

家居业开启全新赛道——珠三角家居产业发展调查

近年来,一些家居卖场开始收缩线下门店。人们不禁会问,家居大卖场方式要下线了吗?家居行业后继乏力了?答案是否定的。走进家居行业企业,记者发现这个万亿元级消费产业,绝不是夕阳产业,而是值得持续耕耘的长青产业。可以确定的是,大家居产业正在酝酿一轮深层次变革。

新冠肺炎疫情持续搅动,房地产进入调整期,消费习惯深刻变化……受外部因素影响,近几年,家居产业受到一定冲击。然而,外部环境的冷,并未影响从业者心头的热。在产业聚集的珠三角,中国家具展(广州)、国际名家具(东莞)展等行业大展今年接连举办,潮品云集、人头攒动;家居产业链上下游都在积极行动,头部企业营造沉浸式体验场景,展示“一站搞定一个新家”实力;家具工厂带来功能各异的产品;设计师、经销商乃至装备制造、维修平台企业等彼此对话,以期在跨界整合的新生态中找对合作伙伴……分散的行业前所未有地集中抱团,恰如国际名家具(东莞)展今年的主题——共生。

这是产业升级的前奏。记者连日来调查珠三角家居产业发现,迎着“全产业链融合发展、线上线下多渠道销售、数字化智能化制造”三大呼啸而来的新趋势,多数企业已调整好姿态奋力融入其中。

开启生活方式时代

想知道家居行业正吹什么新风,不妨看珠三角风头正劲的一线品牌在做什么。

坐标东莞家具重镇厚街镇。以“健康睡眠”为标签的慕思集团,已不仅仅是床垫企业。慕思旗下品牌V6家居近期发布新战略,宣布进入“定制2.0时代”。“这是我们开启的一个全新赛道。”慕思股份副董事长、总裁姚吉庆解释,“全屋定制1.0时代主要解决衣柜橱柜定制,而慕思‘定制2.0时代’将实现柜类和软体一体化定制,不仅风格一体化,还要解决功能和服务一体化。比如沙发,可以根据每个人的身体结构、坐卧习惯进行个性化定制。”慕思正着手建立生态平台,将整

合老板、卡萨帝等家电品牌,以新合作模式打通“家居+家电”全场景营销。坐标佛山家具重镇九江镇。多年蝉联天猫“双11”住宅家具类目销售冠军的林氏木业,最近更名为“林氏家居”,加快布局“成品+定制+家居用品”综合业态。“从家具电商到即将上市,林氏正在成为头部企业。”中国家具协会设计专业委员会副主任彭亮惊叹其转型步伐之快:“林氏宣布进军睡眠产业,利用福建武夷山的毛竹,从新角度切入睡眠场景;它不再只是电商,疫情之下它逆流而上不断开店,仅华南地区线下门店已有500家,月均开发上新100多个新品,单品类已近2万个。”

坐标家居消费大市广州。定制家具领域的先行者尚品宅配,正频频扩大“朋友圈”。数月来,尚品宅配联合京东打造的线下家居体验店接连在西安、合肥、北京落地,解决消费者从设计、定制、配套家电家具到装修、售后等一站式需求。尚品宅配还与智能家居行业龙头立林科技达成合作,融合双方优势,抢抓“全屋定制+全屋智能”一站式解决方案新风口。

“一体化”“一站式”“生活方式呈现”……一线品牌转型热词的背后,是中国家居产业经历30年高速增长后的深刻巨变。家居产业涵盖家具、家电、照明电器等行业。中国家具协会销售商委员会主席王大为表示,仅从家具行业看,30年来,中国家具行业营业收入从亿元级提高到2021年的万亿元级,占世界家具行业总产值的37%,位居世界第一位。行业接下来将转入一个较长的调整期已是共识。

共建产业新生态

想“一站式提供一个家”,即使是头部企业,仅凭自身力量也难以做到。如何才能抓住这一轮消费升级的宝贵机遇?记者调查发现,许多企业已意识到抱团融合、共建产业新生态才是可行路径。

“未来一定是实现一体化设计、定制和一站式配置。行业会越来越融合,做软装的和做定制的,做家具的和做家电的,形成整体配套。”姚吉庆说。拥有2000多家专卖店的库斯家居

营造了有趣的全品类生活体验馆,这是其下一步对专卖店的改造方向。“年轻人成为未来家居消费主体,全案空间升级、个性化迭代正成为主流,产业生态也应随之升级,大家居、大建材产业要相互融合。”库斯家居副董事长蒋春明说。

