



一、项目名称

广州零感家居用品有限公司

二、项目概况

1、国内基本的市场状况

1) 家具是民众生活的必需品，在现代社会中，家具是现代生活方式的载体，也是一个常青的产业。随着全球经济的发展，全球家具行业整体保持稳定发展态势，至 2014 年全球家具行业总产值达到 4,800 亿美元。长期来看，随着世界经济逐步复苏以及新兴市场的快速崛起，未来世界家具行业发展前景广阔。家具业是我国的重要轻工业之一，经过多年的经营积累和不断投入，国内家具行业产销规模不断扩大，生产企业工艺技术和生产效率不断提升，逐步成为全球第一大家具制造国；截至 2014 年底，中国家具行业规模以上（年营业收入 2,000 万元及以上）企业达到 4,942 家，总产值约为 7,187.35 亿元。

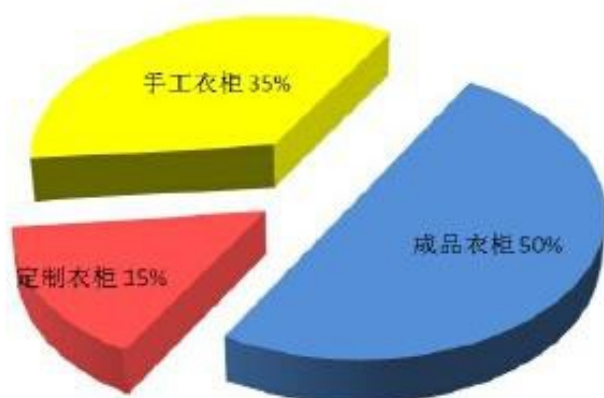
2) 定制家具相较传统家具，具有空间利用率高、个性化设计、安装简便的优势。现在的房子寸土寸金，消费者对房屋空间的利用效率要求日益提高，同时随着居民收入水平的提高，以及对居住环境的逐步重视，消费者对家具的个性化需求与日俱增。定制家具凭借对家居空间的高效利用、能充分体现消费者的个性化消费需要、现代感强等特点，成为近年来家具消费领域中新的快速增长点。定制家具逆势上涨，未来成长空间仍巨大。近年来，定制家具行业开始步入快速成长的发展阶段，在整体家具行业增速放缓的背景下仍以高增速逆势上涨。

2、市场发展分析

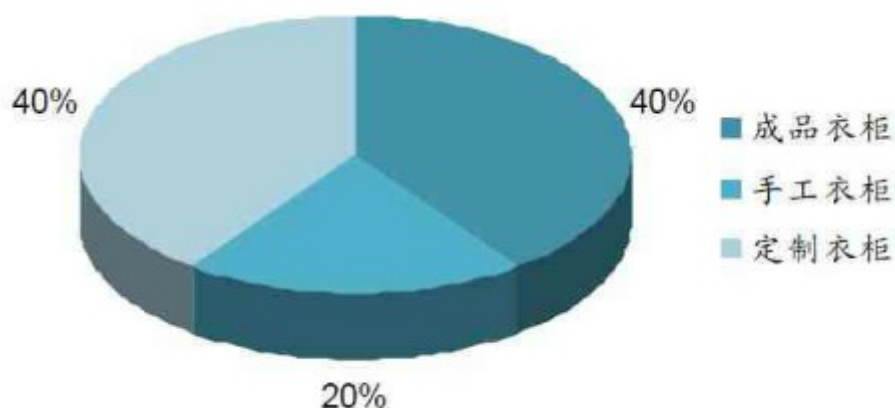
(1) 中国家居定制市场发展情况

定制衣柜市场份额变化对比图：

2009 年中国衣柜市场份额占有率



2014 年中国衣柜市场份额占有率



定制家具品牌销售、增长远高于成品家具品牌-单位：Mn



1) 随着近期地产去库存政策端的持续发酵，预计 2017 年地产销售仍将保持较好增长态势，尤其是近期一二线城市供不应求、量价齐升态势更是刷爆眼球，在此背景下定制家具行业短期收入表现仍将保持较高景气度。随着定制家具在商品房及二手房装修的渗透率提升，定制家具将持续成为家具行业中的细分成长性子行业，未来每年将保持 18% 以上增速，至 2020 年市场规模将达到 1606 亿元。



