

消费日报

2026年9月18日
星期五
总第9267期
第6326期
今日8版
本刊第654期

中国家居

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

系列促消费政策出台 构建完整支撑体系

智能家居消费将从小众高端变为大众普惠

□ 本报记者 陆俊 文/摄

智能家居市场将进入全新的发展阶段。近日,商务部等8部门印发《促进智能家居消费行动方案》,从国家层面促进智能家居消费。在地方上,北京、湖南等地最近也陆续出台相关政策与专项补贴措施。一场覆盖产品供给、标准建设、场景落地、适老服务、回收体系全链条的智能家居促消费大潮,正在全国范围内快速铺开,智能家居市场将迎来强劲的消费新动力。业内专家认为,随着政策红利持续释放,智能家居将从小众高端消费变成大众普惠消费。

七大方向:构建完整政策支撑体系

本次发布《促进智能家居消费行动方案》,并非单一的短期刺激政策,而是一次覆盖智能家居全产业链的系统性制度安排。方案围绕七大核心方向,为市场长期健康发展搭建起清晰的政策框架。

一是扩大优质智能家居供给。结合推进数字家庭全产业链场景培育和开放等工作,鼓励生产企业加强智能家居产品研发,支持家居卖场、购物中心等设立智能家居体验中心、全屋智能和数字家庭样板间。加快培育一批诚信经营、服务规范的大型家装企业和平台,推出个性化、多样化装修套餐,大力发展定制式、订单式、预约式服务。加快打造一批基于国内开源操作系统的智能家居软硬件产品和一体化解决方案。

二是完善智能家居标准体系。完善智能家居产品智能化分级评价标准体系,加快制定实施智能家居互联互通等强制性国家标准,加速推动全屋智能一体化融合发展。推动基础电信企业自有环游家庭宽带网络设备默认开启IPv6,提升家庭网络IPv6连通率。对新建全装修住宅,明确户内设置基本智能产品要求,鼓励光纤到房间布设。持续开展智慧家庭、智慧社区等重点标准研制与应用实施。

三是支持智能家居消费。按照2026年消费品以旧换新政策部署,支持地方结合实际自主合理确定智能家居产品补贴品类、补贴标准,统筹支持全屋智能家居购新。

四是发展适老化智能家居。推广家庭服务机器人、健康监测、智能照护等适老化产品,引导企业在产品尺寸、操作便利、方言识别、安全性能等方面推行适老化设计,丰富适老化智能家居产品和家装服务供给。推动在适老化智能家居领域开展银发产品认证。

五是畅通废旧回收服务链条。指导各地科学合理设置废旧家居回收网点,将回收网点建设纳入有关规划,给予用地和空间支持。鼓励家居家装企业与回收企业开展合作,提供“送新+收旧”“互联网+回收”等服务,推广“以车代库”流动回收模式。

本报讯 2026中国家具协会设计工作委员会年会暨金斧中国家居产品创新、材料创新大赛日前成功举办。中国家具协会理事长徐祥楠,中国家具协会副理事长兼秘书长屠祺,清华大学美术学院环境艺术设计系主任、家具设计研究所所长、教授、博士生导师于历战,2026金斧中国家居产品创新大赛评审陈于书、宋晖,2026金斧中国家居材料创新大赛评审陈宝光、郭琼、陶涛、黄明富,设计委委员、企业、媒体代表等出席活动。

屠祺作《2026年中国家具协会设计工作委员会工作报告》。她表示,协会长期重视设计工作,全力为广大设计师搭建交流共进、携手发展的开放平台。设计工作委员会以“设计赋能产业、原创引领升级”为目标,相继开展人才促进计划、“家居设计中国行”、金斧大赛、“设计云享会”等标志性项目,打通荣誉推优渠道,赋能行业活动,在人才、赛事、产业对接、国际传播、行业服务等方面取得宝贵成果,持续引领中国设计走向世界。她希望各位委员充分发挥协会平台的聚合作用,携手并肩、一路前行,共同推动中国向“设计强国”迈进。

于历战在发言中回顾了国内家具设计从探索传统风格到新生代设计师走向现代国际化的发展历程。他指出,行业正处于由规模增长转向价值提升的关键时期,面临市场内卷、设计落地难、原创保护等现实挑战。他提出,未来将从教育赋能产业、组织行业交流活动、推动中国设计出海、以设计助力企业品牌建设四方面发力,打通设计、学术与产

六是优化社区便民服务。依托一刻钟便民生活圈建设等工作,发挥龙头企业作用,在具备条件的街道、社区设立家居换新综合服务站,整合维修保养、物品寄存、回收置换等便民惠民服务,打造全屋智能体验空间。