专家认为,在大家居融合发展大潮中,两股力量将引领全产业链聚合之势。一为头部企业,二为专精特新企业。顺势而为成了两类企业共同的经验之谈,他们呼吁行业企业赶紧找准自身在未来产业链上的位置,成为新生态中有辨识度的品牌。

头部企业着力打造品牌力,并努力向生态平台转型。“头部企业要从行业品牌向消费者品牌发展。”姚吉庆认为,慕思作为睡眠健康领域的高端品牌,未来将整合全球资源,朝着生态平台发展,利用多年积累的庞大客户资源,满足消费者改善性定制家居需求。

平台赋能线上线下

家居企业开商学院?这似乎已是大批品牌的标配。“米斐商学院今天免费开放直播、短视频培训课程,经销商朋友可以来学习怎样在几分钟内拍出效果最好的视频,为门店流量赋能。”一场展会论坛上,米斐家居营销负责人畅谈品牌线上全域渠道引流能力,台下坐满听众。“得渠道者得天下”,实体店生意难做,倒逼品牌方各显神通,为经销商提供争流量、抢入口的系统培训及服务。经销商和家具工厂也在如饥似渴地向品牌方学习取经。

家居销售线上线下的打通势在必行。“行业现行的经营模式大多是贴地飞行,靠商场、靠位置、靠站数。我们经销商在经营思想上一定要创新,要线上线下一体化结合。”王大为日前在中国家具销售商大会上呼吁。

年轻人在“网购一个家”,家居行业却无法像快销品行业那样简单地把渠道搬到线上,必须走线上线下渠道融合之路。

佛山市电子商务协会执行会长方鹏拿出一组数据。“我国家具业线上渠道的渗透率已从2016年的6.9%上涨至2020年的13.5%。在消费者购买渠道

偏好上,先上网看再进店买、先进店看再上网买这两种‘线上+线下’方式占比高达48%、单去实体店买占35%、单上网买占17%。”他认为,对于家具这类大件商品来说,传统门店虽不擅长流量运营,但在体验、活动和服务上的优势是难以取代的,线上线下必须互相赋能。

在方鹏看来,被称为兴趣电商的直播、短视频带货,相比传统电商更能打通线上线下。“过去买家具去电商平台搜索是‘人找货’;而兴趣电商种草是‘货找人’,根据每个人的爱好推送,形成消费。今天,抖音等兴趣电商平台已经把二者打通,使流量转化更精准高效,所以现在入局兴趣电商有了更完善的生态。”方鹏表示。

“抖音家居赛道上已经有几万个商家,东莞、佛山等地越来越多产业带商家投身这一赛道。”抖音电商消费电子家居生活行业运营经理罗炳坤说。

数据显示,我国10.3亿网民中,有9.3亿观看短视频,4.6亿观看电商直播,兴趣电商已成为家居从业者无法忽略的赛道。然而一些家具工厂表示,他们并非不想入局,问题在于家具不像衣服,很难形成冲动消费;此外不管是内容生产还是物流服务,兴趣电商都有较高的门槛。

向数智化转型升级

不管是消费需求转向“布置一个家”,还是销售渠道分化与融合,都指向大家居产业亟待提升的一项能力——数智化能力。

“智能智造一体化是家具企业的必由之路。”南京林业大学教授李军认为,全屋定制概念的兴起,意味着终端消费者所认可的信息,必须直达每个生产车间及仓储物控岗位;同时经销商对家具企业的要求也不断提高,从品质、交期到服务、利益分成乃至风险防范,满足这些要求也需要智能一体化。业内普遍认为,一场脱胎换骨的数智化革命势在必行,只有用数字化智能化技术贯通产业前中后端,形成闭环,家居企业才有望从制造业务向产业价值链两端跃升。

事实上,当下跻身头部的珠三角

家居企业,背后无不依托强大的数字化制造和管理能力。在慕思的工业4.0工厂,每天约有5000个床垫被生产出来,型号、软硬各不相同,定制化与规模化高度融合,原需四五百人的工作量如今不到20人便可完成;尚品宅配更凭借强大的软件能力支撑着整个业务模式。“从获客到量尺、方案设计,再到成交、整装设计、施工调度、硬装交付,最后到家具下单、拆单、生产及送货安装,每一个步骤都实现了数字化。我们花了16年打造这一整套流程体系,慕思的数字化转型探索也走过了艰难的无人区。”姚吉庆说,慕思在2015年打造工业4.0制造基地时,曾找遍世界一流智能制造解决方案提供商,希望解决标准化流程化问题,但别人都表示在该领域没有成熟案例,最终慕思只能勇当开拓者去尝试。

