

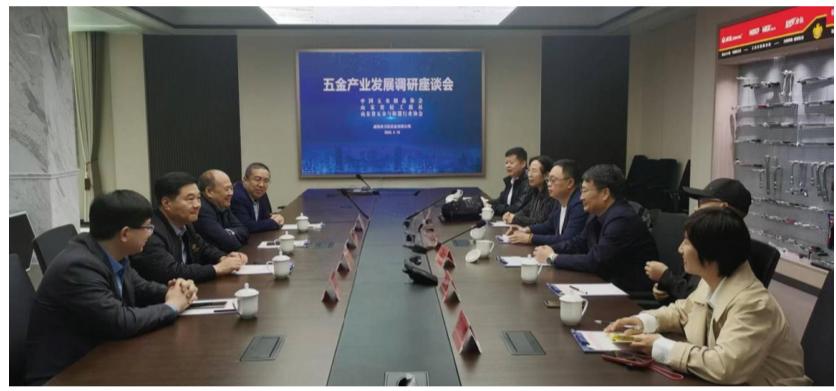
消费日报

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

中国五金制品协会、山东省轻工联社组成调研组走访威海五金企业

探讨美国高关税下企业应对措施 为行业发展注入信心



□ 本报记者 陆俊文/摄

在当前美国提高关税,国际贸易环境复杂多变的背景下,五金出口企业如何应对严峻形势?他们有哪些化解困难的措施和自救方法?日前,中国五金制品协会、山东省轻工联社、山东省五金与衡器行业协会组成专家调研组,对山东威海工具五金行业进行了走访调研,了解企业面临实际困难和诉求,并提供积极的建议和指引,为山东工具五金行业应对困境、平稳发展注入了信心。

了解产业发展状况和出口形势

调研组由山东省轻工联社党组书记、理事会主任赵德利,中国五金制品协会秘书长苏安建,山东省五金与衡器行业协会执行会长纪循菊,秘书长张峰、副秘书长郑培智,工具五金分会副秘书长张莉、滕卫兵等行业领导、专家组成。他们对文登威力工具集团有限公司、文登奥文电机有限公司等五金龙头企业进行深入调研,了解了当前产业发展状况

和出口形势,并就计划在临沂召开的《全国工具五金产业推进会暨高质量发展座谈会》的会议工作方案探讨交流。

在调研中,赵德利、苏安建带领调研组实地参观了企业生产车间,深入了解了公司的生产规模、技术创新成果、经济效益,并重点探讨了企业对美贸易现状以及应对“美国”对等关税”的策略与影响。赵德利表示,省联社和协会将积极协调资源,尽力为企业解决问题,助力企业拓展海外市场。

行业专家积极建言献策

在调研座谈会上,赵德利首先对中 国五金制品协会、威力集团董事长于性江、奥文电机董事长于飞长期以来对山东省轻工联社和山东省五金与衡器行业协会工作的大力支持表示诚挚感谢。他强调,中国五金制品协会选择在山东省召开工具分会会议,彰显了对山东五金行业的高度认可与重视。此次会议的目 的不仅是展示山东五金产业实力的重要窗口,更是要借助国家协会会议平台,促

进企业相互交流学习,推动全国工具五金产业高质量发展。山东省轻工集体联社与山东省五金与衡器行业协会将积极配合国家协会,认真筹备会议相关工作,确保会议圆满成功举办。

赵德利还表示,实地参观、调研企业后,对五金工具有了全新的认识。以威力集团、奥文电机为代表的现代化智能工具制造企业,凭借技术创新、过硬的产品质量在激烈的市场竞争中脱颖而出,产值在全国乃至世界名列前茅,在国内外市场上树立了良好的品牌形象,是山东五金产业持续转型升级的典范。

苏安建首先对赵德利主任增补为中国轻工业联合会副主任一职表示热烈祝贺。他表示,赵德利主任专程带领山东省轻工集团联社与山东省五金与衡器行业协会到威海五金企业调研与座谈,充分体现了山东省轻工联社、省协会对五金企业和企业的支持。

苏安建说,每次来山东都看到五金企业不断快速发展,为此感到由衷赞赏。他勉励企业继续发扬自身优势,勇于创新,在推动自身发展的同时,为山东乃至全国五金行业的整体进步贡献更多智慧与力量。苏安建还对即将举行的工

