



橱柜&衣柜行业

招商加盟大数据报告

D A T A R E P O R T

支持单位

联合
发布



战略
支持



前言

PREFACE

过去的2020年，对于家居行业而言是极其煎熬与难忘的一年。来势汹汹的新冠疫情，让无数家居行业企业、经销商和消费者度过了冷清的上半年。疫情后遗症下，家居行业绽放出了独有的韧性和应变能力。从2019年家居行业发展速度放缓，到2020年破而后立，中国家居行业正面临着前所未有的新局面。

严峻形势下中国家居行业迎来新的变化，唯有在危机中寻找机会，方能快速恢复元气，实现战略发展。为进一步助力企业及加盟商充分了解家居行业各细分品类发展状况及趋势，解读招商加盟现状，家居建材行业门户中华建材网携旗下中华橱柜网、中华衣柜网，严格过滤全网大数据，进行全网数据采集、大规模调研及专业分析，通过大数据整合进行多维度比较，着力于橱柜/衣柜两大品类，以数据报告形式，为企业招商及投资客加盟提供新助力。

目录

CONTENTS

1

2020年家居建材行业发展综述及投资环境分析

疫情过后，万物生长，前景可期

2

行业加盟指数报告

2020年橱柜&衣柜行业加盟指数
多方位呈现

3

行业招商指数报告

2020年橱柜&衣柜行业招商指数
全角度解答

4

总结

2021年橱柜&衣柜企业招商拓展建议



2020年家居建材行业 发展综述及投资环境分析

招商加盟大数据报告

1

疫情之下 2020年定制家居行业宏观看

据国家统计局初步核算，前三季度我国国内生产总值722786亿元，按可比价格计算，同比增长0.7%。分季度看，一季度同比下降6.8%，二季度增长3.2%，三季度增长4.9%，显示出强劲的动力和强大的韧性。而与人们生活息息相关的家居建材行业发展情况究竟如何，我们以数据告诉你。

注：同比是指本年度（季度，月份）与上一年年度（季度，月度）的对比。
环比是指本季度或者月度与上一个季度或者月度的对比，下同。

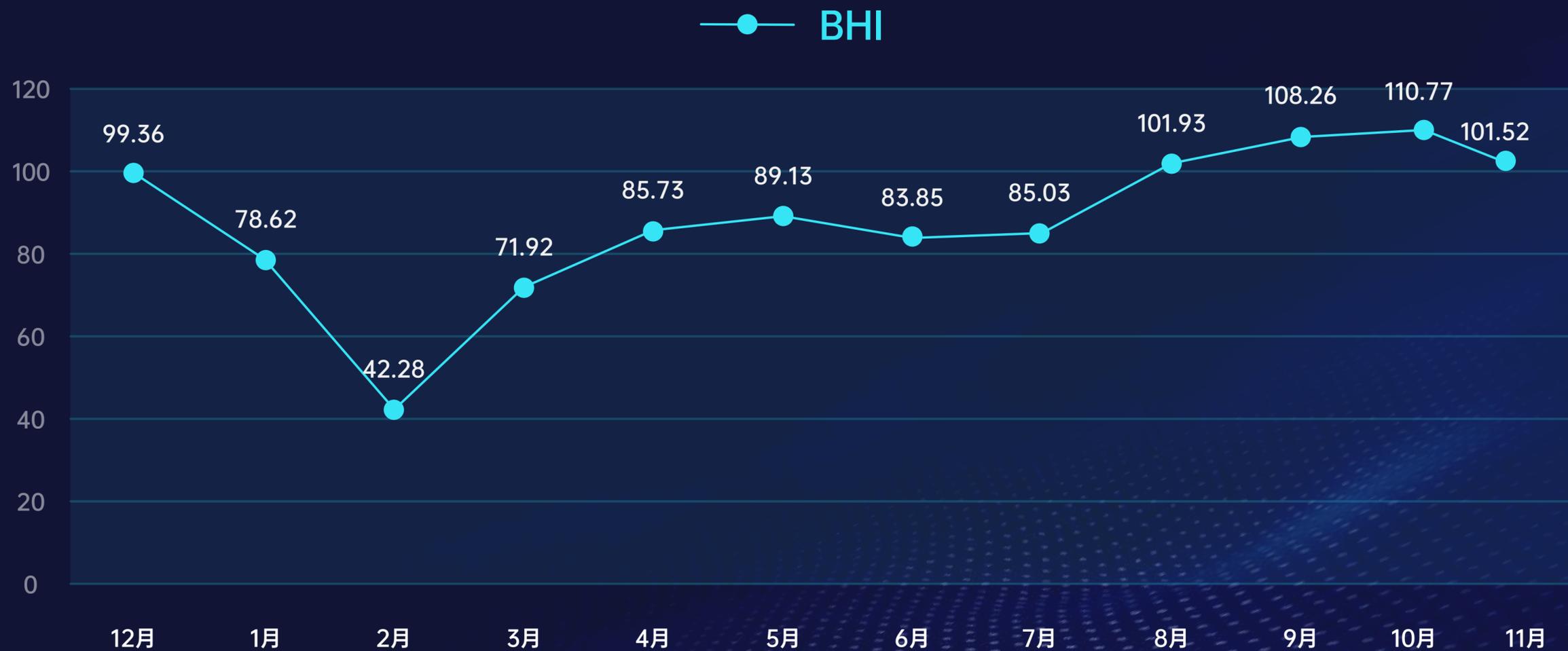


否极泰来，BHI指数总体趋势向好

从开年遇冷，到2月剧降，再到3月反弹，4月回升，5月上涨，6月微跌...由商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布的全国建材家居景气指数（BHI），一波未平一波又起，但总体趋向利好。



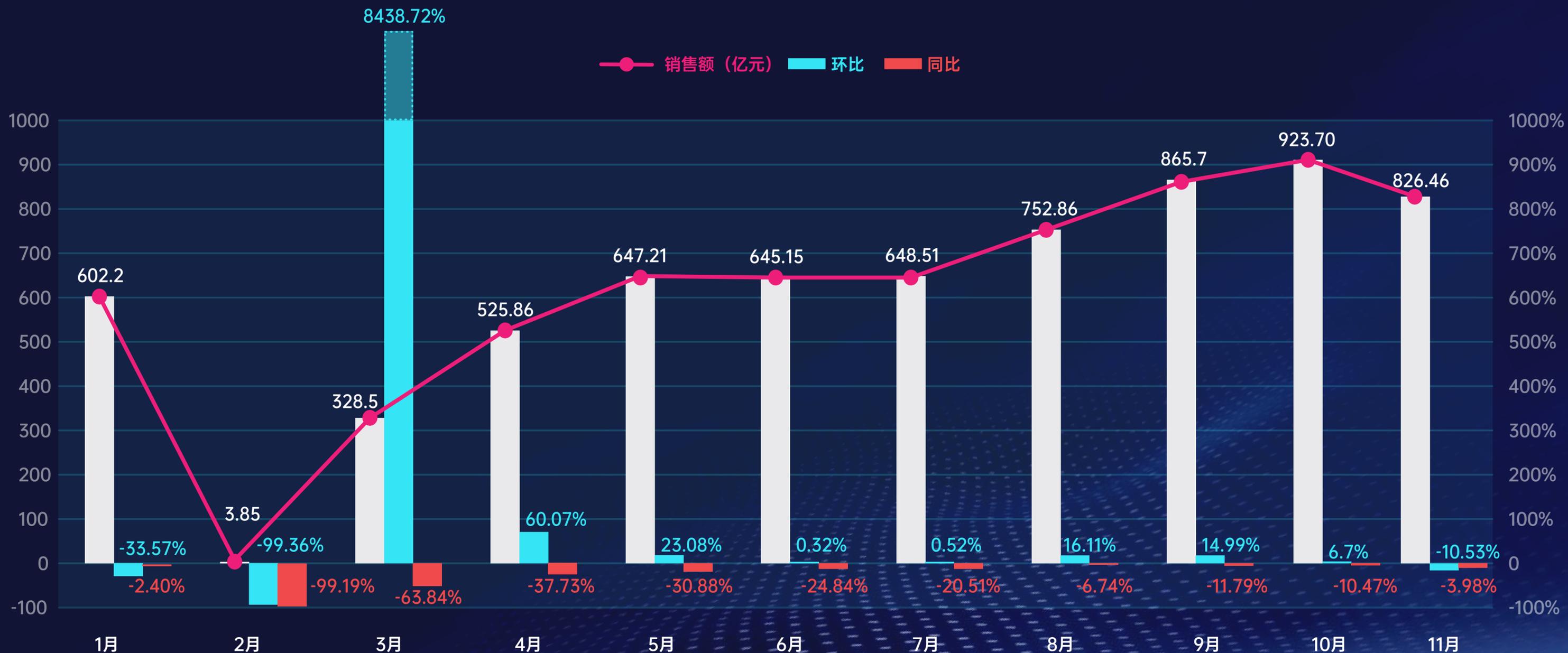
2019年12月-2020年11月全国建材家居景气指数（BHI）情况



- ◆ 2020年10月份全国建材家居景气指数（BHI）为110.77，环比上涨2.51点，同比下降2.70点，11月全国建材家居景气指数（BHI）为101.52，环比下降9.25点，同比上涨4.64点，整体呈现平稳势头发展。



2020年1月-11月全国规模以上建材家居卖场销售额情况



◆ 全国规模以上建材家居卖场11月销售额为826.46亿元，环比下降10.53%，同比下降3.98%。2020年1-11月份累计销售额为6769.97亿元，同比下降25.96%。步入11月，全国建材家居卖场销售额同比下降，气温降低，销售步入淡季。

截止2020年底，国际疫情持续蔓延，国内疫情零星反弹，疫情防控形势依然严峻，对消费者信心和消费者需求持续释放仍有一定的影响，全国建材家居市场恢复至疫前同期水平尚待时日，但持续近一年的相对低潮发展已经让大部分家居企业做好长期备战的准备，脚踏实地生存，再谋求更大的发展成为主旋律。

整体而言，家居建材行业正在逐渐回暖，产业发展逐渐趋于正常。从统计的数据来看，欧派家居、金牌厨柜、我乐家居、顾家家居4家定制企业实现2020年前三季度营收净利双增长，志邦家居与皮阿诺实现前三季度营收增长。

前三季度营收净利双增长的企业中，欧派家居橱柜贡献营收41.3亿元，衣柜贡献营收38.11亿元，卫浴贡献营收5.02亿元，木门贡献营收4.85亿元。而从分销渠道来看，经销店贡献营业收入74.06亿元，占总营收的76.1%，直营店贡献营业收入2.33亿元，大宗交易贡献营业收入18.3亿元。

金牌厨柜橱柜贡献营收12.71亿元，同比增长8.70%，衣柜贡献营收3.05亿元，同比增长57.39%，木门贡献营收1400万元，同比增长273.16%。从分销渠道来看，经销店贡献营业收入8.83亿元，同比增长3.05%；直营店贡献营业收入1.24亿元，同比减少17.59%；大宗交易贡献营业收入5.01亿元，同比增长54.82%。

索菲亚定制衣柜业务、橱柜业务、OEM类产品销售持续增长；尚品宅配大力发展整装渠道，创新开展HOMKOO整装云业务，助力整装云会员的一体化整装战略有效落地，HOMKOO整装云2020年上半年渠道收入（全口径，含家具配套）达成约1.56亿元，同比增长51%。



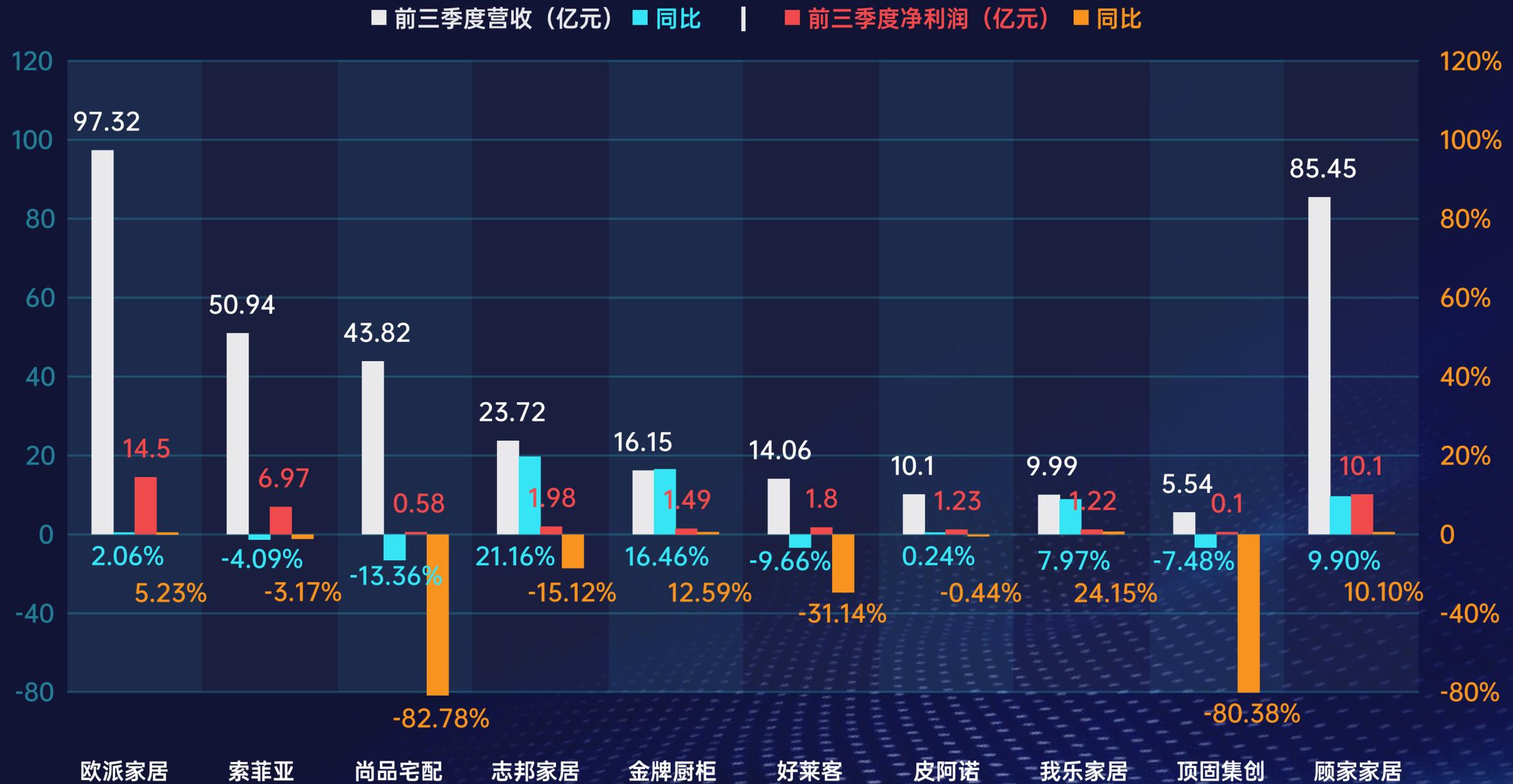
我乐家居前三季度主营业务均实现了逆周期的增长，公司整体橱柜业务和全屋定制业务收入分别同增7.81%和8.16%。分季度看，Q3单季度公司实现营收4.61亿元，同增15.46%，净利润0.75亿元，同增41.75%，显示公司整体经营持续稳健发展。今年以来，我乐家居通过大刀阔斧的线上线下变革，持续巩固公司的中高端品牌形象，进一步拉近了与中高端消费者的距离，俘获了越来越多城市中产和新中产主流客群的“芳心”。

志邦家居认为营收增长系大家居业务发展、定制家具行业持续增长所致。今年10月14日志邦家居就因业务拓展的需求在现有经营范围基础上新增了“净水设备及净水器、小家电、燃气具及燃气灶、卫浴用品与卫浴电器的研发、生产、销售、安装与维修”，在大家居战略的实施上又更进一步。同时，志邦大力拓展优质战略合作地产客户，通过改善客户结构，聚焦品质与最佳实验案例，以超越客户期望为目标，提升了经营质量，降低了经营风险，给营收带来了高速增长。

皮阿诺第三季度营收4.96亿元，比去年同期增加9.55%；前三季度营收10.10亿元，比去年同期增长0.24%；第三季度归属于上市公司股东的净利润为7324.75万，同比增长14.10%；前三季度归属于上市公司股东的净利润为1.23亿，同比减少0.44%。受经济复苏影响，皮阿诺第三季度营收快速增长。除此之外，公司还加大力度抢占精装修工程市场风口，进一步扩大全国工程业务合作版图。

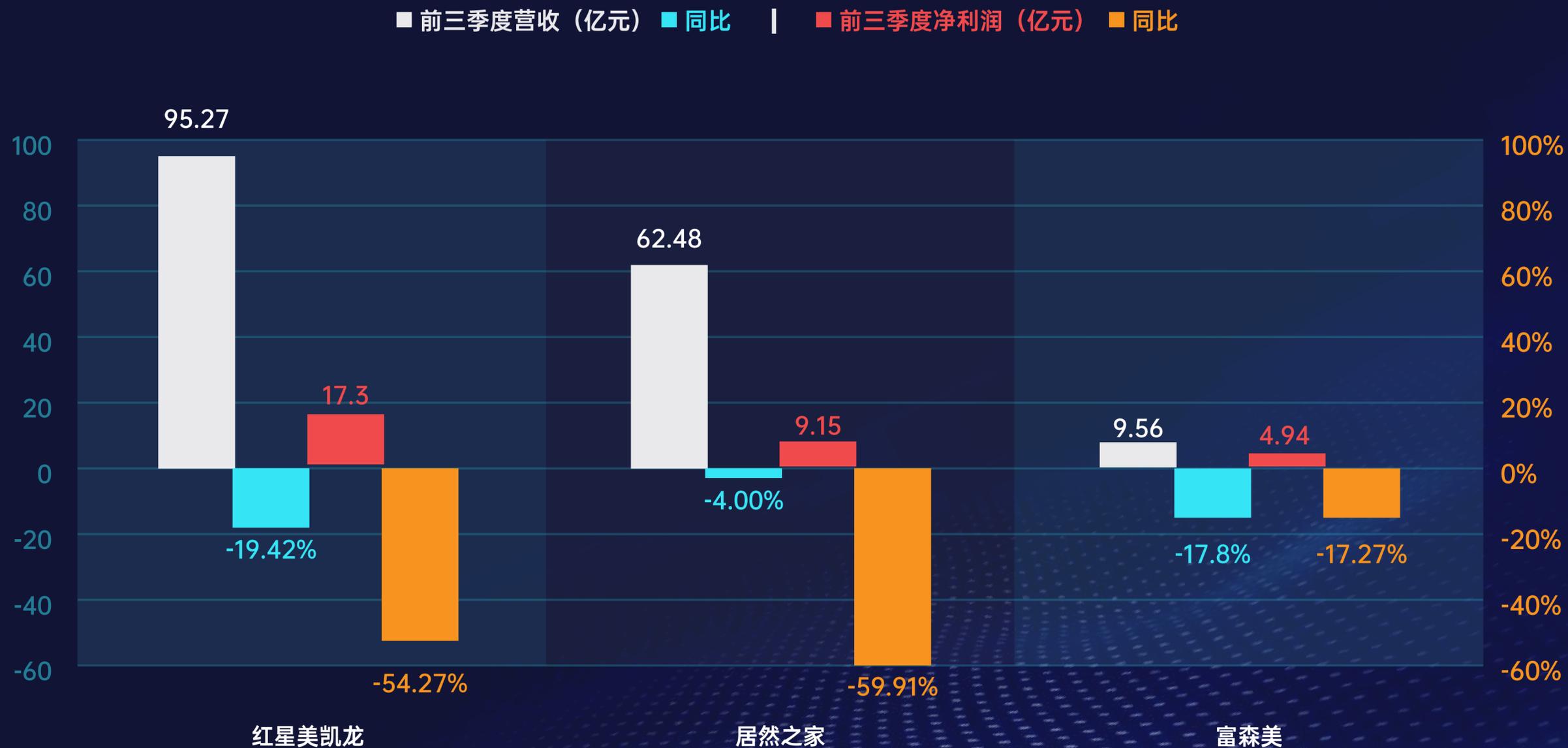


部分家居建材企业2020年前三季度盈利情况



◆ 欧派家居、金牌厨柜、我乐家居、顾家家居实现2020年前三季度营收净利双增长，志邦家居与皮阿诺实现前三季度营收增长。（本部分数据均来源于上市公司财报、各大财经网站相关上市公司财报报道）

部分家居卖场2020年前三季度盈利情况



◆ 相对于其他行业，疫情对于家居卖场的影响更为深远持久。（本部分数据均来源于上市公司财报、各大财经网站相关上市公司财报报道）

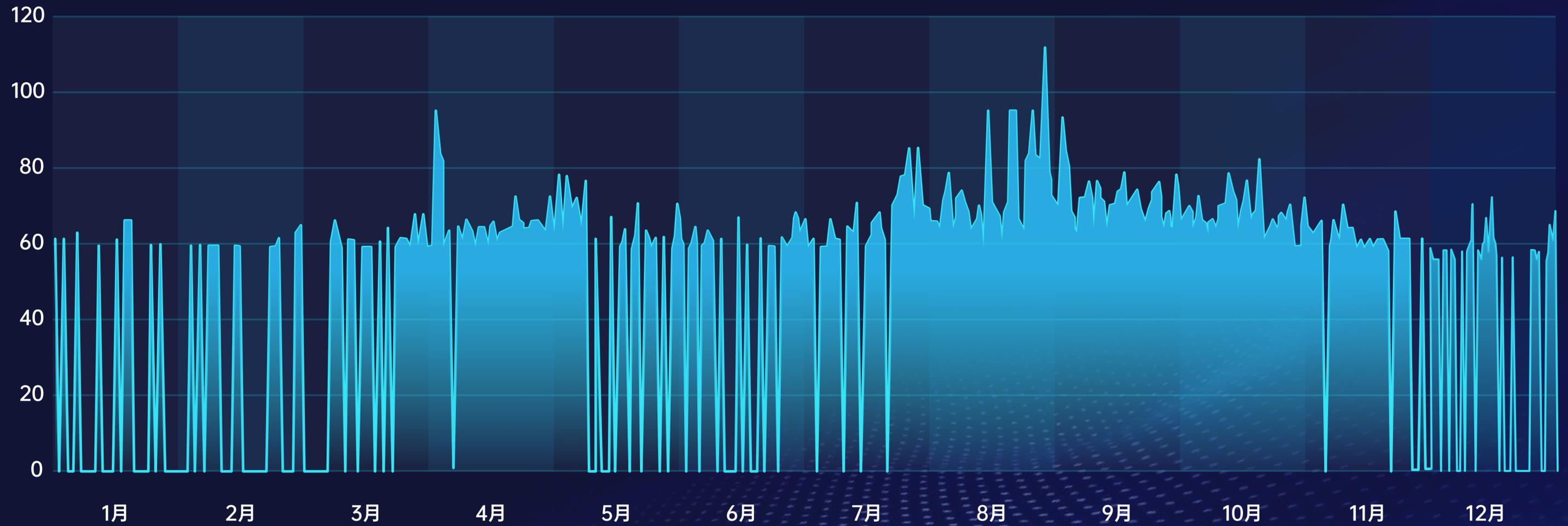
2

2020年家居建材加盟 百度搜索指数变化趋势



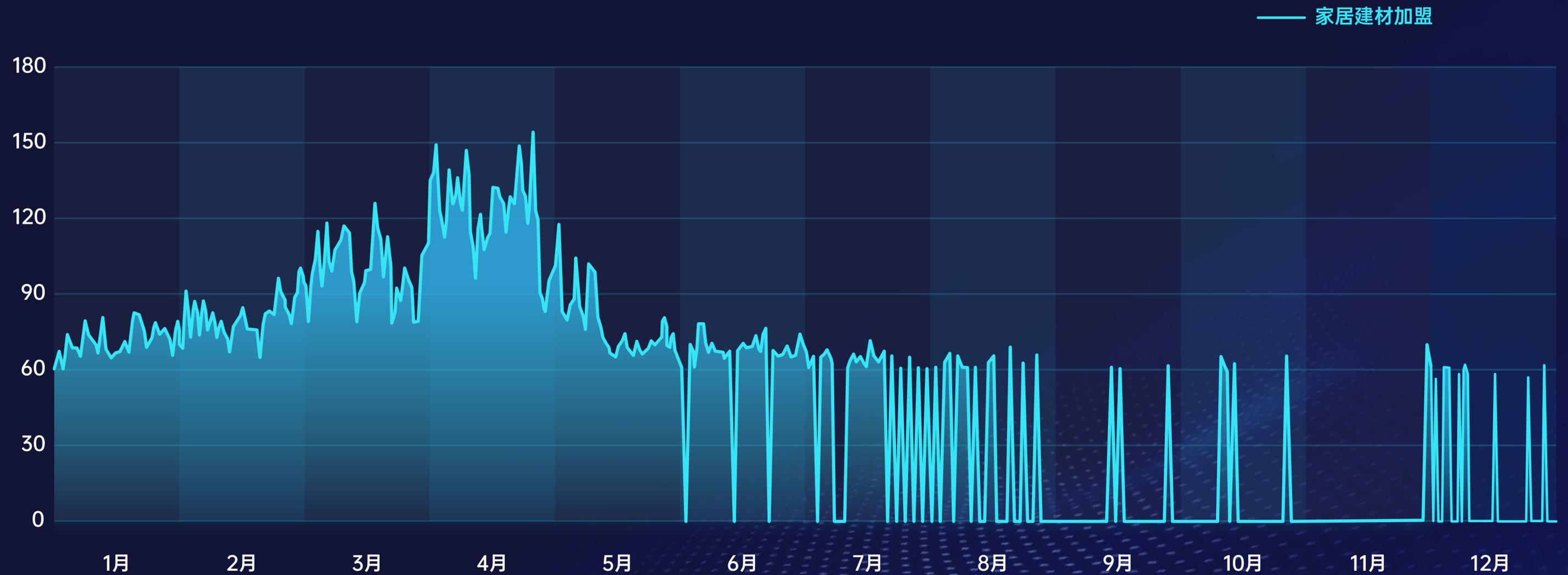
2020年家居建材加盟百度搜索指数变化趋势

家居建材加盟



PC端

2020年家居建材加盟百度搜索指数变化趋势



移动端

◆ 2020年，家居建材加盟百度指数情况与2019年基本持平，受疫情影响，企业及投资客相对谨慎。

注：本百度指数仅为某个关键词在百度的搜索规模情况，因地域、时间段不同稍有差异，本数据仅供参考。

3

2020年橱柜&衣柜行业 热词解读

对于定制家居行业来说，准确在危机中洞见行业发展命脉，是实现逆势转型、乘风破浪的重要基础。2020年橱柜&衣柜行业热词都有哪些，我们一睹为快。

直播
整装&社区门店
家居新国潮
高定
无醛添加
岩板应用
直播
线上展会
家居新国潮
直播
高定
线上展会
无醛添加
整装&社区门店
线上展会
岩板应用

直播

热词解读：

2020年的春天，对于“直播”来说是真正的草长莺飞。受疫情影响，企业经营、招商，加盟商加盟受到严重冲击。家居企业开始尝试线上新玩法，C端直播带货、B端直播招商，直播成为传统家居行业数字化转型的一个宣泄口。中国联通发布的《直播终端参考报告》显示，2020年底，中国直播行业用户规模有望超6亿人。

相关动向：

C端卖货成常态

2020年，几乎所有定制家居企业都或多或少参与并组织了直播活动。从今年2月开始，直播成为家居卖场重要获客方式。以居然之家、红星美凯龙为代表的家居卖场，用直播+同城站方式打通了流量壁垒，为线下卖场引流。数据显示，从2月到6月22日，居然之家累计直播超1万场、观看人次超千万、累计互动3742万次、累计直播3.8万小时。在五一期间，红星美凯龙全国各商场累计直播461场，观看人次973万，订单转化达50939笔。

10月21日至11月11日，家居企业冲刺双11。相比于往年，今年家居行业线上线下一体化模式逐渐成熟，家居新零售持续加码升级。其中，直播成为常态化营销方式，新玩法不断升级。

如今，直播带货已经成为目前大家追捧的消费方式，也成为企业常态化营销手段，无论企业大小，C端直播必不可少。



2020年开工伊始，诗尼曼推出“连续一月不断档，精彩燃爆直播间”的315主题直播季活动，以百万扶持经销商线上直播，孵化网红带货达人，总经理、总裁、董事长更是纷纷披挂上阵，上演荧屏大秀，其中两场持续8小时不断档高强度直播更是刷新了行业记录。

2020年3月13日-14日，以“全中国·看顶固”为主题，顶固全屋定制315大型促销活动在抖音、京东、微赞三大平台进行同步直播。这场直播活动中，三大平台观看人数共计100W+、线上互动500W+次，引导成交订单1W+，取得巨大成功。

2020年8月2日，佰怡家首次试水了网络直播营销，取得了喜人的战绩。8月18日，佰怡家第二轮网络直播“嫁给你就购了”活动成功举办，引爆了佰怡家线上线下，联动了全国门店，吸引超过数万名消费者同时观看。



董事长特批
直播抢工厂
董事长直播上线——疯狂让利1小时

抢拍钜惠
直播好礼
专享优惠

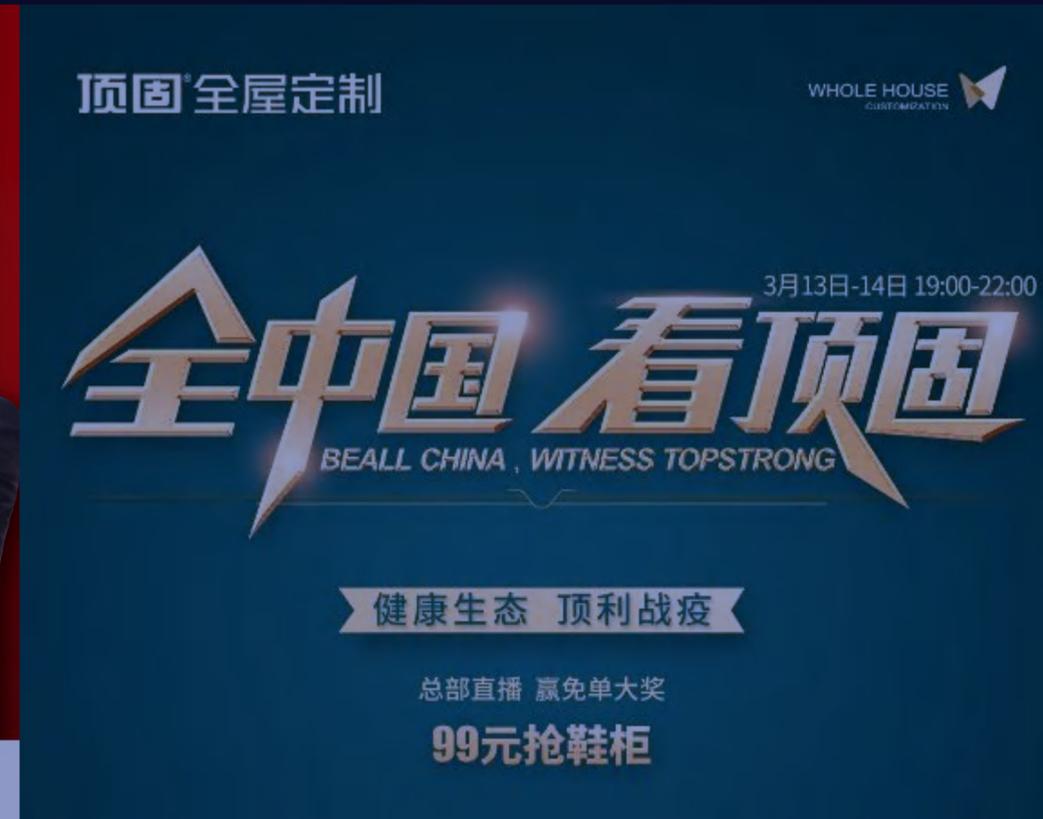
诗尼曼家居：幸福民
百战归来仍是少年

扫码观看

福利开播：3月14日 19:00-20:00

董事长直播，不仅是自身思想气度的体现，同时也传达着整个公司的底蕴格局，围观直播，见证诗尼曼精神气质。

诗尼曼®家居



顶固®全屋定制

WHOLE HOUSE CUSTOMIZATION

3月13日-14日 19:00-22:00

全中国看顶固

BE ALL CHINA, WITNESS TOPSTRONG

健康生态 顶利战疫

总部直播 赢免单大奖

99元抢鞋柜



嫁给你 就购了!

活动日期 2019.8.18 19:00 because you

巅峰十年 最嗨今晚

今晚抢空佰怡家

10000元巨款限时抢购 50000元大奖等你来

来就抢! 就等你了!

B端招商加盟成新宠

2020年初，受疫情影响家居企业停工停产、展会延期，招商按下“暂停键”，线下招商会无法召开，借助直播形式进行招商成为企业完成年度招商任务的必然选择。

2020年，中华建材网携旗下13大门户网站，立足企业招商困境及加盟商加盟困难现状，致力于实现“足不出户，干好招商”的现实目的，为企业打开招商新通路。在原有【探厂·报告派】的产品基础上，新增【直播·加盟汇】产品，采用线上视频直播新形式，帮助企业实现招商信息全网覆盖，助力经销商足不出户考察新项目。

2020年，中华建材网携旗下13大门户网站，共计进行89场线上直播类招商，涉及8个行业、154个企业，累计吸引534万人次观看，成功助力品牌签约4551个优秀加盟商，成绩斐然。



前景解读：潜力无限 宜多尝试

直播是企业实现线上营销、线上招商的一种难得的形式。通过直播，消费者、加盟商能够足不出户，与商家直接互动、即时沟通，可以更直观、更全面地了解商品和企业实力；商家也可以通过实时反馈的机制，能够更好地刺激消费者、加盟商做决策。从基于广告、代言逐渐积累曝光和信任，到直接基于直播平台、媒体的公信力进行卖货或招商，进一步优化了生态链路。

作为一个高效工具，直播招商用数字化手段连接厂家和天南海北的加盟商群体，让招商宣传推广得更快、更远，为家居品牌招商提供最大的助力，这一点已得到充分的验证和共识。

毫无疑问，“直播”显然不是一时热度，已经成为家居行业营销及招商的重要组成部分，未来将会有更多的直播形式和参与方式，让我们拭目以待。

值得注意的是，通过直播招商，企业所有的优势和劣势都会被无限放大，并且会被持续地留存下来。可以说，直播招商，会加速厂家优胜劣汰的速度，也将会重新对加盟商群体进行洗牌，归根结底需要企业做到表里如一，企业综合实力仍是第一位。

高定

热词解读：

高定源自服装行业，盛行于时尚、奢侈品行业，体现顶级的产品设计和制作工艺，满足高端消费人群的需求。随着潮流的发展，越来越多消费者已不满足于传统的居住形式，而是追求更多精神上的生活需求，“高定家居”应运而生。

相关动向：

2020年定制家居行业什么最火，非“高定”莫属，7月份的中国建博会（广州）上，科凡、丽博、空与间、梦天、玛格、华帝等多家居品牌几乎都不约而同地打出了“高定”的品牌标语，大有“无高端，不定制”的架势，“高定”到底是一阵风，还是真正的行业趋势尚无定论，但成功引起行业关注已经成为事实。

2020年4月，欧派家居宣布推出全新高端子系列——BAUNIS铂尼思，是集奢豪主材、奢华五金、奢繁工艺于一身的高奢定制之作，打造少数人的专享高奢之美。

2020年6月，大王椰旗下的全屋定制品牌布兰莎推出了“空与间”高定品牌，将受众群体瞄准以“不寻常”、“阶层感”、“有财富制造能力”等关键词为标签的精英人士，将品牌走向高端定制家居的路线。

2020年7月8日，在与建博会同期举办的2020CCSA第五届中国家居风尚大典上，中国高定俱乐部举行了隆重的成立仪式，引发了各大家居媒体的关注和热议。

2020年8月8日，在由广东省定制家居协会主办的2020中国定制家居行业峰会，探讨了“高定是否为未来新趋势”的问题。嘉宾们纷纷表示，全屋定制行业是个领先的行业，早已经实现规模突破，现在企业研究消费者、研究效率才是新趋势，不能为了解决营销的困局，而将高定当成概念炒作。

2020年12月4日-6日，由中国对外贸易广州展览总公司、广州中居联会展有限公司主办的首届2020广州国际高端定制生活方式展览会（简称“广州高定展”）正式开展。



2020年11月22日，《万物归位-皮阿诺超级收纳品类战略暨产品发布会》盛大召开，皮阿诺坚持以缔造全球定制家居领导品牌为企业愿景，在精细化市场细分下，优于行业震撼开创超级收纳品类先河，提倡“九重收纳”行业专业化定制标准，重新定义家居行业全新品类。

顶固一直深耕于中高端定制家居领域，2020年12月4日-6日，顶固携高端定制系列新品高调亮相，向所有人展现高端定制系列新品及目前整个高定行业的最新发展以及未来趋势。

近年来，丽博家居持续打造完全契合年轻、时尚、轻奢的品牌定位，进一步诠释了丽博“空间美学高定师”的品牌内涵。同时不断升级优化核心产品工艺技术、外观和质量，以满足日趋年轻化的消费群体需求。

德贝明确以服务中高端客户为主，让设计师唱主角，以设计模式的销售为主。除了提升全屋设计能力之外，还格外重视产品细节和店面服务，广受关注。

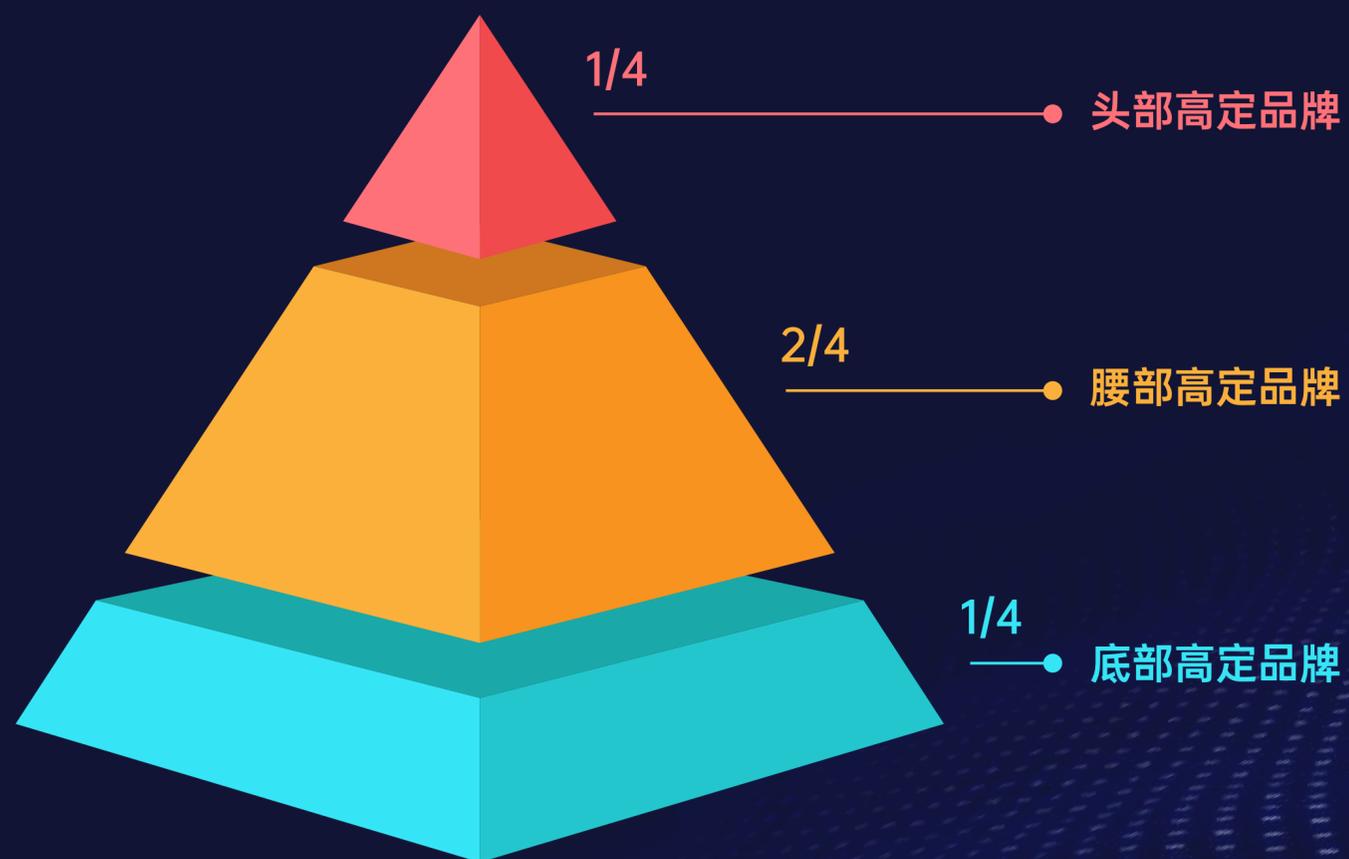
我乐以高端轻奢的大师馆作为我乐高端原创设计产品“集结地”，以香港大师梁景华先生领衔，汇集世界先锋设计师的灵感，通过实体空间真实1:1比例模拟。在终端设计上彻底避免传统视觉上家装风格不统一、以崭新的业态形式真正实现消费者的“所见即所得”。



