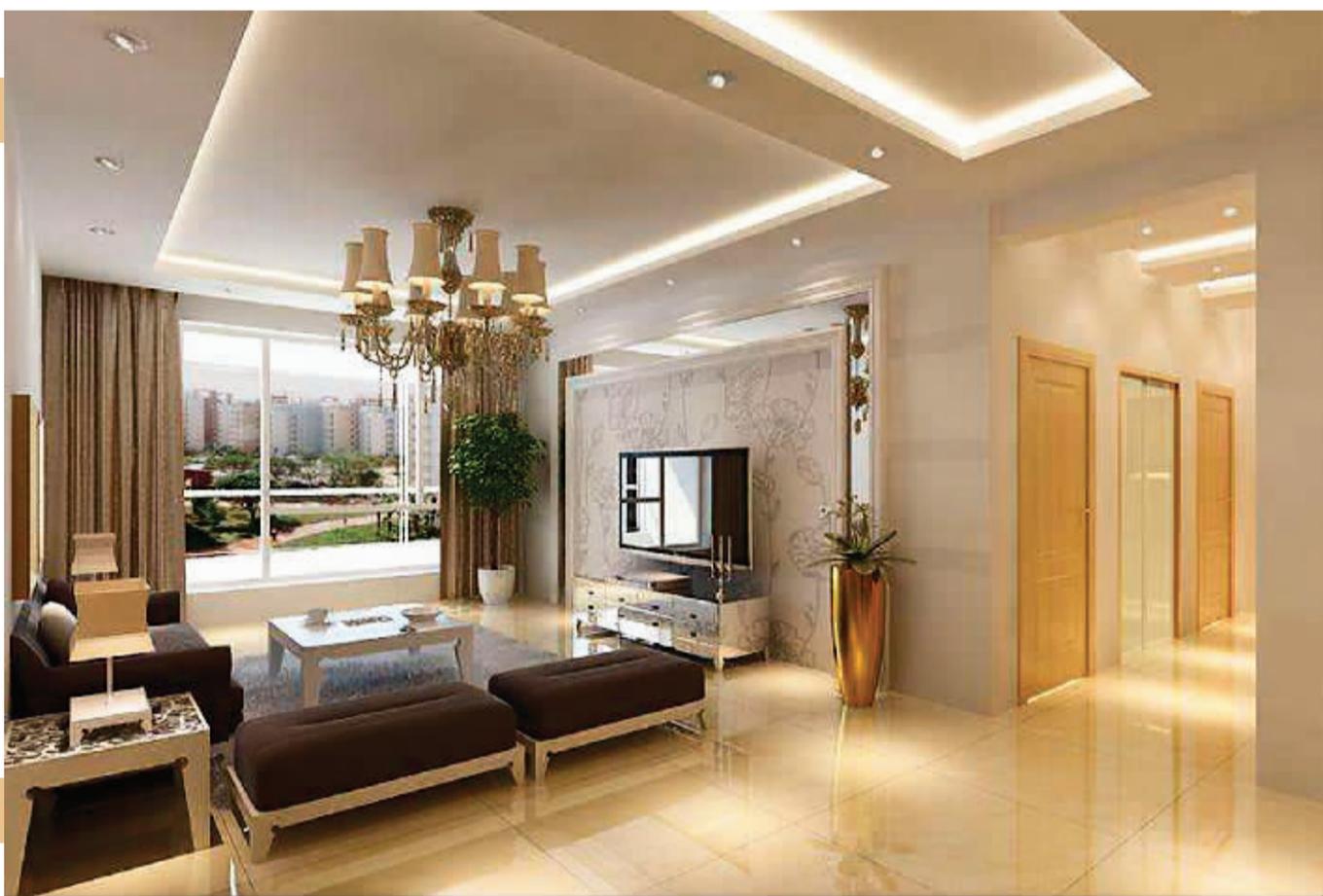




“旧改”全面推进 家居行业迎来巨大增量

7月20日，国务院办公厅公布《关于全面推进城镇老旧小区改造工作的指导意见》，指出到“十四五”期末，力争基本完成2000年底前建成的需改造城镇老旧小区改造任务。

今年以来，中央层面已经多次发文力推“旧改”。不同的是，这一次关键词是“全面推进”，且有了具体时间表，逐一明确了城镇老旧小区改造目标任务及对象范围、调动民众和社会力量参与方式、筹集改造资金途径等关键问题。这意味着“旧改”即将全面上马。