具五金分会会议具体议程安排及推动行业企业发展提出了宝贵的建议。

纪循菊会长表示,中国五金制品协会及山东省省联社领导亲临调研、指导工作,充分体现了上级领导对山东五金企业和协会工作的关心与支持。协会未来将着重强化其服务于企业和政府的核心职责,深化各方沟通,广泛倾听企业意见,切实扮演好企业与政府间的联络纽带和沟通桥梁角色,不负领导与企业的厚望与支持,为推动五金行业迈向高质量发展阶段贡献力量。

企业积极应对寻求新的市场机遇

作为中国工具五金行业的领军企业,威力集团和奥文电机等代表企业在美国实施重关税政策后,面临显著的出口压力,这一现象在中国同类企业中具有普遍性。据威力集团董事长于性江介绍,作为美国出口的重要目的地,公司面临美国大幅提高关税带来的压力。然而,威力集团并未选择被动应对,而是主动与海外客户合作,积极拓展新的出口渠道,并创新国际市场布局。通过这些策略,威力集团努力在国际贸易形势巨变中最小化出口业务的损失。



东拉西扯

抓住“小镇青年”的心

□ 双木

县城年轻人的钱花在了哪儿?据人民网近日报道,早餐机、空气炸锅、扫地机器人等智能家居产品和户外家具、露营用品等占据了县城年轻人消费的重头。这给广大家居企业带来了新的发展思路,在当前行业形势低迷的大环境下,企业营销不能只盯着大城市,“小镇青年”其实也是不容忽视的消费生力军。

当前,县城年轻人的消费观念正在发生深刻变化。他们不再满足于传统产品的基本功能,而是追求更加智能化、个性化家居体验。智能家居产品的热销,正是这一趋势的生动体现。同时,随着生活水平的提高,县城年轻人对户外生活的向往也日益增强,户外家具、露营用品等消费的兴起,便是这一心理的外在表现。家居企业应敏锐捕捉到这一变化,及时调整产品策略,以满足县城年轻人的多元化新需求。

今年的《政府工作报告》明确提出“大力发展战略性新兴产业”。中办、国办印发的《提振消费专项行动方案》也强调,“完善城乡消费设施”“深入实施县域商业建设行动”。这些政策无疑为家居企业指明了发展方向。可以预见,未来县域将是国家重点扶持开发的热点区域,蕴含着巨大的市场潜力。企业在发展上,也应该顺应这一趋势,将更多的精力和资源投向县域市场。

要开拓县域市场,企业需要转化思维,让营销方式和产品特性符合县域市场需求,只有抓住了“小镇青年”的心,才能在县域市场大展拳脚。与大城市相比,县域市场有着独特的消费环境和消费习惯。县城年轻人虽然追求品质生活,但在消费决策上有自己的特点。因此,家居企业在设计产品时,应充分考虑这一特点,推出既符合品质要求又具有价格优势的产品。同时,在营销策略上,也应更加贴近县城年轻人的生活方式和消费心理,通过线上线下相结合的方式,扩大品牌影响力,提升市场份额。

要抓住“小镇青年”的心,家居企业还需在产品和服务上下功夫。县城年轻人对家居产品的售后服务有着较高的期望值。他们希望购买的产品不仅质量上乘,而且在使用过程中能够得到及时、有效的售后服务支持。因此,企业应在县域建立完善的售后服务体系,让县城年轻人感受到品牌的温度和力量。只有这样,才能在县域市场大展拳脚,赢得未来。

随着国家资源的不断倾斜,未来县域市场将成为一片热土,成为企业竞争的主要战场之一。谁先占据了这一制高点,谁就能在未来的市场竞争中占据有利地位,赢得发展的先机。家居企业应把握时代机遇,积极投身县域市场,用创新和品质书写县域发展新篇章。