前景解读：乘风而起 乾坤未定

“高定”走红并一路高歌，离不开中国经济强劲的上升势头和消费者消费观念的提升，各大家居品牌纷纷入局。据不完全统计，现在国内有名气的高定品牌大约有50个，其中头部高定品牌约占1/4，腰部品牌占比近一半，底部高定品牌约占1/4。

高定品牌占比分布



头部高定品牌多是深耕定制家居行业的实力大牌，底部位置高定品牌则多是新创建或新转型的品牌。腰部位置的高定品牌则相对复杂，包括一定区域内知名的高定品牌、刚刚转型的定制家居上市品牌和国外知名高定品牌等。

在具体品牌方面，威法、图森、博洛尼、木里木外、M77、万骊、拉迷、东威利、风鸟等品牌深耕高定，在高定领域举足轻重。顶固、那库、玛格-唐、我乐、德贝、蓝谷等品牌在高定领域发展迅速，广受关注。

展望未来，家居行业高定目前正面临市场开拓、产品升级、供应链打通等一系列问题，不仅需要定制行业各企业在竞争中通力合作，更需要各企业做到摒弃“玩概念”误区，真正分得一杯羹。

无醛 添加

热词解读：

在定制家居领域，“无醛”并非新鲜话题。“无醛添加”的核心即是无醛添加板材。

相关动向:

2020年初，百得胜发布了“环保定制柜”的品牌战略，通过签约环保大使、发布环保新品、发布环保品牌战略等一系列动作强化健康环保、无醛添加，已然成为百得胜的差异化竞争杀手锏。

2020年8月8日，欧派家居举办“愿天下无醛——欧派无醛健康家战略发布会暨中国绿色人居联盟成立高峰论坛”，将“无醛健康家”上升为品牌战略，并全面升级更高环保等级无醛添加爱芯板，有步骤有计划地推动无醛添加板材、无醛添加家装家居产品的普及化。

2020年8月，索菲亚持续打造环保IP“第三季康纯定制节”，不仅推出了高颜值康纯新品星影系列，而且通过全屋环保免费升级等加码政策，推动无醛添加康纯板普及化。

2020年8月23日，以“绿色家居 无醛定制”为主题的尚品宅配全屋无醛升级战略发布会在尚品宅配上海绿地缤纷城店举办。发布会上，尚品宅配全面启动“0元升级康净板”惠民战略，旨在以此进一步推动家居产业向绿色、健康方向升级，让无醛环保成为定制家居的标配。

为了满足人们的绿色健康消费需求，丽博家居通过创新材料、环保工艺、绿色智造等手段，开启了绿色产品升级，主推实用新型芦苇板材，是以纯天然的铁杆芦苇为主要原料，和无甲醛添加的MDI胶，经高温高压制成的绿色环保板材，已通过美国CARB-NAF“无醛豁免认证”。

好莱客今年推出原态净醛板，在基材甲醛零添加的基础上，新增了净醛抗菌专利技术，在饰面植入纳米净醛因子，形成纳米净醛生态涂层，释放的活性氧能够有效吸附与板材接触空气中的游离甲醛，并可将甲醛分解为水分子和二氧化碳，实现清除室内甲醛、净化空气、消灭细菌的效果。



“要无醛，更要除醛！”冠特定制在三年前就推出除醛板，带给消费者更加全面与安心的健康环保家居体验。

2020年，亚丹家居联合北京新阳光慈善基金会、阿里巴巴公益举办亚丹99无醛直播夜，亚丹99无醛节是亚丹家居一年一度的公益节日，每年都会举办关于环保无醛和关爱儿童的公益活动。

2020年8月18日，以“好生活·健康+”为主题的伊仕利新一代健康居家系统暨伊芯板上市战略发布会盛大举行。

客来福全新推出的无醛添加“福芯板”获得美国环保署EPA NAF无醛豁免认证、美国CARB NAF无醛豁免认证、日本环保认证，以及国家林业局人造板及其制品质量检验检测中心(南京)三国联合认证。

2020年，伊恋推出全新升级的0醛添加“净纯板”，伊恋一直在努力为消费者提供更安全更健康的居家生活空间。

无醛添加盛行，我乐家居环保再度升级，推出无醛添加乐芯板。据了解，我乐乐芯板精选极为安全的医疗级MDI无醛环保胶，经过脱油、干燥、施胶、定向铺装、热压成型等十二道工序层层打磨而成，柜体甲醛释放量 $\leq 0.03\text{mg}/\text{m}^3$ ，比欧标、国标更严苛。

2020年9月10日，皮阿诺推出了“欧松板”，不仅采用食品级PMDI生态胶，还以绿色生产，历经干燥、筛分、调胶、铺装、热压、素板处理六大工序，使欧松板甲醛含量趋近于0，真正做到让产品回归本真，消费者足不出户就可以亲近自然。

无醛添加之战愈演愈烈，而诗尼曼已经坚持无醛添加17年之久，足以证明其坚守环保的态度与恒心，2020年诗尼曼有步骤有计划地推动无甲醛添加禾香板的普惠计划，在全国范围内掀起了“安全居家”的健康风潮，让无醛添加禾香板燃遍全国，助力每一个消费者都能享受到优质环保家居空间。

2020年9月25日，劳卡全屋定制清新板全面生产上线，基材源自原生态林场，以优质原木为原材料，采用医用级MDI生态胶制造。相比于普通板材使用的脲醛胶，MDI生态胶不含甲醛，使用过程中不释放甲醛，真正从根源做到无甲醛添加。

国家除醛专利新闻发布会



欧 无 健 回
美 醛 康 归
进 添 环 自
口 加 保 然

欧美进口全屋定制



生长于自然
才能与自然无界

NATURAL

欧美进口无醛添加板

生态 | 进口 | 健康

无醛添加-乐芯板

MDI无醛环保胶 0甲醛添加 保障家庭健康

出口美国甲醛免检基材
精选医疗级MDI无醛环保胶

+99 元/m² 投影面积

从“E0”级板升级：无醛添加乐芯板（18款柜体花色任选 | 仅限柜体，不含门板、抽屉）



前景解读：大浪淘沙，沉者为金

2020年下半年燃起的这场“无醛添加”战火，是因后疫情时代，消费者对健康环保提出了更高的要求，倒逼家居企业进一步升级和探索，更是近几年来全屋定制家居行业从巅峰状态下滑过程中的一种表现。面对进一步白热化的竞争，“无醛添加”势必会成为定制家居行业的标配，五花八门的无醛概念下，仍需要企业提升创新能力，为人们健康家居生活提供更多可能。

家居 新国潮

热词解读：

近年来，各行业的国货品牌借势而起，一场“国”与“潮”的有效结合，开启了新国潮的新一轮征程。通过表达年轻人的国潮家居生活，将家居生活消费从必需型消费需求转向多元化与品质化的消费需求，是家居空间被赋予更多意义的重要途径。

相关动向：

2020年是一个特别的年份，中国举全国之力战胜疫情，再度为民族打上令人尊敬的标签，展现出了强大的民族生命力和凝聚力，由此文化自信下，众多家居品牌顺应时代潮流，推出国潮风格产品，本身就是与时代同振，与人民同心的具象体现。

第46届中国（上海）国际家居博览会上，就有一大批家居企业以新国潮产品为重要参展亮点，为行业呈现了富有特色的家居产品研发新方向。

穗宝以“新东方国潮家居”理念，重新定义新生代家居生活，推出穗宝X故宫宫廷文化联名款金凤安和床垫产品。

喜临门携大师级设计师戴昆设计的2020东方软床系列就亮相2020中国家博会，为“新中式”风格空间注入全新生命力，向世界传达喜临门的国风魅力。



联邦家私持续深化演绎联邦舒雨新国潮形象，还与盖娅传说跨界合作，推出联名款《丝韵·山海》联邦舒雨明星椅，将家居“国潮”推向了一个新的高度。

志邦家居发布《兰亭序》新品，从色、材、型、艺四个维度创新设计，重新定义了新国潮家居美学。

尚品宅配跟故宫宫廷文化携手共同打造联名新中式空间——“锦绣东方”。

左右家私跟故宫宫廷文化合作，以北宋画家王希孟的《千里江山图》作为创意原点，推出“千里江山”系列产品。



前景解读：怀旧牌易打、但留存仍难

“怀旧牌易打、但留存仍难”是当前国潮路上很现实的问题，消费者不会一直为情怀买单。在产品同质化广受诟病的家居行业，跟风者不在少数，不排除一些企业打着“国潮”的噱头，做简单的中国元素叠加，粗制滥造，也不排除一些传统文化爱好者，一味追求复古，走进偏执的胡同。国潮本就是兼容并蓄的，只要保留核心特色，做传统还做现代，面向年轻人群还是面向中老年，其实都不是关键。

线上展会

热词解读：

线上展会即“云展会”，是线下会展的辅助和延伸。疫情期间，线下大规模聚集不现实，加上政府开始倡导云展会，让线上展会正式成为家居企业参展的重要平台。线上展会可提供365天/24小时参展需求，且没有边际和地域限制，还可以大大节省参展成本，成为疫情期间家居企业参展的重要补充。

相关动向：

2020年6月15日至24日，第127届中国进出口商品交易会（简称“广交会”）在网上举办。这是中国历史悠久的贸易盛会首次以网络形式举办，让中外客商足不出户下订单，做生意。

2020年6月20—22日，首届东部家具云端展销会暨第二届家具原辅材料采购节在江苏海安盛大举办。采取“线上+线下”的全新办展模式，实现实体展会与在线直播的有机结合，有效扩大了展会的辐射影响力和消费带动力。

2020年7月8日到11日，第22届中国建博会（广州）强化网上直播功能，以直播推广为参展商提供宣传增值服务，实现线上个性化营销与线下展会互为补充，打造“白天看展、晚上看直播”的会展新业态。

2020年8月31日-9月2日，2020 DOMOTEX asia/CHINAFLOOR（中国国际地面材料及铺装技术展览会，即“上海地材展”）成功举办，构建线上线下全渠道展示模式，用线下展览+线上直播的全方位形式启动疫后的地材展，让更多无法到现场的海内外观众和买家也能在线体验商贸采购。

前景解读：打破边界 仍待优化

数字化转型已然成为会展业的必然趋势，家居行业也是如此，线上线下融合参展已经成为家居行业的常态。

但归根结底家居行业展会的优势在于在参展中与加盟商、消费者面对面交流。这种交流既是产品陈列观摩的场景化，也是双方直接沟通与交换信息互相了解的场合。因此，线上展会绝非只是简单地把展品罗列上去、在线咨询解答，而是要还原线下展会独特的“面对面”场景，这一点需要企业深度思考。

此外，线上展会是一种全新的商业模式，需要不断的探索、创新才能走向成熟，无论参加与否，都需要家居企业有一个新的思维方式，紧跟行业发展潮流。

岩板应用

热词解读：

2020年，被称为岩板元年。陶瓷岩板，英文描述是SINTERED STONE，意思是“烧结的石头”，是由天然原料经过特殊工艺，借助万吨以上压机压制（超过15000吨），结合先进的生产技术，经过1200°C以上高温烧制而成，能够经得起切割、钻孔、打磨等加工过程的超大规格新型瓷质材料。作为家居领域的新物种，2020年岩板应用迎来爆发，相比其他家居产品，具有规格大、可塑性强、花色多样、耐高温、耐磨刮、防渗透、耐酸碱、零甲醛、环保健康等特性。

相关动向：

如今，岩板已经广泛应用于家居建材行业，橱柜台面、衣柜门板、浴室柜台面、家具桌面、岩板门，甚至岩板吊顶，岩板，有着巨大的发展潜力。

2020年6月30日，蒙娜丽莎【高定时代，大开「岩」界】发布会，针对岩板产品性能、场景运用、设计手法、配套服务进行了讨论。

2020年7月21日，2020大湾区家具岩板场景应用论坛暨直采供需对接启动仪会在佛山举办。

2020年9月23日，“百亿巅峰”中国陶瓷行业风向论坛暨2021佛山潭州陶瓷展新闻发布会成功举办。广州定制家居行业协会会长、广东绿色供应链协会绿色家居专委会会长、合生雅居CEO王天兵先生当选全国岩板产业跨界联盟联席秘书长。

2020年11月17日，中国家居品牌大会·2020佛山峰会之岩板沙龙在佛山依诺集团总部举行，13位大咖共话陶瓷品牌未来。

法迪奥在岩板领域应用较早，无论是法迪奥x梁景华大师联名橱柜“悦韵”，还是2020新款橱柜“岩城”，都对岩板进行了个性化应用。



前景解读：方兴未艾，前景广阔

岩板产品理化性能比木材、玻璃、石材更为优异，因此很多人认为岩板将很快取代玻璃、石材，成为建筑墙地面饰材和家具饰面板的主流替代产品，但就目前来看，还处在叫好不叫座的阶段。

首先，岩板的生产技术处在一个发展时期，众多企业在生产制造端，产业链尚未健全，相关企业高效深加工能力有限，交付速度和效率仍待提升；其次，岩板方兴未艾，同质化、抄袭、模仿花色、价格虚高也会阻碍行业健康发展；最后，消费者认知需要过程，目前，岩板的热度多在行业之内，消费者认知尚处在初级阶段。但毋庸置疑的是，岩板市场需求正处在迅速释放阶段，未来前景值得期待。

整装& 社区门店

热词解读：

定制行业发展到现在，需要新的服务模式或商业模式来适应不断变化的市场。当前我国家装行业中老房翻新需求已经开始释放，旺盛的二次装修需求蜂拥而至，但无论消费群体还是加盟群体都已经偏向年轻化，省时省力，简便快捷成为关键词。与此同时，线下家居建材零售业态正在发生革命性的变化，家装行业也正在从传统家装模式向整装模式转变，新业态正不断涌现。

相关动向：

面对市场及消费端的变化，过去几年来，各路家居大牌纷纷开始布局和上线独立整装或社区门店项目。

诗尼曼家居深耕定制家居行业17载，保持着健康稳定的增长趋势。面对新一轮的变革，诗尼曼家居创新摸索，立足当下，布局未来，利用大数据平台，实现了模块标准化、设计简单化、产品装配式，服务便捷式的业务链条，AI家居由此诞生，具备产品美、轻投入、合作灵活、快设计、快下单、快交付等特点，正式以AI装配式整装家居引发行业变革，开启家居行业社区店模式布局，在行业内引发强烈关注。

欧派从2016年开始推出自有整装大家居产品，如今，渠道经营模式逐渐清晰明朗化。

尚品宅配大力发展整装渠道，创新开展HOMKOO整装云业务，助力整装云会员的一体化整装战略有效落地，HOMKOO整装云2020年上半年渠道收入（全口径，含家具配套）达成约1.56亿元，同比增长51%。



2020年10月，索菲亚联合圣都装饰设立合资公司，开始深度布局家装渠道，计划以合力共赢的方式推出整装产品。

箭牌家居一直在持续关注行业发展动向及消费端变化，除走差异化定制家居赛道外，还同步开拓整装市场，对此提出“双箭合璧，整装出击”理念，一方面依托建陶卫浴头部品牌箭牌家居集团作为箭牌家居定制的信任背书；另一方面，箭牌家居定制以两大系列产品：整装系列产品&定制系列产品，两大渠道布局市场，双箭齐发，全方位服务市场消费群体。

此外，还有好莱客、金牌、卡诺亚、莫干山、森珀雅等众多品牌，也纷纷推出整装产品。众多定制企业，都已经开始大力发展家装渠道，推出各类整装运营模式。



前景解读：市场广阔 风口正盛

家装市场空前广阔，并且还在持续增长中，仍处在风口期，但家居行业有能力及实力做整装和社区门店的企业并不多，大家都有机会。

而社区店跟传统的店面存在本质的区别，传统门店面向的是相对宽泛的区域，也很难锁定某一个社区的人群。而社区店辐射的就是一个小区，物理距离上更近，潜在客户群比较精准，需要花时间做用户调研发现真实的需求，来针对性的设计产品做需求匹配，放之四海而皆准的产品很难适应市场需求，需要企业进一步夯实产品创新能力，同时进一步提升终端服务水平。



行业加盟指数报告

招商加盟大数据报告

单品打天下已成历史 全屋定制成标配

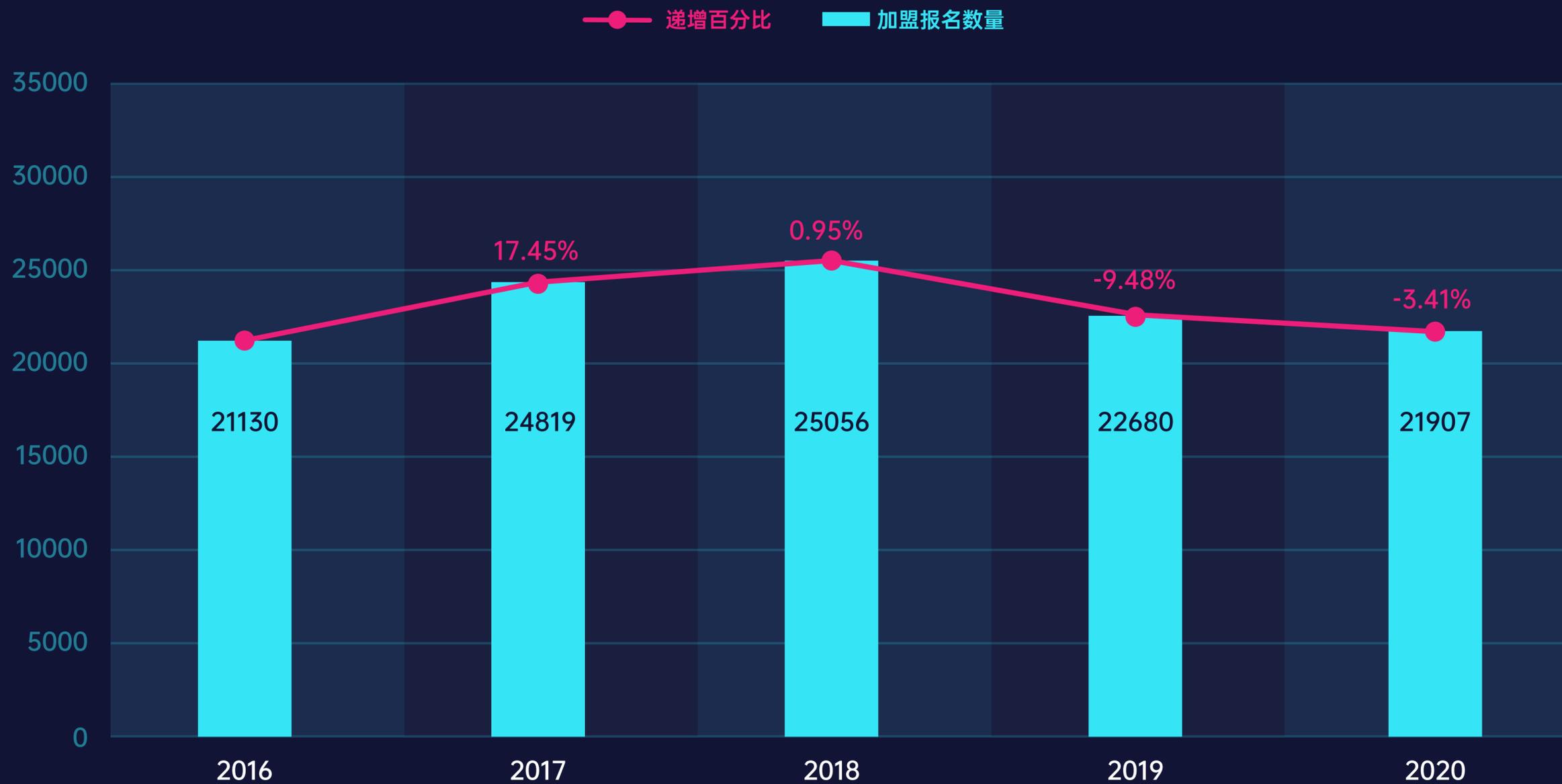
近年来，一站式购物兴起，消费者的消费需求发生了翻天覆地的变化，单品橱柜及单品衣柜企业所占比重越来越少，行业融合发展成为主趋势，全屋定制成为定制企业的主要经营方式。本部分数据主要基于中华橱柜网&中华衣柜网自身招商数据中心统计数据，着力于橱柜&衣柜两大行业，为大家呈现行业加盟、招商情况。





2020年橱柜&衣柜行业 加盟整体情况分析

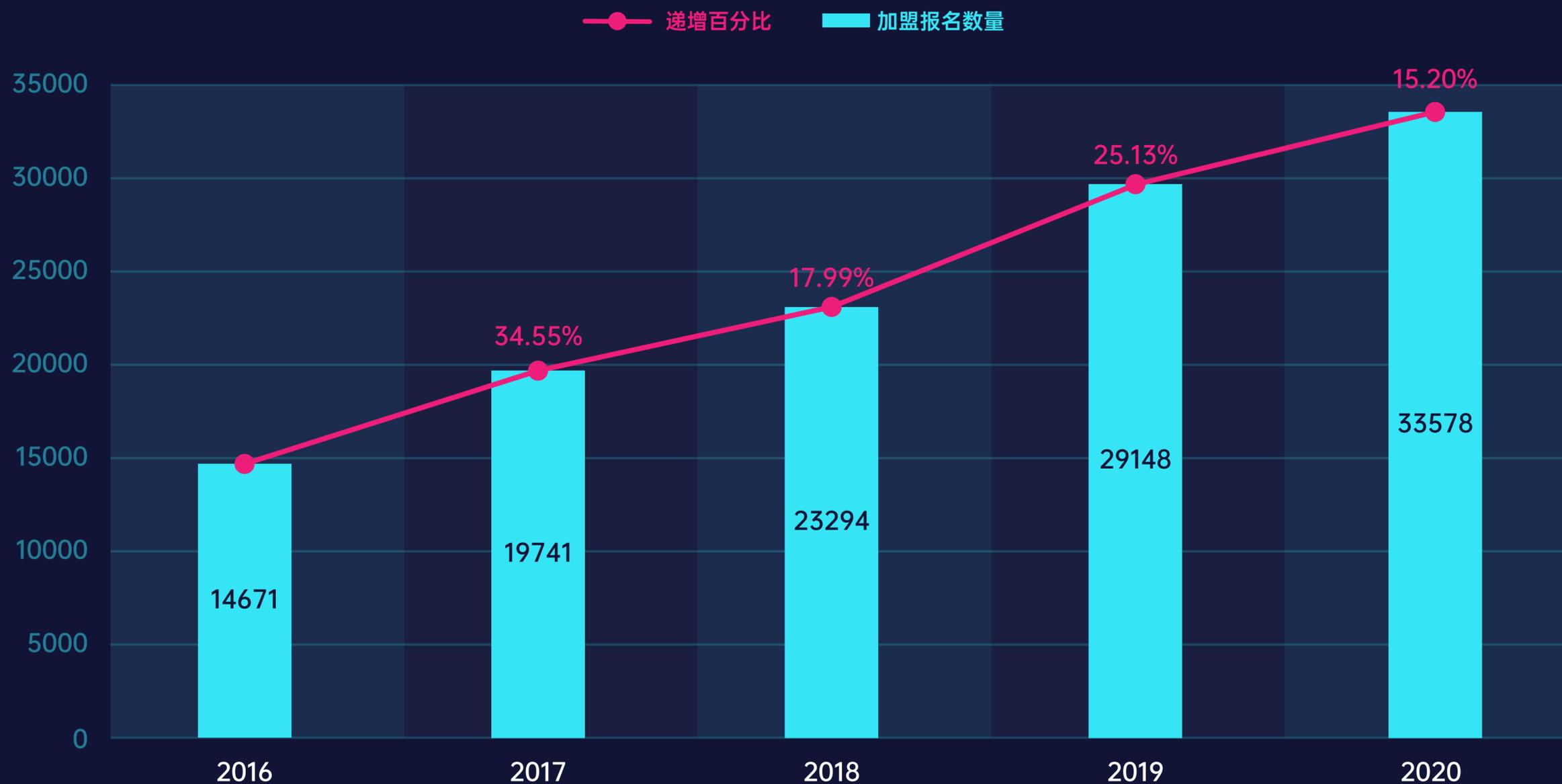
橱柜行业近5年加盟报名递增情况



◆ **关键词：延续负增长**

受定制行业发展趋势影响，单品橱柜转型全屋定制成为各品牌共性，橱柜行业报名量出现小幅下降。

衣柜行业近5年加盟报名递增情况

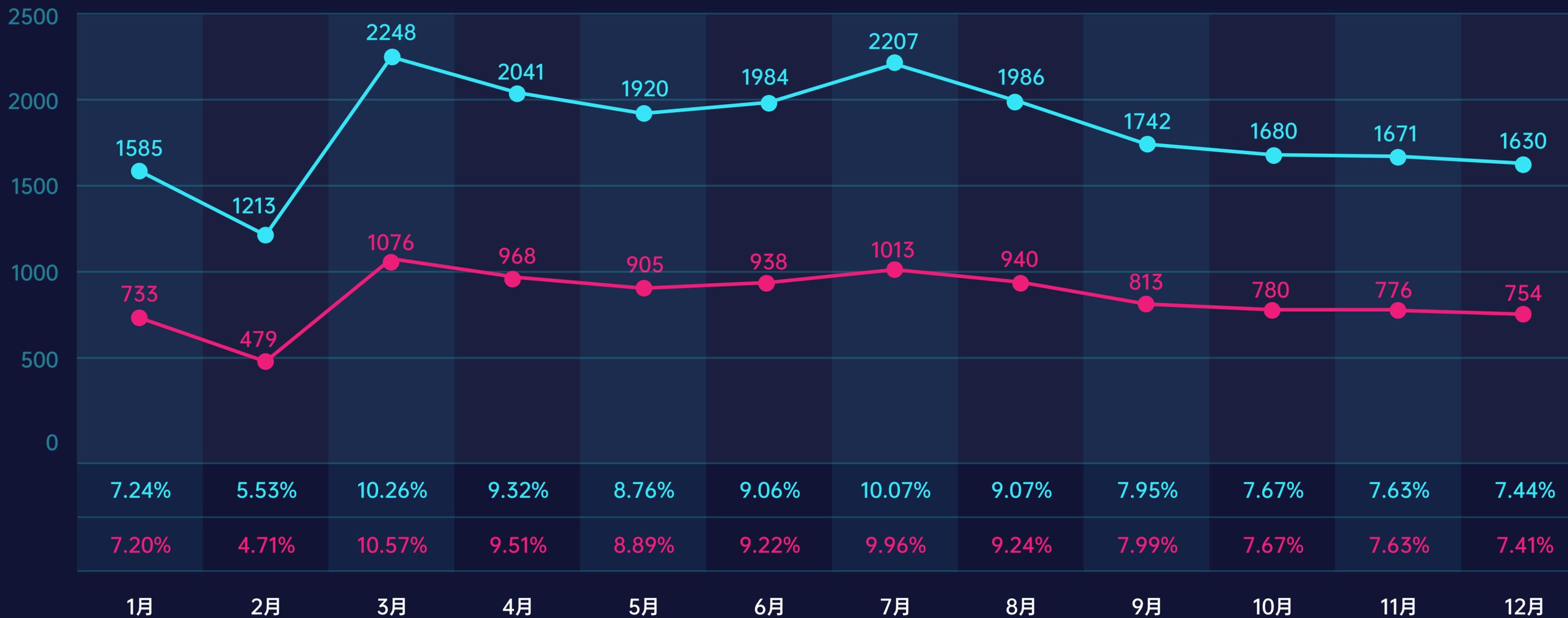


◆ **关键词：稳中有增 增幅放缓**

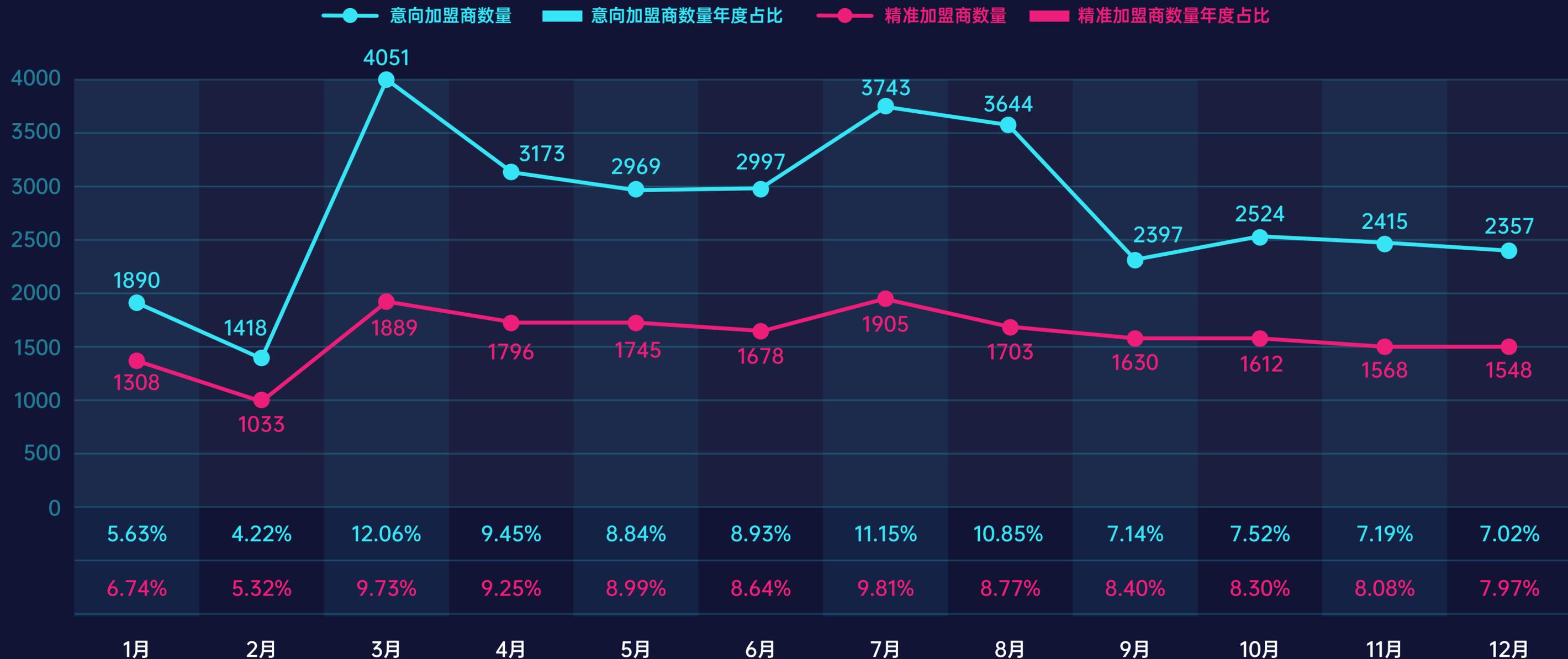
受疫情影响，2020年衣柜行业加盟报名情况增速放缓，为33578，增幅15.20%，虽然相较于2019年25.13%的增长幅度有所降低，但也是稳中有增，加盟商对衣柜行业投资前景仍然看好。

2020年橱柜行业加盟数据月度情况

意向加盟商数量 意向加盟商数量年度占比 精准加盟商数量 精准加盟商数量年度占比



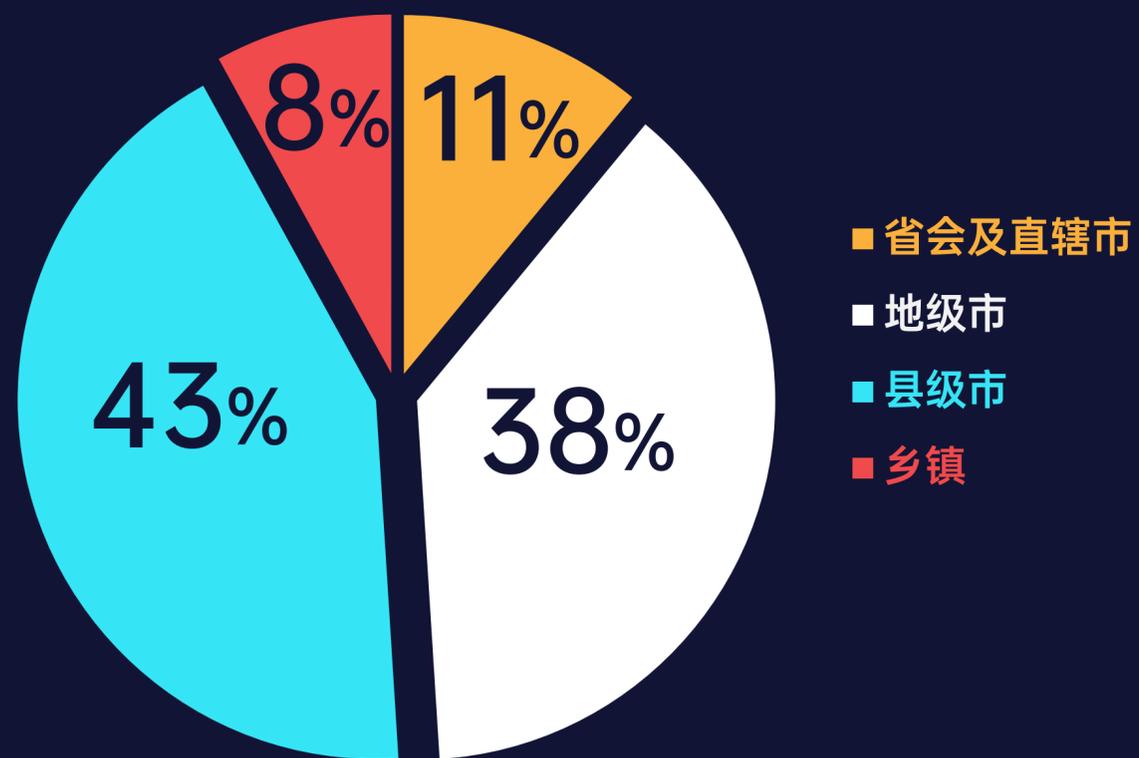
2020年衣柜行业加盟数据月度情况



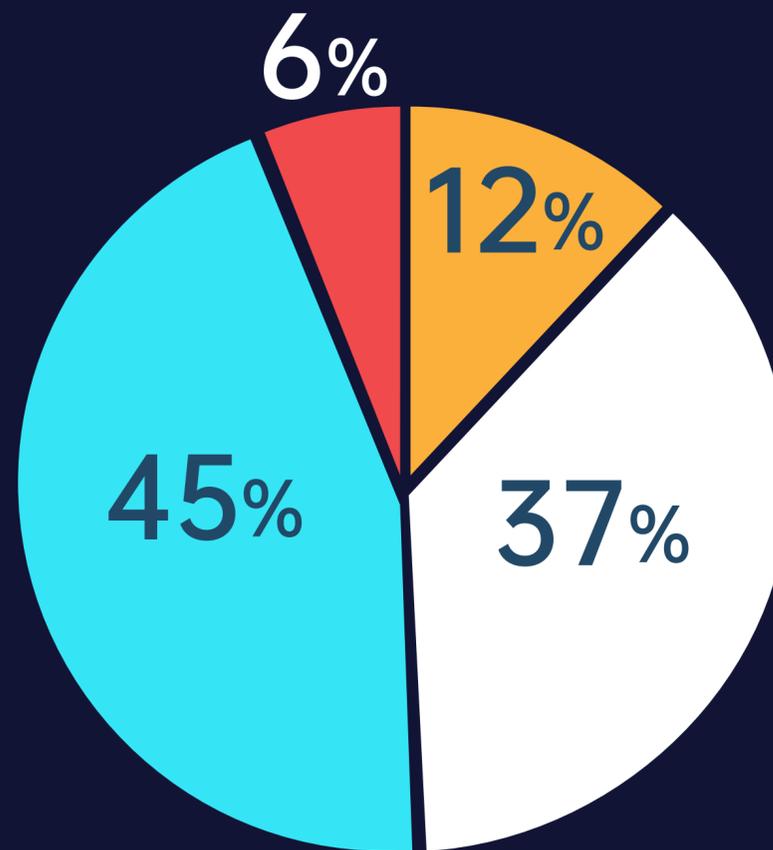
◆ **关键词：稳中有增 增幅放缓**

受疫情不确定影响，2020年2月意向加盟商数量创近年新低，3月份在各地展会延期、线上直播火热的情况下，线上意向加盟商数量迎来爆发。7月中国建博会（广州）如期举办，为行业发展注入强心剂，加盟商数量迎来全年高峰。

