

"优梵艺术：从艺术家具翘楚到破产清算，一场未预兆的商业风暴"

产品名称	"优梵艺术：从艺术家具翘楚到破产清算，一场未预兆的商业风暴"
公司名称	东莞市南城缘宝商务信息咨询服务部
价格	.00/件
规格参数	服务项目:贵州新零售系统开发 定制项目:新零售系统开发 地区:贵州
公司地址	广东省东莞市石排镇瑞和路松山湖生态园B栋2-5楼
联系电话	18002681353 13652805628

产品详情

近期，一家年销售额超过10亿的大型家居零售商——优梵艺术遭遇了一场突如其来的经营危机。这家知名品牌在全额偿还银行一笔大额贷款本金后，却遭受银行未能按约定提供后续贷款支持，从而引发了公司资金链的严重断裂。随着债权人的连续催债，公司财务状况急剧恶化，最终导致运营团队解散。

对于这一突发情况，天猫方面回应称，在优梵艺术宣布停业之前并未收到正式通知。当前，优梵艺术已公开声明因无力偿还债务，将很快进入破产清算程序。针对尚未完成配送的订单或待解决的售后服务问题，天猫建议消费者联络其官方客服寻求解决方案。

面对优梵艺术突然关闭门店的事实，部分消费者怀疑这是企业精心策划的欺诈行为，旨在通过关店逃避债务并消失。这种疑虑在小红书、douyin等社交平台上得到了众多消费者的共鸣，他们在分享经历时反映了在申请退款和维护自身权益时遇到的种种困扰。

目前，在淘宝平台上搜索“优梵艺术”已无法找到该品牌店铺；同时，其天猫官方旗舰店也已下架所有商品，不再对外销售。

回顾优梵艺术的发展历程，自2012年创立之初，品牌从艺术品推广起步，于2013年成功转型进入艺术家具市场，并在短时间内凭借新零售模式快速崭露头角，成为了行业内的佼佼者，同时也是阿里巴巴集团的战略合作伙伴。

在过去的数年间，优梵艺术在商业领域成绩斐然。数据显示，2016年其销售业绩呈爆炸性增长，实现了惊人的400%同比增长率。2017年，品牌积极参与天猫平台的618与双11购物节，其中618期间天猫销售额同比激增695%，双11当天交易额同比飙升260%。

2018年双11活动中，优梵艺术再创佳绩，仅用1小时52分钟便突破了1亿元人民币销售额大关，当日最终销售额高达1.7亿元，荣膺天猫平台美式家具类目销量冠军。

在接下来的2019年，优梵艺术创始人林上康透露，公司规模已经达到数亿元人民币，坐拥100万会员，会员复购率高达20%，顾客平均消费金额约为7000元人民币。线下门店则展现出了强劲的盈利能力，单位面积营收超过2万元人民币，公司整体毛利润维持在15%-20%，单店平均在18个月内即可实现盈利。

值得一提的是，优梵艺术在2019年初成功完成了近亿元的A轮融资，投资方包括知名投资机构天图投资、广发信德和瀚泽资本。这笔资金主要用于新零售系统的开发、销售渠道拓展、仓储物流网络建设和品牌推广升级等方面。

根据招商证券2019年的研究报告，优梵艺术在2018年度线上线下渠道销售业绩均表现卓越。然而，如今遭遇的重大挫折不禁让人对这家曾经风光无限的家居品牌感到惋惜。

优梵艺术作为一个家居行业的新零售典范，曾在过去五年间展现出非凡的成长力，其年均复合销售额增长率高达111%，累计总规模逼近10亿元人民币。在其巅峰时期，优梵艺术在天猫平台的官方旗舰店积累了超过161万的铁杆粉丝，销售业绩始终傲居家具行业前列，一度被誉为家具界的璀璨明星。

然而，历经三十载风雨洗礼，优梵艺术逐渐淡出主流视线，昔日辉煌不再延续。这个曾光芒四射的品牌如今黯然离场，引发业界内外深沉的反思与对昔日荣耀时光的怀念。

优梵艺术的成功崛起，得益于其开辟了一条迥异于传统家具企业的创新路径，紧紧抓住了互联网电子商务蓬勃发展的机遇。自创业初期即借助淘宝庞大的线上市场，使产品销量一路飙升，稳居天猫家居类目qianshi大品牌之列。

