

随着宏观经济环境的持续优化，景气度回升为家居行业带来了强劲的发展动能。10月14日，国家统计局发布的数据显示，9月中国制造业采购经理指数（PMI）回升至49.8%，较上月上升0.4个百分点；制造业生产指数升至51.9%，创近六个月新高。事实上，作为与制造业高度关联的家居行业，复苏态势早有显现。8月家具类零售总额169亿元，同比增长18.6%；1—8月，累计零售总额1335亿元，同比增长22.0%。从数据来看，家居市场需求修复态势延续，企业订单储备有望逐步积累。

业内人士表示，家居行业作为“制造+消费”融合的典型领域，正处于双重利好叠加期。随着消费信心回暖，新房装修刚需与存量房改造焕新需求将加速释放，叠加后续稳经济、促消费政策发力，家居企业若能聚焦产品创新与渠道服务升级，有望在市场修复中抢占先机。

生产、需求双升

随着国内经济回升向好态势持续巩固，消费市场活力逐步释放。从零售总额来看，8月家具类零售总额169亿元，同比增长18.6%；1—8月，累计零售总额1335亿元，同比增长22.0%。8月，建筑及装潢材料类零售额133亿元，同比下降0.7%；1—8月，累计零售额1088亿元，同比增长

1.8%。

家居市场“回暖”信号在终端市场也有体现。记者“十一”期间走访多家家居卖场注意到，诸多消费者选择在假期集中踏入卖场，为家庭装修计划提前考察市场、了解产品特性与选购要点。卖场工作人员表示，假期前来看咨询、了解产品的消费者人数明显有所增长。

数字商业创新顾问、数字社会学者唐兴通分析称，生产和需求数据双双抬头，说明库存被消化、预期在修复。但要警惕，中国家居行业的底盘不是靠“自然增长”，而是靠“政策托举+结构性替换”。现在的数据不是消费爆发，而是行业在“喘口气”。过去三年，家装延后需求、改善型住房、局部焕新消费在逐步释放，所以看起来生产端和需求端都在升温。

事实上，消费品行业的持续扩张，直接辐射家居、建材、装饰等终端消费领域。家居产品作为家庭消费重要组成部分，随着消费信心逐步回暖，市场需求正在从“潜在”向“实际”转化，无论是新房装修的刚需采购，还是存量房改造的焕新需求，都有望在消费需求的驱动下，迎来新一轮增长。

苏的浪潮中得到进一步释放。

“AI+设计/软装”实践者及研究专家、社群/圈层运营战略及实战专家王建国表示，国内市场出现生产、需求双升，首先是市场经历调整后呈现的阶段性成果，这背后离不开国家政策的有力驱动。促消费、国补等政策不仅从需求端有效拉动了家居消费，让消费者购买意愿和能力得到提升，也带动生产端的供给方积极性显著提高，供需两端在这个阶段形成了良好互动，最终促成了双升局面。

多重因素叠加

家居行业产需双升并非偶然，背后是宏观经济环境以及消费政策等多重因素影响。从宏观经济环境来看，宏观经济的持续优化为家居行业发展提供了坚实支撑。记者了解到，今年以来，国家出台了一系列稳经济、促增长的政策措施。随着这些政策效果逐步显现，国内经济整体呈现出回升向好的态势，进而带动了家居等大宗消费品的需求。

王建国表示，行业和企业在政策引导下的努力逐步显现成效，不仅在

国内市场积极响应消费需求变化，不少企业在国家政策支持和鼓励下主动推进海外市场拓展，进一步为生产和需求的增长注入了动力。整体来看，这既反映出国内家居消费潜力的释放，也体现出行业在国内外市场布局上的积极探索和发展态势。

从政策方面来看，消费政策的精准发力有效激发了家居市场潜力。各地政府积极响应国家促消费号召，纷纷推出家居消费补贴、以旧换新等活动。记者不完全梳理发现，北京、上海等地对居民购买绿色智能家电和家居产品给予一定比例的补贴；广州、深圳等城市则开展了家居以旧换新专项行动，对居民淘汰旧家居产品并购买新家居产品给予补贴。政策的推出不仅降低了消费者的购买成本，同时提升了消费者的购买欲望，一定程度上拉动了家居市场需求的增长。

唐兴通表示，生产、需求双升背后，首先是政策托底，其次是结构性消费替换，最后是产业端的主动出击。保交楼、旧改、以旧换新、消费券、专项贷等政策不是在刺激需求，而是在“抢救信心”。此外，大房子虽然卖不动，

但小革新、局部改造、整家定制、拎包入住在增量释放。现在不是“有需求再生产”，而是“先生产去抢盘子”。

创新与服务成关键

家居行业的发展始终与市场需求紧密相连。从市场需求来看，随着居民生活水平的提高和消费观念的转变，越来越多的家庭开始对现有住房进行翻新改造，存量房改造市场潜力巨大，将为家居行业带来持续的需求增长。

