



2026年6月 家装家居行业月报

中国室内装饰协会 & 贝壳研究院

内容提要

01 政策动态

中央政策：

- 《住房公积金管理条例（修订征求意见稿）》发布，增设住房装修提取事项。
- 《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》发布，力促智能家居发展。
- 《室内空气甲醛治理和检测乱象整治工作方案》发布，专项治理市场乱象。

国家标准：

- 新版人造板甲醛释放限量国标于6月1日起正式执行，E0强制时代来袭。

02 市场表现

BHI指数：5月BHI环比回升，全国建材家居市场温和增长，终端门店客流明显增长。

零售总额：家电、家具及建材类商品累计零售额同比均跌，居民消费观念愈发理性审慎。

海外出口：我国家具及其零件类商品出口同比微跌，传统出口市场普遍承压。

03 行业追踪

战略转型：全屋定制企业增长新曲线，由单品向全案转型，直营先行带动经销商。

模式创新：存量翻新成为兵家必争之地，顾家、欧派创新性引领家居行业新范式。

市场细分：新型消费加速推进，红星美凯龙进军具身智能、海尔推出电竞房系列。

IPO：照明行业IPO热度攀升，傲雷科技、裕富照明IPO申请获受理。

创投企业：AI智能家居领域持续受到资本追捧，豌豆智能、法吉朵获早期融资。

收并购：“跨界保壳”进行时，*ST帅电拟收购电力资产、*ST亚振保壳成功。

上市企业：全屋定制企业分红派发水平较高，部分卫浴、陶瓷企业相对保守。

2026年6月

01 政策动态

中央政策：

- 6月5日，住房和城乡建设部发布《住房公积金管理条例（修订征求意见稿）》，增设住房装修、物业费等提取范围，推动公积金从“购房安居”向全周期“宜居保障”转型。据不完全统计，全国已有18城先行落地装修提取政策。
- 6月9日，商务部等8部门联合印发《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》，从商品消费、服务消费、财政支持与标准建立4个方面部署多项家居领域智能终端发展举措，扩大智能家居产品供给，支持以旧换新补贴向智能终端产品倾斜。
- 6月24日，市场监管总局与住房和城乡建设部联合印发《室内空气甲醛治理和检测乱象整治工作方案》，重拳打击伪造数据、虚假报告等违法行为，切断“检测—治理”利益链条，建立全国报告溯源系统，明确未检测达标建筑不得投入使用。

国家标准：

- 6月1日，新版人造板甲醛释放限量国标强制执行，行业准入门槛由E1级升至E0级，甲醛限值压缩近六成。此次标准切换无过渡期，将加速落后中小产能出清，推动行业集中度提升，同时抬升消费者健康底线，驱动环保消费升级。

中央政策

《住房公积金管理条例（修订征求意见稿）》发布，增设住房装修提取事项

- 6月5日，住房和城乡建设部发布《住房公积金管理条例（修订征求意见稿）》，首次将住房装修、物业费纳入法定提取范围，推动公积金从“购房安居”向全周期“宜居保障”转型。据不完全统计，全国已有18城先行落地装修提取政策，提取标准从1000-2000元/㎡不等，惠及民生与家装行业。

6月5日，住房和城乡建设部正式发布《住房公积金管理条例（修订征求意见稿）》，面向社会公开征求意见，意见征集截止时间为 2026年7月5日。



重要内容：此次条例修订实现关键性民生与行业突破，通过第二十四条所示“**装修自住住房不超过一定额度的**”、“**支付自住住房物业费的**”，首次将**自住住房装修、物业费缴纳**纳入公积金法定提取范围，使用场景大幅拓宽

政策解读：从“购房安居”到“宜居保障”的重要突破

- ◆ 本次条例修订是住房公积金制度的一次重要升级，也是继 2002年、2019年后的**第三次系统性调整**。其核心突破在于**打破了公积金以购房、租房为主的使用限制**，推动制度功能从“购房安居”向覆盖住房全生命周期的“宜居保障”全面转型
- ① **使用场景更加丰富：**从购房、租房扩展到修房、养房
- ② **受益群体更加广泛：**将灵活就业群体纳入制度保障范围
- ③ **资金使用更加便捷：**推动互认互贷，加强数字化建设
- ④ **制度运行更加安全：**强化风险管理，防范骗提骗贷