2020年橱柜行业 加盟商意向代理级别情况



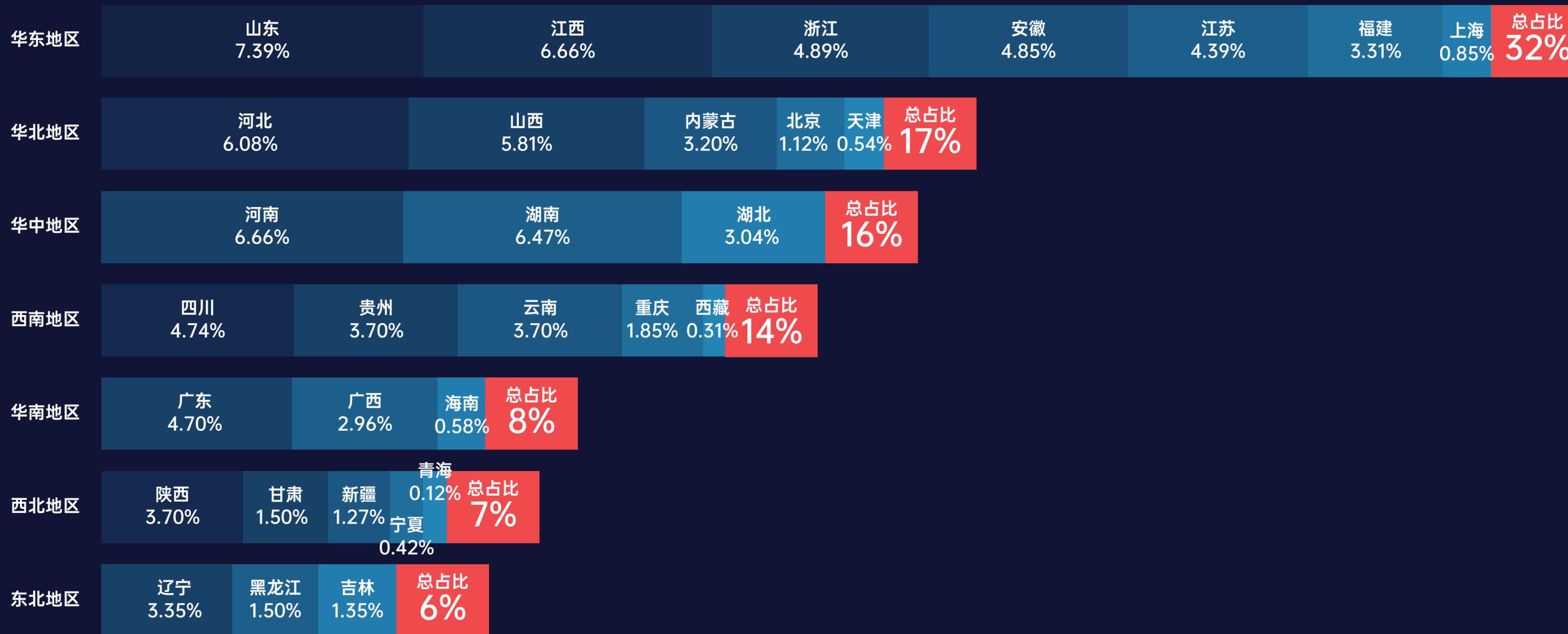
2020年衣柜行业 加盟商意向代理级别情况



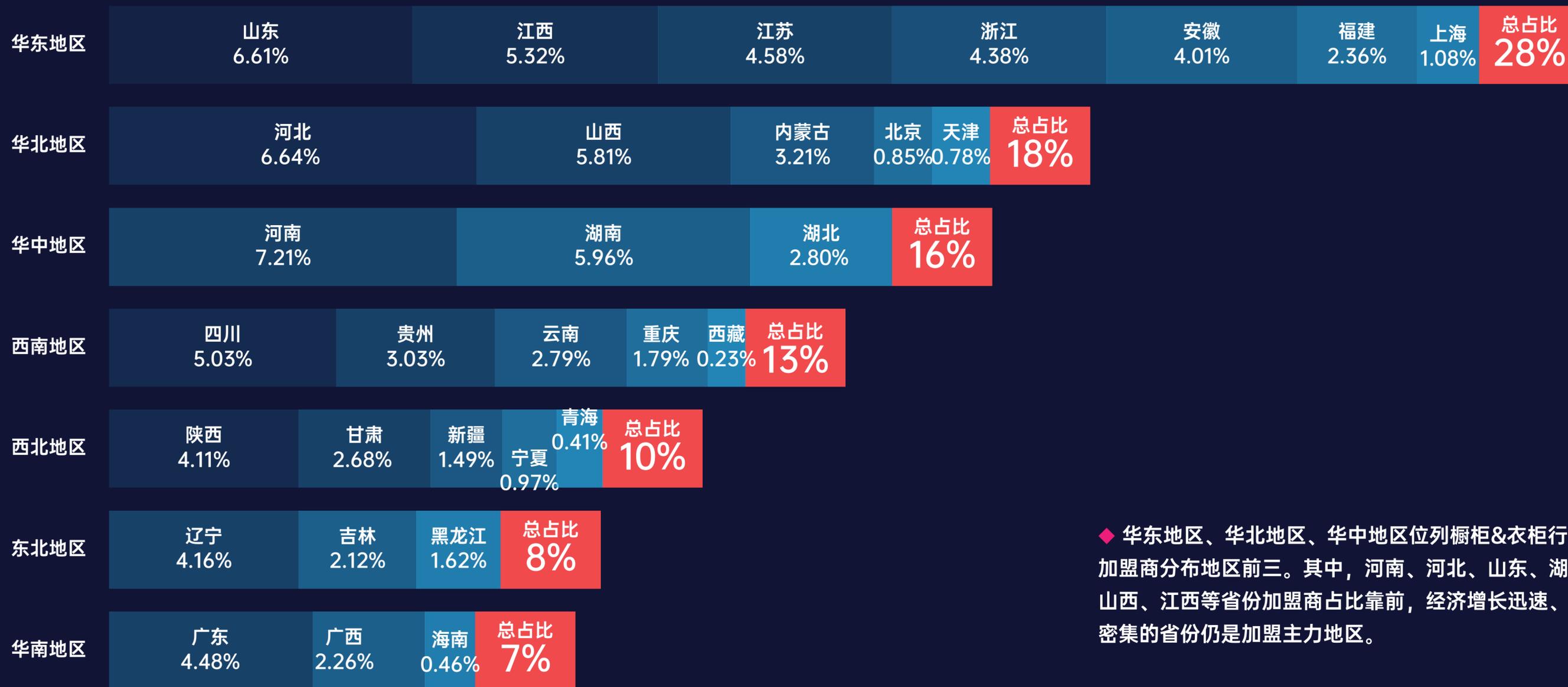
◆ 关键词：渠道下沉之势不减

橱柜&衣柜行业县级市加盟商占比分别为43%、45%，未来几年内，渠道下沉仍然是橱柜&衣柜行业渠道拓展主旋律。

2020年橱柜加盟商区域分布情况



2020年衣柜加盟商区域分布情况

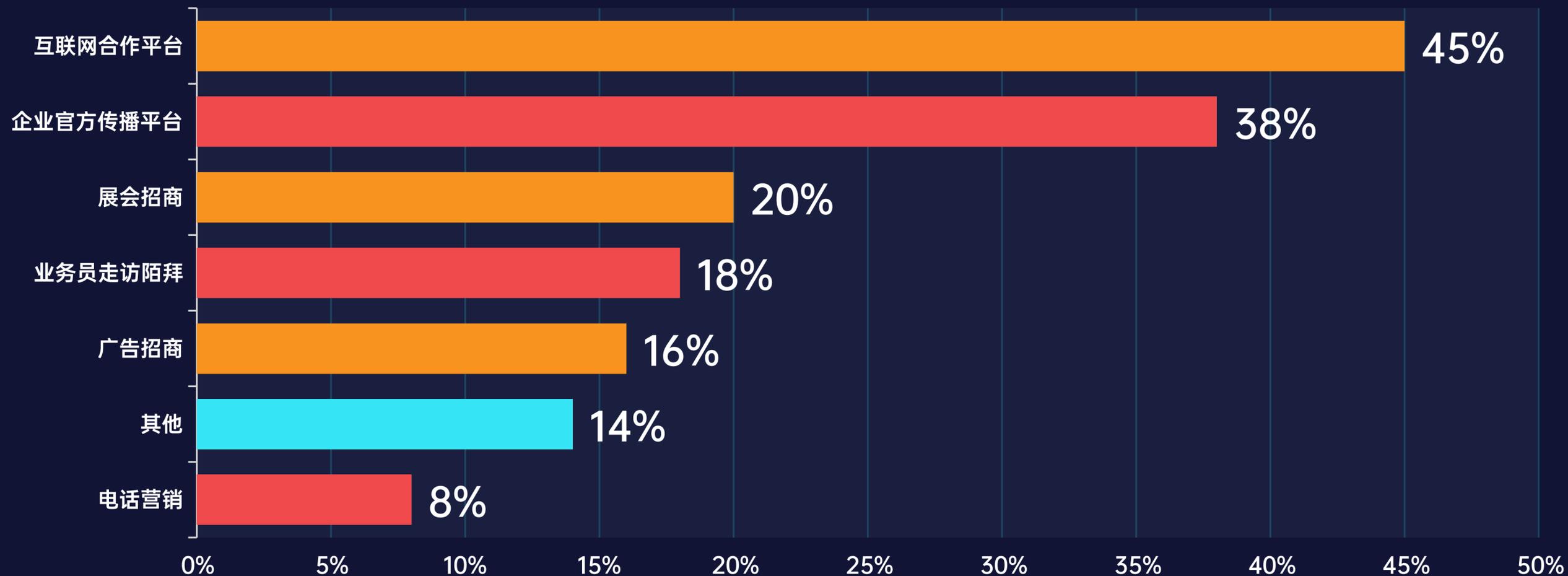


◆ 华东地区、华北地区、华中地区位列橱柜&衣柜行业加盟商分布地区前三。其中，河南、河北、山东、湖南、山西、江西等省份加盟商占比靠前，经济增长迅速、人口密集的省份仍是加盟主力地区。



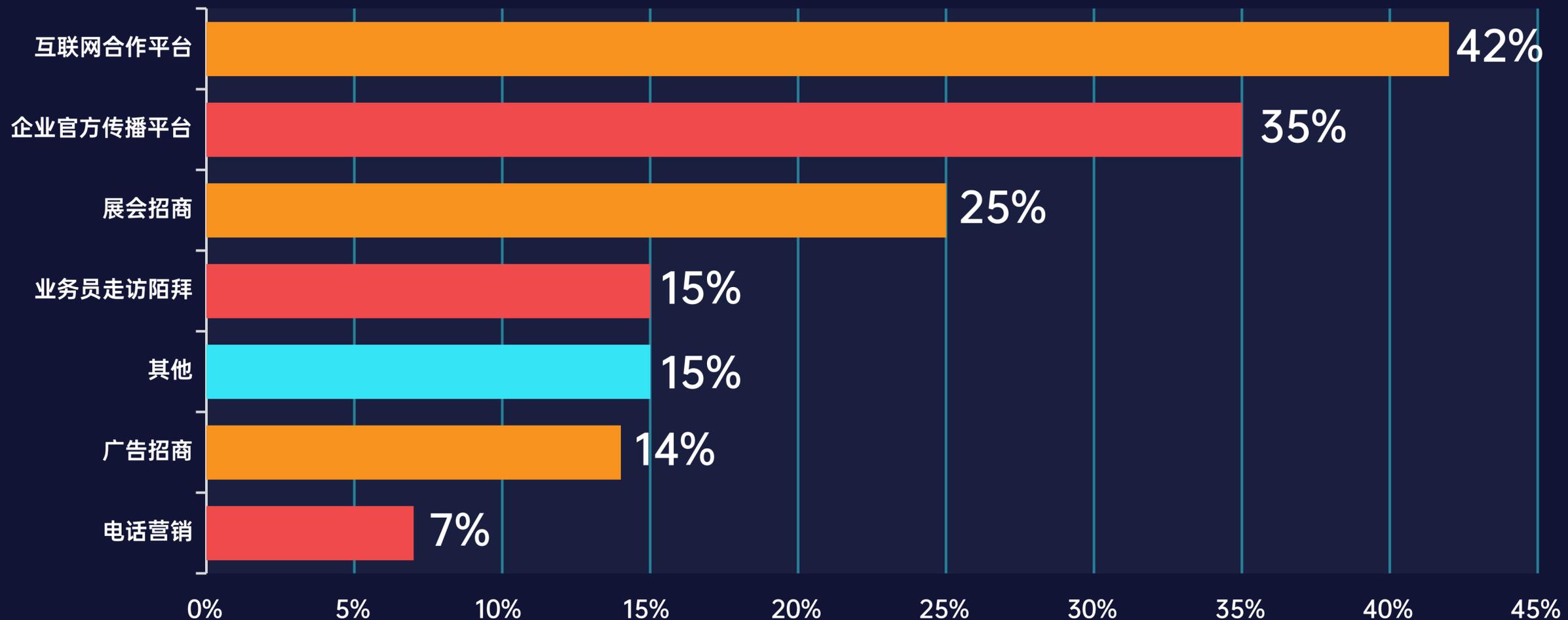
2020年橱柜加盟信息来源情况分析

非闭环数据



2020年衣柜加盟信息来源情况分析

非闭环数据



◆ 互联网招商合作平台是橱柜&衣柜行业加盟信息的主要来源，其次为企业官方传播平台。

◆ 受疫情影响，2020年多个展会延期或取消，导致招商加盟信息来源占比有所降低。

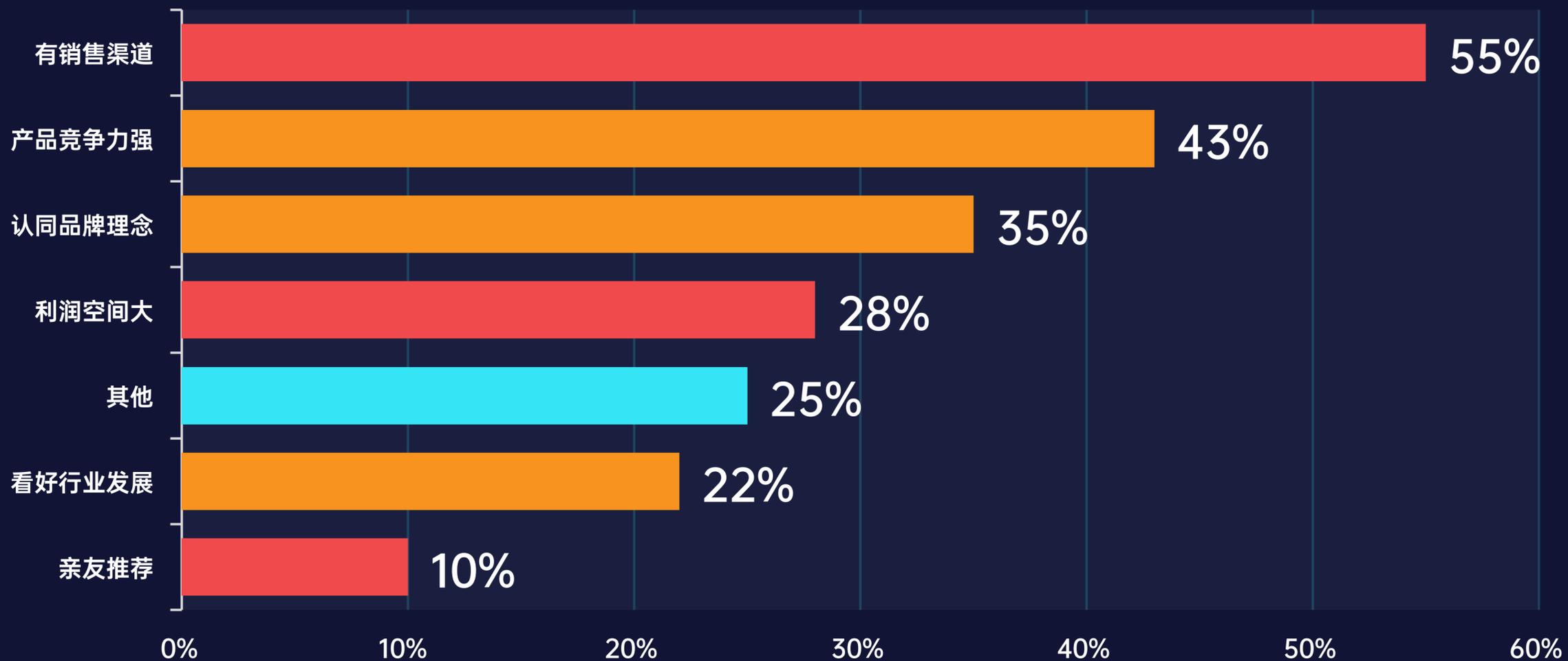
注：因加盟商可以在多个来源通道报名，本数据仅统计各维度占比情况。

2

2020年橱柜&衣柜行业 加盟商投资原因及条件分析

2020年加盟橱柜行业人群投资动机分析

非闭环数据

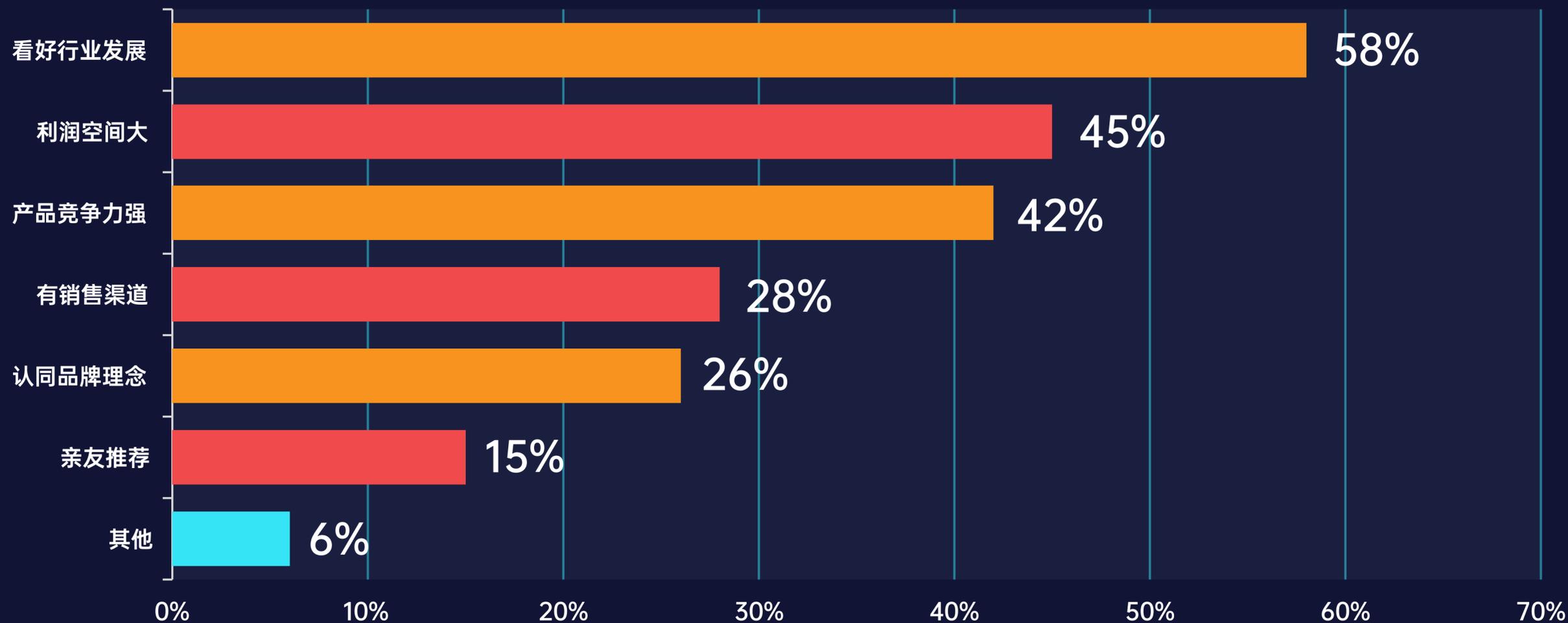


◆ 关键词：有销售渠道、产品竞争力强

对于橱柜行业投资人群来说，有销售渠道和产品竞争力是重要动机。

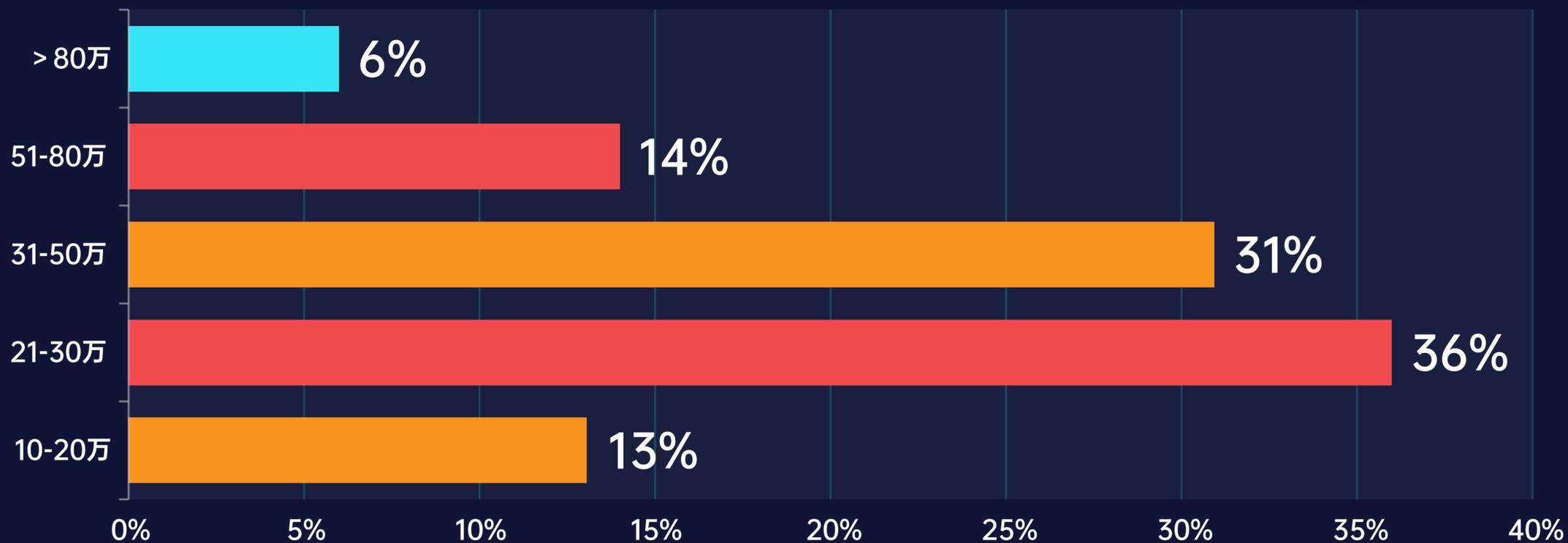
2020年加盟衣柜行业人群投资动机分析

非闭环数据

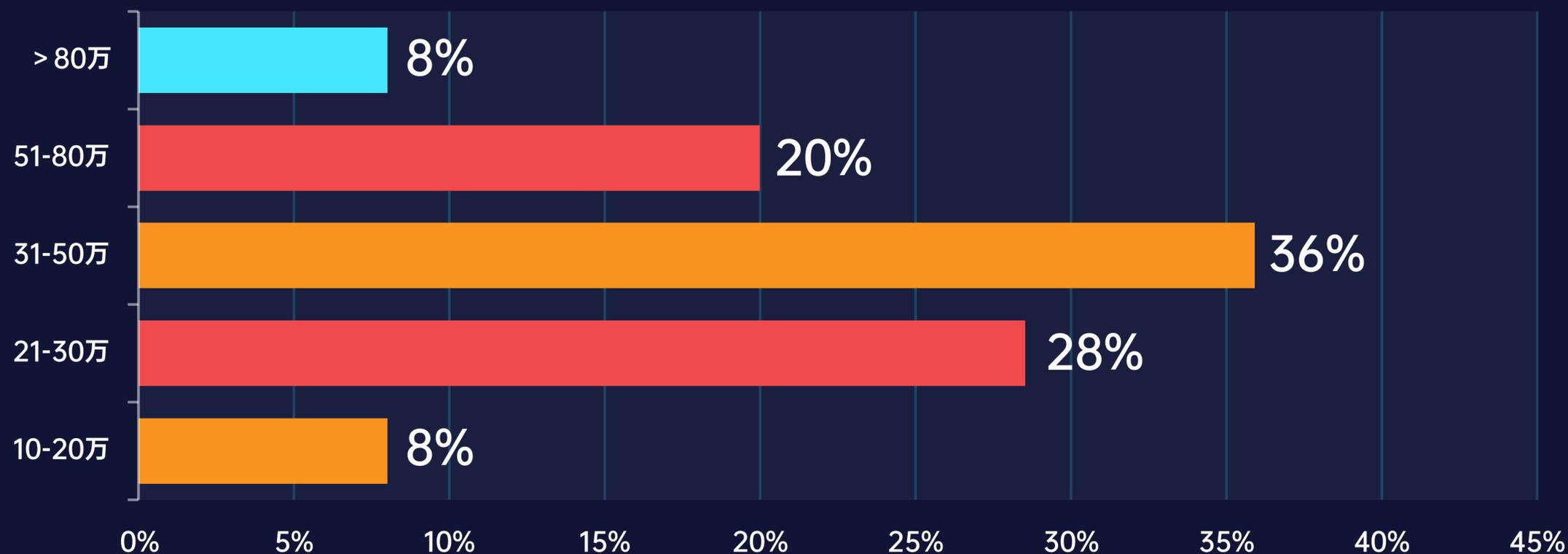


◆ **关键词：行业前景和利润空间 必不可少** 看好行业发展、利润空间和产品竞争力是加盟商选择衣柜行业的主要投资动机。

2020年橱柜行业加盟商投资能力分析

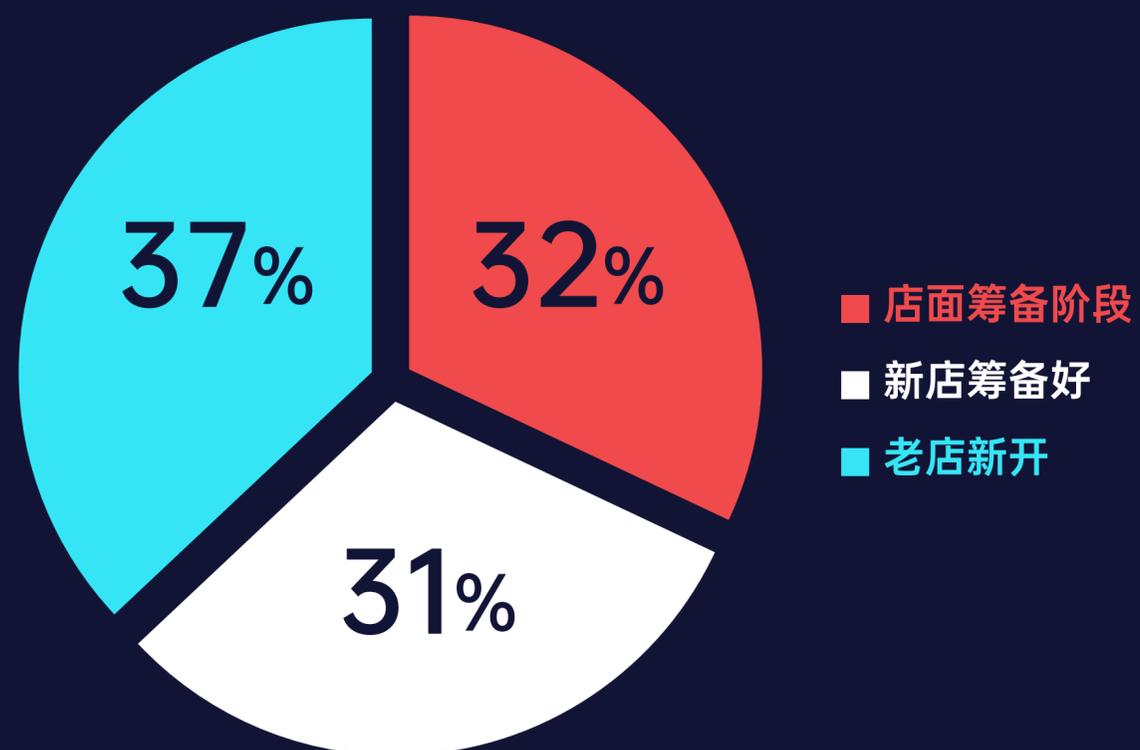


2020年衣柜行业加盟商投资能力分析



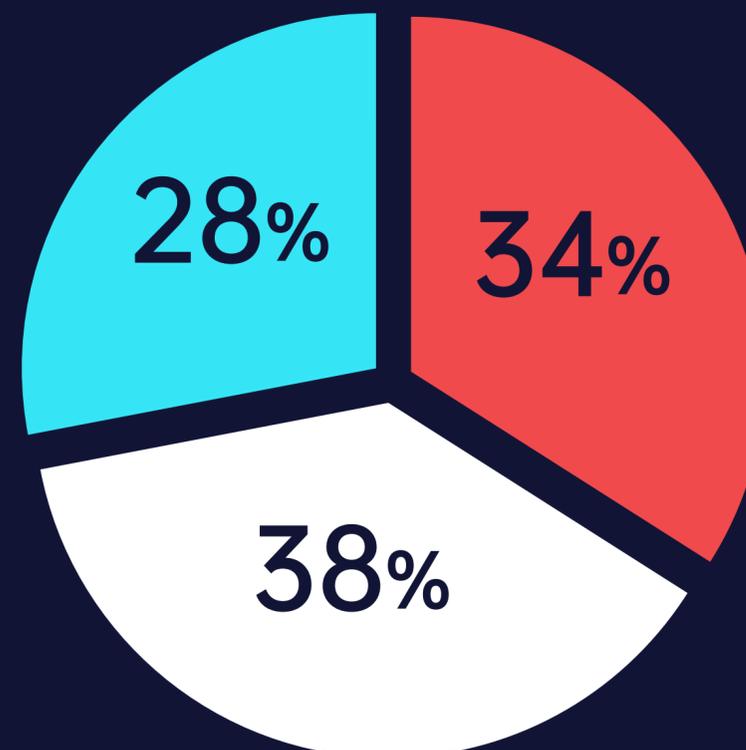
◆ 衣柜行业投资金额占比最高金额段在31-50万，橱柜行业投资金额占比最高金额段在21-30万，均占比36%。
与2019年相比，投资金额在21-30万区间段加盟商占比增多，低成本投入是主旋律。

