■2021年5月,爱空间在广州推出家装体验馆。图片源自其官微推文

消费者刚交10万元工程款,装修公司就倒闭,怎么办?

爱空间广州突然闭店 律师教你有效“避险”

曾自称“互联网家装首创者”的爱空间,收缩态势已蔓延至多地。近日,其广州分公司突然闭店。此前,同行业的另一家企业住范儿亦出现经营危机。一度风光无限的互联网家装赛道,为何沦为一场“击鼓传花”的游戏?

面对层出不穷的经营问题,有律师建议,消费者签约前应对装修公司进行全面背景调查。且对于企业以折扣、赠品、大额优惠等为诱饵,诱导支付预付款甚至付全款,消费者切勿被表面让利所迷惑。

■新快报记者 梁茹欣

半个月内,多个城市的爱空间门店突然关闭

爱空间的危机比外界预想中蔓延得更快。

8月16日,爱空间发布声明称,其北京分公司受市场经营压力,因资金、欠薪及供应链问题致施工停滞、交付中断,无力履约,同日暂停整装零售业务并启动内部整顿。

公告发布后,不少消费者担忧自身项目受波及。广州一位消费者称,她已签约并支付了60%的工程款,此前她曾担心爱空间北京分公司出现问题,是否会连累广州的分公司,但对方爽快地答应改为分期付款,每期仅需小额支付。几天前,她家刚完成打拆,一切看似正常。可到了8月31日,爱空间广州分公司突然宣布闭店并启动善后工作。其给出的理由是,受北京分公司经营风波影响,爱空间的品牌声誉严重受损,引发大量客户退单,加上供应商停止供货并集中催款,导致资金链迅速枯竭。

这一变故令外界颇感意外。9月1日上午,新快报记者实地走访爱空间广州分公司,看到所在楼层的消防通道内堆积着大量印有“爱空间”字样的宣传物料,不少物料仍保持着崭新的外观。物业工作人员表示:“昨天突然就关了,目前该商户还欠缴物业费用。”有消费者在社交平台上发帖称,自己前两周才刚刚签约,交了10万元,如今房子装修还没动工,装修公司却已倒闭。还有广州网友称,当天早上该公司大门直接被锁,员工连办公室都进不去。

不只是广州,爱空间在郑州、天津等城市的门店也相继发生经营停滞、闭店休整等情况。针对此事,新快报记者致电爱空间总部,相关工作人员确认广州分公司已关闭,暂停所有业务,但廊坊、上海、太原等城市的门店仍正常经营。

装修公司闭店前仍揽客,供应商称其已欠款数月

据多名消费者反映,爱空间在问题暴露前,仍按照原有节奏承接新订单、举办推广活动,对外持续传递业务稳健运转的信号,使得市场各方及合作方难以提前察觉其内部不断积压的风险。

实际上,危机在爆发前早有端倪。爱空间广州分公司的一名供应商向新快报记者透露,自去年10月底起,爱空间广州分公司便已出现延期支付货款的情况。此前,货款通常按60天一个周期结清,后来逐渐延长至90天,最后索性拖欠不付。

爱空间广州分公司在闭店公告中称,其于8月31日下午邀请全体未竣工业主参加线上客户沟通会,并在会上详细说明了善后安排。沟通会结束后,针对所有尚未完工的整装项目,其将成立善后专项工作小组,陆续开展合同解约、工程定损、债权债务核算等后续工作。

但相关的善后方案并未令人满意。上述供应商表示,爱空间最终给到所有供应商的方案是:款项要等到2027年7月起才能支付,分6个月付清;而且由于展厅已经关闭,供应商的样品也无法取回。为此,新快报记者多次尝试添加公告公示的相关负责人微信,以进一步了解解决方案,但均未能成功。

爱空间曾经在资本风口上起飞,却连年亏损

公开信息显示,爱空间成立于2014年,自称互联网家装首创者,以“标准产品+信息系统+产业工人”模式重塑家装体验。2015年前后,互联网家装站上风口,业界称之为“元年”,顺为资本投资爱空间、土巴兔获2亿美元融资、齐家网完成1.6亿美元D轮融资等案例频现。同年,爱空间从北京向全国扩张。