表：已将住房装修纳入公积金提取范畴的部分城市列表。据不完全统计，目前全国已有6省18城开放装修提取。

省份	城市	出台时间	住房类型	装修提取标准
福建	宁德	2026/2/24	——	1500元/㎡，提取金额最高不超过20万元
	福州	2026/3/6	——	1500元/㎡（建筑面积超过144平方米的，按144平方米计算）
浙江	舟山	2026/3/18	老旧房屋	2000元/㎡
	丽水	2026/3/23	老旧房屋	2000元/㎡
	绍兴	2026/3/31	——	2000元/㎡，提取金额最高不超过25万元
河南	许昌	2026/3/31	——	1000元/㎡
	洛阳	2026/4/1	老旧房屋	1000元/㎡，二孩及以上家庭1250元/㎡
四川	雅安	2026/4/2	新建商品房	1000元/㎡（建筑面积超过140平方米的，按140平方米计算）
安徽	黄山	2026/4/11	——	2000元/㎡
湖北	十堰	2026/4/30	——	1500元/㎡，提取金额最高不超过20万元

中央政策

《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》发布，力促智能家居发展

- 6月9日，商务部等8部门联合印发《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》，从商品消费、服务消费、财政支持与标准建立4个方面部署多项家居领域智能终端发展举措，扩大智能家居、人形机器人等终端产品供给，推动 AI 赋能居家、养老等场景，支持以旧换新补贴向智能终端产品倾斜。

6月9日，商务部等8部门联合印发《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》。

重要内容：文件主要从四个方面部署家居领域智能终端发展：一是扩大智能家居、人形机器人等产品供给；二是推动 AI 赋能居家、养老等服务场景；三是鼓励地方在以旧换新等政策中重点支持新一代智能终端消费；四是建立健全的标准体系，加快制定相关标准，推动跨行业跨品牌互联互通



产品供给—人工智能+商品消费

增加人工智能产品新供给

完善人工智能新产品研发机制，推广智能家电、智能厨卫、智能照明等智能家居产品，推动家居家电产品更新换代，打造“人、车、家”全场景联动的智能产品生态

促进人工智能机器人消费

面向“一老一小”等重点人群，加快养老机器人、陪伴机器人、人工智能生活助手等新型人工智能产品应用示范，提升情感陪伴、健康监测、移位助行、智慧家务等能力



财政支持—加大财政等资金支持力度

消费品以旧换新政策支持

落实好智能产品购新政策，鼓励地方在消费品以旧换新政策框架内，自主制定实施补贴政策，重点支持“人工智能+”行动明确的新一代智能终端等消费



产品供给—人工智能+服务消费

推动人工智能+居家服务

加快普及智能扫拖机器人、智能冰箱、智能厨房设备等产品，提供智能化家庭生活服务，推广智能全屋定制新模式。研究将智能家居及服务应用纳入“好房子”建设指南

加快人工智能+养老服务

开展智能养老服务机器人攻关与应用试点，加快智能产品在家庭场景的应用验证和迭代升级。开展家庭智能化、适老化整体改造，支持购买智能化安全风险防范预警设备



标准建立—健全“人工智能+消费”标准体系

加快制定相关产品标准

编制人工智能终端基础技术、安全可信、互联互通、行业应用等产品标准。完善“人工智能+消费”领域标准化技术组织，推动跨行业跨品牌互联互通

中央政策

《室内空气甲醛治理和检测乱象整治工作方案》发布，专项治理市场乱象

- 6月24日，市场监管总局与住房城乡建设部联合印发《室内空气甲醛治理和检测乱象整治工作方案》，重拳打击伪造数据、虚假报告等违法行为，切断“检测—治理”利益链条，建立全国报告溯源系统，明确未检测达标建筑不得使用，推动家装产业链质量提升与消费教育引导。

