

# 消费日报

2025年10月17日  
星期五  
总第9038期  
第6097期  
今日8版  
本刊第643期

## 中国家居

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

中国五金行业的“高光时刻”、汇聚世界目光的“产业大秀”、覆盖全产业链的“全球盛会”

## 2025 中国国际五金展振奋全球五金市场

□ 本报记者 陆俊

2025中国国际五金展(CIHS) 10月12日在上海新国际博览中心顺利落下帷幕,但是这场震动世界五金行业的冲击波,依然在回荡,直接影响年底全球五金市场。这是个汇聚世界目光的年度“产业大秀”,也是中国五金行业的“高光时刻”。这场覆盖全五金产业链的盛会,以超预期的展出效果赢得了展商与采购商的一致好评,成为提振行业信心的强劲引擎。

主办方双强联手:  
加大招展招商力度,进一步升级服务

今年以来,国际形势复杂多变,关税问题困扰行业,海内外贸易遇到一定阻力。受多重因素影响,企业成长面临困难。为了帮助企业突破当前瓶颈,在困境中寻找新机遇,2025中国国际五金展(CIHS 2025)主办方中国五金制品协会和德国科隆展览有限公司采取了更加积极务实的举措,加大招展招商力度,引入海内外优质参展商、采购商,举办注重实效的活动,进一步升级服务,竭尽所能为参展商、采购商以及合作伙伴们寻求新的机会,提供更好的服务。

中国五金制品协会理事长张东立表示:“今年在主办单位和合作伙伴的共同努力下,展会又有了新的进步和提升,众多展商带来了很多新的产品,采购商和观众也比去年有所增加,馆里人气很旺,相信大家在3天的展会里都有很大的收获,助力行业及时把握市场动态,实现稳健发展。

□ 本报记者 陆俊

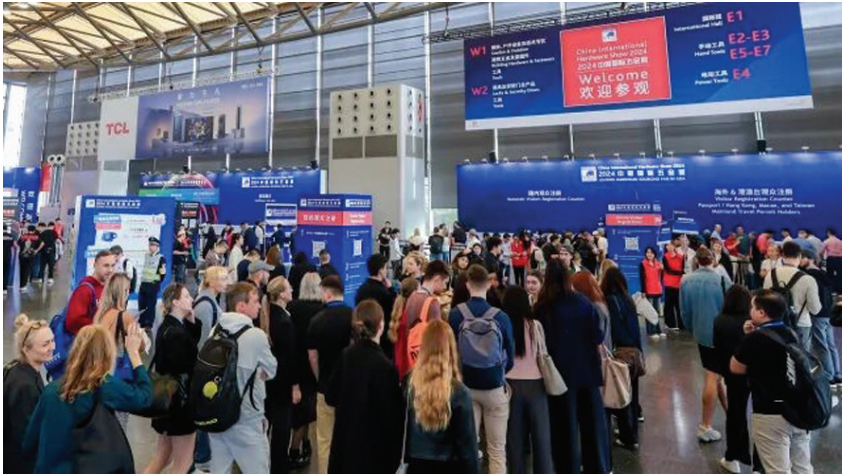
为进一步发挥桥梁纽带作用,更好地服务行业企业,引领其实现高质量发展,中国家具协会近日发布《中国家具行业经济运行简报》,提供权威数据,反映运行态势,助力行业及时把握市场动态,实现稳健发展。

2025年8月,我国家具行业生产、进出口、效益等主要指标降幅增加,消费和投资保持正增长,营收利润率维持稳定。今年以来,外部环境复杂严峻,世界经济增长乏力,贸易政策的不确定性增加,对全球经济造成冲击,家具行业承受了较大发展压力。在国家一系列政策驱动下,尽管行业整体营收尚未完全扭转下行态势,但国内消费市场持续活跃,实现正增长。

### 山东推动适老化家具产需对接 培育家具消费新增长点

为落实工业和信息化部等五部门开展的2025年优质老年用品“惠老助企”活动有关要求,搭建适老化产品供需对接平台,促进惠老与助企双赢,10月14日,山东省工业和信息化厅、山东省民政厅组织开展适老化家具产需对接活动,有关行业组织、养老机构、适老化家具生产企业、高校科研院所、金融机构、新闻媒体等单位参加活动。

期间,活动参加人员实地参观了济南丽山国际·檀樾乐园,深入了解老年人生活起居习惯,进一步掌握了老年人对适老化家具的使用情况和需求建议。山东省养老协会、山东省家具协会分别介绍了山东康养产业、家具产业总体发展情况,养老机构介绍了当前适老化家居产品的核心需求与痛点,家具企业现场推介了最新适老化家具产品、已落地合作项目案例等,有关设计机构从适老化家具研发及室内设置布局等方面提出了意见建议,轻工产业链“金融链主”齐鲁银行介绍了针对家具企业的金融服务政策和产品。



全球化,让更多的国际同行进入中国,大家合作共赢,共同促进五金行业的发展。我们期待着明年继续和大家在上海新国际博览中心见面,共创佳绩、共创辉煌!”

