

消费日报

2025年9月19日
星期五
总第9024期
第6083期
今日8版
本刊第642期

中国家居

A

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

楼市政策助力 家居业迎“金九银十”



□ 本报记者 陆俊文/摄

近期,北京、上海、深圳、苏州、长春等多地陆续推出楼市新政,从放宽限购、取消限售到发放购房补贴,一系列举措旨在降低购房成本、激发住房消费需求。随着房地产市场的回暖,将直接带动家居消费需求释放,叠加政策红利与品牌促销的双重驱动,今年家居市场的“金九银十”成色可期。

多地楼市新政密集落地 住房消费潜力加速释放

8月以来,全国多地调整房地产政策,以“组合拳”形式提振市场信心。北京、上海优化调整限购、限贷措施,提升公积金贷款额度。海南取消了普通住宅和非普通住宅标准,并对多孩家庭、引进人才给予相关优惠,还支持盘活存量房用地和用房。苏州发布通知,取消苏州市区范围内新建商品住房“取得不动产权登记证书满2年方可转让”的限制措施(有特殊限制转让要求的住房除外)。

9月5日,深圳市住房和建设局、中国人民银行深圳市分行联合印发《关于进一步优化调整本市房地产政

策措施的通知》,本次深圳政策重点从放宽限购、松绑企业购房、优化信贷三个方面调整,力度远超市场此前预期。

业内人士指出,当前房地产政策不仅聚焦于优化调整,还通过发放购房消费券、举办房交会等方式直接刺激需求。例如,长春推出“购房补贴+消费券”组合,最高补贴3万元/套;武汉、长沙等地通过房交会提供契税减免、专项优惠等,进一步降低购房成本。随着全国层面明确“采取有力措施巩固房地产市场止跌回稳态势”,预计更多城市将跟进调整,为楼市注入持续动力。

楼市回暖提振家居需求 “金九银十”行情向好

楼市与家居市场素有“唇齿相依”的关系。住房消费的增长直接带动装修、家具、家电等下游产业链需求。上海易居房地产研究院副院长严跃进表示,新政将对各地房地产市场有明显正向影响。深圳政策出台势必带来市场交易的提振,也将带来市场信心的增强。深圳本身购房需求和潜力较大,所以市场行情会进一步向好。反过来,这

也会使得深圳政策对全国市场预期有积极引导作用,给全国“金九银十”行情的向好发展带来积极影响。

品牌促销力度加大 终端市场信心回升

为迎接“金九银十”,目前各大家居建材家装品牌纷纷加大了促销力度,折射出终端市场对于今年“金九银十”的信心。苏宁易购全面启动金秋家电节,加快门店场景升级与拓展。9月至国庆期间,苏宁易购全国共有318家门店计划新开升级或举办店庆活动。苏宁易购表示,将积极响应国家促消费、扩内需政策导向,以开业、店庆为契机,为消费者提供更优质的产品、更贴心的服务、更沉浸的场景和更优惠的价格,助力实体消费提质升级。

此外,红星美凯龙、居然之家等卖场联合品牌推出“家装补贴季”,消费者可享受满减、赠礼、免费设计等多重福利;索菲亚、欧派等定制企业则推出金秋“全屋定制套餐”。业内人士指出,今年促销活动更注重“性价比”与“体验感”,旨在吸引刚需和改善型客户下单。

随着近期房地产政策落地,市场

信心逐步修复。多家家居企业表示,进入9月以来门店客流量明显增加,尤其是二手房装修和局部改造需求增长显著。一位定制家居品牌负责人透露:“近期咨询量环比提升20%,消费者更关注性价比和环保性能,中小户型改造订单占比超过60%。”

消费风向转变 从“撑面子”到“讲里子”

值得注意的是,记者发现,今年的“金九银十”旺季,家居消费风向也出现了一些新变化,以前很多消费者装修总盯着“高端奢华”的大牌,现在却扎堆找实用耐造的高性价比好物。这显示出家居消费越来越实在,装修从“撑面子”变成了“讲里子”。某家装平台调研显示,超过60%的受访者表示会优先选择“环保耐用、价格适中”的产品,而“品牌知名度”的优先级降至第二位。

“以前客户进门就问‘哪个品牌最好’,现在会详细询问板材材质、五金配件和售后服务。”北京十里河家居市场一位销售员表示。这种转变在二手房装修和老房改造中尤为明显。由于预算有限,业主更倾向于“轻装修、重装饰”,通过局部改造提升居住舒适度。例如,更换智能马桶、升级橱柜五金、增加收纳空间等需求增长迅速。

