



聚焦墙板 家居企业切入装配式装修赛道

家居企业争相扑向墙板新风口。2020年8月，装配式内装领域头部企业中寓住宅完成5000万元A+轮融资，部分资金将用于旗下新零售品牌圣伯雅在墙板体系产品上的升级。此前一个月，国内涂料上市企业三棵树携小森科天然板在展会上首次正式亮相。奥普家居也早已布局以墙板为主的集成墙面，2019年销售额突破亿元。争相聚焦墙板，家居企业瞄准的是千亿级的装配式装修市场。专家指出，以墙板切入装配式装修赛道，企业将在生产与服务上迎来考验。



墙板成新风口

2020年盛夏，墙板忽然火热起来。

天眼查显示，8月初，中寓住宅完成5000万元的A+轮融资，由绿洲资本投资。新一轮融资完成后，中寓住宅将着力于装配式内装研究院，将研究重点放置于如何将最好性能的建筑材料完成从传统建材到装配式部品的转型改造上，装配式墙板产品则是改造的重点。

中寓住宅由吴堂祥创立于2018年，是业内知名的装配式部品系统服务商，旗下新零售品牌圣伯雅以墙面定制及配套产品的研发、生产、销售及为一体，凭借自有的产品研发能力、先进的生产工艺体系、专属的产业化服务团队，主打装配式

墙板定制。在吴堂祥看来，未来墙板或将成为墙面装修的主流。

就在中寓住宅获得融资前一个月的7月8日，在第22届中国(广州)国际建筑装饰博览会(以下简称“广州建博会”)上，三棵树携小森科天然板首次正式亮相。作为家具饰面和墙面装饰板材，小森科天然板由三棵树倾力打造，从研发到生产制造，从营销到服务的产业链生态和模式，具备无醛添加、天然净味、美学饰面等特点，拥有从产品设计到产品应用的全方位系统解决方案，满足中高端人群的需求。

集成吊顶上市企业奥普家居早已从墙顶向墙板延伸。2018年1月1日，奥普集成墙面问世，随着奥普首个智能集成家居旗舰店落地成都富森美建材馆A馆，奥普家

居将产品推向顶面+墙面集成，形成集成墙面、集成吊顶、集成灶、新风系统、照明、智能晾衣机等在内的顶墙产品体系。两年以来，奥普家居在墙板领域发展迅速。奥普集成事业部阳台空间项目总经理黄苏芳表示，2019年奥普集成墙面在零售端销售已经超过亿元。

圣伯雅以装配式墙板切入零售市场。目前圣伯雅在上海市场已经有近50家墙板店面，10月开始将正式开拓华东市场，以江浙为主，2021年前开放20家专卖店，逐渐向全国布局。圣伯雅总经理罗杰向北京商报记者表示：“墙板被称作是‘建材行业的最后一块蛋糕’，因为墙面体系里面种类很多，但墙板行业还没有一个真正的龙头企业，所以大家看到了这个需求，都在往墙板延伸”。

切入装配式装修赛道

家居企业争相扑向墙板风口，意在切入装配式装修赛道，这是一个千亿级蛋糕。

作为装配式建筑中的重要部分，装配式墙板的市场前景十分广阔。按照国家要求，装配式建筑在2025年要达到30%的装配率。根据兴证研究的测算，2025年装配式装修市场规模将达6327亿元，年化复合增速为38.26%。

装配式墙板产品因具有固废源头减量、固废资源化利用、速装速拆重复利用的优异特性，成为新型环保节能材料。以圣伯雅墙板为例，它在防潮防水性能上和涂料相同，既可以做整屋，也可以做局部改造，如背景墙、儿童房、厨房、卫生间等。圣伯雅用工业化生产的方式，将部品标准化，可在一周内完成施工，通过降低人工、材料等费用，实现装修综合成本降低40%。

装配式墙板表面还可以进行许多不同工艺的处理，可以用到涂料、壁纸等。罗杰大胆提出设想：“未来涂料、壁纸的发展方向可能不再是C端用户，可能也不会过多建立渠道，而是成为墙板行业的供应商”。

德国进口壁纸品牌艾仕在延伸涂料品类的过程中，看到了通过装配式墙板推广涂料的商机：“如果将涂料直接在工厂中喷涂在墙板上，然后再送到客户家中，不是可以大大降低成本、提升效率？”想通这点的艾仕壁纸董事长董红强正与圣伯雅洽谈。

“装配式装修从本质上讲就是将装修从服务业变成了制造业。”业内分析人士认为，发展至今，装配式墙板已经可以满足内装墙面的所有要求，正以迅猛之势抢占室内装修市场份额。

生产与服务待考验

以墙板切入装配式装修赛道，企业将在生产和服务上迎来考验。

“传统装修和装配式装修的核心区别，就是怎么用工厂，怎么提升效率。只有体系贯通才能实现真正的装配式装修，与此同时，建立两化融合的体系贯通才能体现装配式建筑的优越性。”和能人居科技副总裁田冠勇认为，未来，装配式装修的发展要求实现开放、共享的全产业链生态协同。

中国房地产数据研究院执行院长陈晟向北京商报记者表示，做装配式建筑，主要原因在于企业配套服务、施工管理的成本较高，但在装配式墙面上，企业对于新技术的运用不够，在技术方面仍存在制约；把智能化、可拼接、可拆装等多元化场景考虑周全，能够把现代材料、3D建筑打印技术相结合的企业有机会脱颖而出”。

