

家居企业陷行业调整困局,定制家居头尾企业营收差距扩大至20倍

百亿双雄苦守 其他玩家下滑加速

近日,A股家居板块密集发布2024年年报及2025年一季报。新快报记者梳理发现,多数企业赚钱变少甚至亏损,不同细分行业的业绩分化显著。其中,定制家居领域营收超百亿元的仍只有两家,而垫底企业年收入不足10亿元,首尾差距拉大至20倍。

值得关注的是,去年下半年家居以旧换新政策实施后,2025年一季度部分企业虽呈现亏损收窄迹象,但整体行业仍未走出调整周期,马太效应持续显现。头部企业如何应对存量市场竞争压力,在今年实现盈利,还要在产品、成本、服务等多方面发力。

■新快报记者 梁茹欣

■2024年,定制家居领域营收超百亿元的仍只有两家,而垫底企业年收入不足10亿元。

1 头尾企业分化明显,营收超百亿元的仅两家

2024年及2025年一季度,家居行业仍处于调整周期,企业普遍不赚钱甚至是亏损,这在定制行业表现得尤为明显。

欧派家居凭借规模效应和成本控制等优势稳居行业榜首,2024年的营业收入为189.25亿元,同比下降16.93%。索菲亚紧随其后,位列第二名,全年营业收入为104.94亿元,同比下降10.04%。志邦家居与头部阵营存在明显差距,以52.58亿元的营收规模排名第三。尚品宅配与金牌家居以微弱差距分列第四、第五,两家公司营业收入分别为37.89亿元、34.75亿元。皮阿诺则排名垫底,去年的营业收入

仅为8.86亿元,同比下降32.68%。

据新快报记者统计,9家定制家居上市企业在2024年的营收均为负增长,同比下滑幅度介于4%至33%之间。利润正增长的只有索菲亚一家,增长幅度只有8.69%,其余8家营收净利双降,其中尚品宅配、顶固集创、皮阿诺3家企业录得净利润亏损,亏损额介于1.75亿元至3.75亿元之间。

进入2025年一季度,欧派家居营收同比降幅收窄至4.80%,归母净利润增长41.29%至3.08亿元;我乐家居成为“黑马”,营收、净利润分别增长12.83%和

111.42%;顶固集创在营收同比下降6.97%背景下实现净利润511.01万元,同比增长155%。整体来看,虽然个别企业亏损收窄,但多数企业仍处下行通道,如索菲亚一季度净利润暴跌92.69%至1210万元,尚品宅配、皮阿诺等尚未完全扭亏。

与此同时,头尾部企业分化仍在持续。在定制家居领域,2024年营收规模超百亿元的只有欧派家居、索菲亚2家,而排名末端的皮阿诺的营收仍不足10亿元,好莱客、我乐家居、顶固集创等3家企业营收规模则在20亿元以下。

东易日盛
被实施退市风险警示

4月28日晚间,东易日盛发布2024年年报。公告显示,2024年东易日盛实现营业收入为12.96亿元,同比下降55.84%;归母净利润亏损11.71亿元,同比下降461.88%。另外,因2024年度经审计的期末净资产为负值,公司于4月30日起被实施退市风险警示。

菲林格尔董事长:
无法保证
2024年年报真实

4月29日晚间,菲林格尔公布2024年年度报告,公司财报被出具带有强调事项段的无保留意见审计报告。报告期内,公司获得营业收入3.36亿元,同比下滑14.86%;归母净利润亏损3730.71万元,亏损面进一步扩大。

该公司董事长Jürgen Vöhringer在2024年年报中强调,2024年1月1日至11月28日,公司已实际发生关联交易3370.07万元。公司股东大会至今未批准《关于补充审议关联交易及新增关联交易预计议案》。由于上述违法违规事项涉及时间长、涉及金额大,且公司至今未予以确认和批准,其无法保证2024年年度报告的真实、准确、完整。

(梁茹欣 据公开信息整理)

