

经销商违规经营跑路 司米厨柜启动消费者保障行动

业界认为其处理方式为行业注入正能量

□ 本报记者 陆俊

近年来,房地产下行叠加市场持续低迷,经销商关门跑路乱象时有发生,消费者权益受到损害。面对这一行业危机,品牌方是推诿避责还是直面问题勇于担当,体现了不同品牌的社会责任和企业实力,也会给形势严峻的家居市场带来不同的影响。在这一点上,司米厨柜有限公司以一套保交付,法律援、技防范的组合拳,全力保护消费者权益。业内认为,司米的做法,为行业树立了典范,提升了客户的信任。

据记者了解,最近司米品牌的一家经销商——安家天下(深圳)装饰有限公司,因私自违规开展硬装工程及第三方非司米品牌的产品销售业务,最终资金链断裂跑路,导致消费者权益受损。司米出具的授权书和产品销售合同显示,

安家天下公司获得的授权期限是2025年全年,授权范围也仅限于司米品牌定制橱柜、衣柜、书柜、电视柜等核心定制家居产品。硬装工程及第三方非司米品牌的产品,均在司米授权范围之内。涉案业主也反馈,与经销商签订的合同主体为深圳市司米装饰有限公司,但实际收款方却是安家天下(深圳)装饰有限公司,从工商信息来看,两家公司没有股权关系。

虽然是经销商自己违规经营导致关门跑路,但司米装饰有限公司却积极应对,发布了一封名为《您的权益,我们全力守护 | 司米消费者保障行动声明》的公开声明,并针对该事件成立“深圳专项应急工作组”,全力保障产品交付与售后服务。

司米在声明中表示,“在此事件中,司米作为独立运营品牌,与广大消费者同为违规行为的直接受害者。对于此次事件给消费者带来的困扰与损失,我们深表歉意,并深刻反思在经销商管理环节中的不足”。本着“客户至上”的原则,司米已成立“深圳专项应急工作组”,全力配合相关部门开展调查与驻点处置工作。凡经核实属于司米品牌产品的有效订单,公司将全力保障产品交付与售后服务,全力降低消费者的损失,切实维护消费者合法权益。

声明显示,此次安家天下尚未交付的订单中,分为司米授权业务和非授权业务两大部分。针对司米授权业务,对于购买司米品牌定制产品的客户,司米已启动“回访-核实-服务-交付”的消费保障计划。司米将驻点办公,积极与消费者进行协商,推进顺利交付。消费者可凭订购合同、销售单据或者付款凭证等有效资料完成登记。针对非司米授



司米公司员工正在客户家积极赶工和交付

权业务,比如硬装工程及第三方非司米品牌的产品,司米也会全力协助消费者争取正当权益,司米已组建法律援助团队,免费协助受害消费者收集证据,协助他们向公安机关及市场监督管理部门报案,全力追讨经销商涉案资金。此外,为了防范类似事件再次发生,整顿市场秩序,保障客户利益,并维护司米的品牌形象,司米决定自2月5日起,在全国范围内开展整改行动。

记者了解到最新情况是,对有效订单的客户,公司已经接手,积极赶工和交付,一些客户定制的司米橱柜已完成安装,工作人员同步跟进售后维护讲解等服务,客户对品牌的兜底保障举措表示认可。

此次经销商资金链断裂跑路,并

不是孤立事件,多家品牌都曾发生过。由于近年来家居市场竞争激烈,品牌终端监管存在共性难题,有些经销商一方面借助知名品牌背书,在大型卖场内开设正规门店以吸引顾客,暗地里却背着品牌方私下开展其他装修服务、销售小厂产品;另一方面,在收取大额预付款甚至全款后,经销商便以“材料短缺”“产能不足”等理由拖延履约,最终电话失联、门店清空,给消费者带来了重大损失。面对这一问题,品牌方是积极担责还是推诿避责,对家居市场秩序和消费信心将产生重要的影响。业内人士认为,司米此次积极应对,主动为客户兜底的举措,不仅践行了企业责任,也为行业健康发展注入了正能量。

