更多、更平常。

事件4：司空新家装叫板传统家装

2019年7月9日，司空新家装在广州首发。司空科技董事长郭兴田宣布，这是一个不同于任何传统家装的新物种，将跳出传统家装把定制家居作为配套商的模式，利用平台让定制家居迅速转型定制家装，使做家装像做家具一样简单，给消费者提供“快、美、绿”的体验，公开向传统家装宣战。

商报视点：在司空新家装发布5个月后，司空新家装产业园在平舆落地并投产，可以实现自动化、柔性化生产，为解决传统家装工期不定、环保隐患、缺乏个性等问题提供了样板，传统家装向家装工业化的变革，未必是梦想。

事件5：尚品宅配首创二代全屋定制

2019年6月15日，尚品宅配发布“第二代全屋定制”，以橱柜+衣柜为核心，覆盖背景墙、家装主材、窗帘、电器、饰品等家居全品类，形成全屋全品类一站式配齐，同步实现生活美学定制、消费互联网与工业互联网无缝衔接、AI智能交互云设计、智能家居解决方案等五大升级。

商报视点：当众多家居企业还在艰难地从其他领域向全屋定制探进一只脚之时，尚品宅配却用首创的“第二代全屋定制”将它们远远地甩出了三条街。单是“第二代”这个概念，就让那些还在标榜“全屋定制”的后来者们汗颜：我都做出新菜了，你还在炒冷饭，有啥前途？

事件6：王懿周懿离职索菲亚好莱客

2019年5月31日，上市定制家居企业索菲亚宣布，董事、副总经理王懿离职；6月6日，另一家上市定制家居企业好莱客宣布，董事、总经理周懿辞职。双方公司公告称，王懿、周懿均不再担任公司任何职务。

商报视点：王懿与周懿代表着两种公司高管，前者是公司上市前的运作者，有股份；后者是公司上市后的操盘手，有高薪。但在经营层面，两种高管都一样靠业绩说话。业绩太好了没有挑战性，业绩太差了老板不待见，都是离职的理由。职场从来没有固定规则，老板择经理人，经理人也择老板，留与走，都是因为开心。

事件7：TATA木门被判“驰名商标”

2019年4月20日，黑龙江省哈尔滨市

中级人民法院发布《民事判决书》显示，TATA木门被判定为“驰名商标”，同时“TATA橱柜”的经营者刘某及哈尔滨市呼兰区宝业装饰材料商店被判定“应立即停止生产、销售、宣传推广使用带有‘TATA’‘TATA橱柜’‘TATA全屋定制’等标识的商品，赔偿TATA木门经济损失50万元，并在《生活报》上刊登消除影响的启事”。

商报视点：“驰名商标”不是自己标榜的，也不是某个机构评定的，而是人民法院判决的，TATA木门这回颇为扬眉吐气。面对商标侵权，TATA木门坚决打击，法院对其“驰名商标”的判决，让恶意注册商标的生存变得更加困难，增强了企业维权的信心。

事件8：顾家家居终止收购喜临门

2019年4月14日，顾家家居、喜临门双双发布公告，宣布6个月的交割期满，喜临门控股股东绍兴华易投资与顾家家居签署的《股权转让意向书》自动终止，这意味着震惊家居行业的顾家家居收购喜临门事件正式告吹。此前6个月，双方曾公告，喜临门控股股东华易投资拟以不低于15.2元/股的价格向顾家家居转让其所持有的不低于9081.73万股喜临门股票，交易总价不低于13.8亿元。交易完成后，顾家家居将持有喜临门不低于23%的股权，成为喜临门公司的第一大股东，从而可能导致喜临门控股股东及实际控制人变更。

商报视点：两家家居上市公司之间的头一次并购让人产生好奇心，沙发对床垫的整合也让人充满想象力。此次交易夭折有千种说法，不可忽视的一条可能是尽管两家企业同在浙江，利益主体却不同，有太多的力量阻止它们一家独大。在资本玩家眼里，顾家家居、喜临门再强大，都不过是其赚钱的棋子罢了。

事件9：装小蜜牛角监内讧

2019年3月19日、8月2日、8月3日，牛角监创始人钟献文在微博上分别发表三篇文章，直斥装小蜜“既当裁判又当运动员”的模式弊端，质疑家装监理卖主材的公正性。2019年8月19日，装小蜜以严重损害公司的商业信誉及装小蜜项目的声誉为由，将牛角监诉至北京市海淀区人民法院。两个家装监理企业的互掐，掀起了一场行业内讧。

商报视点：家装监理行业的兴起，源于家装品质差、工期难以保证等问题频发，但要消费者花钱请一个监理公司来监督家装公司，认知难、单值小，做做情怀还可以，在资本裹挟下想上市，就不得不多卖点东西，不卖主材又能卖什么呢？监理行业内讧的背后，是模式之争，更是利益之争。商业竞争本无对错，就看谁能笑到最后。

事件10：亚光亚装饰退场获点赞

2019年初，成立于1997年的亚光亚装饰悄然退出家装行业，董事长彭桂华变卖3套个人房产，拿出多年积蓄，凑足6000多万元，结清了材料款，发放了工人工资和赔偿款，退还了工长的质保金，从而获得行业内外点赞。

