

## 新春走基层

## 春节 家居年货市场红红火火

□ 本报记者 陆俊 文摄

春节前夕,商务部等9部门印发《2026“乐购新春”春节特别活动方案》,激发了包括家居在内的节日市场活力。记者走访北京多个家居建材市场发现,家居、家纺成为重要的年货品类,并在春节期间迎来了红红火火的消费热潮。很多家居卖场和商家也在春节期间推出“家居年货节”、“家具“送装一体”安心方案”、“丰韵年味节”安居净享季主题等节日活动。

从政策引导到商家活动,再到物流保障,多方协同发力,共同打造了一场家居春节消费盛宴。

## 政策引领,激活家居消费活力

春节前夕,商务部等9部门印发《2026“乐购新春”春节特别活动方案》,活动精准覆盖春节假期,旨在全方位繁荣节日市场,丰富群众文化生活,激发假期消费活力。方案涵盖“好吃”“好住”“好行”“好游”“好购”“好玩”六方面内容,其中针对家居领域重点提出联动家居卖场、家电品牌、家装企业,推出“新春焕新家”惠民促销活动。这一举措让原本就充满期待的春节家居市场更加活跃。

此外,随着年前《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》《关于加强商务和金融协同更大力度提振消费的通知》等一系列政策的密集出台,叠加春节消费旺季效应,家居市场焕发出强劲的消费活力,为消费者提供了更多实惠和便利,也让商家对春节家居市场充满信心。

业内人士认为,春节作为家居、家纺消费旺季,叠加密集出台的促销政策和补贴扶持,家居消费市场将迎来



明显提升。商家直接受益于需求提振,销售业绩有望实现阶段性提升,进一步打开2026年增长空间。春节期间家居市场的红火景象,体现了家居行业在政策支持和市场推动下的强大韧性和发展潜力。

## 商家助力,满足春节多元消费需求

在政策的引导下,众多家居商家积极响应,纷纷推出丰富多彩的活动和服务,以满足春节期间多样化的消费需求。德邦快递敏锐地捕捉到春节家居市场的物流需求,以“大件发德邦 春节也送货”的服务承诺,定制“送装一体”安心方案,为春节期间家居家电行业的焕新热潮提供保障。

据悉,德邦快递凭借在大件快运领域近30年的积累,为众多知名家具企业提供优质服务。针对家具行业核心需求,德邦快递推出仓配一体、异地调货、仓间调拨、齐套派送、送装一体、送装分离、简易安装、送新取旧等8项定制化服务,精准匹配多元场景。从家具的定制化送到家到家的全链路防护,德邦快速以场景化解决方案应对春节物流年考,用专业实力践行承诺,让每一件焕新好物准时抵达,陪伴千家万户喜迎新春。

很多家居商家表示:“由于家具类商品普遍体积大、重量沉,搬运操作难,安装过程繁琐,顾客体验保障对我们商家而言是很大的挑战。自从和德邦合作之后,客户满意度和店铺的评分都有不错的提升。德邦不仅送货上楼,还提供多种模式的安装服务,便于消费者按照自己的时间空档来选择,消费者满意自然会有回头客。”

家居卖场也积极联动,推出一系列家居焕新促销活动。北京丰台区联合区内多家重点家居、家政企业,推出“丰韵年味节”安居净享季主题板块活动,从家居焕新到保洁服务,全方位助力市民轻松筹备春节家事。春节前夕举办的京西家博会,集结50余家知名品牌,推出500余款优选家居产品,并设置“商企双补”机制,实现价格直降。主办方表示:“我们希望通过实实在在的优惠,帮助市民轻松焕新家居,过一个温馨年。”

红星美凯龙北京西四环店开展了“进社区送春联”服务,将新春的祝福送到市民家门口,陪伴市民迎接新春佳节。居然之家玉泉营店内,“福马贺岁”“好柿发生”“马上暴富”等寓意吉祥的新春装饰随处可见,欢快的音乐萦绕耳畔,营造出浓厚的节日氛围。市民可参与“折上折”惊喜活动,满足春节前购置家具、家电的集中需求。京东MALL北京南三环店则围绕“年货节”持续加码,推出“3C+家电家居全品类”一站式焕新优惠。店内还设有电竞、家庭游戏、咖啡、美妆、按摩、烘焙六大主题体验区,营业时间内免费开放,让市民春节期间逛街购物之余沉浸式体验多元乐趣。