旺苍县立足川陕甘结合部区位优势和丰富的矿产、林业资源,明确将绿色家居产业作为重点发展方向。在巩固提升实木家具、板式家具等传统优势基础上,该县重点向石材面板、铝制装饰型材等高附加值产品延伸,并前瞻性布局智能家居、智能卫浴等配套产业,推动产业链从单一家具制造向“家具+家装”整体解决方案的泛家居领域融合拓展。

据了解,目前,作为核心载体的绿色家居产业园已建成标准厂房12.6万平方米,全部建成投产后,预计可实现年产值5亿元以上,带动就业1.2万余人,一个现代化的家居产业集群正在加速崛起。

该县围绕绘就的产业蓝图,组建专业化招商推进组,主动出击、精准发力。招商团队聚焦浙江、广东等家居产业发达地区,紧盯产业链龙头企业 and 专精特新企业,采取“专题推介+以商招商+实地考察”的多元化模式开展招商,共同助力绿色家居产业集群的壮大。

精准锚定“家具+家装”泛家居融合赛道,靶向招引产业链关键企业,夯实要素平台降本增效……近年来,四川省广元市旺苍县依托自身区位优势,通过规划引领、精准招商、平台赋能“组合拳”,推动绿色家居产业集群化、智能化、绿色化发展,奋力迈向产业新赛道,为县域经济高质量发展注入强劲动能。

旺苍县立足川陕甘结合部区位优势和丰富的矿产、林业资源,明确将绿色家居产业作为重点发展方向。在巩固提升实木家具、板式家具等传统优势基础上,该县重点向石材面板、铝制装饰型材等高附加值产品延伸,并前瞻性布局智能家居、智能卫浴等配套产业,推动产业链从单一家具制造向“家具+家装”整体解决方案的泛家居领域融合拓展。

桂阳家居产业开足马力忙生产 全力冲刺内销外贸“开门红”

在桂阳高新区家居智造产业片区内,一派争分夺秒的奋战景象,自动化生产线高速运转,精细打磨声不绝于耳,一件件融合现代设计与精湛工艺的家具产品快速成型,等待发运。园区企业以“开局即加速”的姿态,紧抓生产、开拓市场,全力冲刺首季“开门红”。

楚荣家具科技有限公司车间内,工人们正熟练操作设备,为一批即将发往英国的茶几进行最后打磨。“开年以来销售额已达600万元,订单排到了4月,实现了‘开门红’。”总经理廖喜仁介绍说。这家2017年落户的企业,产品约三分之一内销,其余主要销往英国、欧洲等市场。企业选用北美红橡木、欧洲白蜡木等优质原料,正朝着2026年产值8000万元的目标稳步迈进。

金港艺家居生产线上同样忙碌。榉木、白蜡木等原料经多道工序,被制成实木床等各类家居产品。“我们主要市场在广东、湖南、湖北等省,今年将专注产品,打造消费者喜爱的知名品牌。”总经理莫

丽娜表示,她对园区“母亲式”服务感触颇深,“从拿地、办证到融资,全程跟进服务,营商环境优良”。这家拥有300多名本地员工的企业,正朝着1.2亿元年度销售目标坚定前行。

在溢莱智能家居有限公司由木车间,数控机床通过自动化激光扫描技术,将木材精准弯曲成设计弧度。“由木家居主要销往西班牙、德国等市场,订单目前已经排至四月,销售额同比增长30%。”公司副总经理唐社云介绍,面对旺盛需求,企业正筹备增设第三条生产线,计划今年产值提升至6000万元,为2027年实现亿元产值奠定基础。

目前,桂阳高新区家居智造产业片区已竣工投产企业42家,其中规模以上企业16家,产业集聚效应凸显。园区通过持续优化“母亲式”服务,强化要素保障,正吸引更多企业落户,支持现有企业扩产,为冲刺“开门红”、实现高质量发展积蓄力量。

