

2020-2021家居行业年度盘点与趋势洞察

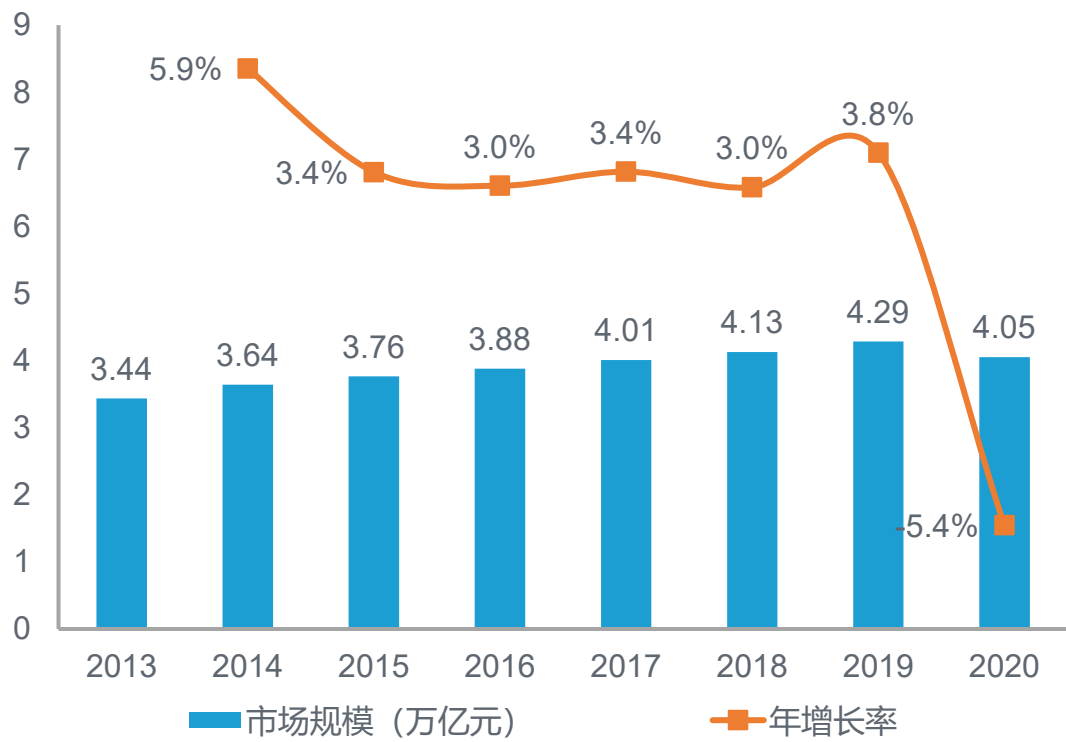
亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EqualOcean Intelligence, February 2021

序言——2020年，家居行业变革多于挑战

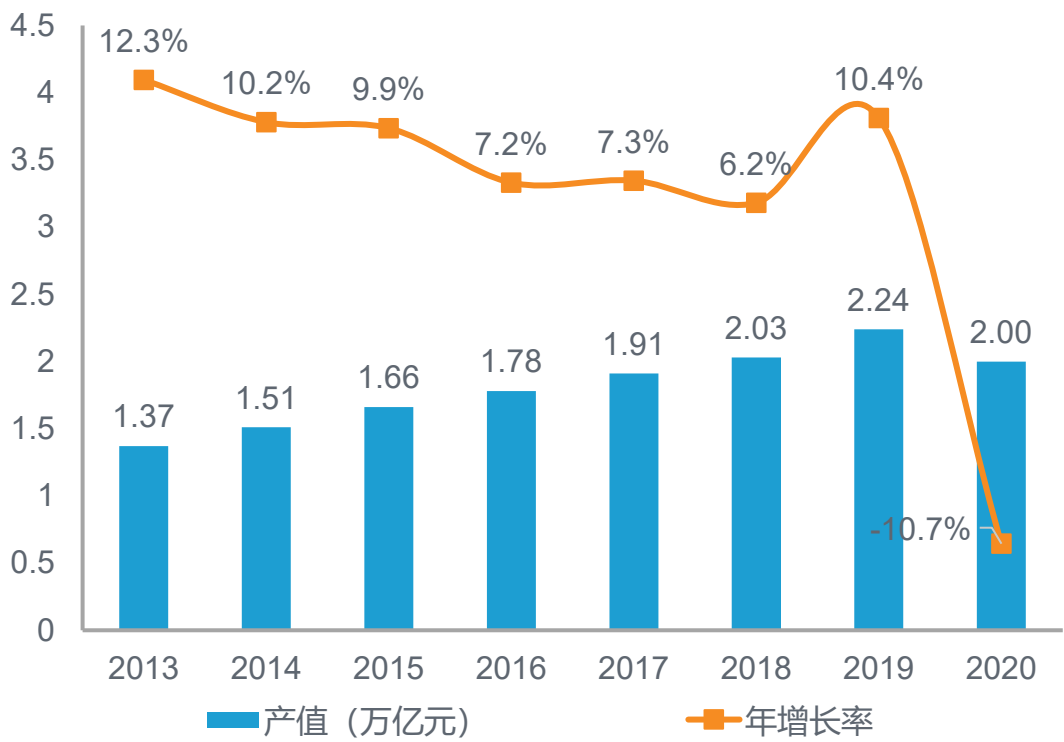
- ◆ **挑战：**2020年上半年的疫情对整个家居行业都造成了不可忽视的影响，2月开始，家居产品的出口与内销需求都受到了严重的抑制，各行业停工停产，家居企业面临着对管理能力与运营能力的严峻考验
- ◆ **变革：**挑战带来的是机遇与变革：行业格局洗牌，过时的商业模式遭到淘汰，新的模式受到追捧，家居企业不再因循守旧，开始拥抱技术与创新。随着疫情的缓和，社会复工复产，家居产品积压的内销与出口需求得到释放，市场逐渐回暖，家居企业将迎来更多更多样的发展机会

亿欧智库：2013-2020中国家具建材市场规模



来源：国家统计局、亿欧智库预测

亿欧智库：2013-2020中国家装行业产值



来源：中国建筑装饰协会、中装新网、亿欧智库专家访谈

2020家居行业八大年度关键词及2021发展趋势

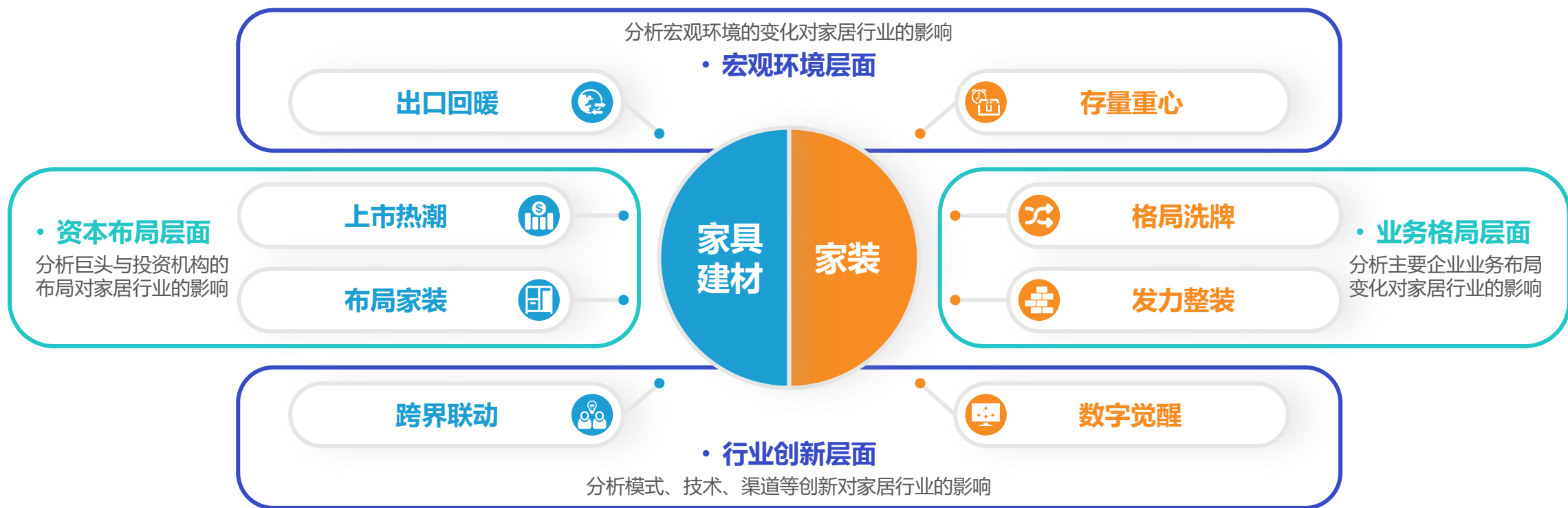


亿欧智库



家页传媒
HOME MEDIA

- ◆ 亿欧智库对2020年家居行业的相关信息进行了筛选与整理，并与行业内各细分领域的企业创始人、管理者、投资者沟通交流，从宏观环境、资本布局、业务格局、行业创新四个层面进行分析与分类，针对构成家居行业的家具建材与家装两大板块，形成出口回暖、上市热潮、布局家装、跨界联动、存量重心、格局洗牌、发力整装、数字觉醒八大关键词，对2020年家居行业的整体发展与核心变化进行整体的凝练与研究，同时对2021年家居行业的发展趋势进行研判



家居行业

宏观环境

出口回暖

- ◆ 全球疫情导致家居商品外贸出口受到抑制
- ◆ 疫情对家居外贸出口的负面影响随着时间推移逐渐减小
- ◆ 2021年，随着RCEP的落地家居外贸需求将在未来进一步被激活

- ◆ 全球疫情的肆虐同时影响到家居商品外贸出口的供给与需求
- ◆ 国内为了控制疫情传播推动的停工停学措施，导致了家居产能大幅下降，疫情初期家具行业产量较2019年同比下降22.99%
- ◆ 疫情相关偏见的传播导致的订单取消、跨国物流的难度与成本上升导致的订单延后与物流受限等问题使得海外家居消费需求受到抑制



供给端

- 疫情初期，由于国内停工停产全力抗疫，加之员工复工困难等因素，**家具企业产能大幅下滑**。
- 中国轻工业联合会数据显示，2020年1月-8月，广东、福建、浙江家具产量分别为1.15亿件，1.57亿件和0.99亿件，**同比减少8.35%，2.15%和6.18%**。
- 在疫情初期减幅尤为明显，根据中国家具协会数据，2020年第一季度，家具行业累计产量16717.45万件，同比下降22.99%。



需求端

- 受疫情影响，家具出口销量持续减少。受国外疫情影响，自3月中旬以来出现家具企业遇到客户相继取消订单的情况，部分持有大量货物订单的客户做出了推迟装运的决定。取消或推迟订单的原因有很多：
 1. 对中国与中国产品存在**偏见**，西方个别学者宣扬病毒的中国起源说，声称中国产品带有病毒，呼吁抵制中国产品，这样的言论让很多海外买家取消或延后订单
 2. 随着疫情席卷全球，**跨国物流难度与成本上升**，家具样品的运输时间大大延长，并有退运的风险，交易进度缓慢
 3. 很多消费者出于对未来的不确定性，纷纷**减少消费**，导致家具需求下降，出口销量减少