## 市场升温,预示全年发展好前景

政策的支持和商家的优惠活动,有效激发了春节期间家居市场的消费活力。据京东数据显示,今年年货节期间,家居智能卫浴和家居适老产品成交额同比增长50%。

业内专家表示,春节市场的红火为家居行业带来了明显的业绩增长,增强了商家对未来市场发展的信心。2026年随着政策的持续落地和消费市场的不断升级,家居行业有望继续保持良好发展态势。一方面,政策将继续引导和支持家居行业的创新发展,推动绿色、智能、高品质家居产品的普及,满足消费者日益多样化的需求。另一方面,消费者对家居品质和个性化的追求将不断提高,促使商家不断提升产品和服务质量,加强品牌建设,推动行业向高质量发展阶段迈进。

春节家居市场的红红火火,为2026年家居行业的发展开了一个好头,行业将迎来更好的发展局面。

## 北京家具行业协会九届五次会员代表大会召开

□ 双木

2026年1月23日,北京家具行业协会九届五次会员代表大会在北京召开,本次会议线上同步。

强力集团董事长张福才、黎明国际董事长黎胜国、欧嘉璐尼董事长肖水生、国林系统家具董事长蒋光耀、励致家私北京分公司总经理蒋文玲、伟森盛业总经理梁树强、键兴泰总经理梁跃林、富都华创总经理曹凤宇、今朝装饰总经理戴仙艳、瑞瑞家具总经理戴瑞、海太政林北京分公司总经理袁飞、天坛家具代表、天坛玛金沙代表、京泰控股

代表、安馨在家代表以及线上参会的协会执行会长、副会长、理事、会员代表们出席了本次大会。大会由北京家具行业协会副会长兼秘书长任淑琴主持。

北京家具行业协会会长何法润作《2025年度北京家具行业协会工作报告》。报告概况了2025年北京家具行业发展特点,对生态创新、AI赋能、品牌升级、绿色制造等方面做出成绩的企业提出表扬。同时,从促进品牌交流推广、搭建企业沟通平台、践行绿色发展理念、党建引领组织建设等方面介绍了协会2025年以来所作的工作。

何法润指出,2026年是实施“十

五五”规划的开局之年,也是家具行业承前启后、迈向高质量发展的关键之年,规划及相关配套政策已为家具行业指明了绿色化、智能化、品牌化三大转型方向。北京家具行业协会将紧跟政策指导,秉持服务宗旨,以科技创新与绿色低碳为双轮驱动,为行业发展贡献力量。报告结束,全体代表鼓掌通过。

协会财务李迎华作《2025年度北京家具行业协会财务报告》,报告详细梳理了协会的收入、支出及项目运行状况,供大会审议,全体代表一致鼓掌通过。

大会审议理事会相关负责人及理事单位变动事项说明。据任淑琴介绍,部分会员企业基于自身战略调整,逐步减少在家具领域的投入,或转向其他业务板块,导致其不再适宜继续担任协会理事职务,同时,亦有多家企业申请入会。现场提交了拟调整的理事单位名单供大会审议,全体代表一致鼓掌通过。

大会为“2025北京市居家适老化改造设计大赛”获奖企业颁奖。2025年,在北京市委和改革委员会、北京市民政局、北京市住房和城乡建设委员会、北京经济技术开发区管理委员会等单位指导下,由中国老龄产

业协会主办,北京建材行业联合会、北京家具行业协会、北京室内装饰协会联合承办,人民健康提供支持的“2025北京市居家适老化改造设计大赛”正式落下帷幕。

经过4个多月的参评评审,28件作品分获“空间设计实践案例方案组”“空间设计概念方案组”“基于智能装备的模块设计方案组”等3个赛道优异成绩。协会会员企业在不同赛道获得了不错的成绩。