在吴堂祥看来，目前装配式装修行业还不太成熟：“如何把建材变成部品，部品和部品之间怎么连接与构建，用什么样的设备能够实现部品和部件的大规模生产，如何从前端到后端，通过一套信息化系统来完成前端的设计、拆单，然后到达工厂进行生产，这是一个系统的工程，需要四种类型的人才”。他认为，装配式装修还需要2-3年的进化过程：“一旦当装配式装修的成本低于传统式装修成本10%时，装配式装修的占比就会迎来大增长”。

“我们预计装配式墙板企业在明年可能会如雨后春笋般出现，那这对我们来说是必须要面对的挑战，在现在这样一个真空期，我们必须加快步伐，扩大品牌知名度，建立完善的渠道，尽快占领市场。”罗杰表示。北京商报记者 谢佳婷 孔文雯

Business Sense

用海外模式卖地板 贝尔的国内新版图

出口型企业，如何转战国内市场？2020年不少家居企业在思考这个问题。

2020年8月，贝尔地板总经理林海堤接受北京商报记者采访时表示，转战国内市场，贝尔地板并非采用国内传统经销模式，在终端加码布局一两万平方米的品牌专卖店，而是将重心放在让三平方米的小店遍地开花，同时挖掘商业空间大金矿；贝尔地板正以海外模式构建国内新版图”。

三平方米小店遍地开花

“现在全国已经有一两千家小店了。”林海堤透露，疫情下，贝尔地板三平方米小店正在全国市场遍地开花。

林海堤口中所说的小店，实际上是一台名为“贝尔家居智能微店”的机器，上面是一个液晶显示屏，下面是存放60个地板样品的格子。任何一款产品，从格子中拿出来，放入专门的VR体验区内，液晶显示屏

上就显示出装木地板后的家居实景。如果想找特定种类的产品，按照功能、特色、品类、品牌的分类进行索引，选定产品后扫描显示屏上的二维码就可以下单、付款。

贝尔地板原来是一家出口型企业，发力国内市场时，却发现国内市场与海外市场非常不一样：“做出口时，我们面临的客户群体，要么是大型建材超市，要么是大型海外批发、零售，国内却是发展经销商建立专卖店渠道，而那时主流卖场渠道的黄金位置已经被知名品牌抢占”。林海堤表示。

贝尔地板没有选择以国内友商的渠道布局方式开拓国内市场，干脆以海外模式在国内卖起地板：“以传统经销模式硬拼很难争得一席之地，利用电商基因创新小店模式，插位竞争，或许还有机会。”如林海堤所愿，贝尔地板以这种模式快速开拓国内市场。疫情下，这种模式更好地切中了传统家居渠道痛点。受疫情影响，经销商压力倍增，在经营的家居品牌店中腾出三平方米空间

摆放一台设备，既能满足客户更多家居需求，又可以降低门店销售成本，还可能提高客单值。此外，2020年，单一品类的专卖店时代正渐渐远去，全品类的场景化运营时代正在到来，有实力的品牌展开多品类布局，有实力的经销商开始向上向下整合产品，一定程度上助推了贝尔地板的全国扩张。

商业空间是个大金矿

三平方米小店遍地开花的同时，贝尔地板还在快速向商业空间渗透，在这个过程中，林海堤找到了一种挖掘大金矿的快乐。

“商业空间是个大金矿。”提及商业空间，林海堤很兴奋，在贝尔地板总部新建成的展厅中，专门设计了一个区域展示各种商业场景，比如耐克场景展示的是耐克专卖店的一角，墙面与地板选用不同款式的贝尔地板，构成颇有运动感的时尚空间；耐克全国专卖店使用的都是贝尔地板。“为大

品牌全国专卖店做地板、墙板的配套，贝尔地板打开了一个巨大的商业空间市场。

挖掘商业空间大金矿，贝尔还有另外一种方式。除了为这些品牌做商业配套以外，贝尔地板还顺应家居巨头向整装发展的趋势，为它们提供地板解决方案；欧派、尚品宅配、我乐家居、慕思寝具、左右家私、芝华仕等都是我们的战略合作伙伴”。林海堤表示，与家居巨头成为战略合作伙伴，贝尔地板挖掘商业空间大金矿的力量剧增。

网销基因成就新扩张

作为出口型企业，贝尔地板在国内市场一直是电商模式的打法，曾依赖高性价比的产品连续数年蝉联天猫“双11”冠军宝座。首先，贝尔地板对产品研发十分重视，在贝尔地板总部，专门建造了一座贝尔研究院，有专业的研发人员在各种地板实验室里做着抗冲击、耐磨、老化等不同的测

试，攻克专利技术，研发各种新品。其次，拥有科学的仓储系统，贝尔地板产品线十分丰富，但仓储压力并不大，因为他们很少积压货品，周转时间大概60天，周转率合理。此外，贝尔地板还拥有遍布全国的安装服务能力，这一点被众多家居巨头看好。

“我们与家居巨头合作不是传统经销商模式，而是电商模式。”林海堤向北京商报记者表示，过去的电商经验为贝尔地板积累了强大的安装团队资源，可以服务全国客户群体，其他品牌为家居巨头配套可能需先将产品从仓库发往他们全国总仓，然后再由其向外配送，不仅成本会增加，且快速发展品类的家居巨头无法匹配大量合适的安装服务人员，与贝尔地板合作，可以将贝尔地板成熟的电商团队直接植入，设计、安装、服务都由贝尔地板负责。

在网销基因的助推下，贝尔地板正加速打开国内新版图。

北京商报记者 谢佳婷

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