“旧改”潜在存量规模巨大

根据此前官方通报，各地上报需要改造的城镇老旧小区17万个，涉及居民上亿人。换言之，到“十四五”末，也即2025年之前，全国要完成17万个老旧小区改造。

其中，我国2000年前老旧居住小区近16万个，涉及居民超过4200万户，建筑面积约为40亿平方米。而2000年、2001年和2002年新增城市住宅建筑面积分别为6.2亿平方米、4.7亿平

方米和12.9亿平方米。根据老旧小区定义“城市建成区范围内建成使用20年以上”，那么“旧改”潜在的存量规模则将在2020-2022年达到48.2亿平方米、52.9亿平方米与65.9亿平方米。

这些老旧小区，主要集中于一二线城市的老城区，以上海、北京、广州、成都、天津、郑州、武汉、济南等地为多。

恒大研究院常务副院长夏磊测算认为，按老旧小区改造的三大内容来看，基础类的改造平均成本约每平方米300元，按40亿平方米待改造面积测算，预计全国老旧小区基础设施改造需投入1.2

万亿元；改善类改造若只考虑电梯和停车，预计需要至少2.66万亿元；而对于提升类改造来说，若按每个小区投入400万元、17万个小区估算，需要0.68万亿元。因此，保守估计老旧小区改造至少需投入4.54万亿元。

若考虑到自选类改造部分以及居民自发进行户内二次装修，或带动市场空间进一步提升。

家居行业迎来巨大增量

老旧小区改造，不仅涉及民生改善的需求，还关乎扩大内需、拉动投资的重任，其影响不容忽视。

根据意见，改造内容可分为基础类、完善类、提升类3类。基础类主要是市政配套基础设施改造提升以及小区内建筑物屋面、外墙、楼梯等公共部位维修等。完善类主要是环境及配套设施改造建设、小区内建筑节能改造、有条件的楼栋加装电梯等。提升类则包括改造或建设小区及周边的社区综合服务设施、卫生服务站等公共卫生设施、幼儿园等教育设施、周界防护等智能感知设施等。

业内人士表示，建材行业、建筑装饰产业、家具等内部需求、物业等外部需求以及通信设备行业将受益“旧改”。防水、涂料、管材、保温材料等细分领域有望明显受益，同时地产集中度提升、精装占比增加，带动市场向B端家居建材龙头企业倾斜。

具体来看，“旧改”带来的机会可以做这样一个划分，涉及户外的改造与室内翻新两部分，至少包括8种机会：外墙改造、防水改造、户外地砖的翻新、内墙翻新改造、照明、各种五金产

品、管材、智慧社区。

而从“旧改”传导逻辑看，“旧改”有望形成二次装修的需求传导链。从户外改造到户内更新，部分老房翻新、家具家电更新需求等，可能随之释放。可以预见，“旧改”红利将为家居行业带来巨大增量。

这些变化已经在发生。据奥维云网数据评估推算，从住宅装修市场的产值结构来看，老房及二手房翻新市场在2019年合计占比超过40%，2020年将超过42%。反映到家居企业身上——欧派在北京二手房改造业务占到总业务量的七成；索菲亚客户订单新房从73%降低到66%，二手房，翻新房呈增长态势，索菲亚还专门推出了旧房翻新套餐。

如何做好“旧改”市场？

“旧改”是巨大的红利，同时也给企业带来了新的机遇和挑战。

想要真正意义上成功进入这个市场，率先跑通模式是关键。过去，新兴市场需求很大，大多家居企业并不关注利润不高、需求分散的旧房翻新市场。同时，改善型装修的难度更高、更具复杂性，很少有家居企业在这一块有清晰的战略。

总的来说，旧房翻新是一个长尾效应十分明显的市场领域，家居企业要跳出传统固有思维，跳出传统的运营模式，通过新零售，跨界整合资源逐步破除运营壁垒，同时以产品创新强化企业核心竞争能力，从时效、便捷、服务、产品品质等方面进行革新，耐心构建一整套体系，不然也就无法真正吃下这个市场。
(新浪网)

