

## 中央经济工作会议为家居行业指引大方向

□ 本报记者 陆俊 文摄

不久前召开的中央经济工作会议，其中有多项关系家居制造业及房地产的大政方针，为家居行业未来的发展定下了基调，指明了方向。2025年，在中央经济工作会议的指引下，家居行业将迎来一个稳健发展、充满机遇的一年。

行业在压力加大  
形势严峻之下保持稳健发展

中央经济工作会议指出，当前外部环境变化带来的不利影响加深，我国经济运行仍面临不少困难和挑战，主要是国内需求不足，部分企业生产经营困难。这和广大家居企业的感受是比较一致的，也表明2024年是比较困难的一年，家居行业历经艰辛，非常的不容易。

2024年，全球经济形势复杂多变，贸易保护主义持续，国际供应链受到严重冲击。与此同时，国内经济也面临下行压力，消费不振、投资乏力等问题凸显。家居行业作为制造业的重要组成部分，同样感受到了这种压力。许多企业面临订单减少、成本上升、利润下滑等困境，经营压力空前增大。

然而，正是在这种艰难的环境下，家居行业展现出了强大的韧性和适应能力。企业通过技术创新、管理优化、市场拓展等措施，积极应对挑战，努力寻求突破。虽然历经艰辛，但家居行业依然保持了稳定的发展态势，为2025年奠定了坚实的基础。

## 积极有为的宏观政策为行业注入新动力

对广大家居企业来说，令人鼓舞和期待的是，中央经济工作会议强调，实施更加积极有为的宏观政策，扩大国内需求，推动科技创新和产业创新融合发展，稳住楼市股市。

会议要求，要实施更加积极的财政政策。更加注重惠民生、促消费、增后劲，兜牢基层“三保”底线，要实施适度



宽松的货币政策，发挥好货币政策工具总量和结构双重功能，适时降准降息，保持流动性充裕。

更加积极有为的宏观政策，更加积极的财政政策，适度宽松的货币政策，稳住楼市股市政策，让家居行业对明年的发展有了更强的信心和坚实的基础。实施更加积极的财政政策，更加注重惠民生、促消费、增后劲，兜牢基层“三保”底线。这意味着，政府将加大在基础设施建设、社会保障等领域的投入，提高民生福祉，从而带动相关产业的发展。对于家居行业而言，这将带来更多的市场需求和商机。

实施适度宽松的货币政策，发挥好货币政策工具总量和结构双重功能，适时降准降息，保持流动性充裕。这一政策将有效降低企业的融资成本，提高资金利用效率，为家居企业的生产经营提供更多的资金支持。

特别是稳住楼市政策，作为家居行业的上游产业，房地产市场的稳定将为家居产品带来稳定的需求，从而推动行业的持续发展。

## 房地产止跌回稳为行业带来消费新机遇

中央经济工作会议在“明年要抓好重点任务”中，第一条就提出：大力提振

消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求。

第五条提出：有效防范化解重点领域风险，牢牢守住不发生系统性风险底线。持续用力推动房地产市场止跌回稳，加大实施城中村和危旧房改造，充分释放刚性和改善性住房需求潜力。合理控制新增房地产用地供应，盘活存量用地和高价用房，推进处置存量商品房工作。推动构建房地产发展新模式，有序搭建相关基础性制度。

房地产作为家居行业最重要的上游产业，其发展趋势对家居行业的影响不言而喻。中央经济工作会议提出的政策举措，无疑为家居行业打开了巨大的市场空间。

随着房地产市场的逐步回暖，家居产品的需求量也将随之增加。从家具、门窗、厨卫、卫浴到建材家居等各类产品，都将迎来新的发展机遇。同时，城中村和危旧房改造项目的推进，也将带动相关家居产品的需求增长。这些政策举措不仅为家居行业提供了更多的市场机会，也为行业的转型升级提供了动力。