疫情对家居外贸出口的负面影响随着时间推移逐渐减小



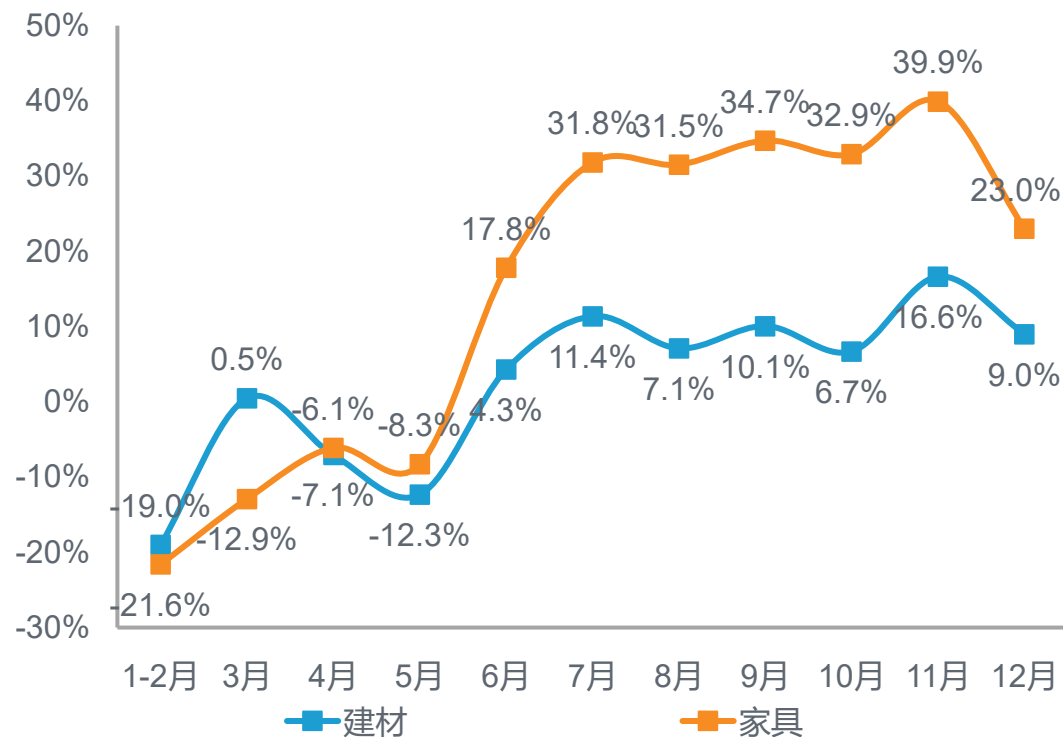
亿欧智库



家页传媒
HOME MEDIA

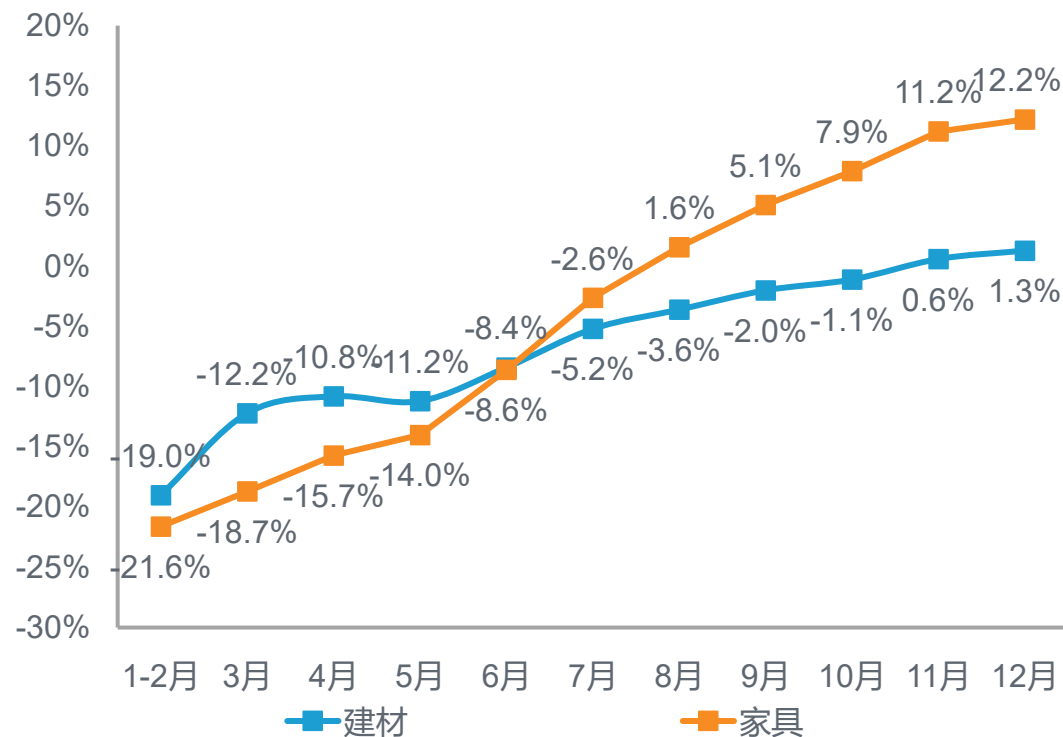
- ◆ 随着国内疫情逐渐受到控制，家居行业外贸出口受到的负面影响随着时间推移逐渐减小，2020下半年，家居商品的单月出口同比增速出现强烈回弹，家具单月出口连续五个月保持30%以上的同比增速，建材单月出口的同比增速在10%附近浮动
- ◆ 家居商品的累计出口同比增速逐渐由负转正，2020年8月起家具累计出口量超过2019年同期水平，11月起建材累计出口量超过2019年同期水平

亿欧智库：2020中国家居商品出口同比增速



来源：中国海关总署、亿欧智库整理

亿欧智库：2020中国家居商品出口累计同比增速



来源：中国海关总署、亿欧智库整理

- ◆ 随着2021年RCEP的落地，家居产品的外贸出口门槛与成本将进一步降低
- ◆ 随着海外疫情的缓和与家居消费需求的复苏，家居外贸的出口需求将在2021年开始快速回暖

亿欧智库：RCEP部分国家家居行业相关待遇条款

投资 待遇

在投资的设立、取得、扩大、管理、经营、运营、出售或其他处路方面：

- 每一缔约方给予另一缔约方投资者和所涵盖投资的待遇应当**不低于**在类似情形下其给予**本国投资者**及其投资的待遇
- 每一缔约方应当依照习惯国际法外国人最低待遇标准给予涵盖投资**公平公正待遇以及充分保护和安全**。
- 每一缔约方给予另一缔约方投资者的待遇应当**不低于**其在类似情形下给予**任何其他缔约方或非缔约方投资者**的待遇。
- 每一缔约方给予涵盖投资的待遇应当**不低于**其在类似情形下给予**任何其他缔约方或非缔约方的投资者**在其领土内的投资的待遇

关税 待遇

- **日本**：家具全部免税
- **韩国**：金属家具免税；木制办公家具免税，木制餐桌第一年关税7.2%逐年递减第十年降为0，其余木制家具免税；塑料家具除零件外免税，零件第一年7.2%，逐年递减第十年降为0
- **印尼**：金属家具免税；厨房、卧室及其他木制家具关税9.2%，逐年递减第十五年降为0；藤制家具10%，第十年降为0；竹制家具14%，第十五年降为0

家装行业

宏观环境

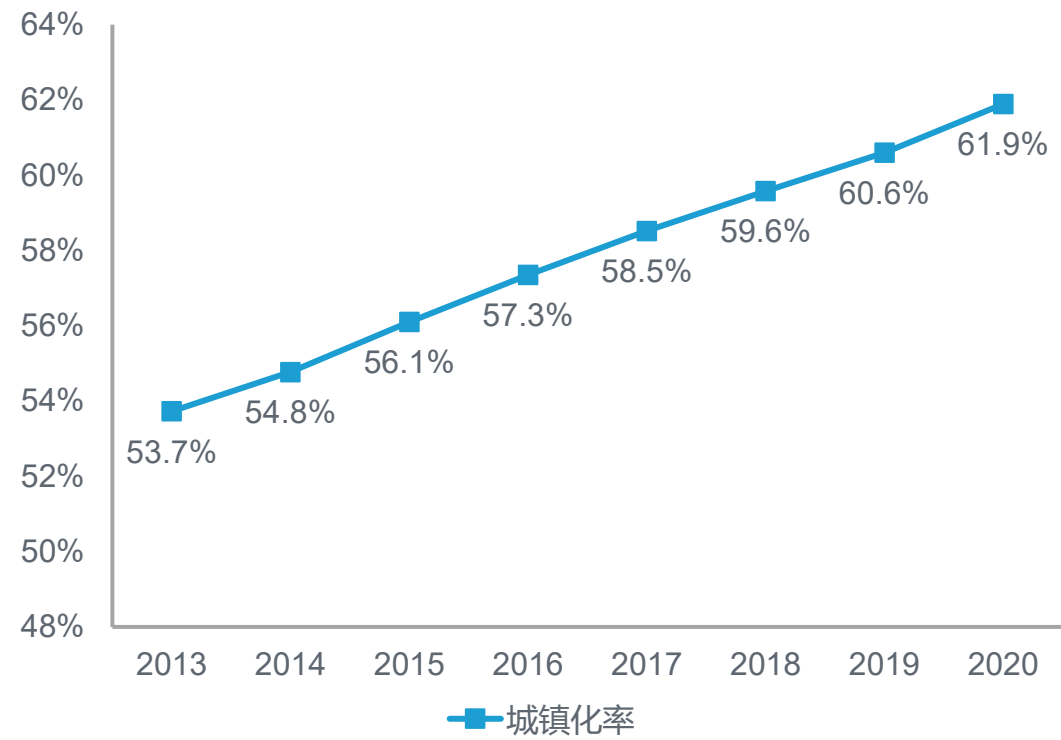
存量重心

- ◆ 城镇化率进一步提升，一二线城市住宅交易进入存量时代，精装房政策落地将压缩新房供给中毛坯房的比例
- ◆ 随着毛坯房供给的减少，二手房、存量房将成为家装行业的新重心，家装行业的传统获客方式将随之迎来变革
- ◆ **2021年，家装社区店、改善型装修将成为新的探索方向**

城镇化率进一步提升，一二线城市住宅交易进入存量时代

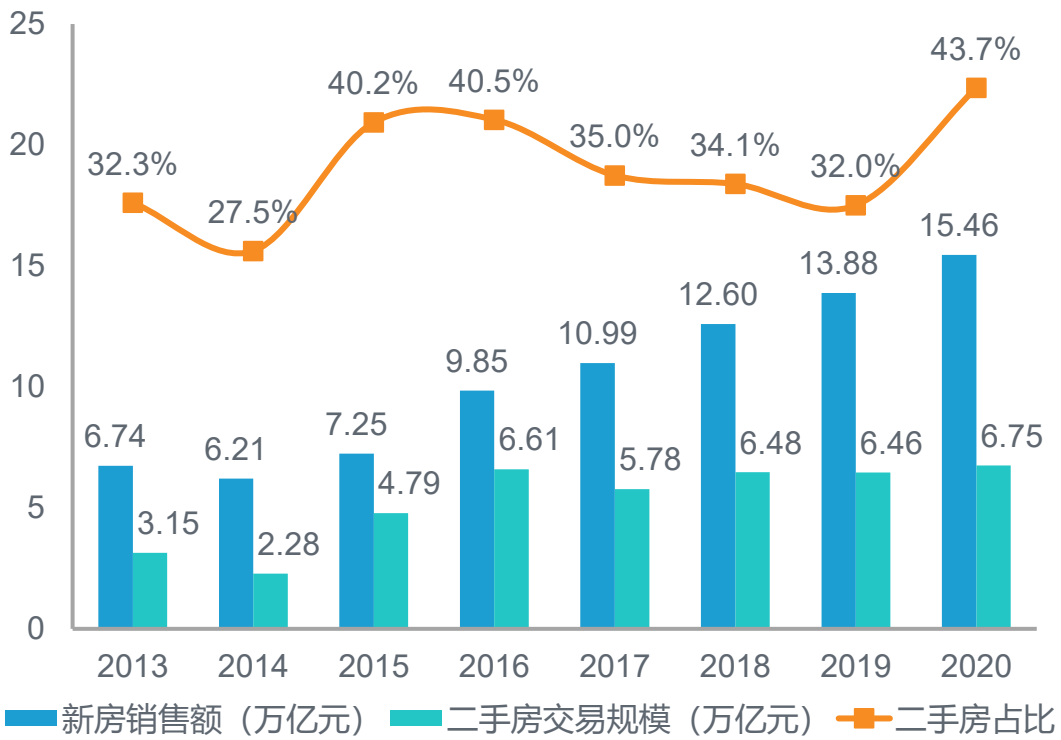
- ◆ 目前我国处于城镇化进程的中后期，2020年城镇化率将达到61.9%，一线城市的新建住房市场趋于饱和，房地产行业逐步迈入存量时代，二手房交易将成为一二线城市住宅交易的主要构成部分
- ◆ 预计2020年，全国二手房交易规模将达到6.75万亿元，占全部住宅交易规模的比重将达到43.7%

亿欧智库：2016-2020中国城镇化率



来源：国家统计局、亿欧智库整理

亿欧智库：2013-2020中国商品住宅销售额及二手房比例

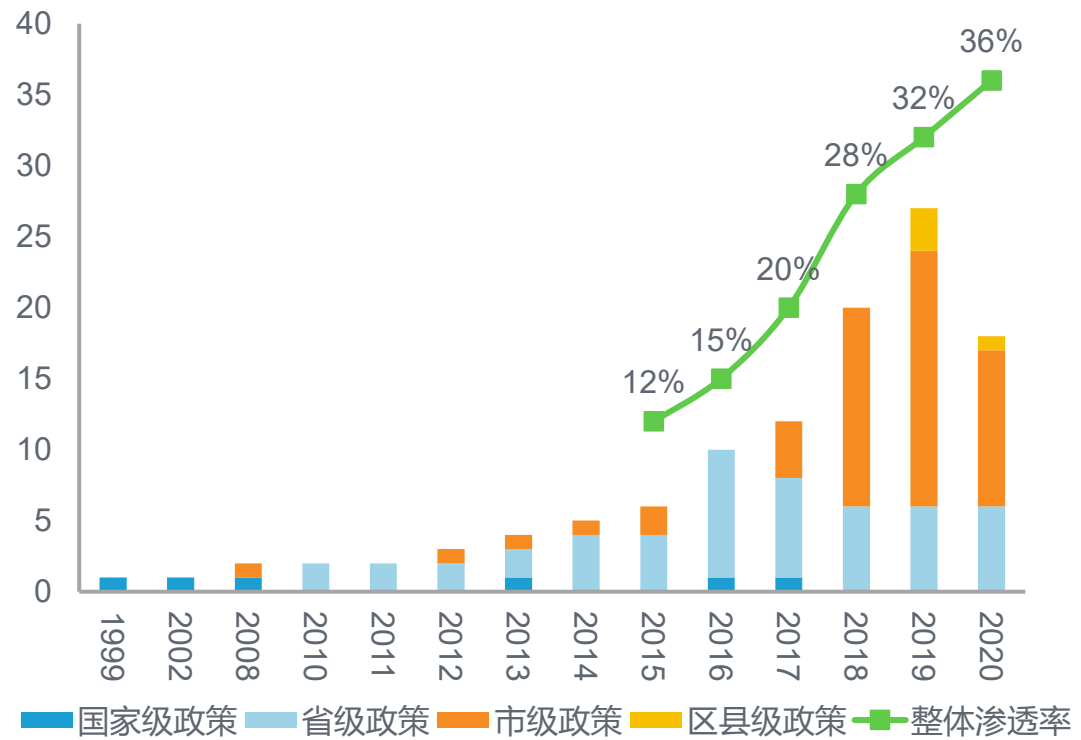


来源：贝壳研究院、亿欧智库

精装房政策落地将压缩新房供给中毛坯房的比例

- ◆ 随着各级政府推动全装房、精装房政策的进一步落地，新房交付时全装房、精装房的比例将进一步上升，大大压缩了作为目前家装行业主要对象的毛坯房的份额
- ◆ 2018年起，全装修、精装修政策开始主要转向由市级政府机关推动，新房供给中全装修、精装修的整体渗透率增长出现大幅加快，2020年将达到36%

