

# 消费日报

2023年7月14日  
星期五  
总第8490期  
第5549期  
本刊第617期

中国家居

http://blog.sinacom.cn/xfrbxddjj

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

## 需求大增 商用家具蓝海潜质初现

□ 本报记者 陆俊文/摄

朱先生在贵州威宁草海边新开了一家客栈,因为他对当地旅游业的发展充满了信心,在客栈的装修上花了不少心思,购买了大量客房家具和户外家具。在采购过程中,他发现,适合客栈、酒店使用的商用家具市场需求很大,他订货的那家企业因为订单太多,延迟了一个多月才给他发货。

日前,经济日报与京东联合发布的一组数据显示,商用电器家具产品消费出现明显增长,其中超市家具销量增长315%,酒店家具行李柜等销量增长200%。随着今年旅游、餐饮等行业快速复苏,商用家具的需求也出现大幅增长,在近年家居业持续低迷的大环境下,成为提振市场的亮点,并开始显露出产业蓝海的潜质。

### 县域市场商用家具需求大增

朱先生新开业的紫茜客栈,只是当地新开的众多宾馆客栈中规模中等的一家,进入2023年,当地新开业了多家宾馆、客栈、饭店,大家都对未来餐饮旅游业的复苏充满了极大的期望。而大量宾馆、客栈、饭店的开业,对商用家具也产生了巨大的需求,据在威宁县设厂的一家酒店家具和床垫生产企业负责人介绍,今年上半年他们企业接到的订单比前两年的总和还多,主要是订制床垫和酒店衣柜、行李柜等产品,还有很多来咨询餐馆家具、酒店沙发、桌椅的客户,但是他们的产品品类和生产能力有限,没



有接这些单。他表示,作为一家中小企业,他们的客户主要在当地,虽然是县域市场,但是需求也不小,目前还是增长的势头,相比沿海的大企业,他们也拥有一些自己的优势,比如大件家具物流成本低,定制灵活,随时上门服务等。

京东发布的数据也验证了这一市场趋势:与去年同期相比,商用电器家具产品在二线城市、四线城市和县域农村地区的订单量占比有所提升。其中,县域农村地区商用电器家具产品订单量提升最为明显。随着县域和农村市场基础设施持续完善,优质商用电器家具产品和服务正逐步覆盖到这些地区,再加上县域农村市场消费能力和消费意愿进一步提升,相应的餐饮服务也在迅速复苏,进一步带动了该地区商用电器家具产品订单量的提升。

### 供给和需求还有较大差距

作为家具行业中较冷门的品类,商用家具的突然“火爆”,显然让很多家具企业没有做好准备。作为近年来家具市场细分的一个新品类,商用家具和民用家具、办公家具有所区别,商用家具更注重实用场景的需求,比如餐馆、酒店、宾馆、机场、车站等,不同场景有不同的需求,因此商用家具更注重场景化和适用性,定制化要求更高。比如餐馆家具,不同的餐馆对家具的需求完全不同,因此很多酒店和宾馆的商用家具都要根据自己的风格进行定制,对家具的设计、适用性要求更高。

但是在家具市场,商用家具显然还没有满足这些新的需求和变化。据记者了解,目前很多家居卖场还没有专门的商用家具分类,餐饮家具一般都包含在民用家

具的餐桌椅分类里,宾馆沙发、行李柜和床垫也包含在客厅家具、卧房家具里。对于商用家具用户来说,如果不定制,就只能在民用家具里面寻找自己需要的产品,但是这样挑选的家具,和自己的需求是有较大差距的。

在定制家具领域,目前主流的定制家具企业开展的主要是民用家具定制业务,还没有专门的商用家具定制企业,对于商用家具用户来说,这类企业的定制成本,适用性、设计理念等,都不能很好地满足商用要求。因此,在商用家具领域,供给侧改革、满足消费升级是现实的要求。

### 需要更好地满足不同场景需求

在商用家具设计方面,由于商用家具的使用环境不同,设计必须强调适用性,而不是仅仅注重产品外观和质量,此外,在设计商用家具时,需要注重用户体验和舒适度,这也是商家最重视的,只有用户体验更好、舒适度更高的家具,才能吸引更多的顾客,让商家得到更多的好评。