(潇湘)

四川旺苍精准筑巢引强链 绿色家居产业跑出“加速度”

精准锚定“家具+家装”泛家居融合赛道,靶向招引产业链关键企业,夯实要素平台降本增效……近年来,四川省广元市旺苍县依托自身区位优势,通过规划引领、精准招商、平台赋能“组合拳”,推动绿色家居产业集群化、智能化、绿色化发展,奋力迈向产业新赛道,为县域经济高质量发展注入强劲动能。

旺苍县立足川陕甘结合部区位优势和丰富的矿产、林业资源,明确将绿色家居产业作为重点发展方向。在巩固提升实木家具、板式家具等传统优势基础上,该县重点向石材面板、铝制装饰型材等高附加值产品延伸,并前瞻性布局智能家居、智能卫浴等配套产业,推动产业链从单一家具制造向“家具+家装”整体解决方案的泛家居领域融合拓展。

据了解,目前,作为核心载体的绿色家居产业园已建成标准厂房12.6万平方米,全部建成投产后,预计可实现年产值5亿元以上,带动就业1.2万余人,一个现代化的家居产业集群正在加速崛起。

该县围绕绘就的产业蓝图,组建专业化招商推进组,主动出击、精准发力。招商团队聚焦浙江、广东等家居产业发达地区,紧盯产业链龙头企业 and 专精特新企业,采取“专题推介+以商招商+实地考察”的多元化模式开展招商,共同助力绿色家居产业集群的壮大。

精准锚定“家具+家装”泛家居融合赛道,靶向招引产业链关键企业,夯实要素平台降本增效……近年来,四川省广元市旺苍县依托自身区位优势,通过规划引领、精准招商、平台赋能“组合拳”,推动绿色家居产业集群化、智能化、绿色化发展,奋力迈向产业新赛道,为县域经济高质量发展注入强劲动能。

旺苍县立足川陕甘结合部区位优势和丰富的矿产、林业资源,明确将绿色家居产业作为重点发展方向。在巩固提升实木家具、板式家具等传统优势基础上,该县重点向石材面板、铝制装饰型材等高附加值产品延伸,并前瞻性布局智能家居、智能卫浴等配套产业,推动产业链从单一家具制造向“家具+家装”整体解决方案的泛家居领域融合拓展。

捷昌电动升降桌控制系统首获印度 BIS 认证 助力办公家具品牌拓展南亚市场

近日,捷昌驱动电动升降桌控制器产品已成功获得印度标准局(Bureau of Indian Standards, BIS)强制性认证,成为行业内率先通过该认证的企业。这一成果通过马来西亚全资子公司J-STAR Motion获得,标志着公司在产品合规性与国际化布局方面取得重要突破,为其进一步开拓南亚市场奠定坚实基础。

IS认证是印度政府对进口电气电子产品实施的强制性市场准入制度,其技术要求源于国际电工委员会(IEC)标准,并针对印度本土电气环境特点,如电压波动范围、高温高湿气候及多尘环境等进行了适应性强化。此次获证

产品历经多项严格测试,涵盖电气安全(IEC60335)、电磁兼容(CISPR 14)及机械耐久性(数万次升降循环)等关键项目,全面确保其在印度复杂使用环境下的长期稳定与安全可靠。

印度作为全球增长最快的经济体之一,近年来智能办公家具需求显著上升。据Mordor Intelligence等机构数据显示,至2030年,印度办公家具市场规模预计突破77亿美元,其中电动升降桌等人工智能产品年复合增长率有望达到15%-20%。市场扩张主要受益于城市化进程、远程办公普及以及企业对员工健康管理的日益重视。在此背景下,BIS认证已成为产品进入印度