企业贯通后端之难,折射的是大家居产业链上下游亟待整体实现数智化升级的现实。“要解决上游产业的核心装备创新问题。”彭亮说,“家具企业买进口封边机或流水线,更换零件、软件升级都掌握在别人手里,终生替洋装备打工。要让高端设备有‘中国心’。”

令人鼓舞的是,大家居产业链上中下游已开始携手行动。7月底,中国家具协会智能制造装备专业委员会在东莞成立,全国各地的家具协会、家具制造装备企业、软件企业等共聚一堂,探讨如何建立跨行业互动、推进产业数智化的良性机制。珠三角家居产业集群也在头部企业引领下驶入数智新蓝海。在佛山,由维尚家具等企业牵头,联合云智数、圆方数科、京东云等服务商及众多家居企业,6月份启动了定制家居集群的产业链协同数智化转型项目,将打造资源池,引导集群上下游企业共同转型升级,赢在数智大时代。

(经济日报)

中国家居行业高质量发展大会举行

近日,中国家居行业高质量发展大会在浙江江山举行。该活动由江山市政府、全国工商联家具装饰业商会联合主办。旨在推动中国家居行业门窗定制产业转型升级,持续打响区域品牌影响力,进一步引领行业高质量发展。同期举行中国(江山)门业·全屋定制博览会暨长三角全屋定制活动周。江山市委副书记、市长徐明峰出席并致辞。全国工商联家具装饰业商会秘书长张仁江主持会议。

徐明峰介绍,国内生产的每5扇木门中,就有1扇来自江山。江山是“中国木门之都”“中国定制家居木质制品名城”“国家级出口木门质量安全示范区”和“中国木门行业智能制造试点示范市”。

记者了解到,近些年,紧跟市场新趋势,以传统木门为产业基础,江山市建材“企业纷纷实现转型升级,向全屋定制领域延伸,产业集群不断显现。目前,江山市共有各类‘门业(全屋定制)及配套企业1000多家,其中规上企业125家,亿元以上企业17家,国家级高新技术企业18家,门业(全屋定制)规上营业收入突破100亿元,已成为江山基础最扎实、产业链最完整、最具发展潜力的产业。”

以打造中国全屋定制的首选地为目标,该会议搭建协同发展平台,聚集来自政界、业界、设计界的600余位代表人士,精准把握行业发展脉搏,整合上下游资源产业,深度协同设计研发与智能终端产品、现代物流、标准化定制等领域的需求融合,助力实现产业链、创新链、人才链、资本链、服务链“五链融合”,探索跨行业创新发展新路径。为促进家居业高质量发展谱写新篇章。

全国工商联家具装饰业商会监事会主席、门窗专委会会长、梦天家居董事长余静渊表示,伴随着整个家居业资源向头部企业聚集,整装及高定已成为未来发展新趋势,以设计为驱动的供应链整合不可逆转。此次活动的举行,将极大提升江山全屋定制区域品牌的形象,强化产销对接。

会议期间,江山市获“定制家居高质量发展示范基地”授牌。“《全屋定制家居安装与验收规范(团体)标准》项目启动。首届江山市全屋定制设计人才奖公布。活动得到居然之家、月星家居、梦天家居、杭州迎客松注册的大力支持。(中华工商时报社)

公告栏

沈佳佳:本院受理原告沈诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)苏0812民初2287号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于江苏省南京市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院 孙家华:本院受理原告孙家华诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)苏0812民初2757号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院 张立华:本院受理原告朱成贵、周晓萍诉被告方光树、第三人张立华案外人执行异议之诉一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2022)苏0812民初9151号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院 金志标:本院受理原告翟加林诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)苏0812民初2919号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院 张立华:本院受理原告朱成贵、周晓萍诉被告秦泰峰、第三人张立华案外人执行异议之诉一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2022)苏0812民初9150号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院 蒋文德:本院受理原告蒋文德诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)苏0812民初1029号民事判决书。自公告之日起经过30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河北省沧州市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

河北省沧州市中级人民法院 张凤会:本院受理原告张保强诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)冀0302民初1029号民事判决书。自公告之日起经过30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河北省沧州市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

河北省沧州市中级人民法院 王志军:本院受理原告代伟诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)冀0302民初884号民事判决书。自公告发出之日起经过30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于辽宁省营口市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

