

# “五一”家居市场活力绽放

本报记者 陆俊文/摄

“五一”长假向来是消费市场的黄金时段,今年“五一”家居市场更是呈现出一派红火景象,展现出行业强劲的韧性与活力。在国家以旧换新政策支持、展会助力、电商促销、卖场活动以及品牌优惠等多重因素的共同推动下,家居市场在这个假期迎来了销售旺季,为全年行业稳健发展奠定了良好基础。

## 以旧换新资金拨付 为市场注入强劲动能

国家发展改革委、财政部在四月份联合向全国各地下达2026年第二批消费品以旧换新超长期特别国债资金625亿元,是全年2500亿元支持规模的重要组成部分,主要聚焦汽车、绿色智能家电、数码3C等核心消费品类。此次资金拨付节奏紧扣“五一”消费旺季,无疑为“五一”假期消费市场注入了强劲动力。

对于家居市场而言,绿色智能家居、家电作为核心消费品类之一,直接受益于这一政策。消费者在购买绿色智能家电时,能够享受到实实在在的补贴优惠,这大大激发了他们的消费热情。更多的消费者在政策的引导下,选择在“五一”期间下单购买心仪的家居产品,为家居市场带来了显著的客流量和销售增长。

为抢抓消费品以旧换新新一轮政策机遇,第38届深圳名品家博会于“五一”黄金周期间举行。此次展会规模达15000平方米,汇聚了国内外一线家装品牌逾300家,展出范围涵盖家装公司、橱柜衣柜、陶瓷地板、卫浴洁具、家具软装、家用电器等全品类产品及服务,为消费者提供了一站式的家居采购平台。

在政府补贴的基础上,展会现场还推出了一系列惠民举措。消费抽奖百分百有奖,联单返现最高1000元、



免单抽奖最高10000元等活动,吸引了众多消费者的目光。这些活动不仅增加了购物的趣味性,更让消费者在享受优惠的同时,有机会获得额外的惊喜奖励。

## 电商平台、知名品牌齐发力 激活存量市场

知名电商平台也聚焦“五一”旺季,推出大力度的“节日促销活动”。“五一”期间,京东MALL、京东电器城市旗舰店同步开启“舒适家五一普惠行动”,以“产品上新、价格普惠与京东兜底的服务保障”激活存量家装市场。活动持续至5月5日,国补、京东补贴、品牌补贴三重补贴至高优惠40%,这一优惠政策让消费者在购买家居产品时能够享受到实实在在的实惠。此外,京东还推出了包括中央空调、全屋采暖、净水、新风全套配齐的两房两厅套餐和三房两厅套餐,满足了不同消费者的家装需求。这种一站式的套餐服务,不仅为消费者节省了时间和精力,还提供了更加专业的家装解决方案,受到了广大消费者的欢迎。

家居品牌也纷纷推出“五一”消费钜惠活动。知名家装品牌金煌家

装启动“五一·国潮人居美学盛典”活动,活动提出“不玩套路,让敬意落地为安居”,这种真诚的态度和实实在在的优惠,赢得了广大消费者的认可和好评。

知名瓷砖品牌蒙娜丽莎闽龙旗舰店则赶在“五一”之前重装开业,并举办“明星价到全城联动重装开业”主题盛典。乒乓球世界冠军曹臻亲临现场,与业主们面对面交流,为“五一”家装市场注入满满活力。除了明星互动和沉浸式体验,活动期间“全城联动”专属优惠同步上线,爆款产品直降、满减叠加、老客户专属福利等多重政策,让消费者以超高性价比入手高品质瓷砖。无论是准备装修的新房业主,还是计划翻新老房住户,都能在活动中找到心仪的选择。

## 卖场促销 打造消费新体验

家居卖场是“五一”旺季促销的另一大主力。除了居然之家、红星美凯龙等知名连锁家居卖场外,一些地方领军家居卖场也开展了声势浩大的“五一”促销活动。郑州知名家居卖场中澳家具城“五一”期间举办了“相聚

五一,中澳家具城活动周”。中澳家具城认为,当下家具行业正经历着前所未有的挑战,经济下行的压力犹在,同质化竞争愈演愈烈,在这样的市场背景下,中澳家具城根据客户消费习惯与创新营销的思路,打造了本次“五一”活动周。活动周包含了体育赛事、亲子互动、时尚跨界、精准福利等精彩活动,旨在为广大顾客构建多维度沉浸式的消费新体验。最吸睛的是5月1日当天举行的机器人总动员主题日,来自2026春晚同款宇树机器人进行现场功夫表演,还能看到机器人担任“智能导购员”,带领顾客探索和体验智能家居产品的便捷与魅力。这种创新的营销方式,不仅吸引了大量消费者前来参与,也为家居卖场注入了新的活力。

西安知名的同泰灯具城从5月1日至5月5日推出“灯饰焕新家,五一一起来同泰”主题灯饰狂欢季。活动打造了一个集品牌特惠、互动体验、尊享服务于一体的综合性消费平台。灯具城携手场内数百家品牌商户,倾力推出多重惊喜礼遇与颇具力度的促销活动,不仅让礼遇消费者,更致力于传播科学、健康、智能的现代家居照明理念,助力广大市民轻松实现家居环境的焕新升级。通过这种方式,同泰灯具城不仅提升了自身的品牌形象,也促进了灯具产品的销售。