此外，随着居民生活水平的提高和消费观念的转变，刚性和改善性住房需求潜力巨大。这将带动家居行业赢得更多的市场份额。

## 为行业指明未来发展趋势和方向

中央经济工作会议“明年要抓重点任务”中，第八条提出：协同推进降碳减污扩绿增长，加紧经济社会发展全面绿色转型。进一步深化生态文明体制改革。营造绿色低碳产业健康发展生态，培育绿色建筑等新增长点。建立一批零碳园区，推动全国碳市场建设，建立产品碳足迹管理体系、碳标识认证制度。持续深入推进蓝天、碧水、净土保卫战。制定固体废物综合治理行动计划。实施生物多样性保护重大工程。加强自然灾害防治体系建设。

中央经济工作会议的这一政策导向，为家居行业指明了未来发展趋势和方向：降碳减污、绿色增长将是行业未来的核心要素。随着全球气候变化的日益严峻，全球都在积极寻求绿色低碳的发展路径。中国将绿色低碳发展作为国家战略的重要组成部分。因此，家居行业必须加快绿色、低碳转型发展步伐，以适应未来市场的需求变化。

对于家居行业而言，绿色低碳转型不仅意味着要采用更加环保的生产工艺和材料，降低能耗和排放；还意味着要研发和推广更加节能、环保的产品和技术。这将有助于提升行业的整体竞争力，促进可持续发展。

同时，绿色转型也是家居企业履行社会责任的重要体现。通过降低能耗和排放，减少对环境影响，企业可以为社会的可持续发展做出贡献，有助于提升企业的社会形象和品牌价值。

中央经济工作会议为家居行业奠定了2025年发展的基调，也为未来的发展指明了方向。在复杂严峻的经济形势下，家居企业应根据中央经济工作会议精神，积极应对挑战，抓住机遇，加快转型升级步伐。抓住中央经济工作会议实施更加积极有为的宏观政策、稳住楼市股市、推动房地产市场止跌回稳以及加快绿色转型等措施的机遇，实现2025年更加稳健、可持续的发展。



## 2024第二届中国家居产业精英大会在京举办

本报讯 近日，2024第二届中国家居产业精英大会暨第六届“了不起的工长”年会活动在京举办。

全联家具装饰业商会秘书长张仁江表示，家居行业关乎民生幸福，随着消费水平的升级，提供优质服务体验成为企业关键指标，推动产业端升级是满足消费需求的重要途径。

全联家具装饰业商会产业工人委员会会长、中居文化创始人魏晓飞则聚焦产业工人队伍建设。他表示，家居产业的繁荣离不开高素质的产业工人队伍，尤其是工长群体。全联产业工人委员会将在2025年与依诺岩板瓷砖携手，开展一系列全面深入的产业工人赋能计划，涵盖技能提升、职业发展、工匠数据库建设、职业等级认证、行业交流、技能竞赛等多个方面。

作为大会联合主办方之一，博洛尼的CEO蔡兴国表示，2024年专门成

立了新品牌，致力于构建全新产品线与组织，聚焦工长渠道，为工长群体深度赋能，力求激活这一关键市场链路，携手工长群体深挖市场潜力。除此之外，博洛尼北京还将发布一项助力工长的新政策。

依诺企业副总裁戴富林表示，过去一年，“以旧换新”政策为家居行业注入活力，在此契机下，办此次大会意在凝聚行业力量，探索未来走向。家居从业者都期望通过此次深度交流研讨，挖掘行业发展的新思路、新机遇。在他看来，那些默默奉献、追求卓越的工匠们，不仅是家居行业的中流砥柱，更是行业发展的牢固基石。

会上，全联家具装饰业商会与依诺岩板瓷砖联合发起了“2025安心交付-匠心工长赋能计划”，旨在全方位赋能工长群体，提升产品交付品质，满足消费者核心诉求。

## 东拉西扯

最近家居厨电行业营销玩出了创意“新花样”：知名家电品牌美的与火锅黑马赵美丽跨界联手，开了一家名为“美美与共”的火锅店，将传统美食与厨电产品创新融合，打造一种新颖的场景生活体验，以多维创新营销模式，引领了行业跨界消费变革。

厨电产品和火锅店，看似不搭界，实则紧密相关。好的厨电产品，能让吃火锅成为惬意的享受，免去氤氲缭绕和油烟上脸，不用担心吃完后一身的火锅味。美的与赵美丽跨界联手的火锅店，让消费者体验了这种美好的火锅享受，不仅让火锅店吸引了更多的顾客，也让美的厨电产品给消费者留下了深刻的印象，有极大的几率转化为客户，真正实现了互惠互利、合作共赢。这样的新颖营销方式，值得行业借鉴。