展望未来,北京家具行业协会将继续与各位执行会长、副会长、理事、会员代表及秘书处同仁同心协力,充分发挥平台纽带作用,持续创造行业价值,与全体会员携手开创家具行业更加高质量、可持续的美好明天。

## 江西南康:

## 新春临近 家居市场掀起换新热潮

随着新春佳节脚步临近,群众“焕新家居迎新春”的需求集中释放,叠加品牌年底让利,政策红利加持,江西省赣州市南康区家居市场迎来一波消费高峰,处处洋溢着火热的消费氛围。

据悉,南康区多家家居商场已换上喜庆的新春装饰,年味十足。商场内暖冬消费季促销氛围热烈,悬挂的宣传海报、醒目的优惠标识随处可见。各大品牌展商将主推产品陈列在展厅核心位置,吸引不少消费者驻足咨询、现场下单,采购热情高涨。“我家刚装修好,现在商场有折扣,政府也发了优惠券,所以现在来买家具非常实惠。”南康区市民谢春香说道。消费热潮下,商家订单量大幅攀升。南康区某家具品牌总经理赵春红表示:“这几天的订单量明显增加了很多,水性漆家具很

吸引客户。我们最近半个月格外忙碌,搬新家、结婚入住新房的客户特别多,工厂每天都在加班加班加点赶货。”为抢抓年底消费节点,当地启动暖冬消费季活动,向消费者发放家居消费券,最高可享满2500元立减500元优惠。政府消费券与各大家居品牌主题促销活动叠加,进一步点燃了消费者的购买热情。南康区某家具商场副总经理钟兰柏介绍:“我们喜迎2026中国年,为消费者准备了大量新品和爆品,还提供一件代发、上门服务的优质物流,给到特别优惠的价格和服务。此次消费季,区委、区政府及区商务局为我们提供了满500减100的消费券活动,给消费者带来百分之二十的优惠。受此带动,整体消费提升明显,近一两个月销售额增长了50%以上。”(央视网)

## 东拉西扯

□ 双木

2026年开年的家居行业,正行走在政策红利与行业阵痛的交汇点。一边是中央一号文件力挺智能家电、绿色建材下乡,九部门加码春节以旧换新补贴,适老家具国标落地,佛山家具集体商标启动等利好不断释放;另一边则是中消协公布的2025年3.8万件家具类投诉,预付式消费纠纷仍未根治,线下渠道闭店潮持续创新。行业在冷暖交织中迎来深度调整。政策东风之下,家居行业的破局关键,早已不在于单一的市场扩张,而在于以规范筑基、以创新谋转型,在重构消费信任中找到高质量发展的新路径。

家居行业的暖意,正从政策端持续向市场端传导。2026年中央一号文件将智能家电、绿色建材下乡纳入乡村消费升级重点,为家居行业打开了下沉市场的广阔空间;商务部等九部门推出的春节以旧换新新政,不仅增加补贴数量更侧重支持线下实体店,精准契合家居消费重体验、重服务的特性;广东2025年以旧换新2642亿元的销售额,更印证了政策撬动消费的强劲动能。而首个《适老家具设计指南》国标的

## 政策东风已至 家居行业转型正当时

实施、北京适老化改造产业联盟的成立,更是让家居行业找到了银发经济的新赛道,从产品设计到产业生态,开启了精细化、场景化的新探索。与此同时,佛山家具集体商标启动、南康家具巴黎办事处揭牌,彰显出中国家居品牌从“单打独斗”到“抱团出海”的转型,在全球化竞争中打造区域名片。

但政策红利的背后,行业沉疴仍未根除,消费信任的重建仍是亟待破解的课题。中消协数据显示,2025年家具类投诉近3.8万件,合同陷阱、隐形消费、预付式纠纷仍是主要痛点,而这背后,是线下渠道的持续承压与终端管理的漏洞。从美克美家子公司停工停产、宜家关闭7家线下店,到杭州多个家居卖场出现店铺空置,传统大店模式的式微,折射出家居消费场景的深刻变革,而渠道转型过程中的监管真空,也让部分不良商家有机可乘。更值得关注的是,预付式消费作为家居行业的常见模式,仍存在着“卷款跑路”的风险,尽管最高法已出台预付式消费司法解释,明确了经