亿欧智库：1999-2020各级政府全/精装修相关政策及整体渗透率



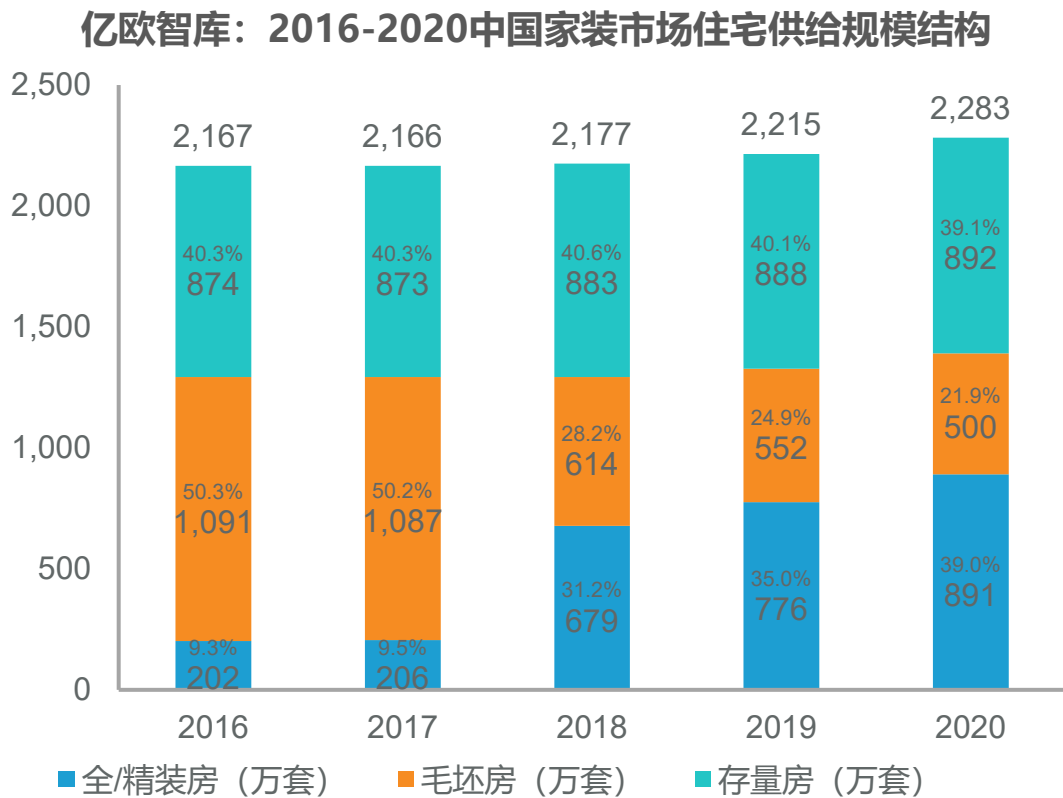
来源：政府官网、国家统计局、奥维云网

亿欧智库：1999-2020国家级住宅全/精装修主要相关政策

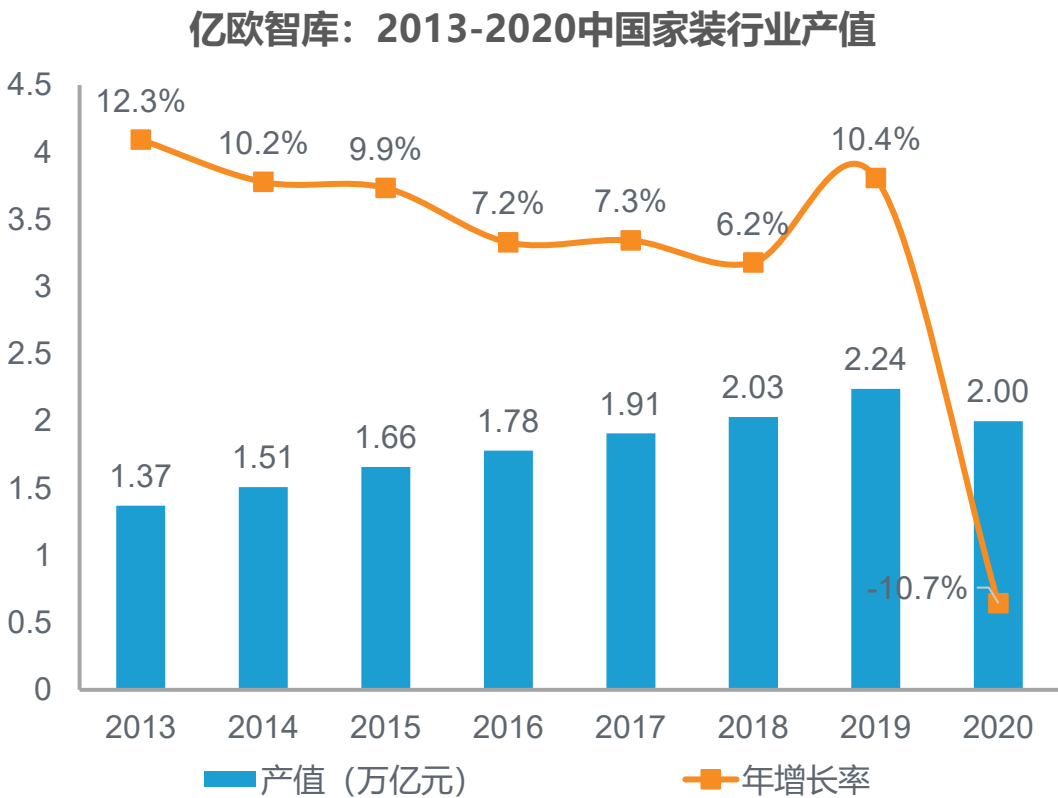
年份	部委	文件名称	核心内容
1999	住建部	《关于推进住宅产业现代化提高住宅质量的若干意见》	首次提出一次性装修概念
2002	住建部	《商品住宅装修一次到位实施导则》	首次提出全装修概念
2008	住建部	《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》	提出逐步取消毛坯房、直接提供全装修成品房目标
2011	住建部	《建筑业“十二五”规划》	鼓励和推动新建保障性住房和商品住宅菜单式全装修交房
2013	国务院	《关于转发发展改革委、住房城乡建设部绿色建筑行动方案的通知》	国务院层面指引，指导住宅全装修推广工作的开展
2016	住建部	《住宅室内装饰装修工程质量验收规范》	规范装修工程的质量验收标准，使全装修有章可循
2017	住建部	《建筑业发展十三五规划》	到2020年城镇绿色建筑占新建建筑比重达到50%
2019	住建部	《住宅项目规范(意见征卓稿)》	城镇新建住宅建筑应全装修交付，明确要求卫生间防水耐用20年

来源：住建部、国务院、亿欧智库整理

- ◆ 新房交付时毛坯房的比例将进一步减少，这将大大增加主流家装公司、家居建材企业的获客成本，对企业的管理能力提出了更高的要求，存量房将成为家装行业未来新的获客重心
- ◆ 受到疫情影响，2020年中国家装行业产值预计同比减少10.7%，产值预计为2万亿元，家装行业复苏急需寻找到新的行业增长点



来源：政府官网、国家统计局、奥维云网

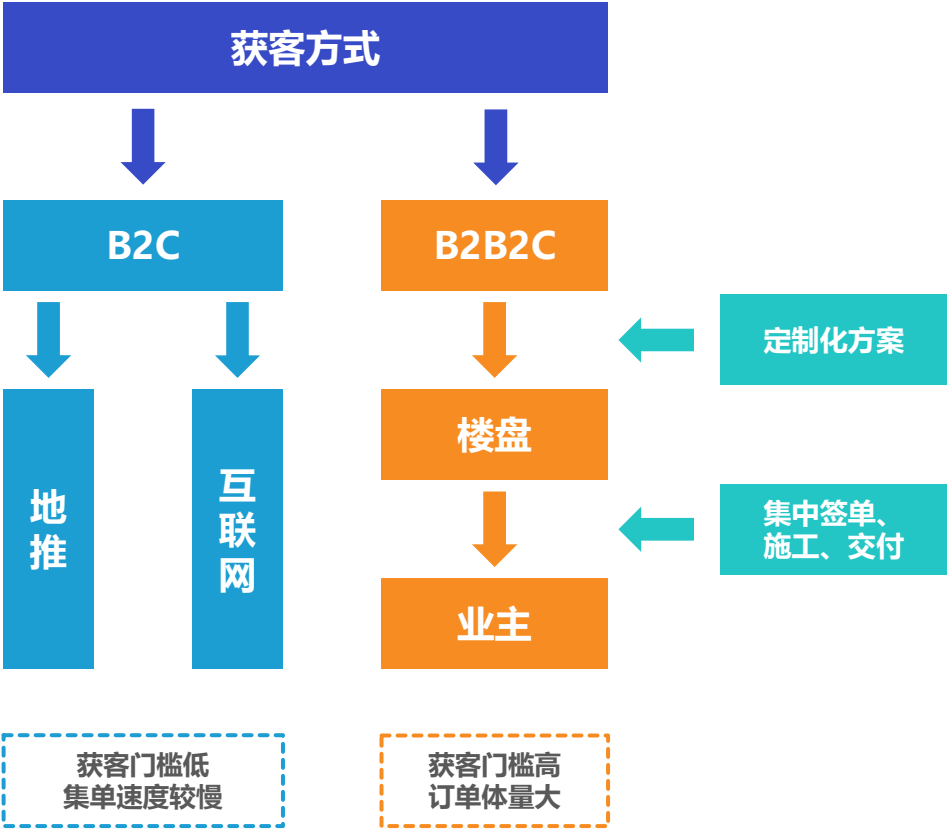


来源：中国建筑装饰协会、中装新网、亿欧智库访谈整理

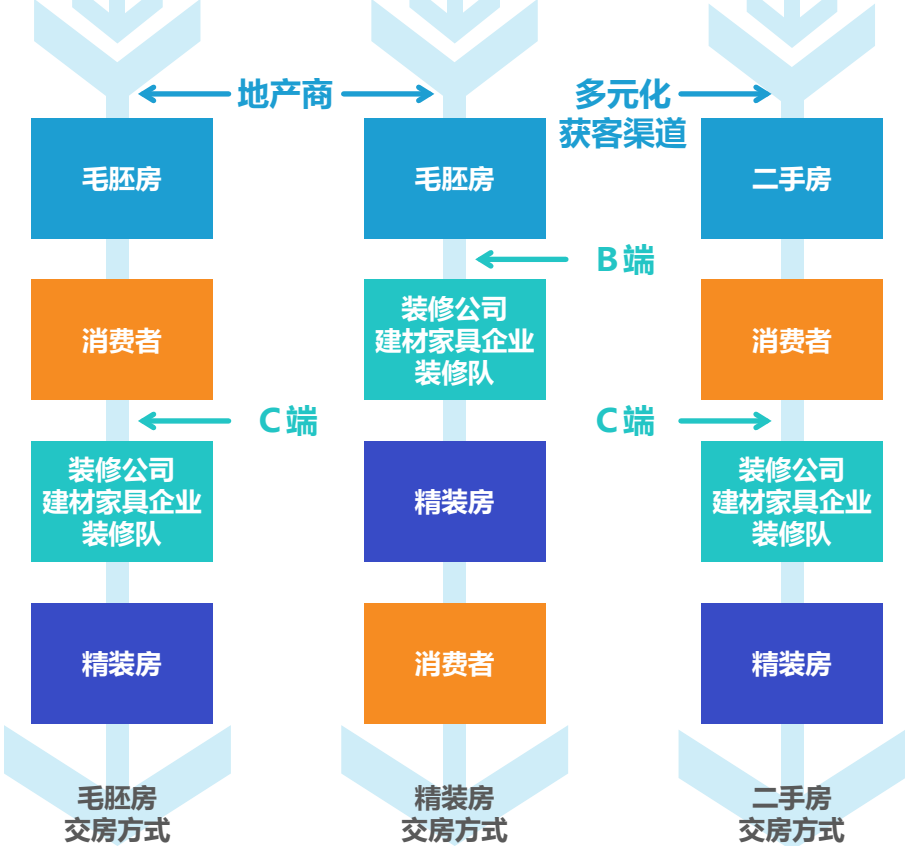
家装行业的传统获客方式将随之迎来变革

◆ 新房供给减少，存量房交易比例逐年上升；交付新房中精装房的比例逐年上升；两大因素同时作用下，家装企业的客户由原来集中于新开毛坯房楼盘分散到各个存量楼盘、老小区之中，家装企业获客的时间成本与人力成本均急剧上升

亿欧智库：中国家装企业获客模式分类



亿欧智库：中国家装企业获客模式分类



2021年，家装社区店、改善型装修将成为新的探索方向



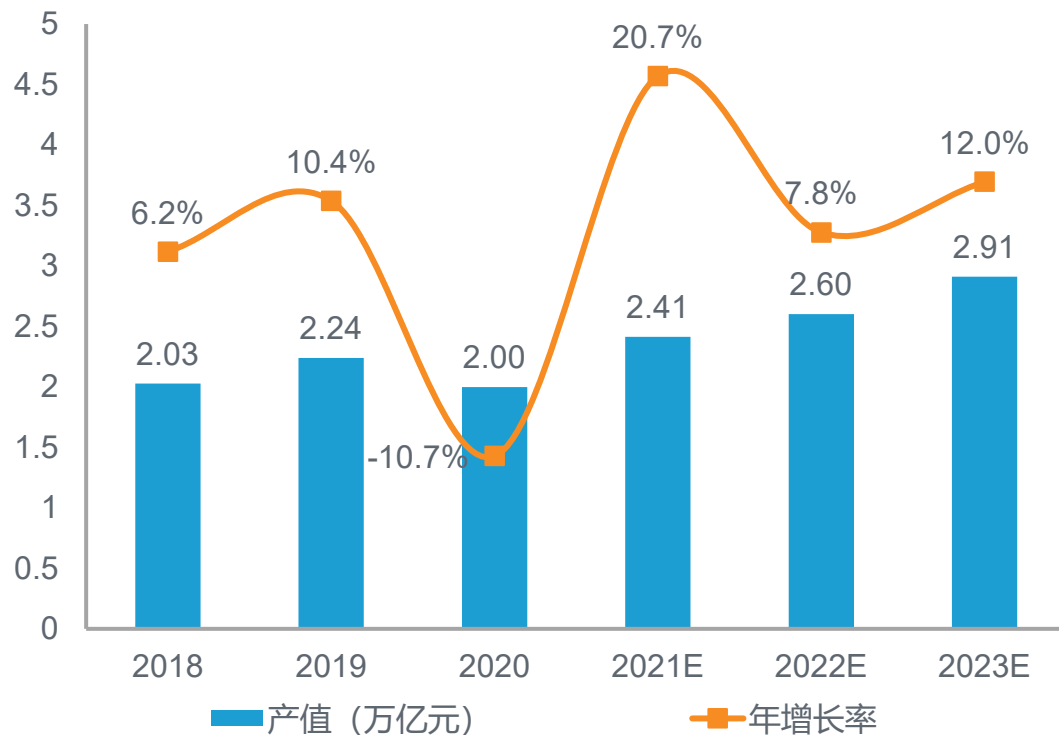
亿欧智库



家页传媒
HOME MEDIA

- ◆ 2021年家装行业将迎来需求反弹，预计年产值达到2.41万亿元，2019-2021年的复合年均增长率为3.73%，预计2023年中国家装行业产值将达到2.91万亿元人民币
- ◆ 家装社区店与改善型装修将成为家装企业应对供给端与需求端环境变化的新探索方向，目前已有部分企业在两大领域布局试水