在“美美与共”火锅店中，消费者在享受火锅美食的同时，还能够亲身感受美的品质厨电的魅力。例如，美的无烟感烟机，通过先进的油烟处理技术，让火锅油烟不再上脸，只留下食物的美好香气；美的晶墙万向洗碗机，则能够轻松解决火锅餐具清洗的烦恼，让食客们能够更加专注于享受美食的乐趣；还有美的无冷感系列热水器，在寒冷的冬季里为消费者提供温暖舒适的洗手及沐浴体验。这些高品质的厨电产品，不仅提升了火锅就餐的档次和舒适度，也激发了消费者对美的线下门店进一步了解和体验产品的兴趣。

为了增强消费者的参与感和用户粘性，双方还通过发放餐饮代金券和厨电产品代金券等双重营销策略，为消费者带来了实实在在的优惠。这种创新的营销方式，不仅吸引了大量消费者的关注和参与，还促进了美的厨电产品与赵美丽火锅品牌的相互推广，实现了双赢的效果。

此外，这种新颖的跨界零售模式还有效地撬动了本地生活流量。通过本地生活平台的精准推荐，双方能够精准触达目标消费群体，实现营销精准覆盖。这不仅提升了品牌知名度，还促进了线下门店的客流量和销售转化，为双方带来了可观的经济效益。

厨电行业通过跨界餐饮行业进行场景化营销，不仅玩出了新花样，更通过贴近市民生活的饮食场景，将品质厨电产品植入用户心智。这种创新的营销理念，不仅打破了传统行业的界限，还为消费者带来了更加丰富和多元化的消费体验。通过场景化的营销手段，让好的厨电品牌能够更直接地展示产品的优势和特点，提升品牌形象和用户口碑，为未来的市场拓展打下坚实的基础。

品质厨电与火锅店跨界合作打造场景生活体验，这一模式不仅是一次成功的跨界尝试，更是厨电行业在营销创新方面的一次突破和突破，它通过将传统美食与现代厨电科技相结合，为消费者带来了前所未有的就餐体验，同时也为品牌带来了更多的商业机遇和发展空间。这样的新颖营销方式，无疑值得整个行业借鉴和推广。

厨电品牌跨界开火锅店 值得行业品味

## 中国中式家居设计论坛探索中式美学生活方式

□ 本报记者 陆俊

“设计·未来”中国中式家居设计论坛日前在第十二届中国(仙游)红木家具精品博览会期间举行，论坛由中国家具协会传统家具专业委员会、中国家具协会设计工作委员会、福建省古典家具协会联合承办，中国家具协会理事长徐祥楠、副理事长兼秘书长屠祺，仙游县副县长李昂，中国家具协会传统家具专业委员会执行主席、福建省三福古典家具有限公司董事长黄福华，浙江大清华林古典家具有限公司董事长、上汐品牌设计总监吴腾飞，澳门城市大学创新创业设计学院教授彭亮，金隅天坛装饰理想生活家居研究院副院长施海东，深圳市拓璞设计有限公司创始人、设计总监陈春华以及来自全国各红木家具产区的协会和企业负责人、仙游古典家具企业代表等参加论坛。

彭亮长期致力于中西方艺术设计研究，具有国际视野、注重理论与实践结合，他提出并践行“三学、三历、三谈”的设计理念，推动设计教育的变革创新和中西方设计文化的交流融合。在论坛上，他围绕《中国红木家具设计创新路径研究——以仙游红木家具为例》主题，从中式家具产业的现状出发，梳理创新设计模式的应用与发展，探讨未来中式家具设计新趋势。他指出，传统家具产业要将中式美学、创新设计和智能制造相结合，构建中国人民向往的美学生活方式，向世界展示中华文化的自信与影响力。

吴腾飞是当代中国设计的思考者与实践者，他潜心探究中国设计文脉和思想，融入西方设计艺术理念，讲述中国家具故事。他在论坛上作《中国设计之道——复兴中国设计美学 构建当代中国设计》主题分享，提出中国设计艺