2020年橱柜行业 加盟店面筹备情况



◆ 37%的橱柜行业加盟商是老店新开。

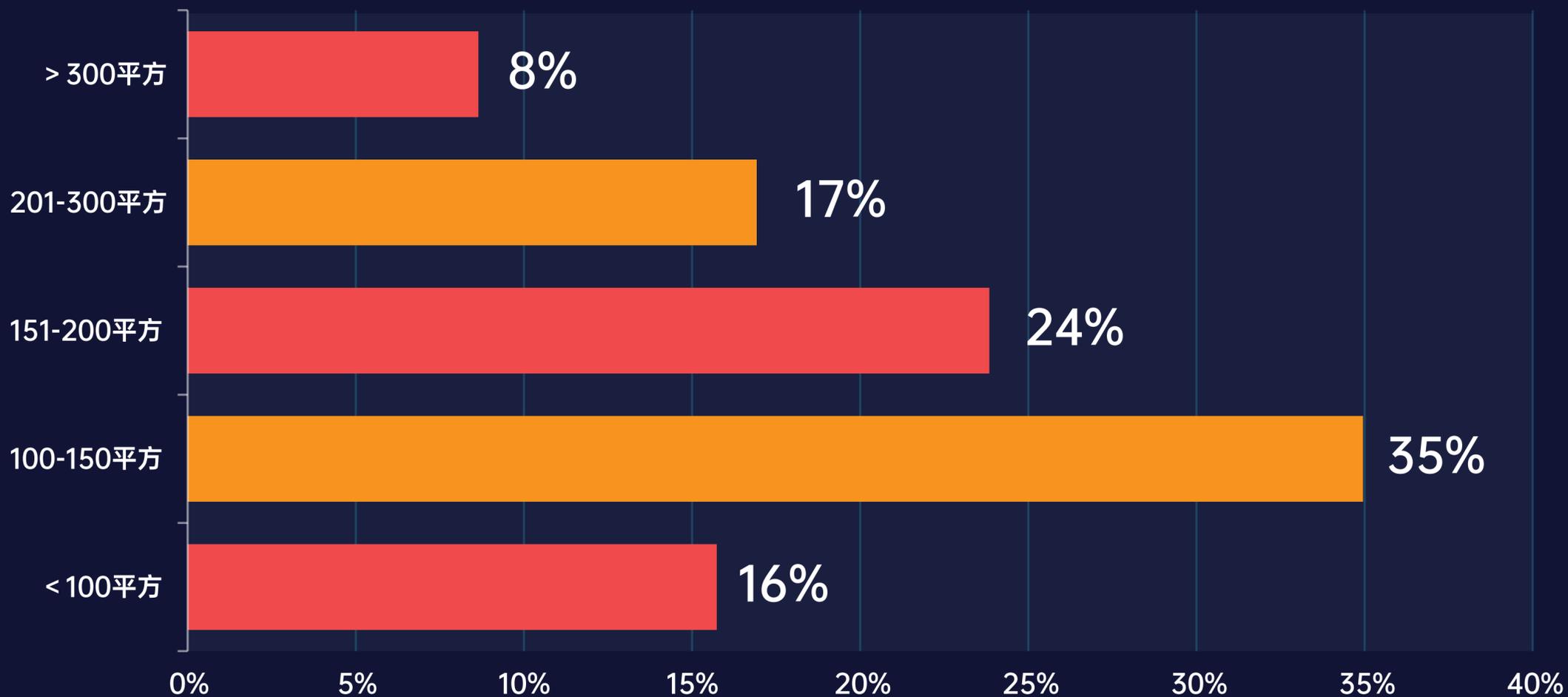
2020年衣柜行业 加盟店面筹备情况



◆ 38%的衣柜行业加盟商已经筹备好新店，尚有34%的加盟商处于店面筹备阶段。

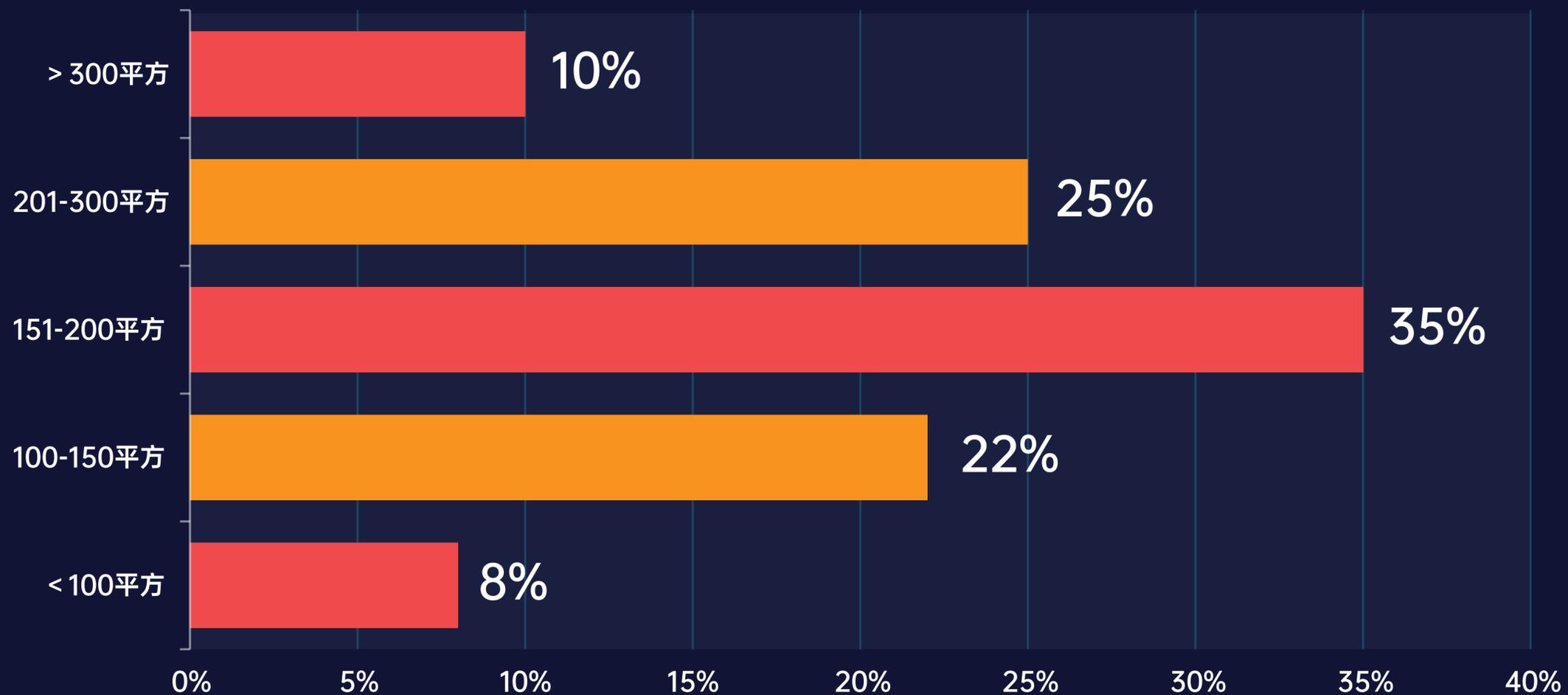


2020年橱柜行业加盟店面面积情况



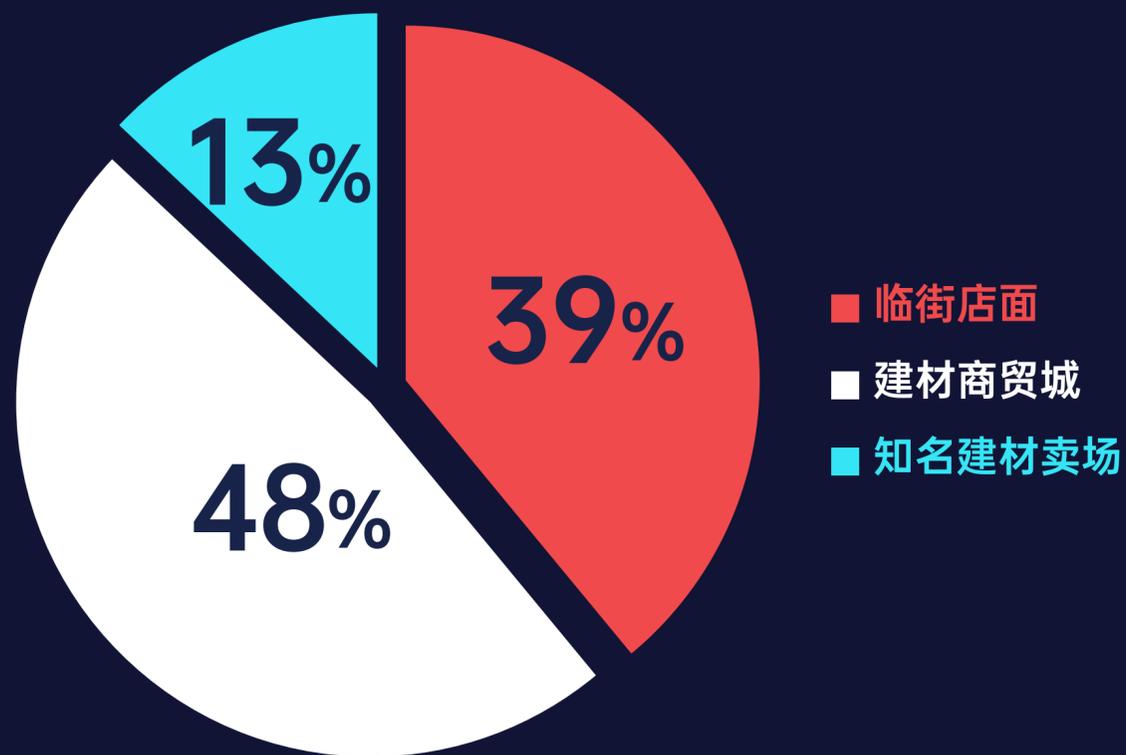
◆ 35%的橱柜行业加盟商面积在100-150平方米。

2020年衣柜行业加盟店面面积情况

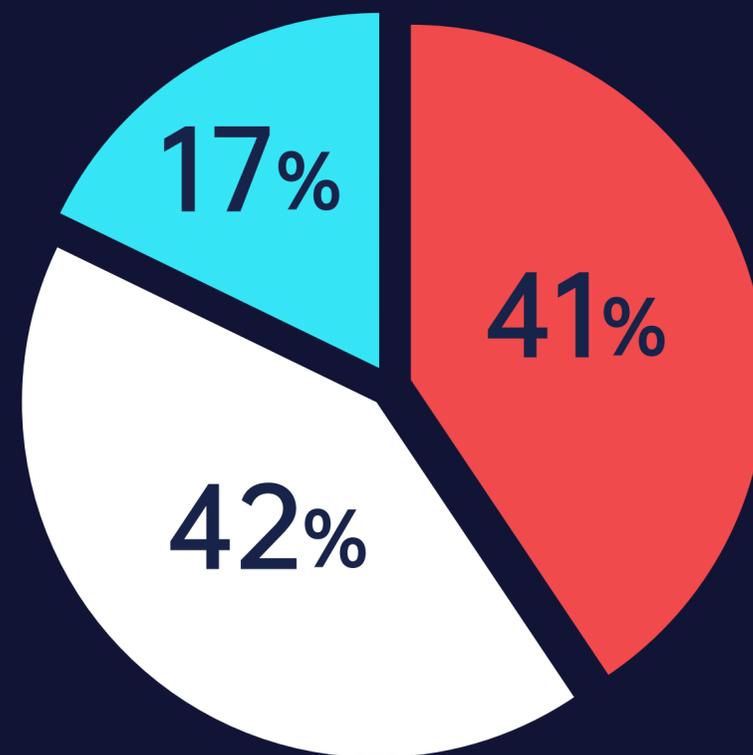


◆ 2020年，35%的衣柜加盟店面面积在151-200平方米。

2020年橱柜行业 加盟商门店位置分析



2020年衣柜行业 加盟商门店位置分析

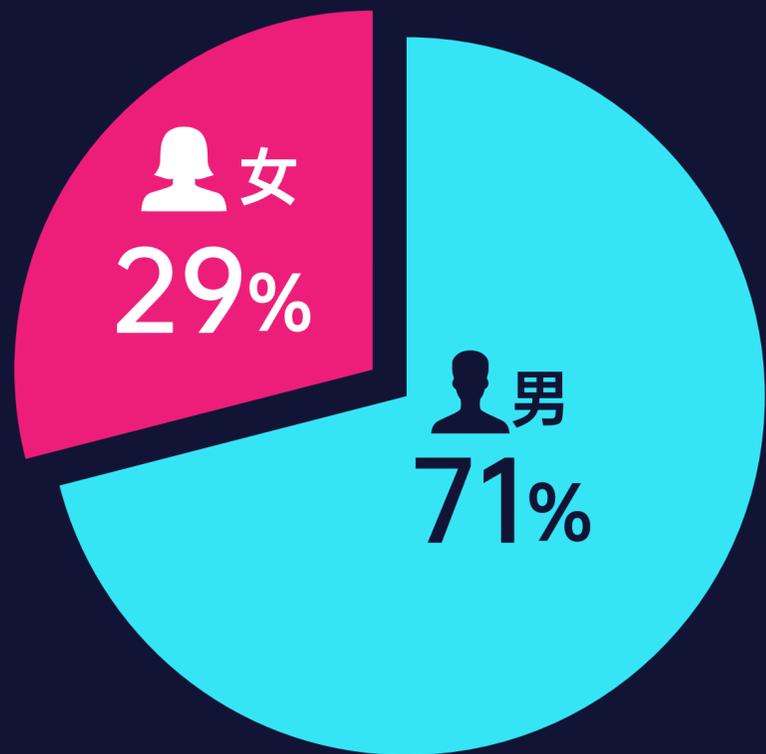


◆ 2020年，建材商贸城依然是橱柜&衣柜行业加盟商开店的主要位置。

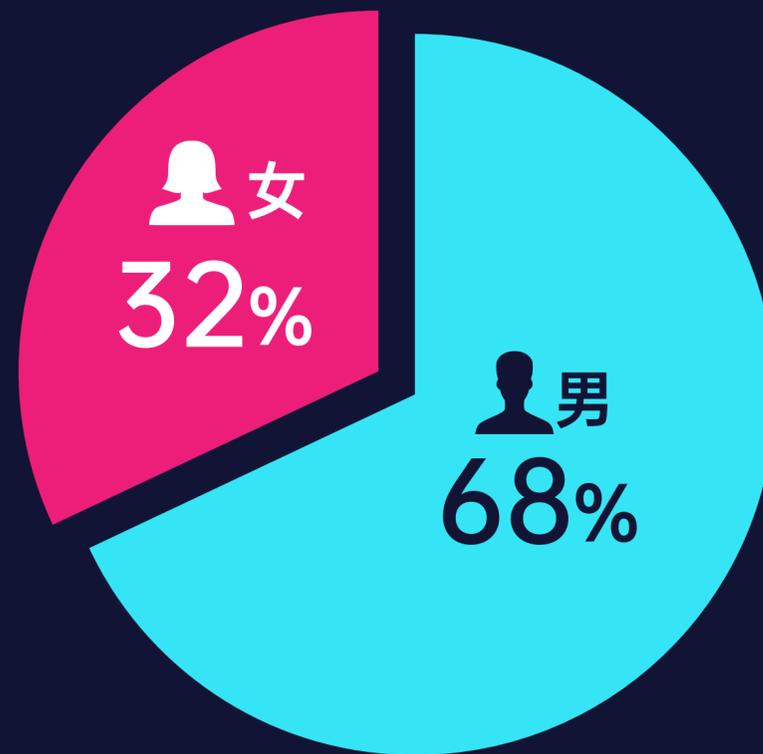


2020年橱柜&衣柜行业 加盟商人群画像

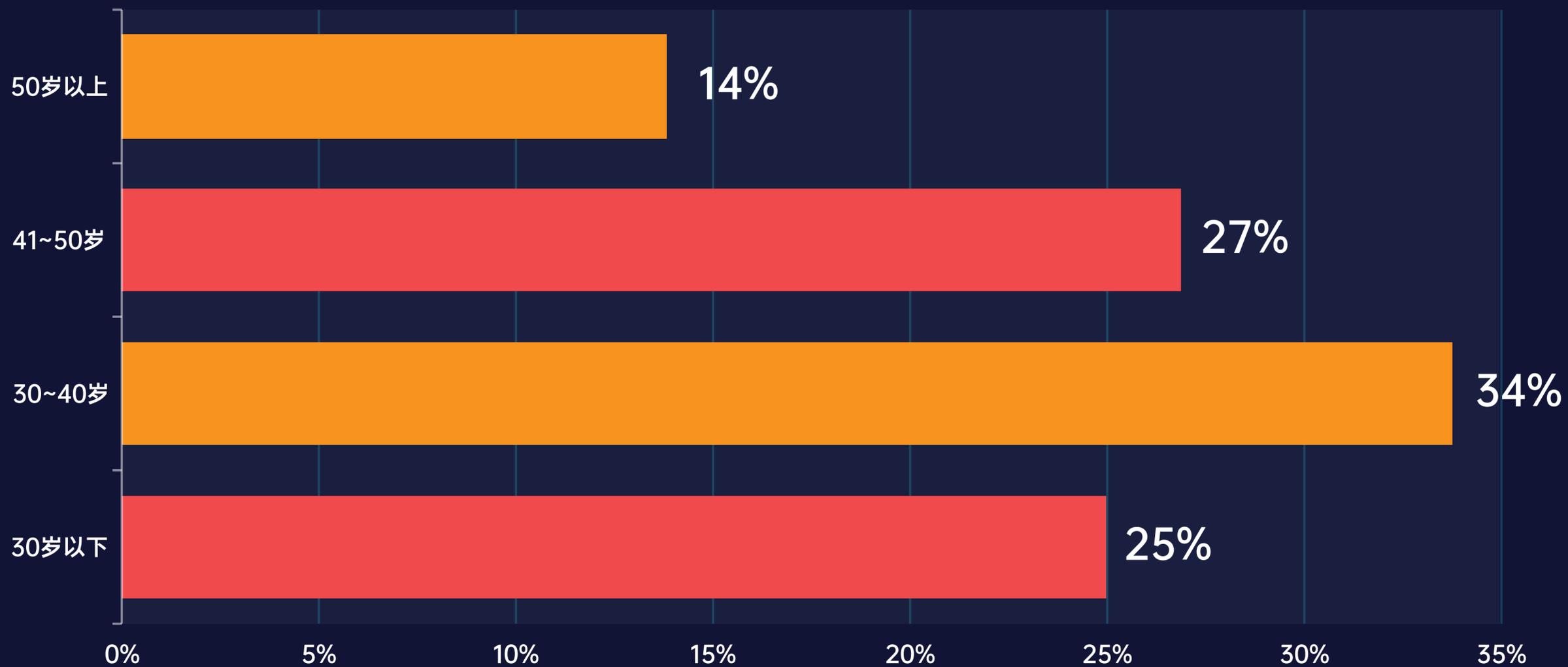
2020年橱柜行业 加盟商性别比例分析



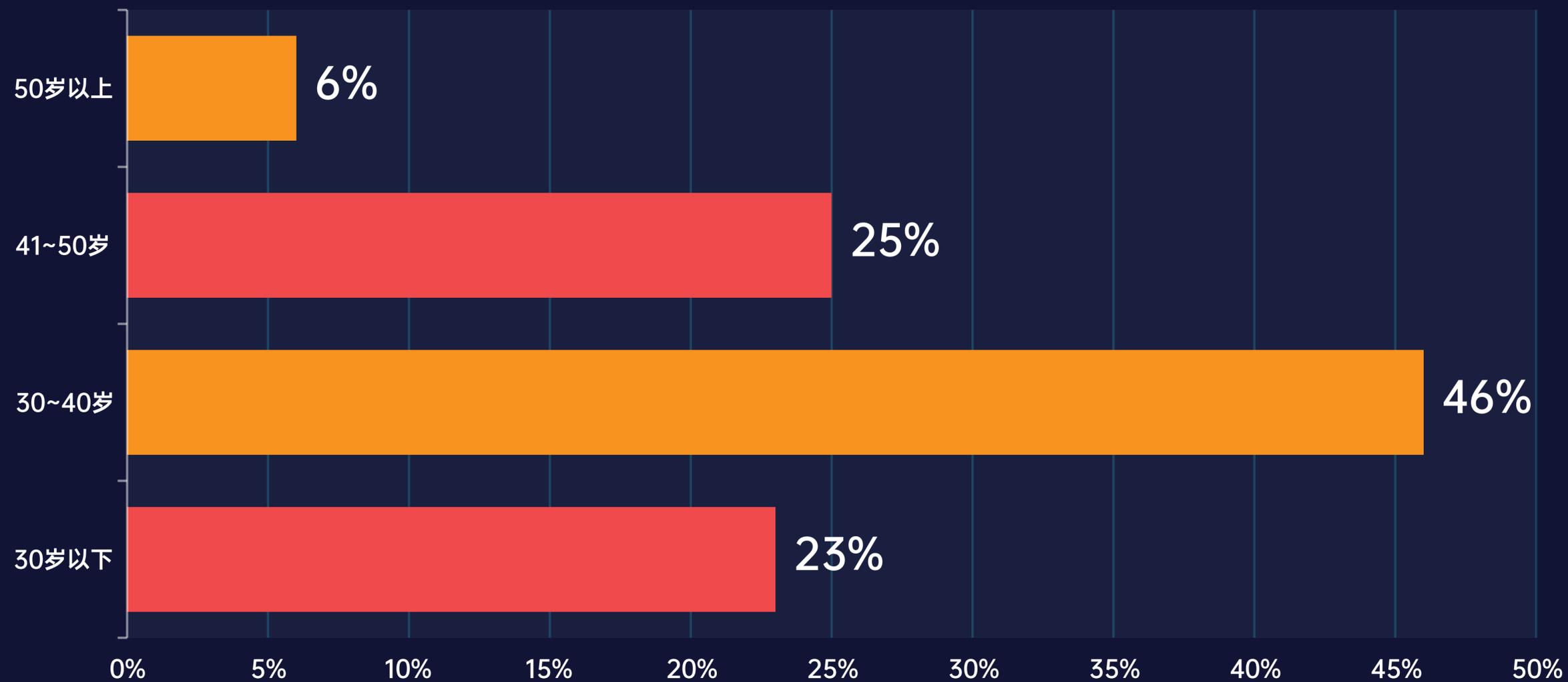
2020年衣柜行业 加盟商性别比例分析



2020年橱柜行业加盟商年龄分布情况

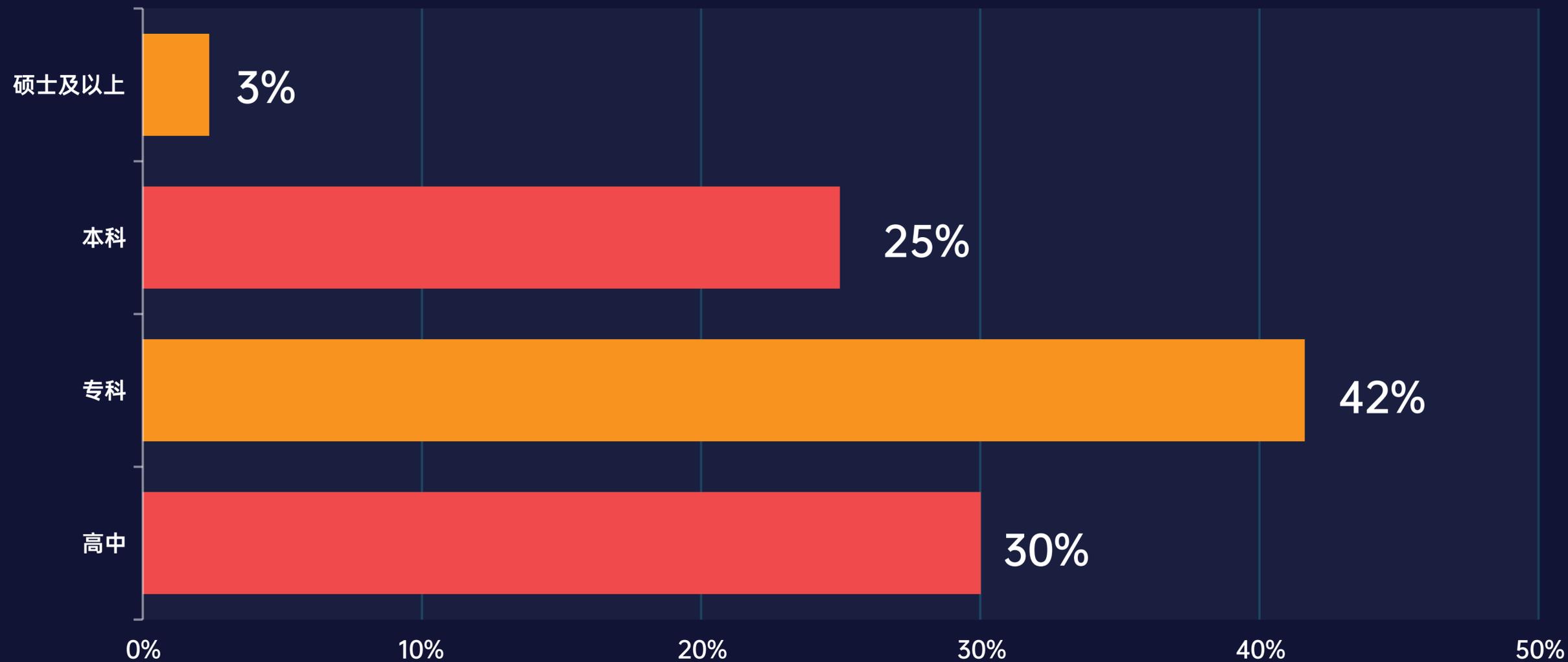


2020年衣柜行业加盟商年龄分布情况



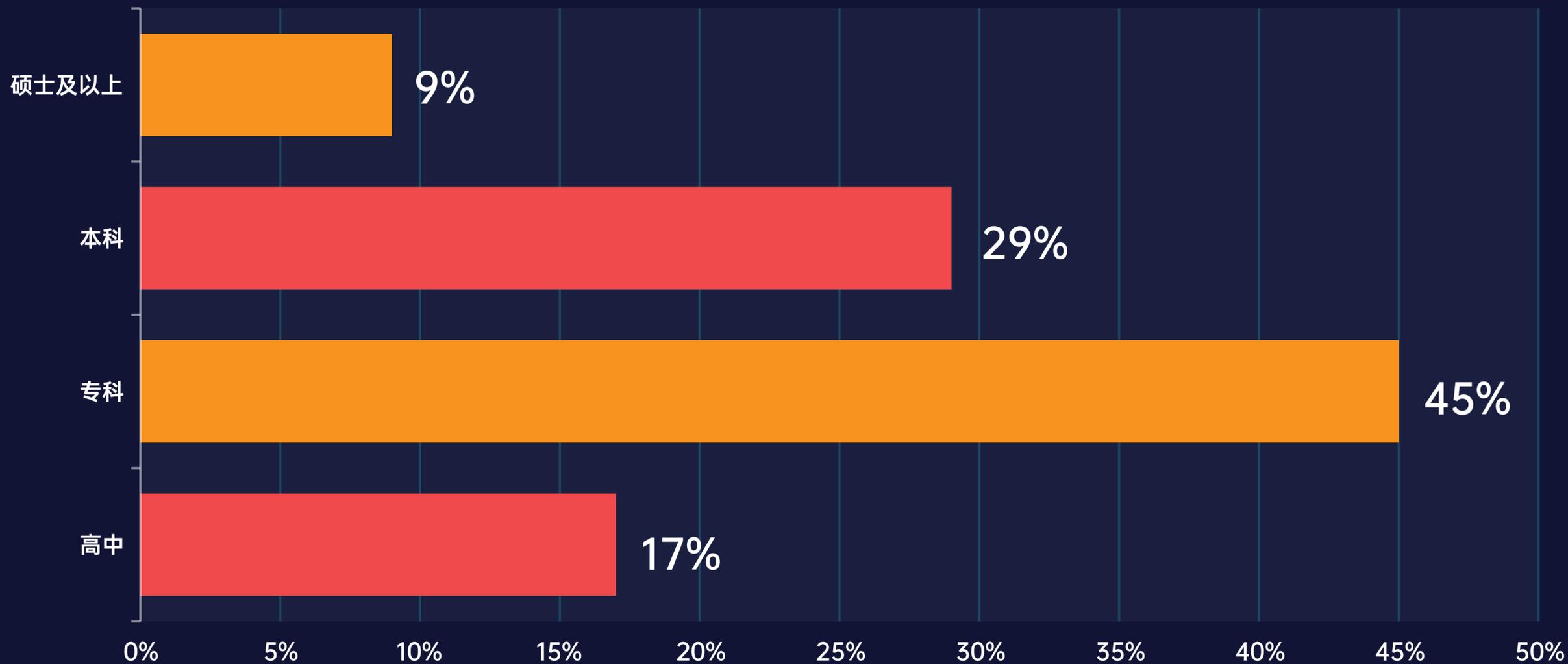


2020年橱柜行业加盟商学历分析



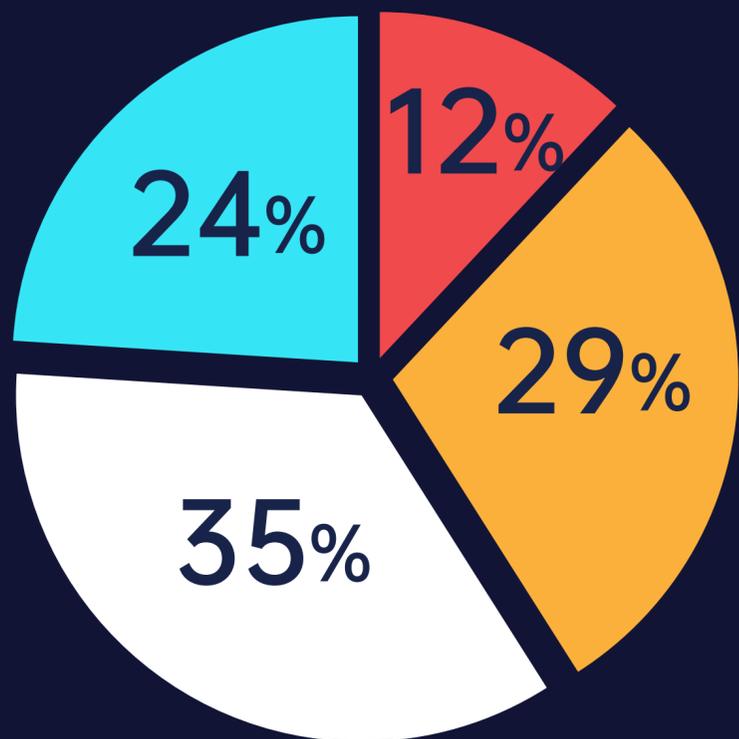


2020年衣柜行业加盟商学历分析



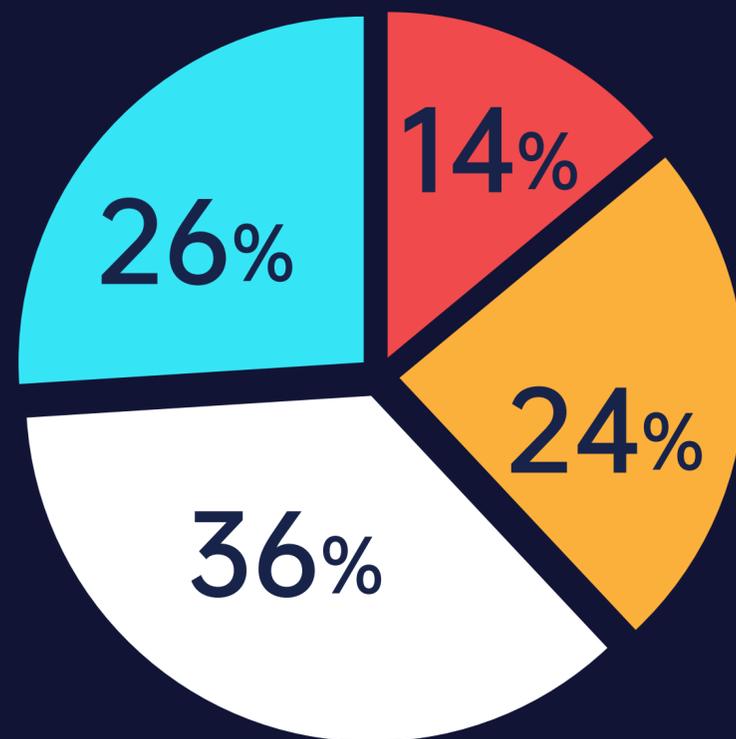


2020年橱柜行业 加盟商家居建材行业经验年限

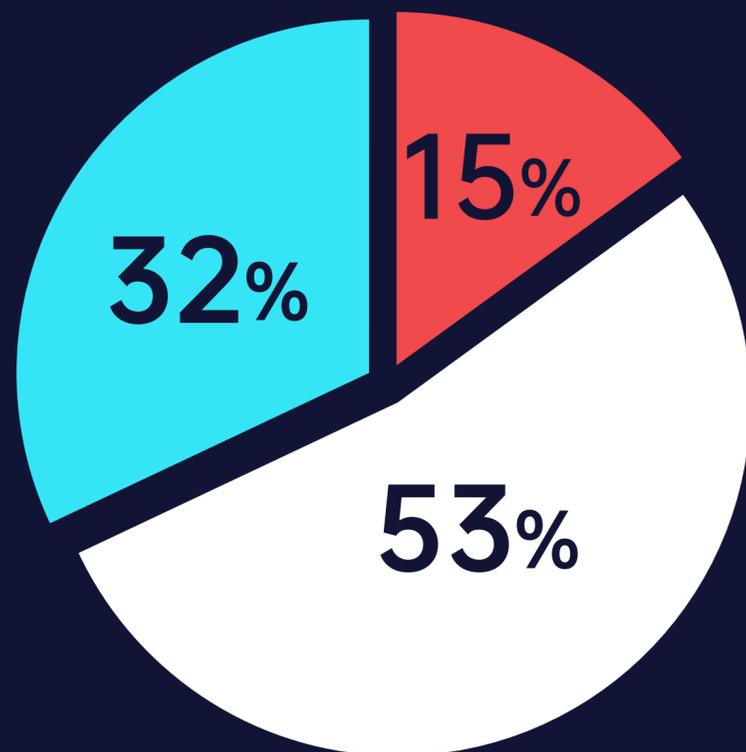


- > 5年
- 3-5年
- 1-3年
- ≤ 1年

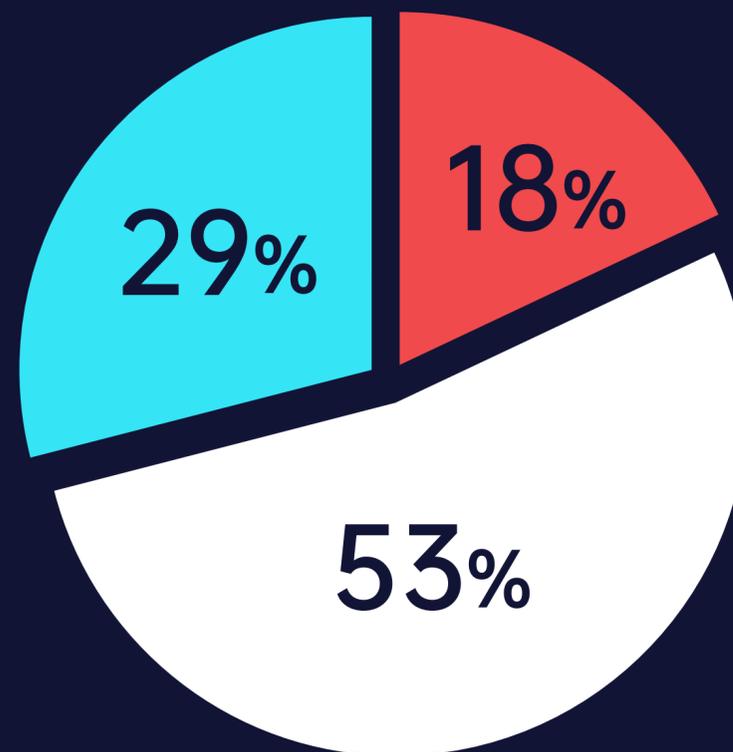
2020年衣柜行业 加盟商家居建材行业经验年限



2020年橱柜行业 加盟商团队情况

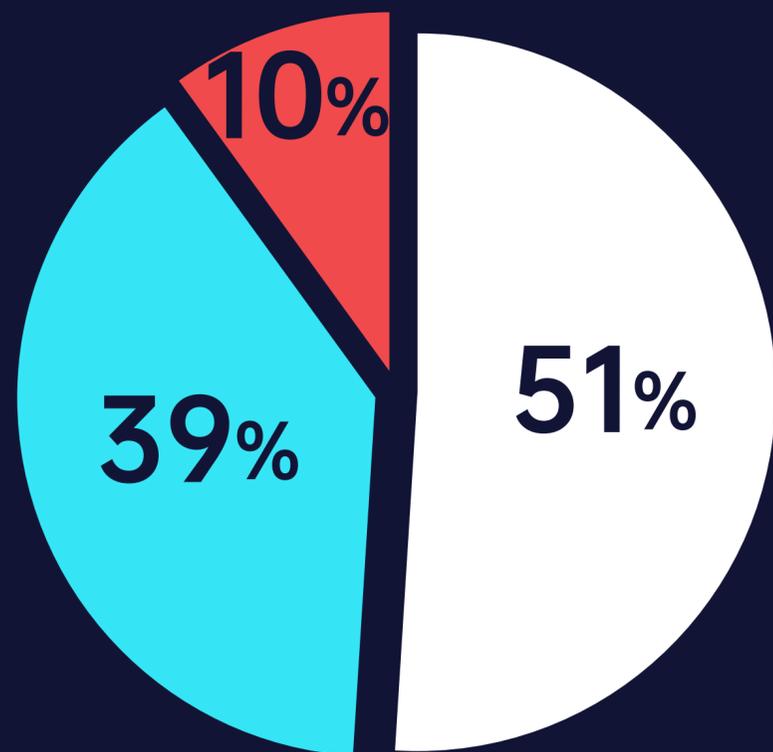


2020年衣柜行业 加盟商团队情况

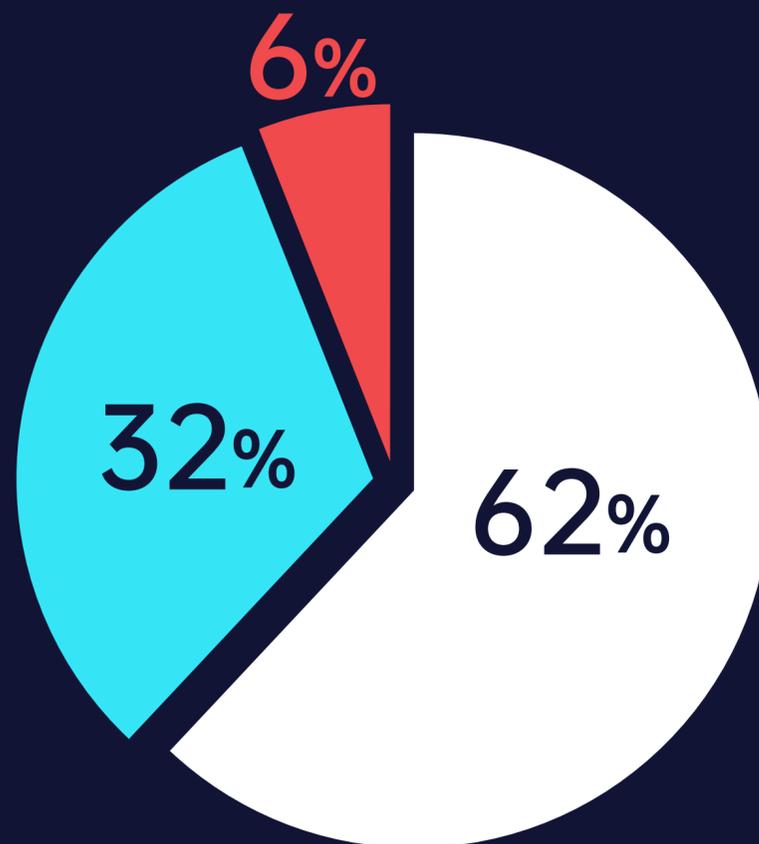


- 已有成熟团队
- 有基础团队
- 无团队

2020年橱柜行业 加盟商历史经营店面情况



2020年衣柜行业 加盟商历史经营店面情况



■ 单店经营
■ 双店经营
■ 多店经营



◆ 关键词：有备而来，投资更理性

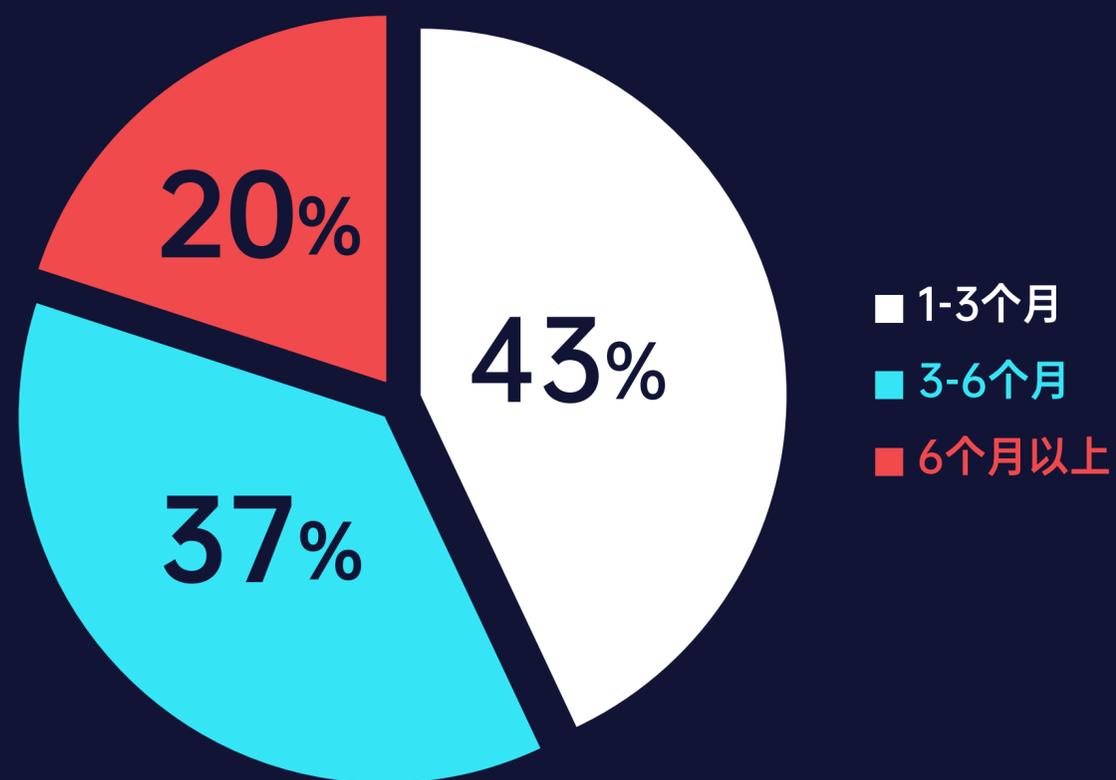
TA们是一群有眼光、懂市场、高学历又有沉淀投资者

·2020年，男性仍然是加盟橱柜&衣柜行业的主体；
他们多数年龄在30~40岁之间，
有3-5年家居建材行业经验，超半数采取单店经营。

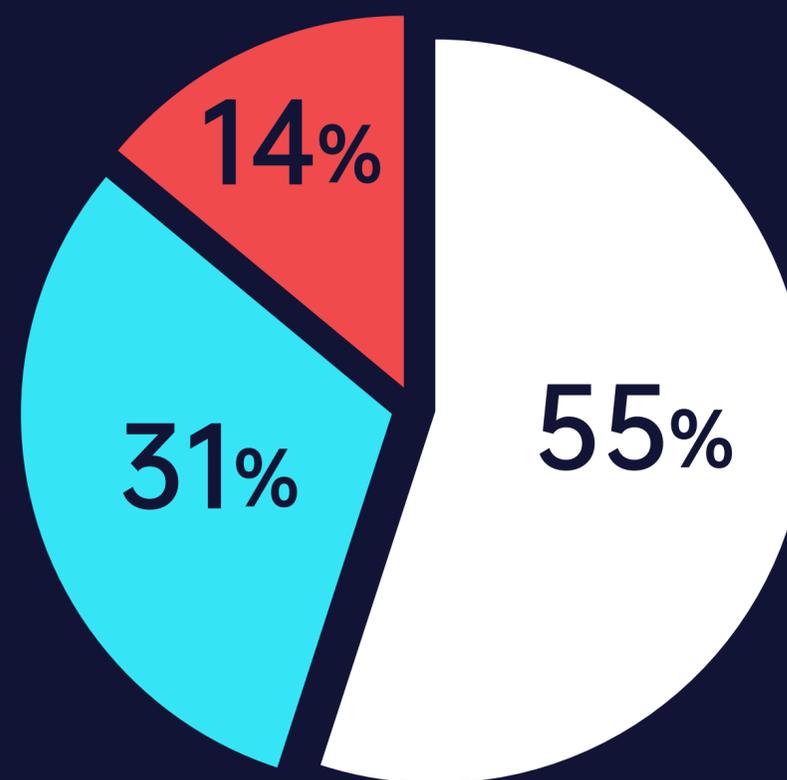
4

2020年橱柜&衣柜行业 加盟商投资进程及经营情况

2020年橱柜行业 加盟商开业周期分析

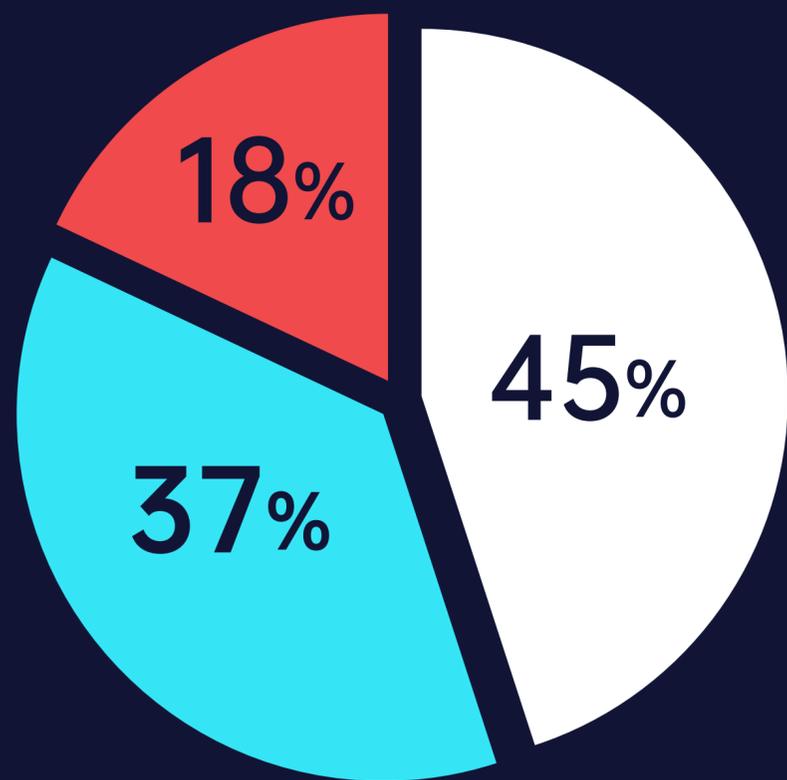


2020年衣柜行业 加盟商开业周期分析



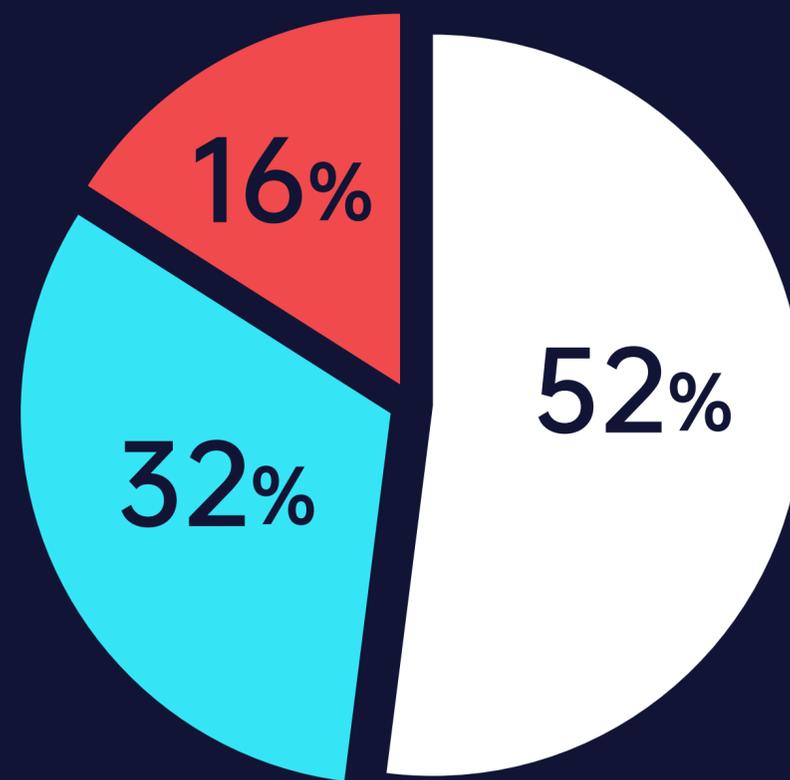
◆ 2020年，超8成橱柜&衣柜行业加盟商在半年内开业，55%的衣柜行业加盟商在3个月内实现开业；相较而言，橱柜&衣柜行业加盟商开业周期比2019年更长，受疫情影响，投资慎重是重要原因。