亿欧智库：2018-2023中国家装行业产值



来源：亿欧智库预测

亿欧智库：家装社区店与改善型装修探索方向案例

家装社区店

五十家
Boloni 家装旗下品牌

五十家家装2018年一年开出望京店、亚运村店、华纺易城店等多家家装社区店。社区店内拥有互动洽谈区和**实景体验区**，为社区居民提供**全案整装、老房检修与局部装修服务**。设立“开放日”，为周边业主提供“**家装义诊服务**”，**免费**对老房进行水电检测



改善型装修

JINZHAO
今朝装饰

今朝装饰研发了**防水加强层新工艺、三重隔音环保降噪、马桶侧排改下排施工**等创新成果，出版发行了《**中国老房装修标准指南 I 和 II**》。制定老房装修行业标准，成立老房装修研究院，举办老房装修文化展，开设老房装修社区店，老房装修博物馆。



家居行业

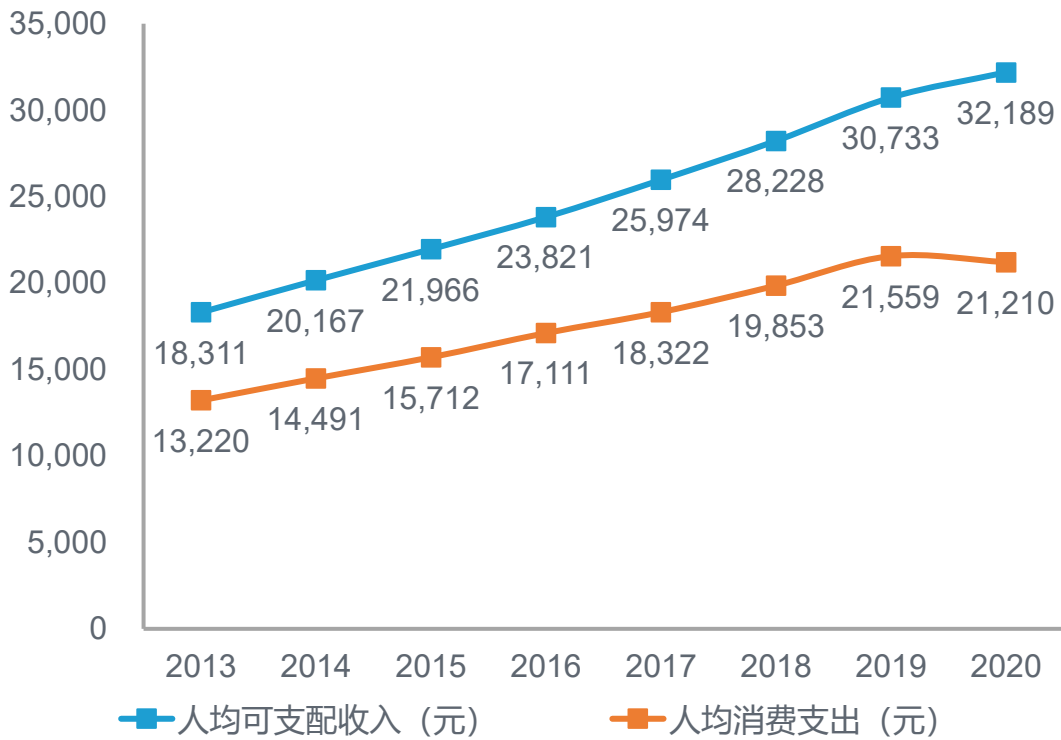
资本布局

上市热潮

- ◆ 国人居住观念发生转变，家居行业得到长足发展
- ◆ 2021年，家居行业将更加规模化，将出现更多企业寻求上市

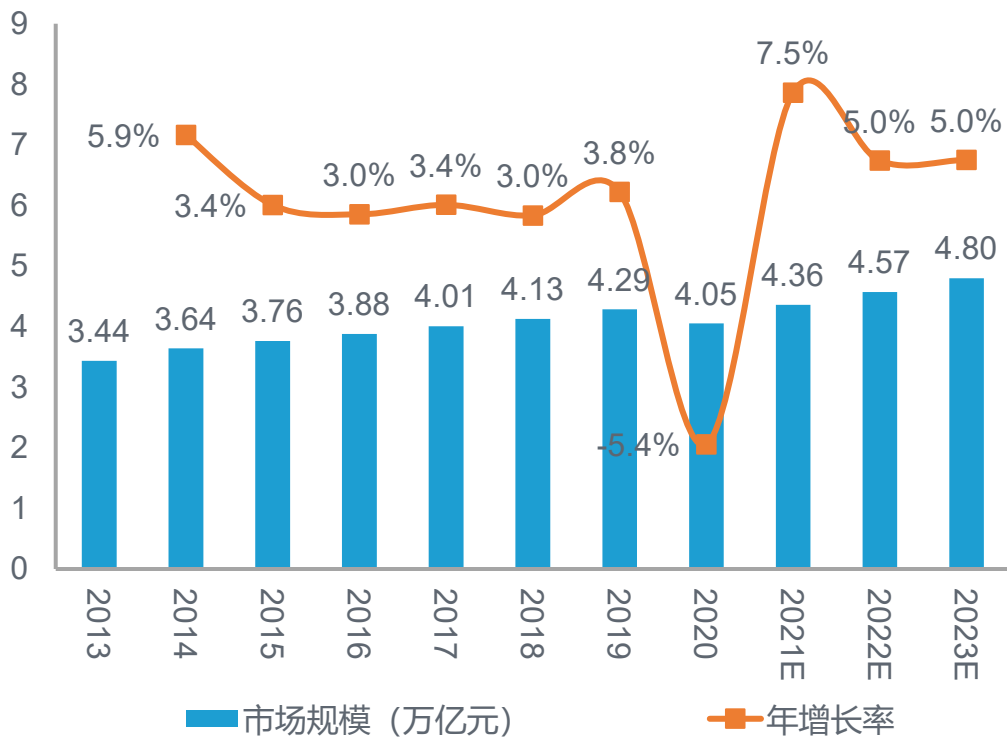
- ◆ 随着近20年来中国居民人均可支配收入与消费支出水平的稳定增长，中国居民的居住观念已逐渐由“生存”向“生活”转变，家居家装领域的消费投入也同步升高，受此影响，家居建材行业在近10年保持着相对稳定的增长，亿欧智库预测2020年中国家居建材市场规模为4.05万亿元
- ◆ 受到疫情影响，2020年家居建材市场相比于前两年出现一定的缩水，2020年中国家居建材市场规模同比减少5.4%

亿欧智库：2013-2020中国居民人均可支配收入与消费支出



来源：国家统计局

亿欧智库：2013-2023中国家居建材市场规模

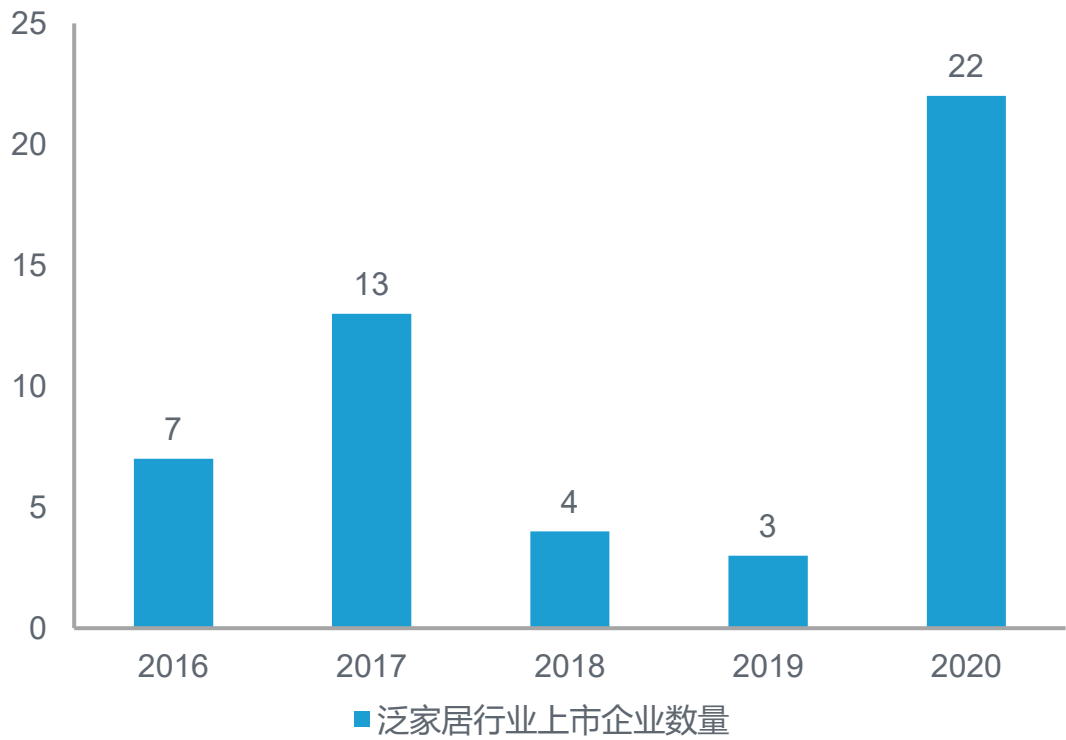


来源：国家统计局、亿欧智库整理

2021年，家居行业将更加规模化，将出现更多企业寻求上市

- ◆ 2021年家居建材市场规模预计将达到4.36万亿元人民币，未来三年将保持5%以上的增速，家居行业企业将进一步扩大规模
- ◆ 随着家居行业的发展成熟，家居企业规模开始扩大，行业集中度开始提升，家居企业开始寻求上市，以进一步集资扩大规模，同时为了与国际接轨的规范化经营以及上市政策的修订也为家居企业上市热潮创造了条件，2020年上市的家居企业主要集中在建材及家电、家纺企业

亿欧智库：2016-2020中国家居行业上市企业数量



来源：亿欧智库整理

亿欧智库：2020年泛家居企业国内上市情况

	上市	辅导备案
建材	海象新材 东鹏控股 盛德鑫泰 法狮龙 爱丽家居 奥普家居 起帆电缆 秦川物联 公牛集团	箭牌家居 华艺卫浴 泛亚卫浴 永裕家居 皇派家居 梦天家居
家具	建霖家居 汇森家居	玛格家居 慕思寝具 致欧网络
家电	火星人 振邦智能 彩虹集团 亿田智能 帅丰电器 石头科技 北鼎股份	-
其他	众望布艺 狄耐克 朗特智能 贝仕达克	日日顺

家居行业

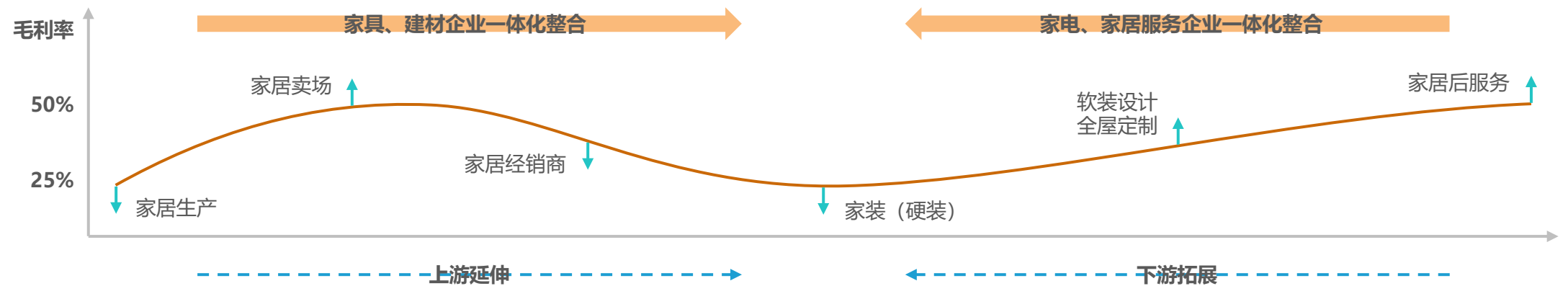
资本布局

布局家装

- ◆ 家装作为家居行业流量入口近年来吸引了各大行业巨头下场争夺
- ◆ 家装行业吸引了大量创业者与资本进场参与角逐
- ◆ **2021年，各行业巨头将转向通过投资控股来争夺家装入口**

