

近 日,志邦、我乐、顶固集创、好莱客等全屋定制品牌纷纷成立子公司。有市场人士分析称,它们的意图或是获得地方政府补贴支持。此前,定制企业纷纷披露业绩预告,整体表现分化明显,仅有个别企业实现逆势增长。在此背景下,如何改善业绩成为这些企业今年的经营焦点。业内人士表示,企业扎堆成立新公司,除了获取“国补”消费流量,也是为新业务拓展进行布局。其中,旧改、智能家居、适老化等关键词,成为行业未来几年的发展重点。

■新快报记者 梁茹欣



一方面业绩不佳,另一方面要布局新业务 家居企业扎堆

“添丁”博“国补”?

1 “国补”不能跨省 企业只好成立新公司抢夺

企业动态显示,志邦家居近日成立青岛谨志家居有限公司,经营范围涵盖智能家庭消费设备销售、家用视听设备销售等。无独有偶,顶固集创、我乐家居、金牌家居、好莱客等企业也于近期成立新公司,经营范围涵盖住宅室内装饰装修、家居用品销售、智能家庭消费设备销售等。

有行业观点认为,今年以来,伴随着3000亿元的“国补”计划落地,浙江、广东等地在去年消费品以旧换新政策基础上提质扩容。但当前以旧换新政策规定“补贴产品仅限本省销售”,消费者无法跨省享受“国补”消费,企业被迫分散布

局,形成“一省份一市场”的低效格局,甚至出现企业不得不在全国每一个省份开设分公司的情况。近期,部分企业扎堆成立新公司,目的可能是抢占更多“国补”消费市场。

家居企业此番动作的背后,是行业普遍业绩及毛利率下滑的现状。比如,顶固集创在业绩预告中称,2024年预计归母净利润亏损1.3亿元至1.8亿元,扣非净利润亏损1.38亿元至1.88亿元,而2023年同期分别盈利1985.33万元、692.43万元,公司由盈转亏。好莱客则预计2024年归母净利润为6800万元至9000万元,同比减少58.57%至68.70%。

2 竞逐新业务赛道 智能、适老化等成为关键词

大材研究首席分析师邓超明告诉新快报记者,从补贴品类来看,除了智能家居,还有建材、家具、照明、卫生洁具、适老产品等,政策补贴有助于智能家居的销量增长,这个行业的体量将进一步扩大。受补贴支持的品类,其渗透率可能继续加快提升。其次,适老家居产品的补贴也比较普遍,有助于市场成熟。再者,对部分价格相对较高、品质更好的产品可以促进销售,对企业改善产品销售结构、提高利润空间会有一定的帮助,同

时加快行业集中度的上升。

不过,他指出,总体来看,为了“国补”而设立子公司的情况并不多见。按照多数省、自治区、直辖市的要求,一般公司化运营的经销商就可以申请参与。不过参与“国补”之后,企业需要垫付资金,对部分经销商构成一定压力。除了获取“国补”消费流量,部分企业成立新公司的目的还在于拓展新业务。

旧改、智能家居、适老化等产品成为热门选项。比如,好莱客近日在公告中称,

业内人士认为,“国补”政策对家居公司业绩有显著催化作用,但受订单周期等因素影响,预计集中反映在2025年一季度,2024年全年业绩暂时承压。申万宏源研究所制造业研究部负责人、轻工造纸首席分析师屠亦婷告诉新快报记者,以2024年第四季度数据为例,家居“国补”于2024年10月推出后,当年第四季度家具社零额恢复至同比大个位数增长,相较于2024年一季度至三季度有明显提振。进入2025年,补贴流程更为顺畅优化,“国补”家居品类的范围也在扩张,同时增加了适老产品30%的补贴力度,有望实现更好的效果。