6月24日，市场监管总局与住房城乡建设部联合印发《室内空气甲醛治理和检测乱象整治工作方案》，启动针对甲醛检测与治理市场的专项整治工作。

方案目标：此次工作方案基于四项主要措施，重点打击伪造数据、出具虚假报告等违法违规行为，严禁检测机构与治理企业存在利益关联或相互推荐，着力切断“检测—治理”利益链条。同时，方案要求建立全国统一的报告溯源系统，并明确未通过空气质量检测的建筑不得使用

 重拳打击违法行为

斩断造假链条，肃清营销乱象

- ① **加大检测报告造假抽查力度**，加大对伪造数据、篡改结果、出具虚假报告等行为的抽查力度，严重者吊销资质、列入失信名单，涉刑移送司法
- ② **直击虚假营销与欺诈**，全面清理违规信息、严查违法广告，整治不标价与价格欺诈行为，从源头掐断造假获利通道

 推动家装产业链质量提升

从源头控品质，以标准促升级

- ① **质量强链**，攻关关键技术，探索“好家装”评价，建立“家装材料优质名单”引导绿色选材
- ② **监督倒逼**，加大建材家具抽查力度，曝光并整改不合格产品，严防劣质材料流入市场
- ③ **成果转化**，将技术成果纳入行业标准，建立质量信息数据库，以试点探索可复制的治理模式

 深入开展靶向治理

拆解利益捆绑，重塑检测公信

- ① **强制检测与治理业务分离**，瓦解“既当裁判又当运动员”的闭环
- ② **禁用非标方法**，严禁变更采样条件，规范检测操作
- ③ **新房未检测禁止交付**，从源头守住空气质量底线
- ④ **建立检测机构信用评价**，实行守信激励、失信惩戒

 加强消费教育引导

赋能消费者，让信息不对称归零

- ① **知识普及**，编制消费指南、普及除醛常识与机构选择要点，多渠道广泛传播
- ② **工具赋能**，建立检测报告赋码溯源系统，实现“一证一码、全程可查”
- ③ **舆论施压**，弘扬正面典型、曝光违法案件，以公开透明倒逼行业自律

国家标准 新版人造板甲醛释放限量国标于6月1日起正式执行，E0强制时代来袭

- 6月1日，新版人造板甲醛释放限量国标强制执行，行业准入门槛由E1级升至E0级，甲醛限值压缩近六成。此次标准切换无过渡期，将加速落后中小产能出清，推动行业集中度提升，同时抬升消费者健康底线，驱动环保消费升级。

6月1日，新版《室内装饰装修材料 人造板及其制品中甲醛释放限量》（GB 18580-2025）正式强制执行，家居建材行业迎来历史性变革，家居行业成品告别E1级。

核心变化：自6月1日起，国内室内定制柜体、地板、墙板、人造板家具最低准入环保等级统一锁定E0级（ $\leq 0.050\text{mg}/\text{m}^3$ ），原有E1级产品全面禁止生产与流通。

此次标准切换无过渡期、无豁免，全行业即时执行

发展历程：历经二十余载多轮迭代，完成从底线达标到顶格管控的跃迁

2001年

首版国标发布，系统性确立甲醛释放限量要求，搭建E1、E2分级框架，首次划定了行业“红线”，填补了国内甲醛管控的制度空白

2017年

以首版国标为基础进行修订，统一检测方法，将E1级限值固定为 $0.124\text{mg}/\text{m}^3$ ，成为沿用近十年的通用标准

2021年

推荐性标准推出E0、ENF等级，但仅作为品牌差异化营销加分项，市场高低标混用、检测作假等乱象长期滋生

2025年

2025版新国标发布，甲醛限值从 $0.124\text{mg}/\text{m}^3$ 压缩至 $0.050\text{mg}/\text{m}^3$ ，同时实现检测体系的全方位闭环，规范“预处理—封边—检测”全流程，彻底杜绝过去企业通过特殊工艺规避检测的漏洞

2026年

新版《室内装饰装修材料 人造板及其制品中甲醛释放限量》（GB 18580-2025）正式强制执行，E0成为合规产品底线

市场影响：落后产能加速出清，消费者健康底线实质性抬升



供给侧

落后产能加速出清，行业集中度提升

技术与规模优势突出的头部企业有望借机提质升级，而依赖低价竞争的落后中小作坊将逐步被淘汰。据行业普遍推测，未来三个月是中小劣质厂商集中出清的关键窗口期，头部品牌市场份额持续扩容