品牌之所以能在短时间内从零起步迅猛发展，关键在于准确把握了一线城市年轻消费者追求个性化和审美趋势的消费需求。凭借良好的用户口碑与品牌影响力，优梵艺术在电商市场上持续壮大。

在新零售业态兴起的浪潮中，优梵艺术更是顺势而为，通过与阿里巴巴建立战略合作关系，不仅优化了线下体验店的运营，还利用阿里强大的大数据分析技术，为其业务拓展提供了有力支撑。同时，携手阿里巴巴集团旗下菜鸟网络，改善供应链管理和提升物流效能，进一步巩固了竞争优势。

2018年，阿里巴巴集团加大了对家居零售行业的布局，不仅投资了家居巨头居然之家，还在天猫平台上推出了“淘宝心选”这一生活方式品牌，涉足线下实体店运营，展现了当时整个行业正处于高速发展的黄金阶段。

然而，随着2022年房地产市场的骤然降温，作为产业链下游的家具定制行业受到了沉重打击。优梵艺术遭遇的危机中，尤为突出的一点是银行对其贷款政策的突然转变，不再继续提供贷款支持，这可能是基于对其偿债能力的担忧。虽然无法直接获得具体的财务数据或银行政策文件来确定原因，但从优梵艺术因资金链断裂而被迫停业的情况推测，其可能在还款能力、信用状况或担保资产价值等方面出现了问题，进而导致银行暂停了贷款续作。如今，优梵艺术的困境愈发显现，令人深感遗憾。

家居行业的动荡不安，尤其是近年来频繁发生的资金链断裂、经营困难乃至企业倒闭事件，大大降低了消费者对家居行业的信任度。最近，欧派家居遭遇了一系列与其经销商有关的风波，如辽宁海城某欧派品牌经销商在收取客户巨额“全屋定制”款项后宣告破产，致使消费者蒙受损失。此前，黑龙江大庆的欧派家居shouquan店铺也出现了“跑路”事件，牵涉数额庞大的未结货款。

实体家居销售疲软的趋势愈演愈烈，行业内包括居然之家、红星美凯龙、宜家等领军企业也深受其害，纷纷面临严峻的运营挑战，不得不采取闭店措施以减轻损失。红星美凯龙在2023年就关闭了23家家具商场就是一个鲜明的例子。

尽管如此，国家统计局2024年3月份数据显示，家具类零售总额仍录得121亿元，同比增长0.2%，显示行业总体销售额仍在缓慢爬升，但增长动力明显不足，反映出家居市场短期内存在一定疲态。

不过，在实体市场受到挑战的同时，家居品牌在网络电商平台上找到了新的发展机遇。202X年“双11”购物节期间，多个家居和家电品牌在线上平台表现出色。淘宝和天猫平台中，源氏木语、林氏家居、顾家家居等7个品牌首次实现了单店铺销售额破亿的佳绩。在天猫公布的整个“双11”活动周期内，索菲亚、林氏家居、九牧等品牌销售成绩亮眼。特别是在“双11”活动开启后的短短4小时内，林氏木业及其关联品牌源氏木语的成交额即突破10亿元人民币。

京东平台同样战绩喜人，在“双11”当天，通过直播带货的方式，10分钟内就有超过100个家电家具品牌

的交易额同比增长10倍以上。此外，douyin、快手、拼多多等社交电商平台上的家居装饰品类也取得显著增长，douyin商城“双11”优质商品节期间，家电及家具行业的整体GMV同比增长超过120%。

显然，“双11”等活动期间，家居品牌充分利用电商平台的庞大流量和营销策略，有效提升了品牌知名度并大幅提高了销售业绩。面对现状，家居品牌需要整合线上线下资源，采取多元化的市场策略吸引更多潜在消费者。同时，随着消费者对生活品质不断提升的需求，家居品牌应紧随市场潮流，不断创新产品设计，提升服务质量，才能在激烈的竞争中实现可持续发展。

注明：以上所有数据均来自互联网公开信息获取，小编不对本文内容任何真实性承诺保证，如有不实联系小编处理。

小编所有分析的项目，只是分析商业经济模式，小编没有参与任何分析过的项目运营，也不投资参与任何项目，不做任何项目私下评估，（以上分析均不构成任何投资建议）

转载请注明出自：微三云贺琴、文章编辑：helon233

小编：一八零零两六一三五三