

# 以“数智”变革·领大“家”风范

——家具行业数字化转型之“变”——

鼎捷软件出品



## 导读

历经“大拆大建”到“精细化运营”重大变革的房地产市场已然迈入“存量时代”，与房地产息息相关的家具行业亦由此成为变革漩涡中心：

第一、应对“精装房”的大趋势，家具行业的营收订单构成发生了很大的改变，**工程订单比重日益增加**，由此，不管在营销端还是生产端，家具行业经营方式的变革转型变得尤为重要。

第二、互联网的兴起使终端用户的消费模式发生较大转变，家具行业在享受互联网带来营销赋能的同时，**在售后服务及客诉处理等方面也面临严峻挑战**。

第三、原材料&人工等成本居高不下，碳中和大战略背景下，环保政策趋严，当下，家具行业正处于洗牌期，**如何实现“开源、降本、增效”等，成为家具行业企业冲出重围的关键要素**。

目前，龙头企业已率先凭借自身品牌、生产、运营、财务优势快速布局，家具行业竞争加剧，中小企业加速出清。现阶段家具行业的比拼，早已从最初的“粗放扩张型竞争”向“集约优质型决战”全面过渡，家具行业的数字化转型迫在眉睫。



# 目录 contents

## 1 家具行业发展概述

受房地产等因素影响，行业正身处变革漩涡

## 2 家具行业区域分布

产业集群优势明显，区域大型企业涌现

## 3 行业痛点及破局思路

数字时代，开启家具行业转型之路

## 4 数字化转型行业典范

行业前探，行业典范布局数字化





PartOne

# 家具行业发展概述

- 发展背景
- 行业发展现状
- 行业发展趋势
- A股上市公司营收排行榜

# 发展背景

需求增长，要求提高，家具业处于变革前期，数字化势不可挡



## 政治环境 - 促需求

- RCEP政策落地使得家具外贸出口门槛和成本降低。
- “房住不炒”、存量房时代来临，旧房装修加速家具淘汰换新，家具市场需求悉数释放。
- 政策鼓励支持家具业数字化转型。



## 经济环境 - 提效率

- 上游：原材料占比高且价格上涨，家具制造成本增大。
- 下游：居民消费能力不断提升，对住房提出更高要求，家具需求量增多，增加了对中高端家具的消费，同时对品质要求提高，且更具品牌意识，家具企业提质增效至关重要。



## 社会环境 - 升品质

- 碳中和大战略背景下，环保政策趋严，驱动企业积极转型。
- 城乡居民收入上升，消费者生活质量提高，对生活品质提出更高要求，个性化消费特征凸显。
- 新兴用户的触达方式更趋多元化，驱动企业数字化转型，实现全渠道营销。



## 技术环境 - 明应用

- 新一代信息技术使定制家具、大规模柔性化生产成为可能。完善家具产业链，提升生产、管理效率成为企业运营重中之重。
- 新基建为数字化应用提供必要的基础体系支撑，家具业数字化进程进一步加快。

# 发展背景：房地产影响

## 存量房时代，新房市场回归理性，存量房翻新需求增加，家具市场平稳增长



根据万联证券研究可知，作为房地产的下游行业，我国家具行业与房地产行业具有高度相关性。对比家具行业营业收入增速和商品房销售面积增速的数据可以发现，**两者呈现正相关性**。家具产品购买需求受住宅房地产市场销售量、商品房交付和二手房交易等因素影响。



### 新房

- 近年来，在房住不炒的政策大背景下，新房市场逐步回归理性。贝壳研究院数据显示，近五年来，新房销售面积同比增速从2016年的22%持续回落到2020年的2%左右，销售额增速从36%下降到11%左右，市场需求并没有明显提升，此前高速增长的家具体行业整体增长减速。