需求侧

消费者健康底线实质性抬升，长期推动消费升级

室内定制柜体、地板、墙板、人造板家具环保门槛整体提升一倍以上，对敏感人群的保护力度显著增强。消费者从“关注价格”转向“关注品质与环保”，ENF级产品成为有更高需求消费者的主动选择

02 市场表现

BHI指数：根据中国建筑材料流通协会公布数据，5月份全国建材家居景气指数(BHI)为129.68，环比上涨13.6点，同比上涨3.96点；人气指数为213.23点，环比上涨55.67点，同比上涨4.47点；经理人信心指数为155.30，环比下跌20.43点，同比上涨8.17点。

零售总额：2026年1-5月，家用电器和音像器材类商品累计零售额约4197亿元，同比下跌6.9%；家具类商品累计零售额约696亿元，同比下跌3.0%；建筑及装潢材料类商品累计零售额约500亿元，同比下跌8.4%。

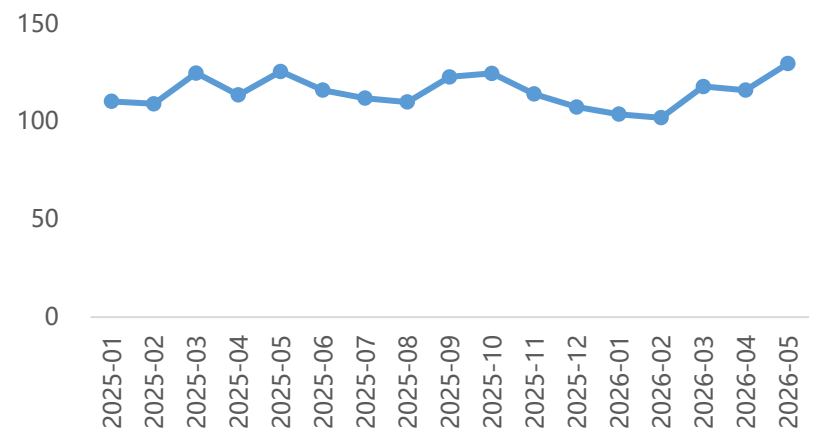
海外出口：根据中国海关总署数据，我国家具及其零件类商品1-5月实现累计出口约1929亿元，同比微跌1.8%；家用电器出口额情况与灯具类形成差异，家用电器出口累计同比微涨1.0%、灯具类累计同比下跌12.6%；传统出口市场普遍承压，亚太疲软、欧洲冷热不均。

BHI指数

5月BHI环比回升，全国建材家居市场温和增长，终端门店客流明显增长

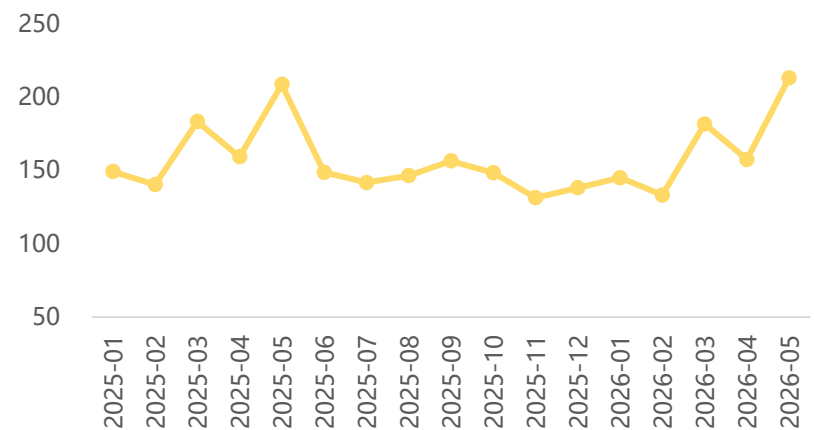
- 根据中国建筑材料流通协会公布数据，5月份全国建材家居景气指数(BHI)为129.68，环比上涨13.6点，同比上涨3.96点；人气指数为213.23点，环比上涨55.67点，同比上涨4.47点；经理人信心指数为155.30，环比下跌20.43点，同比上涨8.17点。