与此同时,绿色环保成为消费决策的关键因素。多家品牌推出“ENF级环保板材”、“零醛添加涂料”等产品,并标注详细检测报告以增强信任感。

随着住房交易量回升,家居行业需求端压力将得到缓解,叠加“以旧换新”“绿色智能补贴”等政策支持,行业景气度有望回升。中国建筑材料流通协会会长秦占学表示,家居企业需抓住“金九银十”窗口期,通过创新产品、优化服务、拓展渠道等方式提升竞争力。

今年,在楼市政策红利与消费升级的双重驱动下,家居行业“金九银十”成色可期。但长期来看,企业仍需以用户需求为核心推动产品与服务升级,才能在市场竞争中立于不败之地。



本报讯(记者 陆俊)为贯彻落实“三个转变”重要指示,培育最具代表性的民族品牌,打造世界一流品牌,中国家具协会在全行业发起“中国家具十大品牌”评价活动,融合国内外优质资源,向全球推广中国品牌理念,为加快建设世界品牌强国贡献力量。在2025全国家具行业协会商会、产业集群工作会议期间,中国家具协会理事长徐祥楠为“2025年度中国家具十大品牌”发牌,发挥优秀品牌的先进示范作用,鼓励更多企业向品牌化、高端化方向转型升级,提升中国家具行业的国际引领性。

同时,中国家具协会在第三十届中国国际家具展览会举办“中国家具十大品牌展”,以“品牌强国”为主题,邀请圣奥、左右、凤阳、海太欧林、震旦、冠美、前进、蓝鸟、东成、励致、华盛等卓越品牌,携最新研发的重磅作品,对设计、材料、工艺、环保等特点进行挖掘和创意性展示,面向全球观众展现中国家具的原创力、科技力和产品力,建立引领国际趋势的产业高地,为打造世界一流品牌发挥积极作用。

深圳市左右家私有限公司董事长黄华坤表示,“中国家具十大品牌展”为品牌搭建了一个向世界集中展示中国家具原创力、品牌力与产品力的舞台。这不仅是十大品牌的联展,更是中国家具产业迈向高质量发展的一次集体宣言。左右沙发将与各品牌一道共筑愿景、共创价值、共赢未来,让全球市场见证中国家具的底蕴与实力。

山东凤阳家居有限公司董事长郎喜宁表示,十大品牌不仅是市场的先行者,更应是责任的承担者。凤阳坚信,未来的竞争,是品牌的竞争,是创新的竞争,是格局的竞争。凤阳愿与各品牌一道,共倡“中国设计”、共铸“中国品质”、共营“中国体验”,向世界展现中国家居产业的整体实力与蓬勃生机。

据悉,为带动行业积极践行国家品牌战略,中国家具协会将继续发挥引领作用,携手“中国家具十大品牌”在米兰、巴黎、纽约、伦敦、东京、上海全球六大地标性城市,通过媒体宣传、展览展示、路演推介等方式,覆盖国内外宣传平台,讲述品牌故事,展现当代中国家具魅力,参与全球高水平价值链竞争。



“好房子”点亮美好生活

——服贸会工程咨询与建筑服务专场观察

“好房子”是百姓居之所向、心之所往。当前,我国城镇人均住房建筑面积已经超40平方米,房地产市场供求关系发生重大变化。从“有没有”转向“好不好”,建设“好房子”直接关系到人民群众的获得感、幸福感。

百姓需要什么样的“好房子”?市场如何发力“好房子”建设?连日来,记者在服贸会工程咨询与建筑服务专场观察“好房子”从蓝图到落地的全链条图景。

智能消杀设备、三分离卫生间、装配式绿色建材……来到服贸会工程咨询与建筑服务专场北京城建集团展台,以“绿色住家、智享安全”理念打造的样板间,吸引了众多参观者前来体验。

“我们以‘安全、舒适、绿色、智慧’为指引,不仅在房屋建造中采用智能家居互连、分层绿化、无障碍设计等举措,更着力构建一条从投资、设计、生产、建设到运维的好房子全产业链。”北京城建集团相关负责人说。

当前,更多“好房子”正在激活和牵引新需求。今年以来,一线城市新房市场较为活跃。例如,上半年上海在售项目日均成交约1万平方米,同比增加38%;北京新建商品住宅网签2.09万套,同比增长11.9%。