### 存量房

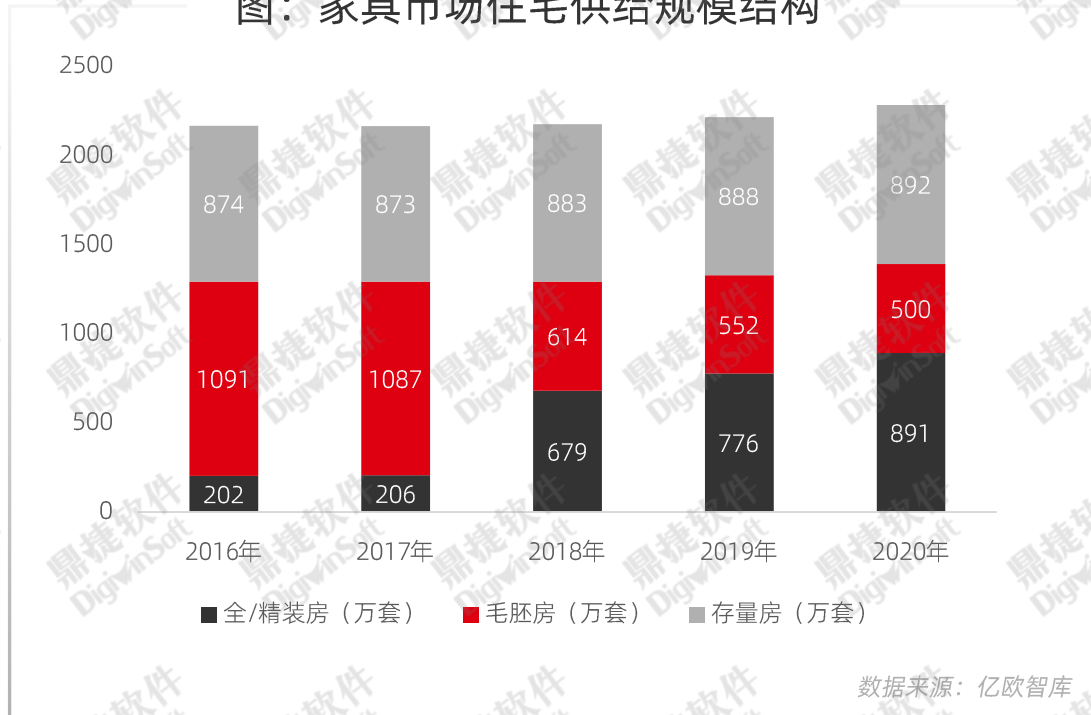
- 城镇化率提升，加速进入存量房时代**。根据国家统计局报道，2020年城镇率超过60%，一二线城市的新建房市场趋于饱和，房地产行业逐步转向存量市场。
- 随着中国城市住房存量规模积累，**新房、二手房的全流通逐步成型**。贝壳研究院表示，未来10年，二手房交易额将从当前的7万亿元左右增长到25万亿元。
- 行业认为房子装修周期为10-15年，**2007-2011**为近20年房地产市场快速发展的起点，期间销售的房子目前进入重新装修的高发期，带动家具市场相关需求增长。

