

家居卖场提前进入“多事之秋”。短短数月内，居然智家、红星美凯龙、富森美三大上市卖场创始人接连被留置，汪林朋、车建兴等人陆续退场。当传统卖场深陷困局时，京东、天猫等电商巨头的跨界入局更添压力。业内人士直言，传统家居卖场对消费市场变化普遍把握不准、应对乏力，电商却借数据优势掌握消费趋势，这场内外交困的行业变局，倒逼传统家居卖场加速治理与发展革新。

■新快报记者 梁茹欣 文/图



“大佬”接连退场、电商巨头入局抢食 家居卖场绩降债高深陷生死劫

■2024年居然智家、红星美凯龙等企业的资产负债率均达到57%。

① 三大家居创始人被留置，合规风险凸显

今年以来，家居卖场行业多位重要人物接连遭遇职业生涯中的重大转折。

富森美于7月24日晚间发布公告，称公司近日收到成都市郫都区监察委员会签发的通知书，该公司董事长刘兵已被实施留置。在留置期间，刘兵无法履行董事长职责，其相关职务暂由公司副董事长刘云华代为履行。

回溯至今年4月至5月，富森美的同行企业中已有类似事件发生。居然智家董事长汪林朋、红星美凯龙创始人车建兴彼时相继被公告因涉嫌相关问题

被立案调查，并实施留置措施。其中，汪林朋在经历3个月留置调查后，状态变更为“责令候查”，但不到5天便在家中离世。而红星美凯龙创始人车建兴正逐步淡出公司治理核心。继失去公司控制权后，他近日以个人原因申请辞去总经理职务，目前仍在公司担任执行董事等职。

有市场分析指出，三大家居上市公司创始人接连被留置，或与行业性合规风险存在关联。这三家企业均涉足小额贷款、供应链金融等衍生业务，在行业下

行、出租率与租金双重承压的背景下，高杠杆扩张及资金腾挪所潜藏的灰色空间风险已急剧放大。

除此之外，居然智家、富森美等家居卖场在盈利下滑仍维持高比例分红的做法，同样引发市场质疑。以富森美为例，其2024年度报告显示，公司自上市以来累计进行现金分红13次、转增股本1次，累计现金分红总额超42亿元；近三年累计分红超22亿元，占同期累计净利润的88%，而这些丰厚分红的大部分流入了公司创始人刘兵三姐弟手中。

② “轻资产”难纾压力，业绩下滑债高企

不过，大材研究首席分析师邓超明向新快报记者表示，目前这三大卖场的主营业务仍是市场租赁及相关服务收入，来自金融板块的占比其实很小。就卖场这种业务而言，最重要的还是为商户创造价值。

事实上，家居卖场的本质更接近商业地产生意，其核心盈利模式是通过自建或租赁物业后转租给商户获取收益。但当前行业正面临市场饱和的挑战，全国规模以上建材家居市场面积增长率已连续多年为负。据中国建筑材料流通协会中国城镇建材家居市场饱和度预警指数BHEI数据显示，2024年全国规模以上建材家居市场面积约20495万平方米，同比增长率为-9.55%，同比降幅扩大。

这一行业态势已体现在企业具体经营数据中。红星美凯龙发布2025年上半年业绩预告称，预计上半年公司实现归母净亏损19.2亿元至15.9亿元；扣非后

的归母净亏损为6.2亿元至5.1亿元。这是继2024年年报归母净利润亏损29.83亿元后，公司业绩再次下滑。

红星美凯龙在公告中明确，投资性物业估值下调是业绩下滑的主因。其解释称，家居建材行业受多重因素影响，供需双降导致家居零售需求减弱，对商场经营形成阶段性冲击。公司为扶持商户减免部分费用，并调整战略布局吸引优质品牌入驻，综合影响下，现阶段商场出租率及租金水平较历史均值出现一定下降，进而影响投资性房地产价值，致使半年度投资性物业估值下调逾18亿元。

头部卖场线下门店增长见顶，叠加线上冲击与线下饱和，企业重心已从扩张转向优化门店运营。在此背景下，行业近年兴起“轻资产”模式探索，即减少重资产依赖，更多依托品牌、管理、技术、服务等无形资产开展业务，以实现低成