辽宁省大连市中级人民法院 周善勇:本院受理原告王凤诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)辽0882民初884号民事判决书。自公告发出之日起经过30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于辽宁省营口市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

辽宁省大连市中级人民法院 杨先民:本院受理原告大桥市南楼宏利利粉厂、与你买卖合同纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)辽0882民初833号民事判决书。自公告发出之日起经过30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于辽宁省营口市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

辽宁省大连市中级人民法院 周善勇:本院受理原告王凤诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)辽0882民初884号民事判决书。自公告发出之日起经过30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于辽宁省营口市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

辽宁省大连市中级人民法院 陈玉龙:原告伍平勇与你买卖合同纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)辽0302民初1021号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于辽宁省营口市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

四川省通江县人民法院 王洪月:本院受理原告王洪月诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)川0823民初126号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于南充市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

陕西省西安市新城区人民法院 米大勇:本院受理原告米大勇诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)川0302民初1268号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于南充市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

陕西省西安市新城区人民法院 米大勇:本院受理原告米大勇诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)川0302民初1268号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于南充市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

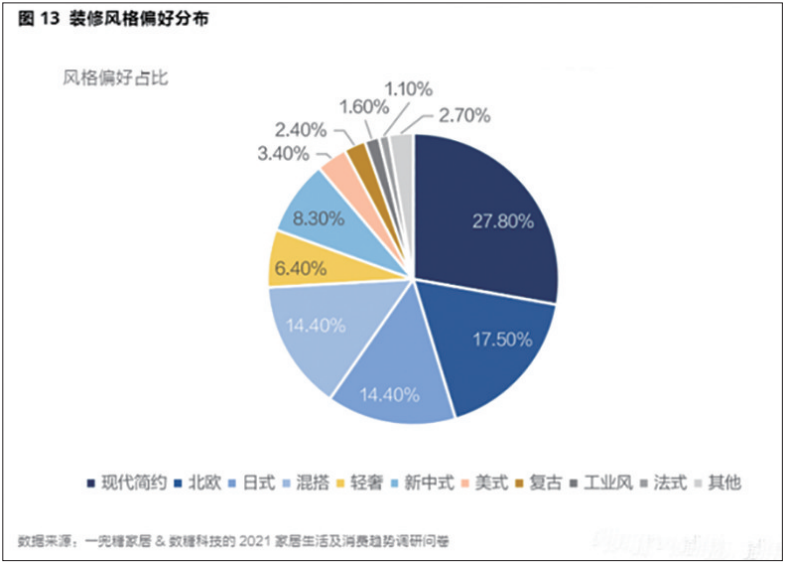
陕西省西安市新城区人民法院 米大勇:本院受理原告米大勇诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)川0302民初1268号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于南充市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

陕西省西安市新城区人民法院 米大勇:本院受理原告米大勇诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)川0302民初1268号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于南充市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

陕西省西安市新城区人民法院 米大勇:本院受理原告米大勇诉你民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2023)川0302民初1268号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于南充市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

特此公告。

摆脱地产周期 家居或成为经济新动能



位,真正做到省心省力省钱。4、极大地打破了家装行业集中度低,缺乏规模经济的顽疾。5、整装商业模式的本质就是高效吞噬低效,整装是行业发展的必然选择。

家居行业自此品牌马太效应应越来越强,整装定制行业涌现出欧派家居、顾家家居、索菲亚等龙头企业。随着新开工住宅面积越来越来少,该行业正面临巨大的需求端变化。

存量住宅的改造需求将给我国的家装产业注入新的活力。随着房龄的增加,房屋的质量也在不断下降,原因有两个:一是房屋的装修落后,家具家电老化。二是早期建造的房屋功能已经很难满足当今人们的需要。

从消费者装修动机来看,它们分别是:审美变化(17%)、旧房翻新(14%)、家庭成员变动需改动房屋(10%)、疫情后想要改善居住环境(7%)以及出现收纳难题(3%)等存量房的改善型装修需求逐步释放出来,合计占到了51%,这是行业新的增长机会。

今年是疫后复苏的第一年,通过全国建材家居景气指数可以发现,家居行业并未如市场所预料的那样进入衰退周期,与之相反反而在景气区间,这可以充分说明了家居行业的整体需求韧性很强。

行业格局:

龙头公司只有相对优势

家居行业自2015年开始便进入了分化的趋势,行业始终属于三强争霸——欧派家居、顾家家居、索菲亚的,然而2021年索菲亚由于计提坏账的原因落后了,至此行业进入了两超多强的行业格局。

