

关于促进家居消费政策的落地

北京商报:近期,多个促进家居消费政策陆续出台,您认为哪些内容是家居行业的新蓝海?

汪林朋:近期,商务部等13部门发布的促进家居消费若干措施中明确,家居消费是居民消费的重要组成部分,这个定义让家居行业非常鼓舞。总的来看,此次促进家居消费政策主要包括四方面内容:一是大力提升供给质量,二是积极创新消费场景,三是有效改善消费条件,四是着力优化消费环境。

北京商报:目前,在促进家居消费方面,居然之家是如何做的?

汪林朋:居然之家正在从政策鼓励的四个方面入手,积极推动促进家居消费若干措施政策落地。

在提升供给质量方面,参与绿色家居、绿色装修、适老装修、智能家居等行业标准的研究制定和打造绿色商场样板。

在创新消费场景方面,一是采用线上线下相融合的商业模式,推动“洞窝+家装”“洞窝+二手家居”业态发展,二是实现生活业态和家居业态的融合,三是打造“旧房焕新颜”“家有困难找居然”“以旧换新”三大营销IP,四是通过家博会等场景,拉动消费。

在改善消费条件方面,在城市通过以旧换新、二手家电家具上门维修或回收等方式,推动循环经济的发展,在县城和农村实施“百县百MALL、千镇千店”战略,打造县域商业物流综合体和乡村超市,同时做好家政到家服务,在昌平建立了国内首个家政家居培训学校,帮助行业提升服务质量。

在着力优化消费环境方面,居然之家正加强与银行机构合作,将消费贷等金融服务嵌入消费者旧房装修改造等消费行为中,进一步释放家居消费潜力,同时争取居然卖场成为首批REITs试点,以盘活自持物业资产价值,加速连锁发展步伐。

北京商报:在全面促进家居消费方面,还存在哪些阻力?家居卖场还面临哪些困难?

汪林朋:目前政策落地和市场本身都还不完善。比如,旧房装修时居民没地方住、旧家具没地方放等问题,目前小区或物业还没有提供相应的配套措施。

目前,家居卖场没有以个体形式纳入社会消费品零售总额的统计范围内,一些政府的优惠政策就不能在家居卖场落地,这可能会导致利好政策很难触达家居零售终端。

关于家居行业存在的痛点

北京商报:家居行业还存在哪些痛点?家居卖场存在哪些痛点?

汪林朋:随着房地产市场发展逐渐走向成熟,存量房屋交易将占据主要地位,对于家居行业而言,痛点在于二手房交易没有活跃起来、税费较高,家居产业链条长,在产品和服务上还未形成统一的行业标准;对于家居卖场来说,痛点在于整装、定制、设计师的线下平台以及抖音、小红书等线上平台,均在抢占家居卖场的客流,而众多家居卖场还处在数字化转型的初级阶段。

北京商报:对于提及的痛点,您认为该如何解决?

汪林朋:一是多个政策出台,每个政策的内容都是非常丰富的,但政策如何具体落地,需要多个部门共同发力和协同;二是需要盘活二手房交易,目前的政策措施主要包括旧房装修改造、家具家电的以旧换新、适老装修等,这些消费的前提是二手房交易要活跃起来,让老百姓的财富流动起来,中国目前70%-80%的老百姓财富都是在房子上,但现在二手房的交易依旧受很多政策的限制;三是要针对旧房装修改造过程中“居民没地方住”“旧家具没地方放”两大痛点,应尽快提出针对性的解决方案,这不仅需要家居企业,还需要物业、小区以及相关部门联动响应,提供相应服务设施。



关于家居行业的发展趋势

北京商报:2023年上半年的消费情况如何?又呈现出什么样的新消费特点?

汪林朋:从上半年的消费情况来看,我认为家居行业的消费还有很大的潜力,因为想改善居住

环境,家庭生活品质的顾客非常多,流量明显增加。同时,随着家居用户跨度变广,消费群体逐步年轻化,目前以“90后、95后”为主,这样的新消费群体比较讲究个性,追求颜值和环保性。

北京商报:根据促进家居消费的政策,家居行业将呈现哪些发展趋势?

汪林朋:近年来,家居消费成为仅次于汽车的家庭第二大支出。家居行业将呈现三大新发展趋势:一是科技创新、产业升级和城市更新、县域经济发展和乡村振兴会成为中国经济高质量发展和产业升级的三个重要方向;二是家居产业将逐步脱离房地产业,家居消费将替代房地产消费,成为国民经济的重要支柱和推动经济恢复向好、扩大就业的关键;三是家居卖场未来仍然是最重要的实体业态,满足民生消费新需求的绿色化、智能化、适老化将成为促进家居消费的发力点。

北京商报:结合家居行业的发展现状,您认为家居行业将达到什么样的状态?

汪林朋:我认为家居行业会迎来一个重大的历史发展机遇,有以下两点理由:

一是中国的房地产市场将从开发阶段转向运营阶段,家居行业会成为替代房地产行业的重要经济支撑。存量住宅陆续进入更新改造时期,这是一个产业链庞大的行业。

二是线下的家居卖场和购物中心一样,会成为未来实体商业的最重要业态。未来的商业模式中,线上是电商的天下,但品质消费还需要通过线下实体店进行,主要包括超大体量的购物中心、家居卖场。

北京商报:面对家居行业的发展态势,您对家居企业有哪些建议?

汪林朋:大家不要对家居行业悲观,要主动拥抱变化和适应这个时代,进行商业模

式转型升级。现在,家居企业首先要坚定信心,一系列促进家居消费政策出台了,存量房产市场的红利已逐渐显现,家居行业的好日子就要来了。

/记者/手/记/

他用两个“数”改变着家居行业

在数字化浪潮席卷全球的今天,推动数字化转型,利用科技赋能运营体系和商业模式,已不是什么新鲜事。在被大众定义为传统的家居行业中,有这么一个人,早已预见家居行业数字化、智能化转型的趋势,并率先布局,用两个“数”改变着家居行业,他就是深耕家居圈近30年的居然之家董事长兼CEO汪林朋。

在多次采访中,他喜欢讲两个“数”,一个是数据,目前房地产行业是每年15万-16万亿元的市场,假如15年更新一次,每年就是60亿-70亿平方米的住宅,如果1平方米花2000元装修,就是接近15万亿元的存量房装修市场。另一个是数字化,努力搭上数字化、智能化技术革命的列车。在2002年提出“先

行赔付”理念的基础上,居然之家一直在数字化转型中走在行业前列,比如,居然之家打造的数字化家居产业服务平台“洞窝”和跨品牌、跨业务、跨终端的通用智能家居系统“居然智慧家”。

他也多次强调,“人、货、场”线上线下的完美循环,才是未来商业模式的终极版。

从率先提出“先行赔付”理念,为商户和消费者做背书,到打造S2B2C商业模式,再到“旧房焕新颜”“家有困难找居然”“以旧换新”三大营销IP等,居然之家都走在行业前列,这不仅意味着居然之家正在做着赋能全行业的事情,还表明汪林朋所拥有的前瞻性思维,给家居行业发展带来更多的可能性。