

居然之家不做“房东”要做“股东”？

该家居卖场宣布全面转型,从“固定收租”转为“销售分成”

今年以来,家居卖场在转型的路上动作不断。近日,在居然之家大湾区发展规划暨三店联合招商发布会上,居然之家董事长汪林朋表示,居然之家将全面转型,从“固定收租”向“销售分成”模式转变。此前,居然之家还拟以22.32亿元的代价出让10%股权予金隅,后者为北京市属大型国有控股产业集团和A+H整体上市公司。该笔交易成为年内继红星美凯龙后又一家头部家居零售企业引入国资的案例。

头部企业积极与国资“联姻”、转变经营模式的背后,家居卖场正经历着市场周期下的激烈更迭。近年来,卖场体量过剩、同业竞争激烈等问题一直挥之不去,多地卖场门店关闭清算,甚至被摆上了拍卖台。

■新快报记者 梁茹欣



■12月11日13:30左右,广州天河某一个家居卖场客流寥寥。



■居然之家广州番禺门店。



一周资讯

1 科凡家居撤回上市申请

12月8日晚,深交所披露,因科凡家居及保荐人国泰君安提交撤回上市申请,深交所根据有关规定,决定终止公司首次公开发行股票并在主板上市的审核。科凡家居于去年11月首次提交上市招股说明书,今年3月3日全面注册制实施后平移到深交所审核,3月29日收到首轮问询,但公司一直没有回复,直到如今撤回上市申请。

2 豪美新材董事长及子公司遭行政处罚

12月11日晚间,豪美新材发布公告称,去年4月,公司全资子公司广东精美特种型材有限公司(以下简称精美特材)熔铸车间在生产过程中发生深井爆炸事故,精美特材及上市公司的董事长董卫峰收到清远市应急管理局下发的《行政处罚决定书》。

决定书显示,去年4月3日上午,精美特材熔铸二车间发生深井爆炸事故,造成5人死亡、直接经济损失2100万元。经调查认定,精美特材以及公司董事长董卫峰对爆炸事故发生负有责任。根据相关规定,清远市应急管理局决定给予精美特材人民币110万元罚款、董卫峰25.05万元罚款的行政处罚。

3 多家品牌防盗安全门上“质量黑榜”

近日,天津市市场监督管理委员会对防盗安全门产品开展了质量监督抽查工作,抽查了天津市4家生产企业和19家经销单位的25批次产品,其中10批次不合格,涉及王力、盼盼、美心元素、迪利克特等标称商标产品。

(梁茹欣 据公开资料整理)

销售分成模式实际意义不大？

居然之家提出将收入模式从收租金向分成转变,在业内引起多方讨论。有行业分析认为,当前卖场客流量下滑、商户经营困难,租金变成商户的大负担。居然之家此举是希望通过降低入驻卖场的门槛来吸纳商家进驻,提高出租率。

居然之家方面称,今年3月,居然之家哈尔滨店作为试点率先运营“废除固定租金,只收保底物业费,销售分成”的模式。在这一模式下,该卖场由仅40%左右的招商反转为实现100%的招商。2024年,居然之家将在各地直营店陆续开展招商模式创新,其中包括长春、石家庄、无锡等城市以及广东的广州番禺店、深圳前海店和清远店等,力争在3年内完成80%直营分店由收取固定租金向销售提

成的转型。

不过,有业内人士直言,居然之家提出的分成模式“只是改变了利益分配的先后方式,或许对其他卖场有一定杀伤力,但没有从根本上改变居然之家的商业模式,也没有从根本上改变与租户的关系”。

“销售提成模式的落地存在一定难度。一方面,零售渠道流量普遍下滑,许多原本工程渠道收入占大头的品牌可能更加不愿进驻卖场。另一面,在卖场整体销量较差的情况,按照销售提成很可能演变为变相免租。”一位从业多年的家居行业人士告诉新快报记者,这一模式是否可行,关键在于其执行细则,即卖场与商户分成比例是否合理。

