

“网红”家装企业住范儿深陷风波，暴露家装市场信任危机

物业跨界家装真能“兜底”？

“熟人信任”≠无风险！

[多地装修停工、客户预付款难退、员工遭欠薪……曾风光无限、融资超3亿元的“网红”家装企业住范儿近日深陷风波。住范儿的“崩塌”，再度将家装市场长期存在的信任危机暴露在公众视野中。近年来，物企纷纷加码家装市场，试图以其与业主长期建立的“熟人关系”和社区服务口碑，开辟新的业务增长路径，这一趋势能否成为家装市场信任重建的新契机？新快报记者走访发现，物业公司的“熟人关系”信任背书并不意味着没有风险。]

■新快报记者 梁茹欣

1 物业跨界家装，盯上“熟人经济”

近日，市民王女士（化名）刚完成新房收房，在了解家装服务时，小区物业向其推荐了合作装修公司，并承诺“物业兜底”。这让王女士陷入纠结：“物业合作的装修公司到底靠不靠谱？”

事实上，物企涉足家装领域早已不是新鲜事。近年来，随着多元化战略推进，房企拓宽住宅产业链趋势显著。以万科为例，其早在2015年便成立“万链”进军家装行业，2020年6月万科退出后，万链被并入贝壳并衍生出“被窝”品牌。2023年，万物云进一步将旗下房产经纪品牌“朴邻”门店升级为“房屋4S店”，纳入家装品牌“万物研选家”，将服务场景从单一的房屋

租售拓展至业主资产全生命周期管理。

不仅万科，保利、绿地等企业也曾布局家装赛道，将其作为增值服务板块的核心业务，深度挖掘社区商业潜力。从行业模式看，当前物企布局家装主要分为两类：一类以“平台模式”为主，整合家装资源对接客户需求；另一类则组建自有团队，全程介入设计、施工等核心环节，实现服务链条闭环。

值得注意的是，在房地产市场下行背景下，家装领域正成为企业争相布局的跨界热点领域。公开数据显示，我国现有存量住宅约4.6亿套，其中房龄超过20年的达2.7亿套，改造翻新需求迫切。与此同时，《中国家装发展报告》预测，2025年中国家装家居市

场总体规模有望达到5万亿元，存量房装修市场规模预计将突破3.34万亿元。

中指研究院近期发布的“物业百强”报告指出，受宏观经济及房地产市场结构性调整影响，近年来物业服务行业正从“高速增长”向“高质发展”转变，百强企业营收增速持续放缓。在此背景下，百强企业逐步调整目标市场，更加注重挖掘存量市场潜力。以美居服务为例，其聚焦二次装修、局部改造等业务，通过整合优质供应链资源、提升专业服务能力，满足业主多样化焕新需求，从而开辟了新的业务增长点。数据显示，2024年百强物企的美居服务收入均值约2000万元。

2 跨界能否成功的关键是品质管控

值得一提的是，当下家装市场频繁出现企业倒闭、跑路现象，给消费者带来极大损失。以住范儿为例，该公司近日已公开坦承面临运营困境，受制于资金压力，其装修与团购业务订单履约受阻，整体发展前景存在不确定性。

而物业与业主长期高频互动形成“熟人关系”信任背书，社区服务积累的情感连接让业主更易信任其推荐的家装服务，且物业有固定办公场所、长期服务承诺和社区口碑约束，相比传统家装公司的“陌生感”，似乎更能降低消费者对“跑路”“售后失联”的担忧。

不过，家装市场看似门槛不高，吸引了众多跨界者凭借资源整合与获客优势入局，可真要做好这门生意，实则困难重重。

例如，万链在成立一年后交出了销售额5亿元、业务规模5000单的成绩，并于2017年将目标提升至“300%的增长水平、全年服务1.5万单、销售额突破15亿元”，但伴随着而来是客户满意度的滑坡。彼时，万链相关负责人曾在接受媒体采访时坦言，公司快速扩张带来了客户满意度下降的切肤之痛。成立第二年的时候，该负责人发现不是每一个工地都能做到按时交付给客户。