2) 全屋定制是定制家具未来发展新方向。全屋定制是指家具企业在大规模生产的基础上,根据消费者的设计要求来制造的消费者的专属家具。定制家具的兴起,最初主要集中在定制橱柜、定制衣柜等领域,主要由于国外流行的整体厨房、壁柜移门的传入,以及厨房、衣柜对房屋空间利用的要求相对严格等原因形成的,随着家具企业生产技术的提高和我国居民对家具消费理念的成熟,定制家具逐步拓展到卧室、书房、客厅、餐厅以及厨房等全屋家具领域。全屋定制是定制家具行业的发展方向,虽然年轻,但是已经展示出了气蓬勃的发展实力,在不久的未来,全屋定制将在中国的整体家具市场,必然会成为主流。

3) 地产市场的结构性回暖有利于定制家具市场发展。2015年以来,在限购放开、降息、二套首付比例降低等推动下地产市场持续复苏。2015年全年累计商品房销售面积增速达到6.50%。定制家具市场则更加充分受益于一二线城市的回暖及二手房占比的提升。

4) 一方面,由于新房装修即一次装修时装修公司往往具备垄断性优势,尤其是在毛坯阶段装修,而二手房交易后带来的二次装修需求使定制家具优势加大,故二手房占比提升更加有利于定制家居市场;另一方面,目前定制家具市场主要集中在一二线城市,三四线城市还有没定制家具概念,因此一二线城市地产市场的结构性回暖将对定制家具更加有利。

3、广州零感家居用品有限公司现状

负责人:邹艺锋

启动时间:2016年9月6日

地点:广州荔湾区紫东街4号,6号2层A1区06房

合作伙伴:林晓佳、何德祥、李莹丽

出资情况:广东万讯网农业股份有限公司出资1.8万,占60%股份;余下1.2万,由各合作伙伴出资,并按照实际出资情况,占相应比例股份;

由于定制概念在各个家具领域发展程度不同,定制家具企业的成长路径各异,按产品线的不同可分为:定制橱柜企业、定制衣柜企业、全屋定制企业。在竞争实力上,部分率先进入行业的企业凭借先发优势及规模效应逐渐建立起较高的行业壁垒,占据中高端市场;中低端市场门槛较低,主要是区域性品牌企业,市场分散。从产品及竞争力两个维度考虑,定制家具市场的参与者包括:

全国性定制家品牌,如索菲亚、好莱客、欧派、尚品宅配等,产品定位中高端,涵盖定制衣柜、其他卧室柜体及客厅柜体等,部分企业产品线延伸至橱柜及其他软装产品等,销售基本覆盖国内一二线城市及大部分三四线城市。



全国性单一产品线定制品牌，如北京科宝博洛尼、志邦橱柜、金牌橱柜、史丹利、顶固等，产品定位中高端，销售网络覆盖面广，产品以定制衣柜或定制橱柜为主。地方性中小厂商，产品以中低端为主，价格较低，产品线较为单一。

定制家具企业的竞争力体现在：1)规模经济;2)信息技术水平;3)高质量的产品;4)高效的管理;5)渠道资源与市场开发能力;6)品牌和信誉;7)产品延伸能力。

我们就根据以上分析，采用“抱团合作，战略联盟”的经营模式，充分利用战略合作的品牌联动效应，打造出有一定规模的经济共同体，资源共享，品牌关联，凭借我们的品牌优势、人才优势、管理优势和组织优势进驻家居定制市场，运用云端设计系统高效设计，提升谈单效率，结合 VR 虚拟技术可以很好地打破空间限制，进一步加快拓展市场份额，让公司犹如家居行业里一团熊熊的新火苗，闪闪发亮，再结合七子生活圈各个方面，在行业里面燎原一片。

三、项目周期

项目预计于 2017 年 3 月启动，项目周期为 3 年。

第一期，1 家，用时 1 年；

第二期，2 家，用时 1 年；

第三期，4 家，用时 1 年。