**高速增长的家具体行业整体增长减速，存量房的翻新需求以及原有住房的家具体更新需求也将成为驱动中国家具市场增长的主要力量。**

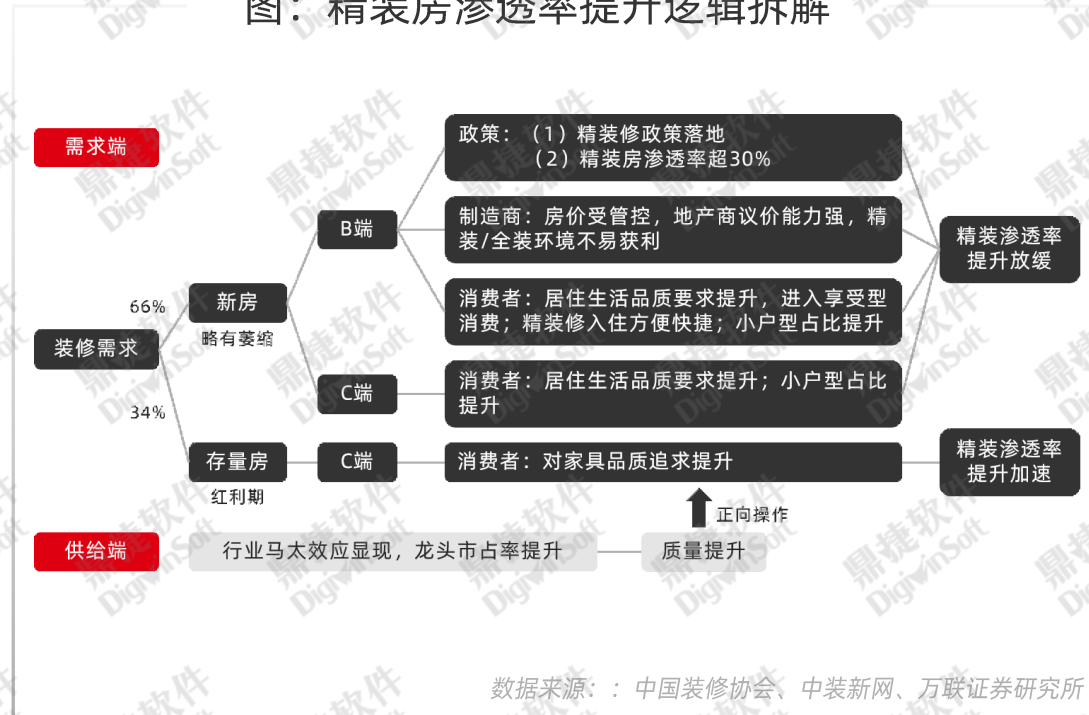
# 发展背景：精装房政策影响

## 新房中精装修房进一步压缩毛坯房比例，驱动家具行业获客渠道变革

图：家具市场住宅供给规模结构



图：精装房渗透率提升逻辑拆解



自2016年开始，我国精装房开盘项目数量呈爆发式增长。全装房、精装房政策落地驱动了新房交付格局，全装、精装比例大幅提升，且或将成为未来楼市的主流住宅趋势。与此同时，毛坯房数量进一步压缩，二手房、存量房成为行业新重心，企业传统获客渠道变革。种种因素都对家具企业生产、运营、管理、品牌塑造能力都提出了较高的要求，倒逼行业数字化转型。

# 总体现状

行业受疫情影响减弱，市场仍有增长空间，行业集中度进一步提升，企业变革迫在眉睫