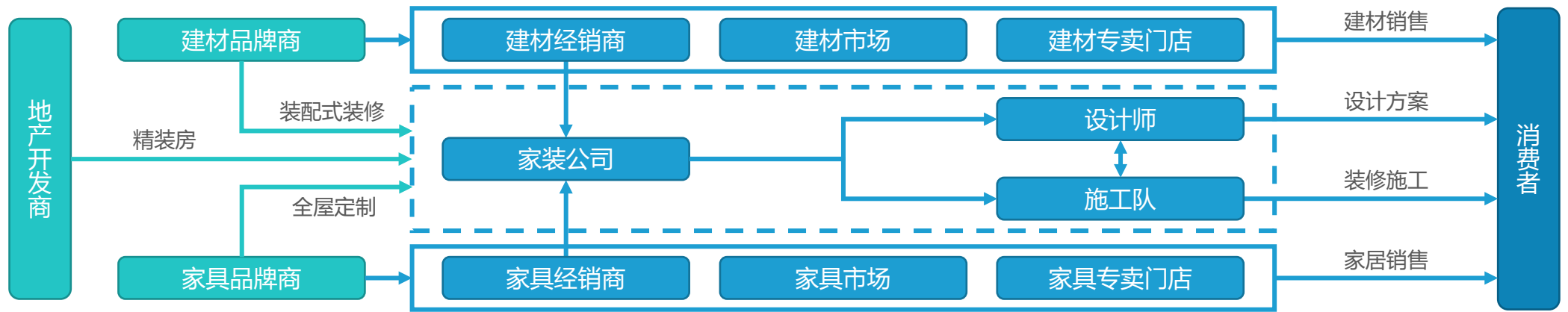
- ◆ 家装作为大家居行业的重要流量入口，具备抢占大家居市场得天独厚的优势，但同时也受到产业链上下游企业的威胁，除了地产开发商的精装房业务不断成熟外，建材、家居品牌商纷纷通过全屋定制、整体家装等方式切入家装市场，进一步蚕食家装企业份额
- ◆ 家装企业利润下滑，上游材料成本、人力成本、获客成本上升进一步压缩家装企业利润空间，传统家装企业将面临更加激烈的竞争环境

亿欧智库：家装产业链利润分布



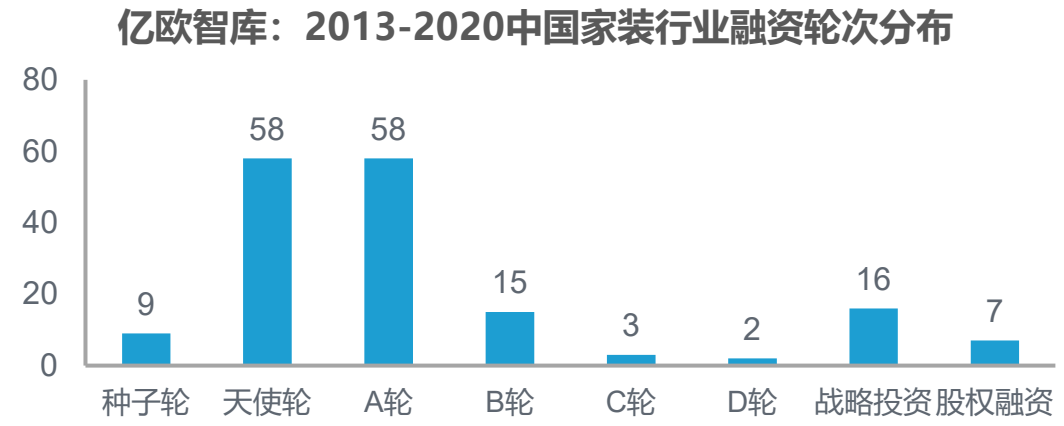
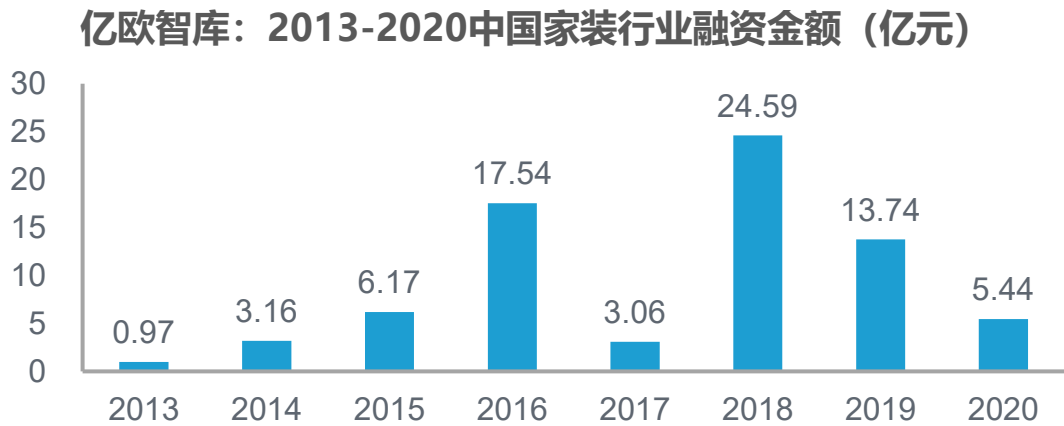
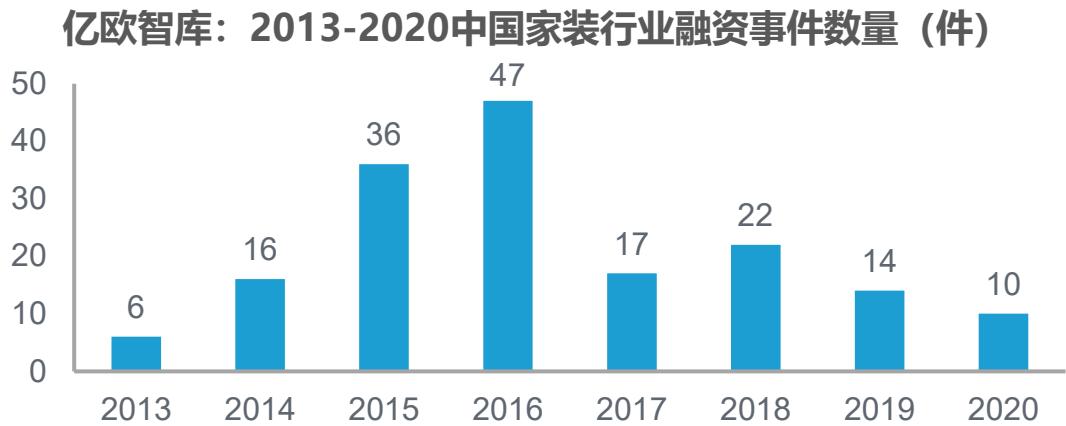
来源：中国建筑装饰协会，亿欧智库访谈整理

亿欧智库：家装行业受到产业链上下游企业的蚕食



家装行业吸引了大量创业者与资本进场参与角逐

- ◆ 2013年起互联网家装概念开始引领家装行业受到资本市场的关注，融资事件数量与金额均呈现逐年上升的现象，2016年家装行业的资本市场热度达到高峰，总融资事件数达47起，总金额达17.54亿元
- ◆ 2018年，阿里巴巴联合15家企业、机构向居然之家投资了130亿元的高额投资*，除此之外，2018年家装行业的投资金额再创新高，总金额达24.59亿元



来源：IT桔子、天眼查、亿欧智库整理

*备注：由于金额巨大，本页图表未计算阿里巴巴等向居然之家投资的130亿元这一事件。

2021年，各行业巨头将转向通过投资控股来争夺家装入口

亿欧智库：2020中国各行业巨头家装行业投资布局情况



家装行业

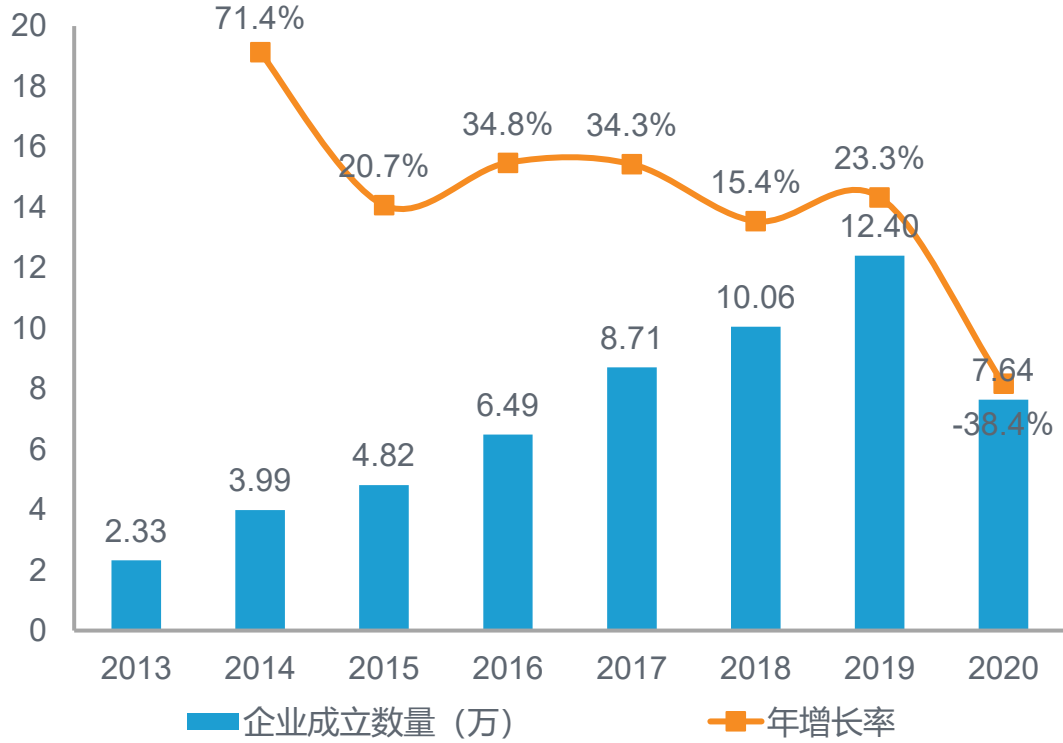
业务格局

格局洗牌

- ◆ 百亿规模资金涌入，促使家装行业格局风云变幻
- ◆ 疫情放大了家装企业的经营问题，加速了家装模式的变化与更迭
- ◆ 模式与技术的迭代速度加快，装配式装修开始受到资本关注
- ◆ **2021年，装配式装修将快速发展成为新的行业热点**

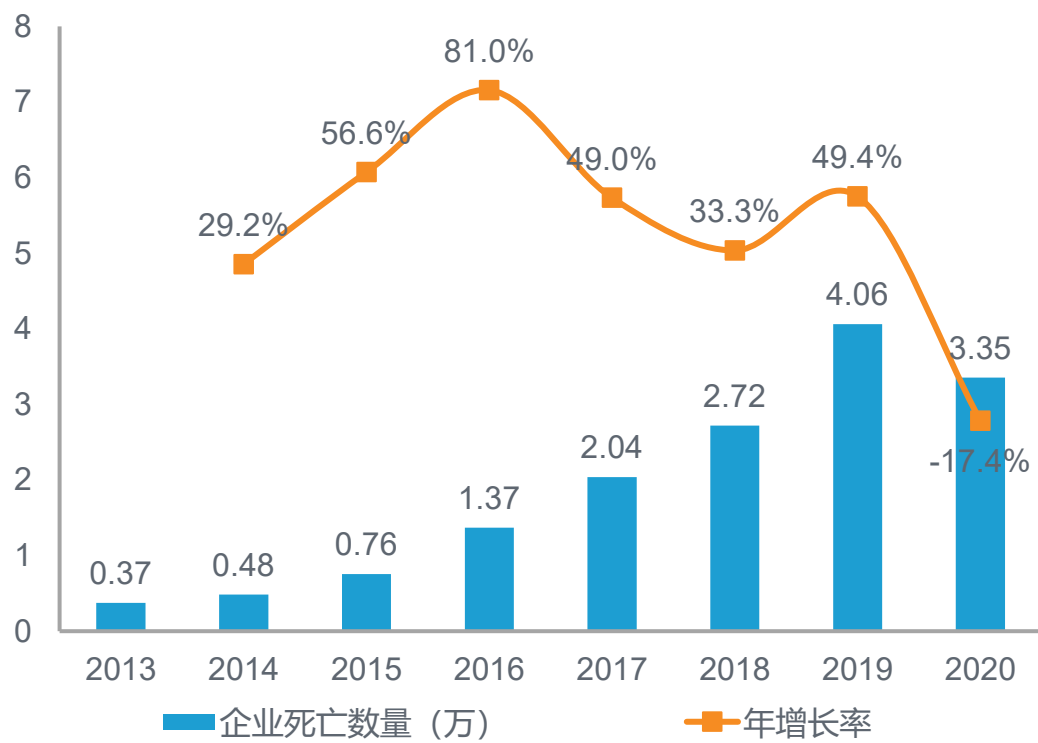
- ◆ 伴随地产红利与居民消费观念的升级，家装行业迎来快速增长与行业繁荣；近年来资本市场对家装行业的不断加码，百亿规模的资金涌入进一步刺激了家装行业的创业热潮，2013年至2019年，家装行业年企业成立数量快速稳定增长，复合年均增速达32.1%
- ◆ 与此同时，家装行业企业死亡数量以更快的数量增长，2020年企业死亡数量为3.35万家，相当于2020年企业成立数量的43.8%，家装行业相对的高利润确实吸引到了数量众多的创业者入局，行业格局在2020年疫情的放大之下更加风云变幻

亿欧智库：2013-2020中国家装行业企业成立数量



来源：天眼查、亿欧智库整理

亿欧智库：2013-2020中国家装行业企业死亡数量



来源：天眼查、亿欧智库整理

- ◆ 中国资本市场和互联网O2O高速成熟，促使互联网家装在几年之内成为家居及相关行业龙头与创业者关注的热点领域；今年上半年实创装饰的告别信，正式宣告了互联网家装套餐模式的全面落幕
- ◆ 金螳螂·家的门店转让与万科从万链的退出两大事件证明作为大家居行业流量入口的家装业务存在相当的进入门槛与推广难度

