

当地板遇上精装时代

——2019世界木地板大会

目录

CONTENTS

01

产业新变化

02

另眼看精装

03

精装新要求

04

选择新定位

产业新变化

中国经济发展面临着诸多不确定性和新挑战，每一个产业、每一个领域都在发生巨大的变化；过去形成的很多能力和认知，在未来都会出现一些完全不同的可能。

产业新变化

渠道大变迁

零售、工程、家装三大渠道，由零售一家独大，变为工程、家装异军突起，渠道日益分化。



另眼看精装

2019/2018年九家定制家具上市企业半年报业绩

序号	企业名称	2019H1 营收（亿元）	同比增长	2018H1 营收（亿元）	同比增长
1	欧派家居	55.10	13.72%	48.45	25.05%
2	索菲亚	31.42	5.17%	29.88	20.12%
3	尚品宅配	31.37	9.44%	28.67	33.64%
4	志邦家居	11.49	10.24%	10.42	25.69%
5	好莱客	9.38	3.86%	9.03	25.69%
6	金牌橱柜	7.85	22.14%	6.43	15.12%
7	皮阿诺	5.55	25.24%	4.43	40.84%
8	我乐家居	5.26	22.94%	4.28	26.42%
9	顶固集创	3.38	6.56%	3.17	6.33%

另眼看精装

2019/2018年九家定制家具上市企业半年报净利润

序号	企业名称	2019H1 净利润（亿元）	同比增长	2018H1 净利润（亿元）	同比增长
1	欧派家居	6.33	15.04%	5.50	32.83%
2	索菲亚	3.91	5.96%	3.69	25.38%
3	尚品宅配	1.63	32.38%	1.23	87.46%
4	志邦家居	1.49	-17.86%	1.81	47.53%
5	好莱客	1.10	16.13%	0.95	67.15%
6	金牌橱柜	0.70	13.87%	0.61	32.53%
7	皮阿诺	0.59	22.37%	0.49	39.90%
8	我乐家居	0.46	129.26%	0.20	60.55%
9	顶固集创	0.26	5.88%	0.24	352.04%

另眼看精装

企业名称	精装举措
欧派家居	搭建工程、整装、星居多元渠道格局，与国内 百强地产 签定战略合作达47家
尚品宅配	逐渐在 工程渠道 上起步发力
志邦家居	优化国内大宗客户结构，提升大宗盈利能力，自2010年开始布局国内 精装修地产项目 的B2B业务，合作客户多为百强头部地产、主板上市公司和地区龙头地产公司，并在多家地产百强企业的项目交付中综评第一
金牌厨柜	抓住精装机遇，持续深化与 房地产龙头企业 战略合作，与房地产50强企业中的31家签订战略合作伙伴协议，并连续七年被评为“中国房地产开发企业500强首选供应商（橱柜类）”
皮阿诺	多元化营销，优化渠道布局，强化与 全国地产商TOP10强 的战略合作，现已成功引入保利地产、阳光100、奥园等多家地产商，扩大全国工程经销覆盖区域
我乐家居	优化现有销售渠道，加快与 全国地产商TOP50 的合作步伐，综合规模效益凸显
帝欧家具	凭借在 工程业务 自营模式多年积累的先发优势，契合了房地产新建住宅精装房的发展趋势
江山欧派	持续优化采购运营体系，继续深化 营销渠道建设 ，持续提高生产管理效率
东方雨虹	不断总结并推广 工程渠道 领域“合伙人机制”的成功经验

精装新要求

要求全、要求高



选择新定位





适者而为，避免因资源与能力不匹配而陷入发展陷阱。