## 营收和利润

国家统计局数据显示，家具营业收入逐步回升，近期迎来强势增长；利润水平与营业收入趋同且偏低。

## 产量和零售额

据国家统计局数据显示，随着数字化程度增高，家具行业产量波动上升，零售额也恢复增长趋势，市场总体平稳增长。

## 出口

出口迎来新契机。美国地产复苏&家具渠道补库存有望带动家具需求回暖。RECP落地激活外贸需求，关税降低，新的贸易渠道被打开。

## 渠道

行业竞争愈发激烈，家具企业纷纷布局渠道变革。目前仍是以经销商渠道为主，大宗业务占比上升趋势明显，全渠道营销势在必行。龙头企业凭借自身优势对中小企业进行全方面压制，行业集中度有望进一步集中。

## 全屋定制

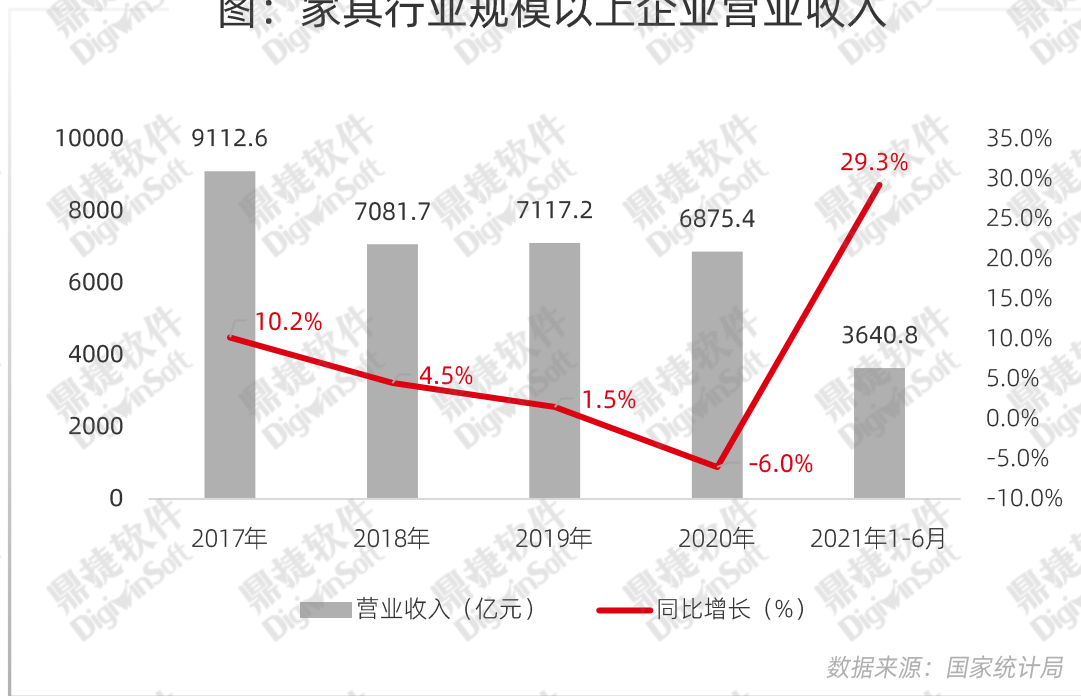
经过多年发展，定制家具概念为大众所接受，全屋定制渗透率提升，全屋定制集中度提升速度不快，但龙头领先优势持续扩大。



