

消费日报

A

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 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

美国加征关税对出口带来冲击

家居企业如何在新关税时代寻找新机遇?

本报记者 陆俊文/摄

春节刚过,美国关税再起波澜,先是美国宣布对所有进口自中国的商品加征10%的关税,之后,又宣布对所有进口至美国的钢铁和铝征收25%的关税。美国突然大幅增加关税,对中国家居行业将带来哪些冲击?除了负面影响,是否还有一些积极因素和机遇?

关税增加 对家居行业带来重要影响

2月1日,美国总统特朗普签署行政令,对所有进口自中国的商品,将在现有关税基础上加征10%的关税。2月10日,美国又宣布对所有进口至美国的钢铁和铝征收25%的关税,且没有“任何例外或豁免”。美国再次挥舞关税大棒,中国家居出口企业将进入一个外贸新时期。

这已经不是美国对进口中国商品首次增加关税了,自2018年以来,美国先后对中国输美商品加征多轮关税,而2025年对进口中国商品再次征收10%的关税,对进口钢铝产品征收25%的关税,将对中国出口美国商品造成巨大冲击,同样也将对家居行业带来巨大影响。美国是中国家居产品的重要出口市场,加征关税直接导致中国家居产品在美国市场的竞争力下降,出口成本增加,订单减少,企业利润空间被压缩。一些依赖美国市场的中小企业甚至面临生存危机。关税增加也将导致中国家居产品在美国市场价格上涨,削弱了价格优势,导致美国市场对中国家居产品的需求下降,尤其是中低端产品,部分订单转移至东南亚等成本更低的国家。此外,面对美国不确定的关税政策



和国际贸易的风险,一些出口企业将放缓投资步伐,进而影响行业的技术创新和产业升级。

改变思维 新关税下也有新机遇

美国增加关税将对中国外贸出口带来冲击,这是广大家居出口企业的共识开始积极准备,应对关税变化。但同时,也有业内专家认为,美国增加关税对家居出口企业而言,也是危中有“机”,改变思维,可以寻找到一些机遇。

首先,美国虽然对进口自中国的商品加征10%的关税,但是,对加拿大、墨西哥、欧盟等国家和地区也增加了关税,特别是对来自加拿大和墨西哥的进口产品征收25%的额外关税,并对来自加拿大的能源资源征收10%

的关税。要知道,欧盟和墨西哥都是美国重要的商品进口国,很多输美商品都超过了中国。因此,这些国家和地区面对的美国关税压力更大,削弱的竞争优势更多,丢失的市场份额可能更大。而这些空出来的市场份额,将会被其他竞争者所占据,这对中国企业来说是一种机遇。

其次,钢铝特别是不锈钢是家居五金、铝制家具、铁艺家具、户外家具等产品的重要的原材料,美国对所有进口至美国的钢铁和铝征收25%的关税,且没有“任何例外或豁免”。据美国政府和美国钢铁协会(AISI)的数据,美国使用的大约1/4的钢铁是进口的,其中大部分来自加拿大和巴西,其次是韩国和越南等国。美国消费的铝有大约一半是进口的,其中绝大多数来

自邻国加拿大。加拿大去年出口美国的铝为320吨,是排在其后的其他国家进口量总和的两倍还多。除加拿大外,美国的进口铝来源国还有阿联酋和中国,去年来自这两国的铝进口量分别为347034吨和222872吨。

数据显示,中国2024年钢铁出口美国的占比很小,大概只有0.8%。因此,美国的钢铝关税对中国出口的影响很小,相反,如果美国本土钢铝价格因关税上涨,依赖进口原材料的美国家具、五金制造业将面临成本上涨压力,进而增加进口需求。此外,原材料成本的上涨甚至可能让美国家具、五金企业将部分产能转移到成本更低的国家或地区,而中国是产业链最成熟,吸引力最大的国家,这也是中国在美国家增加钢铝关税中的机遇之一。

提升竞争力

在外贸新时期立于不败之地

此外,美国这次挥舞关税大棒,对加拿大、欧盟等贸易伙伴采取强硬关税政策,导致这些国家和地区与美国关系紧张,在此背景下,欧盟对华态度有所转变,寻求与中国加强合作以应对美国压力,这种变化可能为中国家居产品出口带来一些利好:欧盟和加拿大等国家可能减少对美国市场的依赖,转而增加从中国进口,以分散风险;全球供应链可能重新布局,中国作为制造业大国,在美国关税压力下,可能吸引更多欧盟投资,巩固在全球供应链中的地位;美国加征关税,提升了本土制造业原材料成本,削弱了美国产品竞争力,中国产品在价格上更具优势,可能吸引更多国际买家。