商报视点：不欠款、不欠薪，本是公司老板的基本操守，亚光亚装饰这么做了，反倒成为诚信的楷模，只因为以美得你、天地和为代表的家装企业老板频频跑路，导致工人、供应商血本无归，成为这几年家装公司倒闭的标准画像。在追逐利润的疯狂和缺失信誉的混乱中，家装行业如何治病，尚无良方。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

Business Sense

扶持装修企业转型 土巴兔投放20亿

土巴兔的这一举动，让平台内的装修企业兴奋，却使其他互联网家装平台紧张不已：“土巴兔将用价值20亿元的资源，扶持入驻平台的装修企业走上转型之路。”2019年12月18日，土巴兔联合创始人王国春在2019·第五届土巴兔生态大会上表示，要在增强装修企业的服务能力的同时，让消费者能根据口碑自主地选择装修企业。

土巴兔并不是要像阿里巴巴一样做得多么庞大，而是成为一个像阿里巴巴一样面向消费者的交易平台，让用户可以根据口碑选择装修公司。“用户在土巴兔上，可以看到装修公司过去装修的案例，还可以看到过去用户完整的装修日记。用户选择了一家装修公司，就等于完整记录跟这家装修公司打交道的全过程。”土巴兔创始人兼CEO王国春表示，“用户口碑比卖出商品更重要，利用类似

淘宝的电商口碑效应，让这些原来极为分散的装修公司在土巴兔的平台上当起重要角色。未来它们所参与的每一次任务，从采购、施工、交付到评价，都将影响其品牌和口碑的分值，影响到其未来的生意。”

不仅如此，土巴兔还为设计师提供了更多展示才能的机会。设计师的每一次操作，土巴兔平台系统都会记录，当设计师方案被用户采用时，系统会得到正向反馈，设计师明白用户偏好后，就可以在以往设计师的基础上设计户型。更重要的是，未来土巴兔将开放更多平台资源，鼓励更多具有创意的年轻设计师通过土巴兔实现创业。

土巴兔一口气投放的20亿元“扶持资源”，可不是一个小数目，这其中很大一部分将被用来提升平台装修企业的服务能力，为此土巴兔将从四个方面入手。首

先，土巴兔会对平台装企分级分类，提升装企的差异化运营能力，构建商家成长体系；其次，土巴兔根据装企能力推出不同维度的榜单，比如极速完工装企榜、专业量房装企榜、人气商家榜、精选案例十大装企、优质服务十大装企和业主信赖十大装企等；第三，土巴兔将通过培训赋能、运营赋能和标准流程化赋能提升装企的线上运营能力；最后，土巴兔还将通过迭代与创新，打造全链路数字营销体系，让网店从PC端、App端升级到快应用、小程序等，同时运用场景运营，为装修企业做包装。

一组数据给了装企变革的信心：“差异化运营使预约率提升32%，UV（独立访客数）增长了150%，337家产值增长超30%。”王国春表示，按照土巴兔平台目前的装企增长速度预测，下一年度同期，该数值将继续保持高速增长，拿单商家增

加数量仍将突破四位数；土巴兔推动整个供给侧去改变自己的质量，然后也帮助它们更好地理解消费者的诉求，从而赢得消费者的信赖”。

如王国春所言，效率的提升需要建立在满足用户需求的基础上。王国春也明确道：“谁给用户提供更好的价值、更好的标准，谁就能得到土巴兔的支持”。

针对装修过程中延期、质量无保障等问题，土巴兔已经从机制建设、线下质检线上监管、产业数字化等方面建立差异化优势。

如在平台机制上，用户投诉了一个问题，装企不解决，土巴兔就会用平台机制去推动解决，土巴兔还推出了“先装修后支付”，只有按照合同履行了，经过用户点击“确认”，装企才能拿到钱。从装企施工开始，土巴兔就有专门的线下工程质检人员，只要用户在平台上签

约且交易，平台就会对关键节点的质量进行检验，并出具一份质检报告，从第三方的视角帮助用户一起做工地质量判断。

王国春表示：“对用户来说，土巴兔是一个消费互联网平台，帮助用户解决装修消费的问题、买材料消费的问题，就像淘宝一样。但是我们作为一个专业的平台，比淘宝做得更加垂直、做得更加纵深，除了交易保障、口碑体系，还有整个链条的管理”。

正因对用户足够重视，土巴兔成了越来越多的消费者的选择：“差异化运营使预约率提升21.4%，平台用户转介增长了20%。”王国春希望，土巴兔利用互联网平台优势，通过大数据、AI人工智能等技术将供需两端更精确划分，帮助装企与用户无缝对接。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

家和家美·京东红木家具旗舰店
线上线下无界零售全面启动



家和家美 | 京东家具
— 南四环吕家营红木第一城一层五号门 —



红木第一城地址：东南四环吕家营村社区1-8号，十八里店南桥往北200米红绿灯（吕家营餐饮街南口）见红木第一城牌楼左转直行即到。 热线电话：010-87328803、87693855