七是加大财政金融支持力度。鼓励金融机构围绕家居家装等消费需求,开发多样化的消费金融产品与服务。用好个人消费贷款财政贴息政策,引导金融机构加大对智能家居消费等贷款支持力度,积极支持消费者购买智能家居相关产品。

业内专家:打破“信息围墙”实现普惠升级

中国社会科学院财经战略研究院市场流通与消费研究室主任依绍华表示,这次政策通过完善供给、统一标准、优化服务,把智能家居从小众高端消费变成大众普惠消费。同时,带动家装、家电、通信全产业链升级,扩大内需,拉动大宗消费。

依绍华认为,以往大多是推荐性标准和企业自有生态,很容易形成“信息围墙”。有了强制底线,能够保证基础的互通能力,引导行业从比拼封闭壁垒转向在体验和服务上良性竞争。与此同时,同步推进智慧家庭和社区配套标准等,多方面协同发力,为未来全屋智能大规模普及奠定了关键的制度基础。

商务部消费促进司负责人介绍,针对智能家居消费的增长点及存在的堵点卡点,行动方案重点突出四个方面。一是坚持供需协同发展;二是打造多元融合生态;三是精准服务不同群体;四是打通便民服务链条。

地方政策:差异化探索激活区域消费市场

除了国家层面的促进智能家居消费政策,各地方还根据实际情况出台了相关促消费政策和消费补贴细则。不久前,北京发布《关于新增2026年消费品以旧换新补贴产品的公告》,宣布进一步扩大消费品以旧换新补贴范围,重点是新增10类智能家居及适老化产品。据悉,新增补贴产品包括智能门锁、智能摄像头、智能扫地机(含智能洗地机、智能吸尘器)、智能马桶(含智能马桶盖)、数码相机(含运动相机)、智能耳机、全屋智能主机(含智慧家庭服务器、智能网关)、智能床(含智能床垫)、智能电动轮椅,以及具身智能机器人。其中,具身智能机器人覆盖陪伴类机器人、机器狗、外骨骼机器人和养老照护机器人等产品。

9月10日,湖南省住房和城乡建设厅印发《湖南省提升住房品质行动方案》,部署九项主要措施,其中在科技赋能板块明确提出,深化BIM、“AI+设计”等智能手段全流程应用,推进数字家庭建设,目标到2030年实现数字家庭配套率达到60%。方案同时提出加强智能家居的推广示范,用好筑博会

2026中国家具协会设计工作委员会年会

暨金斧中国家居产品创新、材料创新大赛成功举办

业,促进行业原创性创新,同时希望行业同仁群策群力,共同推动家具产业转型升级。为进一步加强原创设计理念交流,推广行业优秀经验和做法,年会同期举办“设计生态圈”主题分享。

当前,我国家具行业正处于转型升级的关键阶段,设计创新为带动品牌、企业、产品全面升级发挥了重要作用。为打造原创设计生态,培育产业发展新动能,中国家具协会以设计工作委员会为平台,组织举办展览会议、金斧大赛等各类活动,赋能设计师、设计机构、设计品牌,激发中国原创设计力量。

以设计语言为媒介,一批新锐原创品牌广泛联合设计力量,进行大胆尝试与创新,为行业发展注入新的活力。RECASA根植于东莞的家具文化土壤,坚持国内国际视野,覆盖产品设计、空间设计、展览设计,获得业内广泛认可。RECASA创始人李铭威在《从价值共生出发,探索家具设计生态圈的链接可能》的主题演讲中,围绕“家具是什么”的命题,结合自身发展经历,阐述了RECASA的设计实践,提出跨界与共生的品牌理念,希望让品牌、建筑师、设计师、策展人、展览平台、媒体、经销商各方携手前



等行业平台开展成果展示,推动互联网协议第六版与智能家居协同应用,从住宅建设源头植入智能家居基础能力。

从一线城市的直接现金补贴,到中部省份的数字家庭长期建设规划,不同地区根据自身产业基础与消费特点,走出了差异化的智能家居推广路径。政策组合的发力,正在快速激活区域家居消费市场的潜在活力。

行业趋势:智能家居正式迈入大众普惠时代

一系列从中央到地方促消费政策的出台,正在为智能家居市场注入前所未有的强劲动力。同时,随着互联互通强制国标推进、适老化产品供给丰富,智能家居使用门槛快速下降,越来越多家庭和老年群体能够以更低的成本,享受到智能生活带来的便利。

更重要的是,这场变革带来的影响远不止消费端,在政策驱动下,智能家居不仅将催生千亿级的新增消费市场,更将推动整个家居产业完成一次数字化、智能化的整体跃迁,进入一个以普惠、互联互通、场景融合为核心特征的全新发展时期。一个属于智能家居的大众消费新时代,正在全面到来。

