

政策十标准落地
二〇二六年家装进入「明规则」时代

随着住房品质要求不断提升,2026年家装行业迎来多项关键标准更新。从材料选择到施工流程,从智能配置到环保材料,多项新规已落地或进入实施关键期。无论是新房装修还是旧房改造,开工前务必了解以下四项关键变化,避免返工、超标,甚至错失补贴机会。

材料透明化:我国首个《好材料选材通则》正式施行 2026年1月1日起,由中国建筑材料联合会发布的团体标准 T/CBMF 359—2025《好材料选材通则》正式实施。这是我国首个系统评价建材“好不好、安不安全、环不环保”的选材规范,从健康、安全、绿色、优质四大维度建立技术指引,并探索建立分级评价机制。

在健康方面,鼓励企业提供甲醛、TVOC等有害物质检测报告,支持具备抗菌、除醛功能;安全方面,推荐选用符合国家相关标准的产品(如电线满足GB/T 19666阻燃要求、玻璃通过抗冲击测试);绿色方面,优先选用竹纤维、秸秆板等可再生原料,并推动碳足迹信息披露;优质方面,强调性能稳定与质量可追溯,支持“一物一码”查询。消费者在选购瓷砖、板材、涂料等主材时,可主动询问产品是否参照《通则》进行评价,避免被“零甲醛”“生态级”等模糊宣传误导。

智能预埋成趋势:全屋智能需在水电阶段提前规划。住房和城乡建设部2025年10月印发的《关于提升住宅品质的意见》(建房〔2025〕89号)明确提出,鼓励新建住宅在设计阶段同步考虑智慧家居基础设施,推动智能化系统与建筑主体一体化建设。目前,南京、杭州、成都等城市已在保障性租赁住房中试点“基础智能包”,包含智能门锁、照明控制、能耗监测等模块;部分地方的高品质住宅《建设导则》也建议,在水电改造阶段为智能灯光、电动窗帘、环境监测器等设备预留电源、弱电接口及网络节点。

业内人士提醒,若计划部署全屋智能系统,应在装修初期完成整体方案设计。“很多业主装修完工才加装智能设备,不得不开槽走线,破坏墙面。”一位智能家居工程师表示,“2026年,‘先设计、再布线、后安装’已成为主流做法。”此外,为提升设备兼容性,建议优先选择支持开放协议的产品,便于后期扩展与维护。

“1级能效”家电换新,最高补1500元。根据国家发展改革委、财政部《关于2026年实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》(发改环资〔2025〕1745号)、商务部等7部门《关于提质增效实施2026年消费品以旧换新政策的通知》(商消函〔2025〕697号)、商务部等5部门办公厅《关于做好2026年家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴工作的通知》(商办流通函〔2025〕469号)支持家电以旧换新。

个人消费者购买冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器等6类家电中1级能效或水效标准的产品,按产品销售价格的15%给予补贴,每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过1500元。

环保标准持续提升,ENF级成家装新宠。目前,人造板甲醛释放的强制国标仍是GB 18580—2017《室内装饰装修材料 人造板及其制品中甲醛释放限量》,E1级(≤0.124mg/m³)为室内使用合规底线。

推荐性国标GB/T 39600—2021《人造板及其制品甲醛释放量分级》则将环保等级细分为E1、E0(≤0.050mg/m³)和ENF(≤0.025mg/m³)。虽E1仍合法,但越来越多家庭和品牌在儿童房、老人房等空间主动选用E0或ENF级板材。业内人士建议:选购时认准“1m³气候箱法”检测报告,合同中写明环保等级,并优先选择PUR或激光封边工艺,以减少甲醛释放。

(红网)

京东“送装一体”破解春节安装难题
智能适老卫浴从家装大件成热门年货

“女婿送的这份礼物特别实在,我心里可高兴了!”广州女婿为岳父送上智能马桶和安全扶手的贴心年货,受到了岳父的高度赞赏,也在社交平台引发热议,成为今年春节“实用型孝心礼”的生动写照。京东数据更直观印证这一消费趋势:今年年货节期间,智能卫浴和适老卫浴产品成交额同比增长50%,其中55%为异地订单。不难发现,越来越多年轻人选年货时,不再执着于“体面包装”,而是把“父母实际需要”放在首位,实用、适老的产品正成为孝心表达的新主流。