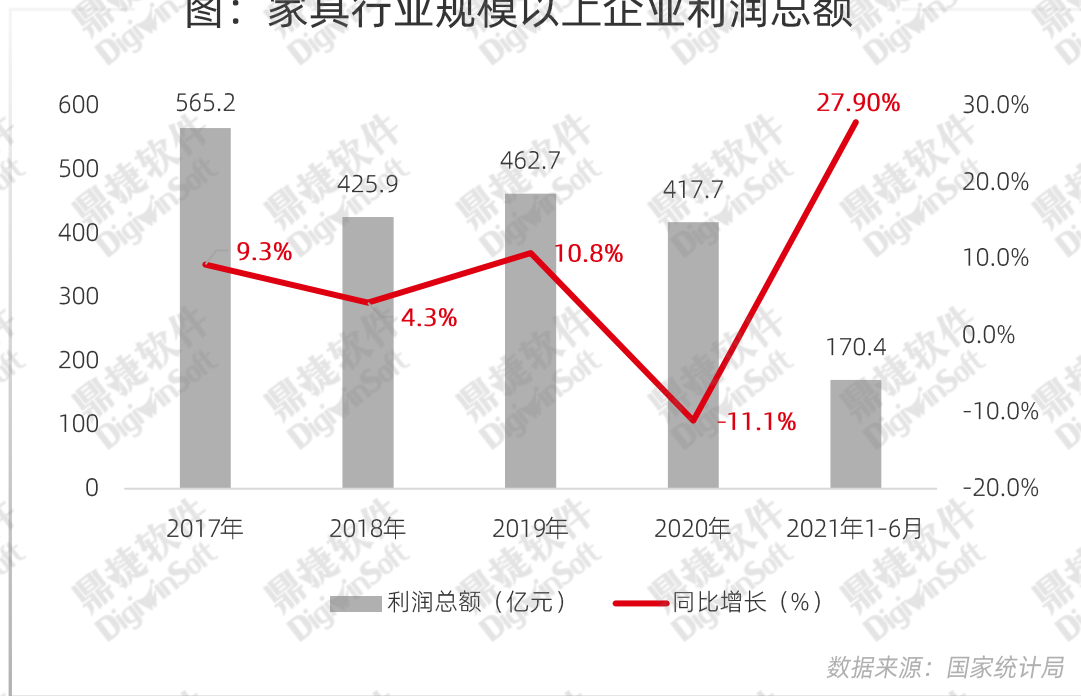
# 现状：营收和利润

## 家具业营业收入及利润强势增长，家具企业需把握机会

图：家具行业规模以上企业营业收入



图：家具行业规模以上企业利润总额



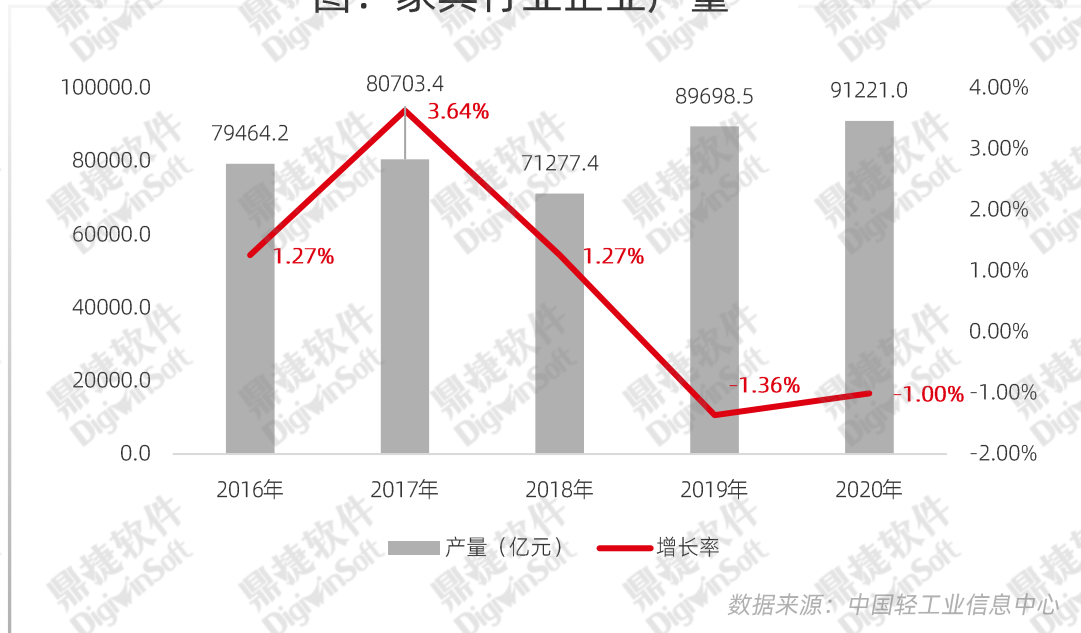
家具行业迎来新一轮发展机遇。近五年来，家具行业营业收入缓慢下降，2020年及2021年国内停工停产全力抗疫，原材料成本上升，家具行业营业收入有所下降。随着疫情缓解，2021年我国家具行业主营业务收入呈增长趋势，家具行业迎来一波强势增长。企业需把握机会，抢占市场。

利润水平与营业收入趋同且偏低，我国家具生产企业超5万家，其中90%属民营中小企业。家具行业对原材料依赖度较高，原材料成本上升、人力成本上升，供应链长导致的成本高行业竞争激烈，价格战屡见不鲜，多种原因致使家具行业利润水平偏低。企业须提高自身竞争力，降本提效增速，以获取更大利益。

