

近日,家居企业相继发布2024年业绩预告。新快报记者注意到,在已发布业绩预告的企业中,至少有10家细分领域头部企业的营收或净利润出现大幅度下滑,个别企业由盈转亏。对于业绩下滑原因,有的企业将此归结于市场原因,有的则是因为公司内部调整、计提、股权激励等财务操作,还有的受新业务布局拖累。业内人士普遍认为,2025年家居行业的挑战还在继续,企业或在新一轮“国补”政策推动下凸显马太效应。

■新快报记者 梁茹欣

多家家居企业去年业绩预亏

业内人士预计今年行业挑战继续,企业或凸显马太效应



▲好莱客预计2024年度实现归属于上市公司股东的净利润同比减少58.57%到68.70%。(图片来源其官网)

1 多家企业净利润同比大幅下滑,业绩普遍承压

“公司面临自成立30年以来最为严峻的挑战。”近日,欧派家居2024年度业绩预告如是说。财务数据显示,该公司预计2024年实现归属于母公司股东的净利润25.8亿元至28.84亿元,同比减少5%至15%。预计2024年年度实现营业收入182.26亿元至205.04亿元,同比减少10%至20%。此前,欧派家居在2023年年报中提到:“2024年公司将力争实现营业收入同比增长5%—10%,力争实现净利润同比增长5%。”

对于本期业绩变动的原因,欧派家居在公告中指出,在需求方面,新房销售承压,存量房市场交易虽复苏但短期拉动不足,家居产品总体需求萎缩;在渠道方面,

行业生态、流量入口、销售渠道构成快速变迁,整装和大家居发展如火如荼,传统零售和工程业务渠道承压明显。上述市场环境的变化对定制家居行业造成的冲击明显,公司本期营业收入同比出现一定程度的下滑,对当期净利润目标的达成产生了一定的不利影响。

在房地产红利消退背景下,家居企业的业绩普遍承压。新快报记者注意到,发布业绩预告的家居企业中,至少有10家头部企业的营收或净利润出现大幅度下滑,涉及陶瓷、定制、卖场、门窗等细分领域。从同比幅度来看,多家企业的净利润同比下滑40%至90%不等。

比如,2022年9月上市的森鹰窗业迎

来上市后首亏。该企业2022年和2023年实现归母净利润分别约为1.08亿元、1.46亿元。根据最新公告,森鹰窗业预计2024年1月至12月业绩预亏,归属于上市公司股东的净利润亏损3300万元至4200万元。

森鹰窗业表示,受房地产市场传导及家装预算压缩等影响,中高端门窗的零售消费需求疲弱,竞争越发激烈。面对外部环境变化,公司加快推进渠道转型,主动收缩传统大宗业务销售规模,整合优化经销渠道及终端门店。基于上述外部及内部因素的综合影响,公司本报告期营业收入下降幅度较大,其中大宗模式收入降幅高于经销模式。

2 跨界汽车反受其累? 美凯龙连续两年均亏损20多亿元

除了市场原因,公司内部调整、计提、股权激励等财务操作,甚至是布局的新业务等也在一定程度上拖累业绩表现。

皮阿诺在公告中表示,2024年9月,公司对全资子公司皮阿诺家居(天津)有限公司工厂生产线实施临时停产,且结合公司其他工厂产能利用率不足的情况,公司拟相应计提资产减值损失。综合外部环境、同行业以及客户回款情况等因素,基于谨慎性原则,公司对截至2024年12月31日主要客户相关应收账款的可回收性进行了分析评估,认为存在减值迹象,拟计提相应坏账减值损失。上述两项因素对2024年归属于上市公司股东的净利润产生重大影响。预计2024年归属于上市公司股东的净利润亏损3.3亿元至4.1亿元,同比由盈转亏。

谈及业绩下滑,好莱客表示,公司实施员工持股计划,激励费用摊销有所增加

等因素导致业绩变动,预计2024年度实现归属于上市公司股东的净利润6800万元到9000万元,同比减少58.57%到68.70%。

值得一提的是,好莱客曾于2023年10月30日发布的一份投资者关系活动记录表透露,员工持股计划的考核目标要求公司2024年营业收入同比2023年增长5%至8%,2025年营业收入同比2023年增长10%至16%。而在2024年前三季度,其实现营业收入14.44亿元,同比减少11.24%,归母净利润9096.60万元,同比减少48.94%。由此推之,好莱客2024年度业绩恐难达标。