本扩张与高效运营。红星美凯龙通过委管商场与特许经营项目在三四线城市布局，即为典型案例。

而即便转向“轻资产”模式，家居卖场的偿债压力也并未得到根本性缓解。新快报记者注意到，2024年居然智家、红星美凯龙等企业的资产负债率均达到57%。以居然智家为例，据其2024年财报，公司的流动负债超过流动资产42.07亿元，包括短期借款18.83亿元及一年内到期的长期借款6.99亿元，此外，居然智家还持有长期借款30.9亿元。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅表示，面对高资产负债率及运营风险，家居卖场当下仍需大幅降杠杆、减债融，避免过度依赖债务扩张，必要时适当收缩；同时加强现金管理，合理规划资金及使用率，通过优化资金结构、拓展股权融资等多元渠道增强财务稳定性。

③ 电商巨头线下抢滩，倒逼卖场加速革新

另一方面，外部跨界者的冲击更为强劲，电商大平台已加速布局新兴家居卖场模式。例如，今年6月，天猫优品超级旗舰店已落地深圳，以家电和家居零售为核心，涵盖手机数码、家居家装等多个品类；京东则于近日全资收购“生活家”家居集团。

相较之下，家居卖场在供应链数字化、获客能力及场景创新重塑消费价值等方面革新均显滞后。张毅告诉新快报记者，其观察发现，家居卖场普遍存在对消费市场变化把握不足、判断不准甚至应对乏力的问题。事实上，当消费市

场发生变化时，卖场需紧跟消费需求的动态调整，涵盖用户画像、价格接受区间、偏好的消费模式及所需产品类型等维度，精准锁定值得分析的数据方向。因此，加强基于大数据的消费洞察、行为监测及营销数据追踪，进而做出数据驱动的科学决策，已成为该行业的当务之急。

而这些恰是电商平台的优势所在。邓超明指出，电商巨头的优势在于线上沉淀了庞大的消费数据，这使其能够深刻理解并精准把握家居消费趋势，进而为选品提供科学指导。此外，依托长期的线上运营积淀，京东、天猫等平台已与

众多家居家电品牌建立起深厚的合作关系，业务成效显著；在此基础上顺势向线下拓展时，也赢得了不少企业的认可，并由此在供应链环节形成了一定优势。

不难看出，传统卖场的自我革新与电商平台的线下渗透，本质上是两种模式的较量。前者试图通过业态跨界打破“收租依赖”，后者则凭借数据与供应链优势重构线下场景。业内也愈加认识到，最终决定竞争格局的，是对消费需求的响应速度与服务深度，只有将这种能力转化为场景体验与服务增值的动力，方能在行业浪潮中占据主动。

一周资讯

美凯龙两股东拟合计减持约1.3亿股股份

美凯龙7月25日晚发布公告，称该公司于近日收到股东杭州灏月企业管理有限公司(以下简称“杭州灏月”)、邱喆的《股份减持计划告知函》，杭州灏月拟通过集中竞价、大宗交易方式减持公司股份共计不超过13064.1979万股(占公司总股本3%)；邱喆拟以集中竞价交易方式减持公司股份不超过46800股，占公司总股本的0.0011%。

江山欧派：聘任吴水根为公司总经理

7月28日晚，江山欧派发布公告称，经董事会提名委员会资格审查通过，董事会一致同意聘任吴水根为公司总经理，任期自本次董事会审议通过之日起至第五届董事会任期届满之日止。

此前，该公司高管在一个月内接连发生变动。7月9日，江山欧派宣布，董事、副董事长兼总经理王忠因个人原因辞职；7月17日，副总经理刘信南亦提交辞呈。

马可波罗IPO提交注册拟募资23.77亿元

深交所官网显示，马可波罗控股股份有限公司(以下简称“马可波罗”)近日在深市主板的IPO审核状态更新为“提交注册”。据了解，马可波罗于2023年3月2日提交IPO申请，2023年4月17日接受首次问询，2024年5月16日被暂缓审议，2025年1月14日二次上会。此次IPO预计募集资金23.77亿元。

(梁茹欣 据公开信息整理)



扫码了解更多
“极智家”资讯