

“反内卷”家居行业迎来新生态



□ 本报记者 陆俊 文/摄

“反内卷”已经成为一场浩浩荡荡的潮流,而家居行业将和所有的制造业一起在这场潮流中迎来行业新生态。7月份,中央财经委第六次会议强调,纵深推进全国统一大市场建设,要聚焦重点难点,依法依规治理企业低价无序竞争,引导企业提升产品品质,推动落后产能有序退出,会议推动“反内卷”进一步升温。而早在2024年7月,中共中央政治局会议首次提出“防止内卷式恶性竞争”,标志着“反内卷”上升到国家层面。随着“反内卷”成为国家和社会经济发展的重要主题,家居企业如何在这场社会经济大潮中调整战略、抓住机遇?

为什么必须破除“内卷式”竞争?

为什么必须破除“内卷式”竞争?人民日报近日发文指出,“内卷式”恶性

竞争违背了经济规律,其弊端是显而易见的。其一,会削弱行业整体竞争力。其二,会破坏产业发展生态。为降低价格和成本,有的企业选择利用优势地位,向上下游“强行压价”、延长账期、转嫁压力。数据显示,2024年我国零部件及配件行业利润率同比下降0.3个百分点,负债同比增长10.6%。其三,会阻碍国内大循环。从供给看,高质量发展表现为创新力、需求捕捉力、品牌影响力、核心竞争力强,产品和服务质量高。从分配看,高质量发展应实现“投资有回报、企业有利润、员工有收入、政府有税收”。

广发证券首席经济学家、中国首席经济学家论坛理事郭磊认为,“反内卷”在微观、中观、宏观上具有三重意义:(1)打破“囚徒困境”。“不能一群聪明的市场主体竞争出没有赢家的市场。”(2)改善“供需比”。(3)终结“竞底竞争”。综合化的全球供给能力,必须超越单一

的规模经济。我们理解“竞底竞争”的逻辑是极致性价比,它背后是规模经济,但国内企业可利用的优势不止是规模经济,还包括研发、技术、品牌、供应链效率等。“反内卷”有助于在参与全球产业链分工和专业化过程中,形成长期稳定的供需关系,这在目前逆全球化升温、供应链分割化的背景下具有战略意义。

企业苦“内卷”久矣

从国家层面发起“反内卷”,对制造业来说是一场“甘霖”,很多家居五金企业已经苦“内卷”久矣。不久前,中国五金制品协会组织专家组赴广东调研智能锁产业,在此次调研中,不少企业表示,目前“内卷”是行业面临的一大难题,这导致好的技术、产品同样在市场上陷入低价竞争的怪圈,企业利润率低下,在研发设计、提升工艺、提高效率等方面缺乏投入,而不少低质低价的产品也趁机流入市场,扰乱行业秩序。

此外,在6月17日召开的中国五金制品协会制锁分会2025年会长办公会(扩大)上,不少企业认为,当前市场面临的“内卷”无论是对企业还是消费者都造成了很大的伤害,要尽快摆脱这种困境。大家一致认为,面对这一问题,行业同仁要共同携手,进一步规范行业秩序,重视质量和标准,不打价格战,做大做强行业,共同为从锁具制造大国向制造强国迈进做出贡献。

领军企业率先开展“反内卷”

“内卷”已经对家居行业造成了持续性的损害,一些行业有识之士和领军企业率先开展了“反内卷”倡议和行动,展现了家居行业的长远目光。

中装协住宅产业分会发出了关于抵制“内卷式竞争”推进家装行业良性发展的倡议书。倡议书提出,当前,家装行业存在的同质化、低价、无序竞争等行为,不但压缩企业合理利润空间,更阻碍产业升级进程与消费品质提升。

7月7日,33家家居、五金及建筑类企业联合发出行业“反内卷”《倡议书》。《倡议书》提出,以科技创新加快转型升级,追求内在价值、长期价值,不拼凑规模、盲目扩张、过度负债,不设“空壳架构”虚耗资源,共同维护市场秩序。

6月份,还有家居企业发出品牌宣言:坚决抵制无序的“低价格”内卷,倡导链接消费者“价值”升级,以科技之能,赋智能之力,正向协同,共走“高质量发展”之路。企业认为,低价竞争是行业发展的“沉疴顽疾”。它不仅会挤压企业的合理利润空间,导致研发投入不足、创新停滞,更可能迫使企业在原材料、工艺、服务上“偷工减料”,最终牺牲产品品质,损害消费者利益,甚至拖垮整个产业链的健康生态。抵制价格内卷不是口号,是产业链良性循环的必经之路——价格压缩倒逼质量缩水,最终损害全行业信誉。一味的低价竞争,最终只会陷入低价漩涡。