不过,资本加持下的爱空间始终未能盈利。2023年10月,贝壳宣布拟以约15.5亿元收购爱空间母公司“空间智慧”,但该交易于2024年12月终止。根据贝壳此前披露,2021年爱空间营收13.76亿元,税后亏损约2500万元;2022年营收13.85亿元,税后亏损扩大至9300万元,且增速不足1%。截至2023年6月,其资产总额为4.21亿元,净资产为-3.99亿元。收购终止后,该公司虽获股东3.5亿元资金支持,但经营困境并未缓解。类似命运也发生在住范儿身上,这家由清华大学毕业生创立、融资超亿元的网红家装公司,于2025年因资金链断裂而猝然倒下。

“这是从增量到存量的市场转变过程中,第一轮的激烈洗牌。”大材研究首席分析师邓超明告诉新快报记者,装修行业受制于“非标、低频、长周期”等属性。其中,非标属性推高单项目执行成本,低频消费迫使获客端需要持续投入营销费用,获得新客户的关注与认可,实现对新客的引流;而长施工周期意味着资金回笼慢,不仅拉长回款周期,更因资金在途时间过长,大量预付款滞留于账面,增加被挪用的道德风险与经营隐患。企业一旦采用扩张新店、低价竞争、高价引流等措施,就容易导致现金流绷紧甚至断裂,项目交付受阻,引发客诉爆发与业务崩盘。

邓超明进一步指出,在当前的市场周期下,装修公司想避免经营危机,需要调整经营方式。包括不能再追求规模扩张,而是走高价值路线,争取高价值订单,并确保项目执行质量与财务健康。经营中应以口碑为主线,好口碑能带来优质新客户,降低获客成本,也有助于获取高价值订单。在此基础上,还需聚焦供应链、产品创新、设计、服务优化、交付提效等关键环节,逐项构建竞争壁垒等。

律师支招“避险”:查底细、防优惠、留证据

面对装修公司频频出现经营危机,消费者该如何有效规避风险,保障自身权益?对此,北京金诉律师事务所主任王玉臣律师给出以下建议:

签约前,先摸清装修公司的“底细”。消费者在签约前可以通过国家企业信用信息公示系统、裁判文书网等渠道,关注装修公司的成立时间、注册资本额及是否实缴、法定代表人和高管等变更情况,以及该公司的涉诉情况、被执行信息、经营是否存在异常等,如果存在成立时间短、公司内部变动频繁、涉诉较多等情况,消费者应保持高度警惕。

同时,切勿被“优惠”冲昏头脑。王玉臣指出,装修公司在危机爆发前往往会以折扣、赠品、大额优惠等方式吸引客流,诱导消费者付款,收取大量预付款甚至全款,消费者切勿被表面的优惠迷惑。

另外,在付款前需要和装修公司签订书面合同,对于合同重点条款应在平等协商的基础上明确约定,例如付款条款尽量采用分期付款的方式,将付款与工程进度、质量验收、质保期限等关联,避免采取一次性付全款或者大额预付款的方式等。

日常维权证据同样不可忽视。消费者需要保留装修合同、付款凭证、现场照片、视频、验收单、维修通知等证据;也可以在现场安装监控,监督现场施工情况,作为后续争议解决依据。

值得一提的是,部分装修公司会先注销旧公司,再另注册新公司,以此规避原有债务,消费者即使胜诉仍面临“执行难”问题。王玉臣表示,执行难主要是因为消费者难有被执行人可供执行的财产线索。因此可从几方面着力,包括法院可以配合消费者以调查令等方式查询股东账户情况、公司工商登记变更情况,若存在异常,可强化股东的举证责任,让股东举证证明相关情况的合法合理性。同时,消费者如果知道被执行人的财产线索,可以在诉前或者诉中就向法院申请财产保全,对于被执行人的财产采取查封、冻结等措施用以判决后执行,防止被执行人在诉讼期间转移财产。

扫码了解
广州楼市最前沿动态