在产业发展方面，智能化、绿色化正逐渐成为家居行业主要发展趋势。商务部监测的主要电商平台数据显示，“十一”假期前四天，一级能耗节能家电增长19%；智能冰箱增长20.7%，智能家居产品增长16.8%。智能家居将进一步普及，智能家电、智能安防、智能照明、智能温控等系统将更多地融入家庭生活，实现家居产品的互联互通和智能化控制。

王建国分析认为，现在诸多企业都在做创新和服务，核心可以聚焦在两个方向，一个是AI在家居行业的垂直应用，另一个是行业顺应存量时代

趋势向局改、旧改赛道的迭代调整。在AI应用方面，如今已不再停留于概念，而是真正落地到实际场景中。在行业迭代方面，家居行业已经从此前的“增量市场”进入以存量市场为主的阶段，局改、旧改会是未来主导市场的消费形式，这就要求企业必须在创新和服务上发力。

事实上，随着AI技术的快速发展，越来越多的企业相继布局。据了解，海尔集团与阿里巴巴签署全面战略合作协议，达成全面AI合作。双方将充分发挥海尔的全生态布局与阿里的全栈AI能力优势，共建数字产业新生态，加速产业AI创新发展。

海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰表示，阿里巴巴在数字技术与生态布局上的优势，与海尔深耕智慧家居、大健康、数字经济产业三大赛道的实践高度契合。此次合作是实体经济与数字经济深度融合的重要探索。

唐兴通表示，家居行业未来的关键不是“要不要创新”，而是谁能把创新变成利润，把服务变成复购。产品创新已经退位，模式创新才是人口。现在消费者缺的是“空间解决方案”和“交付体验感”。谁从卖单品跨到卖全家、卖系统、卖生活方式，谁就能拿走未来订单。服务不是售后支持，而是前装连接。家居企业如果不把服务前置成“黏性入口”，永远只能当供应商，不可能当品牌方。（北京商报）

京东双11家电家居“闪电新品”受消费者青睐 成交额同比增长超4倍

10月9日晚8点，京东双11盛大开启。凭借现货开卖不用等、多重补贴、贴心的服务以及线上线下融合的多元场景等优势，京东带动了家电家居消费持续升温。数据显示，10月9日20时至10月14日12时，京东家电家居重磅新品成交额同比增长超4倍，超1000个家电家居品牌的“闪电新品”成交额同比增长超过100%。

从具体数据来看，家电家居消费呈现出品质化和智能化并重的趋势。百吋电视、多筒洗衣机、零重力零靠墙智能沙发、智能晾衣架、智能床等成交额同比增长超10倍，精准契合了消费者对智能化品质生活的追求。

厨房与日常用品也展现出强劲的销售增长势头。例如，制冰冰箱、电火锅满足了消费者在饮食方面的多样化需求；铁厨具则凭借其独特材质与设计，成交额同比增长超4倍，成为厨房品类中的“黑马”产品。此外，桌面大灯、雨伞雨具等日常生活用品成交额同比增长超4倍，也说明消费者愈发关注生活细节，乐于为提升日常

幸福感的小物件买单。

在追求品质与智能的同时，健康化、适老关怀正成为新的消费增长点。健康风空调、宠物空气净化器等主打健康卖点的产品和扶手马桶、坐式淋浴器等适老类卫浴产品，成交额均同比增长超3倍，显示出随着社会老龄化程度加深，满足消费者健康需求的产品正迎来广阔的市场空间。

值得注意的是，季节性因素也显著拉动了特定品类的销售。受降温天气影响，取暖除湿产品迎来销售旺季，干衣机、除湿机、烘鞋器、暖被机等品类成交额同比增长超400%；冰水机、电热毯同比增长超200%，为消费者在降温天气提供了实在保障。与此同时，舒适风空调、净水护肤电热水器、咖啡机、生发梳、脱毛仪、按摩椅和静音智能马桶等品类成交额均实现100%增长，充分满足了消费者在多种生活场景下的细分需求。

此外，京东数据显示，10月9日20时至10月14日12时，通过秒速下单的电压力锅、保暖呵护产品、毛巾、雨伞雨具、衣架/夹、洗脸巾等商品订单量同比增长超150%。

在服务层面，京东家电家居以旧换新服务覆盖全国99%的城市及乡镇，成为消费者升级家电家居的便捷途径。在政企补贴与用户需求的双重推动下，自10月9日活动开启以来，参与以旧换新的用户数同比增长超8倍。这项服务不仅促进了资源的循环利用，推动了绿色消费，也让消费者能以更低的成本换新，实现了经济与环保的双赢。