欧派家居与顾家家居的护城河并不是不可逾越的,总结起来就是成本以及渠道优势。

成本优势就是公司在产能方面领先行业,并且通过优化流程等方式做到持续的降本。比如欧派的定制家具产品生产总规模居于行业第一。公司产品能设计立足于全国化布局及大家居战略,以生产制造为依托,构筑四大生产基地,形成辐射华东、华南、华西、华北的全全国性生产能力。

而顾家则是自产和代工“两条腿走路”的降本模式,内制与欧派的模式一样,而外制通过技术降本项目和量差改善项目实现降本。

渠道优势如今不仅仅在于线下门店的数量,互联网平台流量的投放也成为衡量家居公司经营能力的关键。

其中顾家家居是线下门店的佼佼者,在全球拥有6000多家品牌专卖店,

属于国内软体家居行业中门店数最多、覆盖面最广的龙头。

欧派家居近年大力推进电商业务升级改革,聚力构建MCN矩阵,打造微商城与小程序,开辟线上全场景零售体验模式,积极开辟线上直播模式,建立直播基地,打造了独具风格的“欧派大IP”,通过“明星引流”“深度体验营销”“线上线下”的直播模式斩获公、私域流量订单。

尽管在利润规模上来看,行业马太效应凸显,然而通过复盘可以发现,行业内其他企业仍有可能复刻龙头企业的优势,让行业格局重新洗牌。

行业变化:

差异化、拥抱数字化成为家居企业突围的关键

当前整装模式的推进使得家装行

业的审美上升到了新高度,然而千篇一律的模板套用甚至货不对板,并不会让追求自己风格的年轻一代所认可。

相关家居企业必须真正从消费者的角度换位思考,打造更具有差异化及性价比的产品。今年“618”家居企业的表现充分体现了高性价比产品的优势。根据京东研究院数据,京东“618”开门红4小时家电家居成交额同比增长50%。其中顾家家居推出“17999买客厅送餐厅”“整体睡眠套餐”等,志邦家居推出“买3万送2万”活动,进一步以套系化销售提升客单值水平。

当前,家装市场的消费群体主要集中在26-45岁之间,主流客户已经转向了90、95后。与70后更喜欢听亲朋好友的推荐以及从线下建材市场等渠道获取信息不同,年轻一代的客户因为工作时间较长等原因,在冗长的家装流程中花费的时间和精力相对较少。

人们对家装行业垂类渠道的关注程度相对较低,更倾向于通过微博、问答和视频等多元化的泛线上媒体渠道获取信息。如微信公众号给予消费者充分的自主性和自由,可以承担起超越传统表单链路为消费者情感互动的角色。

除此之外,很多消费者都会关注品牌或者这个领域的大V账号,阅读资讯或者分享经验,避免在装修过程中遇到的各种陷阱和教训。这就给家装企业提供了一种目标更加明确,成本更加可控,转化效率更高的市场营销方式,从而提高了市场营销的投入产出效率。

在“存量房”时代,二手房中介机

构也将成为潜在流量的重要入口。通过合适的形式对二手房中介流量进行整合,预期可以快速建立双方的信任,从而有效降低流量成本,进一步为消费者带来实惠。

尽管这两年来宏观事件不断,我国家居企业仍探索出了新的发展态势。

欧派家居依靠整体家居模式和整体装修渠道,成功地实现了大家居的战略,实现了客单值的持续增长,带动了一家店铺的增长。

索菲亚旗下的司米、华鹤两家公司进行了门店调整,并看好大家居模式的战略调整,将带动客单价及利润率持续提高。

志邦家居近几年主要依靠衣柜零售业和大批量销售带动,长期来看,公司将通过多渠道的拓展和全品类的发力,实现快速的成长。

美克家居展现强大的品牌焕新力量,通过店面建筑和室内空间的升级改造、产品迭代更新以及陈列装饰艺术化等举措,再次定义高端全案整装设计;A.R.T.品牌家族持续打造多元化品牌矩阵营销模式,给予加盟商差异化的策略与激励政策,推动数字化营销与直播渠道并进,使品牌与加盟商之间双向赋能。

家居企业和家装公司是相辅相成,共存共荣的。但是定制行业的龙头相对于家装行业的龙头来说,可能更容易整合供应链,更容易形成品牌效益。因为定制化的前端是强服务,后端是精益求精的生产制造,所以相对来说,定制化的行业整合要容易得多。相信在不久的将来,中国将会诞生家装行业的绝对龙头品牌。

(澎湃新闻)