

家居： 新国货潮冲击过饱和市场

随着经济水平的提高和消费升级趋势的加强，中国家居建材行业逐渐从功能驱动消费转入追求品质、情感表达和注重健康环保的阶段。当前，全国建材家居市场整体仍延续过饱和状态，面临产能过剩和生产方式落后的困境，同时家居企业面对健康环保新风口一拥而上，衍生出一场又一场轰轰烈烈的新国货潮流，不断探索转型之路。可以预见，在新消费需求下，从传统营销模式转变为数字化营销、从千篇一律的产品到融入时尚元素、从家居智能化到全屋智能，成为行业未来发展的新趋势。



2020年全国建材家居市场处于过饱和状态

全国BHEI（中国城镇建材家居市场饱和度预警指数）值为**159.79**（位于红灯区）

现状

◆过饱和

中国建筑材料流通协会发布的数据显示，全国BHEI（中国城镇建材家居市场饱和度预警指数）值为159.79（位于红灯区），这意味着全国建材家居市场处于过饱和状态。

2020年，全国家居建材市场增长率降低，对应的是行业优胜劣汰、转型升级速度明显加快，市场竞争愈演愈烈。中国建筑材料流通协会家居建材市场委员会发布的数据显示，2019年中国建材家居卖场单店50强销售规模为692.2亿元，占全国卖场总销售额的6.88%，即使在50强单店中，销售规模差异也较大。居然之家北四环店以超过50亿元的销售额排在首位；其余排在前10的卖场，销售额均超过20亿元。

同时，当前全国建材家居市场布局仍保持“整体过剩、局部稀缺”的特点。

◆无醛大战

一场“无醛”大战，拉开了2020年下半场的帷幕。在定制家居龙头企业欧派打响“第一枪”之后，一众定制家居企业先后入局，抢占健康环保风口。

“无醛”的核心是无醛添加板材。欧派爱芯板、索菲亚康纯板、尚品宅配康净板、维意定制蝶态板、好莱客原生态净醛板、百得胜纯享板、卡诺亚康醛板、冠特除醛板、亚丹无醛禾香板、伊仕利伊芯板、客来福福芯板、伊恋净纯板……下半年，多款不同名称、打着“无醛”旗号的板材如雨后春笋般涌现。忽然之间，无醛、零醛概念炒作再次甚嚣尘上，企业们争相跟风，消费者谈甲醛色变。

在定制家居领域，“无醛”并非新鲜话题。这场“无醛添加”战火，是疫情之下，消费者对健康环保提出了更高的要求倒逼家居企业进一步升级和探索，也是对几年前的价格大战的全面升级。

◆新国货潮

近年来，应对国际化与同质化竞争，家居企业找到一条新路：打造新国货。一场推崇国货的潮流猛烈开启。

如专注集成吊顶和浴霸产品研发的奥普，提升产品品质、核心技术，针对不同的用户人群分层升级；恒洁主动与消费者互动，让更多人了解中国制造，了解恒洁的新国货；左右沙发针对国人坐、卧、躺等行为习惯。在设计方面进行创新改变，不断满足消费者对生活和情感表达的需求。

过去中国制造的产品靠着成本与规模的优势在市场中立足，而新国货以品质与核心技术为基础，打造产品的圈层消费。一方面，新国货既不满足于中国传统设计，也不盲目学习西方设计；另一方面，新国货不代表只面向国人，而是要让世界更多消费者的生活变得更好。