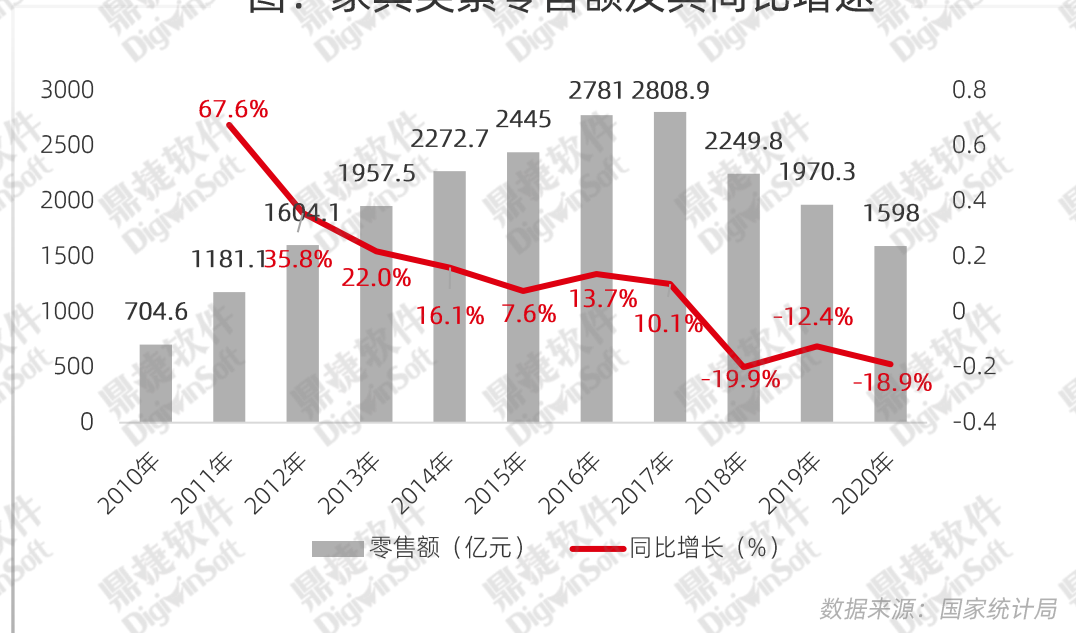
# 现状：产量和零售额

## 家具产能及需求逐步恢复，家具企业为下一轮增长做好准备

图：家具行业企业产量



图：家具类累零售额及其同比增速



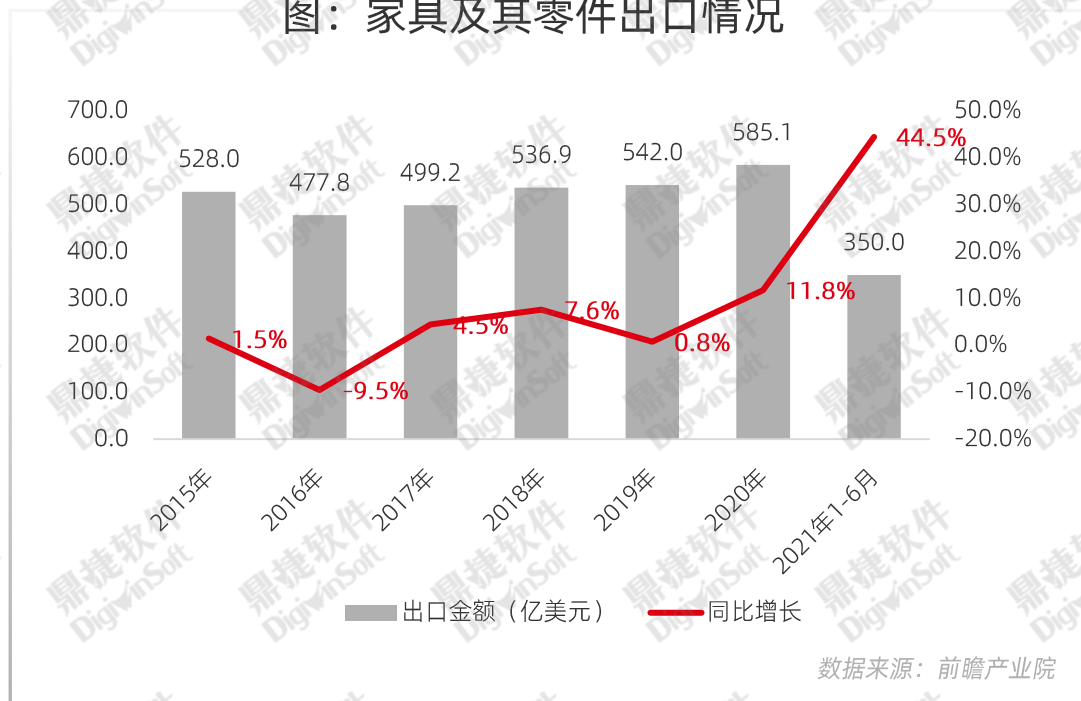
作为全球家具生产中心，中国家具产业产值早在2006年已跃居世界第一位。中国家具行业企业产量总体呈波动上升趋势。随着疫情缓解，企业复工复产，企业产量逐渐好转。随着生产技术的进步以及数字化转型发展，长远来看家具企业产量规模正在不断扩大。

家具零售受疫情影响减弱，需求逐步恢复。近十年来家具类营收额增速逐渐放缓，2018年房住不炒政策出台，家具业受到冲击。2019、2020年受国内外疫情影响，家具行业需求及零售额均有下降。随着疫情得到控制，从2020第二季度开始家具行业需求逐渐恢复且于后期持续向好，家具需求增长势头良好。