对此,新快报记者以加盟为由联系居然之家广州番禺店招商部,但相关工作人员没有正面回应销售提成比例的具体情况,表示需先确定入驻商家的相关资质。实地走访过程中,记者看到该卖场仍处于大门紧闭状态,尚未正式对外营业,建筑外立面则张贴着招租相关信息,周边有数位装修工人正在施工作业。

“再过两年左右,这个卖场就要撤掉了。”距离居然之家广州番禺店数百米的另一处高端家居卖场里,当新快报记者以意向加盟入驻商户的身份进行咨询时,一名商户建议记者直接换其他卖场。该商户坦言,仅是交租模式转变并不能给销售带来太大变化。

卖场过剩与同业竞争激烈

伴随着一站式配齐等新兴消费模式崛起,传统家居卖场正面临着商户与消费者的“双向背离”。今年5月,在一则关于“你有多久没去家居卖场了”微博话题里,近2000人参与话题投票,其中超过九成的人表示“从没去过”或“几乎不去”。

在过去数年,居然之家、红星美凯龙等企业均有过一段“疯狂开店”的巅峰时期。以居然之家为例,自2018年起,该公司实施渠道下沉战略,通过“稳固核心城市,实现其他一二线城市重点突破、加快省会以下三四线城市连锁布局”的思路,将地方性中小卖场纳入公司委管及特许经营卖场范围,从而提高门店覆盖率和加快渗透下沉市场。“2019年将加快从一

线到五线城市的连锁布局,争取新开店100家以上,年底累计超过400家。计划未来3-5年店面数量达到600家,8-10年达到1200家。”在居然之家2019年新春招待会上,时任北京居然之家家居连锁集团总裁的王宁如是说。

据公开数据,2019年至2022年,居然之家直营与加盟卖场数量由355家增至428家,红星美凯龙自营与委管卖场由337家增至378家。从市场整体来看,全国规模以上建材家居市场面积从2012年的10000万平方米,一路上涨至2022年23093万平方米,十年间扩大至超两倍。另据中国建筑材料流通协会历年发布的“中国城镇建材家居市场饱和度预警指

数”显示,2016年至2022年,全国建材家居市场整体在“过度饱和”和“饱和”之间徘徊。其中,2022年广州与深圳两地建材家居市场同处于饱和状态。

而随着房地产行业快速增长的时期成为过去,家居卖场开始遭遇诸多经营挑战。快速扩展之后带来的体量过剩、同业竞争激烈等问题逐渐凸显,客流量减少、业绩和利润低于市场预期、出租率下降成为企业面临的普遍困境。仅在2023年上半年,居然之家共关闭13家自营和加盟家居卖场,其中经营时间最长的仅有9年,最短的不到2年。而红星美凯龙的自营商场和委管商场的平均出租率均从2021年的九成下降至2023年上半年的八成。

“包租公”要向“服务商”转变

不少业内人士认为,互联网及电商平台的崛起消弭大部分实体产品的价格差、折扣差及品质差,传统家居卖场的流量一再被稀释与分流,卖场及企业亟需作出更多改变。近年来,不少卖场开始尝试转型综合商业体,增加餐饮、娱乐、母婴等业态,吸引不同需求的消费者;或者跨界布局家装业务,推出各种家装子品牌,但效果平平。

新快报记者走访广州多个卖场发现,即使主打“吃喝玩乐购家具”的卖场,看起来仍是客流寥寥。以天河区某一家家居卖场为例,在客流最热闹的午餐时间里,20分钟内其三楼一家软体家居门店只有8人路过,无人进店咨询。

家居卖场要如何夺回流量和走出转型困境?中国建筑材料流通协会秘书长陈媛向新快报记者表示,当前整个建材

家居产业都在探讨融合、重构的课题,进行着“大家居产业链”的研究和实践。传统建材家居卖场一要进行全面融合,比如家居、家电、家装“三家”融合,调整业态布局;二要积极创新消费场景,把分流的消费者重新拉回线下卖场;三要从传统的租赁方转变为“服务商”,以极致的服务取胜,建立起卖场和品牌方、商户的“命运共同体”。



扫码了解更多“家·生活”资讯