

■有摩恩门店店员表示正在清库存,门店后续将代理其他品牌。

门店清仓、售后悬空

在华经营30余年 高端厨卫品牌摩恩为何要退出?

摩恩曾是中国中产家庭装修中的“身份选择”,进入中国市场已三十余年。如今,这一高端厨卫品牌正加速撤离国内市场。近日其宣布将分阶段结束亚洲本地市场的商业运营,并计划在2027年底前完成调整。中国市场业务也将随之逐步退出。

新快报记者走访了解到,个别门店仍在照常营业,但已进入清库存阶段,部分产品停止接单。店员表示,门店不会关闭,后续将代理其他品牌。不过,业务停止之后,售后保障如何延续、维修服务如何安排等问题,摩恩目前仍未给出明确方案。这种担忧并非没有依据,其产品和售后问题已有显现。黑猫投诉平台显示,售后拖延、质保责任认定争议等较为突出。

■新快报记者 梁茹欣 文/图

一把水龙头起家,中国市场业绩持续走弱

摩恩的品牌历史可追溯至1939年。当年,其美国创始人发明了全球首款冷热水混合水龙头,该发明曾入选美国《财富》杂志的“当代最优秀100项设计之一”。此后,摩恩依托冷热混合阀门技术逐步发展,在美国乃至全球水暖卫浴行业中占据重要地位。

1994年摩恩进入中国市场,恰逢国内家装消费升级起步。其在上海、广州等城市设立合资公司,业务面向中高端住宅、酒店和别墅,是当时高端卫浴的代表品牌之一,也成为不少中产家庭装修时的“身份选择”。此后,摩恩门店网络一度接近千家,覆盖全国300多个城市;据相关统计,其在龙头建材渠道的占有率曾超过四成。

然而,近日,摩恩母公司富俊创新集团(简称“富俊集团”)披露亚洲业务战略重组计划,宣布集团旗下摩恩品牌将停止面向亚洲本地市场的商业运营,高端品牌House of Rohl仅保留亚洲其他市场、不再布局中国。相关业务将分阶段推进,预计于2027年三季度前完成退出。

根据公司内部通知,摩恩在亚洲的大部分商业、销售及市场营销业务预计于2027年第二季度末前结束,其余相关业务基本在2027年底前完成调整。另外,富俊集团明确将保留中国常熟生产基地和分销基地、广州研发中心以及亚洲采购团队,中国业务角色将从服务本地消费市场转向支持全球供应链、研发及采购。

中国市场业绩的持续走弱,被外界视为富俊作出业务收缩决策的重要背景。财报显示,2026财年第三季度集团整体营收为11.14亿美元,同比下滑3.1%;其中水业务板块销售额约5.8亿美元,同比下降5.5%。若剔除中国市场影响,当季销售额同比降幅收窄至2.4%。此前,富俊已下调2026年全年业绩预期,并提出需“将资本重新投向最高价值的增长机会”,这也是其收缩在华业务的一个注脚。

长期依赖单一渠道,面对市场变化转型缓慢

在中国市场走过三十余年,摩恩的转身并非毫无征兆。

长期以来,摩恩在国内的业务高度绑定新房工程。其官网显示,摩恩参与的住宅项目包括北京金茂府、北京中铁建国际公馆、上海中粮南桥锦云等,这类工程渠道曾支撑其较快扩张。但随着房地产市场进入下行周期,摩恩在存量翻新、局部改造等领域的布局又近乎空白,始终未能抓住当前厨卫市场的主要增长点。

与此同时,摩恩还面临国产品牌崛起带来的竞争压力。近年来卫浴企业纷纷将渠道重心从工程渠道转向零售和线上渠道。奥维云网线上监测数据显示,2026年1—10月,智能马桶线上市场中,国产品牌零售额份额达到89.5%。

新快报记者线下走访也发现,摩恩门店周边通常聚集着箭牌家居、恒洁卫浴、安华卫浴等品牌。摩恩部分产品标价高于周边国产品牌门店中部分功能相近的产品,且较少见到特价优惠。以智能马桶为例,摩恩具备清洁、加热等功能的相关产品售价在4000元至10000元;而邻近一家国产品牌的一款类似功能产品,促销价不足2000元。