2020年橱柜行业 加盟商开店意愿度（报名咨询项目初期）

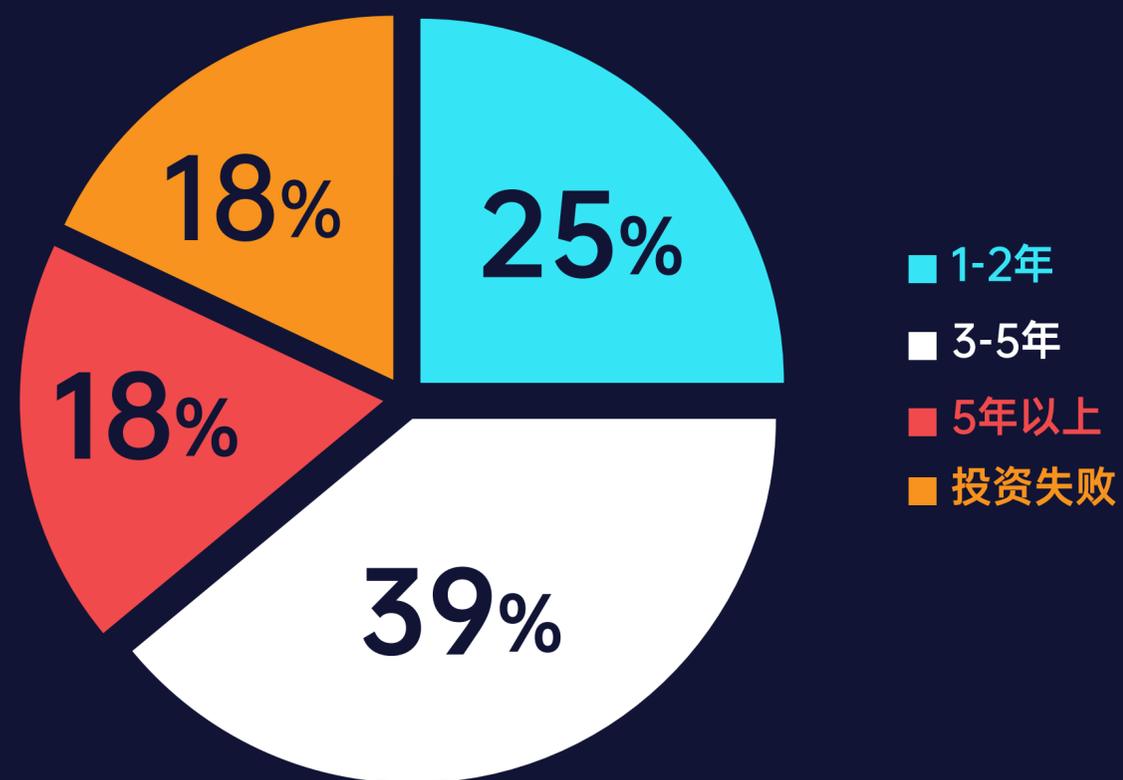
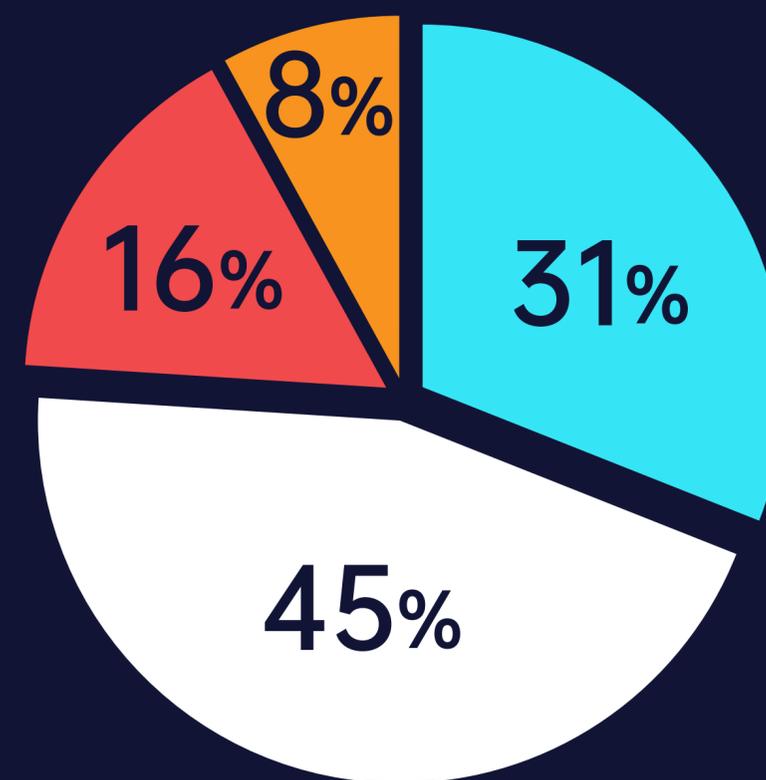


- 意向非常强烈
- 加盟意向一般
- 了解观望

2020年衣柜行业 加盟商开店意愿度（报名咨询项目初期）



◆ 在报名咨询项目初期，超半数衣柜加盟商目的明确，开店意向非常强烈；橱柜行业加盟商更显谨慎。与2019年相比，选择了解观望的加盟商有增长趋势。

2015-2020年橱柜行业
加盟商盈利周期分析2015-2020年衣柜行业
加盟商盈利周期分析

◆ 2015-2020年衣柜行业加盟商在3-5年内实现盈利的占比达45%，1-2年实现盈利的占比31%，投资失败的占比8%，总体而言，衣柜行业投资较为安全；橱柜行业相对而言盈利周期更长，投资失败比例高达18%。