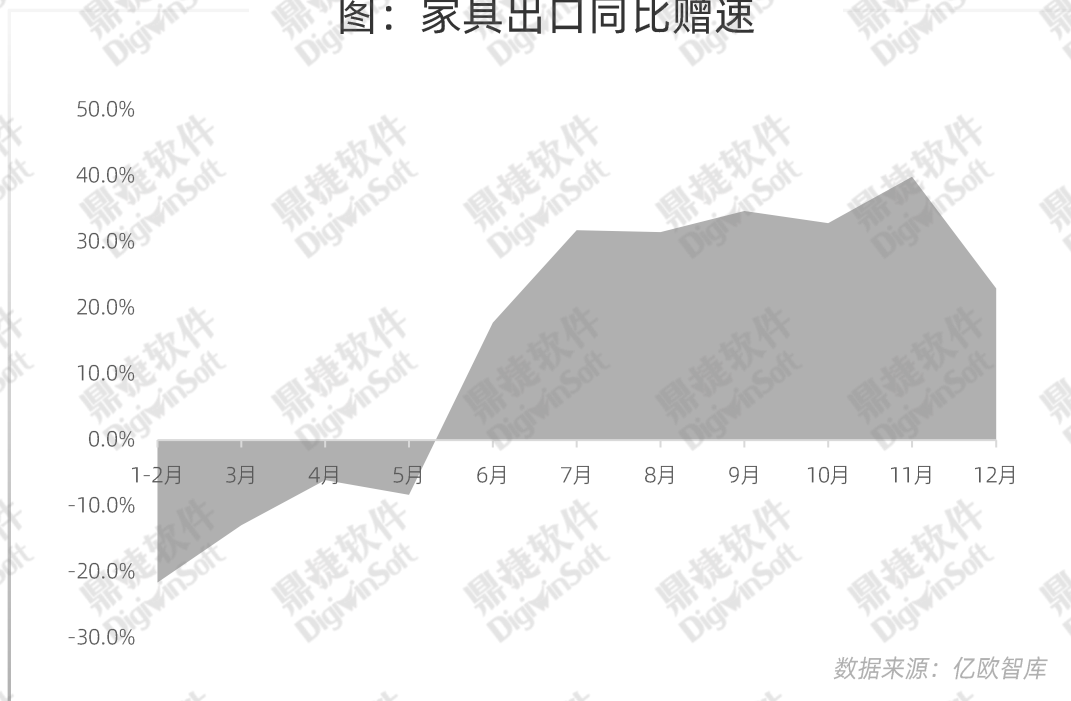
# 现状：出口

## 出口受疫情影响减弱，欧美市场需求释放，政策落地为家具出口带来发展新契机

图：家具及其零件出口情况



图：家具出口同比增速

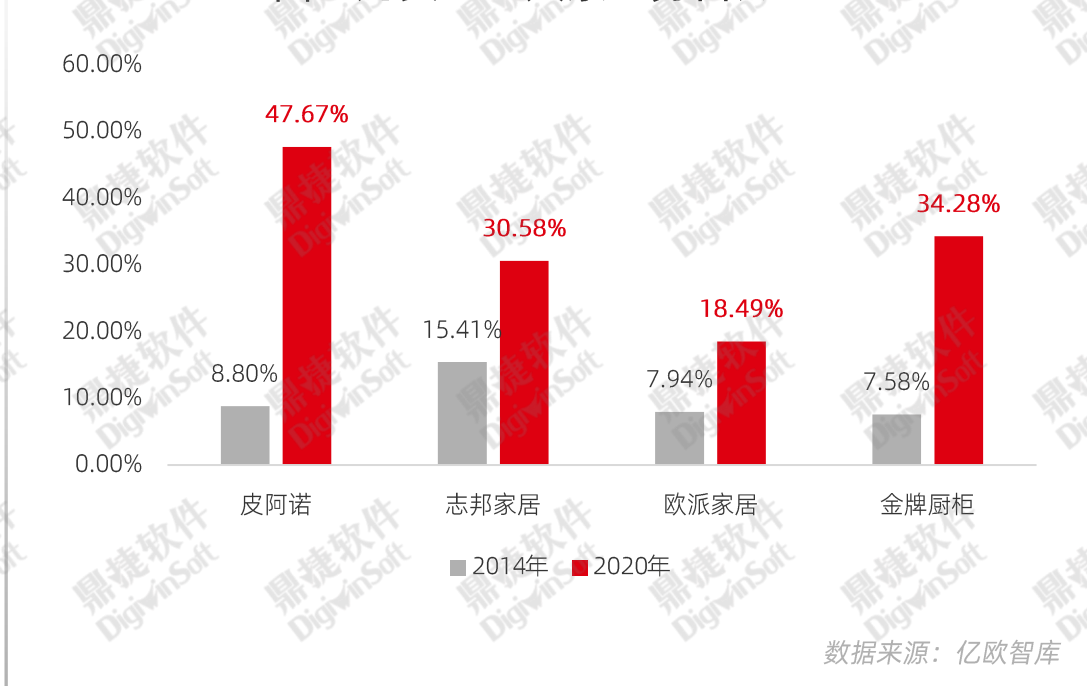


家具出口受疫情负面影响随时间推移逐渐减少。从出口金额可知家具出口份额一直都较为稳定，国内疫情得到有效控制，家具行业出口逐渐走出疫情阴影；国外订单部分增多，家具商品累计出口同比增速由负转正。家具出口市场持续扩大，家具出口增速良好。欧美市场需求释放，RECP落地实施为我国家具出口带来了新的发展契机，这对家具行业生产链、价值链提出了更高要求，企业的综合能力由此面对更大考验。家具企业需把握良机，及时对市场需求做出反应，加速数字化转型，提升应变能力，及时抢占市场。