艾媒咨询CEO张毅告诉新快报记者,摩恩退出中国市场,在一定程度上折射出外资品牌的溢价时代正在告别。进入存量翻新时代后,本土品牌在产量、渠道、服务等方面持续追赶,并取得了较为迅猛的成效。行业竞争正从品牌光环转向更高性价比、更强本地化服务和更全面链路交付能力的竞争。

大材研究首席分析师邓超明亦表示,对比仍在中国市场保持运营的科勒、TOTO等外资卫浴品牌,摩恩在品牌影响力与用户认知、零售渗透和线上运营等多方面均存在差距。品牌端,摩恩在房地产工程渠道知名度较高,但在零售客群中影响力明显不足;高端市场认可度与用户认知不及科勒,性价比又不及国内龙头品牌。线上业务销量也未起色。零售环节,科勒、箭牌、TOTO、九牧、恒洁等长期深耕零售,较早布局设计师与存量业务,客单值高、用户体量大,往往占据卖场核心位置和最大面积,即使工程市场受冲击仍能保持相对稳定业绩。

产品召回滞后,售后方案仍存悬念

在产品和售后问题,摩恩同样面临不小争议。今年4月,上海市市场监管局曾发布即热式台式净水机监督抽查情况,摩恩厨卫MOEN牌凯德WD3130型台式净饮机因高锰酸盐指数等问题被列为不合格。但直至约7个月后,摩恩(上海)厨卫有限公司才宣布召回部分MOEN摩恩牌台式净饮机,涉及数量100件,召回起止时间为2026年11月5日至2027年2月4日。

更令外界关注的是,业务停止运营后,售后如何延续、维修服务如何安排等,摩恩目前仍未给出明确方案。走访中,摩恩一家门店店员向记者表示,目前门店在清库存,但售后仍会保留;外观保修一年,阀芯一般可使用五年以上,智能产品保修三年;花洒一般很少需要售后,水槽等大件也较少出现售后问题。该店员还称,淋浴房已不接单,正在清样板;门店不打算关闭,后续或转做其他品牌,若摩恩有库存仍会继续销售。

新快报记者致电摩恩服务热线,一名工作人员同样表示,目前售后工作正常开展,现有承诺也都能正常执行;将来如有任何变化,请以公司官方发布的信息为准。

不过,摩恩的产品和售后问题已是消费者投诉的主要内容。在黑猫投诉平台检索发现,售后拖延、质保责任认定争议等投诉较为集中。例如,有消费者今年8月在摩恩专柜购买水槽,因装修进度原因于10月中旬收货并安排安装。安装当天,消费者发现水槽存在划痕及涂层脱落问题,报修后,售后人员上门检查后称,相关问题系外力导致,不属于质保范围。消费者质疑:安装亦未完成,产品尚未使用,难道不是产品本身问题?商家承诺5年质保,为何又以“外力导致”为由排除质保责任?

张毅表示,强化并倒逼退出前的售后预案,同时做好备件储备和布置,是需要考虑的问题。但客观地说,要形成统一、强制性的兜底机制,恐怕还需要依靠经销商、第三方维保等力量。

一周资讯

广田集团跌破1元 触发退市预警

11月23日收盘,深圳老牌国企广田集团报0.99元/股,上市以来首次跌破1元面值,触发面值退市预警。公司当晚同步披露最高6000万元股份回购方案。11月24日早盘该股一度高开,但随后震荡下行,截至当日收盘报0.98元/股,仍未恢复至1元以上。

亚振家居 拟更名域潇稀有材料

11月24日晚,亚振家居公告称,拟将公司全称变更为“域潇稀有材料股份有限公司”。一周前,公司实际控制人、济南矿业企业家吴涛旗下的域潇集团刚刚宣布,拟将评估价值2.33亿元的新材料企业股权无偿赠与上市公司。

科达制造: 股东拟协议 转让5%公司股份

11月25日晚,科达制造公告称,公司第一大股东梁桐灿与森大集团有限公司(下称“森大集团”)签署了《股份转让协议》,约定梁桐灿将其所持有的科达制造9589.28万股无限售条件流通股(占公司总股本的5%)转让给森大集团。

(梁茹欣 据公开信息整理)

扫码了解更多“极智家”资讯