线下渠道同样取得了突出成绩。京东MALL销售增速加快，其中家居品类成交额同比增长123%。尤其值得一提的是，“京品门窗”北京南三环店单店成交额破千万，凸显了线下门店在体验式消费和场景化营销方面的独特优势。此外，京东MALL数据显示，OPPO手机成交额同比增长135%、电脑DIY成交额同比增长158%、芝华仕成交额同比增长523%、机械革命成交额同比增长655%。（综合）

10月9日晚8点，京东双11盛大开启。凭借现货开卖不用等、多重补贴、贴心的服务以及线上线下融合的多元场景等优势，京东带动了家电家居消费持续升温。数据显示，10月9日20时至10月14日12时，京东家电家居重磅新品成交额同比增长超4倍，超1000个家电家居品牌的“闪电新品”成交额同比增长超过100%。

从具体数据来看，家电家居消费呈

现出品质化和智能化并重的趋势。百吋电视、多筒洗衣机、零重力零靠墙智能沙发、智能晾衣架、智能床等成交额同比增长超10倍，精准契合了消费者对智能化品质生活的追求。

厨房与日常用品也展现出强劲的销售增长势头。例如，制冰冰箱、电火锅满

足了消费者在饮食方面的多样化需求；铁厨具则凭借其独特材质与设计，成交额同比增长超4倍，成为厨房品类中的“黑马”

产品。此外，桌面大灯、雨伞雨具等日常生活用品成交额同比增长超4倍，也说明消

费者愈发关注生活细节，乐于为提升日常

幸福感的小物件买单。

尽管美国橱柜联盟和一些贸易倡

团体认为，新关税将减少海外橱柜的进

口，激励美国制造，但也有家具零售商和分销公司担忧将承担意想不到的损失。

软木常用于制造家具和木结构建筑，根据美国国家住宅建筑商协会的数据，美国进口的软木约85%来自加拿大，占到全美供应量的近四分之一。这也意味着对木材的关税广泛影

响到美国的家居装修行业。一些家装行业的小业主表示，正在装修的客户可能不愿意为其原本选择的低价橱柜支付更高价格，准备装修的客户则可能推迟厨房和浴室的装修，直到价格更加稳定。

设计公司Curio Design Studio的室内设计师Allison Harlow表示，价格波动对装修行业造成了损害，大多数消费者听到橱柜要涨50%的消息，就

会选择不再联系装修公司。

尽管美国橱柜联盟和一些贸易倡

团体认为，新关税将减少海外橱柜的进

口，激励美国制造，但也有家具零售商和分销公司担忧将承担意想不到的损失。

美国本土家具生产商Rock House的首席执行官Alex Shuford表示，虽然理论上涨税将帮助他的公司，但他内心十分矛盾。他警告，新关税可能对相互关联的全球家居生态系统造成损

于美国经济能否复苏存疑，很多工人已经面临下岗，因此短期内家具行业也不会出现复苏。

家具制造商信贷协会副会长David Johnston也悲观预期，称美国无法回到20世纪90年代的鼎盛时期，只会被迫购买更加昂贵的家具。

制造商们尚且难以乐观，依赖进口的美国企业处境更加艰难。家具进口商Jofran指出，其此前已经受到

美国对钢铁征收关税的打击，被迫提高高价并裁员20%，现在情况更加糟糕。

Jofran执行副总裁John Miranda无奈地表示，他和工厂里的工人一样都是美国人，也都缴税，但现在却被当做敌人对待，只因为他的公司不在美国生产家具。他批评道，霰弹枪式的关税根本不起作用，特朗普政府只会到处“乱喷”。（财联社）

美木材关税正式生效 美家具进口商锐评：霰弹枪式关税毫无作用

响到美国的家居装修行业。一些家装行业的小业主表示，正在装修的客户可能不愿意为其原本选择的低价橱柜支付更高价格，准备装修的客户则可能推迟厨房和浴室的装修，直到价格更加稳定。

设计公司Curio Design Studio的室内设计师Allison Harlow表示，价格波动对装修行业造成了损害，大多数消费者听到橱柜要涨50%的消息，就

会选择不再联系装修公司。

尽管美国橱柜联盟和一些贸易倡

团体认为，新关税将减少海外橱柜的进

口，激励美国制造，但也有家具零售商和分销公司担忧将承担意想不到的损失。

美国本土家具生产商Rock House的首席执行官Alex Shuford表示，虽然理论上涨税将帮助他的公司，但他内心十分矛盾。他警告，新关税可能对相互关联的全球家居生态系统造成损