算力巨头 拟入主东易日盛

3月19日,东易日盛预重整取得实质性进展。根据公告,公司最终确定北京华著科技有限公司(以下简称“华著科技”)联合体为中选投资人,中新网络信息安全股份有限公司联合体为备选投资人。公司与华著科技签署了《重整投资协议》。

公告显示,华著科技作为AIDC(智算中心)综合服务商,主要客户为第三方AIDC服务商,终端客户主要为头部互联网企业。根据协议,通过本次重整投资,华著科技将取得重整后东易日盛1.5亿股转增股份,约占重整后东易日盛总股本的比例15.77%。

2月全国建材家居 卖场销售额同比上涨

3月15日,由商务部流通业发展司立项、中国建筑材料流通协会编制并发布的信息显示,2月全国建材家居景气指数BHI为109.19,环比下跌1.16点,同比上涨7.68点。该月全国规模以上建材家居卖场销售额为1004.56亿元,环比下跌8.28%,同比上涨15.63%。中国建筑材料流通协会解读称,该月全国建材家居市场延续传统冬日淡季行情,加上受到上旬假期影响,BHI环比微跌。展望后期,随着天气转暖、市场旺季来临,以及“两新”政策持续推动,建材家居市场消费热度有望进一步提升。

金螳螂: 总经理、副总经理等 管理人员变更

3月14日,金螳螂发布变更高级管理人员的公告称,因工作调整原因,张新宏不再担任公司总经理,将继续在公司担任董事长,聘任翟恒为公司总经理。因个人发展原因,宁波向董事会申请辞去公司副总经理、董事会秘书职务,聘任朱雯担任公司副总经理、董事会秘书。

(梁茹欣 据公开信息整理)



3 存量换新推动行业增长 “一站式”消费尚名不副实

此前,中信证券分析指出,2024年家居“国补”取得一定的效果,部分政策自由度大、灵活度高的城市或区域,家居需求改善明显,但仍需注意本轮释放的需求以刚需为主,至于存量翻新需求的释放、结束家居行业消费降级的局面,仍有待后续政策进一步发力和优化。

屠亦婷表示,今年3月,全国范围国家补贴政策逐步落地,同时“3·15”活动也是传统的家居大促旺季,3月已经开始看到前端零售订单及景气度环比明显好转。考虑前端订单向企业排产发货传导时间周期,今年第二季度开始有希望看到家居企业业绩改善。2025年家居“国补”贯穿全年,预计2025年第三季度至第四季度企业业绩增长具备一定持续性。

她进一步表示,随着政策红利消退,在稳地产政策支撑下,新房销售和竣工逐步企稳,存量换新需求将支撑行业长期稳定增长。目前家居行业的竞争格局高度分散,未来头部企业仍然有极大的份额提升空间。从实现路径看,一方面家居智能化是大势所趋,国家政策的引导,以及智能平权将加速AI+家居发展,部分品类如AI床垫还能融入后续的数据健康服务,未来家居AIoT将推动行业价值量提升,头部有望凭借数据资产优势、供应链渠道能力快速增长。另外,头部企业商业模式积极创新,通过品类扩张,整装渠道和业务延伸,实现零售整家一体化销售,解决消费者痛点,转向一站式家装解决方案。

值得一提的是,目前市面上的一站

式家装的优势尚未体现出来,消费者依旧觉得难以省心。预算失控、增项陷阱、工期延误、质量堪忧、“定制”名不副实等问题层出不穷,大品牌“翻车”的情况在网络投诉及社交媒体平台上比比皆是。

新快报记者检索黑猫投诉平台发现,截至3月20日,索菲亚、好莱客、志邦家居等上市定制企业的累计投诉量均已过百。其中,索菲亚的累计投诉量达到751条,近30天投诉有19条,投诉问题主要集中在量尺错误、延期交付、拖延退款、甲醛超标、售后消极等,引发消费者大量吐槽。

家居企业在承接家装焕新补贴“泼天流量”,如何保证交付质量和提高消费满意度,也是其改善业绩和经营现状的重要衡量维度。