

疫情下，瑞安家居行业如何应对？

企业变革“闯关” 政府纾困“托举”

■见习记者 林雨轩/文 王鹏洲/图

日前，在浙江金石家居用品有限公司(下称“金石家居”)的厂房里，工人们在新引入的自动化机械的帮助下，井然有序地组装生产最新的刀具产品。据了解，这样一种新的生产流程，是金石家居面对疫情所修炼的“内功”之一。

今年以来，同其他行业一样，我市家居行业不可避免地受到疫情的冲击，同时，海内外市场环境也时时发生着变化，多方面因素对家居企业构成挑战。对于专营生产的家居企业和专营终端销售的企业来说，他们面临着不同的形势和问题。当下，他们都在积极寻求各自的因应之道。

产业变革 创新突围

RUI BAO

受疫情影响 家居产品销量下降

“去年我们的订单多到做不过来，但是今年出现了明显的下滑。”金石家居副总经理蔡海芳告诉记者。据了解，金石家居的业务主要分为西餐具和刀具两大块，其中西餐具主要供货于宜家。2021年，两块业务总订单额达2.7亿元，销售额达2.1亿元。今年1至4月份，非宜家业务销售额为2318万元，同比增长约31%，但新订单额为1815万元，同比下降32%。“非宜家的业务更能代表市场状况。”蔡海芳说，据他了解，国内很多家居小厂今年都处于无单可做的状态。

为何会产生这样的情况？2021年，由于国内疫情相对稳定，同时宜家等海外商家为应对疫情反复导致的货源不稳定，有备货的需求，大量外贸订单流至国内。“虽然订单量很多，但是因为成本原因，我们控制了生产规模。”蔡海芳说，2021年原材料和人力成本持续上涨，加上疫情的不确定性，金石家居采取了相对谨慎的生产策略。

今年以来，由于海外客户去年的备货还未消化完，同时海外市场处于疫情

后复苏的阶段，需求的恢复需要一定时间，因此订单量有所下降。“我们预测从6月开始会有所好转。”蔡海芳说。

“我们今年一季度的销售数据跟去年比差不多，但是4月的数据变化比较大。”艾千家居用品有限公司(下称“艾千家居”)总经理蔡云飞说，受疫情及市场多方面因素影响，艾千家居4月份的销售额同比下降了30%。

据悉，自2020年疫情暴发以来，艾千家居线下门店的销售额每年递减20%。“导致递减的原因是多方面的，也不只是疫情。”蔡云飞解释说，市场环境的变化也是影响销售的重要因素。

“装修虽然属于刚需，但这个刚需是可以调整的。”谈到疫情对家居零售的影响，蔡云飞认为，主要体现在人们的消费意愿减弱，预算减少，有的消费者还会推迟自己的装修计划。另一方面，疫情导致物流不稳定，这对艾千家居的线上销售产生了不小的影响。“物流发不出或迟发，订单完不成，还会影响顾客对我们店铺的评价，降低我们店铺的权重。”蔡云飞说。



练好创新功 暖心政策助企纾困

自2020年疫情暴发以来，全国家居行业面临挑战，市场环境也因此不断变化。据新浪家居在2020年发布的《疫情下的家居消费心态》调查报告，尽管疫情严重影响了业主装修进度，但62%的人表示不会放弃装修计划。另外，65%的受调查者表示经历过疫情之后，会考虑加装新风、空净、净水等改善家居环境的系统。

随着市场形势改变，有的商家开始开辟线上战场，有的商家开始重视家居设计的健康功能。而对于瑞安的家居行业来说，除了赛道上的调整，自身实力的提升可能更为重要。

蔡海芳认为，当前我市的家居企业，整体来说自动化程度偏低，这在多方面制约着企业的发展。近年来，人力成本不断上升，作为劳动密集型产业的家居行业，用工成本连年递增，“东南亚等国家的人力成本更低，若我们不图改变，他们未来可能会比我们更有竞争力。”蔡海芳说。另外，随着社会观念的改变，90后、00后等年轻人越来越不愿意进工厂工作，这又为企业招工带来更大压力。

“瑞安部分企业家，思维上比较封闭，不愿意进行革新。”蔡海芳说，杭州、宁波等地的企业，有很多经营管理的先进理念值得本地的企业家学习。“比如我们引

进新的设备，这个投入可能一两年都收不回来，但是我们必须下这个功夫。”蔡海芳认为，想要真正在市场中获得竞争力，眼光就要放得足够长远。

面对疫情影响，除了企业自身努力，我市各部门从减税降负、降费减租、金融服务等多个方面也推出惠企政策，以帮助疫情中受影响的企业渡过难关。“我们在税务上享受的政策多一点，比如税款缓缴、失业金减免等。”蔡海芳说。据了解，在新的组合式税费支持政策中，针对制造业中小微企业，2021年第四季度部