2026中国家具协会设计工作委员会年会

暨金斧中国家居产品创新、材料创新大赛成功举办

行、共同成长、互相成就。

传承中国家居文化,在当代生活方式中重新诠释东方艺术,中国原创设计力量观照自身,打破固有范式,以创新推动中国家具发展。璞素将古典东方审美视为不竭的源泉,从宋明经典中攫取灵感与精神,创造性地应用于各类设计当中。上海“璞素”艺术家家居品牌创始人、艺术总监陈燕飞进行了《从文人家具到东方艺术家具》的主题演讲,回顾了品牌自创立以来的发展历程,经过十余年探索,“璞素”使用当代与先锋的设计语言全新演绎,推出大漆艺术家具、经典实木家具等原创产品系列,呈现兼容并蓄的当代东方艺术生活场景。今年恰逢金斧大赛创办二十周年,二十年间金斧大赛持续锚定原创设计,致力于以设计带动产业提质升级,见证了中国家具产业从跟随到引领的深刻转变。

本次活动进一步推动中国家具行业原创力量崛起,展示行业最新设计成果,推动行业生态健康发展。中国家具协会设计工作委员会将继续凝聚产业力量,搭建更广泛的合作与交流平台,发挥设计创新的引领促进作用。以设计之名,共创美好未来。(双木)

本报讯(记者 陆俊)为持续优化家具行业标准体系,以高标准引领产业高质量发展,9月8日,中国家具协会质量标准专业委员会第三届二次委员会会议在上海成功召开,同期举行全国家具标准化活动。中国家具协会理事长、全国家具标准化技术委员会主任委员徐祥楠,中国家具协会副理事长兼秘书长、质量标准专业委员会主任委员屠祺,全国家具标准化技术委员会副主任委员、原上海市质量监督检验技术研究院党委书记季飞,上海市质量监督检验技术研究院有限公司副总经理黄鹏飞,全国家具标准化技术委员会秘书长、质量标准专业委员会副主任委员罗菊芬,质量标准专业委员会委员、家具标准化专家、企业代表等出席会议。

徐祥楠在会上致辞。他指出,标准化是国家治理体系和治理能力现代化建设的基础,是引领产业高质量发展的技术支撑。过去一年,家标委和质量标委会始终紧跟国家方针政策,持续优化委员结构、健全运行机制,广泛凝聚多方力量,高效推进各项工作任务。目前,家具相关的国际标准32项、国家标准129项、行业标准102项、团体标准41项,构建起政府与市场并重、国内与国际联动的新格局,以标准硬实力筑牢了家具产业大国向强国迈进的坚实根基。今年是“十五五”规划开局之年,也是纵深落实《国家标准化发展纲要》《国家智能制造标准体系建设指南》等顶层部署的重要窗口期,建设全国统一大市场、推进产业数字化转型、落实双碳绿色行动、拓展适老化民生消费等战略,对家具行业标准化工作提出了具体目标和更高要求。希望标委会全体同仁凝心聚力、务实攻坚,不断提高标准供给质量、完善落地实施机制,依托技术创新优势,积极输出中国标准与行业方案,稳步提升中国家具产业的国际话语权与影响力,为建设现代化家具强国贡献更大力量。

屠祺作工作报告。她介绍,质量标委会过去一年按照《关于加强标准制定与实施监督工作的指导意见》(社会团体分支机构、代表机构管理办法),梳理调整了组织机构、健全制度保障,完善工作规则和团标管理办法,调整增补委员,完成平台登记与档案归档;聚焦行业前沿与创新发展,依托团体标准“快速响应产业、创新引领发展、补齐体系空白”的优势,发布了《紫外可见漫反射光谱法测定人造板甲醛释放量》等5项标准,不断强化标准的培训应用,搭建会员企业标准解读、技术答疑的服务渠道,推动标准落地见效;同时,积极对标国家战略,配合工信部编制“十五五”规划,参与生态环境部科研项目,向市场监管总局报送抽查建议,发挥桥梁纽带作用,各项工作的开展得到了上级政府部门的高度认可。中国家具行业的标准化工作,正从“建机制、补空白”的基础阶段,迈向“强应用、促融合”的深化阶段。希望与大家共同努力,筑牢质量标委会的组织与人才基石,构建与家具产业现代化升级相适配的标准体系,深化政府服务、媒体宣传、国际交流等,以高质量的标准推动行业健康稳定发展,为满足人民美好生活需要做出更大的贡献。