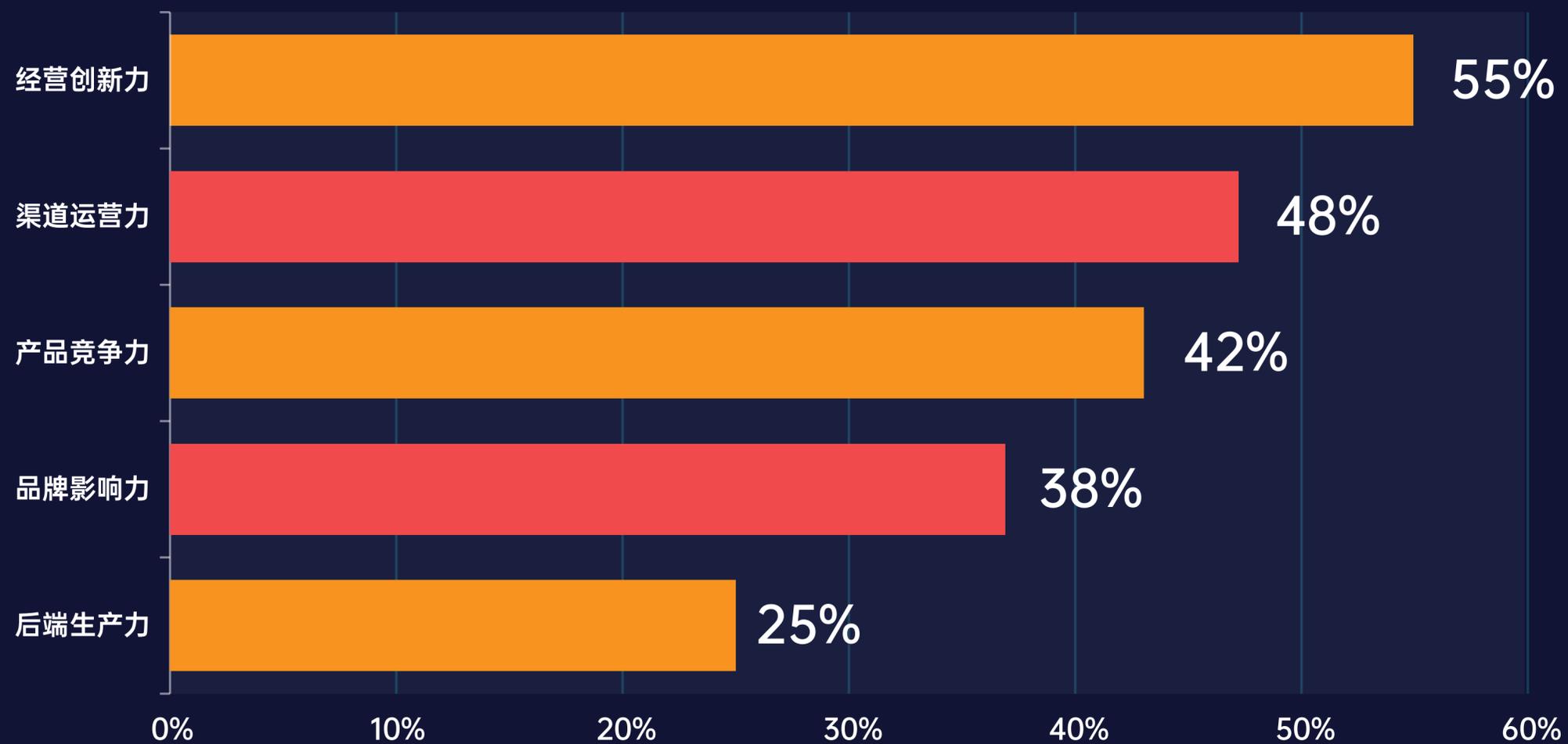
5

2020年橱柜&衣柜行业 加盟商选择品牌核心要素分析



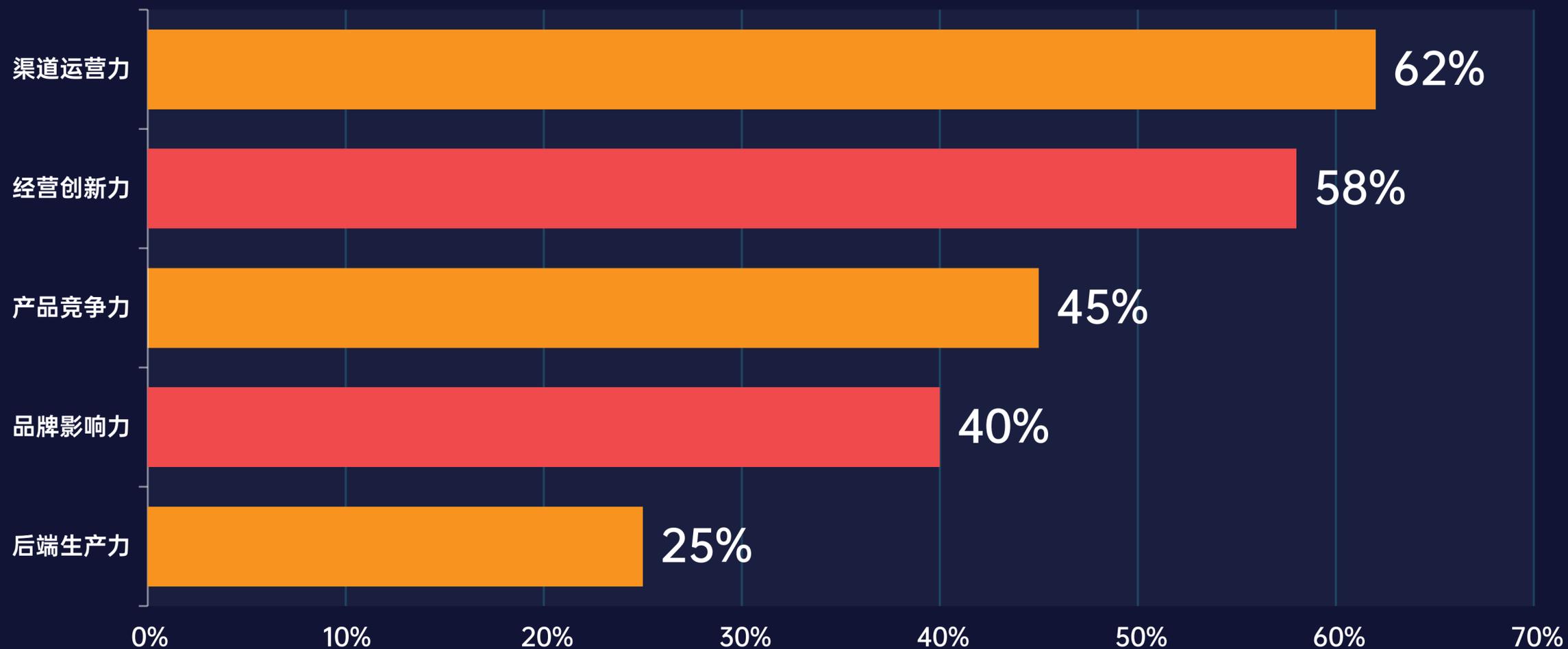
2020年橱柜行业加盟商选择品牌加盟综合情况

非闭环数据



2020年衣柜行业加盟商选择品牌加盟综合情况

非闭环数据

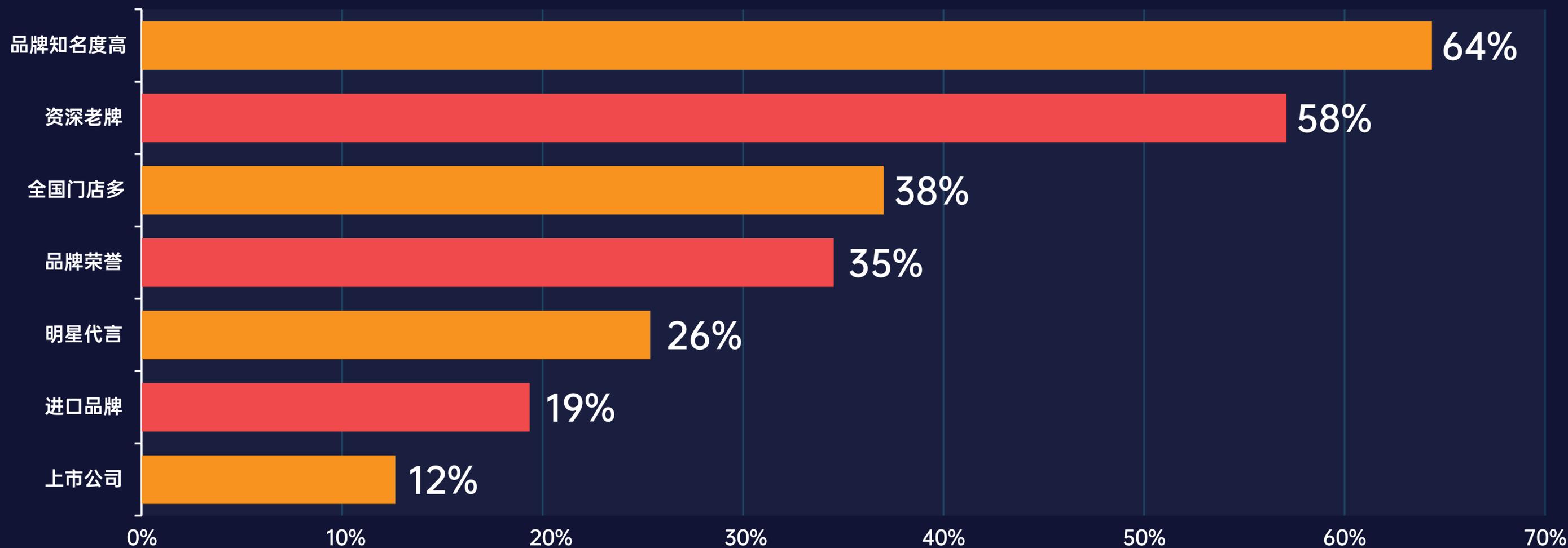


◆ 关键词：关注渠道运营力&经营创新力

2020年，加盟商更加关注品牌的渠道运营力和经营创新力，突如其来的疫情，让更多加盟商开始关注企业在危机中寻找机会的能力，这也是品牌长久生存的关键因素。

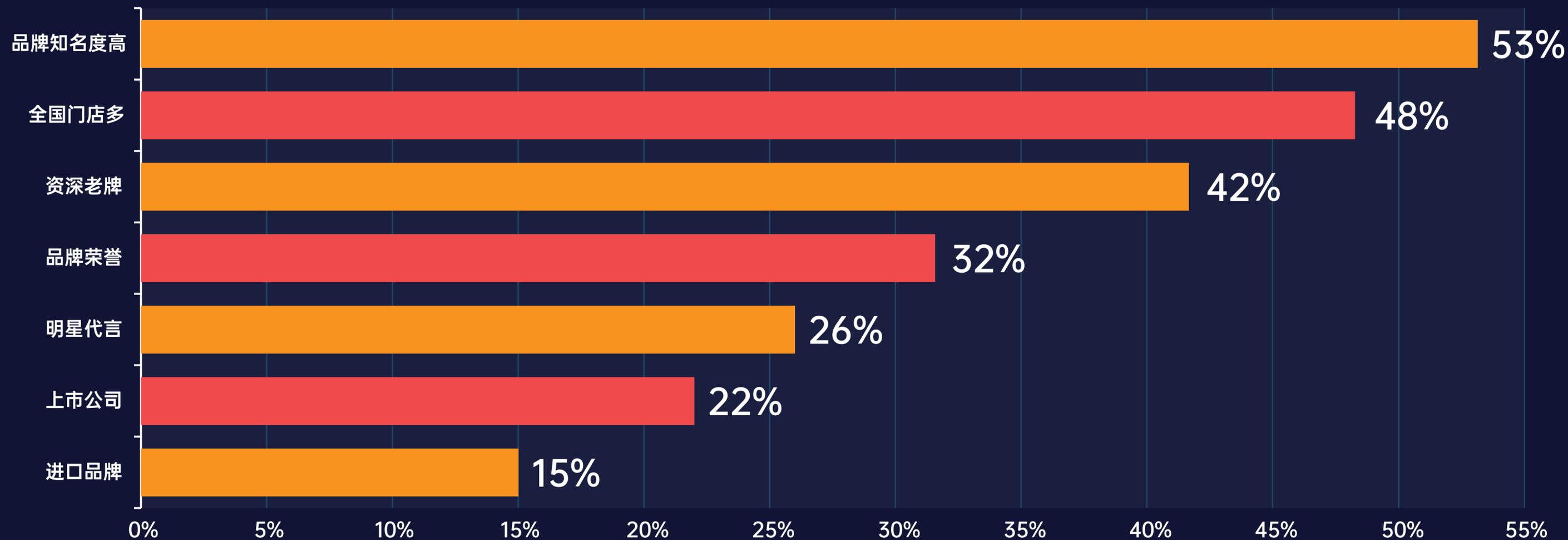
2020年橱柜行业加盟商对企业品牌影响力方面关注点

非闭环数据



2020年衣柜行业加盟商对企业品牌影响力方面关注点

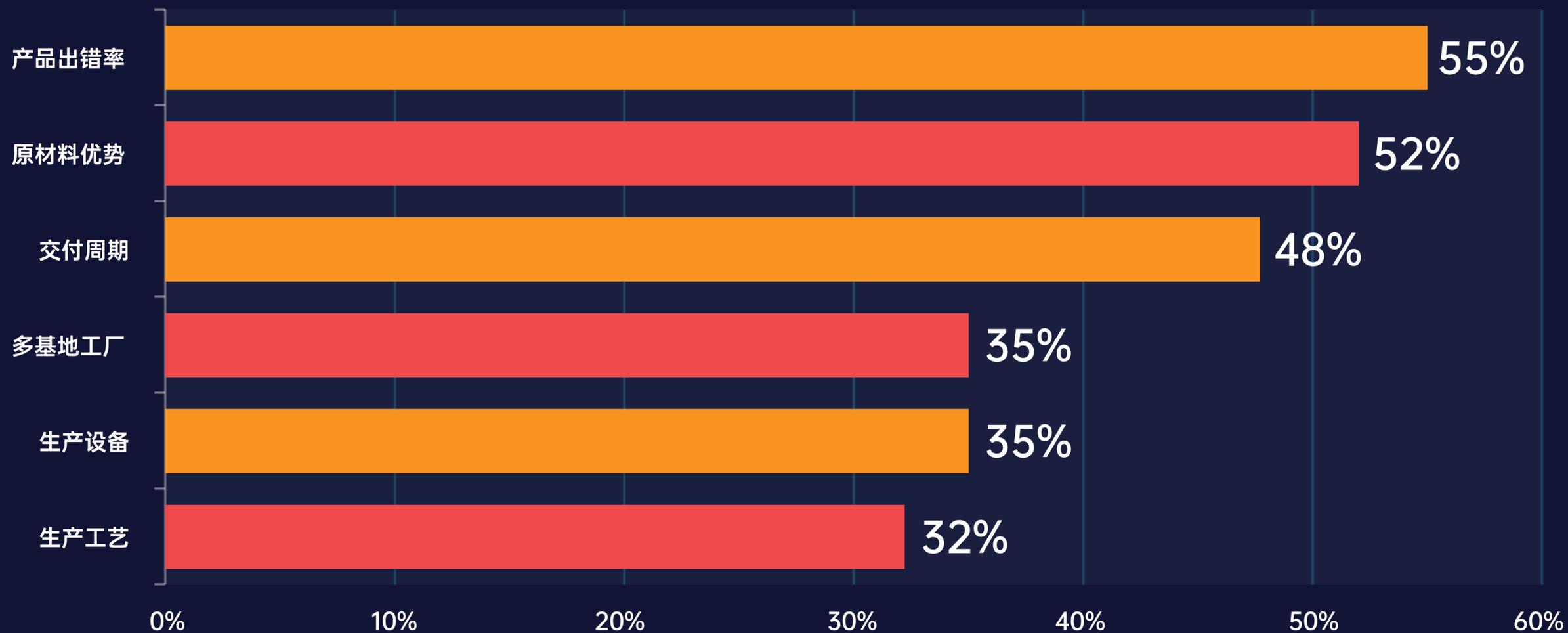
非闭环数据



◆ 品牌层面分析，橱柜行业加盟商更关注品牌知名度以及是否是资深老牌；衣柜加盟商主要关注所加盟品牌的知名度、全国门店数量及是否是资深老牌品牌三个方面。

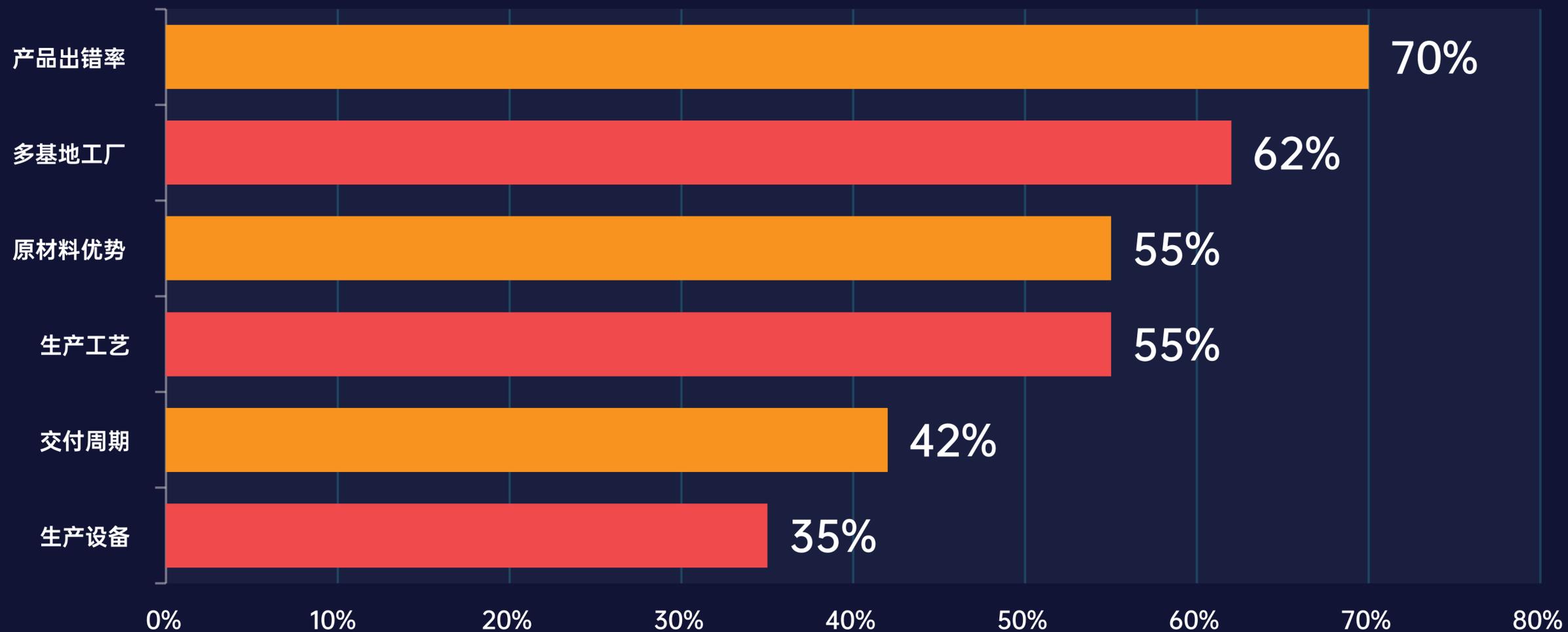
2020年橱柜行业加盟商对企业后端生产力方面关注点

非闭环数据



2020年衣柜行业加盟商对企业后端生产力方面关注点

非闭环数据

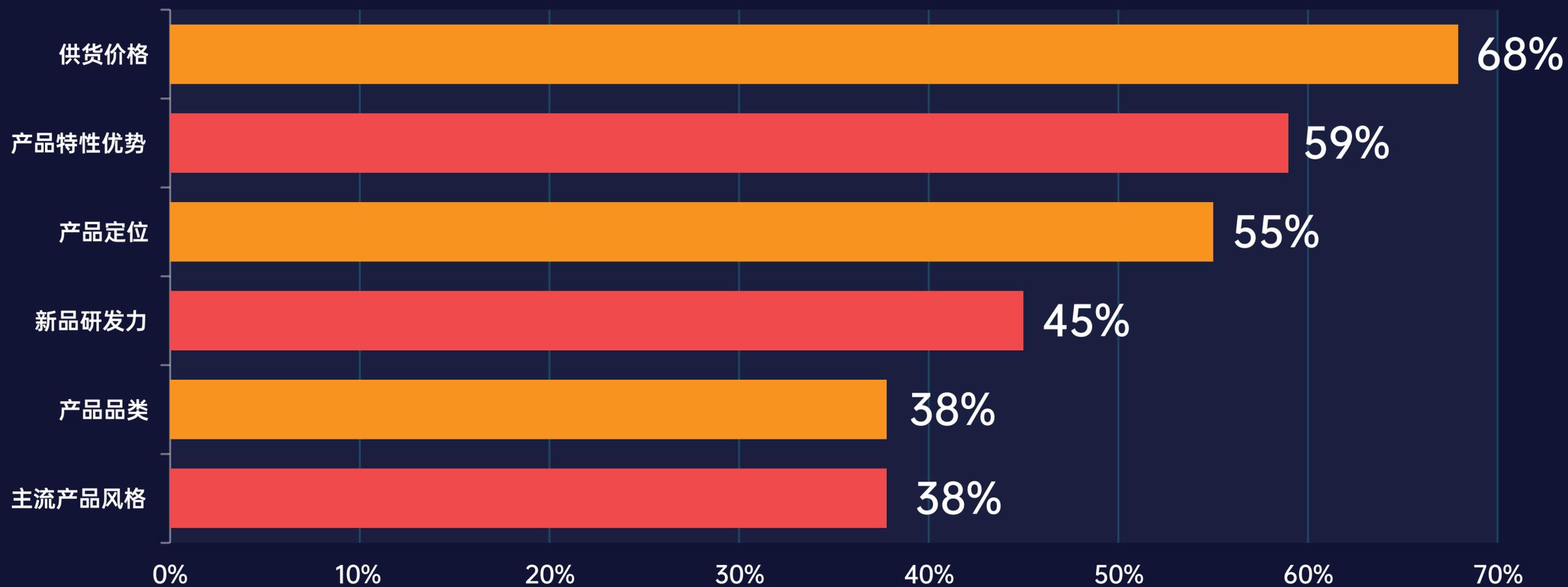


◆ 后端生产力方面，橱柜行业加盟商更关注产品出错率和原材料优势；衣柜行业加盟商更关注产品出错率、是否拥有多基地工厂。



2020年橱柜行业加盟商对企业产品竞争力方面关注点

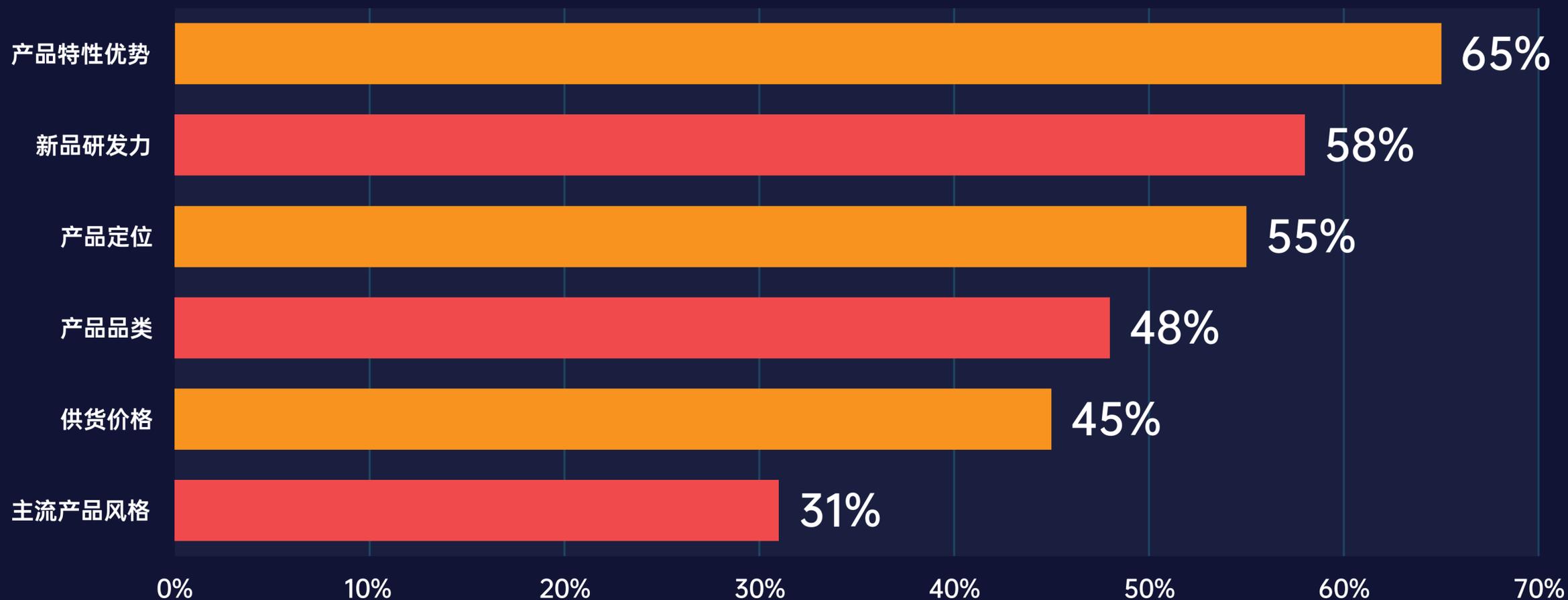
非闭环数据





2020年衣柜行业加盟商对企业产品竞争力方面关注点

非闭环数据

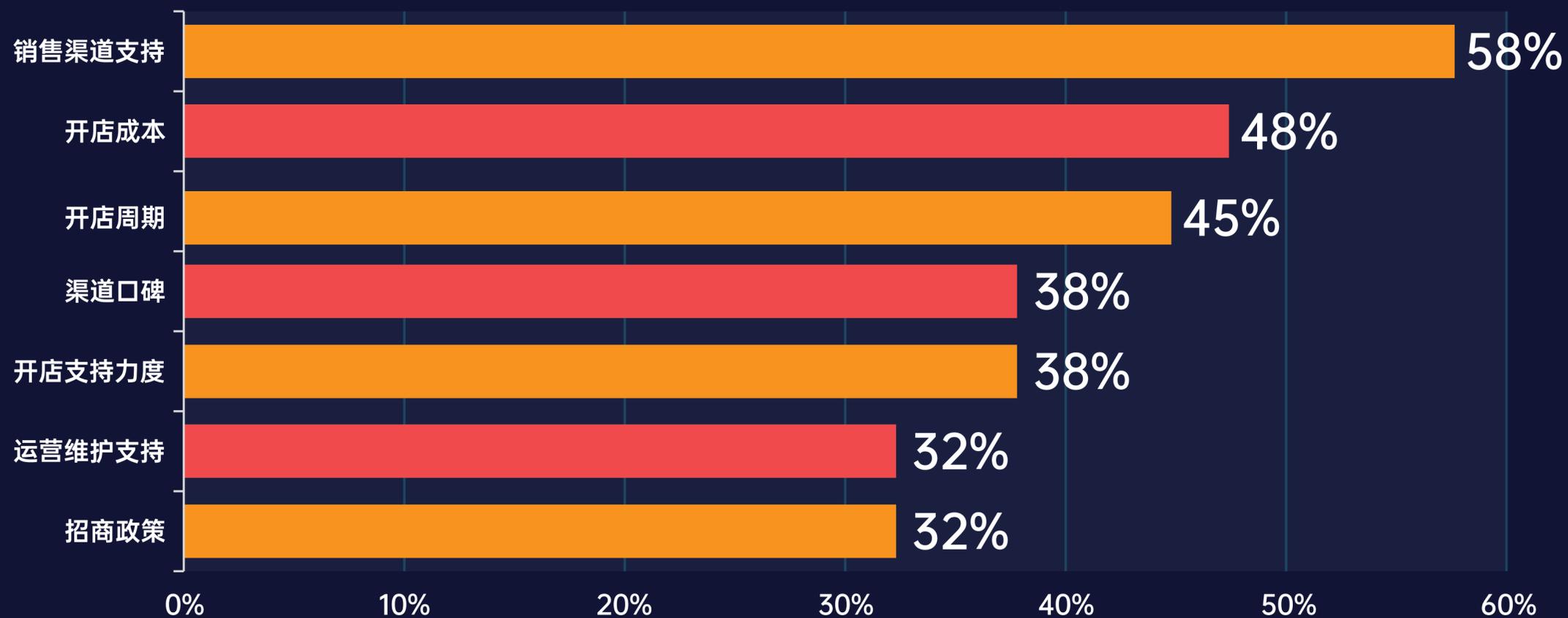


◆ 产品竞争力方面，橱柜加盟商更关心供货价格和产品特性优势，其次是产品定位；衣柜加盟商更关注产品特性优势以及新品研发能力，其次为产品定位。



2020年橱柜行业加盟商对企业渠道运营帮扶方面关注点

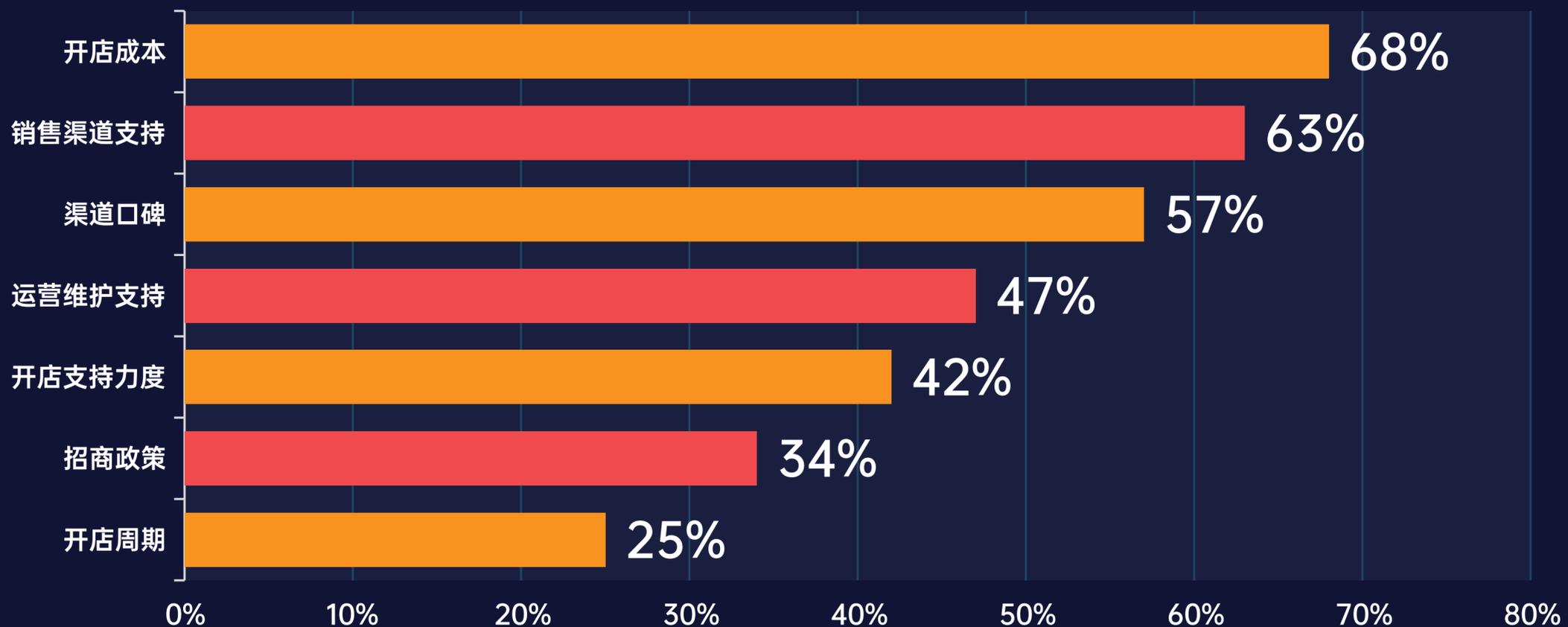
非闭环数据





2020年衣柜行业加盟商对企业渠道运营帮扶方面关注点

非闭环数据

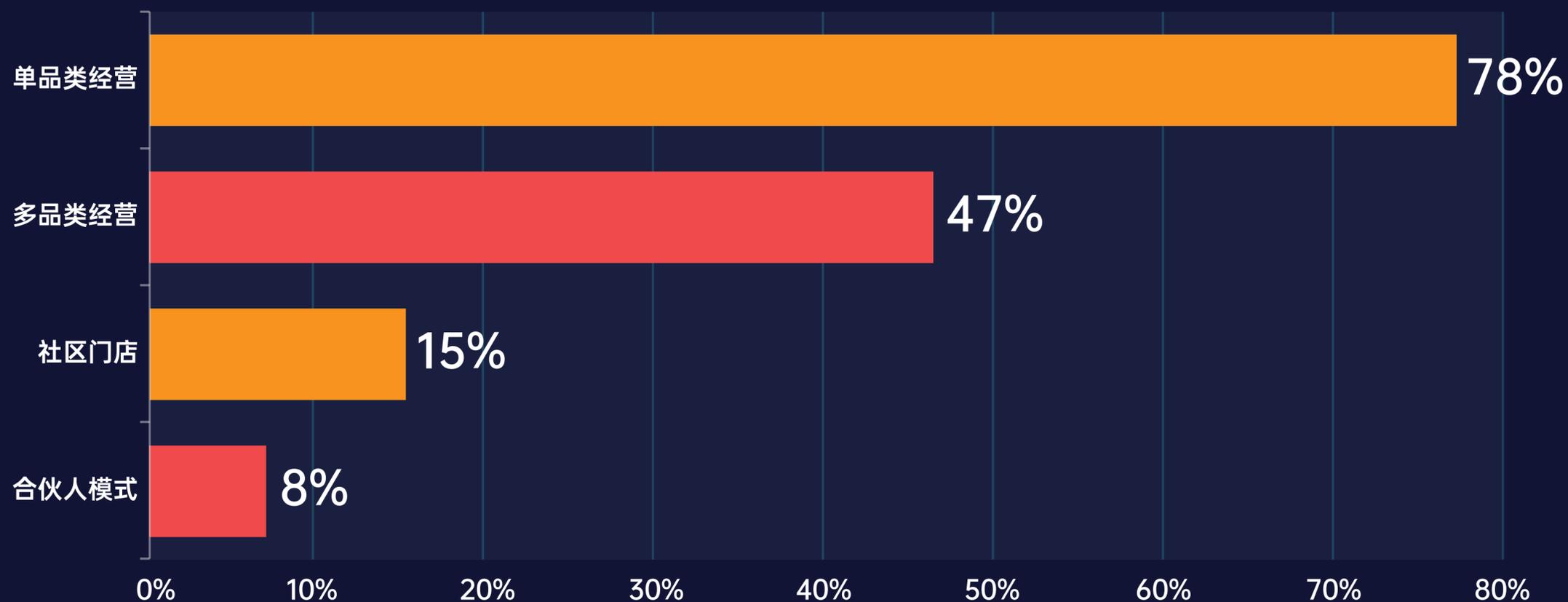


◆ 渠道运营帮扶方面，加盟商更关注开店成本和销售渠道支持两个方面。



2020年橱柜加盟商对企业经营创新力方面关注点

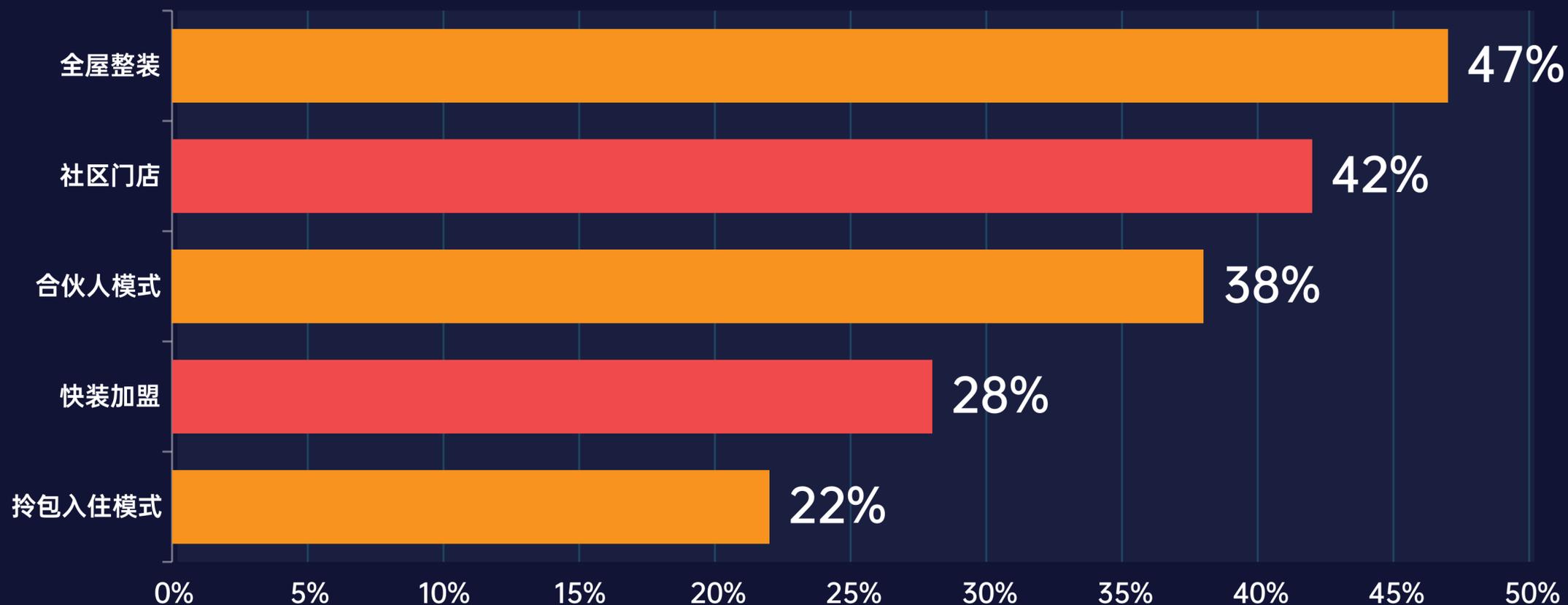
非闭环数据





2020年衣柜加盟商对企业经营创新力方面关注点

非闭环数据



◆ 企业经营创新力方面，衣柜加盟商更关注全屋整装、社区门店和合伙人模式；橱柜加盟商更关注品类经营。



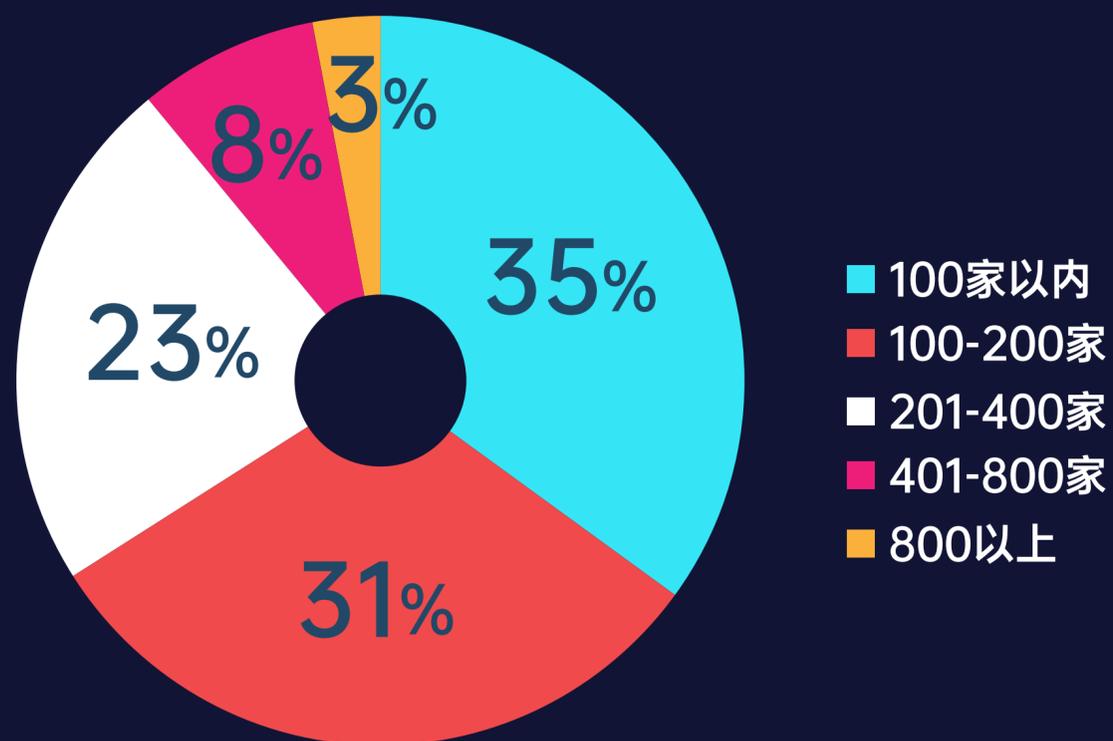
行业招商指数报告

招商加盟大数据报告



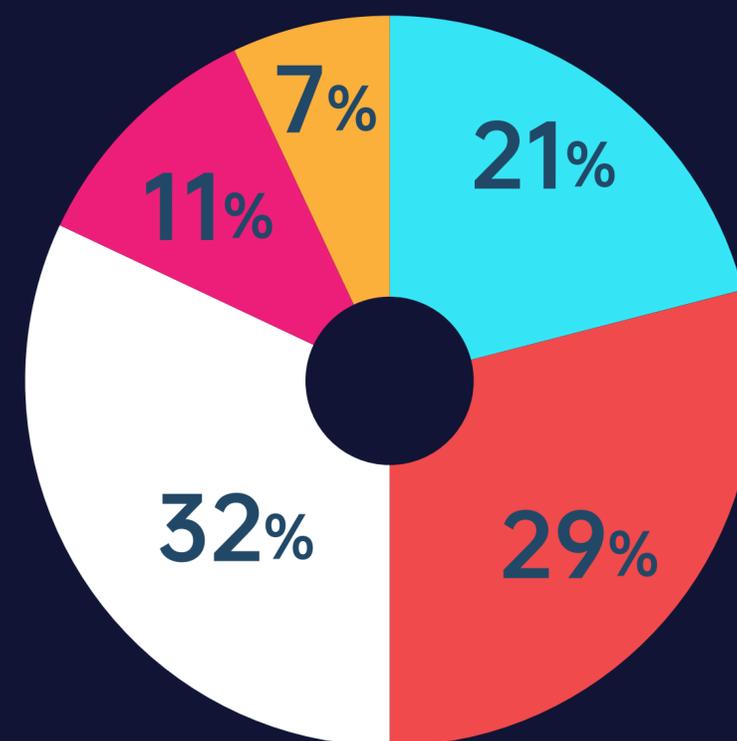
2020年橱柜&衣柜行业 企业整体招商情况

2020年橱柜行业 企业加盟商规模情况



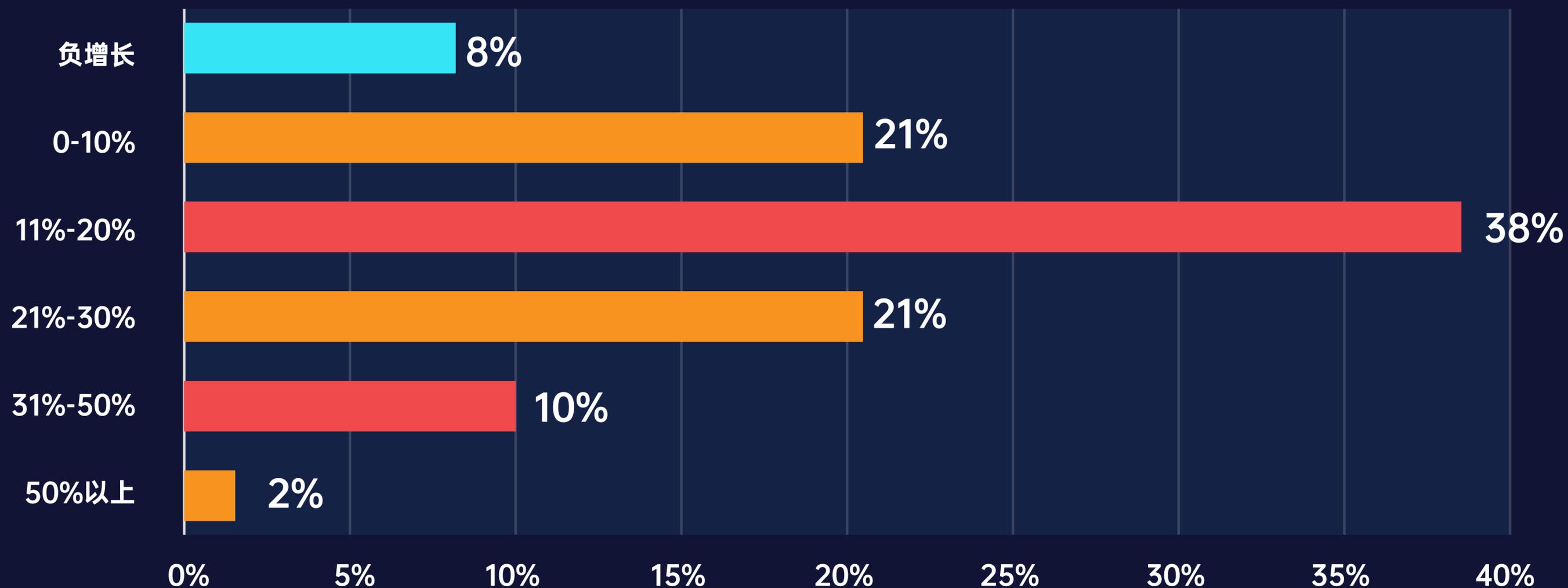
◆ 35%的橱柜企业加盟商规模在100家以内，800家加盟商以上企业占比仅3%。

2020年衣柜行业 企业加盟商规模情况

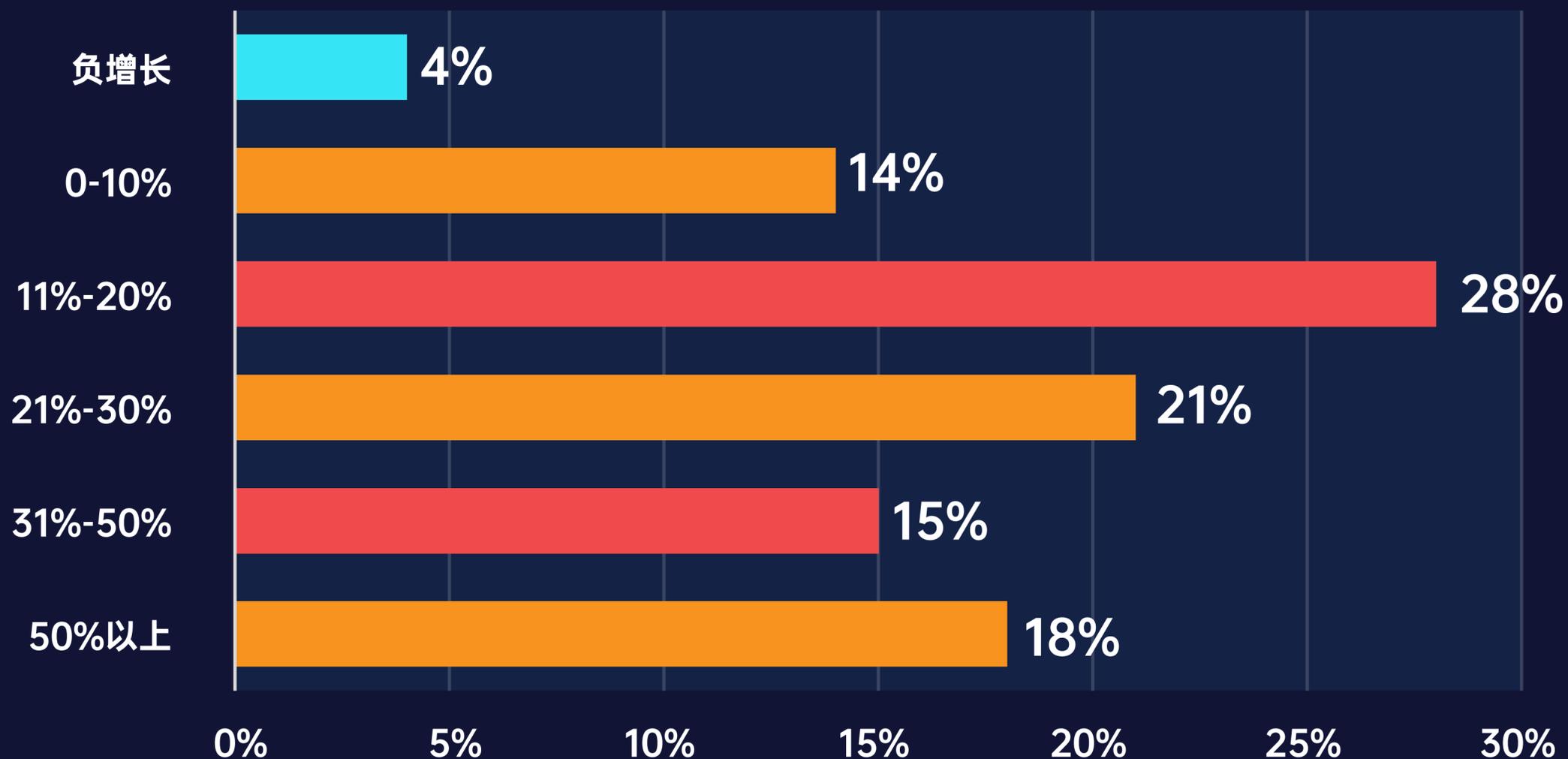


◆ 32%衣柜企业加盟商规模在201-400家，29%衣柜企业加盟商规模在100-200家。

2020年橱柜行业企业新增渠道加盟商数量增长比例分析

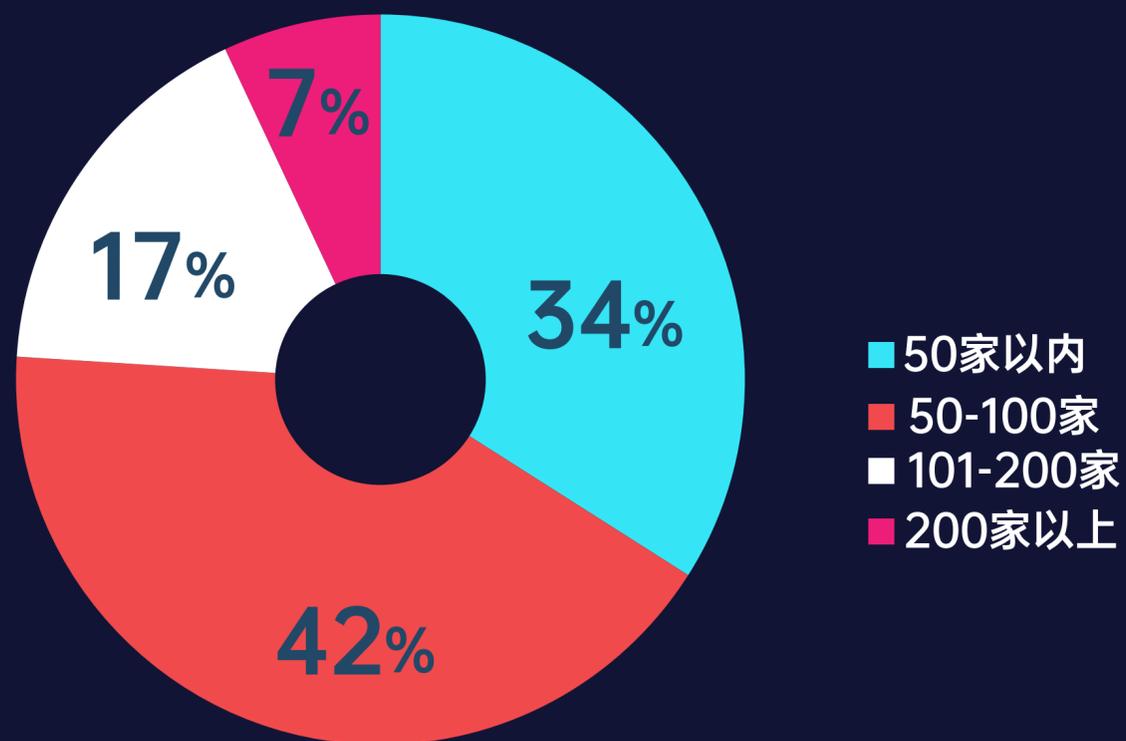


2020年衣柜行业企业新增渠道加盟商数量增长比例分析



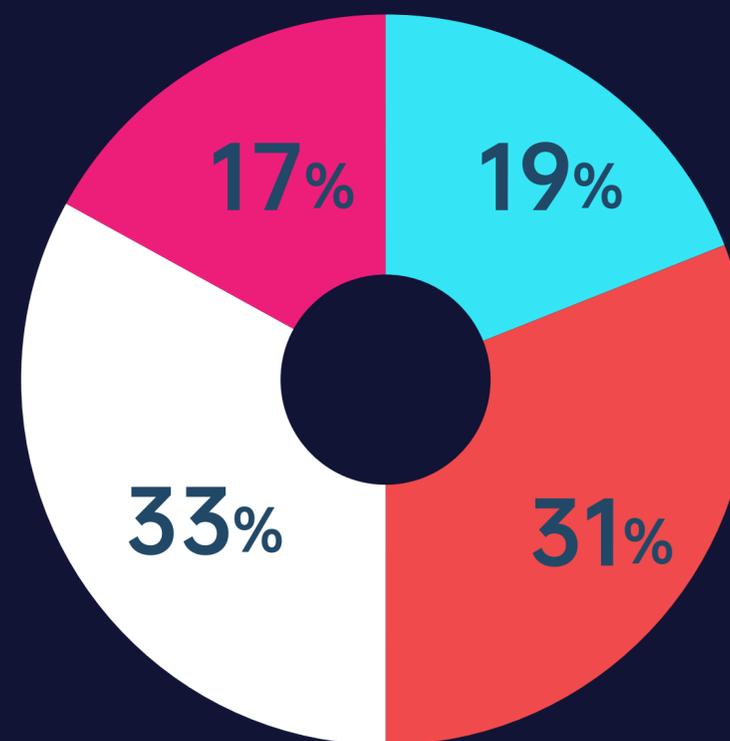
◆ 橱柜&衣柜行业新增渠道加盟商数量增长比例在11%-20%的占比最高，8%的橱柜企业负增长，其中4%的衣柜企业是负增长，受疫情和行业发展影响，橱柜行业企业渠道发展较缓。

2021年橱柜行业 企业全国渠道招商目标分析



◆ 2021年，单品橱柜企业将临转型升级，计划招商数量在50-100家的占比42%，招商目标在200家以上占比7%。

2021年衣柜行业 企业全国渠道招商目标分析



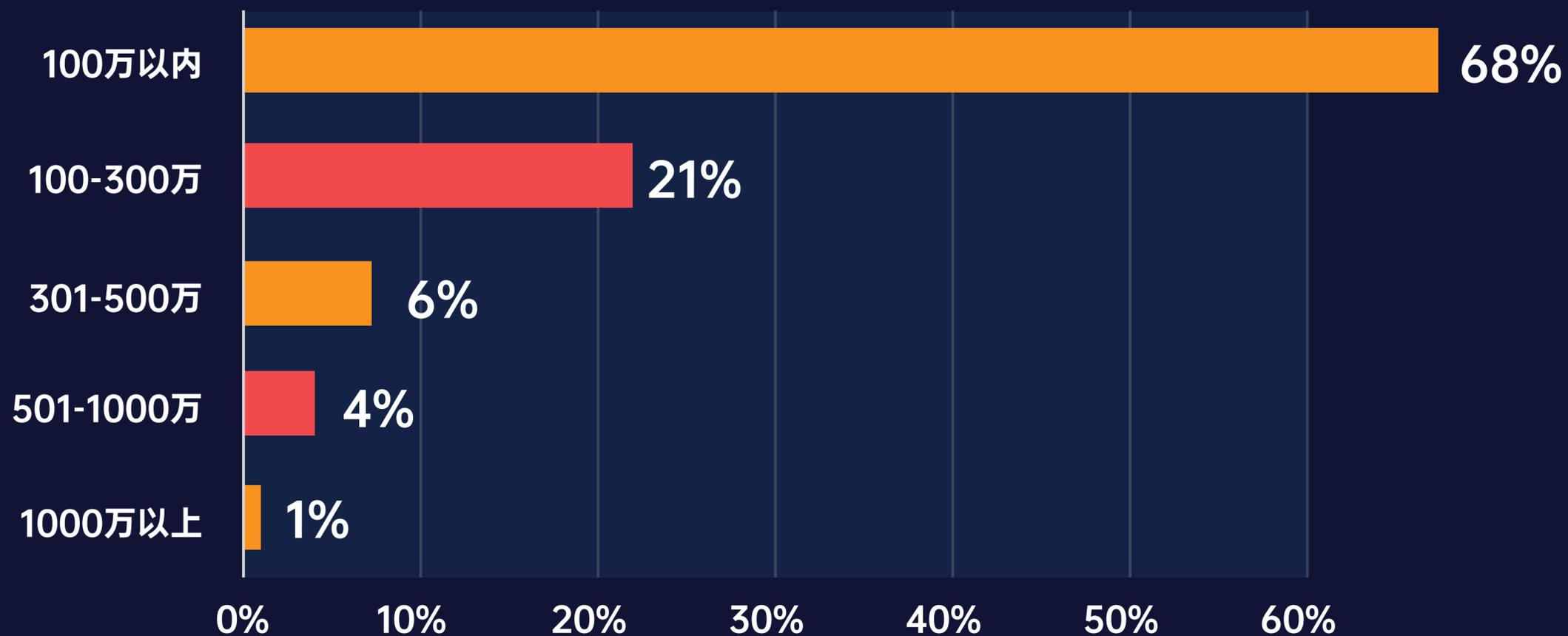
◆ 33%的衣柜企业2021年计划招商101-200家，31%的衣柜企业2021年计划招商50-100家。



2020年橱柜&衣柜行业

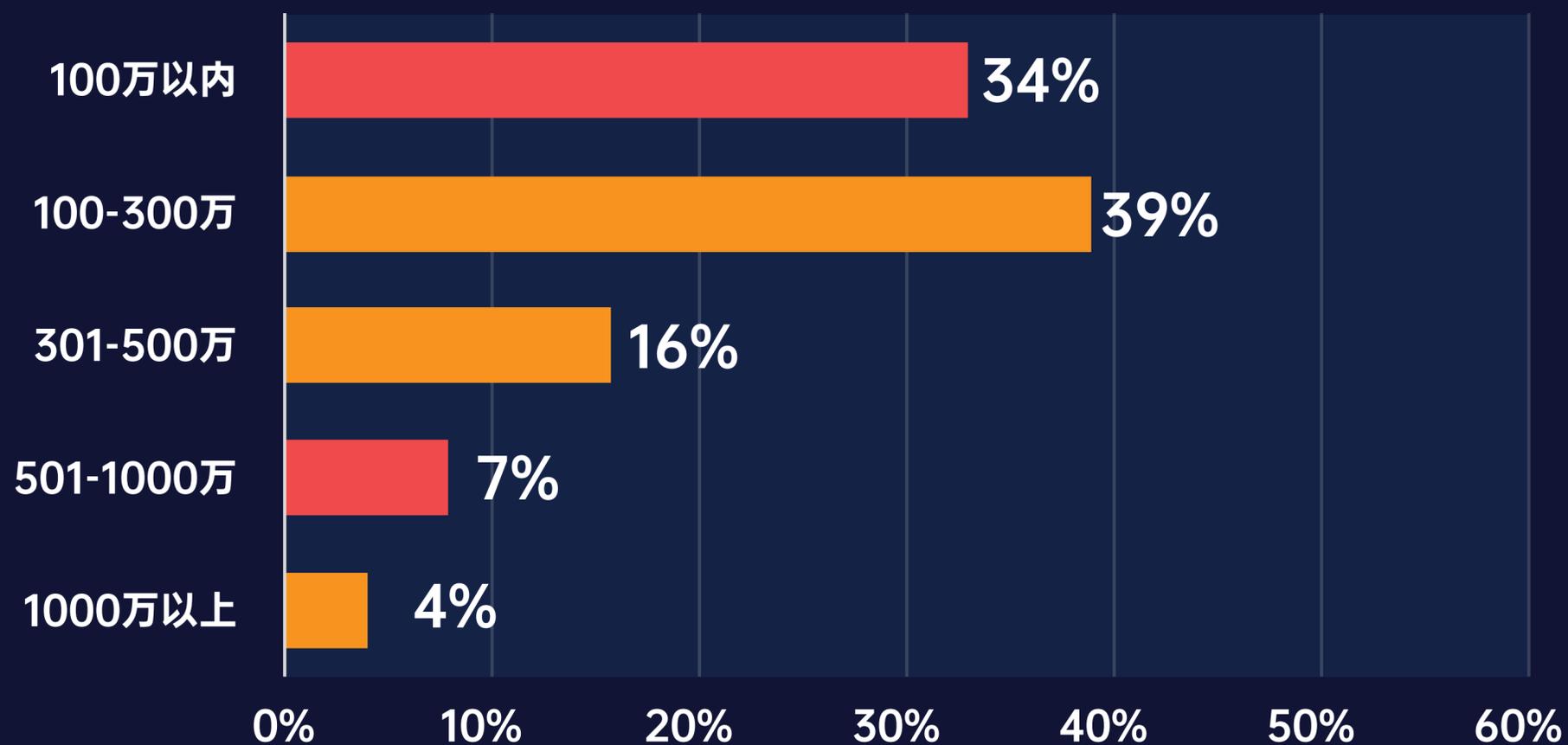
企业渠道招商（招商团队薪酬不计）的总体投入费用分析

2020年橱柜行业企业渠道招商（招商团队薪酬不计）的总体投入费用分析





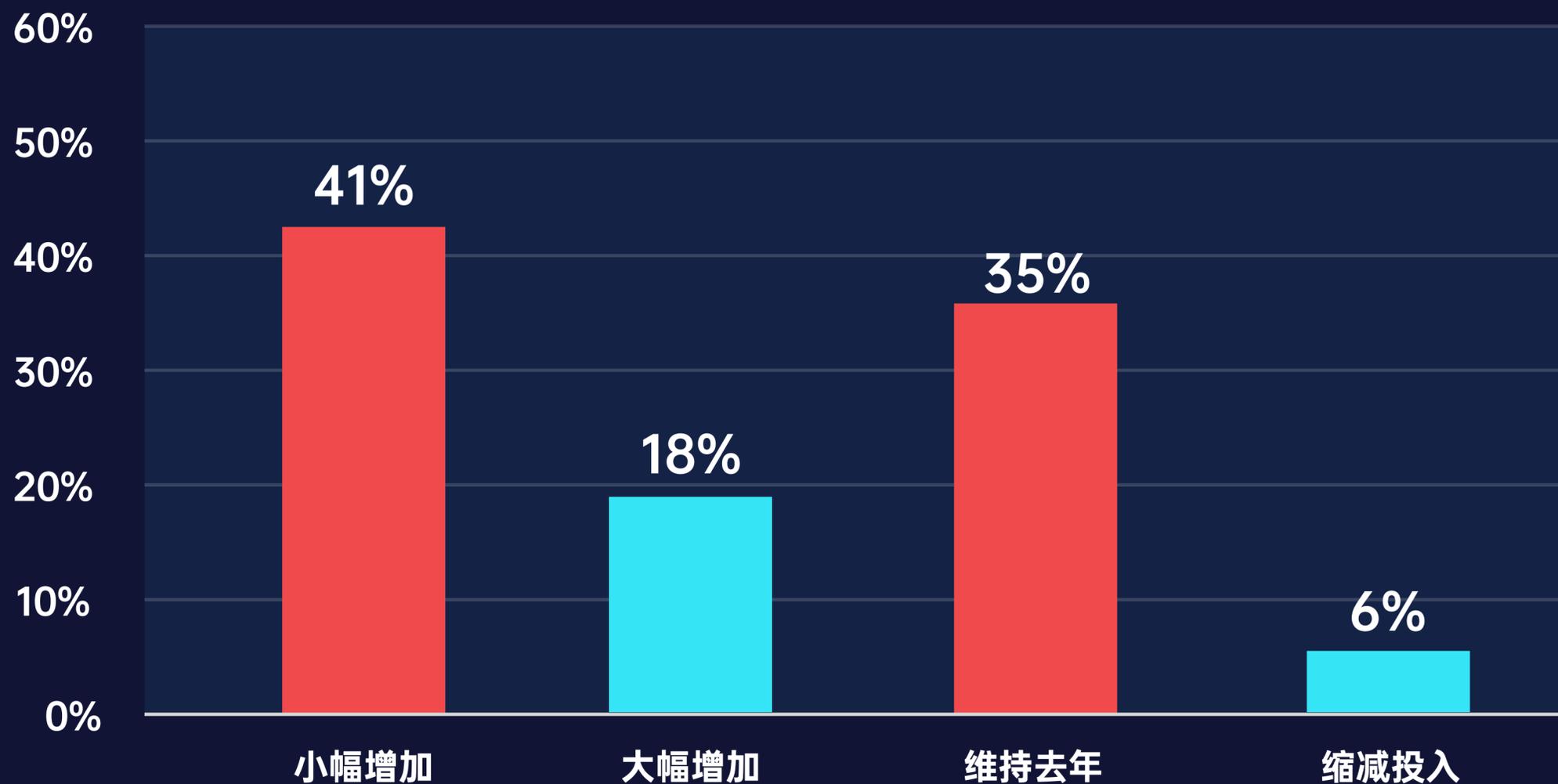
2020年衣柜行业企业渠道招商（招商团队薪酬不计）的总体投入费用分析



- ◆ 2020年，68%的橱柜企业和34%的衣柜企业在渠道招商（招商团队薪酬不计）的总体投入费用投入在100万以内。39%的衣柜企业在渠道招商（招商团队薪酬不计）的总体投入费用在100-300万之间。整体而言，衣柜企业投入更大。今年受疫情影响，线下招商会及展会数量减少，企业在渠道招商方面投入更显谨慎。

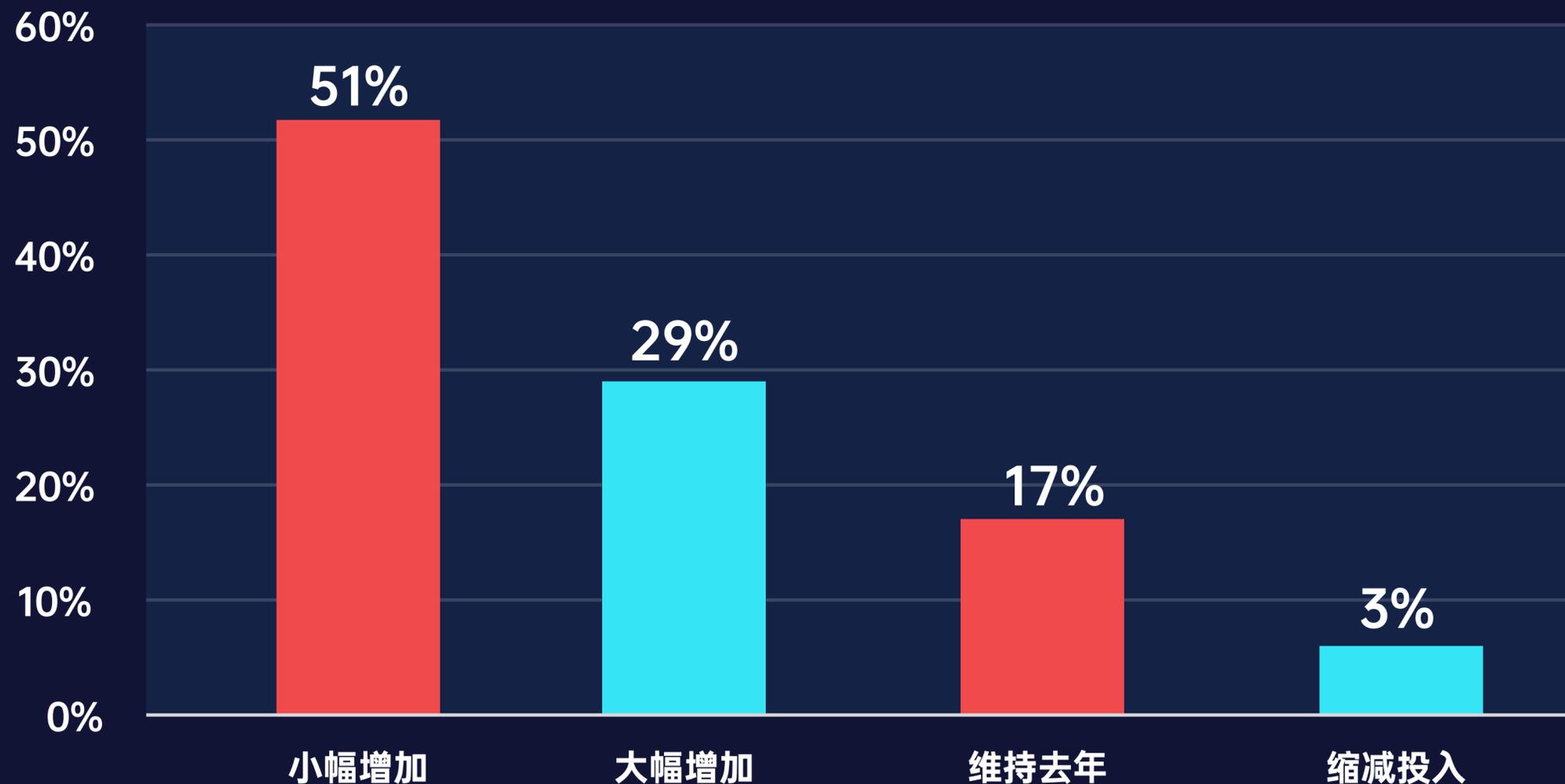


2021年橱柜行业企业招商费用投入预期





2021年衣柜行业企业招商费用投入预期

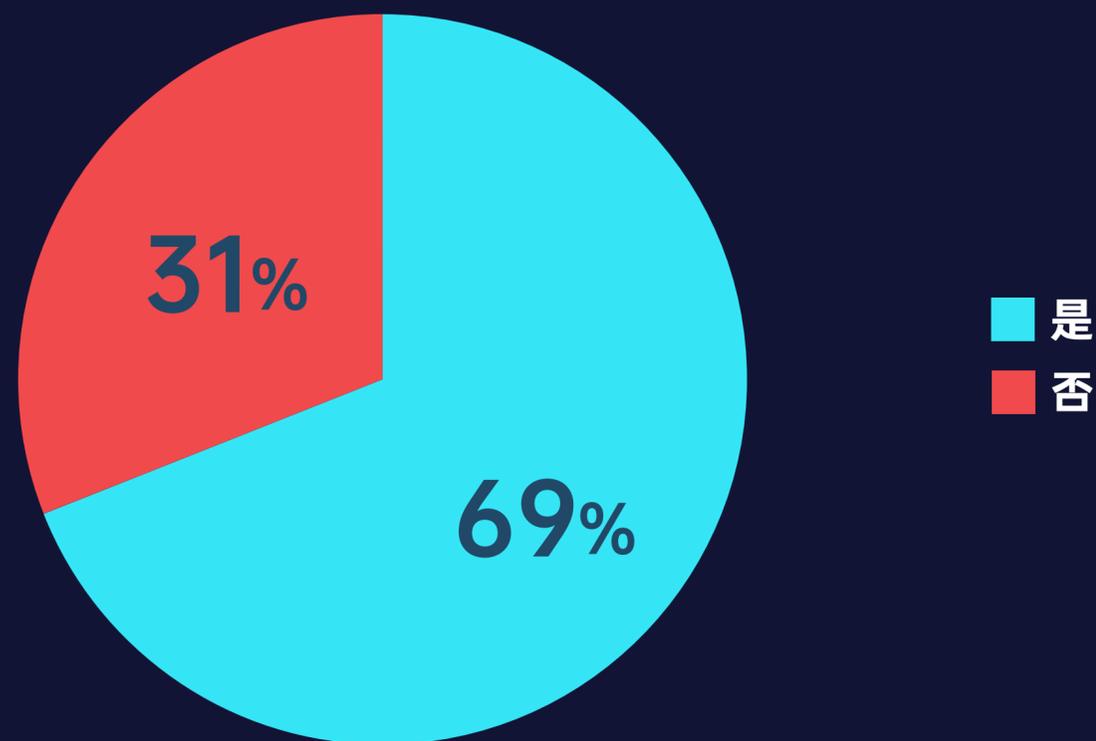


- ◆ 8成衣柜企业和近6成橱柜企业计划2021年增加招商费用投入，综合而言，明年作为定制家居行业发展的关键年，渠道竞争将更加激烈，大部分企业计划增加招商费用投入，也正基于此。