分税费缓缴期限继续延长6个月，2022年第一季度、第二季度部分税费缓缴纳6个月。针对企业及在企业参保个人，继续延长阶段性下调失业保险费率政策，将2022年度未裁员或少裁员的中小微企业的失业保险稳岗返还比例从60%提高到90%。

另外，我市家居制造企业有很多属于外贸企业，针对这一类企业，我市扩大了离境退税政策覆盖范围，推行“即买即退”等便利措施，进一步加快申报进度和退税办理进度。



红利与危机 在变化中寻找突破

面对当前形势，金石家居同时从广度和深度两方面着手应对。“我们为老客户提供新产品，为老产品寻找新客户。”蔡海芳说，订单量下降的现状让他们必须寻找新的增长点，通过开发新产品、寻找新客户来实现品牌的横向拓展是一个重点方向。今年，金石家居“走出厨房”，开始研发一款新的园林剪产品以满足海外客户的需求。

另一方面，金石家居践行“精益生产”理念，通过引入自动化机械，建立新的产品流水线，从整体上提高产品的生产效率。比如一件常规的餐厨产品，一般要经过五金、抛光打磨、清洗包装等阶段，按照以往的生产方式，每个步骤都需要在专门的车间进行，车间彼此独立，工序衔接效率较低。而新的生产方式，就是要解决这个问题，“我们通过内部生产工序的优化，减少了生产过程中时间的浪费。”蔡海芳说，新的流水线可提高30%的生产效率，最高时可达50%。

“精益生产”给金石家居的客户带去更多信心，据了解，宜家与金石家居新签订了3年的协议，今年1至4月份，新的协议为金石家居带来了4200万元

的订单，同比增加40%。“在宜家的餐具业务上，今年我们计划做到全球第一。”蔡海芳说，金石家居今年销售目标为3亿元以上。

艾千家居也在尝试拓展自己的产品线，去年开始，艾千开始经营窗帘、装饰品等更多与原有家具配套的软装产品。“我们储备了各方面的专业人才，可以一站式解决客户的装修需求。”蔡云飞说，他们不仅在产品线上进行拓展，在经营地域上也尝试走出瑞安，杭州、宁波等地都已有艾千的加盟商。据悉，新开拓的业务为艾千家居带来了30%的销售增长。

就在记者采访时，艾千家居的直播主管正在面试一位前来应聘主播岗位的女孩。据了解，艾千家居是线上销售的“老玩家”了，“我们从10年前开始就做天猫店铺。”蔡云飞说，近年来，天猫等传统电商平台有所衰落，新兴的抖音等短视频直播平台成了时代新宠。新的形势也意味着新的机遇，今年开始，艾千家居专门引入了负责抖音直播的人才，着力打造直播带货业务。艾千家居为直播业务定下了一年1000万元的销售目标。

专家点评



叶志远(温州职业技术学院家具设计与制造专业副教授、温州市家具工程技术研究中心主任)

今年上半年，受疫情影响，温州家居行业迎来了异常艰难时期，据悉，某家居龙头企业二季度业务下滑幅度高达52%。在此环境下，瑞安的金石家居沿广度创新产品，拓宽渠道，从深度践行精益生产，降本增效，在家居行业异常艰难时期取得新增长，更是锚定宜家头牌餐具供应商；艾千家居拓展产品线，由单品向全案延伸，储备新技能人才，发力直播带货，线上线下齐头并进，实属不易。金石与艾千让我们看到了瑞安家居行业走在了正确的发展方向上，为瑞安地区乃至浙江家居行业企业提供了改革发展范本。

新时期，以中小规模为主的地区家

居行业企业应紧抓5G、大数据、物联网、区块链等数字技术快速发展带来的机遇与技术支持，结合企业特点，或引入数字化生产与信息管理技术改进生产线，提升核心技术竞争力；或引入新媒体技术、VR/AR技术，拓宽渠道；或引入数字化设计技术，缩短产品开发周期，锚定新时代消费群，保持品牌活力；或引入区域文化内涵，开发区域特色产品，打造区域性品牌。

最后，瑞安家居产业相较于汽摩配产业、机械产业及鞋服产业而言，体量较小，发展滞后，正是如此，家居产业行业需借鉴兄弟产业发展之路，稳步推进，形成自己的产业集群与特色。