于美国经济能否复苏存疑，很多工人已经面临下岗，因此短期内家具行业也不会出现复苏。

家具制造商信贷协会副会长David Johnston也悲观预期，称美国无法回到20世纪90年代的鼎盛时期，只会被迫购买更加昂贵的家具。

制造商们尚且难以乐观，依赖进口的美国企业处境更加艰难。家具进口商Jofran指出，其此前已经受到

美国对钢铁征收关税的打击，被迫提高高价并裁员20%，现在情况更加糟糕。

Jofran执行副总裁John Miranda无奈地表示，他和工厂里的工人一样都是美国人，也都缴税，但现在却被当做敌人对待，只因为他的公司不在美国生产家具。他批评道，霰弹枪式的关税根本不起作用，特朗普政府只会到处“乱喷”。（财联社）

10月9日晚8点，京东双11盛大开启。凭借现货开卖不用等、多重补贴、贴心的服务以及线上线下融合的多元场景等优势，京东带动了家电家居消费持续升温。数据显示，10月9日20时至10月14日12时，京东家电家居重磅新品成交额同比增长超4倍，超1000个家电家居品牌的“闪电新品”成交额同比增长超过100%。

从具体数据来看，家电家居消费呈

现出品质化和智能化并重的趋势。百吋电视、多筒洗衣机、零重力零靠墙智能沙发、智能晾衣架、智能床等成交额同比增长超10倍，精准契合了消费者对智能化品质生活的追求。

厨房与日常用品也展现出强劲的销售增长势头。例如，制冰冰箱、电火锅满

足了消费者在饮食方面的多样化需求；铁厨具则凭借其独特材质与设计，成交额同比增长超4倍，成为厨房品类中的“黑马”

产品。此外，桌面大灯、雨伞雨具等日常生活用品成交额同比增长超4倍，也说明消

费者愈发关注生活细节，乐于为提升日常

幸福感的小物件买单。

在追求品质与智能的同时，健康化、适老关怀正成为新的消费增长点。健康风空调、宠物空气净化器等主打健康卖点的产品和扶手马桶、坐式淋浴器等适老类卫浴产品，成交额均同比增长超3倍，显示出随着社会老龄化程度加深，满足消费者健康需求的产品正迎来广阔的市场空间。

值得注意的是，季节性因素也显著拉动了特定品类的销售。受降温天气影响，取暖除湿产品迎来销售旺季，干衣机、除湿机、烘鞋器、暖被机等品类成交额同比增长超400%；冰水机、电热毯同比增长超200%，为消费者在降温天气提供了实在保障。与此同时，舒适风空调、净水护肤电热水器、咖啡机、生发梳、脱毛仪、按摩椅和静音智能马桶等品类成交额均实现100%增长，充分满足了消费者在多种生活场景下的细分需求。

此外，京东数据显示，10月9日20时至10月14日12时，通过秒速下单的电压力锅、保暖呵护产品、毛巾、雨伞雨具、衣架/夹、洗脸巾等商品订单量同比增长超150%。

在服务层面，京东家电家居以旧换新服务覆盖全国99%的城市及乡镇，成为消费者升级家电家居的便捷途径。在政企补贴与用户需求的双重推动下，自10月9日活动开启以来，参与以旧换新的用户数同比增长超8倍。这项服务不仅促进了资源的循环利用，推动了绿色消费，也让消费者能以更低的成本换新，实现了经济与环保的双赢。

设计公司Curio Design Studio的室内设计师Allison Harlow表示，价格波动对装修行业造成了损害，大多数消费者听到橱柜要涨50%的消息，就

会选择不再联系装修公司。

尽管美国橱柜联盟和一些贸易倡

团体认为，新关税将减少海外橱柜的进

口，激励美国制造，但也有家具零售商和分销公司担忧将承担意想不到的损失。

美国本土家具生产商Rock House的首席执行官Alex Shuford表示，虽然理论上涨税将帮助他的公司，但他内心十分矛盾。他警告，新关税可能对相互关联的全球家居生态系统造成损

失。

设计公司Curio Design Studio的室内设计师Allison Harlow表示，价格波动对装修行业造成了损害，大多数消费者听到橱柜要涨50%的消息，就

会选择不再联系装修公司。

尽管美国橱柜联盟和一些贸易倡

团体认为，新关税将减少海外橱柜的进

口，激励美国制造，但也有家具零售商和分销公司担忧将承担意想不到的损失。

美国本土家具生产商Rock House的首席执行官Alex Shuford表示，虽然理论上涨税将帮助他的公司，但他内心十分矛盾。他警告，新关税可能对相互关联的全球家居生态系统造成损

失。

设计公司Curio Design Studio的室内设计师Allison Harlow表示，价格波动对装修行业造成了损害，大多数消费者听到橱柜要涨50%的消息，就

会选择不再联系装修公司。

尽管美国橱柜联盟和一些贸易倡