

总第499期 今日4版 每周四出版
新闻热线 64101916

主编 吴厚斌 执行主编 谢佳婷



家居周刊订阅号

C1-C4

2017.4.13



急于圈地 互联网家装面临交付大考

“中国建材家居产业市场规模4万亿元，无一家装企业营收占比超过0.1%，家装TOP 50销售总额为471.4亿元，市场占比1.17%，其中互联网企业占比仅17.3%。”2017年4月7日，在“2017中国家装产业未来领袖峰会”上，亿欧公司创始人黄渊普发布的家装产业第一份行业研究报告，让超500人的会场一片沉静。除了面对激烈市场竞争之外，正在跑马圈地的互联网家装新锐，想要成为极其分散的家装市场中的独角兽，还面临着交付大考。

家装企业多而不强

4月7日上午，北京富力万丽酒店，身着白衬衣、深蓝色西服，戴着半框眼镜和红色“演讲嘉宾”挂牌，黄渊普正式发布了亿欧耗时3个月完成的家装产业第一份行业研究报告——《2016-2017年中国家装产业研究报告》，报告指出家装行业企业规模呈现“幂律分布”，家装50强在4万亿元市场占比1.17%，游击队和作坊式家装公司仍是主力。

报告显示，传统家装企业数量超15万家，但2016年销售额超10亿元的企业不超过20家。通过对近百家企业的2016年产值调研，亿欧发现销售额在百万级的企业仍占绝大部分市场。“这么大的一个市场里面，大家自己数一下排在前面几名的，实际上份额非常少，很多企业做了很多年可能也没有突破30亿这个槛。”黄渊普表示，互联网新锐实际上还更小一点，很多都是10亿元。

峰会现场还发布了《中国家装产业50强榜单》，包含了成熟型企业及互联网新锐企业，有平台型企业、垂直型服务企业和各细分赛道优秀企业，但单拎出2016年销售业绩，家装TOP 50销售总额为471.4亿元(注：此数据由企业方及亿欧采访不断求证得出)，市场占比1.17%，其中互联网企业占比仅17.3%。

面对50强所占仅1.17%市场份额的奇异数据，黄渊普做出如此解释：“按理一个成熟阶段的前20强应该占的市场份额要达到70%、80%了，现在我们把家装领域放到整个家居建材行业，如果把它切出来我相信这个份额会大，但是即便乘以10，也不会大到前50强占到70%的市场份额，可能是10%左右的市场份额。”

家装企业数量众多而不强，整个市场极其分散，这在行业并非秘密，只是被如



此具体的冰冷数据赤裸裸地揭露出来，仍然让台下的大佬们脸色一变，思绪从为何做不大向如何做大飞跃。

创新模式待检验

分散同时也意味着机会，极度分散的家装市场上机会暗涌，新品牌、新模式层出不穷。

2017年3月的第四个周末，来自湖南的苹果装饰、面包与纽扣、柠檬树、天地和组团闯荡帝都，欲以新模式分切家装蛋糕，苹果装饰旗下首款科学整装产品苹果|当家亮相京城；面包与纽扣提出“一站式打造明星店铺”的口号，不仅是做装修，还负责前期选址、后期提供媒体包装等服务；开启“第五代买家模式”的天地和，不光包括设计、人工、水电等所有人工项目，还包括所有主材基材、全房家具和全房家

电，更借工厂模式推出比自己装至少省30%的工厂价套餐。

这些新模式是否能顺利分切家装业蛋糕，在帝都一年30万待装房的体量里争夺一方之地，尚待市场检验。

目前家装市场的主流模式有两种，一种是个性化定制，另一种则是发散出各种整装概念的标准化。2017年4月10日一早，爱空间CEO陈炜与博洛尼CEO蔡明“怼”上了，两位家装大咖在新浪微博上尖锐开撕，争论定制化和标准化谁将赢得未来十年。

“虽会共同存在，但就我所见过的所有定制化而言，即便是高端定制也在逐渐式微，在未来十年它们将日益衰落，代表未来装修品质的是标准化，也只会是标准化。”陈炜断定，标准化必然碾压定制成为未来的主流。

蔡明则直斥标准化家装是开历史的倒车，“当全世界都经历了从大规模工业化、标准化向尊重人性、个性化、定制化、智能化转型的世界大潮中，风风火火的标准化家装带着颠覆行业的面具，却极有可能只是未来市场中的支偏流”。

互联网交付难题

风来了，猪也会飞，风停了，一些就摔倒了。对于互联网家装来说，融资不难、借助加盟模式快速跑马圈地也不难，难的是交付，近两年一些互联网新锐因家装质量问题屡遭质疑，交付成为禁锢互联网家装做大做强的一个魔咒。

“家装行业的特性决定了移动制造的行业现状，客户的家就是家装企业的工厂。但在移动制造中，工人、施工环节、材料的独立性，都让装修的品质难以管控，装修效果、价格、工期也都将受到影响。如果说产品标准化让装修变成了一件商品，交付标准化则是保证商品功能、质量合格的根本。”陈炜认为不能将这个时代应有的技术及理念合理结合到家装行业中，是交付标准化难以实现的本质问题。在保障装修品质的问题上，爱空间使用App来把每个工人的作业环节变得可视化、标准化，把装修品质及验收真正落地到了每个施工环节，这也是爱空间交付标准化得以形成的一个重要原因。

“有流量有什么用？我今天给你两万个房子流量订单，3个月帮我交付，你敢接吗？接不了。”峰会上，达晨创投董事总经理高洪庆犀利地指出，流量和互联网改变不了家装的本质，必须要有核心的技术优势和线下执行能力。

互联网家装下半场，比拼的就是交付。

北京商报记者 谢佳婷/文 宋媛媛/漫画

富和富美

南四环吕家营

·家居红木城

·古老家具石刻市场

红木精美真，如玉如黄金。
人生路漫漫，红木永相伴。

让古老再度流行
经典永不落幕！



主营：红木家具 古老家具
石刻 石雕 古玩杂项
根艺根雕 文玩把件

地址：东南四环十八里店南桥往北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。 电话：87699006、87699007、87698791 网址：www.jhjm.cn