2 经营指标整体下滑,企业比拼的是下滑别太快

近年,定制家居行业的营收增速明显放缓。据行业公开数据,2020年上述9家定制家居企业合计营收为422.44亿元,2021年实现显著增长,总营收攀升至549.77亿元,同比增幅超30%。进入2022年后,增速开始放缓,2022年和2023年的行业总营收分别为549.73亿元和556.85亿元,同比增幅跌至个位数。截至2024年,9家定制企业合计营收已回落至471.96亿元。

在年报中,多家企业对业绩表现不佳的原因进行解读,将营收下降因素归结为行业共性与企业自身经营双重作用的结果。例如,欧派家居援引奥维云网发布的报告指出,2024年家装市场仍维持“442”结构特征(新房40%、存量房40%、二手房

20%)。在房地产行业持续低迷的背景下,这种以新房和存量房为主导的市场结构使得家居建材行业面临双重压力:一方面受新房市场萎缩影响,工程渠道明显承压,另一方面零售渠道也因消费预期转弱而增长乏力。这种结构性压力预计也将在未来一段时间持续影响行业整体表现。

囿于市场环境变化,定制企业的门店、毛利率等多项关键经营指标也出现下滑,过往的核心品类优势不再。以志邦家居为例,该企业由定制橱柜起家,其整体橱柜毛利率由2024年的40.24%下滑至2025年第一季度的35.36%。门店数量持续减少,从2023年的4583家降至2024年的4094家;今年一季度末门店3832家,较去年底减少262家。

菲亚近三年的资产负债率持续走高,2024年年末其资产负债率约52.57%。

面对行业压力,多家企业在最新财报中持续多年重申战略方向,包括推进整装业务整合、深化大家居战略布局、构建数字化运营平台、开拓下沉市场增量空间、强化经销商全渠道获客体系、升级品牌价值主张、加速出海等常规化策略组合。

不过,邓超明指出,2025年及以后,对大多数企业而言,业绩增长乏力或是长期状态。新房市场明显收缩,已经持续冲击

值得一提的是,2024年家居以旧换新政策未在今年一季度显著提振业绩。艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向新快报记者表示,当前定制家居行业一季度业绩难有根本性改善,尽管以旧换新政策为行业带来利好,但其市场效果需审慎评估政策吸引力、补贴力度与消费意愿之间的平衡,以及市场消化周期仍需观察。家居行业长期依赖房地产B端市场驱动,而当前政策主要面向C端,若B端需求未能恢复,整体业绩预期不宜过高。

大材研究首席分析师邓超明则表示:“这类政策更大的价值或在于,厂商通过‘国补’可以获得抢单优势,获得更多客户,减少业绩下滑幅度。现在大家比拼的可能不是业绩增长有多高,而是尽量控制降速。”

定制家居的整体需求量。来自存量房市场的家居需求暂时可能无法完全弥补新房退潮后的空白,加之市场参与者之间的竞争加剧,必然会拖累更多企业的收入表现。

张毅也表示,头部企业因过往房地产市场推高业绩基数,面临填补市场缺口的压力,其创新成效仍需时间验证。当前家装作为“可选消费”受消费者求稳心态影响,企业需在提升产品竞争力如健康化、智能化、时尚化等多方面进行持续突破,以促使消费者在可选消费中做出决策倾斜。

一周资讯

3 9家企业“降本”未“增效”,创新成效待验证

事实上,为扭转经营颓势,定制家居企业在过去一年普遍通过结构性调整实现“降本”。从营业成本端看,9家企业的营业成本均有明显下滑,同比降幅约3%至28%。但行业费用结构仍存失衡风险。例如,索菲亚在大幅减少销售费用和财务费用的同时,其研发费用也一并“缩水”。2024年研发费用为3.74亿元,与2023年的4.13亿元相比减少了3879.19万元。今年第一季度,公司研发费用为5905.26万元,同比减少32.49%。另外,索

扫码了解更多
“极智家”资讯