京东消费及产业发展研究院高级研究员柴祯祯也认为,随着市场需求进一步释放,服务业运行持续向好。作为服务业企业运营必不可少的设备,商用电器家具产品消费保持高速增长,展现出良好的发展前景。接下来,相关生产企业要在商用电器家具产品的智能化、便捷性及功能性上下功夫,以创新谋发展。同时,面对不同市场,生产企业还要加快提升商用电器家具产品的适用性,以满足不同场景下的消费者需求。



□ 本报记者 陆俊

作为以竹代塑的生力军,竹纽扣具备明显的产业优势和环保优势,未来发展前景巨大。7月1日至2日,两会提案《以竹代塑·竹纽扣工程》起草者、《世界竹藤通讯》“竹纽扣工程”专家组秘书长齐崇峰携手国际竹藤中心研究员王戈、浙江省林科院副研究员张文福、国网泰顺县供电公司党委书记杨建益等行业专家一行前往浙江省丽水龙泉、宁波奉化和“中国纽扣之都”温州永嘉桥头镇实地调研,擘画竹纽扣产业未来发展新蓝图。

2022年11月,中国政府同国际竹藤组织携手落实全球发展倡议,共同发起“以竹代塑”倡议,推动各国减少塑料污染,应对气候变化,加快落实联合国2030年可持续发展议程。我国是全球纽扣的主要生产大国,纽扣的产能巨大。据中国海关总署数据显示,2022年末用纺织材料包裹的塑料纽扣组扣出口超2.5万吨,出口额约2.53亿美元。众所周知,塑料纽扣生产存在严重的“三废”污染问题,我国竹材资源丰富分布广,传统竹文化历史悠久,可为竹纽扣开发与纽扣产业绿色转型升级提供优良原料和发展动能。

作为“中国纽扣之都”的温州桥头镇,其纽扣产业自上世纪八十年代初期起步,经历萌芽、成长、成熟、提升与转型,是基于区域内的地理环境、资源禀赋以及历史文化共同促进,形成自下而上市场主导的民营经济发展而成的产业集群。据桥头镇党委书记、副镇长徐建武介绍,目前桥头纽扣市场及其产业发展已步入新常态,纽扣产业活力得到释放,经济效益稳中有进,电商市场初具规模,创新意识不断提升。截至目前,桥头镇共有纽扣企业300余家,其中规模以上12家,纽扣产品远销全球30多个国家和地区,市场份额占全国的50%。调研期间,专家组一行实地考察了龙泉市亿龙竹木开发有限公司、宁波士林工艺品有限公司、浙江省温州市永嘉桥头镇多家企业以及桥头商贸中心。在桥头镇竹纽扣座谈会上,徐建武介绍了桥头纽扣产业发展基本情况,齐崇峰和王戈分别介绍了《以竹代塑·竹纽扣工程》和“以竹代塑”的相关情况,大家就相关问题进行了积极的座谈与交流。

永嘉县政协党组副书记、副主席金盾和桥头镇党委书记金志敏均表示对竹纽扣未来能在永嘉桥头落地与高质量发展很有信心。此外,永嘉县科协副主席罗一相,永嘉县纽扣商会会长、永嘉县舒尔达纽扣负责人叶振宇以及嘉华纽扣占纯超、雷宇纽扣金恩义、木禾纽扣金美达、琦达纽扣王仁达、喜鹤纽扣金永寿等企业代表参与了现场座谈。

值得关注的是,作为北京民建会员和竹纽扣专家,齐崇峰多年来在传承中华优秀传统文化特别是服饰文化的征程中一直躬耕前行。2017年,他向两会起草《新时代中式正装》提案,建议中国人应有自己的正装。今年两会期间,他又向两会起草了《以竹代塑·竹纽扣工程》提案,建议大力发展竹制纽扣,落实“以竹代塑”倡议。此次推手国际竹藤中心专家组赴浙调研是弘扬传承中华优秀传统文化的又一例证。

### 本刊支持单位:

中国五金制品协会

中国工业设计协会

中国室内装饰协会

中国陶瓷协会

中国家具协会

中国林产工业协会地板委员会

中国木材流通协会木地板委员会

### 东拉西扯

## 为政策赋能家居消费叫好

不可否认,家居产业是重要的民生行业,涉及领域多、上下游链条长、规模体量大,是满足人民美好生活需要的重要载体,促进家居消费不仅有利于满足人民群众对美好生活的向往,也有利于带动居民消费增长和经济增长。