2025 中国家具协会传统家具专委会年会暨“品牌引领 拥抱消费新时代”中国传统家具创新发展论坛成功召开

同时启动《红木家具通用技术条件》国家标准修订工作



□ 双木

2025 中国家具协会传统家具专业委员会年会暨“品牌引领 拥抱消费新时代”中国传统家具创新发展论坛日前在浙江省东阳市花园村成功召开。中国家具协会理事长徐祥楠,中国家具协会副理事长兼秘书长、传统家具专业委员会主任屠祺,东阳市市场监督管理局党委委员、副局长徐杭东,传统家具专业委员会执行主任、北京元亨利木业有限公司董事长杨波,东阳市花园红木家具开发有限公司董事长严旭,传统家具专业委员会副主任、福建省三福古典家具有限公司董事长黄福华等行业领导、专家出席大会。会议由国家家具协会副秘书长、传统家具专业委员会秘书长解悠悠主持。

徐祥楠在线上发表讲话。他指出,传统家具专委会是协会成立最早、最具凝聚力和向心力的委员会,通过举办活动、搭建平台,助力企业品牌价值提升和产业高质量发展,展现了传统家具行业的创新活力和文化传承。近年来,从内外部大环境来看,变化和不确定性已成为常态,面对行业的发展挑战和压力,专委会全体成员以文化传承为使命,以产业发展为担当,积极探索文化跨界融合、创新商业模式、洞察年轻消费群体需求,有效拓展市场空间,激活消费潜能,彰显了文化自信与与时俱进的发

展理念。他强调,当前我国经济正加速向消费驱动型增长模式转型,稳步增长的大国文化认同感、《提振消费专项行动方案》的发布以及国家传统工艺振兴计划等,为传统产业的持续升级提供了战略机遇和发展空间,行业需要用新供给不断创造新需求,带来持续的经济增长。希望大家齐心协力,坚定信心,秉持长期主义发展理念,深刻洞察消费者的审美需求,坚持创新驱动,提升价值创造能力,着力培育不可替代的竞争优势,为实现传统家具行业长期稳定发展贡献力量。

屠祺在大会上做工作报告。她从加深交流和壮大队伍、品牌建设和标准制修订、产业集群和人才培养、宣传推广和市场开拓四个方面进行专委会工作的系统总结和计划。她表示,传统家具专业委员会是传承中华文化、弘扬匠心精神的核心平台,是凝聚各方智慧、推动行业永续发展的重量力量。未来将继续与全体成员形成合力,同心同德,携手共进,以坚定的文化自信和昂扬的奋斗姿态,共同谱写传统家具行业高质量发展的新篇章。

杨波在讲话中表示,文化复兴、大国自信是行业发展的核心动力,传统家具企业要以文化为魂,传承匠心技艺,锻造品牌价值,以市场为导向,拥抱数字时代,跨界拓渠道,引领生活美学,激发产业动能,共同开创行业崭新未来。

严旭全面介绍了花园村红木家具产

业的发展成就与未来规划。她表示,未来将继续以“品牌引领”为抓手,拥抱消费新时代,探索红木家具的数字化、智能化转型之路,努力推动中国传统家具行业的繁荣发展。

本次会议明确了传统家具专业委员会2025年工作目标,增进了行业发展信心。未来,专委会将继续务实创新、担当作为,为推动中国传统家具行业的健康可持续发展做出更大的贡献。

杨波在讲话中表示,文化复兴、大国自信是行业发展的核心动力,传统家具企业要以文化为魂,传承匠心技艺,锻造品牌价值,以市场为导向,拥抱数字时代,跨界拓渠道,引领生活美学,激发产业动能,共同开创行业崭新未来。

严旭全面介绍了花园村红木家具产

本报讯(记者 陆俊)近日,工信部发布《首批中国消费名品名单》,索菲亚、顾家家居、兔宝宝等7家家具企业入选中国消费名品名单,标志着家具行业已经成长起一批全国知名品牌和消费名品,并在当前国家提振消费政策中发挥着重要的作用。

据悉,工信部发布的《首批中国消费名品名单》涵盖轻工、纺织、食品、医药四大行业,包括企业品牌93个、区域品牌43个,同时公布了中国消费名品成长企业42家。中国家具协会积极参与中国消费名品评价工作,持续助力企业品牌建设,为加快培育民族品牌,打造世界一流品牌,推动中国制造向“中国品牌”跃升,发挥更大作用。

在《首批中国消费名品名单》中,索菲亚、顾家家居、兔宝宝、全友家居、三福古典入选企业品牌名单;清丰家具入选区域品牌名单;玛格入选中国消费名品成长企业名单。

《首批中国消费名品名单》从产品创新力、市场竞争力、品牌影响力、文化赋能能力等多维度进行价值评价,为消费者甄选优质产品提供权威参考,以高质量供给创造消费需求、引领消费升级,有效促进消费品市场提质扩容。