从业十余年的业内人士告诉新快报记者，家装行业高度依赖“人”的决策，使其在施工流程、质量管控、消费体验等方面存在诸多顽疾。例如，装修工人多为非标准化雇佣的“游击队”，技能水平依赖个人经验，缺乏统一培训与考核。施工流程

通常涉及水电、泥瓦、木工、油漆等多工种协作，缺乏数字化管理工具时，工长难以精准调配人员，常因某环节工人缺席导致整体停工等。

另外，若物业公司口碑与服务能力不足则难获业主认可和开展家装业务，且外界普遍认为其主业是基础服务，装修业务团队专业度难与传统装修公司竞争，其竞争优势并不突出。大材研究首席分析师邓超明表示，从整个市场来看，物业入场家装业务，并不能解决信任危机问题。极少数口碑较好的连锁物业公司有一些合作良好、用户认可度高的小区里，有可能在小区层面解决一些信任问题，毕竟有物业项目托底，“跑路”的可能性相对较小，这是其优势所在。

一周资讯

菲林格尔 控制权拟变更

6月3日晚，菲林格尔发布公告称，公司实际控制权拟发生变更。安吉以清科技合伙企业（有限合伙）（以下简称“安吉以清”）及其实际控制人金亚伟将通过协议受让方式，合计获得公司25%股份及对应表决权，成为新任控股股东及实际控制人。与此同时，公司原主要股东菲林格尔控股有限公司（简称“菲林格尔控股”）将其持有的27.22%股份分别协议转让给三家独立机构投资者。

红星控股 重整草案表决获通过

6月3日，红星美凯龙控股集团有限公司破产重整管理人宣布，《红星美凯龙控股集团有限公司重整计划（草案）》表决通过。按照流程，下一步需要向法院申请批准，方能生效。

帝欧家居 筹划控制权变更

6月3日晚间，帝欧家居发布公告称，公司控股股东、实际控制人刘进、陈伟、吴志雄正在筹划一致行动变更等事项，该事项可能涉及公司控制权变更，本事项相关方为公司持股5%以上股东成都水华智云科技有限公司的实际控制人朱江。

（梁茹欣 据公开信息整理）



扫码了解更多
“极智家”资讯

3 律师:需签订三方合同明确物业家装连带责任

在装修过程中，物业公司通常承担着监管职责，目的是杜绝违规行为的发生。但消费者选择物业推荐或自营的家装品牌，是否就能高枕无忧、获得更强保障呢？北京金诉律师事务所主任王玉臣律师在接受新快记者采访时指出，即便如此，整个过程仍存在资质缺失、监管缺位、服务与售后不到位等多重风险。比如，有些物业推荐或自营的家装公司可能存在未取得相关资质的问题，导致施工质量不合格甚至安全隐患；还有些物业会以“非合同当事人”为由，推脱家装质量责任，拒

绝提供售后保障，更有甚者，在家装公司失联后，直接撇清所有关系。

王玉臣进一步解释，物业在资金监管与服务保障方面同样存在漏洞。一般情况下，物业仅负责代收装修押金，对于家装预付款并无监管权限；一旦家装公司卷款跑路，物业往往以“超出服务范围”为由，拒绝处理后续事宜。从司法实践来看，法院通常不会判定物业对家装质量承担责任，但如果物业参与了设计、选材环节，或收取了管理费，就有可能被认定为共同经营者。

对此，他建议，消费者在签订合同前，应要求物业出示家装公司的资质证书，并通过住建部门官方网站核实真伪；若选择物业自营的家装服务，需仔细确认其营业执照经营范围是否涵盖装饰装修业务，以及是否具备相应施工资质。同时，尽量签订包含物业、家装公司和消费者的三方合同，明确物业在家装质量方面的连带责任，比如规定保修期内的免费维修条款；在整个家装过程中，消费者还要注意留存各类票据、沟通记录等证据，并以书面形式明确装修验收标准。



■我国现有存量住宅约4.6亿套，其中房龄超过20年的达2.7亿套，改造翻新需求迫切。