实创装饰发布告别信

- 4月9日，实创家居装饰集团创始人孙威通过相关渠道发布告别信，信中提到，21年前的今天他创立了实创，今天向大家道别，正式离开实创装饰集团。2020年3月21日，实创设计(北京)有限公司正在进行简易注销，公告期为2020年3月18日-2020年4月7日。

金螳螂·家门店转让

- 2020年4月，金螳螂总部内部通知，93家金螳螂·家门店从自营转为加盟，由当地门店100%控股，总部正常提供品牌及供应链服务。退还给门店70%的股份（部分门店51%），运营模式不变，每年出几万品牌加盟费。门店100%控股运营，金螳螂·家招牌继续使用。

万科将退出万链

- 6月17日有市场消息称，万科将退出万链装饰，所持全部股权将全由链家或旗下的贝壳找房接盘，继而后者转为链家全资控股公司，并将于今年下半年进行股权结构变更。

模式与技术的迭代速度加快，装配式装修开始受到资本关注

- ◆ 1994年国务院出台了商品房管理条例，标志着中国家装行业的诞生，在随后的25年中，市场需求和新技术逐渐成为行业发展的关键推动因素
- ◆ 2014年起，家装行业开始受到资本市场的关注，大量资金涌入，各类商业模式层出不穷，最具代表性的是互联网家装、家装套餐、整装等
- ◆ 随着装配式建筑技术的成熟，2016年起国家开始持续出台政策推动装配式建筑的发展，装配式装修作为装配式建筑的重要组成部分也开始受了资本市场的关注

亿欧智库：1994-2020中国家装行业主要发展阶段及重点模式



亿欧智库：2016-2020中国装配式装修投融资事件

企业	投资时间	融资金额	融资轮次	投资方
变形积木	2020/12/18	1亿人民币	B轮	钟鼎资本等
	2020/10/29	2000万人民币	A轮	不惑创投
	2019/4/25	1000万人民币	天使轮	个人投资者
和能人居	2020/12/2	数亿人民币	战略融资	和才股权等
	2013/9/24	未披露	A轮	泰有基金等
开装	2020/9/10	未披露	战略融资	红星美凯龙等
	2018/9/11	4000万人民币	A轮	红星美凯龙
中寓住宅	2020/8/6	5000万人民币	A+轮	绿洲资本
	2020/5/11	未披露	股权融资	大望资本
	2019/11/27	数千万人民币	A轮	倪张根等
	2019/3/20	未披露	股权融资	逐鹿资本
	2018/6/12	未披露	天使轮	纽信创投
品宅	2016/9/7	未披露	A轮	合福资本

来源：天眼查、亿欧智库整理

2021年，装配式装修将快速发展成为新的行业热点



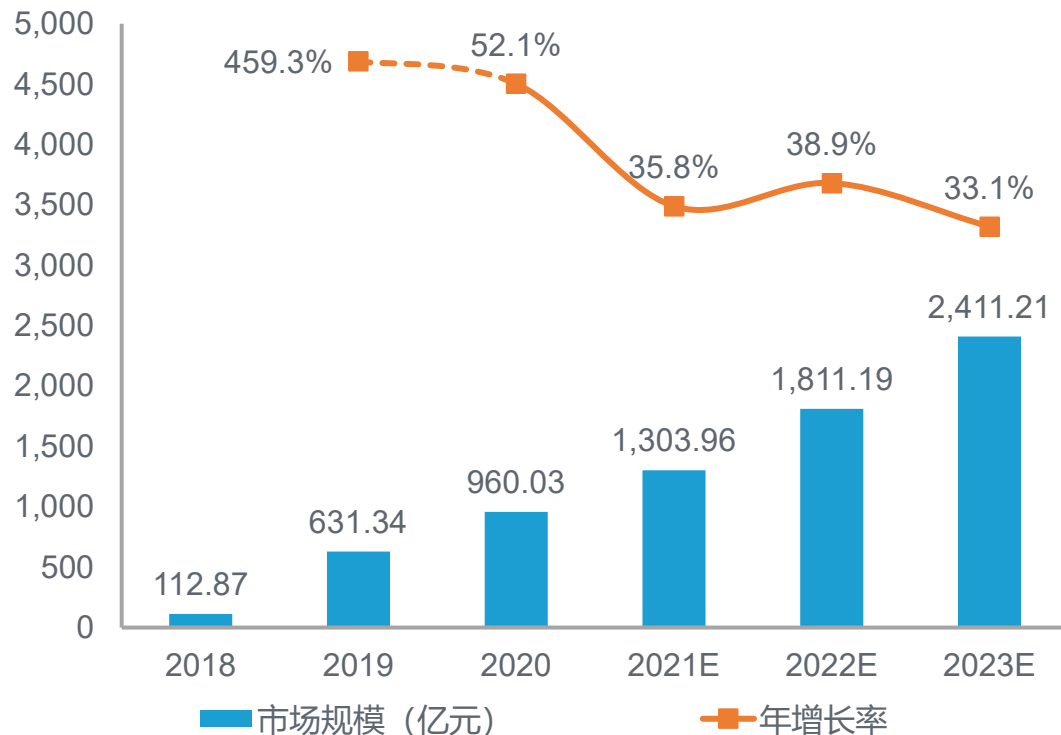
亿欧智库



家页传媒
HOME MEDIA

- ◆ 2016年起，国家持续关注装配式建筑的发展，推行装配式建筑可有效落实“三去一降一补”的政策。全国各地方出台120余项政策推动政策落实，包括税费优惠、用地支持、专项资金等
- ◆ 装配式装修相比于传统装修存在工期、质量、环保等多重优势，考虑到未来装配式建筑的进一步推广和整装卫浴渗透率的提升，预计2021年装配式装修市场规模将达到1304亿元，年均增速达到35.8%

亿欧智库：2018-2025中国装配式装修市场规模预测



来源：WIND，住建部，奥维云网

从宏观层面来看，随着国家政策的推动，人口红利的消退，装配式内装的顶层设计将越来越完善，部品部件的生产将更具标准化和规模化，加快释放内装领域工业化的红利。从微观层面来看，装配式内装的巨额红利势必将引起更多的玩家进入这个赛道，蓝海市场的竞争格局将由几家行业引领者变成百家齐放，最终诞生千亿级的企业。

专家观点



吴堂祥



中寓住宅科技
ZHONGYU RESIDENTIAL TECHNOLOGY

创始人

家装行业

业务格局

发力整装

- ◆ 整装成为近年来家居行业新的热点布局方向
- ◆ 行业内对整装的定义亟待达成一致的认知
- ◆ 2021年，整装定义将更加完善，入局玩家进一步增多

整装成为近年来家居行业新的热点布局方向

- ◆ 2014年爱空间横空出世代表着中国家装行业进入各种新商业模式的探索阶段，其中最具代表性的是互联网家装与全屋定制
- ◆ 互联网家装热退潮后，家装行业迎来新一波试水：整装成为近年来家居行业新的热点布局方向

巨头布局

家具巨头

尚品宅配
欧派
金牌厨柜
好莱客
博洛尼
顾家
皮阿诺

布局

圣诞鸟
欧派整装大家居
桔家云
好莱客艺术整装
博洛尼整装大家居
顾好家
米啦啦整装

家装巨头

东易日盛
业之峰
星艺装饰
齐家

布局

速美超级家
全包圆
星居易
齐家典尚

其他巨头

红星美凯龙
红星美凯龙
碧桂园
贝壳
海尔

布局

红星整装汇
红星美凯龙·星居
橙家
小牛哥·整装宝
有住整装

创业企业

企业名称

沪佳装饰
百创
绿色家
住范儿
爱上云巢
和宸之家
山复整装
山水人家装饰
鼎隆装饰
生活家家居
上海如晶
金地广泰
名星装饰
名爵装饰
PINGO国际
武汉江达装饰
靓万家
匠心悦墅
丰立装饰
小蜗置家
闵鸿装饰
久居整装
仁物设计

成立时间

2014/12/15
2014/11/11
2015/02/09
2015/10/12
2016/03/24
2017/06/23
2018/08/13
2010/03/03
2010/11/02
2011/07/25
2011/09/25
2014/03/24
2015/05/26
2015/08/18
2015/09/25
2016/02/16
2016/02/19
2016/03/07
2016/03/22
2016/05/18
2016/05/26
2016/06/27
2016/06/29

企业名称

五十家
百居C2M
新家生活
小兔窝智能整装
大中发装饰
蚂蚁说装饰
观巢家具
品质家装饰
致家装饰
粤佛家居
金色麦田
和天下装饰设计
宅速美装饰
馨居尚
共享装
南波整装
八天整装
创品装饰
品质家整装
金园荟
亿带艺路
鸣唐居

成立时间

2016/07/21
2016/08/02
2016/08/30
2016/11/09
2017/01/10
2017/03/07
2017/03/14
2017/04/19
2017/08/08
2017/08/15
2017/09/14
2017/09/28
2017/11/08
2018/01/17
2018/07/16
2018/08/27
2019/07/01
2019/07/11
2019/10/29
2019/11/29
2019/12/05
2020/01/15

服务商

企业名称

整装云
被窝家
人民优家
巴雷家
企装优配BIM智能企装整案服务平台
云选家
集家整装
至爱智家
荟家装
谷居网

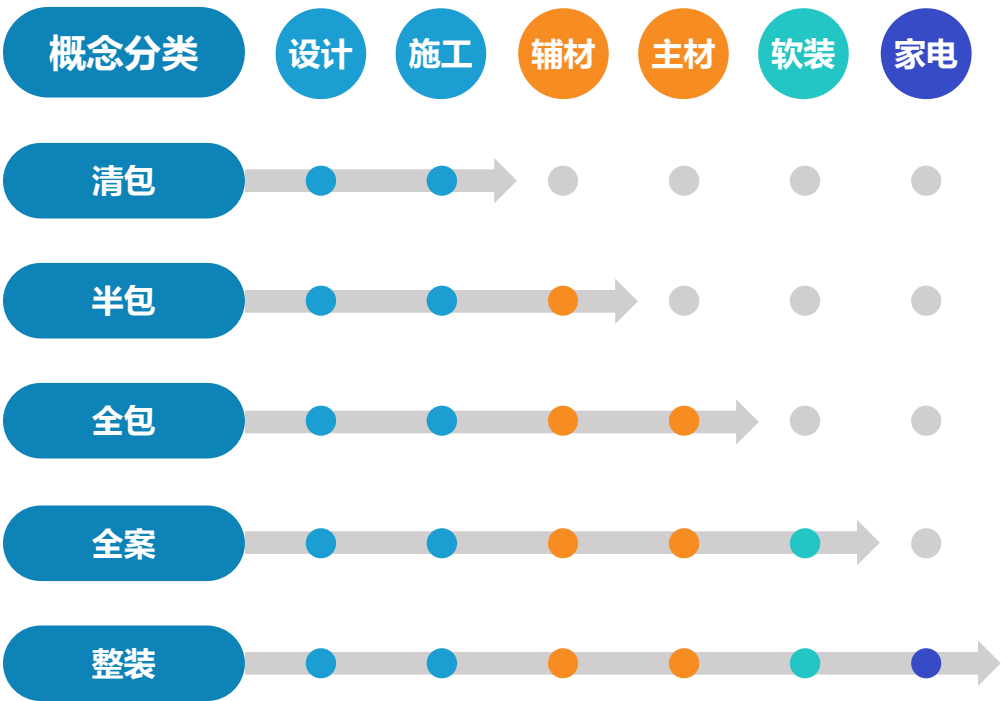
定位

整装赋能平台
一站式家装服务平台
一站式家装服务平台
整装服务平台
场景化交易工具
一站式家装产业链服务商
家居建材整装供应链平台
供应链管理输出平台
互联网整体家装O2O平台

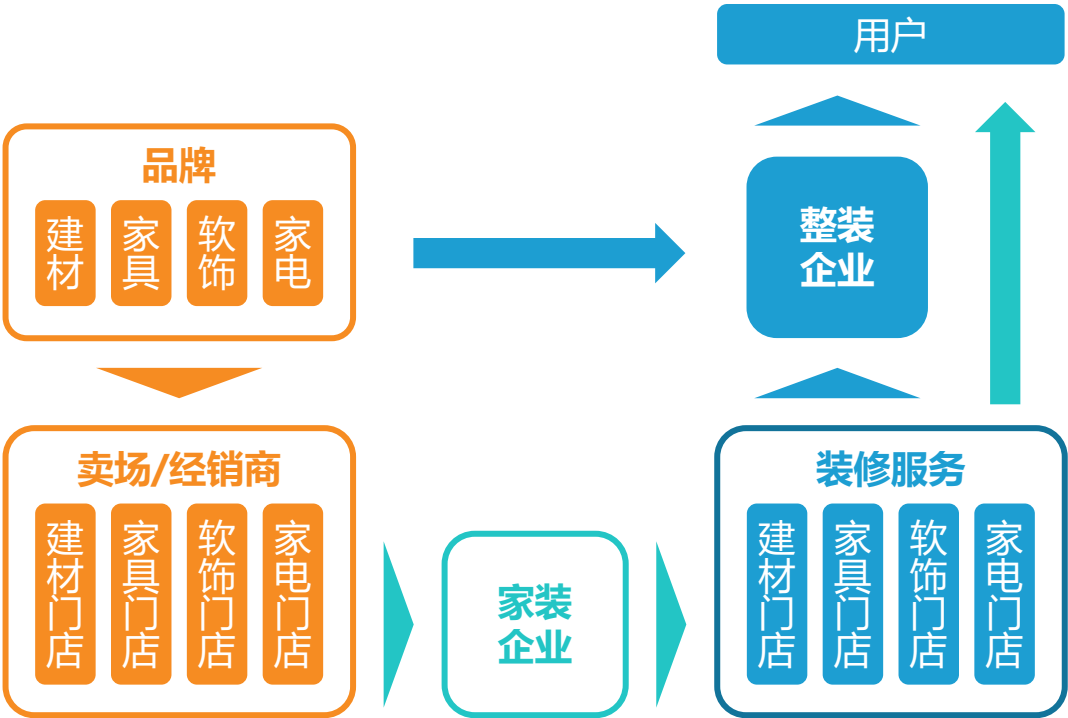
行业内对整装的定义亟待达成一致的认知

◆ 目前行业内对整装的定义尚未达成一致的认知：目前行业内“整装”的概念涵盖了从仅含主辅材的全包，到包含家具软饰的全案，再到包含家电家纺真正满足“拎包入住”的严格意义上的“整装”的十分宽泛的范围，部分企业浑水摸鱼，大大增加了消费者的认知成本；“整装”概念的混乱极大的影响了整装业务的推广与发展

