

经营承压或致高管频繁变动 家居企业欲突围洗牌压力

家居企业高管持续一年多的“离职潮”还在继续。据新快报记者不完全统计,2023年年初至今,在上市和待上市家居企业中,已有超过27位企业高管离职,涉及的岗位从董事、总经理、副总经理到营销中心总经理、财务总监等。在业内看来,不同人的出走原因不尽相同,备受外界关注的中高层或是因为企业经营承压、业绩不达标、经营理念分歧,以及出于追求更好的发展空间做出的选择。而站在更大的角度上,有业内人士表示,近一两年行业高管变动频繁,是家居行业面对竞争不断加剧,转身走向转型升级、实现高质量发展过程中决定的结果。

■新快报记者 梁茹欣

1 超百位家居高管频繁变动

今年年初,建发股份并购红星美凯龙一事引发行业广泛关注。红星美凯龙人事和经营管理上的变化,自然也成为舆论茶余饭后的焦点。2023年1月上旬,这两家企业双双发布公告,建发股份正在筹划通过现金方式协议收购美凯龙不超过30%的股份后不久,红星美凯龙随即发布公告称,因相关工作安排原因,郭丙合提出辞去副董事长及执行董事职务,车建芳及蒋小忠辞去执行董事职务。郭丙合、蒋小忠同时辞去公司战略与投资委员会职务。陈淑红辞去非执行董事职务。同时公告称,增补3名非执行董事和1名执行董事,其中有3名均来自建发系。

这并非孤例。几乎同一时间,同为建材流通行业巨头的居然之家也传出员工持股计划及新高管履新等信息。另外,仅在2023年1-2月,便有皇派门窗、喜临门、正泰电器、我乐家居、顾家家居、百得胜家居、梦天家居、德尔未来、圣象地板等多家泛家居企业高管离职。

事实上,家居企业高管频繁变动早在2022年就已露出端倪。据媒体统计,2022年仅上市家居企业高管变动频次超过270次,上市家居企业高管变动人次是2021年的三倍多。包括数十位董事长、总裁等职位“换防”,上百名的高管辞任。从离职高管的任职经历来看,任职两三年后匆匆离开的新人有之,企业的元老级员工也时有出现。

对于前述报道中提及的离职数据,一位受访家居企业中高层表示,“应该没有水分”。据他描述,像大部分人一样,去年他便已经离开了任职一年的企业。当谈及大批行业高管频繁变动的原因时,他坦言道,主要还是因为“行业红利大幅减少、市场不景气、销量下滑,以及老板焦虑。”

2 “经营承压、业绩不达标是高管们出走的直接因素”

近三年,行业大环境变化使得企业承压加重,难看的财报数据落到现实中,最先被砸中的或是企业内部负责核心业务的职业经理人。今年1月中旬,德尔未来发布公告称,杨冬辞去公司助理总经理,以及苏州百得胜智能家居有限公司(以下简称“百得胜”)总经理等职务。而在其任职的两年多时间里,百得胜曾在2021年实现营收9.12亿元,实现净利润约4235万元。但在2022年上半年,百得胜出现亏损,该公司实现营收约3.66亿元,净亏损715.56万元。

无独有偶,在今年公司内部会议上,红星美凯龙董事长车建新提到公司被收购的多种原因时指出,疫情导致高度依赖线下销售的红星美凯龙时常遭遇关店,影响了经销商销售和收入;地产行业萎缩导致家居零售市场低迷;多家企业的债务违约,使得其他企业再发债的难度加大;以及公司的融资成本高,导致资金链危机等等。

安信证券在今年1月份发布的一份研报

中写道,“此次建发拟收购美凯龙控股权,预计将有效缓解美凯龙的现金流压力,未来也将从拓展零售网络、加速下沉市场渗透、提升平台运营效率等多方面提供发展新活力,有望进一步推动双方共同做大业务基础,对行业发展信心形成显著提振。”

有行业分析认为,建发股份并购红星美凯龙一事是家居建材行业流量缺失、经营乏力的缩影,不排除后续会有更多的资本、人事变动。艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅接受新快报采访时亦指出,家居行业高管出现“离职潮”,一方面是因为外部环境导致经营承压,这三年大部分家居企业的业绩增长都遭遇较大挑战,2022年表现得尤为明显,业绩不达标是高管们出走的直接因素;另一方面,当前的家居企业正处于转型升级的十字路口,高管们能否承担在转型发展蹊径中担当重任,也是影响他们去留的重要原因。

3 新旧“换班”带来的“代际变革”

近一两年,不少家居企业中高层打破在原来行业内流动的惯例,投奔到门窗等发展势头较强的细分领域。包括诗尼曼、百得胜、玛格、欧派、顶固、好莱客等多位定制企业高管都曾扎堆进入门窗企业。

值得一提的是,门窗行业内的高管变动同样频繁。例如,皇派门窗营销中心总经理邱文胜于今年1月离职,此前他曾就职于欧神诺、简一大理石瓷砖等陶瓷企业,2019年进入皇派门窗。原好莱客家居营销中心总经理李阳,在2019年加入新豪轩门窗任营销总经理,并于2022年年底离职。原欧哲门窗营销副总经理马皓华于2022年入职新标门窗等等。

在行业人士看来,门窗行业像大多数家居企业,在经历数十年的发展后,逐渐都走到新旧“换班”的阶段。企业“掌门人”在向下一代进行权力移交的过程中,随之而来的管理风格、内部架构的变化与调整都有可能引发中高层的“大换血”。

而撇开企业经营承压、业绩不达标、领导层面的经营理念分歧,以及追求更好的发展空间等个体因素。有受访行业人士认为,相较于其他行业,近几年家居企业人才变动频繁,更多是行业目前所处的发展阶段决定的。在过去的很长一段时间里,家居行业一直处于拥有大规模数量的企业但缺少优质头部企业的低效发展过程中。随着家居用户跨度变广、消费群体逐步年轻化,以及信息技术的快速发展,家居品牌之间的竞争不断加剧。如何跨越原来的低门槛,到具备智能制造、科技属性,提高设计研发能力等,也成为了衡量一家企业高质量发展水平的体现。

华南理工大学研究员、博导李继庚曾向记者表示,如今的传统产业代际传承需求非常强烈。这些从父辈手中接过“事业棒”的新一代,对于制造企业的管理方式有着迥然不同的诉求。在他长期关注的陶瓷行业中,很多企业目前都由“企二代”负责打理经营事务。面对房地产下行、行业整体库存走高、利润大幅度压缩等多重因素影响,企业的新一代接班人对于数字化、智能化转型的接受程度往往会更高,一定程度上加快推动了行业的转型。

企业内生驱动力愈加强烈的同时,也对行业人才提出了更高的要求。张毅提到,“在过去的20年,家居行业伴随着房地产行业发展迅速。面对眼下房地产行业下行的大环境,家居企业基本都在寻求突破,要么是产品转型,要么是模式创新。特别是作为从老一辈模式成长的职业经理人,对于二代接班人提出的新转型、新业态和新打法能否接受,这也是企业和这些高管过程之间一个选择或者适应过程。”

在他看来,站在行业现状和市场需求角度上,家居行业走向转型已是大势所趋。如何走出新路,几乎是一道摆在所有企业面前不得不思考的命题。而转型阵痛下的行业或将面临新一轮的优胜劣汰。在这股浪潮中,企业要实现高质量发展,一是坚守家居赛道,则意味着要产品创新;二是可以选择扩充赛道,走周边路线;三是智能赋能,走科技路线。



扫码了解更多“家·生活”资讯