

4月17日晚间,居然智家发布公告称,公司实际控制人、董事长兼CEO汪林朋于近日收到由武汉市江汉区监察委员会签发的《留置通知书》和《立案通知书》。消息披露后,该公司的股价连续多日下跌,连续5个交易日市值蒸发超46亿元。

实控人的突发性缺位,引发市场对其主导的数智化转型战略推进稳定性的关注。近年来,传统家居卖场在技术革命与行业周期双重挤压下产生深度的生存焦虑。被业内寄予希望的数智化战略转型成为这些卖场近些年紧抓的“救命稻草”。但同业竞争者红星美凯龙因债务问题而易主,偏安一隅的富森美则营收净利下滑,卖场的转型之路似乎越走越难。

■新快报记者 梁茹欣

灵魂人物突遭留置,居然智家市值5天蒸发超46亿元

家居卖场数智化转型前景添迷雾

■在 过去 一年,三大家居卖场巨头营收净利双降。

营收“天花板”压顶,转型迫在眉睫

在家居建材流通行业,现年57岁的汪林朋是十分具有代表性的人物。1999年他接任北京居然之家负责人时,该公司尚为经营困难的区域性家居卖场。通过推进连锁化战略,该公司从北四环单店起步逐步扩展为全国品牌,年营收规模突破百亿元。在其掌舵期间,居然智家完成了关键资本运作——2019年借壳武汉中商实现A股上市。上市首日公司市值达到630亿元,汪林朋通过持股61.94%获得368亿元账面财富,一度成为湖北地区财富值最高的企业家。

但居然智家并未能坐上“一哥”的位置。红星美凯龙于2015年在香港联交所挂牌上市,2018年在上海证券交易所上市,拿下了“中国家具零售A+H第一股”的名号。在过去长达10年的角斗中,红

星美凯龙在营收规模及资本市场估值层面始终压居然智家“一头”。直至2023年,居然智家打了个翻身仗,营收规模一举超越红星美凯龙,成为三大上市家居卖场之首。

新的一系列问题也在此期间浮出水面。囿于行业景气度变化和消费习惯改变,家居卖场的营收规模越来越接近“天花板”。近五年,居然智家、红星美凯龙等两家全国性卖场的营收规模徘徊在150亿元左右,富森美则不足20亿元。需求疲软、客流骤减、商户缩减等现实困境促使卖场转而探索新的道路。

数智化转型成了“救命稻草”。例如,富森美近年斥资打造直播电商产业基地和MCN孵化中心,引入直播产业链相关企业入驻,通过搭建品牌自播、达人

分销、跨境选品等多元场景,试图构建新型流量生态。

居然智家在这方面更显高调。去年12月底,该公司的简称由“居然之家”变更为“居然智家”。除了表面名称变化,近年推出了“洞窝”“居然设计家”“居然智慧家”三大家居产业数智化平台建设计划,其中“洞窝”构建“家居垂类精准流量池”,“居然设计家”为AI家装设计平台,“居然智慧家”能为消费者提供“人、车、家”三位一体的智慧家居体验。

汪林朋还多次在公开场合大谈转型的重要性,认为当前的市场环境已发生变化,“数智化转型不仅是机遇更是生存刚需”,公司要利用数智化进行商业模式的创新以及实现降本增效等。

一周资讯

乐歌股份增收不增利,净利润同比下滑46.99%

4月20日晚间,跨境电商企业乐歌股份披露2024年年度报告。年报显示,2024年,该公司实现总营业收入56.70亿元,同比增长45.33%;实现归母净利润3.36亿元,同比减少46.99%。乐歌股份表示,净利润下滑主要原因是,2024年该公司小仓换大仓处于收尾阶段,相比2023年,出售海外仓的非经常性收益大幅下降。

云峰新材撤回沪市主板IPO

4月21日上交所发布公告称,因浙江升华云峰新材股份有限公司(以下简称“云峰新材”)及其保荐人撤回发行上市申请,上交所终止其发行上市审核。回顾其上市历程,2023年3月云峰新材沪市主板IPO获受理,公司原计划募资12.49亿元,用于智能化全屋定制家居建设项目等。