这位细心的女婿发现岳父马桶老旧,冬天座圈冰凉,老人起身不稳且夜晚上厕所需摸黑开灯,便挑选了九牧集团小牧卫浴智能马桶X6 Pro,并额外加装专用安全扶手。这款产品的适老设计精准戳中长辈需求:U型宽座圈贴合人体工学,久坐更舒适;高清数显界面搭配简洁操作逻辑,水温、模式调节一目了然,长辈轻松上手;旋冲泡沫盾技术有效减少水渍与异味,清洁更省心;离座自动冲水功能免去老人弯腰按压的麻烦,夜间柔光灯自动亮起,彻底告别摸黑困扰。而加装的专用扶手稳固防滑,为起身不稳的岳父提供可靠支撑,多一份安全保障。“起身的时候不用弯腰、不用使劲,拉着扶手就能起来了,还能自动冲洗,比之前方便多了。”岳父谈起这份礼物,语气里满是欣慰。

这样的“长辈生活升级”需求,在年底尤为集中。不少年轻人想趁着春节团圆,给父母家里换新适老设施,改善起居安全与舒适度。但异地下单、拆旧装新的难题却让很多人有心无力。过去,智能马桶等产品预约安装周期长、时间难协调,拆旧流程繁琐,加之春节前安装师傅陆续返乡,档期紧张,不少子女的孝心只能“搁浅”。有消费者坦言:“去年就想给父母换智能马桶,可一想到要反复协调时间、排队等待,万一拖到年后,心意就打了折扣,最后只好放弃。”

京东“送装一体”服务的出现,彻底解决了这一困境。用户在京东下单后,专业师傅一次上门,同步完成送货、安装、调试、使用指导全流程,不用来回沟通、多次等候,让异地尽孝不再受安装阻碍。“京东这边还是一条龙服务,拆旧马桶、装新马桶全包了,服务特别到位。”岳父对此赞不绝口。这项服务彻底化解了异地子女子女的顾虑,让智能卫浴这类“重安装”产品,得以顺利成为即送即用的暖心年货。

不止于智能马桶,京东依托自身强大的供应链优势和专业的送装服务团队,可为全国消费者提供“送、装、拆、收”一体化服务并额外提供旧机补贴。在京东购买家电家居产品,专业安装师傅一次上门,送到就能装,安装时间可灵活预约,服务覆盖城市及广大农村地区,真正做到“农村也能送到家,快送快装好轻松”。此外,旧产品享有“三免四不限”保障(即旧机免费上门、免费拆卸、免费搬运;不限旧机购买渠道、不限品牌、不限年限和不限品相),真正为消费者打造省心、快捷的一站式焕新体验。

除了小牧卫浴智能马桶X6 Pro,京东建材年货节还为消费者准备了丰富多元的适老孝心礼,覆盖长辈生活多个需求场景。智能马桶方面,恒洁智能马桶H5 Ultra搭载创新“绅士冲”技术,能智能识别男士站立如厕,转身即冲,八重净护升级,守护全家健康;瑞尔特全家福智能马桶,带多功能助力臂,相当于给马桶装了两个扶手,设计稳固防滑,有效助力长辈起身;还有小牧卫浴智能马桶盖,则能实现温水清洗、座圈加热等核心功能,让普通马桶秒变智能适老款。此外,可灵活加装在卫生间、卧室的适老扶手,以及采用柔和光源、避免强光刺激的护眼灯,全方位呵护长辈日常生活,都是传递孝心的优质选择。

年货节期间,京东不仅提供“春节不打烊”的免费送装服务,更推出建材卫浴产品多重补贴不止5折的超值优惠。1月25日至2月23日期间,在京东购买指定卫浴、建材、灯饰自营商

品,满1500元随单赠送安全扶手一支。即日起,打开京东APP搜索“马年换马桶”即可一键直达会场,把孝心带回家。

如今,一份好的年货,未必昂贵,却一定贴心。它可能就藏在一个更温暖的座圈、一道更安全的光线、一次更省力的起身之中。这个春节,借助京东“送装一体”的便捷服务与丰富的适老产品选择,让跨越山水的孝心顺利落地,帮助父母拥抱一个更安全、更舒适的居家环境,或许正是这个团圆佳节最实在、最温暖的礼物。(东文)