市场的关键门槛,其认证过程复杂、周期较长、失败率较高,对企业技术实力与合规能力构成严峻考验。

捷昌驱动凭借多年在电动升降桌领域的技术积累与研发投入,率先完成相关认证,不仅为其自身产品消除了进军印度的合规障碍,也为合作伙伴提供了具备BIS背书的系统解决方案。该认证预计将为企业带来以下竞争优势:全链路合规保障,从核心控制器到整机系统,提供符合印度法规要求的安全性及兼容性保障。成本与效率优化,合作伙伴可直接采用已获认证的系统,避免重复检测,缩短产品上市周期约20%-30%;本地化

市场响应能力,认证助力公司加强与印度本地制造商的合作,推动产品针对性适配,如开发适应电压不稳的低功耗型号、集成智能控制功能等,更好满足区域市场需求。

作为中国《电动升降桌》行业标准的起草单位,捷昌驱动已在全球积累上千项专利,并获得UL、CE、SAA等多项国际认证。公司持续推动技术输出与国际化布局,在欧美、日韩等成熟市场取得领先地位,并为全球多家知名办公家具品牌提供核心驱动解决方案。

此次通过BIS认证,是捷昌驱动深化全球化战略、布局新兴市场的重要一步。公司表示,未来将继续加大在印度及南亚市场的资源投入,强化本地合作与服务网络,并积极推动行业经验共享,赋能全球办公家具企业拓展印度市场,共同助力印度办公家具智能化升级和办公环境改善。(中协)

身陷困境

深圳家居头部净利暴跌400%

近日,中源家居股份有限公司发布《2025年年度业绩预告》,预计公司全年归属于上市公司股东的净利润为-2450万元到-3600万元

这标志着这家以“外贸沙发王”著称的家居企业连续第二年陷入亏损。2024年,该公司归母净利润已经亏损4173.90万元。

尽管2025年亏损幅度有所收窄,但这并未改变公司整体业绩疲软的状态。

根据中财网整理的财报数据,中源家居在2021年-2022年已累计亏损约5700万元,仅在2023年凭借跨境电商风口短暂扭亏为盈。

中源家居成立于2001年,2018年在上海证券交易所主板成功上市,总部位于浙江省安吉县。

这家公司长期以来专注于功能性沙发的设计、制造与销售,是一家典型的出海企业。旗下拥有6大生产基地,主营现代沙发、软床、单椅沙发、板式家具等产品的进出口业务。

近年来,中源家居积极布局跨境电商业务,这一转型战略在2024年-2025年上半年初见成效,跨境电商销售占比已达55%,成为公司核心业务。

中源家居在2023年年报中曾明确提出“三走一坚定”的转型发展方向,跨境电商业务增量明显,同比增

长114.44%。

中源家居2025年上半年营业收入7.24亿元,同比微增1.51%,但归母净利润为-954.18万元,较去年同期盈利307.47万元由盈转亏,下滑超400%。

公司解释亏损主要因跨境电商投入大、传统外贸受关税政策影响,导致成本上升、毛利下降。其业务高度依赖海外市场,外销收入占比达99.26%,其中超80%来自美国。对美国市场的过度依赖使公司业绩易受关税政策及海运价格波动影响。2025年关税频繁调整大幅推升出口成本,公司面临利润压缩或丢失订单的两难局面。

为规避贸易壁垒,中源家居曾于2021年投资2000万美元建设墨西哥生产基地,但于2024年12月终止该项目,实际投资2217.38万元。公司解释称,该基地“在当前贸易环境下已不再具备经济性”。

公司已将产能转向越南,以租赁形式建设的越南工厂2025年上半年盈利160.39万元。同时,公司积极开拓欧洲等非美市场,2025年上半年欧洲跨境电商业务同比增长61.81%。

此外,公司正在建设全链路数字化平台,旨在实现成本透明与风险预警,以提升运营效率。

(陆文)

中鑫家居赴港IPO:

八成收入来自美国,毛利率连续下滑、姚中兴家族控股94%

核心原因是2024年中美贸易升级背景下,美国对华相关产品征收高额关税,导致公司最大海外市场——美国的订单量大幅减少,直接拖累整体经营业绩。

值得关注的是,2024年美国正式宣布对华征收高达125%的“对等关税”,这一政策对国内众多依赖美国市场的家居出口企业造成了显著冲击,中鑫家居的业绩波动正是这一行业大环境的直接缩影。