亿欧智库：整装企业与传统装修企业商业模式对比



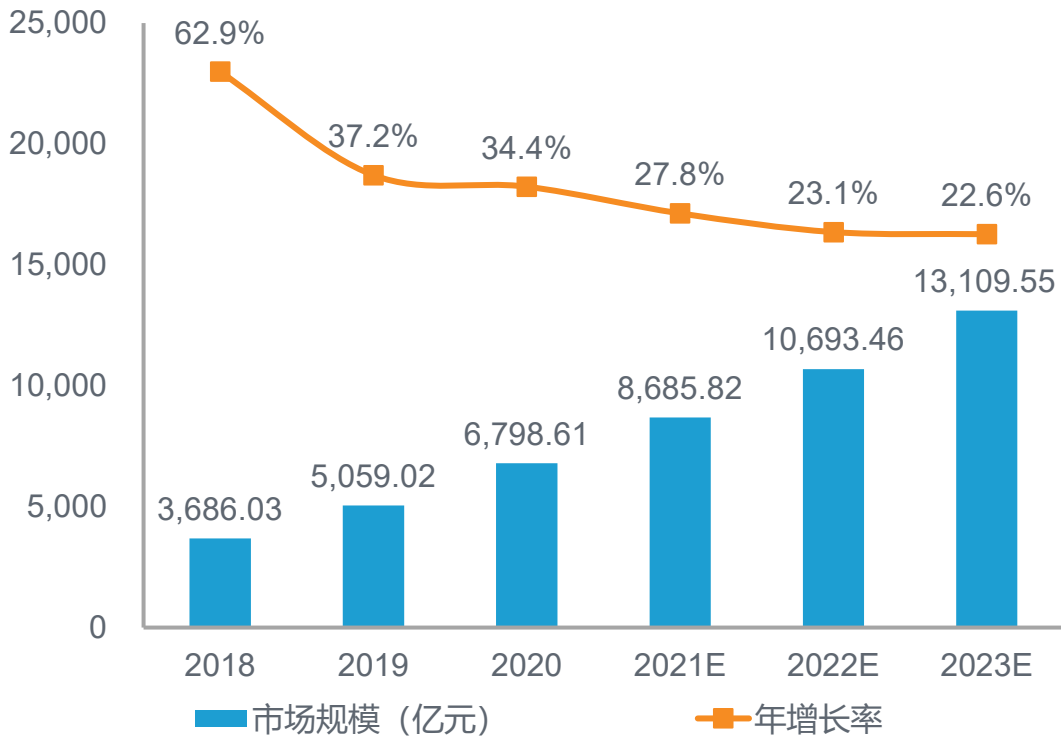
亿欧智库：整装企业与传统装修企业商业模式对比



2021年，整装定义将更加完善，入局玩家进一步增多

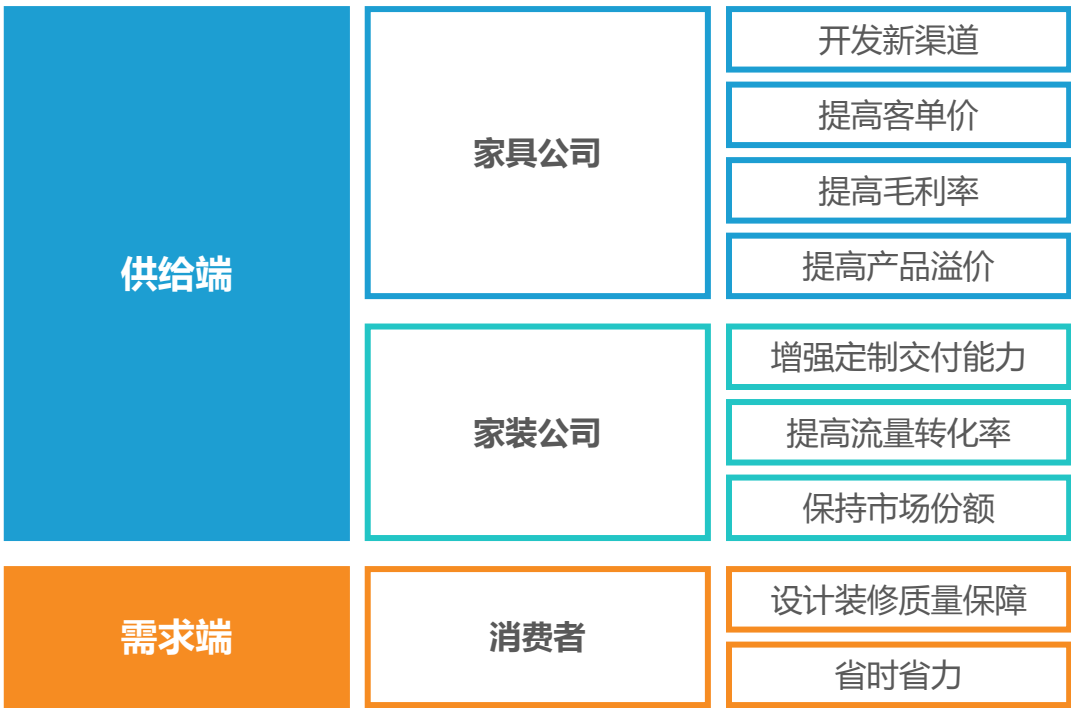
- ◆ 作为家装行业的一大行业增长点，未来行业内部将不断完善对整装业务的定义，整装业务的渠道优势将进一步凸显，入局整装的玩家将进一步增多
- ◆ 预计2021年整装行业的市场规模将达到8685.82亿元，并将持续保持20%以上的年增速高速发展

亿欧智库：2016-2023中国整装行业市场规模



来源：国家统计局、华创证券、亿欧智库

亿欧智库：整装业务供需渠道优势



家居行业

行业创新

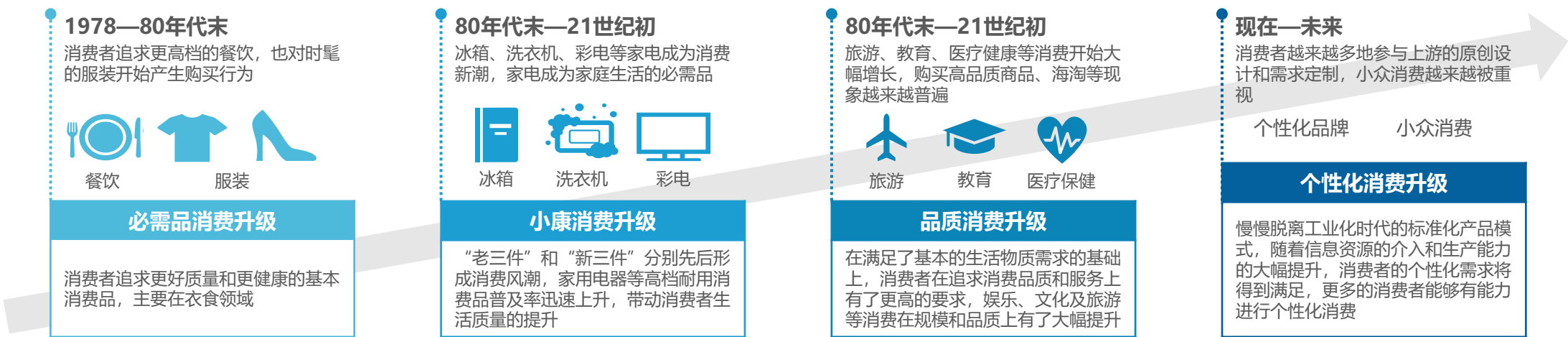
跨界联动

- ◆ 下一代消费主体个性化消费表达受到品牌商关注
- ◆ 家居品牌开始跨界合作来迎合多元的消费需求
- ◆ **2021年，家居行业跨界联动加深，合作形式将更加丰富**

下一代消费主体个性化消费表达受到品牌商关注

- ◆ 当前95后、00后已分别开始成家立业，正逐渐成为家居品牌的下一代消费主体，我国正进入个性化消费时代
- ◆ 95后群体具有四大主要消费特征：追求个性、热衷尝鲜、精致悦己、强势表达，其强大的消费能力正逐渐受到家居品牌的关注

亿欧智库：我国正在进入个性化消费时代



来源：TalkingData、中金公司

亿欧智库：95后新消费主体的主要消费特征



来源：腾讯广告、中信证券、亿欧智库整理

家居品牌开始跨界合作来迎合多元的消费需求

- ◆ 各大家居品牌开始进行跨界合作来迎合新一代消费核心群体的更加多元的家居消费需求，包括与中外时装设计师、艺术家、潮牌、美妆品牌、国潮文创、人气IP等联名推出不同风格、不同形式的合作产品等

1 红星美凯龙×国家宝藏

红星美凯龙联合了国家宝藏，为消费者们带来了国潮的家具产品



2 吱音×小黄人

吱音联手小黄人打造噗叮懒人沙发“小黄人系列”



3 晚安家居X阿里动物园

晚安家居携手阿里动物园联名推出眼罩、抱枕、乳胶枕、床垫、床上四件套等助眠套装



4 左右沙发×故宫宫廷文化

左右沙发与故宫宫廷文化联合跨界打造的家居生活空间跨界联名产品锦鲤沙发与绣墩



5 联邦家私×盖娅传说

联邦家私与盖娅传说跨界设计合作《丝韵·山海》联邦舒雨明星椅



6 尚品宅配×故宫宫廷文化

尚品与故宫宫廷文化携手共同打造的联名新中式空间——“锦绣东方”

2021年，家居行业跨界联动加深，合作形式将更加丰富



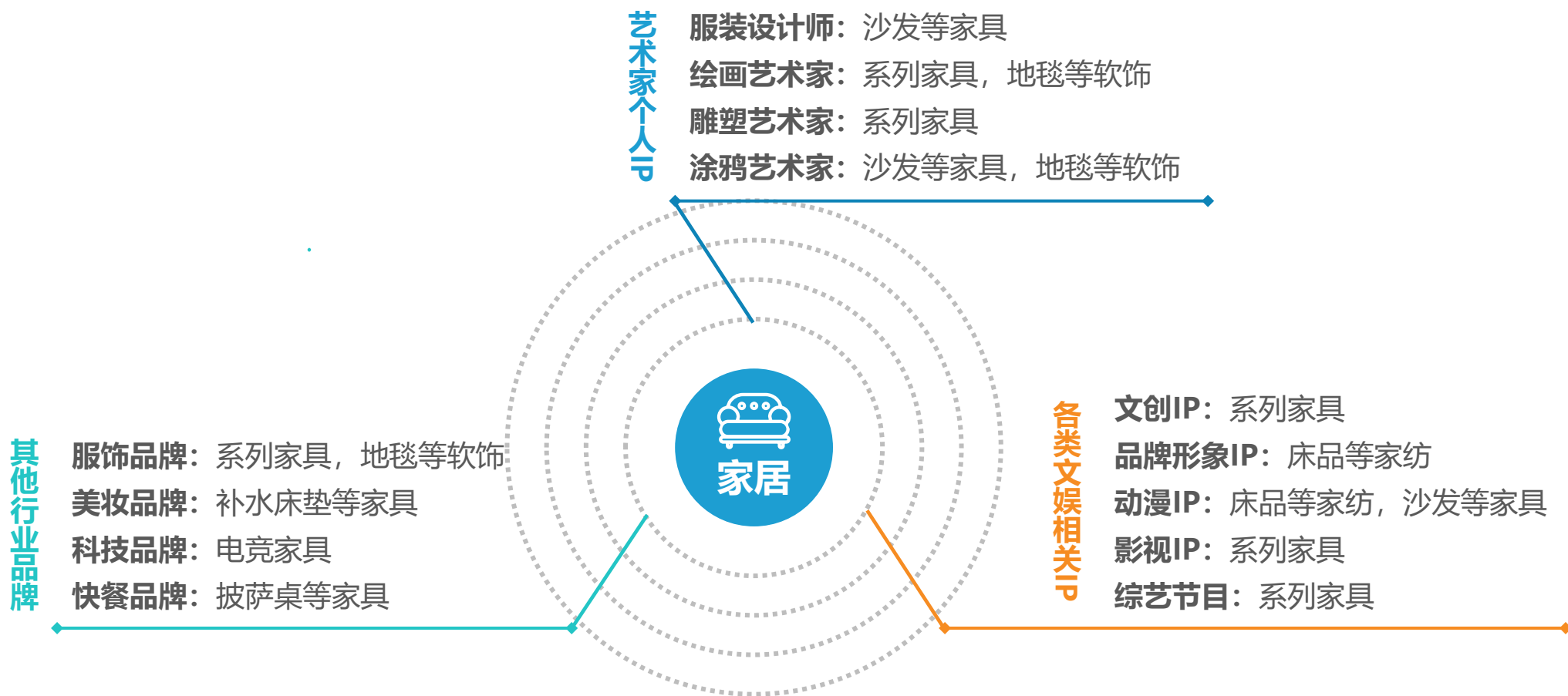
亿欧智库



家页传媒
HOME MEDIA

- ◆ 未来，家居行业的跨界联动将进一步加深，合作形式将进一步丰富，未来合作对象将扩大到设计师/艺术家，各类服饰、美妆甚至科技、快餐品牌，以及各类影视文创IP甚至品牌形象IP，全方位迎合新消费主体的个性化消费需求