术的文脉即“庄禅精神”，中国设计艺术精神的表达即“简素美学”，当代中国设计要化古为今、融西为中，根植传统工艺和设计美学，与时俱进、迎合需求，用设计的力量推动中国红木家具行业生生不息、永续发展。

深圳市自在家科技有限公司品牌创始人张军的设计初衷是“做骨子里就带有中国味道的现代东方家居”。他以“自在工坊”品牌为实际案例，作《当代中式家居品牌的构建探索与实践》主题演讲，阐述“现代、东方、人文、自然”的设计基因，坚持清晰的品牌定位和精准的设计管理，让文化融入品牌，用设计驱动销售，打造满足市场需求兼具东方韵味和家居品牌，根植于中华文化、表达当代中国设计。在设计对话环节，来自全国各地的先锋家居设计师、传统家具负责人、专家学者、独立品牌创始人以及青年企业家等嘉宾代表，围绕设计理念、市场需求、生产工艺、新媒体运营等方面，进行探索交流。

拓璞在设计方面有着很多优秀的作品和合作案例。中国家具协会设计工作委员会主席团主席、深圳市拓璞设计有限公司创始人、设计总监陈春华在论坛上深入探讨了设计在红木家具企业转型升级中的引领作用。他表示，设计是企业发展的先导性工作，引导着经营理念、商业模式、产品线、制造体系、定价体系。未来，高端个性化定制、高性价比家具、总裁办公家具及当代简约风格是中式家居设计趋势，企业应通过情感表达、故事讲述，推动中国文化在互联网时代的传播、传承与发展。

中国家具协会设计工作委员会委员、中南林业科技大学家具设计与工程博士学科带头人陶海在家具智能制造、智慧设计领域有着深厚的学术造诣和丰富的实践经验，他探讨了中式家居设



计教育的挑战与机遇，强调要融合中国传统文化与现代科技，通过跨学科研究，将家居设计与人工智能、大数据等前沿技术紧密结合，构建中国特色家具设计教育体系。要利用智能制造提升传统家具设计效率与品质，让中式家居时尚化、数字化。

上海艺尊轩红木家具有限公司在中式家居设计领域有着广泛影响力，公司总经理包浩乾表示，面对当下传统家具的市场挑战，企业需要坚定信心，积极求新求变，坚守设计和工艺品质，适应新时代的消费群体和家居生活方式，尝试拓展海外市场，服务全球消费者的美好生活，实现稳健发展。在新媒体运营方面，要明确优势定位，传递产品亮点与品牌优势，避免唯流量论，保持耐心、持之以恒，助力品牌更好的触达消费者。

伍氏兴隆是由伍炳亮大师创立的古典家具品牌，是红木艺术文化的倡导者。中国家具协会青年企业家专业委员会委员、伍炳亮大师美学艺术空间主理人刘志贤分享了红木家具企业的转型之路。他表示，近年来，从举办“澄古匠匠心——伍炳亮家具艺术展”，到美学艺术空间的设立、提供沉浸式体验，都是伍氏兴隆从家具销售转向中式美

生活模式推广的实践。在当前市场环境下，消费需求升级，企业可以依托协会的平台和资源进行全国性和国际性的文化推广，也需利用自媒体加强品牌宣传，把握机遇赢得发展。

三福集团作为中式家居的领军企业，致力于促进中国红木家具产业发展、传承发扬中国传统家具文化。三福集团木上品牌总经理黄欣宜在论坛对话中表示，三福通过家族传承、专注高端红木家具、提升产品文化附加值及多品牌战略，保持了品牌的独特性和市场竞争力。木上坚持“以木为始·匠心为上”的理念，打造融合东方美学与现代生活方式的品牌。未来，新中式家具将获更多关注，同时也面临激烈的市场竞争，需要坚守传统、不断变革发展。

福建省工艺美术大师、仙作家具非遗传承人、福建省瑰宝古典家具有限公司主理人陈麟分享了传统家具市场转型升级的看法。他强调创新是立足市场的关键，包括管理、设计、生产、销售和服务等各方面。他提到，瑰宝红木家具通过自媒体平台进行线上推广，积极参与国内外权威拍卖行拍卖，助力非遗技艺传承。今后，要加强非遗技艺与外交、文旅等相结合，通过推广非遗提升中国文化在国际上的影响力。