中国建材家居景气指数(BHI)



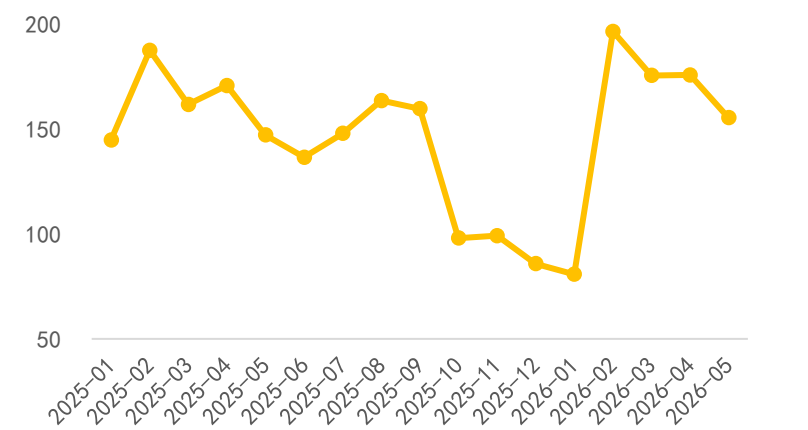
数据来源：中国建筑材料流通协会，贝壳研究院整理

中国建材家居景气指数(BHI):人气指数



数据来源：中国建筑材料流通协会，贝壳研究院整理

中国建材家居景气指数(BHI):经理人信心指数



数据来源：中国建筑材料流通协会，贝壳研究院整理

5月BHI小幅回升，三大核心动力

共同撬动建材家居终端消费

5月全国建材家居市场温和增长，受五一黄金周消费热潮、婚庆装修旺季刚需释放、及各地家居以旧换新补贴5月集中落地等推动，BHI指数小幅回升

5月人气指数大幅回升，终端门店

客流明显增长

5月人气分项指数表现强劲，受五一小长假消费热潮、以旧换新补贴落地及卖场促销活动共同驱动，居民到店消费意愿提升，终端门店客流明显增长

5月经理人信心指数短期回落，

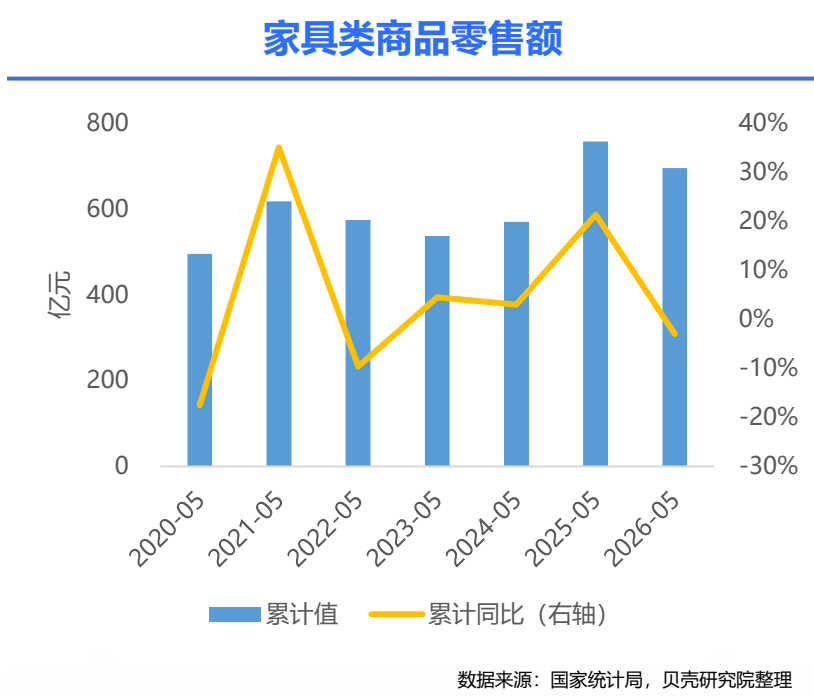
中长期市场仍然看好

5月经理人信心指数短期回落，但其绝对值仍位于较高景气区间，反映出行业从业者对中长期市场复苏、存量改造赛道增长仍然看好

零售总额

家电、家具及建材类商品累计零售额同比均跌，居民消费观念愈发理性审慎

- 2026年1-5月，家用电器和音像器材类商品累计零售额约4197亿元，同比下跌6.9%；家具类商品累计零售额约696亿元，同比下跌3.0%；建筑及装潢材料类商品累计零售额约500亿元，同比下跌8.4%。