中源家居则因加大营销和扩充产能等因素导致业绩预亏。该公司称,为增强品牌竞争力,公司扩大跨境电商投资并加大促销,运营成本显著增加,从而影响公司整体业绩。同时,公司于2023年下半年赴越南投资建厂,报告期内,公司越南工

厂处于产能爬坡阶段,尚未实现盈利。墨西哥工厂因运营效率低下等原因处于亏损状态。

美凯龙交出的成绩单同样惨淡,预计2024年度归属于母公司所有者的净利润亏损为27.30亿元至23.30亿元,较上年同期的-22.16亿元进一步扩大;扣除非经常性损益后,预计亏损为16.70亿元至14.30亿元。谈及业绩问题,美凯龙指出,公司作为家居零售领域的领军企业,对部分商户减免了部分租金及管理费;此外,公司积极调整战略与商场品类布局,引入新能源汽车等品类,使得短期内公司的相关收入呈暂时的下降态势。

实际上,美凯龙近年一直面临“转型难”,该公司从家居拓展到家电、家装、新能源汽车等板块,尝试通过新品类新业态的引入等手段来支撑盈利,但这些尚未能从实质上增厚其业绩。

3 “国补”政策延续,部分企业或借机抢占市场

目前多地已宣布2025年家装厨卫以旧换新政策延续。2025年在新一轮“国补”叠加地产销售预期改善的背景下,家居行业能否一改业绩颓势,成为业界关注的话题。

东兴证券发布的研报指出,家居以旧换新补贴政策初见成效,较好的正反馈有望带动更多省份投入。2025年补贴政策预计持续,继续支撑家居需求,大型上市公司凭借高合规性和强资金实力,持续获取更多的份额。

有业内人士告诉新快报记者,2024年前三季度公司业绩不佳,得益于11月家居以旧换新政策的实施,第四季度的营收有

所改善,但估计对全年业绩拉动不大,实际助益还得看2025年一季度的表现。

财经评论员郭施亮向新快报记者表示,房地产链企业普遍亏损,也是受到房地产调整周期的影响,调整周期下房地产产业链的经营压力大,回款能力变差,企业资金链压力变大。当房地产调整周期发生拐点,才是企业经营拐点到来,企业资金链、财务状况才会逐渐改善。

大材研究首席分析师邓超明同样认为,整个行业全面改善、大幅度改善的可能性比较小,但是不排除部分实力较强的企业借助以旧换新等“国补”政策最大程度地抢单,进而改善业绩。但这种业绩提

升可能是局部的,仅属于部分企业。

他进一步指出,预计2025年家居企业将继续面临多方挑战。行业的整体经营效益改善将是一件非常困难的事情,原因在于新房建设量已经过了高峰期,对家居市场的带动力将变得更加有限;而存量房的家装家居需求释放,呈现周期较长、分散等特征,对行业的改善作用较为缓慢。尤其是一些传统家居品类,比如地板、建筑陶瓷、卫浴洁具等,市场总量将难以继续上升,目前甚至处于收缩的局面。不过,某些品类如智能家居等发展态势较不错,整体经营效益将有可能得到改善。

一周资讯

去年家具类零售总额同比增长3.6%

2025年1月17日,国家统计局发布数据显示,2024年12月,家具类零售总额为194亿元,同比增长8.8%;建筑及装潢材料类零售总额为186亿元,同比增长0.8%。2024年,家具类零售总额为1691亿元,同比增长3.6%;建筑及装潢材料类零售总额为1692亿元,同比下降2%。

北新建材多名高管辞职

1月16日晚间,北新建材发布公告称,近日收到公司董事长薛忠民、副董事长贾同春的辞职申请,辞职原因是“工作需要”;公司副总经理兼财务负责人王帅也于近日辞职,理由是“工作调整”;副总经理郝晓冬的辞职则是因为已达到法定退休年龄并符合法定退休条件。

菲林格尔及实控人等被上交所通报批评

1月17日晚,上交所对菲林格尔家居科技股份有限公司(以下简称“菲林格尔”)下发纪律处分决定书。因未按规定履行关联交易审议程序和信息披露义务等,上交所对菲林格尔及其实际控制人暨时任副董事长丁福如、时任监事范斌予以通报批评。

(梁茹欣 据公开信息整理)



扫码了解更多
“极智家”资讯