

130亿入账 居然之家引爆家居业三大趋势

趋势一：互投被看好

2018年2月26日，顾家家居发布投资公告，称将出资1.98亿元成立投资基金（黄冈约瑟广胜成壹号股权投资基金），投资唯一对象是居然之家。投资完成后，顾家家居将持有居然之家0.54%的股权。顾家家居投资居然之家，引爆了居然之家引来130亿元投资后，家居行业呈现的第一大趋势：互投被看好。

北京商报记者注意到，当2018年2月11日居然大厦21层会议室变身金融重地，线上电商巨头阿里巴巴、知名金融集团泰康集团，以及云峰基金、加华伟业、红杉资本、工商银行等重量级机构大佬均现身会场，宣布向居然之家投资130亿元之时，签约台下，就坐着包括顾家家居董事长顾江生在内的居然之家董事长兼总裁汪林朋的家居界好朋友：A股上市定制巨头欧派家居董事长姚良松，京派家具联盟理事长、意风家居董事长温世权，港股上市企业敏华控股董事局主席黄敏利，在儿童家具市场占据领导地位的恒大美森美董事长谭毅……他们见证着这场资本盛宴，也将是居然之家的投资者。

居然之家既是被投资者，也是投资者。欧派家居敲钟上市前，居然之家就已经抢先投资，KD、飞美均有居然之家的资本注入。家居行业另一巨头

130亿元，16家重量级金融机构联合投资居然之家，创下2018年国内首单百亿级别的重磅战略融资合作，这场以家居巨头居然之家为主角的巨额投资，在家居行业持续发酵。分析人士指出，居然之家130亿元入账，固然对其自身的资本实力有着极大的扩充，更值得关注的是引爆了家居行业三大趋势：互投被看好、巨头正形成、错位成常态。

红星美凯龙也战略投资了三维家、国富纵横等企业。两大巨头联手投资的案例也不少，继联手投资诗尼曼之后，2018年2月1日又联合投资了健康睡眠方案提供商麒盛科技，红星美凯龙董事长车建新更放言2018年投资的家居企业将达100个。

分析人士认为，互投在家居行业已经成为一种被看好的新模式，一方面是因为这些企业之间原本都有比较好的合作关系，比如顾家家居与居然之家合作紧密，另一方面是因为巨头的发展被持续看好，互投既是帮助被投资者，也是投资者获利的手段。

趋势二：巨头正形成

居然之家作为一家家居企业，能同时吸引16家机构竞相投资，表明家居行业品牌集中已成态势，巨头正在形成，成为家居行业不可阻挡的另一个趋势。

130亿元入账，36%股份释放，居然之家超360亿元的估值浮出水面，这个数据与已经登陆资本市场的红星美

凯龙、欧派家居相差不远，但汪林朋看中的不仅仅是资本，更是合作伙伴。“我们这次引战完成后，阿里巴巴就成为居然之家的第二大股东，我们两家将在移动支付、智慧门店、电商平台、智慧物流、消费金融等方面进行1+1>2的深入合作，从而实现信息同步、资源共享，共同打造家居零售新模式，引领中国家居行业的未来发展。”签约仪式上，他反复强调，未来的商业模式一定会向线上线下高度融合、物流和金融高度融合、依靠大数据驱动的方向转变，拿到钱之后的居然之家也正朝着这一方向转变。

这让人不禁联想到汪林朋此前抛出的“巨头论”：“家居行业已经进入巨头时代，20%的企业将掌控80%的市场。”家居行业的发展也正在佐证这一论点，欧派家居单是北京市场就能卖到10亿元，而很多品牌算上整个国内市场也难以破亿元。“在每个家居领域，都会出现巨头，排名前三位的企业都值得关注与投资。”颇有投资眼光的温世权对居然之家上市是否会成为巨

无霸，甚至行业首个超千亿市值的家居企业，充满期待。

趋势三：错位成常态

“留给小企业的空间会越来越小，有利润和发展空间的行业都会被资本巨头吞并……”抢占北京商报家居新闻微信独家新闻《专访汪林朋/阿里巴巴等入资130亿，居然之家凭什么》沙发的是一名叫做“张明”的网友，他的留言代表了诸多小企业的担忧。不过，小企业也并非是完全没有发展空间，错位经营成常态，就是居然之家这单巨额融资引爆的家居行业第三大趋势。

中泰证券首席经济学家李迅雷指出，并不是谁都能成为行业前两位，但可以通过错位发展创造细分领域，成为细分龙头。家居行业已经有一些企业通过细分市场抢占发展先机。比如只做淋浴房的朗斯，把产品当做艺术品来做，玻璃、金属、扣条全是自主研发，品质精益求精，把所有进口品牌阻在了国门之外；专注木门的TATA，大胆采用年轻人做研发和市场，推行“员工第一”理念，在木门领域销售额和市场占有率遥遥领先。

分析人士认为，家居行业正步入巨头竞争时代，未来中小企业要杀出重围，就必须错位经营发展，避开同质化。北京商报记者 谢佳婷

行业动态

西街沙龙聚焦门业创新发展之道

北京商报讯(记者 李振兴)西街,和平里西街21号之简称,北京商报社址。企业总我们汇聚西街,做客商报,纵论天下;“西街沙龙”应运而生。“西街沙龙”第七期将首次走出商报,于3月3日下午在亮马河大厦举办,多位业内专家和企业领军人物将分享中国门企在2018年的创新发展之道。