目前,我国居民的消费偏好已从数量型、粗放型逐渐转向质量型、绿色型、智能型、个性化,消费结构升级加快,消费品品质明显提升。此次政策有利于家居产品提高供给质量和水平,有利于企业提供更多个性化、定制化家居商品,进一步增强居民消费意愿,助力生活品质改善。这不仅能够刺激

家居商品和服务的升级,也能够改善居民的居住环境和生活品质,从供给侧增强中国家居企业全球竞争力,从需求侧满足居民对更多个性化、定制化家居商品的诉求。

为政策赋能家居消费叫好,利好政策将对家居消费产业带来积极影响,有望带动家居消费需求的提升,推动家居行业的发展,为民生消费和经济发展开辟美好愿景。我国的家居企业数量众多,家居行业规模庞大,市场规模超过万亿元。在扩大内需和促消费等措施的共同推动下,家居行业的消费潜在在政策赋能下有望逐步释放。

## 推动低碳经济高质量发展 京东携手家电家居品牌发起以旧换新绿色联盟

“实现‘双碳’目标需要全社会的共同努力。”北京绿交所董事长王乃祥近日表示,北京绿色交易所始终倡导绿色低碳生活理念,而家电家居产业与公众个人密不可分。近日由京东发起的以旧换新绿色联盟汇集产业链上下游的堅实力量,将为大家电家居的绿色转型升级注入新的驱动力,有助于在全社会树立节能降碳和循环利用新风尚。

事实上,作为国民经济的重要组成部分,家电家居行业在“双碳”战略下,不断加快低碳经济转型步伐。近日,京东携手格力、美的、海尔、TCL、海信、长虹、喜临门、雅兰、金可儿、恒洁、九牧、箭牌,等家电家居品牌,发起以旧换新绿色联盟,并启动7月清凉节活动,加速以旧换新推广普及,推动消费者绿色生活方式的转变,形成节约适度的消费理念。

### 家电家居行业加速低碳转型

#### 废旧产品处理成重中之重

力争2030年前二氧化碳排放达到峰值、2060年前实现碳中和目标的“双碳”战略,既是实现可持续发展的现实需要,也是推动经济实现高质量发展的客观需求。同时,绿色低碳经济的高速发展,为企业提供绿色机遇,成为行业发展的重要驱动力。“双碳”战略所倡导的绿色、环保、低碳的生活方式。不仅能加快降低碳排放步伐,建设更加清洁美丽的家园,更让普罗大众成为绿色生活方式的践行者和推动者。

有相关数据显示,在全球温室气体排放的总量中,65%甚至70%以上的碳排放量来自家庭消费。作为家庭生活的重要一环,家电家居的绿色低碳发展刻不容缓。这不仅需要厂商和渠道商发挥市场主体的推进作用,构建绿色低碳供应链,形成更多、更好、更适用的低碳产品和服务,也需要持续优化废旧家电家居回收处理体系,进一步促进绿色智能家电升级换新消费。2022年我国相关部门发文鼓励家电生产企业回收废旧家电,为回收旧家电的企业提供利好的政策,这也刺激了许多家电企业开始展开“以旧换新”的活动。

来自国家发改委数据显示,目前我国国家电保有量超过21亿台,每年淘汰废旧家电约1亿台至1.2亿台,但正规化回收处置率处于较低水平,仍有大量废旧家电被不规范的回收站、私拆回收拆解。同时,由于很多家电家居产品超期

服役,可靠性堪忧,容易给消费者带来生命财产损失。

很显然,海量废旧和超期服役的家电家居产品能否妥善处理,已经成为行业能否成功向绿色低碳转型的关键。回收及废旧处置的健康发展,可以有效减少拆解废旧电器带来的安全隐患、环境污染,也能激发消费潜力,促进绿色低碳循环发展经济体系的建立。这样的行业大背景也推动了家电家居生产、销售、回收的企业和渠道,积极参与到废旧家电家居商品的回收,“互联网+回收”新模式日渐兴起。以京东为例,凭借优势的资源整合能力、供应链能力,与众多家电家居品牌强强联合,拉通产业上下游,扎实推进以旧换新的推广普及,在解决超期服役、可靠性等问题的同时,更推动行业打造完善、成熟的回收和处理体系,让回收处理体系覆盖率大大提高,消费者的服务体验也得以提升。