不过,随着越南生产线的逐步投产并释放产能,截至2025年9月30日,公司凭借越南生产基地向北美市场交付的订单金额达1.19亿元,同比增长1.19亿元,经营业绩逐步回暖,营收及净利润均实现环比改善,呈现出良好的复苏势头。

中鑫家居面临的另一大突出财务压力是毛利率持续下滑,也是制约公司盈利能力提升的关键因素。2023年、2024年及2025年前三季度,公司毛利率分别为3.69%、2.16%及2.04%,对应的毛利率分别为26%、22.3%及21.3%,短短三年间累计下滑4.7个百分点,毛利率下行趋势明显。

中鑫家居在招股书中表示,毛利率持续走低主要受到三方面因素的叠加影响:一是PVC等核心原材料价格波动上行,直接推高了产品生产成本;二是公司产品结构根据市场需求进行调整,部分低毛利率产品销量占比提升;三是全球PVC地板市场竞争日趋激烈,行业同质化竞争加剧,导致产品均价有所下降,进一步压缩了公司的利润空间。

从行业趋势来看,2025年下半年PVC原材料价格呈现波动上行态势,这也意味着公司后续的成本控制压力仍将持续。

在现金流方面,中鑫家居的表现同样存在不稳定性。

2024年,受营收下滑、应收账款回收及存货占用等因素影响,中鑫家居经营活动现金流净额为-4152万元,出现阶段性负值;2025年前九个月,公司经营活动现金流净额恢复至1.19亿元,看似实现了明显改善,但深入分析可见,这一复苏主要依赖于存货减少1.1亿元及受限现金减少4940万元的阶段性因素推动,并非完全来自核心经营业务的现金流贡献,其现金流的可持续性仍有待观察。

在海外市场中,美国市场是公司的核心营收来源,同时北美地区整体贡献了绝大部分收入,单一区域市场依赖风险显著。

具体来看,报告期内,公司来自美国市场的收入分别占公司总收入的79.6%、68.5%及81.2%,尽管2024年受关税政策影响占比有所下滑,但2025年前九个月又回升至80%以上。

从细分区域来看,公司收入主要来源于北美、欧洲、中国及其他地区,其中北美地区的收入占比分别为87.3%、84%及89.8%,始终保持在80%以上,这意味着公司业绩极易受到北美地区贸易政策、市场需求波动等因素的影响,一旦该区域出现贸易摩擦升级、需求下滑等情况,将直接对公司经营产生重大冲击。

此外,中鑫家居存在客户结构高度集中的问题。

2023年及2024年以及截至2025年9月30日九个月,来自五大客户的收入分别占总收入的80.5%、73.1%及71.7%,而来自最大客户的收入分别占总收入的63.3%、45.3%及53.9%。

招股书显示,中鑫家居持续进行关联交易,主要向关联供应商常州市武进区横山东洲塑料配件厂采购纸箱作为包装材料,该供应商由执行董事黄丽英的兄弟黄志刚控制。

2023年、2024年及2025年前三季度交易金额分别为2804万元、1180万元及932万元,占同期采购总额比例分别为2.3%、1.4%及1.4%。

中鑫家居称,公司已与该供应商签订框架协议,2026年交易上限设定为1426万元,定价参考独立第三方市场价格。

从股权结构来看,中鑫家居的公司股权高度集中于姚氏家族。

控股股东包括姚中兴(董事长)、黄丽英(执行董事)、姚勇(总经理)及常州中鑫。其中常州中鑫由姚勇持股73.2%、姚中兴持股11.6%、黄丽英持股15.2%,常州中鑫合计控制公司89.3%股权,姚勇另直接持有5.2%股权,家族合计控制94.5%投票权。(刘锦桃)