亿欧智库：家居行业跨界合作的主要对象及合作产品形式



泛家居行业

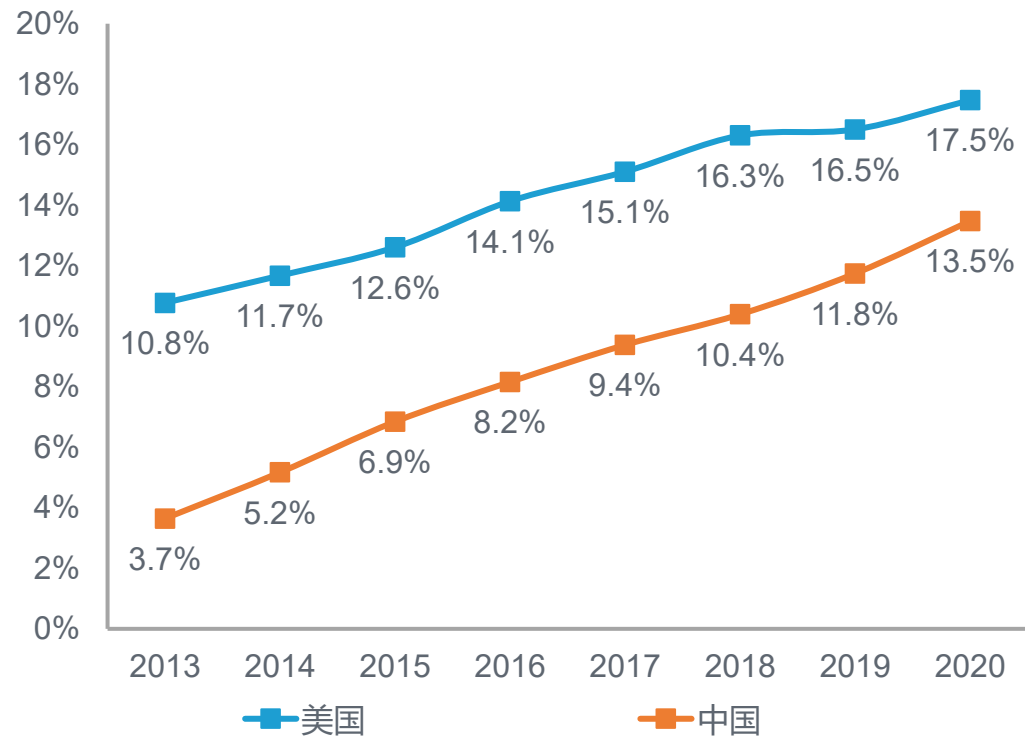
行业创新

数字觉醒

- ◆ 家居家装行业线下依赖程度高、数字化程度低
- ◆ 疫情改变了家居家装行业的消费需求和获客渠道
- ◆ 行业数字化意识觉醒，企业开始探索数字化技术的应用与赋能
- ◆ **2021年，家居行业的数字化布局与创业将加速出现**

- ◆ 2020年泛家居行业整体仍保持着重线下渠道、重经销网络的传统的销售模式，除了营销环节以外，整体的数字化程度长期处于较低的水平；以家具行业为例，2020年中国家具行业的线上渠道渗透率仅为13.5%，渠道数字化建设相比于美国落后四年
- ◆ 年初的疫情改变了家居家装行业用户的消费需求和企业的获客渠道，令企业看到数字化改造的意义与作用，成为企业首次全方位的数字化启蒙

亿欧智库：2013-2020中美两国家具行业线上渠道渗透率对比



来源：欧睿国际、亿欧智库整理

家居行业的数字化发展显著低于家电行业，大多数企业更加关注渠道与价格。近两年部分规模化企业开始增大研发投入，但仍未重视非常重要的物流、安装等售后服务环节，没有形成研发、制造、物流、安装产业服务闭环，更别提企业和行业数字化。

未来家居企业需要打通C2B2C全流程数字化，由卖方市场慢慢转变成买方市场。研发、生产、渠道之争的家居行业上半场已经结束，无论是自建还是和像万师傅这样的第三方平台合作，物流、配送、安装、持续服务消费者的数字化下半场已经开始。

专家观点



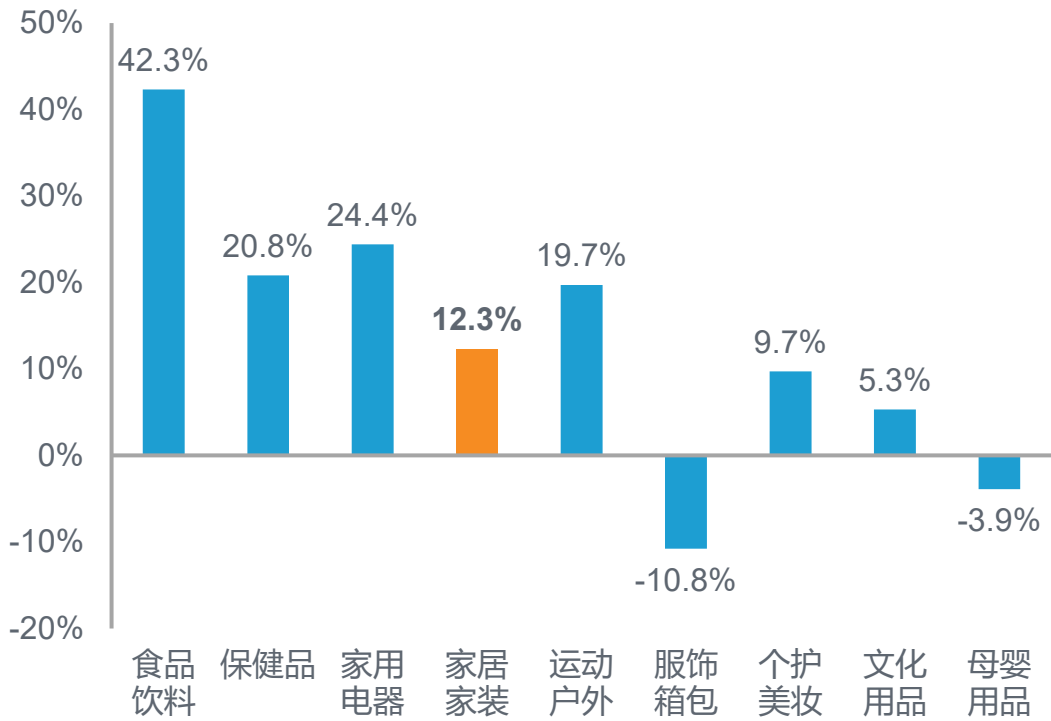
易乐萍



联合创始人/COO

- ◆ 疫情期间，各大家居家装企业纷纷通过直播电商、设计生产数字化等方式进行数字化尝试
- ◆ 2020年中国家居家装行业在主要电商平台的GMV比2019年增长12.3%，家装相关手机APP的使用总时长同比增长56.5%，侧面证明家居家装消费者的消费习惯已经开始发生改变，消费者不再拘泥于传统的线下流程；同时也表明家居家装企业的数字化渠道建设已取得了初步的成效

亿欧智库：2020中国典型行业主要电商平台GMV同比增长率



来源：Quest Mobile

数字化营销

- 家居品牌可通过数字化营销线上对产品进行多渠道推广，触达客户激发购买欲望后再引流到线下体验购买，基于此，客户数据得以回流用以构建数字化体系，赋能门店终端，从而实现**精准营销及品效合一**
- **箭牌**：通过电商平台品牌日、线上多渠道宣发、明星+总裁直播、线下快闪店配合联动等方式，全国实现4.5亿元销售额

数字化渠道

- 建立数字化渠道，充分拥抱电商平台生态，线上渠道产生的交易，均可由所在城市的线下门店负责配送、安装、售后等服务，从而达到**快速响应客户需求，精准触达区域用户**
- **红星美凯龙**：红星美凯龙与天猫合作建设“同城站”，建立了22个天猫同城站，250家天猫数字化新零售商场，帮助品牌每天精准触达超20万人以上的潜在客户

- ◆ 家居行业数字化转型是指以用户价值为中心，利用云计算、大数据、人工智能、物联网等新一代信息技术，促进建材家具和装修行业引流获客、设计生产、销售渠道、管理运营等全链条的智能改造，实现企业业务的降本增效、创新升级，加速产业业态的变革与重构
- ◆ 疫情对纯线下模式的影响切实的推动了家居企业对数字化转型的尝试，各大家居家装企业纷纷开始了对数字化技术的探索

数字化生产

- 增加生产效率，实现产品制造标准化、规模化：生产线上用**机器人取代工人**，节约管理成本，进一步降低材料损耗，提高产品合格率，实现对工厂的动态管理
- **松霖科技**：松霖科技总投资高达20亿建设漳州松霖智能家居园工程三期，将建成**全自动车间**，打造**家居界首家5G+“关灯工厂”**

数字化设计

- 提升家装设计效率，增加客户转化率：利用BIM、云设计等技术，实现设计数字化，**降低设计师与消费者的沟通成本，增加签单成功率**
- **酷家乐**：通过云端渲染技术大幅减少渲染时间，渲染画质更高；引入H5技术，性能要求更低；**帮助装修企业降本增效，快速大量转化客户**

数字化是家居行业的基础建设，行业数字化基础薄弱。2020年是家居家装行业数字化元年，大家普遍认识到数字化的重要性。网家科技《掌赋》平台从营销获客、客户转化、施工交付、供应链协同和业主服务5个场景提供行业数字化解决方案，帮助企业解决提效、降本、增收的问题，同时打通家居产品消费和服务链条，提升业主服务满意度。

专家观点



邵中国



网家科技

总经理

2021年，家居行业的数字化布局与创业将加速出现





行业年度榜单奖项

- ◆ 2020中国家居行业 “最具成长力TOP30” 榜单
- ◆ 2020中国家居行业 “最佳合作伙伴” 奖项
- ◆ 2020中国家居行业 “最具品牌价值” 奖项

2020中国家居行业“最具成长力TOP30”榜单

- ◆ 整体规模：从营业收入及增长率、净利润、市值、融资金额等客观数据指标对企业的整体规模及成长性进行评估
- ◆ 渠道建设：从线下区域布局、门店数量、线上渠道建设、渠道融合程度等角度提炼指标对企业渠道建设情况进行评估
- ◆ 数字化程度：从营销、设计、制造、施工、供应链、物流、售后等环节的数字化系统建设与数据的打通程度等角度提炼指标对企业的数字化程度进行评估
- ◆ 行业创新：从战略定位、业务布局、商业模式、资本运作、技术创新、管理制度等角度提炼指标对企业的创新能力进行评估

公司名称	细分领域	成立年份
大自然家居	建材	2007
海鸥住工	建材	1998
海象新材	建材	2013
江山欧派	建材	2006
蒙娜丽莎	建材	1998
松霖科技	建材	2004
兔宝宝	建材	2001
喜尔康	建材	2009
沪佳装饰	家装	2014
顾家家居	家具	2006

公司名称	细分领域	成立年份
金牌厨柜	家具	1999
美克家居	家具	1995
梦百合	家具	2003
敏华控股	家具	2004
我乐家居	家具	2006
永艺股份	家具	2001
志邦家居	家具	2005
多喜爱	家纺	2006
北鼎股份	家电	2003
德尔玛	家电	2011

公司名称	细分领域	成立年份
火星机器人	家电	2010
九阳股份	家电	2002
科沃斯	家电	1998
小熊电器	家电	2006
云鲸智能	家电	2016
变形积木	服务商	2020
全屋优品	服务商	2016
网家科技	服务商	2014
中寓住宅	服务商	2018
中装速配	服务商	2019

2020中国家居行业“最佳合作伙伴”与“最具品牌价值”奖项

◆ 2020中国家居行业“最佳合作伙伴”奖项：

- ◆ 行业影响力：从业内合作关系、行业口碑、业务规模、盈利能力等角度提炼指标对家居企业为合作伙伴创造价值进行评估
- ◆ 业务拓展与创新：从战略布局、业务拓展、技术创新、模式创新等角度提炼指标对企业的业务拓展与创新能力进行评估

◆ 2020中国家居行业“最具品牌价值”奖项：

- ◆ 品牌影响力：从用户认知度、品牌美誉度、业内评价、媒体热度等指标对家居品牌的知名度与影响力进行评估
- ◆ 行业领导力：从业务规模、盈利能力、产品服务体系等角度提炼指标对家居品牌的行业领导力进行评估

“ 2020中国家居行业
最佳合作伙伴 ”



“ 2020中国家居行业
最具品牌价值 ”



◆ 团队介绍:

亿欧智库 (EqualOcean Intelligence) 是亿欧EqualOcean旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

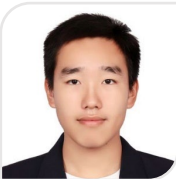
亿欧智库长期深耕科技、消费、大健康、汽车、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧EqualOcean内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者:



吴曦雨
亿欧智库高级分析师
Email: wuxiyu@iyiou.com



张誉舰
亿欧智库实习分析师
Email: zhangyujian@iyiou.com

◆ 报告审核:



石晓霞
亿欧智库研究总监
Email: shixiaoxia@iyiou.com



宗书慧
家页传媒联合创始人
Email: shuhui@hometide.cn

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于亿欧：

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com），研究和咨询服务亿欧智库（EqualOcean Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EqualOcean Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EqualOcean Healthcare）和亿欧汽车（EqualOcean Auto）等。

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧EqualOcean为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧EqualOcean旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧EqualOcean除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧EqualOcean有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧EqualOcean提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧EqualOcean除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 hezuo@iyiou.com



亿欧智库



家页传媒
HOME MEDIA

网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-57293241

地址: 北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层