# 现状：渠道变革（大宗业务）

精装房政策驱动家具行业大宗业务比例上升，龙头凭自身优势抢占市场份额，市场竞争加剧

图：龙头企业大宗业务占比



图：龙头企业大宗渠道合作伙伴

公司名称	合作伙伴
欧派家居	保利地产、绿城集团、恒大集团、远洋地产、绿地集团、碧桂园、中信地产、招商地产等达成战略合作。
索菲亚	恒大地产、保利地产、融创地产、招商地产、中南地产、中国金茂等建立长期战略合作关系。
志邦家居	中南地产、绿地集团、新城、阳光城等达成战略合作。

数据来源：万联证券研究所

在近年国内精装房政策大势所趋的背景下，家具企业均加大力度拓展大宗业务，大宗业务呈上升趋势。由于工程订单具有业务量大、生产相对标准化、账期较长、利润率相对不高等特点，地产商对配套供应商综合素质要求较高，龙头企业在制造能力、供应链管理、财务方面优势显著，加速布局大宗业务，市场份额向龙头企业集中。

同时，过分依赖大宗业务受到房地产影响重大，在目前存量房时代，家具企业也在积极拓展运营其他渠道。

# 现状：渠道变革（全渠道营销）

## 全渠道营销加速，家具企业加快布局刻不容缓

行业竞争愈发激烈，家具企业纷纷布局渠道变革--广铺门店，抢占终端零售市场，且借此打响品牌知名度。渠道变革加速，大企业有能力有战略布局，整体上门店的铺设已经基本结束，并到了考虑内生性增长的阶段。家具企业走上全渠道营销的道路，中小企业生存压力进一步提升，渠道和流量分化，数字化带来更多流量转化可能性。

### 代理、经销

家具企业销售渠道仍是以经销商渠道为主。

#### 经销渠道收入占比

欧派家居>70%

索菲亚>85%

志邦家居≥60%

金牌橱柜≥60%

### 自建终端

龙头企业门店数量与中小企业拉开大幅差距，中小企业压力大。

#### 门店数量

欧派家居7154家

索菲亚4409家

尚品宅配2326家

金牌橱柜2493家

### 家装公司

目前我国主要家具公司陆续开展整装业务，后续有望加速企业实力分化。

家装公司作为前置入口，对客流分流作用较大。目前我国主要家具公司陆续开展整装业务，后续有望加速企业实力分化。拥有品牌+产品+渠道+价格全方位优势的龙头企业在中低端市场将对中小企业形成降维打击。

### 线上渠道

线上全渠道运营为大势所趋，流量分化考验企业能力。

目前人们的消费习惯、消费场景发生了巨大的变化。抖音、电商直播、小红书等新媒体的崛起，新兴用户的触达方式趋于更加多元。龙头企业积极布局全渠道营销，全渠道营销是必然趋势。

# 创造客户数字价值

智能制造



全程价值服务



效益导向

## ★ 关于鼎捷

创新与专业的数字转型服务提供商

鼎捷软件1982年成立，2014年于深交所上市。历经39年深耕，鼎捷软件已发展成为立足中国大陆，辐射亚太，拥有36家集团分公司与子公司、33个国内分支机构、员工人数超3700余人的国际化运营集团企业。

秉持创新、尊重、专业的经营理念

鼎捷软件为制造、流通行业企业提供极具智能与创新的ERP、MES、PLM、设备云、智物流等专业服务。已帮助超过50,000家企业通过以效益为导向的价值服务，实现“智能+”转型与变革，提升企业数智管理能力及市场竞争力。

- 最新资讯
- 匠心严选
- 持续更新



长按识别二维码添加鼎捷小智  
获得更多政策资讯与服务

# 免责声明

1. 本报告数据来源于各大官网公开信息整理，如有疑问，请联系我方。
2. 本报告所提供的信息，仅供参考之用，相关分析判断在任何时候均不构成对任何人的投资建议。
3. 本报告中所有内容的版权及最终解释权均为我方所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表或进行其他商用行为。