### 持续升级以旧换新服务

#### 京东不断解决消费痛点

早在2016年,京东就针对家电品类上线“以旧换新”服务,并先后上线了包含大小家电在内的超过100个细分品类。近年来,京东家电家居不断升级以旧换新服务体验,建设成熟、完善的服务体系,吸引更多消费者参与以旧换新,让更多废旧家电家居产品得到妥善处理。截至目前,京东家电家居的以旧换新服务已经覆盖全国95%以上城市/乡镇等地区。

事实上,由于以旧换新存在上门回收旧品乱估价、乱收费、换新补贴方式复杂,大件旧物清运费贵、费钱、费时等痛点,目前仍有不少消费者对以旧换新持观望态度。对此,京东家电家居推出六大权益保障,无论消费者在什么渠道购买的旧家电家居商品,不限品牌、不限渠道、不限年限、不限品相,均可在京东换新,同时始终坚持免费上门、免费拆旧、免费搬运的“三免服务”,全面保障换新体验。值得一提的是,针对电视、冰箱、洗衣机、床垫、马桶等商品,京东家电家居提供送、装、拆、清的一体化服务,将以往需要多次上门才能完成的服务流程缩减至只需要1-2次,彻底解决令消费者备受困扰的取旧换新难、送安装时效问题。

一系列优质的服务体验,也让京东收获了市场的认可与消费者的信赖。数据显示,今年京东618期间,京东家电

居以旧换新成交额同比增长150%,空调以旧换新成交额同比增长超200%。

### 联同行业伙伴“一起向绿色”

#### 京东完善全产业链循环体系

上下同欲者胜,同舟共济者赢。构建家电家居的绿色循环消费体系是一项系统工程,除了京东持续升级的以旧换新服务体验,更需要全行业的共同参与。在今年4月举行的“家电生产企业废旧家电回收目标责任制行动”专家咨询会上,国家发展改革委产业司、工信部节能司、生态环境部固体废物司等有关部门,就发出了充分发挥各方面作用,鼓励更多企业参与到废旧家电回收目标责任制行动中,推动相关行业优质高效绿色发展的倡议。

对于家电家居行业来说,未来必将会出现出焕然一新的状态,只有抓住绿色、环保才能让企业走的更加长远。以“技术为本,致力于更高效和可持续的世界”为使命的京东,不忘初心,积极履行企业社会责任,在此次京东家电家居清凉节活动期间,联合格力、美的、海尔、TCL、海信、长虹、喜临门、雅兰、金可儿、恒洁、九牧、箭牌,等超过20个家电家居品牌,共同发起以旧换新绿色联盟,不仅

通过节能环保产品的推广与普及,推动绿色消费观念的提升,更通过京东家电家居清凉节会场推出以旧换新立减10%起,六大以旧换新保障权益等实在“福利”,让消费者享受优质购物体验的同时,还能节省换新成本。

更为重要的是,京东家电家居将以此次以旧换新绿色联盟为契机,坚持长期投入对绿色、低碳消费模式的探索与实践,联通上下游合作伙伴,完善从前端旧品估价新品补贴,到中端收旧送新,再到后端旧品处理,持续优化以旧换新模式,让消费者、生产者、与回收者都能得到更多实惠,形成完善的全产业链循环,实现环境保护与经济发展的双赢。

作为低碳经济的重要入口,以旧换新既有效减少废旧家电家居拆解导致的安全隐患、环境污染,有利于构建绿色低碳循环发展经济体系,又能激发消费潜力,为行业注入新的活力。通过以旧换新绿色联盟,京东家电家居将与全行业一道,在满足大众对低碳、绿色、智能、时尚消费升级需求,推动产业结构低碳化升级,促进绿色低碳消费的进一步发展。

(央广网)

□ 双木

6月29日召开的国务院常务会议,审议通过《关于促进家居消费的若干措施》,就促进家居消费部署相关举措。这是近年来国家又一次采取重要措施,促进家居消费增长,进而带动经济恢复。

家居与汽车、家电、餐饮并称为消费“四大金刚”,合计占社会消费品零售的比重接近1/4,是消费的顶梁柱。但从上半年情况来看,“四大金刚”中,餐饮消费一枝独秀,汽车消费低位反弹,家居、家电消费则整体偏弱。5月份,社会消费品零售中的家电、家具消费增速均为负增长。

实际上,家居行业业绩承压已久。Wind数据显示,在家用家居行业48家企业当中,今年一季度总营收为