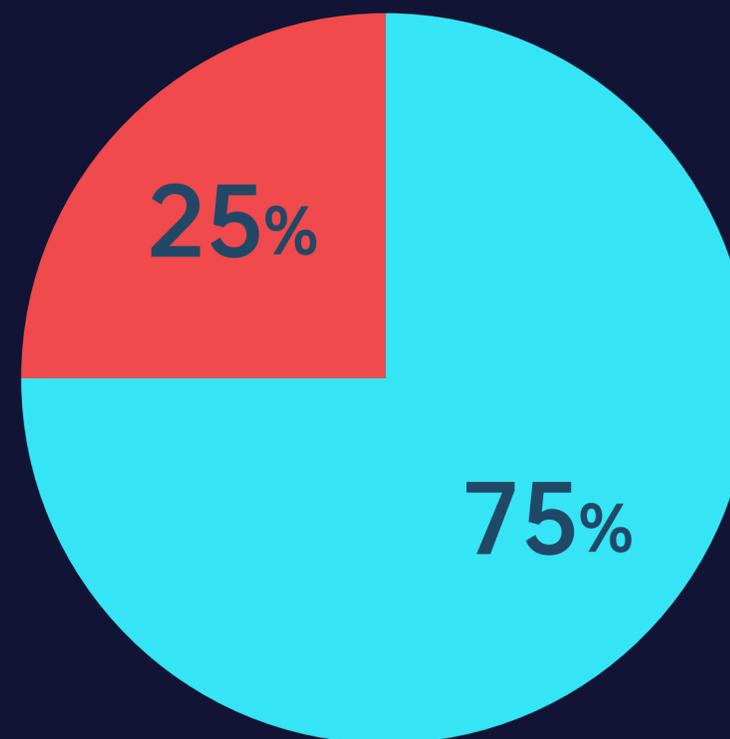


2020年橱柜&衣柜行业企业的招商团队与运营团队情况分析

2020年橱柜行业
企业招商团队与运营团队是否独立



2020年衣柜行业
企业招商团队与运营团队是否独立

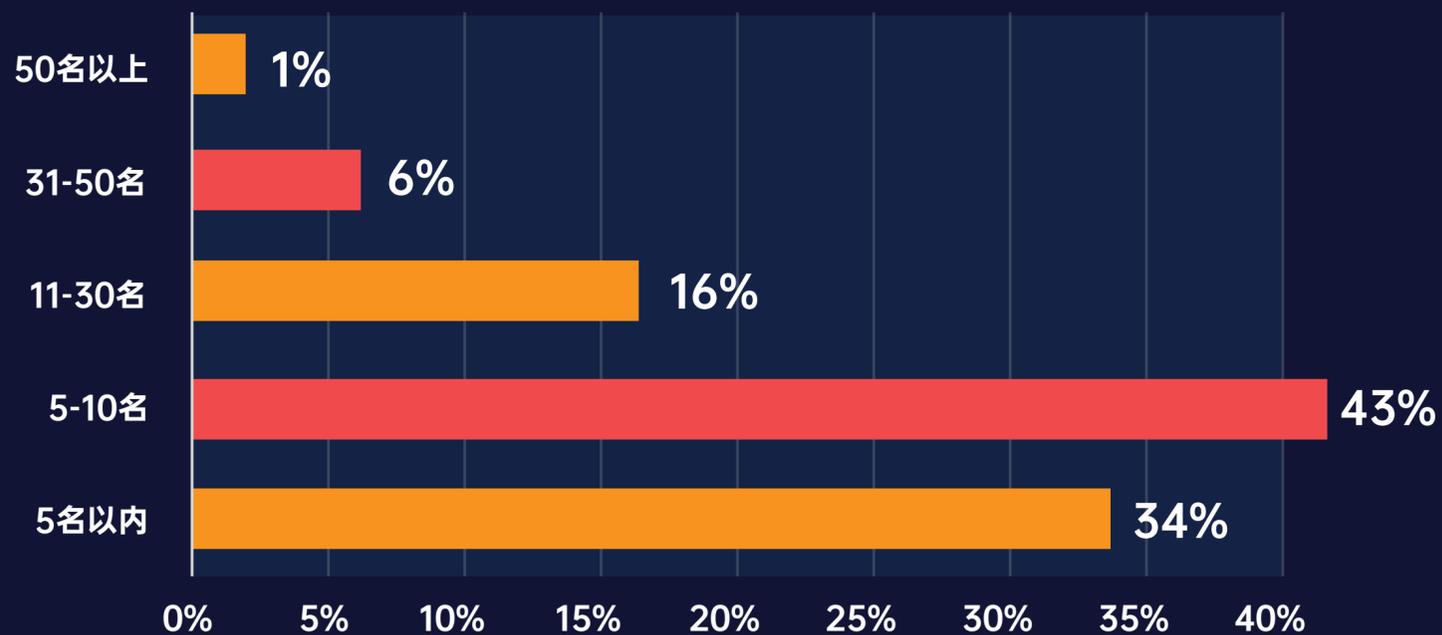


- ◆ 橱柜行业招商团队与运营团队相互独立的企业占比69%；75%的衣柜企业招商团队与运营团队是相互独立的，另外25%的企业招商团队与运营团队统一在一个部门。

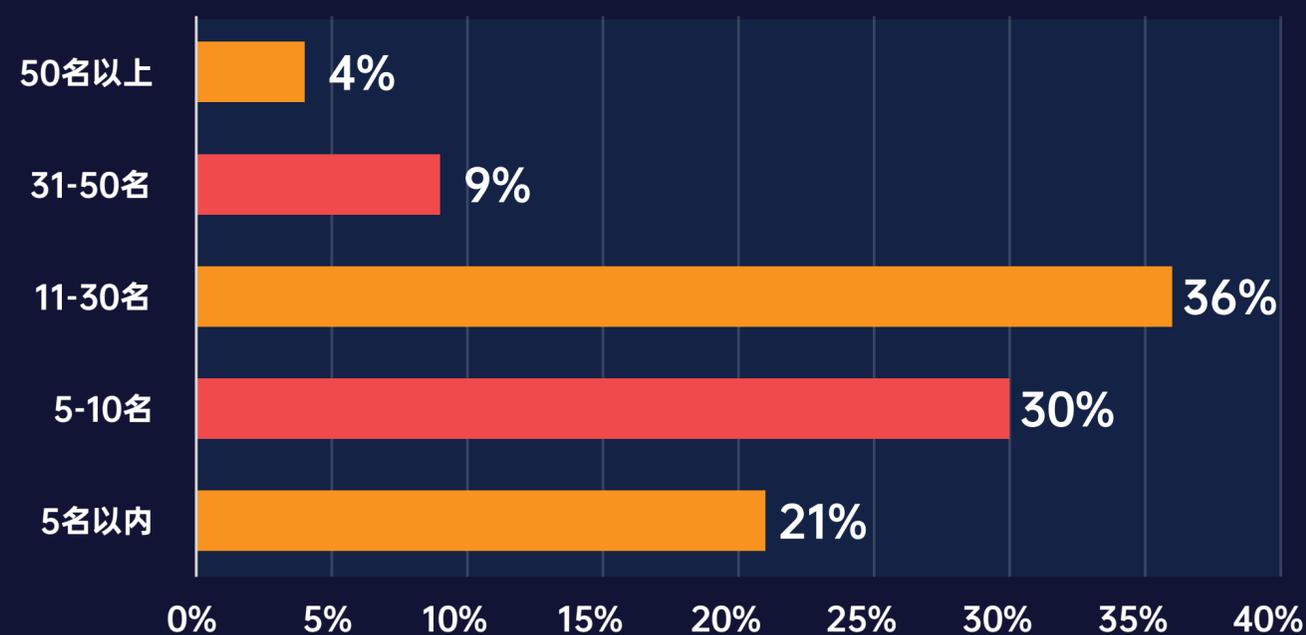


2020年橱柜&衣柜行业企业专职招商团队规模

2020年橱柜行业 企业专职招商团队规模



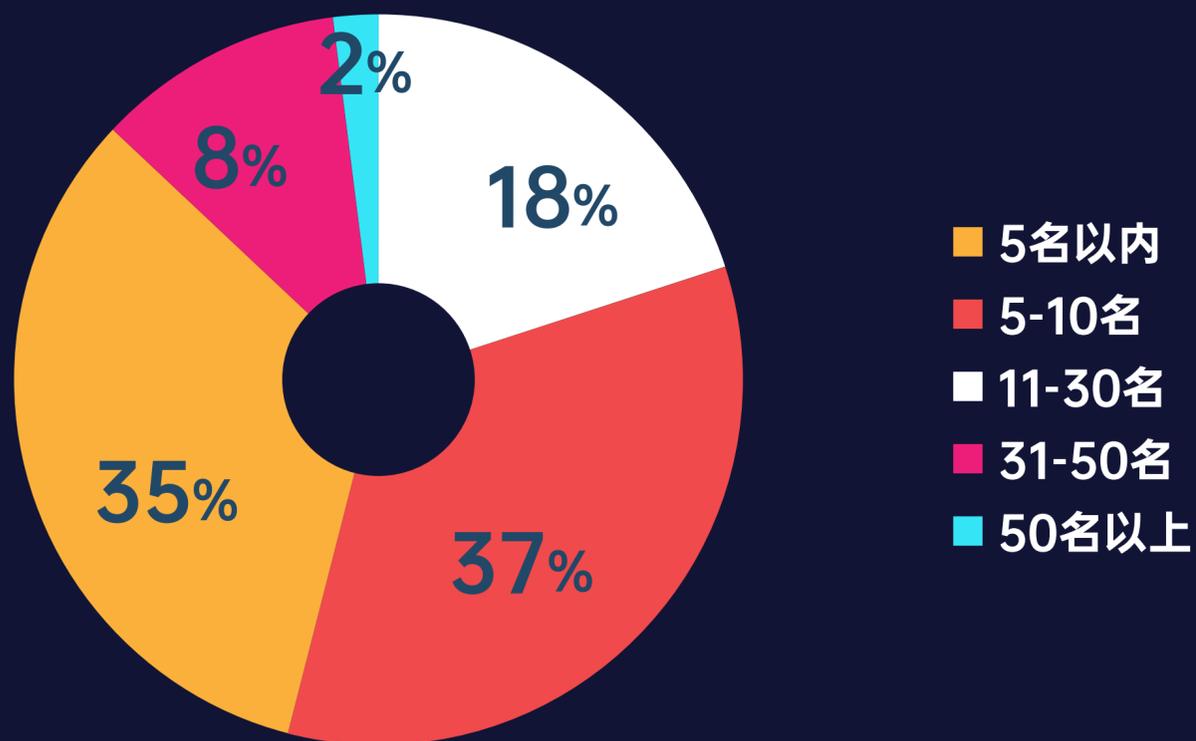
2020年衣柜行业 企业专职招商团队规模



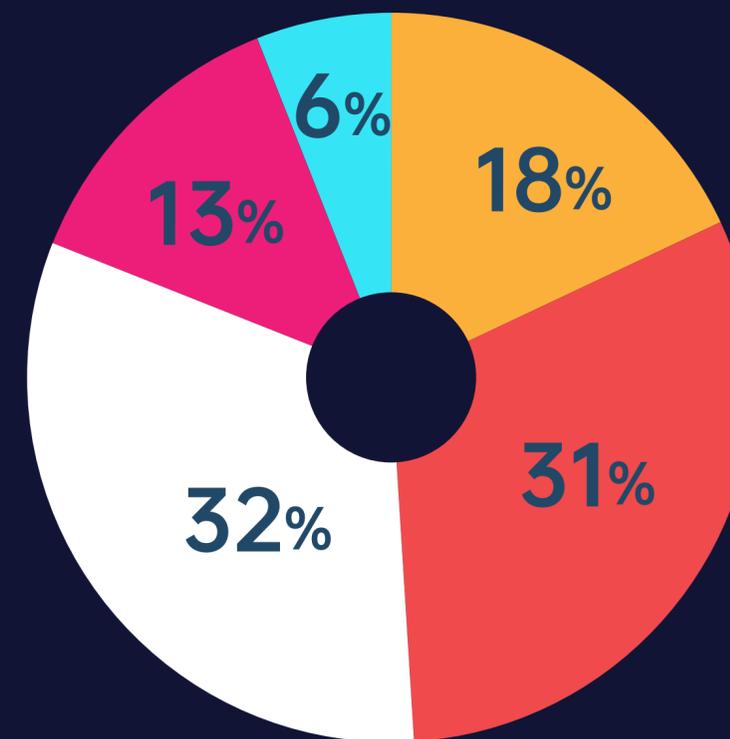
◆ 43%的橱柜企业专职招商团队规模在5-10名之间；36%的衣柜企业专职招商团队规模在11-30名之间。
综合而言，衣柜企业全职招商团队规模更大。

2020年橱柜&衣柜行业企业专职渠道加盟商维护运营团队规模

2020年橱柜行业企业
专职渠道加盟商维护运营团队规模

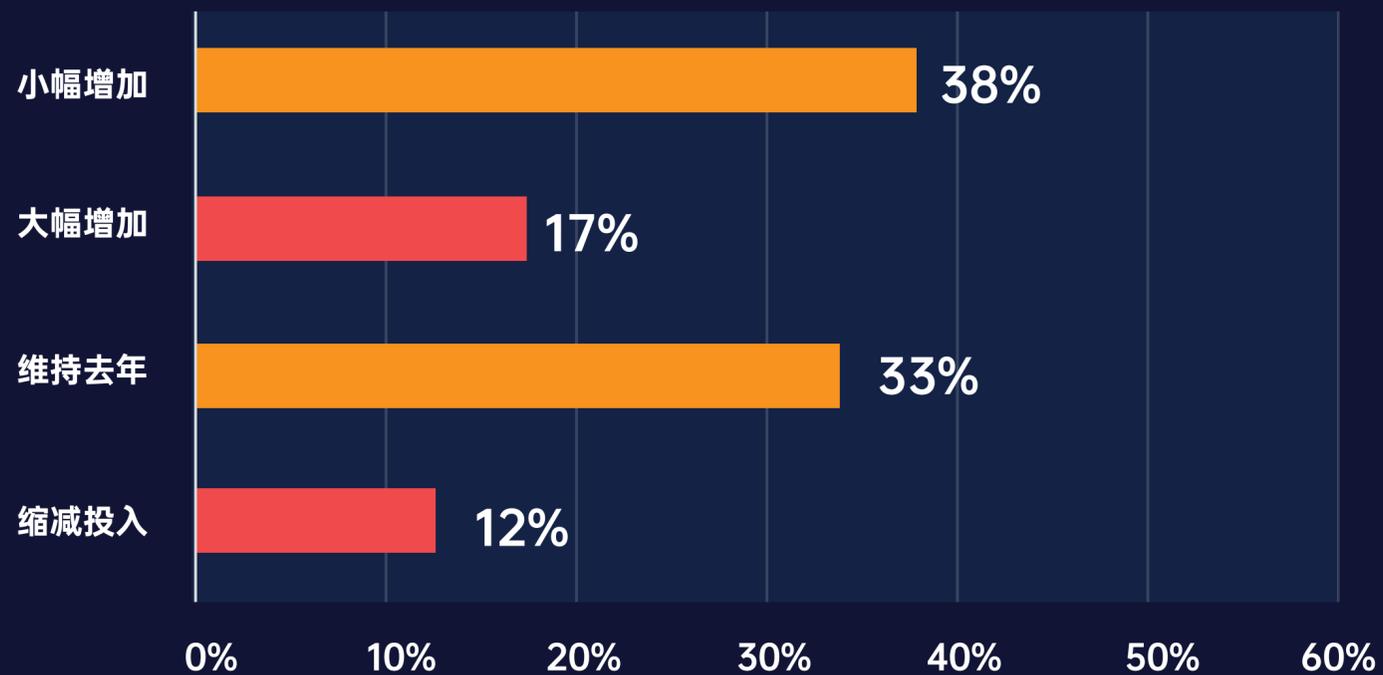


2020年衣柜行业企业
专职渠道加盟商维护运营团队规模

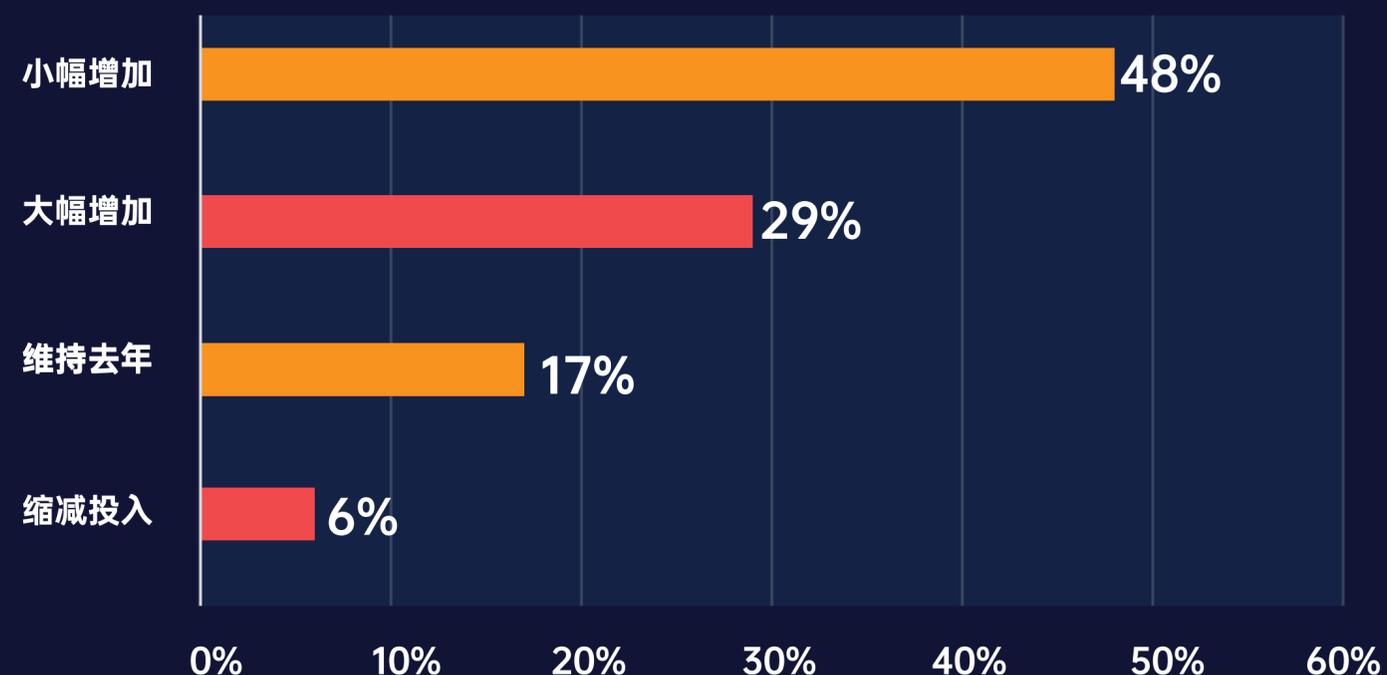


- ◆ 90%的橱柜企业渠道加盟商维护运营团队规模在30名以内；32%的衣柜企业专职渠道加盟商维护运营团队规模在11-30名。综合而言，衣柜专职渠道加盟商维护运营团队规模更大。

2021年橱柜行业 企业招商人力投入情况



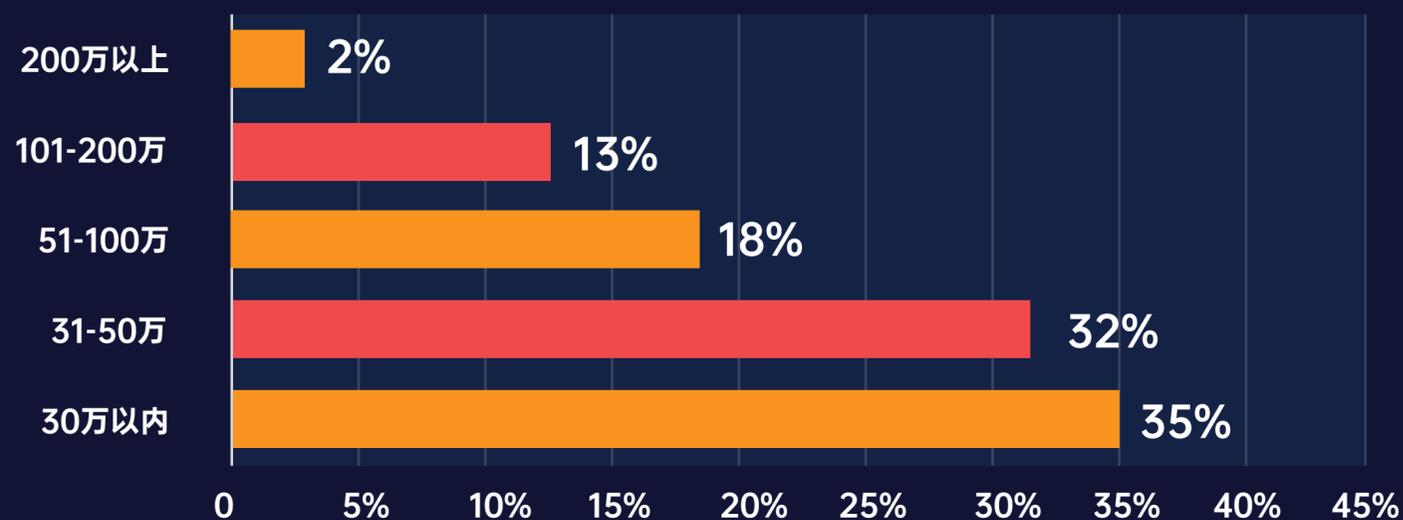
2021年衣柜行业 企业招商人力投入情况



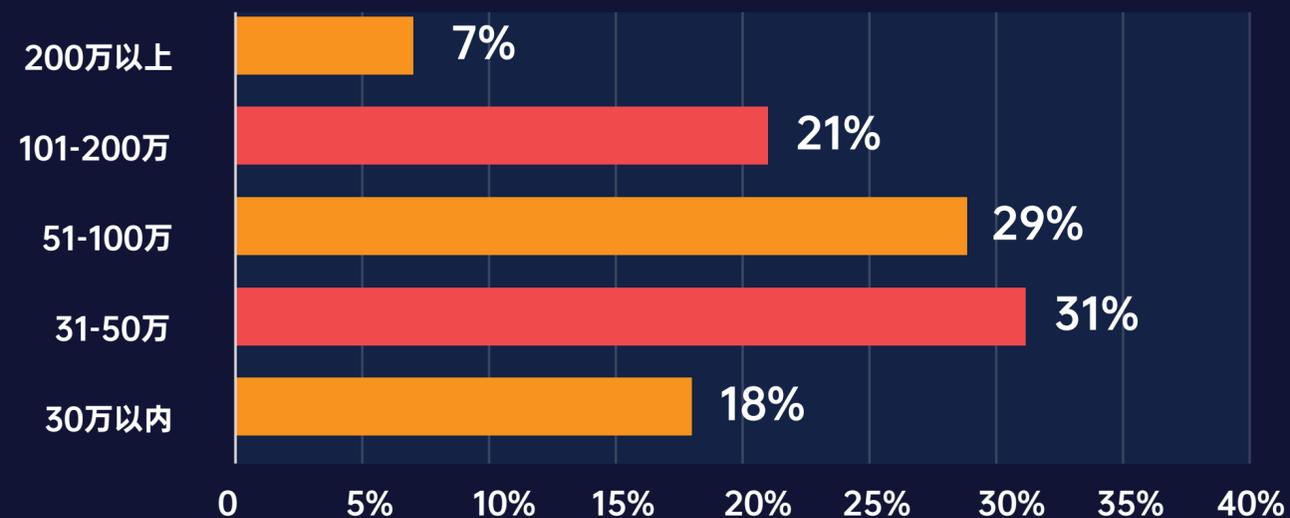
◆ 近8成衣柜企业计划2021年扩大招商团队，超一半橱柜企业计划扩大招商团队，未来优秀招商人才将更加紧缺，竞争更加激烈。



2020年橱柜行业企业全国加盟商 平均单店回款额情况



2020年衣柜行业企业全国加盟商 平均单店回款额情况



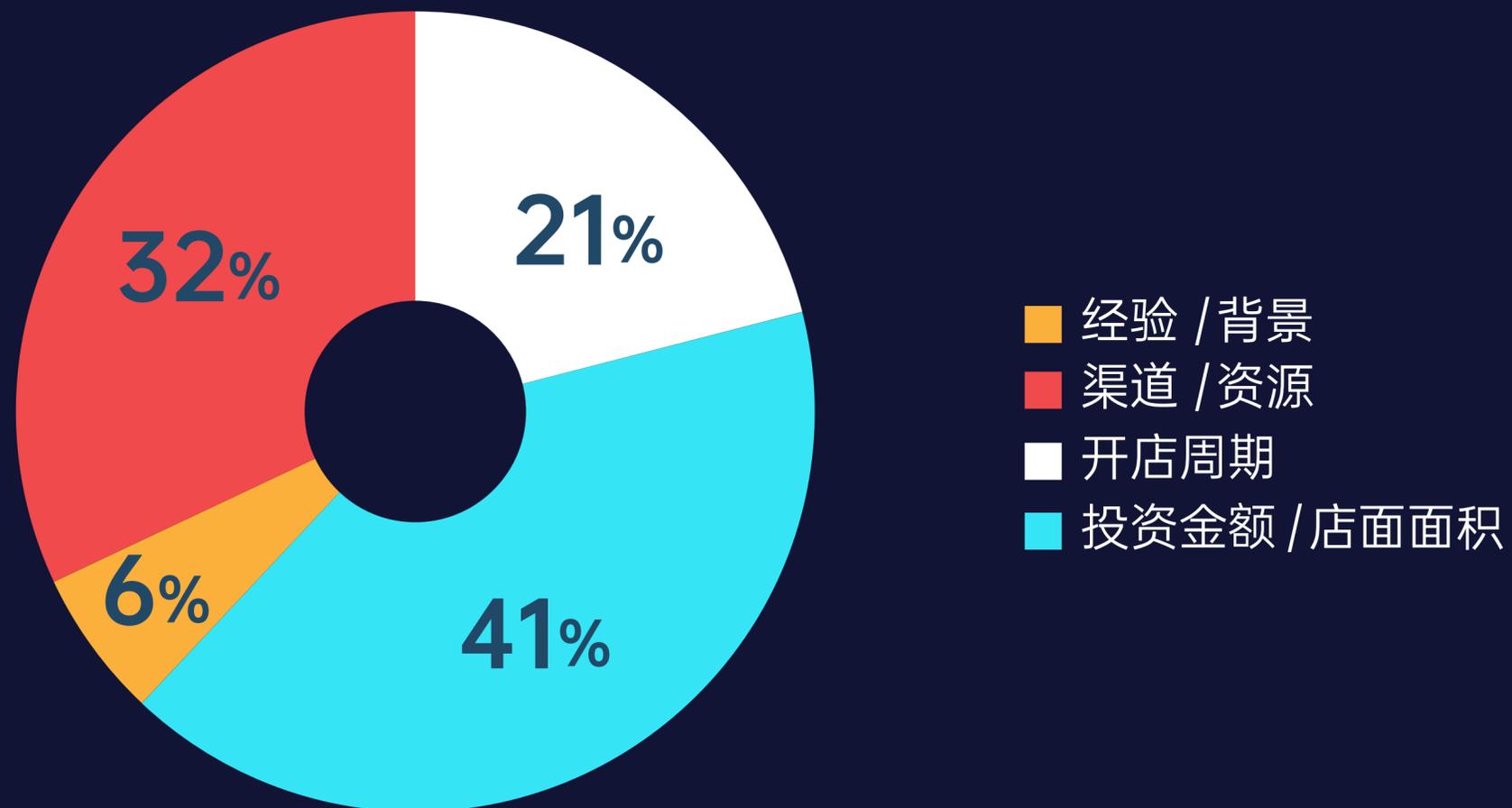
- ◆ 2020年，衣柜行业单店回款额整体高于橱柜行业。35%橱柜加盟商平均回款额在30万以内，29%的衣柜行业加盟商平均回款额在51-100万之间；橱柜&衣柜行业提升单店回款额，打造标杆大商对于渠道经营而言愈发重要。

2

2020年橱柜&衣柜行业 品牌招商需求及结果分析

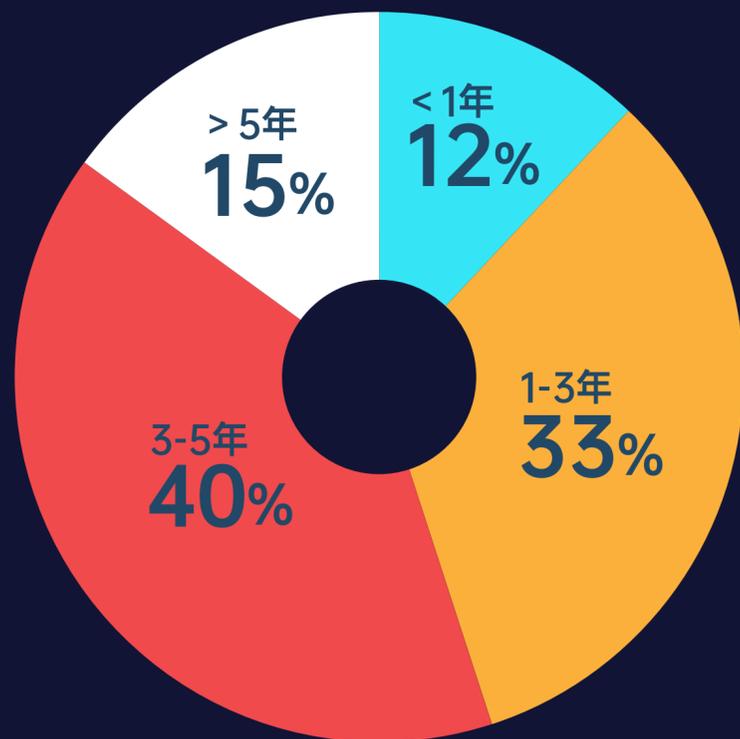
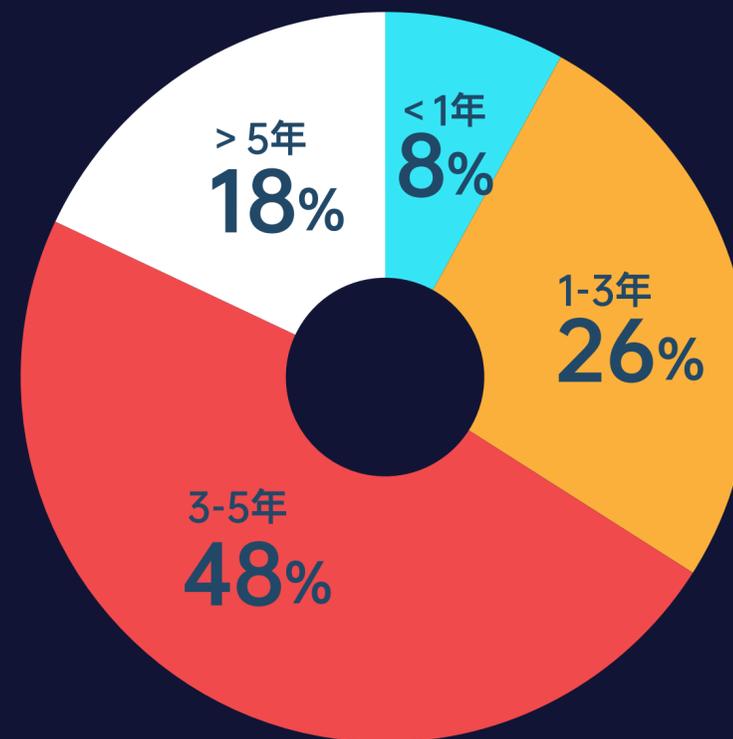


2020年橱柜&衣柜企业选择加盟商时最关注的维度分析



◆ 投资金额/店面面积是企业选择加盟商时最关注的维度，其次是渠道/资源和开店周期。

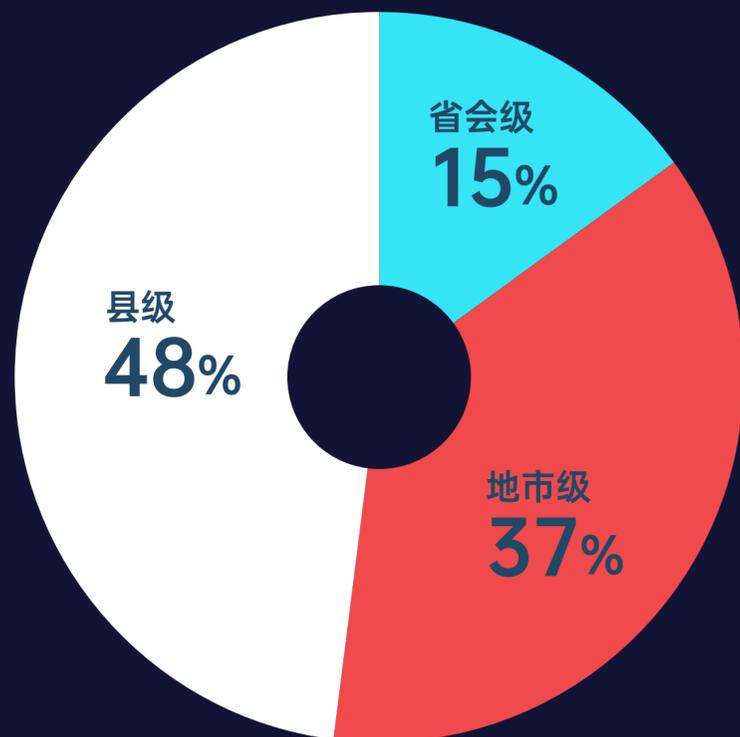
2020年橱柜&衣柜行业企业对加盟商行业经验要求分析

2020年橱柜行业企业
对加盟商行业经验要求分析2020年衣柜行业企业
对加盟商行业经验要求分析

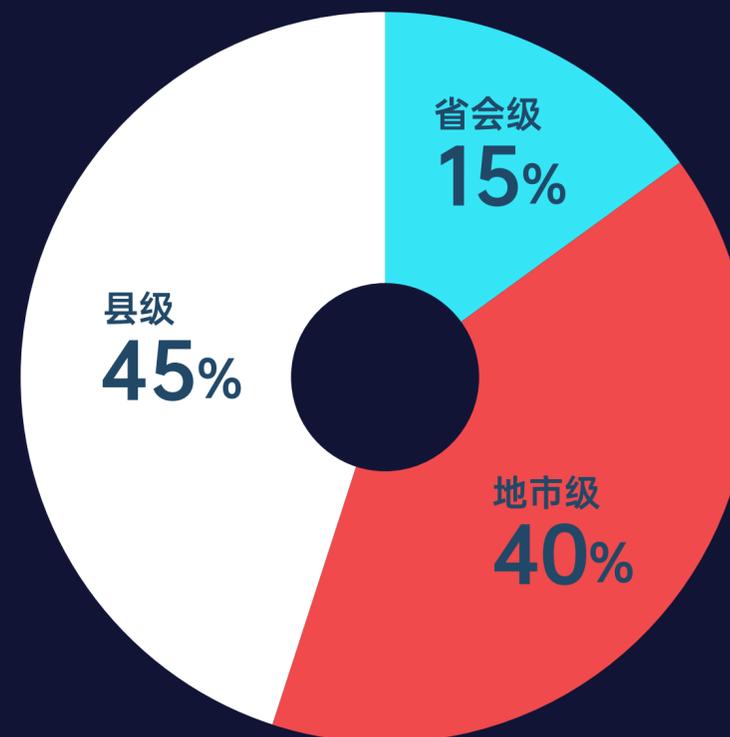
◆ 橱柜企业对加盟商行业经验要求相对衣柜企业没那么高；近半数衣柜企业要求加盟商有3-5年的行业经验，占比达48%。

2020年橱柜&衣柜行业企业重点招商城市级别分析

2020年橱柜行业企业 重点招商城市级别分析



2020年衣柜行业企业 重点招商城市级别分析

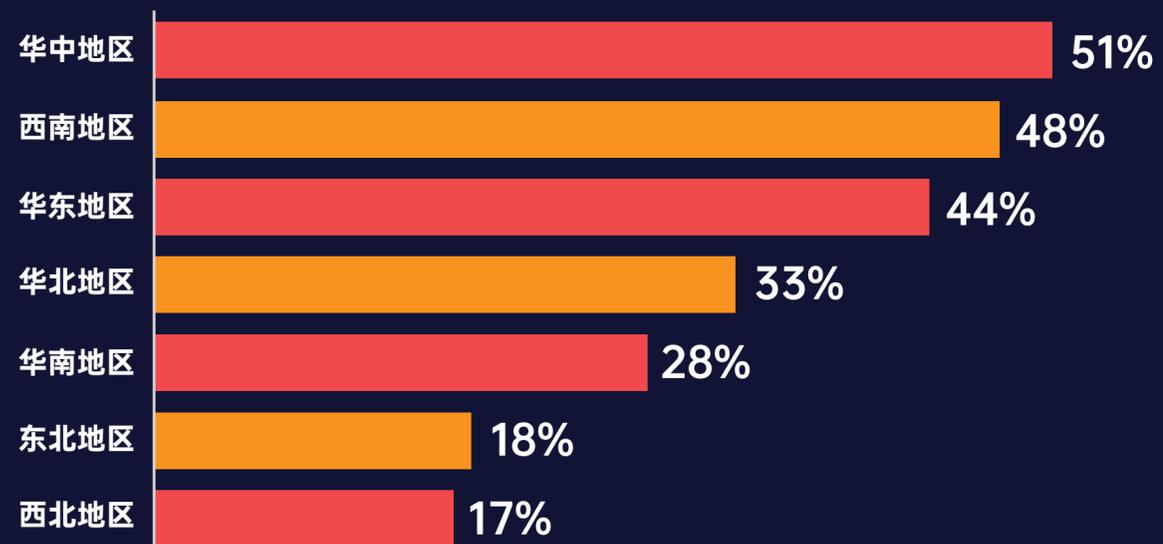


- ◆ 省会级城市橱柜&衣柜市场已经饱和，地市级、县级成为重点招商城市。综合近几年情况，将县级作为招商重点城市的企业占比有扩大趋势，渠道下沉仍占主流。

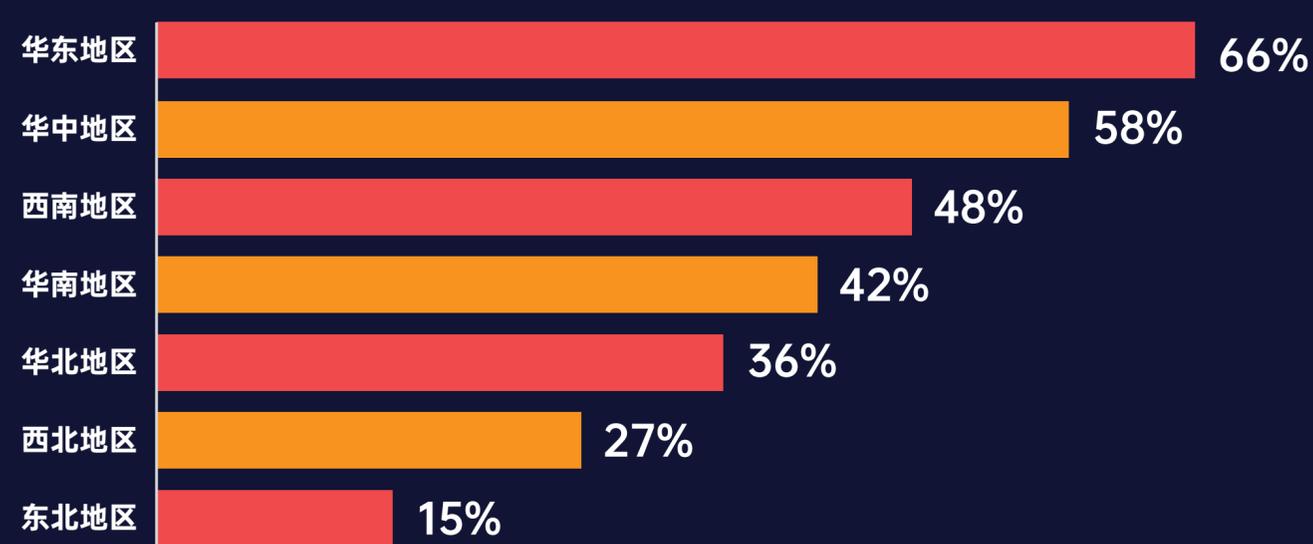
2020年橱柜&衣柜行业企业重点招商区域分析

非闭环数据

2020年橱柜行业企业 重点招商区域分析

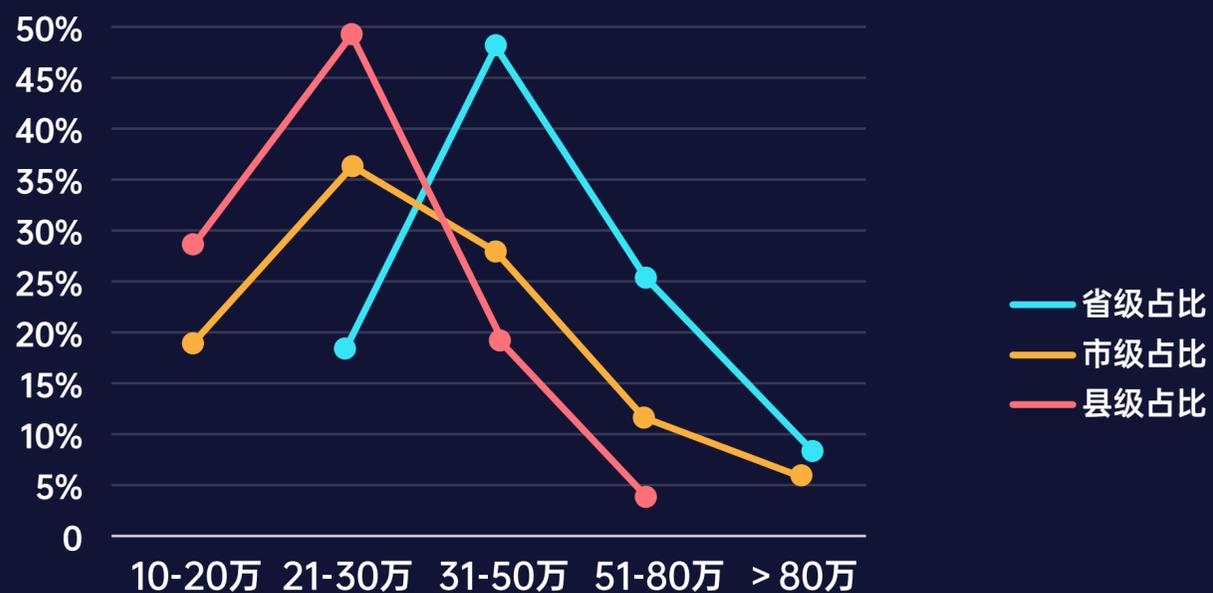
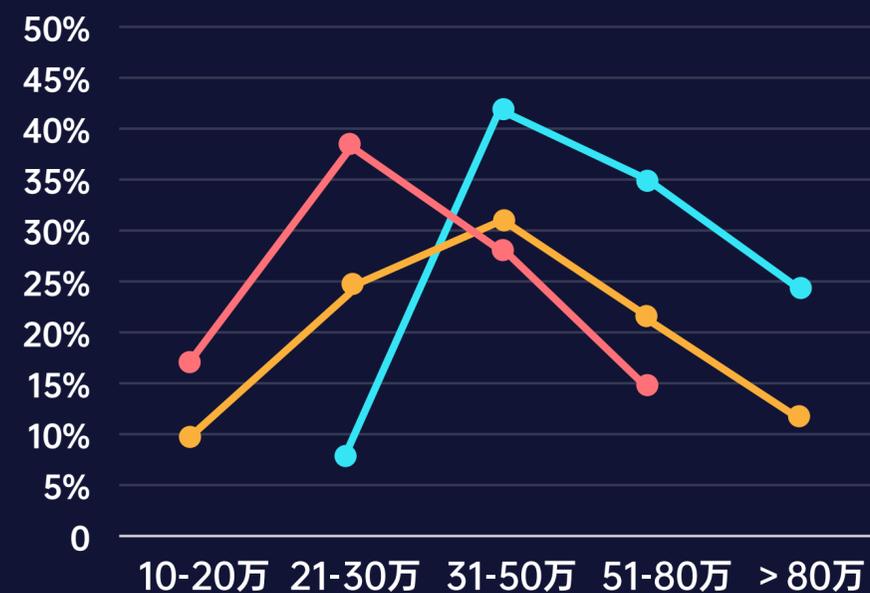