德国科隆展览有限公司副总裁赛巴斯蒂安·罗西托表示:“我们非常高兴地看到,CIHS持续作为关键平台,有力地加强了国际商业联系。中国合作伙伴与全球各地伙伴的紧密协作,更突显了CIHS在连接海内外市场中的独特作用,且这一无论在当下还是未来都将持续。今年展会强大的国际参与度,直观反映出全球对CIHS的共同信心,而CIHS也充分展现了其对中国五金行业的重要性,已成为推动全球五金行业合作与进步的核心基石。”

全球买家汇聚:  
单项活动达成意向金额超8千万美元

本届展会来自中国、法国、德国、中

国香港、中国台湾、印度、意大利、日本、巴基斯坦、俄罗斯、韩国、土耳其、英国、美国、越南、泰国等16个国家及地区的企业精彩亮相,同时展示了最新产品及技术。

展馆里,工具、锁具、紧固件、丝网等各类五金精品展位前都围满了驻足咨询的专业观众,洽谈声、讲解声交织成行业发展的鲜活韵律。来自全球百余个国家和地区的采购商穿梭其间,既有深耕行业的老客户如约而至,更有带着精准需求的海外客商络绎不绝,不少展商直言“到访者匹配度极高,咨询转化效率超出预期”。

一位展商表示,“本次参展效果特别好,虽然刚刚第二天,但已经在现场接待了来自日本、阿塞拜疆以及东南亚等地的客户,已经形成了7个货柜的采购意向,3个货柜正式签约。”

今年参展效果超出很多展商的预期,展会期间仅一个单项活动就现场达成意向金额超8000万美元,收到样品订

单200余份,30余家企业收到采购商实地考察邀请,签署区域代理协议15份。

滦南县正丰建材有限公司负责人王振勇介绍,“当天下午公司展位来了两位英国客户,一眼就喜欢上了他们的产品,要将他们的产品买到英国去。据介绍,滦南县正丰建材有限公司的产品销往全世界,包括美国、欧盟、澳大利亚、新西兰等国家和地区,而且针对不同的国家和地区,产品都不尽相同,都会针对当地的使用要求和场景进行改进,非常有针对性,能很好地满足当地的需求,受到海外客商的欢迎。”

一位中欧的采购商告诉记者,他已经多次来到CIHS 现场采购,这次已经采购到了劳保用品、园林工具以及紧固件等产品,主要销往东欧五国。

国内名企彰显“中国制造”硬实力:  
明年展位被抢订

本届展会国内知名品牌纷纷登场,文登威力、宏宝工具、中天达等领军企业同台亮相,充分展示了我国工具五金产业的深厚底蕴与集群优势,彰显出“中国制造”硬实力。同时,这些参展企业也在展会上收获了丰硕成果。

中山庆庭公司现场负责人王艳介绍,今年公司的参展效果比较好,从开展两天的情况来看,“一带一路”国家买家确实是多了,客户群体发生了变化,公司也会积极响应国家政策和支持,调整方向,继续保持公司健康稳定的增长。

2024年中国国际五金展上记者曾经采访了张家港中天达工具有限公司,公司表示,2025年预订了更大的展位,将让2025年公司的参展效果和市场拓展再上一个新台阶。今年,

低于制造业0.4个百分点,与1-7月基本持平。

内销。2025年8月,我国社会消费品零售总额39667.6亿元,同比增长3.4%;限额以上单位家具类商品零售额168.5亿元,同比增长18.6%,增速较7月放缓2.0个百分点。

1-8月,限额以上单位家具类商品累计零售额1335.3亿元,同比增长22.0%,增速比1-7月回落0.6个百分点,高于社会消费品累计零售额增速17.4个百分点。

出口。2025年8月,我国家具行业

### 东拉西扯

□ 双木

最近笔者采访了一家居五金企业,这家企业的出口策略引发了笔者的思考。该企业不仅出口自己在国内生产的产品,更通过海外采购让欧美、东南亚企业为其贴牌生产。在关税压力与贸易壁垒下,这种“逆向贴牌”模式不仅规避了关税风险,更折射出中国制造从“代工者”到“品牌输出者”的身份蜕变。这一转变,标志着中国制造业正以更自信的姿态参与全球竞争。

过去数十年,中国制造业以“世界工厂”的身份深度嵌入全球产业链,但长期处于价值链低端。家具行业尤为典型,大量企业为欧美品牌代工,依靠低成本劳动力获取微薄利润。这种模式虽在工业化初期助力中国快速积累资本与技术,却也导致陷入“有产业无品牌、有规模无溢价”的困境。

随着“中国制造”向“中国创造”跃迁,这种局面已悄然改变,中国企业在高端制造、核心技术领域的突破,彻底

颠覆了国际市场对“中国货”的刻板印象,中国品牌已具备反向定义全球产业链的能力。此时,让海外企业为中国贴牌,既是技术实力与品牌价值的自然外溢,也是对传统“代工思维”的彻底颠覆,中国企业为欧美企业做OEM的出口惯性思维改变了。