5月累计同比下跌，消费观念愈发趋于理性审慎

主要方面，受到2025年同期基数偏高的影响；另一方面，经过一年多的政策激励，消费者对国补的态度从兴奋抢购转向理性审慎

5月累计同比微跌，居民大宗消费信心仍较为不足

主要方面，受到2025年同期基数偏高的影响；另一方面，房地产市场仍较为低迷、居民大宗消费信心仍然偏弱

5月累计同比下跌，居民主动消费意愿仍较为低迷

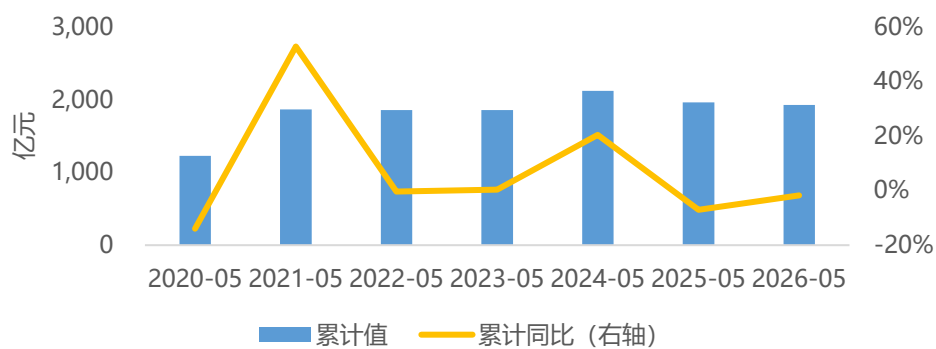
主要方面，2025年政策脉冲推高对比基数，同期基数偏高；另一方面，当前消费者主动消费意愿仍较为低迷，缺乏“主动换新”的消费意愿

海外出口

我国家具及其零件类商品出口同比微跌，传统出口市场普遍承压

- 根据中国海关总署数据，我国家具及其零件类商品1-5月实现累计出口约1929亿元，同比微跌1.8%；家用电器出口额情况与灯具类形成差异对比，家用电器出口累计同比微涨1.0%、灯具类累计同比下跌12.6%；传统出口市场普遍承压，亚太疲软、欧洲冷热不均。

家具及其零件类1-5月出口额情况 (2020-2026)

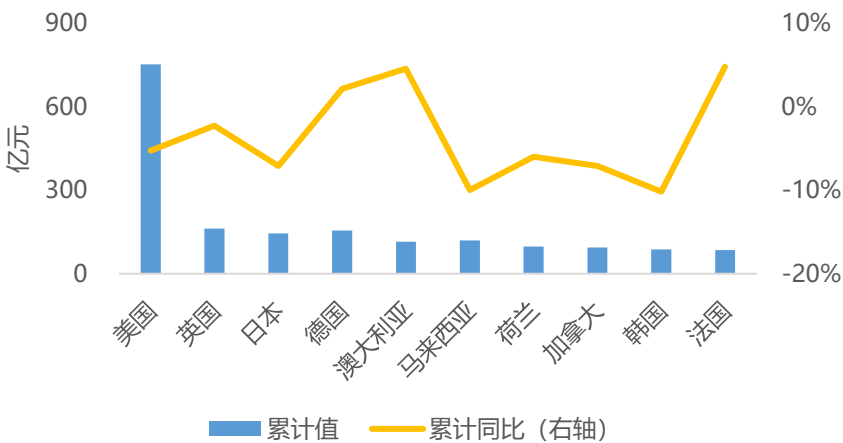


数据来源：中国海关总署，贝壳研究院整理

家具及其零件类5月累计出口额同比微跌，中国家具产业链在全球范围展现韧性

今年1至5月，中国海外家具市场出口额稳定，在“美国市场需求疲软+关税压力+高基数”三重因素叠加下，仍展现一定韧性

2026年1-5月中国家具出口目的国TOP10



数据来源：中国海关总署，贝壳研究院整理

家用电器、灯具类1-5月出口额情况 (2020-2026)