据悉,为加快落实全国新型工业化推进大会工作部署,贯彻实施中办、国办《提振消费专项行动方案》,根据工业和信息化部办公厅关于分级打造中国消费名品方阵的通知,经企业申报、省级工业和信息化主管部门初审推荐、专家评审和网上公示,工业和信息化部确定了首批《中国消费名品名单》。同时鼓励地方加强名品企业宣传推广,加大政策支持力度,加快培育特色优势产业和消费品优质品牌。中国消费名品企业应严格遵守国家法律法规,诚信守法经营,积极履行社会责任,向消费者提供高质量产品和高品质服务。工业和信息化部建立健全管理制度,定期开展复核评估,对涉及违法生产经营,发生重大质量、安全、环境事故的单位,将按程序取消相应资格。

定制家索菲亚

本报讯(记者 陆俊)近日,工信部发布《首批中国消费名品名单》,索菲亚、顾家家居、兔宝宝等7家家具企业入选中国消费名品名单,标志着家具行业已经成长起一批全国知名品牌和消费名品,并在当前国家提振消费政策中发挥着重要的作用。

据悉,工信部发布的《首批中国消费名品名单》涵盖轻工、纺织、食品、医药四大行业,包括企业品牌93个、区域品牌43个,同时公布了中国消费名品成长企业42家。中国家具协会积极参与中国消费名品评价工作,持续助力企业品牌建设,为加快培育民族品牌,打造世界一流品牌,推动中国制造向“中国品牌”跃升,发挥更大作用。

在《首批中国消费名品名单》中,索菲亚、顾家家居、兔宝宝、全友家居、三福古典入选企业品牌名单;清丰家具入选区域品牌名单;玛格入选中国消费名品成长企业名单。

《首批中国消费名品名单》从产品创新力、市场竞争力、品牌影响力、文化赋能能力等多维度进行价值评价,为消费者甄选优质产品提供权威参考,以高质量供给创造消费需求、引领消费升级,有效促进消费品市场提质扩容。

据悉,为加快落实全国新型工业化推进大会工作部署,贯彻实施中办、国办《提振消费专项行动方案》,根据工业和信息化部办公厅关于分级打造中国消费名品方阵的通知,经企业申报、省级工业和信息化主管部门初审推荐、专家评审和网上公示,工业和信息化部确定了首批《中国消费名品名单》。同时鼓励地方加强名品企业宣传推广,加大政策支持力度,加快培育特色优势产业和消费品优质品牌。中国消费名品企业应严格遵守国家法律法规,诚信守法经营,积极履行社会责任,向消费者提供高质量产品和高品质服务。工业和信息化部建立健全管理制度,定期开展复核评估,对涉及违法生产经营,发生重大质量、安全、环境事故的单位,将按程序取消相应资格。

据悉,工信部发布的《首批中国消费名品名单》涵盖轻工、纺织、食品、医药四大行业,包括企业品牌93个、区域品牌43个,同时公布了中国消费名品成长企业42家。中国家具协会积极参与中国消费名品评价工作,持续助力企业品牌建设,为加快培育民族品牌,打造世界一流品牌,推动中国制造向“中国品牌”跃升,发挥更大作用。

在《首批中国消费名品名单》中,索菲亚、顾家家居、兔宝宝、全友家居、三福古典入选企业品牌名单;清丰家具入选区域品牌名单;玛格入选中国消费名品成长企业名单。

《首批中国消费名品名单》从产品创新力、市场竞争力、品牌影响力、文化赋能能力等多维度进行价值评价,为消费者甄选优质产品提供权威参考,以高质量供给创造消费需求、引领消费升级,有效促进消费品市场提质扩容。

据悉,工信部发布的《首批中国消费名品名单》涵盖轻工、纺织、食品、医药四大行业,包括企业品牌93个、区域品牌43个,同时公布了中国消费名品成长企业42家。中国家具协会积极参与中国消费名品评价工作,持续助力企业品牌建设,为加快培育民族品牌,打造世界一流品牌,推动中国制造向“中国品牌”跃升,发挥更大作用。

在《首批中国消费名品名单》中