

家居企业抢滩资本市场 细分龙头具有更大发展空间

2021 年以来,家装需求延迟爆发,加之存量房再装修及改善型需求带来的巨大市场空间。

从行业趋势观察,家装这一刚性需求将多个企业送入资本市场,助力企业扩大产能、增强研发能力、补充流动资金。在 2021 年成功上市及已披露招股书的家居企业中,软体家具和照明产品成为热门赛道。

目前,我国大批家居企业正处于做大做强关键阶段,滚动式发展已经远远不能满足庞大的资金需求。因此,上市已成为家居企业实现产业升级、突破当前困境的首选之路。

资本助力对家居建材企业的助推作用是明显的例如作为细分单品

类的佼佼者——索菲亚,长期保持中国定制衣柜的头部品牌位置,上市当年营业而收入仅为 10 亿元,同样在行业创新了定制衣柜品类,在取得细分行业领先后,登陆深交所从此进入了高速发展期。目前收入已突破 100 亿元收入。

在 2022 第六届中国家居品牌大会上,发布的 2021-2022 中国家居十大破局之道中提到,行业发展理念迭代要从粗放式野蛮生长转向精细化高质量运作;增长模式转变要从外求机会式增长转向内生能力式增长;战略架构升维要在规模领先或赛道细分中作出选择等。

有专家表示,从渠道层面看,不

规范、不具有规模优势的经营模式会被取代。从产品和品牌的层面看,低质量、低知名度、低经营效率的小工厂和小品牌商也将面临淘汰整合。竞争维度升级,意味着经营效率的提升,不断优化投入产出比,从粗放到精细,更要注重节约能源、绿色环保的社会责任。高质量的创新,更高频次的创新是指整个家居行业从商业模式、服务模式、供应链模式层面的小步快跑,不断迭代。

以近日登陆深交所的森鹰窗业为例,公司早年即坚持深耕节能铝包木窗这个细分赛道,率先研发国产被动式窗,填补国内市场空白。主营产品因其高性能、高环保性、可定

制等因素,成为细分行业中的朝阳品种,公司也因此在众多门窗企业中脱颖而出,成为首个单独以外窗为主营业务的上市品牌。在公司主要股东中,出现了欧派、居然、美凯龙的身影,也充分说明行业对其发展前景的大力认可。

业内人士分析,面对中国家居近 4 万亿美元的庞大市场,我国家居行业整体密集度相对较低,无论从市场规模、城镇化水平、人均收入等外部因素,还是关于家居企业内部品类价值链与企业经营综合维度来看,中国家居企业距离行业天花板还有很大的发展空间与潜力。

据经济参考报



贵州省岑巩县
『直播带货』赚足人气

近日,贵州省岑巩县平庄镇中蜂养殖基地蜂蜜迎来丰收,围绕土蜂蜜进行的一场“直播助农助力乡村振兴”农特产品抖音专卖在这里开展。

“这就是我们平庄镇的原生态五倍子花蜂蜜,大家看,我们这里背靠小顶山原始森林,秋天所产的都是以五倍子花为主的百花蜜,纯天然无污染。”在岑巩县平庄镇后坪村的中蜂养殖基地里,岑巩县文旅局的工作人员正在进行一场直播助农销售活动。

直播仅半小时,观看人数就有 400 多人,并展开了激烈讨论。有看品质的、有咨询蜜蜂药用价值的、有问地址的、还有要看养蜂环境的,现场采收的蜂蜜等农特产品一售而空,还有很多的土蜂蜜只能预订。

虽然是岑巩文旅账号首次直播带货,但工作团队却十分淡定从容,从早上直播预告开始就忙碌着,准备道具、测试网络、测试相机、测试直播工具等。在直播开始,一段亲切幽默的方言开场白让岑巩文旅官方账号迅速“圈”了一波粉。

作为活动的主办场地,平庄镇有着数年的养蜂历史,依托小顶山森林保护区独特的森林资源优势,造就了土蜂蜜的独特营养,享有“百花蜜”“美容蜜”等美称,其蜜色深黄、晶莹剔透、口味独特、香味醇厚、营养丰富,含有有机酸、蛋白质、维生素、酶和生物活性物质等多种营养成分,具有润肠、润肺、养颜等功效。

“这里是小顶山自然生态保护区,蜜都是百花蜜,秋天以五倍子花为主,品质非常好。”养蜂人聂权一边采收蜂蜜一边推介,“蜂蜜很甜很纯,都摇不动,今天点赞多的粉丝我将送一瓶生态蜂蜜福利。”

据了解,岑巩县农特产品积极探索线上消费新业态模式,打开更宽、更广阔的道路,本次直播带货活动即为最新的尝试。

近年来,岑巩县“黔货出山”电商直播风生水起,这种新业态也在向广袤农村大地延伸。电商相关负责人表示,此次直播带货只是一个新的起点,接下来,岑巩县将持续推动发展线上新业态,加大直播助农的力度,助推岑巩更多的优质农特产品“黔货出山”。

杨云 胡国鑫 文/图



金秋蟹黄肥
农民捕捞忙

秋分过后,四川省华蓥市阳和镇鹤笼山村的黄金白大闸蟹进入捕捞期。鹤笼山村因地制宜建起近 400 亩黄金白大闸蟹养殖基地,并采用“基地+农户+市场”的模式助农增收。

图为 9 月 25 日,鹤笼山村的农民在捕捞黄金白大闸蟹。

刘南贤 特约记者 邱海鹰 摄

公筷公勺

快乐用餐