国家以旧换新专项补贴和家居卖场、知名品牌举办的促销活动,为“五一”家居市场注入了坚实的资金保障和消费吸引力,并带来了较好的促销效果。统计数据表明,第38届深圳名品家博会“五一”展期吸引了超过4万人次到场采购,充分展现了家居市场的火热和展会的吸引力。

在政策利好、消费升级与市场促销的联动下,“五一”家居市场迎来一片红火,而家居市场的红火景象为全年行业发展奠定了良好基础,展现了行业强劲的韧性与活力。

# 《家具网络平台销售信息描述规范》标准今年5月1日起实施

□ 双木

为顺应电子商务蓬勃发展的新趋势,切实保障广大消费者的合法权益,进一步规范家具产品在网络销售渠道中的信息展示标准,从而有效降低交易过程中的信息不对称与潜在纠纷,提升线上消费的整体透明度和用户满意度,国家市场监督管理总局与国家标准化委员会于2025年10月5日正式批准发布了推荐性国家标准《家具网络平台销售信息描述规范》,该标准于2026年5月1日起正式实施。

该标准适用于在网络平台销售的家具产品的信息描述,不适用于二手家具产品的网络平台销售。其中,对于“基础信息”和“特定产品信息”两大部分要求提出了清晰的规范。

标准聚焦于解决家具线上销售因信息不对称导致的实物与描述不符、关键信息缺失等突出问题,通过系统化、标准化的信息描述要求,保障消费者知情权与选择权。标准确立了信息描述四项基本原则:真实性。信息描述应真实反映家具产品的实际状况,不虚夸、夸大或隐瞒关键信息。产品宣传或标题的特殊属性应提供佐证材料;准确性。信息描述应精准、无歧义;完整

## 东拉西扯

□ 双木

在北京,有一趟“开往春天的列车”。列车从北郊的南口站开出,进入八达岭,一路上穿行于山间花海之中,桃花、杏花、梨花、杜鹃花,花团锦簇,群芳竞艳,这道鲜花编织出的春景,不仅让人享受到视觉的盛宴,而且真正地感受到“走进了春天里”。

这趟“开往春天的列车”,虽然穿行在画卷一样的美景里,在蜿蜒中抵

达繁花深处,但是,它开得并不轻松。列车经过的八达岭山区,道路崎岖,坡度很陡,开行列车需要比在平原上更强的动力,因此这趟列车不但有车头机车拉,还有车尾机车推,等爬上了山顶,在青龙桥站退下车尾机车,列车前后调向继续前进,这就是中国铁路之父詹天佑设计的著名的“人”字形线路,而詹天佑的铜像在青龙桥这座百年老站里目光深邃,游客坐在短暂停留的静默列车里,仿佛能

听见历史的回响和铁轨上永恒的震颤。虽然道路崎岖,爬坡艰难,速度很慢,但并不妨碍这趟列车“开往春天”,成为最知名、最受欢迎的“开往春天的列车”。

中国家居行业也如一系列“开往春天的列车”。

虽然今年以来国际形势剧变、外贸出口不确定性大增、国内市场持续低迷,但家居人却以“人”字形的智慧

调整姿态,既保持向前向上的韧性与定力,又懂得换道的灵活,他们知道,真正的春天不在温室里,而在那些需要毅力和汗水浇灌的大地上。

走向春天的旅程,需要穿越崎岖;开往春天的列车,从不承诺直达终点,却能在蜿蜒中展现出坚持的可贵。在家居人奋勇开拓、迎难而上的驾驶下,家居行业这辆列车必将驶向百花盛开的春天。

# 开往春天的列车

调整姿态,既保持向前向上的韧性与定力,又懂得换道的灵活,他们知道,真正的春天不在温室里,而在那些需要毅力和汗水浇灌的大地上。

走向春天的旅程,需要穿越崎岖;开往春天的列车,从不承诺直达终点,却能在蜿蜒中展现出坚持的可贵。在家居人奋勇开拓、迎难而上的驾驶下,家居行业这辆列车必将驶向百花盛开的春天。

虽然今年以来国际形势剧变、外贸出口不确定性大增、国内市场持续低迷,但家居人却以“人”字形的智慧

调整姿态,既保持向前向上的韧性与定力,又懂得换道的灵活,他们知道,真正的春天不在温室里,而在那些需要毅力和汗水浇灌的大地上。

# 中国家具行业企业信用等级评价申报工作启动

本报讯(记者 陆俊)信用是企业的无形资产,完善的信用体系建设可加快降低经营成本、提升品牌影响力。近日,中国家具协会启动2026年中国家具行业企业信用等级评价申报工作,信用评价工作本着公开、公平、公正、科学原则开展,获评企业将获得信用等级证书、信用等级报告、信用等级铜牌、国家信用数据库信用档案、信用编码、信用二维码。