美国关税冲击,对广大家居出口企业来说,也是一次倒逼产业升级,向高附加值产品转型提升的契机。高额关税压力迫使中国企业更加注重技术创新和产品升级,推动行业向高附加值产品转型。例如,开发高档型、智能化、环保型产品,以满足高关税下美国市场对家居产品需求的变化。

长远来看,美国对华关税政策将长期存在不确定性,中美经贸关系越来越复杂多变,美国是否会对中国进一步加征关税,或者取消部分已加征的关税,都存在很大变数。可以说,目前是进入了一个外贸新时期。

对中国家居行业来说,美国加征关税造成了不小的冲击,但也带来了一些机遇,五金行业要善于“危中寻机”,积极应对挑战,提升自身竞争力,才能在外贸新时期立于不败之地。

产业资讯

市场监管总局批准发布《智能床》国家标准

近日,市场监管总局(国家标委)批准发布《智能床》(GB/T 45231—2025)国家标准。该标准紧跟家具产品智能化、适老化发展趋势,首次规定了智能床产品的技术要求,自2025年8月1日起实施。标准的发布实施,将为智能床产品的设计、生产加工、质量检验和质量评定等提供重要依据,推动智能床行业发展更加规范、健康、创新。

(中家协)

节后商品房成交回升

消费建材需求有望逐步回暖

近日,银河证券消息表示,节后下游市场逐步启动,本周30个大中城市商品房成交量及成交量继续增加,后续随着政策的发力,存量房去库存将加速,消费建材零售端需求有望增加。

此外,旧房改造需求有望在政策支持下加速释放,进一步拉动消费建材需求。从企业层面来看,近年消费建材龙头企业加速调整销售策略,优化产品结构,推进渠道下沉,零售业务规模不断壮大,龙头企业市占率有望不断提升。

(第一财经)

北京城市副中心城市家具设置有了统一导则。通州区城市管理委近日公布《北京城市副中心城市家具设置导则》,提出副中心6大类27小类城市家具设置应“减总量、加品质、除低效、乘效益”。

设置规范 原则上不新增交通护栏

城市家具,指在城市道路中,为公众户外活动和城市管理服务的各类公共设施,包括护栏类、箱柜类、杆体类、标牌类、亭站类及其他共6大

北京城市副中心城市家具设置有了统一导则

路灯杆可增模块供新能源车充电

类、27小类。

副中心的城市家具应如何设置?对于交通护栏,导则提出,副中心原则上不新增交通护栏,在满足功能前提下,应在道路横断面内统筹考虑,精简设置。在设计样式上,交通护栏原则上以“古铜色”样式为主,以“黑色”与“灰色”样式为辅。

废物箱宜设置于行道树设施带内,根据道路等级、人流量、道路功能、实际需求确定设置间距。其中,商业、金融区域设置间距宜为50至100米,主干路、次干路、有辅道的快速路设置间距宜为100至200米;支路、有人行道的快速路设置间距宜为200至400米。每个公交站点、地铁站出入站口应设置废物箱。

为了避免阻车桩“过剩”“样式杂乱”等问题,导则提出,同一条道路应只采用一种形式的阻车桩,设置间距宜为1.3至1.7米。

导则鼓励城市家具中的座椅结合老年人与儿童身高差异设计,并对残障人士补充低位座椅、适合轮椅停靠的座椅等,构建“有温度感”的城市家具系统。其中,座椅尺度、靠背高度和弧度等宜符合人体工程学,靠背倾角以100°至110°为宜。建议座椅材料优

先选用木材或合成材料,不宜采用石材、金属等日晒后表面温度剧烈升高的材质。

为规范非机动车停放,导则提出,互联网租赁自行车、外卖车辆停放需求集中的区域,宜实现电子围栏管理,分类设置专属非机动车停车区域,并配套设置停车标志。

在位置选择上,城市家具设置时应优先保障车辆、行人安全通行,城市家具落位后,人行道剩余宽度不应小于1.5米的最小限值。在学校、医院、火车站、大型商业等人流聚集设施人

集功能,用于浇灌,降低水资源消耗。

城市主干道上路灯杆可集成隐藏式的临时悬挂装置,用于悬挂道旗、节庆临时灯光明装置等。路侧停车位附近的路灯杆可增加直流蓄电充电桩,与路灯集成打造,分散式布局,方便新能源汽车随时补能。公园、广场步道灯可考虑搭载USB接口、广播、环境测量等系统,方便公众使用。

个性化打造

特色风貌区城市家具专属设计

为展现副中心不同功能定位、景

观风貌、历史文化等资源优势,通州区划定了城市家具设置一般区域与特色风貌区域。长安街延长线(通州段)、行政办公区及广渠路东延长线路段、运河商务区核心区、特色文化小镇、城市绿心、滨河区域为特色风貌区域。特色风貌区域内各类型城市家具可专属设计,样式“一事一议”。

