



# 家居：进入深度洗牌期

2016年,家居行业进入了深度洗牌期。一方面是非首都核心功能大刀阔斧地疏解,众多家具厂商正集体撤离京城,主流家居企业也加入外迁大潮,不符合规划的家居卖场招牌挨个儿被摘下,甚至竟有京城家居卖场元老的身影;另一方面是以互联网家装、定制、O2O为首的新模式崛起,矛头直指传统模式长期隐藏的消费痛点。30%增速已成过眼云烟,对每一个企业来说,转型升级迫在眉睫,洗牌之后,会出现哪些10亿级的大企业?



## ·现状篇·

### 关键词1 厂商大搬迁

深度洗牌从生产环节开始。2015年8月《北京新增产业的禁止和限制目录(2015年版)》发布,千余家京城家居生产企业中九成面临转移,历经14个月的观望和筹划,大部分家具企业已敲定了新厂址,搬迁潮拉开帷幕。

蒂尼·倍斯特关上位于房山的工厂大门,将生产线搬到了子龙故里河北正定新区一个叫南楼乡北楼村的籍籍无名的小村庄,截至2016年10月初,搬迁已完成了90%;龙鼎木门已经将两条生产线搬到天津永清永达工业区,新厂房外已经挂起了醒目的“龙鼎天著”的品牌招牌;福满门的新工厂在数千公里外的江苏邳州紧锣密鼓地盖着,从今年11开始搬,到明年年初能搬完。

2015年国庆之际同时亮相的青县、汉沽两大家具产业园也完成了早期招商,招兵买马,进入了实际建设阶段。青县沿海产业示范基地一期工程正在办手续阶段,2016年3月15日正式动工。汉沽环渤海产业园二期招商已经结束,目前已经有59家企业确定入驻,目前有14家企业进入建设阶段,9家接收完土地,8家正在施工,预计2017年六七月将进入正式搬迁阶段。

### 关键词2 关停低端卖场

发生在流通渠道的洗牌来得更加直接。随着首都疏解提速,一些低端家居卖场难逃关停的命运,就连“老字号”也不例外。

2016年5月10日,万家灯火家居装饰市场正式关停摘匾,这个京城家居流通领域的“老字号”卖场挥别北四环。始建于1996年9月的万家灯火装饰城曾在北京家装行业风光无限,2006年对卖场内家装公司的“驱逐行动”让行业震惊;2008年收购市场南侧的健翔桥灯具市场,真正契合了“万家灯火”品牌名。然而,卖场经营模式低端性,在疏解非首都核心功能的战略中需要重新择地迁出。

另一家颇为知名的建材市场——金五星也正面临着年底关停的命运,这类低端家居建材市场曾经是劣质家居品牌的庇护所。随着它们的拆除,这些凭借低成本、低价格在京城建材市场中分得一杯羹的杂牌,将面临无处可去的局面。

### 关键词3 爆发式上市

2016年10月13日,记忆棉第一股恒康家居登陆上交所,发行价格为15.41元/股,对应市盈率为22.66倍,开盘首日即顶格涨44%被临停,报22.19元;2016年10月14日,“沙发大王”顾家家居股份有限公司10月14日在上海证券交易所主板上市交易,将投资11.8亿元扩大产能,提高家居自产比例。

此前,好莱客、曲美股份、上海全筑、富得利木业、东莞南兴、巴伦斯、多喜爱、红星美凯龙等多家家居企业已经扎堆上市。业内人士认为,这样集中爆发式的上市在家居业还是首次,也反映了目前市场竞争环境的异常激烈。中投顾问建材行业研究员邹明晓表示,我国家居行业发展速度已从高速向中高速增长转变,许多小企业被淘汰,“另一方面,几乎所有具有一定品牌知名度的家居企业都在同时向高中低端市场发力,产品供需矛盾日益激化,同时同质化程度较高”。

## ·趋势篇·

### 关键词1 全屋定制成风口

经过一年的发展,全屋定制正从一个新兴的风口变成一个不得不追随的大趋势,各大企业集体跟风进入定制领域。

2016年7月8日广州建博会开幕,定制家居是当之无愧的主角,参展企业大多打出“全屋定制”的名号,并以VR展示定制效果,仿佛不做定制、不秀VR就是落伍,全屋定制被众多企业奉为战略方向。2016年“十一”前夕,在衣柜、橱柜、成品家具、定制家具甚至家装企业围绕全屋定制交战正酣时,一个叫长谷的瓷砖品牌又突然杀入,号称要开创瓷砖全屋定制时代,以瓷砖取代橱柜、浴室柜、淋浴房、背景墙等产品,这是否会撼动木制品在全屋定制中的地位?

不过,业内人士认为,在风口大家都想分得一杯羹,但现在的全屋定制并不是所有企业都能做的,技术支持、生产硬实力、研发能力、市场口碑等都很关键。

### 关键词2 加速互联网转型

在互联网的推动下,2016年家居行业进入风起云涌的深度洗牌期。传统企业不再以电商为敌,反而主动拥抱电商,加速向互联网转型成为家居行业发展的一大趋势。

传统家装企业开始走向互联网,东易日盛董事长陈辉更是亲自任速美产品经理,试图通过速美的探索加速东易日盛这个传统家装公司向互联网家装转型的步伐;家居卖场也将打造互联网平台纳入重大发展战略,2016年6月18日,红星美凯龙发布恢弘的“1001战略”,要在实体商场拓展到1000家的基础上,打造1个互联网平台,以3个100天为三个进度节点,以家为核心进行业务的上下游跨界外延。

2016年,很多家居企业已经走过“要不要做O2O”的徘徊,进入了“怎么做O2O”的探索期。然而,目前家居行业尚未有真正转型成功的案例,大家都在摸着石头过河。

### 关键词3 行业集中度提升

收购、并购这样的戏码可能会频繁在家居行业上演,促进行业的集中度进一步提升。

2016年10月10日,吉林太阳城宣布将旗下家居卖场品牌太阳家居的物业及经营权全部移交给居然之家。居然之家以收购方式拿下太阳家居,意味着家居连锁品牌收编地方品牌进一步提速。另外,水性漆改造也是摆在家具企业面前的一道生死门槛,达不到标准2016年底之前就要退出。那些实力不强的小企业无法完成技改,若是大企业对其进行投资,则待技改合格之后为自己服务,以大带小、大鱼吃小鱼。

2016年3月18日,中国建筑装饰协会材料分会秘书长王岳飞宣布在家居行业正式启动百亿万亿计划,通过组织抱团对接出口,将不同品类百家左右的家居建材生产企业组织起来,联合协同作战,经过三年时间培养出一批100亿级以上的材料领军企业,通过这些领军企业的带动与整合实现家居建材行业产业链的重构与升级。

北京商报记者 吴文治 谢佳婷