记者注意到,2025年以来,家居行业已经有多家企业发出“反内卷”的呼声,并普遍指向“卷价格”“卷产业链”等问题。

行业“反内卷”的探路者

“反内卷”不仅仅是倡议和口号,而且需要实际行动和策略。在这一点上,一些行业领军企业和品牌也展开了有

益的探索,并取得了一些经验和效益,成为家居行业“反内卷”的先行者和探路者。

每年的“618”是商家“卷”得最严重的时候,但是今年“618”,家居厨卫行业却出现了不一样的风景,很多商家不“内卷”了,开始“外卷”,把促销活动搞到了海外,并取得了不俗的业绩。据TikTok Shop东南亚跨境电商数据显示,今年东南亚GMV相较于去年同比增长123%,订单数也同比猛增超104%。仅6月6日单日,TikTok Shop东南亚跨境电商GMV便成功刷新今年大促纪录,登顶峰值。

每年的“618”,就是一场“内卷”的典型诠释,“没有最低价,只有更低价”。这背后折射的是经济进入存量市场,竞争更激烈,增长压力更大,而2024年“618”销售额出现16年来首次下滑,也显示出内卷已经卷不动了,商家必须转向其他增长方向。

其他增长方向在哪里?一些商家把目光瞄向了东南亚市场。据专家介绍,东南亚市场最大一个优势是当前成熟的跨境电商及跨境物流更加高效、平台工具更加完善。此外,东南亚内容电商生态仍处于早期红利期,打品节奏更为迅速、高效。只要产品足够优质,就有机会迅速出圈。

把“内卷”转向“外卷”只是“反内卷”其中的一个探索和方法,反内卷的推进是一个系统性工程,需要各方共同努力。而随着政策的推进和企业的实践,社会将逐渐形成一种更加健康、可持续的发展模式。

当前,反内卷已经成为一场社会经济大潮,对家居行业的影响深远且意义重大。

购买的实木沙发出现开裂,商家推诿称“木材自然特性”,消费者无法验证真伪;定制电视柜抽屉轨道无法弹回,提出退货赔偿诉求,却因信息缺失陷入维权被动……近年来,我国家具产业规模持续扩大,产品质量参差不齐、假冒伪劣产品滋生、消费者维权难等问题也日益凸显。

随着工业和信息化部发布的《家具质量追溯体系规范》施行,这些长期以来困扰消费者的生活难题,或将得到解决。《规范》明确提出,追溯体系应将家具原辅料供应、设计、制造、流通、消费等追溯节点质量安全相关信息作为主要追溯内容,实现全程信息追溯,并向消费者、企业、相关部门等追溯用户按需、按权限提供追溯信息,从而提升产品质量和消费者信任度。

“此前,行业内缺乏统一的质量追溯标准,标准缺失导致监管效率低下,企业投入成本高,消费者信任度不足。一些企业自行开发系统,也造成追溯信息碎片化、数据互通困难,难以实现全流程监管。”中国轻工业联合会有关负责人说,制定《规范》就是要通过统一技术要求,构建全链条追溯体系,保护消费者权益。

有消费者关心,如何使用追溯信息合理维权?《规范》提出,用户可根据产品或产品包装上印制的追溯码,通过家具质量追溯管理平台或生产企业追溯系统、销售企业追溯系统查询到产品的追溯信息。

(新华网)

中家协发布2025年1-5月中国家具行业经济运行简报

家具内销零售额757.4亿元,同比增长21.4%,高于社会消费品累计零售额增速16.4个百分点。近日,中国家具协会发布2025年1-5月中国家具行业经济运行简报。简报显示,2025年1-5月,中国家具行业呈现内需回暖、外需承压的差异化格局。

2025年1-5月,中国家具行业在政策推动和市场调整的双重作用下,行业表现出如下特点:一、内销市场成为核心增长点,受房地产政策优化与消费品以旧换新政策提振,家具商品零售额持续增长,存量房市场的激活推动产品向多元化、品质化发力;二、出口影响行业整体表现,尽管一季度外需边际改善预期存在,但从5月数

据来看,在海外市场需求低迷与贸易环境复杂的影响下,出口收缩压力仍未缓解;三、营收效益双承压,规模以上企业营业收入连续5个月同比下降,利润总额降幅较一季度有所收窄,但仍低于制造业平均水平;四、固定资产投资保持较高增速,但投资收益同比下降,短期回报压力显著;五、总体来看,家具行业正经历行业分化与转型并存的阶段性调整,未来需进一步通过创新驱动与结构优化实现高质量发展。

生产。根据国家统计局数据,2025年1-5月,我国家具行业规模以上企业(年主营业务收入2000万元及以上)7421家,实现营业收入2488.7亿元,同比下降3.9%,连续5个月同比下

降,增速比1-4月回落0.3个百分点。效益。根据国家统计局数据,2025年1-5月,我国家具行业规模以上企业实现利润总额79.2亿元,同比下降27.9%,增速比1-4月回升4.3个百分点;营业收入利润率为3.1%,低于制造业1.2个百分点,较1-4月回升0.2个百分点。

内销。根据国家统计局数据,2025年5月,我国社会消费品零售总额41325.8亿元,同比增长6.4%,消费品以旧换新政策持续显效,限额以上单位家具类商品零售额170.1亿元,同比增长25.6%。1-5月,限额以上单位家具类商品累计零售额757.4亿元,同比增长21.4%,增速比1-4月加快1.2