本期西街沙龙将邀请中国室内装饰协会副会长田万良、中国林产工业协会秘书长石峰等行业协会负责人。除此之外,西街沙龙还将邀请TATA木门创始人吴晨曦、霍尔茨木门总经理赵崇联等业内领军企业负责人,共计20余人,通过高规格小规模深入分享,获得中国门窗及定制家居行业最新的发展趋势预判,并重点关注在行业整合加剧的背景下,门企如何快速打造新竞争力,如何借助外力,利用新平台、新资源创造企业新价值。

连通上下游成建筑四新展最大亮点

北京商报讯(记者 李振兴)已成为建筑建材领域企业搭建展示和推广新产品、新技术、新装备等“首秀”平台——第六届中国国际建筑工程新技术、新材料、新工艺及新装备博览会暨中国国际建筑工业化及装配式建筑展(以下简称“ConstrucTech建筑四新展”)将于2018年3月15日-17日在北京·中国国际展览中心(老国展)再次隆重举办。

本届建筑四新博览会整体规模较上届扩大了近20%,500多家企业参展,预计将有8万余观众参观。展会还将设置多个主题展会,包含地坪展、弹性地材及运动场地展、建筑保温展、建筑防水展、建筑涂料展等十余个建筑主题类别,另外,ConstrucTech建筑四新展还将举办中国模板脚手架产业发展峰会等10场活动。

石材PK瓷砖 万里石出击家装市场

北京商报讯(记者 谢佳婷)石材天然、高贵、奢华,可以有造型和线条,甚至光度都可以控制……”2018年初,在位于北京三间房南里4号院2049文创园的万里石华北总部,北京万里石有限公司副总经理李征向北京商报记者表示,石材拥有诸多瓷砖无法媲美的优势,万里石将大力出击中高端家装市场。

万里石作为目前石材领域唯一的一家上市企业,被誉为石材界的“老大”,主要业务集中在工装市场,家装甚少涉足。“开拓家装市场是因为市场发生了变化,一方面工装市场受地产影响较大,另一方面高端家装对于石材需求凸显。”李征表示。

事实上,万里石并非首个看上家装市场的石材企业,石材与瓷砖在家

装市场的战火早已点燃,2016年曾轰动一时的高石诉简一的“瓷石之争”就暴露出两大品类在家装市场已正面交锋。只不过近两年过去,石材在家装市场并无太大起色,瓷砖依旧风生水起,各种高端国际瓷砖都借机杀人,此次占据石材界“老大”位置的万里石大力出击家装,有何秘密武器?

北京商报记者了解到,出击家装市场这步棋万里石蓄谋已久,早在组建华北总部时就已抢先在武清建成7500平方米的石材加工梦工厂,先进的设备为家装定制服务提供强大的制造支撑。李征透露,进军家装市场计划分三步走:第一步设计主导,打造石材盒子这个品牌,为高端别墅、私人豪宅提供全产业链石材家装定制服务;第二步

是市场主导,在红星美凯龙、居然之家等卖场建立终端门店,从华北向上海、重庆等区域逐渐展开;第三步是资本主导,利用上市平台进行资本运营,创新商业模式。

从战略上可见,万里石有意避开低端石材市场的红海竞争,欲以高端服务在家装市场开辟出一片蓝海。目前石材在家装市场没有品牌,占据市场的主要是一些小作坊,缺乏资质、没有工厂、没有品牌,对于他们来说服务排在其次,关键看能不能留住客户,能不能接单,生产甚至测量都是外协工厂的事儿。业内人士预测,石材巨头万里石进军家装市场,有望一改石材低端形象,凸显石材天然、高贵的价值,抢夺更大的市场。

汉世力推高端陶艺墙平民化发展

北京商报讯(记者 李振兴)曾经只能在五星级酒店等高端场所看到的陶艺墙,不久将进入寻常百姓家。2018年伊始,汉世陶艺墙创始人龚善斌宣布了陶艺墙新物种正式撬动了中国“陶瓷空间艺术的民主化”,并首次推出了设计师创始会员与创始加盟商等两种合作模式。

“陶艺墙已经积累了三个先决条件,让贵族化的产品能够进入普

通消费者的家中。”龚善斌对18年打造的产品颇有信心;首先,陶艺墙是大师化的产品设计,在气质与审美上能够满足高端需求;其次,陶艺墙有工业化的高超定制工艺,在价格上能够实现平民化;最后,陶艺墙具备有标准化的场景设计应用能力”。

为了消费者能够更快享受到陶艺墙所带来的高端体验,汉世陶

艺墙首次推出了设计师创始会员与创始加盟商两种合作模式。设计师不仅可以享受零风险合作,还能获得整体软装培训等共享软件的福利。“以前我们大多数人对瓷的理解是器物层面上的,在空间艺术层面的认知还不够。而中国的陶瓷空间艺术发展,最重要的是我们的创意与思维要升级。”龚善斌介绍道。