季飞在致辞中表示,标准是质量的基石,是产业竞争力的核心要素。过去一年,全国家具标准化工作有序开展,标准体系更加完善,标准化与科技创新互动发展成效显著,标准宣贯和技术服务协同推进。站在“十五五”新的历史起点上,全国家具标准化技术委员会将深化标准宣贯实施,加强国际标准对接,推动标准化与科技创新深度融合,通过各类活动搭建开放互动的交流平台,为家具产业高质量发展和满足人民美好生活需要提供坚实支撑。

会议同期,以“好材料·好家具·好生活”为主题的全国家具标准化活动举办。上海市质量监督检验技术研究院有限公司副总经理黄鹏飞讲话。德华兔宝宝装饰新材股份有限公司兔宝宝研究院院长助理李小科、江苏阳光时尚家居有限公司总经理杨海军,浙江森林态集团董事长金一平、浙江捷昌线性驱动科技股份有限公司检测中心负责人潘建城、慕思健康睡眠股份有限公司首席质量官王丽平作行业专题分享,各位嘉宾从材料创新、品质管控、绿色制造、核心零部件标准化、健康睡眠家居等方面,分享了在标准落地、质量提升、供应链协同方面的实践与思考。各位代表表示,先进的标准体系是家具产业高质量发展的保障,希望通过提供优质的原辅材料助力产业升级,为“大消费者打造安全、健康、舒适的美好生活”。

本次会议在与会代表的积极参与和大力支持下取得圆满成功。站在全新的历史节点,中国家具协会质量标准专业委员会将紧扣国家战略部署,贯彻落实国家标准化战略,积极参与家具行业标准化体系建设,以高标准赋能家具产业向高端升级,以高质量推动行业健康稳定发展,为构建中国式现代化家具强国贡献力量。

中国家具协会质量标准专业委员会会议在沪召开 以高标准引领产业高质量发展

推进的阶段,大量新建住宅集中交付;欧美成熟市场存量房翻新的市场规模十分庞大,当地消费者对高品质定制家居的需求始终旺盛。这种不同区域的市场梯度需求,恰好和中国家居产业覆盖高、中、低端的全链条供给能力形成了完美匹配,也是中国家居企业出海能够持续增长的底层逻辑。

但家居企业出海从来不是一条坦途,更不可以直接照搬国内经验。不少早期试水出海的家居企业,只做简单的订单转手,既没有本地服务能力,也没有品牌认知积累,很容易陷入困境。

2026年家居半年报里的海外增长数据,给整个行业打开的不只是一个新的市场空间,更是一次产业升级的契机。中国家居企业的出海,最终必须完成从“产品输出”到“体系化品牌布局”的跃迁,在海外建立起适配本地的渠道网络、服务团队和品牌认知,才能真正把这条第二增长曲线走稳、走远。

东拉西扯

□ 双木

近日,多家家居上市企业的半年报出炉,数据有喜有忧,其中一个重要的变化值得关注:多家企业的营收及利润出现下滑,但是海外业务营收却出现大幅上涨。这份“内冷外热”的数据,不只是一简单的业绩,更标志着中国家居行业的增长逻辑正在发生深刻切换——出海不再是少数企业的补充选项,而是整个行业共同面对的第二增长曲线。但这条新赛道没有捷径可走,从零散的外贸出货转向体系化的品牌布局,才能让中国家居企业真正走出去、走得远。

家居上市企业半年报的启示

过去很长一段时间,国内家居企业的增长高度依赖国内房地产市场的新房交付红利,市场竞争也长期集中在价格战、渠道战的内卷之中。而当国内市场进入存量房翻新主导的新阶段,行业增长速度自然随之放缓,企业迫切需要找到新的市场空间。这份半年报里的海外业务集体上涨,恰恰证明了中国家居产业积累了二十多年的供应链优势、定制化能力和服务经验,完全具备走向全球市场的硬实力。

开拓海外市场是一条漫长而艰辛的路,但一些企业已摸索出了不同路径的成熟样本,为全行业提供了可参考的实践经验。索菲亚有41家海外经销商,采用“高端零售经销商+

工程项目”双轮驱动模式,兼顾零售门店与海外大型项目,海外板块有效对冲国内周期波动带来的压力;志邦家居采用“工程+品牌零售”并行策略,泰国生产基地产能持续释放;玛格家居聚焦全屋实木高定赛道,通过签约本土经销商、输出全案定制设计方案,依靠差异化定位,为中型家居品牌出海提供了参考样本。

这些不同模式的探索说明,家居企业出海没有标准答案,要找到适配自身产品能力的路径。

从全球市场的基本面来看,家居出海的长期增长空间依然十分广阔。当前东南亚、中东地区正处在城市化进程快速