营者、商场的责任边界,深圳也推出全量预付资金监管、数字人民币应用等举措,但从法律条文到落地执行,仍需要打通最后一公里。

行业的转型与破局,从来都是在改革中前行、在规范中发展。当下家居行业的变革,正呈现出三大鲜明趋势,而这正是行业走出阵痛的关键所在。其一,渠道变革从“规模扩张”转向“效率提升”。宜家关闭大店布局社区店、金牌家居打造四级店态体系,家居品牌正告别“大而全”的传统卖场模式,走向“小而精”的社区化、本地化布局,让消费者更贴近生活,也让终端管理更精准、更高效。其二,行业规范从“被动应对”转向“主动构建”。悍高集团重拳打击涉案300万元并启动高额悬赏,居然之家设立租金监管账户实现封闭管理,企业正以自我革新的姿态净化市场环境。而行业集体商标的推出、出海联盟的组建,更让规范经营成为行业共识。其三,消费保障从“事后维权”转向“事前防范”。最高法司法解释明确七日无理由退款、规划霸王条款,深圳推行预付资金全量

监管,政策端的制度设计,正从源头堵住消费漏洞,让消费者从“敢消费”到“愿消费”。

家居行业连接着民生福祉,关系着千家万户的安居梦,其发展从来都离不开政策、企业、市场的同频共振。对于企业而言,无论是渠道转型还是产品创新,都应坚守“消费者至上”的初心,把产品品质和服务质量作为核心竞争力,摒弃重扩张、轻管理的短视思维;对于行业而言,应加快构建自律体系,以集体商标、行业标准为抓手,推动企业抱团发展、规范发展,在全球化竞争中擦亮中国家居品牌;对于监管而言,应推动政策落地见效,让预付资金监管、消费纠纷处置等制度真正发挥作用,打通政策与市场的衔接通道;而对于消费者而言,也应提升维权意识,学会运用法律武器保护自身权益。形成“企业自律、行业监督、监管发力、消费者参与”的共治格局。

政策东风已至,行业转型正当时。2026年的家居行业,在政策红利的加持下,正迎来下沉市场、银发经济、出海贸易的多重机遇。

## 工信部公布二〇二五年度中国消费名品名单 多个家具企业和品牌入选

本报讯(记者陆俊)日前,工信部发布《2025年度中国消费名品名单》,165个企业品牌、76个区域品牌、35个特定人群适用产品品牌入选。中国家具协会充分发挥职能作用,积极参与行业品牌推荐工作。喜临门、大自然、三棵树、欧派、圣象等行业品牌入选企业品牌名单,安吉椅业、东阳木雕、仙游仙作家具、南城校具、伊滨钢制家具等入选区域品牌名单。

据悉,为深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神,加快落实全国新型工业化推进大会工作部署,贯彻实施中办、国办《提振消费专项行动方案》,根据《工业和信息化部办公厅关于组织征集2025年度中国消费名品的通知》,经企业申报、省级工业和信息化主管部门初审推荐、专家评审和网上公示,工业和信息化部确定了2025年度中国消费名品名单。

中国消费名品鼓励地方加强名品企业宣传推广,加大政策支持力度,加快培育特色优势产业和优质消费品牌。中国消费名品企业应严格遵守国家法律法规,诚信经营,积极履行社会责任,向消费者提供高质量产品和高品质服务。工业和信息化部建立健全管理工作机制,定期开展复核评估,对涉及违法生产经营,发生重大质量、安全、环境事故的单位,将按程序取消相应资格。

中国消费名品聚焦国家战略所需和人民美好生活向往,此次发布的名单经企业申报、省级主管部门初审推荐、专家评审,并向多个部委、有关行业协会征求意见,集中展示了消费品领域的优质企业品牌和区域品牌,有效助力了消费品工业的高质量发展。

据悉,中国家具协会近年来积极加强与各部委的沟通对接,持续开展行业品牌建设工作,助力企业提升品牌影响力和竞争力。中国家具协会表示,未来,协会将充分利用国内国际资源和平台,向世界展示中国家具产业发展成果,推动中国产品向中国品牌转变。