箭牌家居今年首季营收约10.5亿元

4月21日,箭牌家居发布2025年一季报。报告显示,公司一季度营业收入为10.5亿元,同比下降7.46%;归母净利润为-7313.37万元,同比增长19.05%。

(据公开信息整理 梁茹欣)

掌舵人缺位,居然智家数智化前景不明朗

不过,作为公司的“灵魂人物”,汪林朋在多次对公司发展前景作出乐观表态后,旋即传出被留置的消息。

对此,居然智家强调,公司其他董事、监事和高级管理人员均正常履职,公司控制权未发生变化。该公司拥有完善的组织架构及内部控制机制,董事会运作正常,已对相关事项进行了妥善安排,日常经营管理由高管团队负责,公司经营情况一切正常,上述事项不会对公司日常经营活动产生重大影响。

但该公司随后公布的多份公告似乎

另有深意。该公司表示,汪林朋所持公司股份全部被湖北省监察委员会司法冻结,本次冻结股份数量为3.72亿股,占公司总股本5.97%,冻结时间为2025年4月17日至10月16日。同时,鉴于汪林朋暂时无法履行董事长职责,根据有关规定,董事会同意由董事、执行总裁王宁在此期间代为履行董事长、法定代表人、CEO、董事会战略和投资委员会主任委员、董事会预算委员会主任委员职责。

不过,资本市场并没接受“一切正常”的说辞。留置消息披露后,居然智家

的股价连续5个交易日下跌。4月18日,居然智家开盘跌停,报3.69元/股。截至4月24日收盘,居然智家报3.36元/股。总市值方面,从4月17日的255.31亿元降至当前的209.23亿元,市值蒸发超过46亿元。

当前恰值居然智家推进战略升级的关键节点,实控人的缺位是否影响战略实施,代行职责的高管又能否填补决策真空?针对这些问题,新快报记者向居然智家董事会秘书进行问询,但未获得超出公告披露范围的实质性回应。

数智化只是口号? 卖场巨头仍在“吃老本”

从业绩来看,头部家居卖场的技术投入与业绩增长尚未形成正相关。在过去一年,卖场普遍营收、净利双降。居然智家发布业绩快报称,2024年公司实现营业收入129.66亿元,归母净利润8.83亿元,同比分别下降4.04%、32.08%。

热衷电商直播的富森美也未能俘获年轻消费群体的芳心。该公司2024年实现营收14.3亿元,同比下滑6.18%;归母净利润为6.9亿元,同比下降14.39%。

红星美凯龙的亏损幅度最大,去年营收78.21亿元,同比下降32.08%;归母净利润为-29.83亿元,同比下降34.61%。

新快报记者注意到,截至2024年上半年,居然智家销售额(GMV)559.2亿元,但“洞窝”的营销转化率只有2.44%,

关联销售金额6.5亿元,“居然智慧家”实现的销售额仅有22.5亿元。数智化平台的建设仍未从本质上改变原来的“包租公”模式。

多位受访业内人士表示,家居卖场作为流通平台,并不直接生产或销售产品,在数智化过程中,其角色定位更趋近于资源整合。居然智家的一名离职员工告诉新快报记者,例如“洞窝”系统主要是资金监管功能,通过统一收银实现交易数据线上化,商户的每笔交易需支付约2%的渠道服务费。但该系统尚未构建有效的流量入口,既无法实现线上获客,也难以提升用户黏性。

大材研究首席分析师邓超明认为,本质上来讲,居然智家各种新的战略都是围绕商贸平台展开,力图为商家提供

更优质的经营场所与流量资源。例如,打造智能家居体验中心,是引进了大量的智能家居品类与商家,提供全屋智能方案,在品类、体验等方面作进一步调整。但居然智家扮演的还是一个平台角色,为商家提供经营支持,为消费者选购产品提供渠道。

“卖场需要找到更丰富的商业模式。”有从业者坦言,当下的卖场仍是“二房东”,无法提供足够流量给商家生存。若是大品牌入驻,基本是靠自身品牌吸引客流。若是小品牌就只能依靠服务和价格。一旦销售额下滑,卖场就靠不断举行活动吸引客流,并且向商铺收取营销费用,但商铺只有达到销售目标才能获取补贴,也看不到营销活动带来实际销量的增长。



扫码了解更多
“极智家”资讯