厨电成破局关键 格力用黑科技重新定义厨房



传统抽油烟机全力运转却挡不住高温炙烤,想装空调却受限于狭小空间,这一困扰中国家庭数十年的难题,在2026年迎来颠覆性解决方案。近日,中原腹地郑州,这里刚下过一场冰雨,湿冷的寒气钻进街巷的每一处缝隙,但格力厨房电器举办的四省经销商盛商会会场,却没有半分寒意。来自河南、河北、山西、天津的经销商们围拢在新品展区前,目光都聚焦在一台造型特别的油烟机上。

这台型号为KX-26/FNC6Y01的冷烟机,既是一台制冷的空调,又是一台抽油烟,它彻底解决了夏天做饭汗流浹背的痛点。冷烟机,正是格力为中国厨房奉上的一份特别“解题思路”。

当中国家电市场进入“存量博弈”的下半场,厨房这个承载着家庭烟火气的高频场景,成为企业争夺用户心智的新战场。如今的格力,早已突破空调的局限,正带着三十多年积累的技术基因,闯进厨房这个烟火气最浓的消费场景,试图破解那些困扰中国家庭多年的烹饪难题。

三十多年来,格力始终坚守“不跟风”的特质。在空调行业站稳脚跟后,它开创性提出“两个格力”的布局:面向家庭的“小格力”做家电与智能家居,面向工业的“大格力”则主攻芯片、机器人等领域。

而在郑州举办的这场发布会,把厨电从“边缘业务”拉到了“小格力”的战略核心,它试图通过一套围绕“用户痛点”的组合拳,以技术复用、场景深耕与渠道下沉的完整逻辑,悄悄改变厨房电器的竞争规则。

战略破局:从单品突围到场景深耕的顶层设计

格力的厨电战略,精准踩中了自身优势与市场需求的交汇点。按照格力电器CMO朱磊提出的“两个格力”框架,“小格力”的核心任务就是打通家庭场景的生态闭环。厨房,作为中国消费者每天都要接触的高频场景,既是技术落地的绝佳载体,也是撬动全屋智能的关键支点。比起早已成熟、竞争白热化的空调、冰箱市场,厨房场景里藏着太多未被彻底解决的痛点,这恰好给了手握制冷、变频技术的格力发挥空间。

格力的厨电打法,和行业内常见的套路截然不同,主要有三条:

第一条是“技术跨界”,不做同质化内卷,而是把自己几十年的核心技术搬到厨房里。制冷烟机的诞生,便是这一逻辑的极致体现。

传统中式厨房的夏天,始终绕不开“高温+油烟”的双重煎熬。数据显示,夏季厨房温度普遍比室外高5-8℃,爆炒时灶台局部温度可达60℃以上,而传统油烟机排出油烟的同时,还会裹挟走室内冷气,若额外安装空调,又会因气流干扰导致排烟效果下降,形成“安装难、效果差、占地多”的死循环。

格力的解法,是对“制冷”与“排烟”系统的重构。制冷烟机并非简单的“油烟机+小空调”拼接,而是将空调的制冷模块与油烟机的排烟系统进行深度融合:通过专利双腔隔离技术,在烟机内部划分独立的“空调腔”与“烟机腔”,利用气流动态平衡系统调控冷热气流分层运行,既避免了冷风干扰油烟吸附,又无需额外安装室外机。数据显示,这款设备在35℃高温环境下,可将厨房温度降至28℃以下,油烟吸净率超98%,完美解决了“做饭一身汗”的痛点。

这种技术复用的思路,在格力厨电产品线中随处可见。净水机的“流体控制”技术源自空调的水循环系统,燃气灶的精准火力控制依赖于空调变频技术的迁移,甚至智能传感器的应用,也得益于格力在智能家居领域的积累。正如格力研发工程师所说:“我们不是从零开始做厨电,而是把三十年在空调领域验证过的技术,放到新场景里解决新问题。”

第二条是“场景先行”,不追求单一产品销量,而是用一个品类打开缺口,再构建完整生态。

2025年9月,黄河壶口瀑布旁的一场直播,让格力净水机彻底“破圈”。镜头前,格力CMO朱磊从奔腾的浊流中舀起黄河水,倒入格力“6个9”净水机,几分钟后,清澈的直饮水被他当众饮下。这场被网友称为“极限挑战”的活动,背后是格力对“场景化认知”的精准把握。

在净水机市场,消费者的核心痛点是“信任”。市面上“六层过滤”“七级净化”的宣传层

出不穷,但普通用户难以判断实际效果。格力选择用“家乡水 放心喝”这一活动,通过家乡水和消费者产生情感联结,同时通过现场净水实验的方式来进行技术科普和效果的呈现,自然能让用户信服其在日常场景中的表现。