长安街延长线(通州段)范围内城市家具设施设置以“庄严、沉稳、厚重、大气”为导向,色彩形象凸显北京时代风貌,塑造规整有序、沉稳大气的形象气质。行政办公区及广渠路东延长线路段范围内城市家具设施设置应保障政务环境规整,严格限制城市家具数量和类型,不宜过多装饰,塑造庄重大气、沉稳内敛的行政片区风貌。

运河商务区范围内鼓励智慧型城市家具设置,并进行双语标识。城市绿心范围内城市家具设施应严控设置高度与体量大小,形式、色彩与自然环境相协调,提高城市家具设施亲民性、便利性和实用性。滨河区域鼓励采用简约现代的设施风格,展示大运河文化品牌形象,突出高低错落的空间形态。

此外,部分区域城市家具也可进行艺术化设计。(千龙网)

中国家具协会征集家具行业以旧换新重点推广企业及典型案例

本报讯(记者 陆俊)中国家具协会日前发布通知,公开征集2025年中国家具行业以旧换新重点推广企业和典型案例。为贯彻中央经济工作会议精神,落实国家“两新”工作决策部署,助力家具品牌企业“焕新”发展,发挥家具行业促消费、扩内需的重要作用,根据《国家发展改革委财政部关于2025年加力扩内需实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》和《商务部等6部门办公厅关于做好2025年家装厨卫“焕新”工作的通知》精神,中国家具协会开展了“2025年中国家具行业以旧换新重点推广企业及典型案例”征集活动。现将有关事项通知如下:

据悉,本次征集内容为:2024年至2025年,参与家具以旧换新工作的企业和举办的换新促消费相关活动。申报主体应为经营管理状况较好,生产经营活动符合国家、地方和行业的法律法规及标准规范要求的中国家具协会会员。本次活动申报方式为:申报主体填写《2025年中国家具行业以旧换新重点推广企业及典型案例申报表》,并于2025年3月31日前,将申报材料word版文件和盖章扫描件,发送至中国家具协会。

中国家具协会将根据企业的申报材料,遴选出积极参与家具以旧换新工作并取得一定成效的重点企业和典型活动案例。入选品牌和典型案例将报送商务

部、发改委、工信部、市场监管总局等相关部门,成为中国家具协会推荐的2025年家具行业以旧换新重点参与品牌和活动,优先参与部委组织的各类国家级项目。

中国家具协会拟于5月10日中国品牌日,通过协会网站、微信等平台或相关合作媒体,对入选的重点推荐企业和典型案例进行发布和推介。

中国家具协会将在2025年,优先为入选企业提供活动宣传、品牌出海、评审评价、产业对接等各类服务,助力企业打造品牌、拓展市场,提升知名度和认可度,为进一步提振消费贡献家具行业力量。

东拉西扯

用“好房子”提升家居生活品质

□ 双木

春节过后,建设“好房子”被多地列入年度工作重点。从“引导企业提高住房建设标准、优化物业服务”,到“加快优质地块规划出让,建设更多高品质小区、好房子”,各地鼓足干劲,加快“好房子”建设步伐。“好房子”,不仅是提升家居生活品质的重要基础,也预示着房地产和家居行业正逐步迈向一个以品质为核心的新时代。

随着经济的持续发展和人民生活水平的不断提高,人们对居住环境的追求已不再局限于基本需求,而是更加注重住房的品质与舒适度。从户型设计到建筑材料,从小区环境到物业服务,每一个细节都成为了衡量

“好房子”的重要标准。在这个背景下,“好房子”成为了满足人们居住品质要求的关键一环。它不仅仅是一个居住的空间,更是生活品质提升的直接体现。有了“好房子”,人们才能更好地享受家的温馨与舒适,从而拥有更好的生活质量。

更重要的是,“好房子”也意味着更好的配套,对家居产品消费需求也起到更好的推动作用。一个优质的住宅,除了拥有高品质的住宅建筑质量外,还需要完善的家居配套设施和优质的物业服务。只有好的配套设施才能提升居住体验,这也为家居行业带来了更多的需求。一方面,随着“好房子”的普及,消费者对高品质家居产品的需求更大。同时,也倒逼家居企业更加注重产品的品质、设计、

环保等。另一方面,在智能时代,“好房子”将推动家居消费加速向智能化、绿色化方向发展,更好地满足消费者对智能、健康生活的需求。

在“好房子”的普及与推动下,家居产品的消费需求将发生深刻变化,家居行业也将迎来一个品质新时代。这一变化要求家居企业不断创新,提升产品质量,为好房子提供更高品质的配套产品。“好房子”作为家居生活的基础和载体,对家居行业将起到重要的推动作用,引领家居行业向更高品质、更高标准的方向发展,为居民提供更加优质、舒适的家居生活环境。

有了“好房子”,才能有好的生活品质。让“好房子”更好地推动房地产市场和家居行业高质量发展。