据悉,中国家具行业企业信用等级评价申报工作是为了深入贯彻《国务院办公厅关于建立企业信用状况综合评价体系的实施方案》(国办发〔2026〕8号)、商务部等五部委《优化消费环境三年行动方案(2025-2027年)》,按照国家发改委、商务部、国家市场监督管理总局有关部署要求,充分发挥信用体系建设在优化营商环境、推动高质量发展中的核心作用而开展的行业重要活动。

中国家具协会全年接受企业申报信用等级评价。参评企业要求为:一、中国家具协会理事单位级别以上企业;二、在中国境内注册登记并已存续满三个会计年度,近三年均有主营业务收入,企业处于持续经营状态;三、近三年的经营活动中没有重大违法记录、行政管理机构通报记录和重大投诉记录。

申报信用等级评价对企业具有重要的意义,首先是公开招标、政府采购以及政府资金参与的招标项目使用第三方信用机构出具的信用等级报告或信用证书可作为必要或加分条件;其次是向金融机构融资贷款时,提供有央行征信牌照第三方信用机构出具的信用报告,是企业经营状况良好的有力证明;第三是信用建设是企业的无形资产,完善的企业信用体系建设可加快降低经营成本、提升品牌影响力;第四是企业获得具备资质的第三方信用服务机构出具的信用报告或信用等级证书,在资质申报、行政审批,享受优先办理、简化程序、容缺受理等政策。

本次企业信用等级评价的信用等级按照惯例分为三等九级,从高到底分别为AAA、AA、A、BBB、BB、B、CCC、CC、C,评价有效期为三年;评价结果确定后,参评企业将获得信用等级证书、信用等级报告、信用等级铜牌、国家信用数据库信用档案、信用编码、信用二维码;参评企业可在媒体、产品销售、工程投标、产品铭牌、产品包装、产品说明书、产品合格证、企业宣传材料等方面使用企业信用等级评价标识;评价结果可在商务部中国商务信用平台(www.bcpn.com)、全国行业信用公共服务平台(www.bcp12312.org.cn)、中国家具协会官方网站(www.cnfa.com.cn)进行搜索查询;获得信用等级评价结果的企业可通过中国家具协会媒体矩阵进行重点宣传,提升企业形象;获得信用等级评价结果的企业将被赋予唯一的信用二维码,通过移动端可随时查询企业在商务信用企业数据库中的信用信息。

# 厨卫五金领域标准化“十五五”发展规划审议通过

本报讯(记者 陆俊)全国五金制品标准化技术委员会厨卫五金分技术委员会2025年年会暨委员换届会议近日在福建省厦门市隆重召开。本次会议通过了第三届标委会工作报告、第四届工作重点和厨卫五金领域标准化“十五五”发展规划,进一步统一思想、凝聚共识、明确方向,为下一步厨卫五金标准化工作的顺利开展奠定基础。

国家市场监督管理总局标准技术管理司食品消费品处三级调研员刁永辉,中国轻工业联合会质量标准部主任刘晶晶,中国五金制品协会秘书长兼全国五金制品标准化技术委员会秘书长柳润峰,全国厨卫五金分技术委员会副主任委员谢明舜,福建省市场监督管理局四级调研员蔡智民,泉州市市场监督管理局四级调研员刘华、标准化科科长黄毅阳,泉州市标准化研究所所长丁洁,南安市市场监督管理局标准化科科长陈为民,九牧集团运营总裁兼全国厨卫五金分技术委员会副主任委员兼秘书长林晓伟,厦门市厨卫行业协会秘书长游娜以及来自全国各地的检测机构、科研院所、认证机构、企业代表近80人参加会议。会议由柳润峰主持。

会上,蔡智民宣读了国家标准委批准发布的“第四届全国五金制品标准化技术委员会厨卫五金分技术委员会委员名单”,由主任委员、副主任委员及秘书长进行委员证书的颁发。副秘书长黄秋琼代表秘书处宣读了2025年标委会标准化先进单位和优秀个人名单,并进行表彰。在会议的尾声,迎来了备受期待的委员交流环节。现场讨论气氛热烈,委员们踊跃发言、建言献策,围绕完善标准体系、标准制修订、人才队伍建设、标准实施推广、产学研创新融合以及新兴领域布局等关键方向,提出一系列务实且具有针对性的发展建议,为全国厨卫五金分标委高质量发展凝聚广泛智慧、夯实工作基础。

柳润峰作会议总结,并对标委会下一步工作作出部署。他充分肯定了第三届标委会的各项工作,指出其工作成果显著、基础坚实。同时,他深入分析了行业在高端化、智能化、绿色化、国际化转型过程中面临的新形势与新要求。他强调,新一届标委会要紧扣厨卫五金领域标准化“十五五”发展规划,重点抓好六大任务:持续完善标准体系;聚焦重点领域推进标准研制;深化政府标准与市场标准协同发展;强化标准宣贯实施与反馈;提升标准国际化与对外合作水平;全面加强标委会自身建设;奋力推动我国厨卫五金标准化工作再上新台阶。

会议期间,还开展了《恒温淋浴器》《数显花洒》两项行业标准审查工作。