这不仅让格力净水机的“6个9除菌率”(99.9999%)成为行业标杆,更重要的是,它为格力打开了厨房场景的“第一扇门”。当用户在饮水安全上认可格力后,后续的烟机、燃气灶等品类推广,便有了信任基础。这种“以一个品类破局,再构建完整生态”的策略,能快速帮助格力系列家电打开新局面。

此后,格力又将场景营销延伸至线下。在“董明珠健康家”门店里,消费者可以亲手体验制冷烟机的降温效果:打开灶具,烟机自动启动,同时吹出冷风,烹饪区温度瞬间下降;净水机展区则设置了“原水与净化水对比”装置,直观展示过滤效果。这种“沉浸式体验”彻底打破了传统家电卖场“摆样品、报价格”的模式,让消费者能切身感受到产品的完美体验。

第三条是“城乡联动”的渠道策略,既抓城市消费升级,也抢乡镇增量市场。

在西安“董明珠健康家”门店试营业期间,到店消费者中,有相当多的消费者是专门为厨电而来,这印证了格力渠道转型的成功,它打破“格力只做空调”的刻板印象,关键在于渠道的“场景化改造”。

2026年,格力提出将所有厨电专卖店升级为“格力健康厨房体验馆”,核心是“还原真实厨房场景”。在体验馆内,不仅有烟机、灶具、净水机的组合展示,还搭配了冰箱、蒸烤一体机等产品,形成“采购—存储—烹饪—清洁”的全链路场景。这种布局的优势在于,消费者能直观感受到“整套厨电协同工作”的效果,比如制冷烟机与燃气灶的联动、净水机与蒸烤机的水质适配,从而提升客单价。

与此同时,格力并未忽视下沉市场的潜力。其提出的“广阔乡镇,大有作为”双百倍增战略,直指乡镇市场的增量空间。在县域及乡镇市场,格力通过与当地经销商合作,建立“乡镇体验店+村级服务点”的网络,一方面用高性价比的厨电产品满足乡镇用户对“健康厨房”的需求,另一方面依托3万多个全国服务网点,解决下沉市场“安装难、售后慢”的痛点。

产品革新:黑科技赋能下的厨房体验重构

再好的战略,最终都要靠产品落地。格力在郑州发布会上推出的厨电新品,每一款产品都对准了厨房的“槽心事”。其中最受关注的就是制冷烟机KX-26/FNC6Y01,被经销商们戏称为“夏日厨房救星”,它解决了夏天做饭的两个最大痛点:做饭时的高温 and 油烟。

对很多家庭来说,夏季做饭就是一场“煎熬”。开火后厨房温度飙升到三十七八度,油烟

机吹出来的风都是热的,做完一顿饭浑身是汗。

格力这款制冷烟机的解法,是把制冷模块直接集成在烟机里,不用额外装室外机,也不占厨房空间,老房改造、新房装修都能用。它的逻辑很简单:在吸走油烟的同时,向烹饪区吹送冷风,实现“排烟、降温一步到位”。这种设计精准避开了传统厨房空调的弊端,不会因为空调气流干扰油烟吸附,也不用为了装空调牺牲橱柜空间,真正贴合了中式厨房的紧凑布局。

除了制冷,它的净烟能力也对准了高层住户的痛点。现在很多高层住宅的公共烟道容易拥堵,做饭时油烟倒灌,吸不干净是常事。

这款烟机搭载了“捕吸速排”系统,风量达到31m³/min,风压1450Pa,爆炒时产生的大量油烟会被瞬间吸走,高压还能冲破烟道阻力,避免油烟倒灌。再加上顶侧双吸的结构,不管是煎炒时往上飘的油烟,还是炖煮时四散的热气,都能被精准捕捉。

更实用的是智能功能:内置传感器能自动感应油烟浓度调节风量,不用手动切换;支持APP远程控制和烟灶联动,老人、小孩做饭时,就算忘记开油烟机,点火后烟机也会自动启动,有效地降低了安全隐患。