个百分点,高于社会消费品累计零售额增速16.4个百分点。

出口。根据海关总署数据,2025年5月,我国家具行业出口59.8亿美元,同比下降9.2%,较4月降幅增大2.2个百分点。1-5月,我国家具行业累计出口289.8亿美元,同比下降8.2%,降幅较1-4月扩大0.3个百分点。

投资。根据国家统计局数据,2025年1-5月,我国家具行业累计固定资产投资同比增长13.4%,较1-4月提升0.7个百分点。1-5月累计投资收益4.9亿元,同比下降78.8%,较1-4月回升8.9个百分点。

(家协)

知名家装品牌靓家居确认停止经营 发布债权登记公告

7月21日,靓家居发布消息称,靓家居相关公司于2025年7月18日宣布停止经营,请各债权人前往对应公司联络点登记债权。联络点包括佛山、汕头、潮州、普宁、揭阳等23个城市的相关公司。

7月18日,网络就曾流传一份《停业通知》称,因靓家居相关公司受房地产行业影响,长期亏损,现已资不抵债,无力继续经营。现公司决定,自即日起停止经营。请各债权人向相关公司进行债权核对、确认工作,公司同时积极配合破产清算工作。

记者注意到,今年7月3日,靓家居官方公众号还发布了“焕新家装节来了,享银企双补贴”的活动;6月19日发布了24周年庆的“第三代全系联名套餐”活动等。因此,关于靓家居宣布停业的消息,大部分消费者表示“太突然”。

据报道,有分包靓家居装修工程的项目经理告诉记者,与靓家居合作已有4年,该企业存在工程款发放速度越来越慢的情况。“付款周期从18天,到一个月,再变成40天,今年开始是6个月。”“我本来想着,结算完就不做了,没想到还没结算就出事。”

多位维权者在接受采访时称,直到7月18日下午,他们才得知靓家居“倒闭了”,连施工的工人都在维权。问及装修怎么办,靓家居的员工称“他们也不知道”,建议去报警或者起诉。

此外,近期有消息称,靓家居创始人曾有周于7月17日凌晨在广州坠楼身亡。多位维权者及靓家居员工向表示,他们也听到了该消息,这也导致了靓家居突然宣布停业。

7月20日,警方回应受害者称,曾有周坠亡一案暂无信息发布,曾有周死亡,不影响后续合同纠纷、债务等处理。受害者可前往派出所登记相关信息,也可起诉维权。

靓家居官方公众号显示,靓家居是一家超过20年的整装连锁品牌,旗下拥有近百家购物中心直营门店,提供毛坯房装修、旧房翻新、精装房拎包入住、厨房快装、卫生间改造等五大服务业务。该公众号的认证主体是广州市靓家居装饰材料有限公司。

天眼查APP显示,广州市靓家居装饰材料有限公司成立于2015年12月31日,法定代表人、经理为曾有周。今年4月底,该公司曾被执行1万元,执行法院是广州市海珠区人民法院。(界面新闻)



东拉西扯

失之东隅 收之桑榆

□ 双木

近日,中国家具协会发布《中国家具行业经济运行简报》,报告数据有喜有忧:出口降幅明显,但内销大幅增长。也正是在这喜忧之间,揭示了家具行业的大趋势和新变革,行业正步入一个以“双循环”为核心的新发展阶段,家具企业必须“两条腿”走路,既深耕国内市场,又积极拓展国际空间。

《中国家具行业经济运行简报》数据显示,1-5月,我国家具行业累计出口289.8亿美元,同比下降

8.2%,降幅较1-4月扩大0.3个百分点;但内销方面,1-5月,限额以上单位家具类商品累计零售额757.4亿元,同比增长21.4%,增速比1-4月加快1.2个百分点,高于社会消费品累计零售额增速16.4个百分点。可以说,家具行业失之东隅、收之桑榆,整体还是保持了较为平稳的发展。数据给那些严重依赖海外市场的家具企业敲响了警钟,但同时,挑战之中往往孕育着转机,出口市场的暂时遇冷,正是企业转型升级、调整市场结构的契机。

从家具内销市场的亮眼表现可

以看出,国家拉动内需的各项政策发挥了积极的作用,国内消费市场潜力不断释放,内销市场日益重要,为家具企业提供了广阔的发展空间。

出口与内销的大趋势,深刻揭示了“国际、国内双循环”对于家具行业的重要性。在全球化遭遇逆流的当下,任何单一市场的波动都可能对企业造成重大影响。因此,家具企业必须构建起更加坚韧、多元的市场体系,实现国内外市场的均衡发展。

对于以出口为主的家具企业而

言,面对出口市场的压力,应积极寻求突破,开辟新的出口市场,降低对单一市场的依赖。不过,随着中美关税达成共识,未来出口形势有望好转,企业应抓住机遇,提前布局,为出口市场的回暖做好准备。

面对行业经济运行态势的新变化,家具企业必须树立“两条腿”走路战略思维,既要巩固和拓展国际市场,又要深耕和挖掘国内市场。通过构建国内外市场相互促进、优势互补的新发展格局,家具企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地,实现持续稳健的发展。