当前,关税壁垒与贸易摩擦成为跨国企业的最大挑战。中国企业的传统应对方式多为海外建厂,但高昂的投资成本、漫长的建设周期以及政策变动风险,往往让企业面临巨大的风险。而直接在海外采购,有不少优势,如直接在海外采购,便捷、快速、质量有保障、关税变动,采购地跟随变动等,而且很多国外企业都有较长的历史和信誉,产品品质也有保障。因此逆向贴牌模式提供了一条更轻盈的出口路径:通过在目标市场或第三国采购产品,直接利用当地企业的生产资质与关税优惠,实现

“产地随关税动”的灵活调整。

以上述家居五金企业为例,其通过在欧美和东南亚设采购中心,将部分产品产地转移至当地,规避了欧美关税。更重要的是,这种模式保留了企业核心技术,与品牌控制权——产品标准由中方制定,质量检测体系沿用国内标准,海外工厂仅作为“生产车间”存在。这种“品牌在内、生产在外”的轻资产模式,既分散了地缘政治风险,又维持了供应链的稳定性。

逆向贴牌的深层意义,在于推动中国制造业从“产品输出”向“品牌输出”和“标准输出”升级。当中国企业能够定义产品规格、质量标准甚至生产流程时,海外工厂便从“竞争对手”转变为“合作伙伴”。这种转变不仅降低了生产成本,更通过整合全球资源提升了产业链效率。更值得关注的是,这种模式正在重塑全球产业分工。过去,中国通

过承接发达国家产业转移实现工业化,如今,中国正以技术、品牌与资本为纽带,将低端制造环节外移至成本更低地区,同时将研发、设计等高端环节留在国内。这种“双向流动”的产业链重构,标志着中国从全球产业链的“参与者”转变为“组织者”。

长期以来,家居出口企业习惯了“以代贴牌”的路径依赖,但当技术壁垒被突破、品牌价值被认可时,继续固守旧有模式无异于自我设限。中国企业的国际竞争力已不再局限于生产能力,更体现在对全球资源的配置能力与对产业链规则的重构能力。

当中国企业的logo开始出现在海外工厂的生产线上,当“Made for China”逐渐成为全球产业链的新常态,这场由“代工”到“被代工”的逆向突围,不仅是中国制造转型升级的缩影,更是全球化新时代的生动注脚。

### 发挥标杆示范作用 带动行业数字化水平进一步提升 多家家具企业入选轻工工业数字化转型『领航者』案例

□ 本报记者 陆俊

近日,在以“AI赋能·消费焕新”为主题的第十五届中国轻工业信息化大会暨第二届消费品行业工业互联网数字化转型高质量发展大会上,中国工程院院士沈昌祥作《用自主可信计算AI产品构建工业互联网安全生态》的主题报告。大会发布了2025年度轻工工业数字化转型“领航者”案例名单,多家家具企业入选轻工工业数字化转型“领航者”案例。

据悉,佛山维尚家具制造有限公司的“AI驱动的全流程数智化解决方案”、海太欧林集团股份有限公司的“基于人工智能技术的全链路数字化转型研究”、美克数创(赣州)家居智造有限公司的“家具产业链协同的数据驱动柔性制造场景解决方案”入选2025年度轻工工业数字化转型“领航者”案例(人工智能赋能能力);敏华家具集团(惠州)有限公司的“柔性家居集成供应链”入选2025年度轻工工业数字化转型“领航者”案例(数据要素赋能能力);圣奥科技股份有限公司的“办公家具工业互联网平台”、曲美家居集团股份有限公司的“工业互联网平台重构家居生态闭环”、江西金虎保险设备集团有限公司的“金属家具行业数字李生工厂建设”入选2025年度轻工工业数字化转型“领航者”案例(工业互联网建设能力);明珠家具股份有限公司的“以消费者为核心的大规模个性化定制场景构建”入选2025年度轻工工业数字化转型“领航者”案例(先进技术研发应用能力)。浙江豪中豪健康产品有限公司、深圳长江家具有限公司、四川亚度家具有限公司入选2025年度轻工工业数字化转型“领航者”案例(创新应用能力)。

数字化转型是建设现代化产业体系的重要举措。今年,国务院出台《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》、工信部等三部门印发《轻工工业数字化转型实施方案》,中国轻工业联合会、中国轻工行业信息中心高度重视轻工工业数字化转型工作,在轻工行业组织开展2025年轻工业数字化转型“领航者”案例征集活动。中国家具协会积极参与案例征集和推荐,为企业提供全流程支持和服务。

中国家具协会表示,未来,中国家具协会将通过更为专业和丰富的政策咨询和项目推荐等服务,推动家具行业持续向高端化、绿色化、智能化方向发展。希望入选企业发挥标杆示范作用,主动探索数字化转型新模式,带动行业整体数字化水平进一步提升,为实现家具强国目标做出更大贡献。

### 从“代工”到“被代工”的逆向突围