如果说制冷烟机解决了“做饭不舒服”的问题,那可全拆易洁燃气灶就对准了“做饭后难收拾”的痛点。

这款燃气灶的设计处处透着“懂家务”的细节:可全拆结构意味着炉头、火盖能轻松拆下来清洗,不用再对着缝隙里的油污抠抠搜搜;防堵火孔能避免汤汁溢出后堵塞,减少清理频率;在性能上,5.2kW火力搭配72%热效率,既能满足中式爆炒的需求,又能节省燃气。值得一提的是,它的安全设计,童锁旋钮能防止孩子误触,意外熄火保护功能则会在熄火后立即切断燃气,这些都是基于家庭实际使用场景的必要配置。

作为厨电战略的“敲门砖”,格力净水机的表现格外亮眼。格力净水机的核心竞争力,在于“适配中国水质”。针对北方硬水、南方微生物超标、黄河流域高泥沙等不同水质场景,格力推出了不同系列的净水机,其中“6个9”系列最具代表性。

这款净水机的“四级过滤系统”层层递进:PP棉滤芯拦截大颗粒杂质,前置活性炭去除异味、自主研发的普尔RO膜(孔径0.0001微米)滤除细菌、病毒、重金属,后置活性炭则优化口感。经权威机构检测,该系列可去除88种水中有害物质,细菌除菌率达99.9999%,且RO膜寿命长达7年,比行业平均水平(2-3年)延长2倍以上,滤芯成本降低60%。

更贴心的是,格力净水机配备了“智能显示水龙头”,用户轻触即可查看进水与出水的TDS值(水质纯度指标),健康状态一目了然。通过“格力+”APP,还能实时查看用水量、滤芯寿命,甚至设置“零废水模式”。长时间不使用时,设备自

动循环过滤,确保首杯直饮无顾虑。

在公益层面,格力将净水机与社会责任绑定。其启动的“格力净水,暖心行动”,在全国“董明珠健康家”门店免费为外卖小哥、环卫工人提供净化水,既传递了品牌温度,也让更多人体验到净水机的效果。在青海循化撒拉族自治县的一所小学,格力捐赠的净水设备解决了师生“喝热水难”的问题,孩子们第一次用上了55℃的温开水,这一善举也让格力净水机在当地收获了良好口碑。

不难发现,这些新品有着一个共同点:聚焦解决实际问题。制冷烟机不是“油烟机+小空调”,而是针对厨房空间、气流特点做的系统优化;燃气灶不是“火力越大越好”,而是在性能与清洁、安全之间找平衡;净水机不是“过滤精度越高越好”,而是适配家庭真实水质需求。这种“问题导向”的创新,正是格力厨电的核心竞争力所在。

技术根基:从制造能力到产业生态的底层支撑

格力厨电产品的颠覆性创新,是建立在其数十年积累的技术体系与制造能力之上的。在“大格力”的战略框架下,面向工业领域的芯片、智能制造等布局,正为家庭消费市场的产品创新提供强大支撑,形成“工业技术民用化”的良性循环。

自2015年布局芯片研发以来,格力就逐步搭建起从设计到制造的全产业链能力,2022年成立电子元器件公司,专门负责碳化硅芯片业务。目前已实现家电用碳化硅芯片量产,合作客户覆盖20多家芯片设计公司,业务涵盖新能源汽车、光伏储能等多个领域。

格力的自研芯片自然也被用到了厨电产品上:制冷烟机的智能风量调节、燃气灶的精准火力控制,净水机的自动调整过滤精度,都离不开芯片的赋能。相较于依赖外部供应链,自研芯片能让格力更灵活地适配厨电的功能需求,也能避免被“卡脖子”,这在芯片短缺的大环境下,是非常重要的竞争优势。

产品品质的保障,则来自于格力的智能制造能力。

格力目前拥有多家智能工厂,实现了从零部件生产到成品检测的全链路自动化。这种高标准制造能力被复制到厨电生产中,制冷烟机的制冷模块与排烟系统集成精度、燃气灶的密封结构与防爆玻璃面板,都经过了严格的自动化检测。就像格力在空调上坚持的“真铜实料”一样,厨电产品也延续了这种对品质的把控,严格把关生产环节的每一道工序,确保产品耐用、可靠,这也是家庭用户最看重的特质。

技术与制造的双重支撑,使格力厨电形成了“研发—生产—市场”的闭环能力。这种能力不仅体现在单一产品的创新上,更延伸至场景生态的构建。按照规划,格力将在2026年AWE展上推出升级版智能家居解决方案,重点突破本地端存储与AI动态节能芯片技术,通过空调外机统一管理家电能耗,实现厨电与全屋家电的智能联动。(消文)