2020年衣柜行业企业 重点招商区域分析



◆ 华东地区、华中地区、西南地区是2020年橱柜&衣柜行业企业重点布局区域。

2020年橱柜&衣柜行业企业对加盟商投资能力要求分析

2020年橱柜行业企业
对加盟商投资能力要求分析2020年衣柜行业企业
对加盟商投资能力要求分析

- ◆ 2020年，49%的橱柜企业和42%的衣柜企业希望省级加盟商投资能力在31-50万，36%的橱柜企业希望市级加盟商投资能力在21-30万之间，31%的衣柜企业希望市级加盟商投资能力在31-50万之间。近半数橱柜企业希望县级加盟商投资能力在21-30万之间；相较而言，衣柜行业企业对加盟商的投资能力要求更高。



2020年橱柜&衣柜行业企业对加盟店面面积要求分析

2020年橱柜行业企业对加盟店面面积要求分析



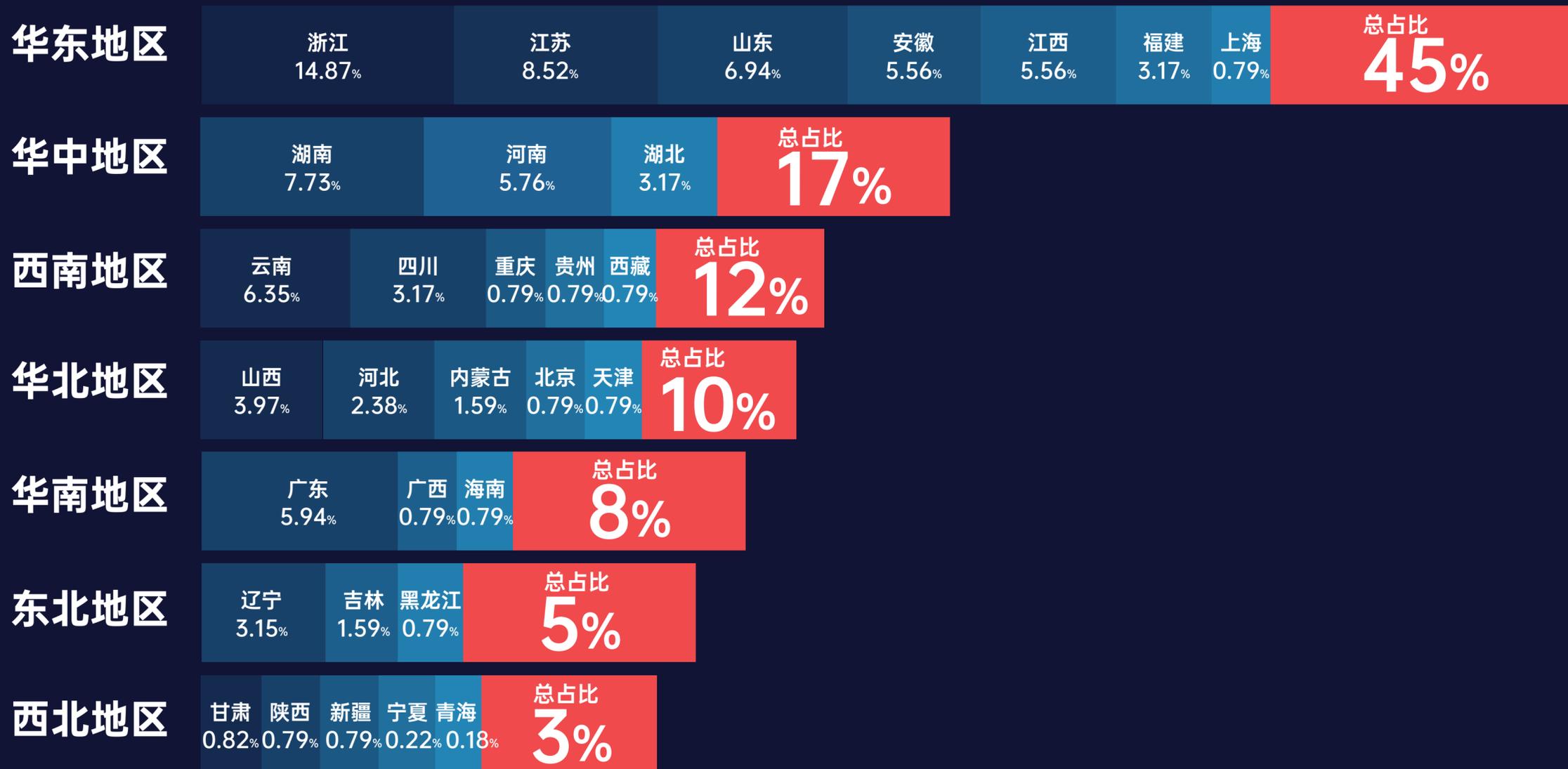
2020年衣柜行业企业对加盟店面面积要求分析



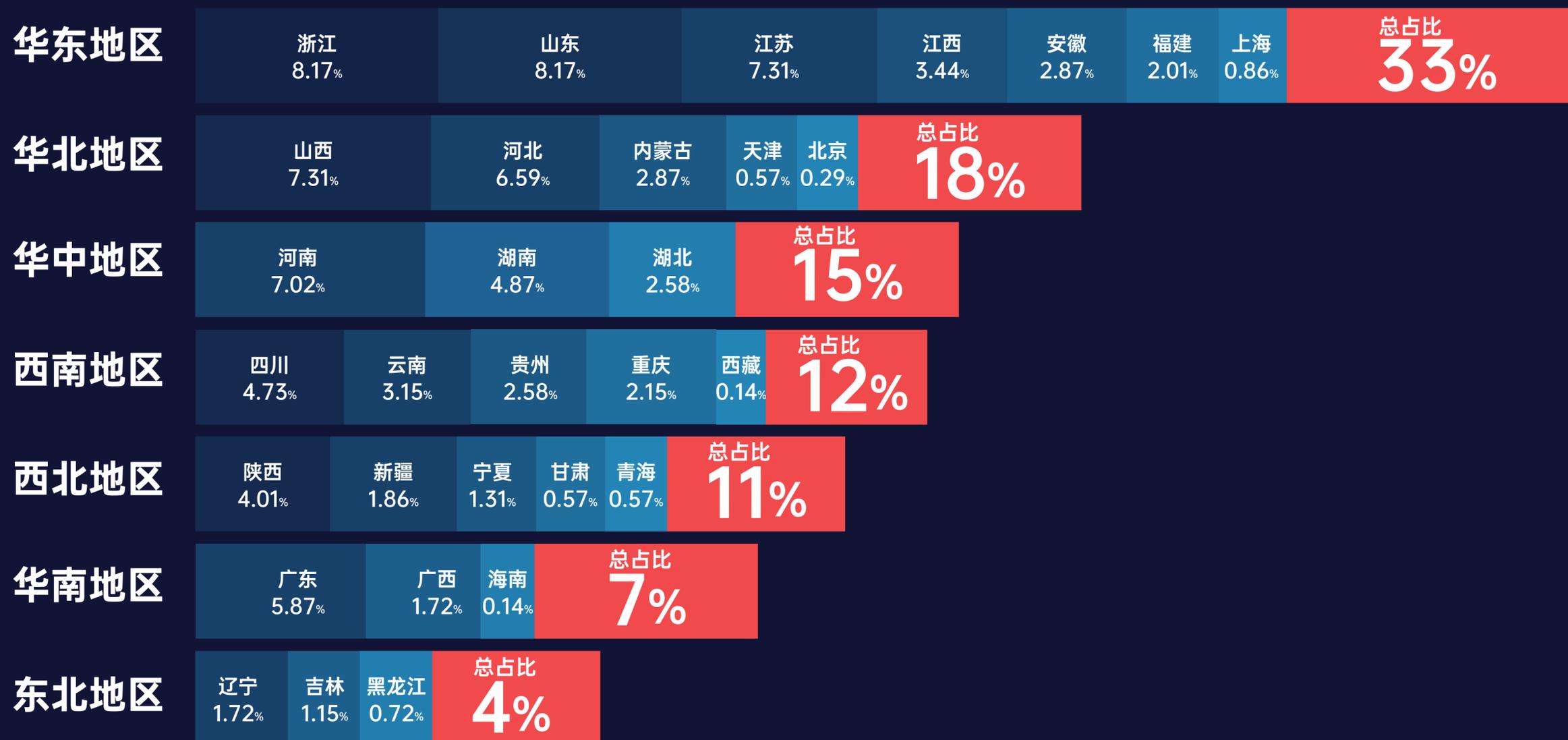
- ◆ 2020年，橱柜&衣柜企业更希望加盟商在省级城市门店面积在151-300平方米；市级城市门店面积在100-200平方米；县级城市门店面积在100-150平方米；相较而言，衣柜企业对门店面积要求更高。



2020年橱柜行业企业成功招商区域分布情况



2020年衣柜行业企业成功招商区域分布情况



◆ 华东地区是是招商成功率最高的地区，橱柜企业和衣柜企业成功数据分别占比45%和33%。



2020年橱柜&衣柜行业 企业招商触媒情况分析

2020年橱柜&衣柜行业企业认可的招商渠道分析

非闭环数据

2020年橱柜行业 企业认可的招商渠道分析



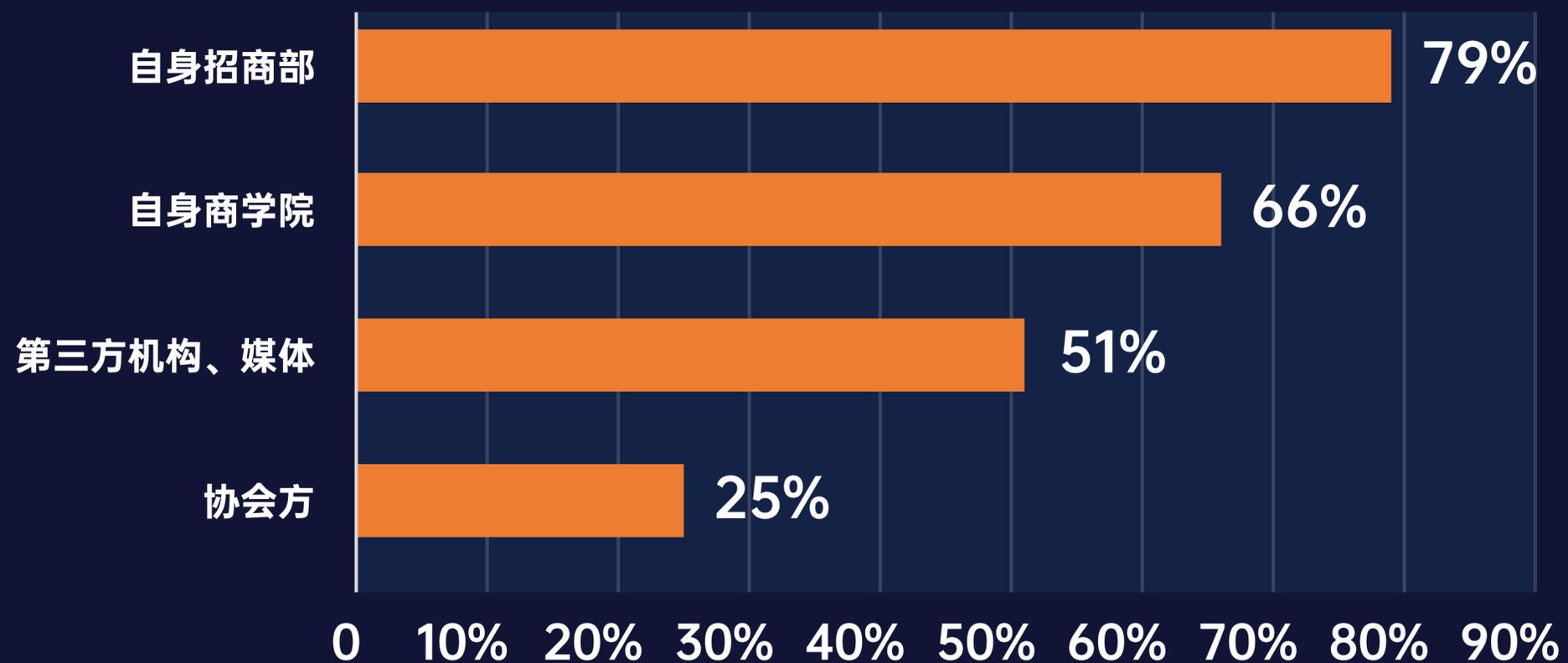
2020年衣柜行业 企业认可的招商渠道分析



- ◆ 2020年，线上招商（百度、综合门户、专业门户网站、新媒体、招商平台）是橱柜&衣柜企业最认可的招商渠道，圈子介绍、电话营销、展会和业务员走访陌拜都较受企业认可。

2020年橱柜&衣柜行业企业招商培训组织方分析

非闭环数据



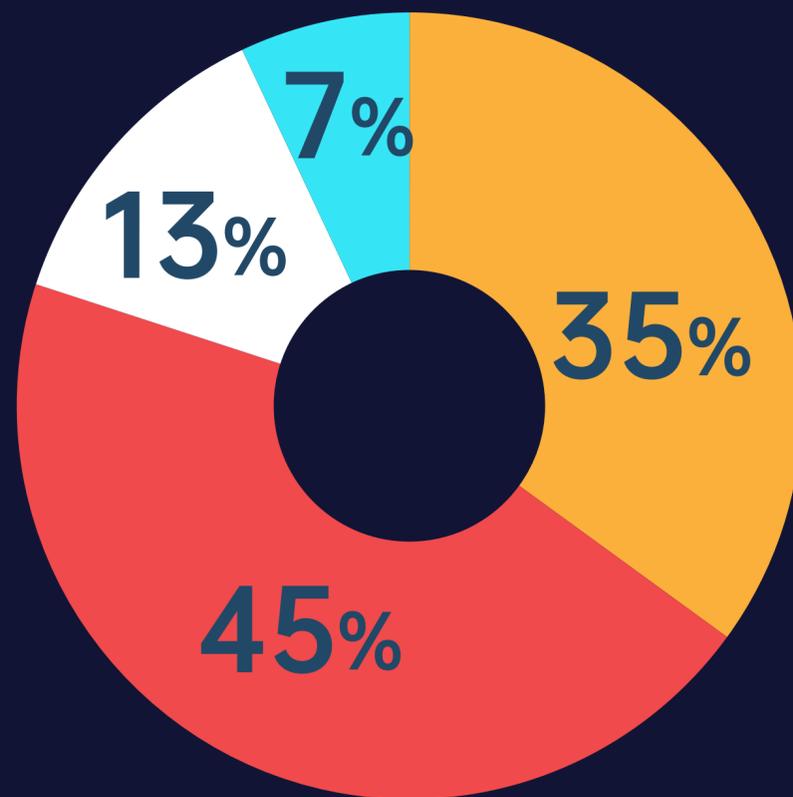
◆ 橱柜&衣柜企业中，自身招商部组织培训占比最高，达79%，其次是自身商学院。

2020年橱柜&衣柜行业企业招商培训需求分析



- ◆ 橱柜&衣柜企业招商培训需求中，招商经理专业能力提升类培训和招商话术电话营销类培训需求最大，占比79%、75%。招商人员综合素质是企业更关心的问题。

2020年橱柜&衣柜行业企业招商人员年龄情况分析

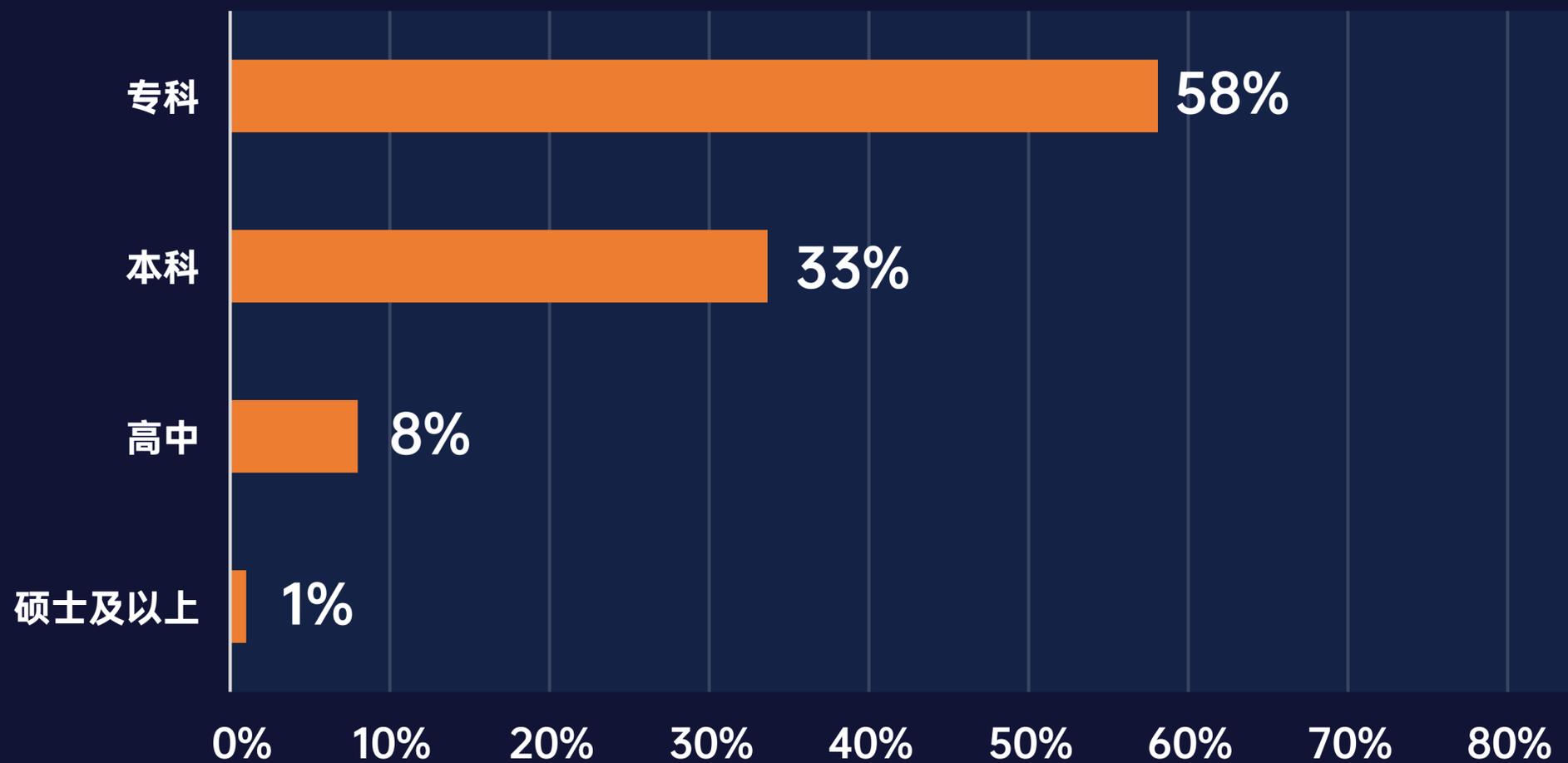


■ 30岁以下 ■ 30-40岁 ■ 41-50岁 ■ 50岁以上

- ◆ 8成橱柜&衣柜行业企业招商人员年龄段在40岁以下。其中30-40岁年龄段占比最高，为45%，这个年龄招商人员年轻、有冲劲，是企业最看重的；近几年招商人员年轻化已经成为趋势。

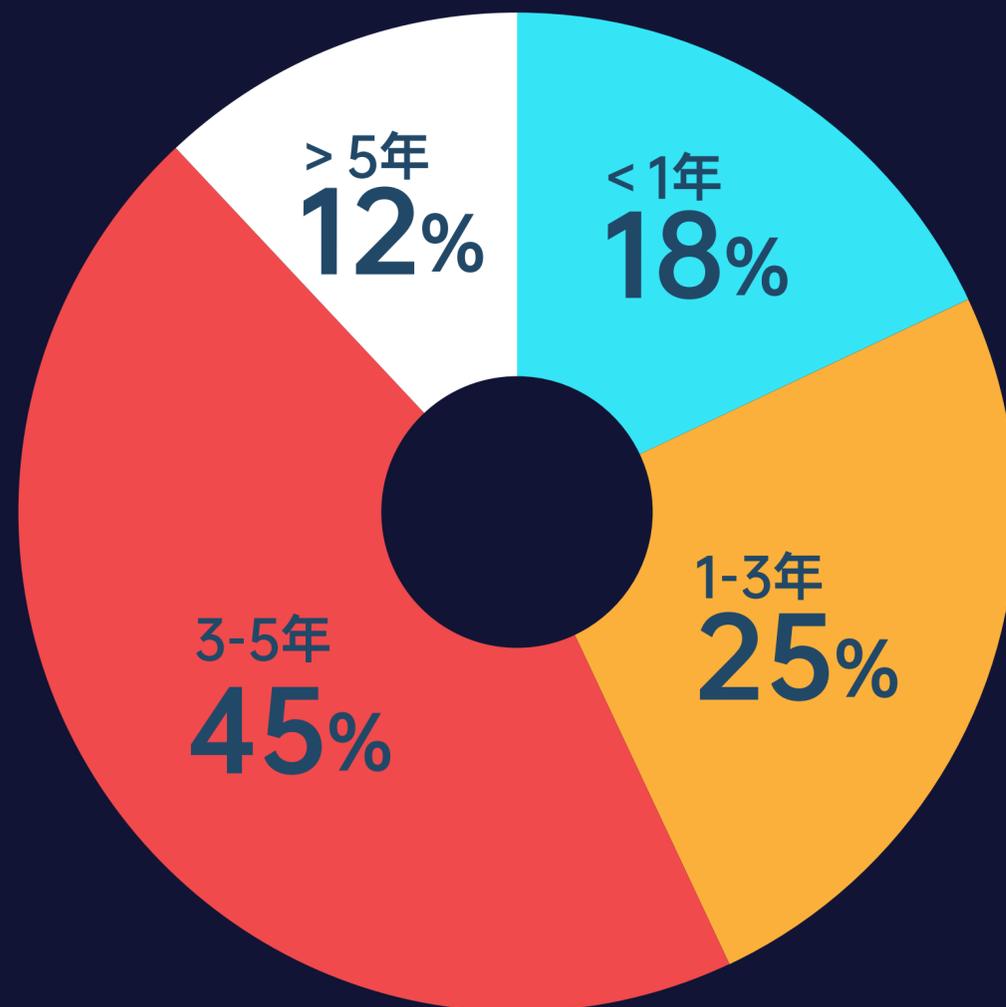


2020年橱柜&衣柜行业企业招商人员学历情况分析



◆ 近6成招商人员拥有专科学历，招商人员学历情况正在逐年提升。

2020年橱柜&衣柜行业企业招商人员从业年限情况分析



◆ 近9成招商人员从业年限在5年以下，招商人员留存仍是橱柜&衣柜企业需关注的问题。

中华建材网招商学院年度培训情况

中华建材网招商学院立足“让天下没有难招的商”，打造实战招商定制课程，助力企业在市场营销环境多变的形势下从容面对。以全体系知识构建、完整学习闭环、数据化精细管理和多年实战经验为要点，提升企业招商团队战斗力。

2020年，中华建材网招商学院全年进行培训**311场（次）**，覆盖企业**939家**，培训招商人员共计**6116人**。其中：
线上培训**121场**，覆盖企业**419家**，培训企业招商人员**2933人**。
走访式培训**183次**，覆盖企业**542家**，培训企业招商人员**2745人**；
落地专场特训营**7场**，覆盖企业**425家**，培训企业招商人员**2448人**。

截至目前，中华建材网招商学院拥有行业5年以上实战经验讲师15名，可定制化、规模化实施企业招商培训，以专业赋能企业渠道发展。



BR4 DATA REPORT

总结



2021年橱柜&衣柜 企业渠道拓展建议

1

行业洗牌进一步加速 企业转型迫在眉睫

2020年家居建材行业见证太多的不确定性和市场变化，2021年显然比我们想象得更具挑战性，企业必须尽快找到新的解决方案，不断转型升级，去满足市场日益多元化和人性化的消费需求。



2

布局线上正当时 私域流量不容忽视

2020年，家居电商直播、品牌私域流量、电商平台、互联网家装、线上线下一体化的家居新零售层出不穷，线上销售、线上招商逐步常态化，企业应多做尝试，不可因噎废食。



3 环保家居永不过时 技术创新显真章

环保不是定制家居行业的核心价值，而只是信任的开始。但这一概念永不过时，企业需进一步提升技术创新能力，让环保成为定制家居标配。



4

新概念层出不穷 保持真我尤显重要

“拎包入住”、“高定”、“零醛”、“智慧物流”、“智能家居”等概念层出不穷，企业需杜绝盲目跟风，从企业自身情况出发，打造属于自己的核心竞争力。



2

出品平台及优势介绍

中华橱柜网 (<https://www.chinachugui.com/>) 创建于2005年，秉承为中国橱柜客户提供满意服务，为中国橱柜厂商开拓终端市场的宗旨，以品宣推广、招商支持、广告植入、供求撮合、口碑提升、导购知识六大资源平台为依托，凭借专业、口碑、高度、时效等六大核心优势，打造具有行业高度与凝聚力、消费者影响力乃至橱柜行业中具有领跑性和传播力的行业门户网站。

中华衣柜网 (<https://www.chinayigui.com/>) 是居美科技旗下专业垂直门户平台，创建于2009年，秉承为中国全屋定制/衣柜客户提供满意服务，为中国全屋定制/衣柜厂商开拓终端市场的宗旨，以品宣推广、招商支持、广告植入、供求撮合、口碑提升、导购知识六大资源平台为依托，凭借专业、高效、口碑、高度、优质、时效六大核心优势，打造具有行业高度与凝聚力、消费者影响力乃至全屋定制/衣柜行业中具有影响力和传播力的行业门户网站。

居美科技及前身自1998年成立以来，一直扎根于中国家居建材行业领域，为广大客户提供精准招商和品牌传播服务。多年来，我们与中国家居建材行业一起不断进步，累计为3200+企业提供解决方案，并助力他们在精准招商及品牌传播领域取得卓越成果！

数说居美

500万+

家居建材行业
代理商数据库

300万+

家居建材行业
粉丝群

20万+

每年为20万+
新增代理商提供
优质品牌选择

50万+

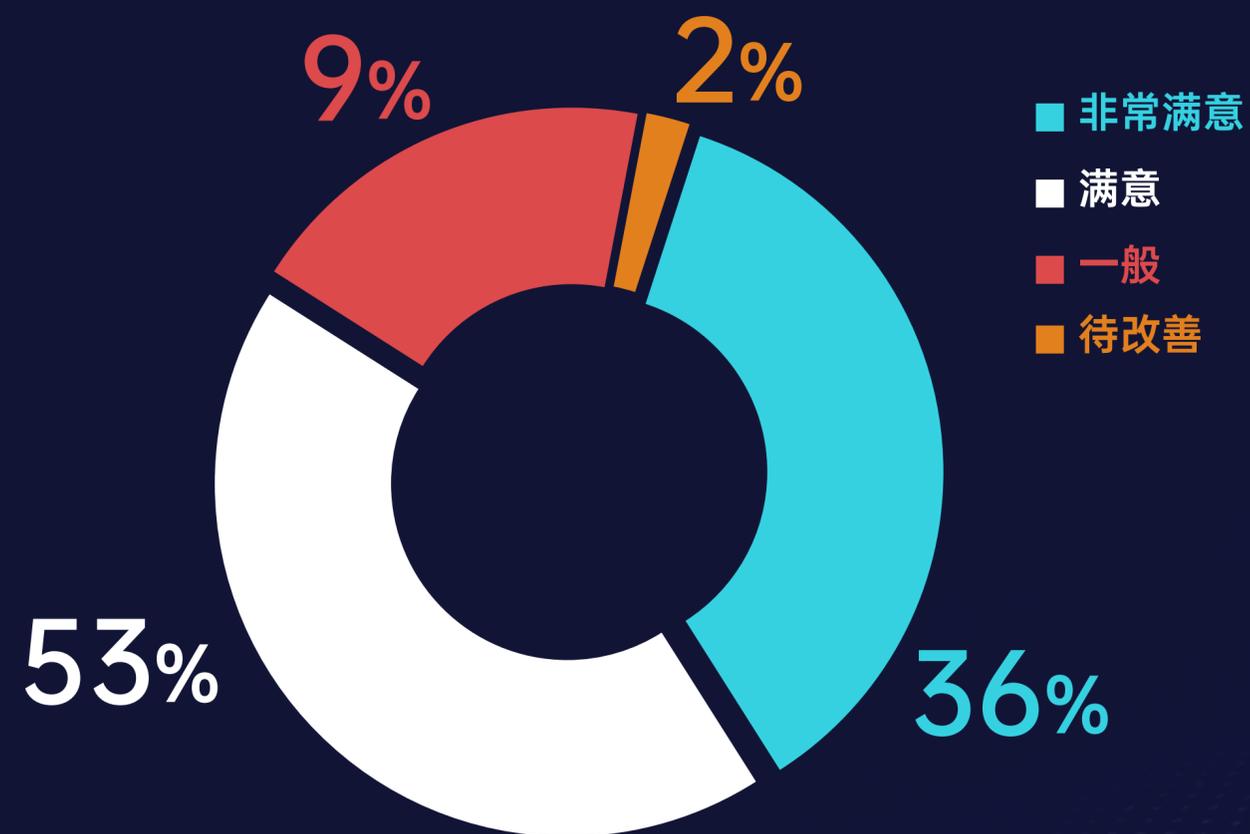
累计帮扶成功创业
代理商数量

*数据截止到2020年12月



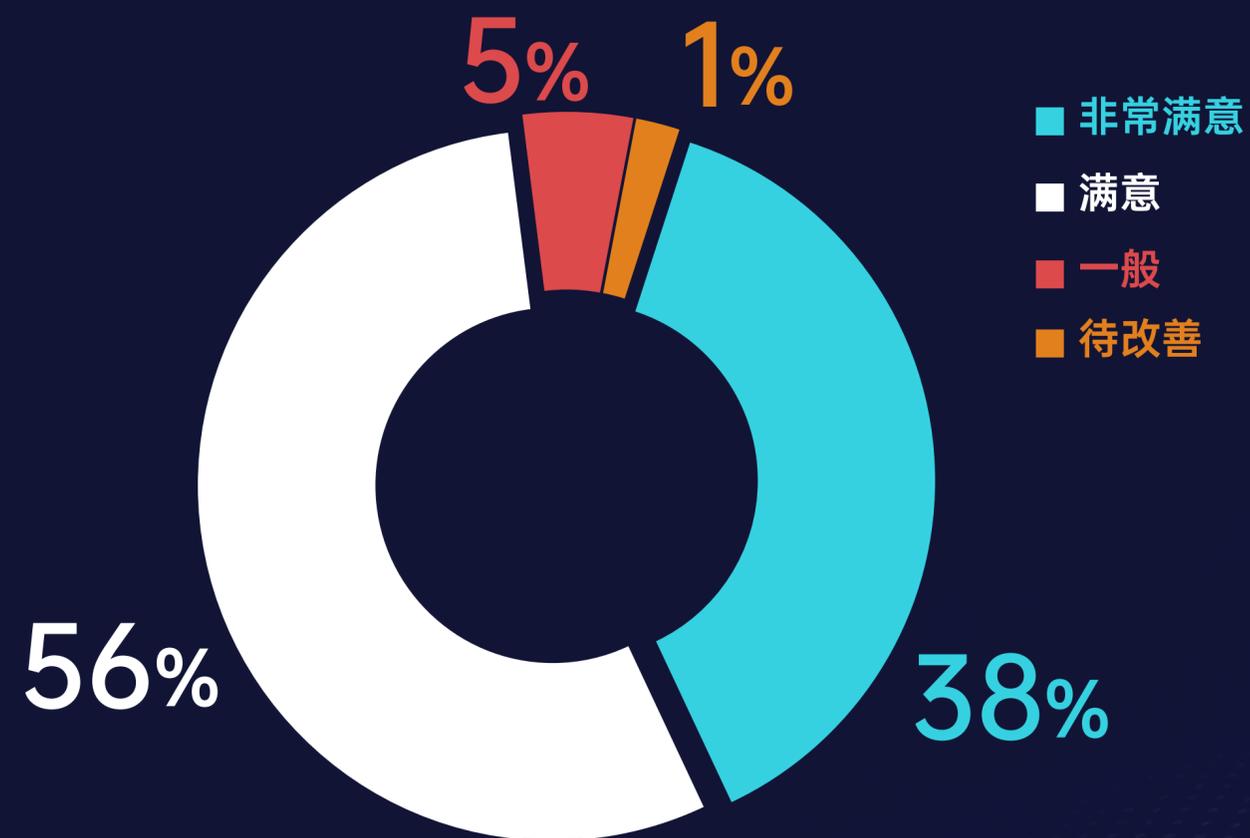
**2020年度橱柜&衣柜企业对于
我方平台招商产品及服务满意度调查**

2020年度橱柜企业对于我方平台招商产品及服务满意度调查



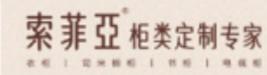
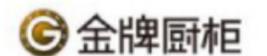
·2020年度，对中华橱柜网招商产品及服务满意及非常满意的橱柜行业企业占比为53%和36%。赋能橱柜行业转型及升级，我们从未懈怠。

2020年度衣柜企业对于我方平台招商产品及服务满意度调查



·2020年度，对中华衣柜网招商产品及服务满意及非常满意的衣柜行业企业占比为56%和38%。助力行业高质量发展，我们一直在努力。

鸣谢单位

 <p>OPPEIN 欧派 有家有爱有欧派</p>	 <p>索菲亚 柜类定制专家 定制 整体橱柜 衣柜 书柜</p>	 <p>尚品宅配 股票代码:300616</p>	 <p>ZBOM 志邦家居 股票代码 603801</p>	 <p>OLO 我乐 整体厨柜 全屋定制</p>	 <p>PIANO 皮阿诺 整体橱柜 / 全屋定制</p>
 <p>金牌厨柜</p>	 <p>诗尼曼® —全屋定制—</p>	 <p>valli 华帝家居 整体厨房 · 全屋定制</p>	 <p>REBON 丽博橱柜 全屋定制</p>	 <p>百得胜 环保定制柜</p>	 <p>卡诺亚®定制家居 ——更懂定制更懂家——</p>
 <p>M 瑪格全屋定制</p>	 <p>客来福®全屋定制</p>	 <p>KEFAN 科凡 全屋轻奢定制</p>	 <p>顶固®全屋定制</p>	 <p>柏厨家居 BORCCI HOME</p>	 <p>ARROW 箭牌家居定制</p>
 <p>odin 欧蒂尼家居 ——全屋定制 木门墙板——</p>	 <p>冠特®定制家居</p>	 <p>伊恋全屋定制 ELIAN HOME</p>	 <p>ROCO 劳卡 全屋定制</p>	 <p>M&M 美佳 整体厨柜 全屋定制</p>	 <p>SHINESTAR 全屋定制+家具 莱茵艾格®家居</p>
 <p>法迪奥 不锈钢艺术厨柜</p>	 <p>MO&GS 莫干山 ——全屋定制——</p>	 <p>联邦高登 全屋定制</p>	 <p>BEHOME 佰怡家 全案设计 拎包入住</p>	 <p>TUBAO 兔宝宝 全屋定制</p>	 <p>EBERY 伊百丽 ——全屋定制——</p>

免责声明

1、本报告数据由中华建材网、中华橱柜网、中华衣柜网及发布指导单位联合提供，仅限于企业内部参考及培训使用，未经许可不得以任何方式翻版和发送到其他平台。如需引用，请注明出处来源。如有违反，中华建材网及发布网站有权追究其法律责任。

2、本报告的所有信息均基于发布单位由自身平台数据和公开合法渠道获得，其中上市公司相关财报数据均来源于财经媒体及相关财报报道，数据仅供参考，不作为研究依据、法律依据与凭证。