新房子要建成“好房子”,老房子也要改造成“好房子”。老旧小区改造,是“好房子”建设的重要一环,也是本届服贸会的展示重点之一。

“小区车位少”“地下室利用率低”……聚焦北京石景山区某老旧小区居民多元诉求,中建一局以闲置空间改造、新建社区服务中心、进行停车位改造等举措为抓手,进行住宅楼综合改造和室外公区域修缮提升。

“改造后,该小区增加停车位700余个,增设社区配套用房800多平方米,2160平方米的地下闲置空间已升级为智能仓储用房。”中建一局高级经理王晨旭说。

让“一老一小”生活舒适、安全,是老旧小区改造的关键。现场不少企业负责人介绍,婴幼儿托育服务设施的引进,防滑胶、智能马桶等设施的运用,正在让越来越多老小区变为“暖心房”。

住房城乡建设部数据显示,2024年全国新开工改造城镇老旧小区5.8万个,今年我国将全面完成2000年底前建成的城镇老旧小区改造任务。

瞄准市场需求发力,改造一新的二手房成为楼市亮点。“今年以来,二手房交易占比逐步提高,多个省份二手房交易量超过新房。”住房城乡建设部有关司局负责人说。

今年5月,中办、国办印发《关于持续推进城市更新行动的意见》,提出全面践行人民城市理念,建设好房子、好小区、好社区、好城区。同月,《住宅项目规范》施行,实现了对原有相关标准的继承和创新提升。

会场多位企业负责人认为,相关政策举措为“好房子”建设指明了方向。从满足基本居住需求,到讲究居住空间的均衡性、多功能性,再到更加注重与自然、外界的空间融合,企业要持续发力,推动越来越多优质住宅进入市场。(新华网)

东拉西扯

破解大件旧物处理困局 激活家居消费“一池春水”

双木

今年以来,以旧换新政策与国家补贴措施为消费增长和经济复苏注入强劲动力。然而,在这股消费热潮中,大件家居用品的更新换代却因旧物处理难题而遭遇“卡脖子”。从沙发到冰箱,从床垫到洗衣机、从马桶到浴缸……这些“庞然大物”面临处置困境——“没人要、没法扔、扔不起”,成为抑制家居消费热情的壁垒。唯有破解大件旧物处理困局,才能更好释放消费潜力,推动家居业可持续发展。

俗话说“旧的不去,新的不来”,许多家庭在换新大件家居用品时,常因旧物处置陷入两难:二手市场无人问津,请人清运费用高昂,自行拆解又缺乏能力与空间,最后只能凑合用。这种“换新成本高于购买成本”的情况直接削弱了家居消费欲望。

大件旧物沦为“烫手山芋”,是城市资源回收体系的短板显现。以前,二手市场是回收大件物品的重要路径。但如今生产力提升,人们经济条件也好了,消费理念有所改变,大家更愿意买新的,二手市场几乎销声匿迹。此外,大件物品运输成本高、翻新利润薄,导致正规回收渠道萎缩。

如何有效解决大件旧物处理难题?不少地区积极探索如何更好处理大件垃圾,其中不乏一些好的经验做法。比如,有的地方推出“无废管家”,居民只需线上预约,“无废管家”便会主动联系确认投放信息及费用标准,随后上门搬运;有的地方加大回收中转站建设,对大件垃圾进行暂存;有的地方合理布局专业的大件垃圾处置中心,探索大件垃圾资源化处理多种路径。

更直接的突破口还在于政策创新。原来的以旧换新政策多聚焦于3C产品与家电、大件家具、卫浴等品类覆盖不足。将更多家居产品纳入补贴名录,同时通过税收减免、绿色信贷等手段,激励企业参与回收网络建设,能有效解决大件家居旧物处理难题。

大件旧物处理不是单一环节的突破,而是需要各方形成合力,多方联动。对消费者而言,需树立绿色消费观,主动选择提供回收服务的企业;对商家来说,应将旧物处置纳入售后服务体系,打造“购买—使用—回收”全生命周期管理;对政府而言,需完善法规标准,比如明确大件垃圾定义、规范清运收费、建立区域性处置设施。

当“断舍离”成为现代生活的新兴方式,大件旧物处理成为打开家居消费的“最后一公里”,只有以创新性思维破解处置难题,才能让“旧物出得去、新品进得来”,更好激活家居消费的“一池春水”。

中国家具十大品牌闪耀第三十届中国国际家具展