数据来源：中国海关总署，贝壳研究院整理

家用电器类5月累计出口额同比微涨、灯具类同比下跌，不同品类差异显著

源于产品刚需属性差异与对美依赖度分化：家电的“高温刚需+订单回流”有效对冲关税压力，而灯具因“高对美依赖+高基数+价格内卷”延续跌势

传统出口目的国普遍承压，亚太集体较为疲软、欧洲冷热不均

家具出口多元化布局紧迫性提升。美国关税高企、家具进口需求连续11个月下滑；亚太地区房地产疲软、消费降级、订单转移至越南/东南亚本地化生产；澳大利亚、法国等新兴增长值得关注

03 行业追踪

战略转型：由单品类向全案转型已逐渐成为全屋定制头部企业应对存量市场的核心战略，企业角色将由装企供应链逐渐转向全案服务商。索菲亚、欧派、梦天木作等头部企业已率先布局，其中索菲亚已有超半数经销商完成全案转型，经营指标均有提升。

模式创新：存量翻新时代下，头部家居企业纷纷探索新模式破局。顾家推出“无忧焕新 2.0”，以五大核心升级将焕新从单次交易升级为全流程服务闭环；欧派联合晓房科技落地中介大家居创新模式，打通买房到拎包入住全链路，构建各方共赢的存量市场新范式。

市场细分：家居行业加速探索科技化与场景化新路径。红星美凯龙联手极佳视界进军家用机器人领域，打造具身智能线下场景；海尔全屋家居推出“有屋系列”电竞房解决方案，以场景化定制精准切入 Z 世代年轻消费市场，开辟增长新赛道。

IPO：傲雷科技申报创业板、裕富照明冲刺北交所，两家企业海外营收占比均超 9 成，募资分别投向研发扩产与海外建厂。依托产业政策扶持与出口稳定增长，在国内低端灯具工厂陷入低价内卷的环境下具备自研专利、国际认证、跨境私域渠道的企业穿越行业周期。

创投企业：豌豆智能获君联资本独家天使轮融资，致力于打造全周期睡眠管理体系；法吉朵获联尚德胜资本数千万元 A 轮融资，通过 C 端与 B 端双品牌合力驱动全屋智能解决方案。AI 智能家居赛道已成为当下行业最为关注的投资热点。

收并购：*ST 帅电拟收购杭州惠嘉信息科技，以此扭转退市困境；*ST 亚振收购广西铝业 51% 股权，实现全年合规营收达 4.85 亿元，于 7 月 1 日撤销退市风险警示。在行业深度调整的背景下，部分企业依靠单主业经营已难以为继，“跨界保壳”成为企业摘帽新路径。

上市企业：本月多家家居建材上市企业正式发布 2025 年度分红实施公告，全屋定制赛道因其高客单价、高毛利、品牌效应强等特点，分红水平较高，索菲亚位居榜首；建材、卖场类企业分红水平保持稳健；卫浴、陶瓷类企业受地产集采与成本影响，分红差异显著。

战略转型 全屋定制企业增长新曲线，由单品向全案转型，直营先行、赋能经销商跟进

- 由单品类向全案转型已逐渐成为全屋定制头部企业应对存量市场的核心战略，企业角色将由装企供应链逐渐转向全案服务商。索菲亚、欧派、梦天木作等头部企业已率先布局，其中索菲亚已有超半数经销商完成全案转型，经营指标均有提升。

据近期索菲亚家居投资者关系活动回应：

全案模式当前进展—全案作为公司应对存量市场的核心战略，从供应链、门店、运营、资金等多维度为经销商提供赋能，**直营渠道作为先行者已全面推行全案**，验证了模式的可行性。目前，**已有超过半数的经销商完成全案转型**，客单价与存量房业务占比等**经营指标均有提升**。对于**尚在过渡期的经销商**，公司**给予一定的带教期**，保障平衡过渡，持续提升渠道效率与终端覆盖率

全案转型核心优势

切入改善客群消费入口，由装企供应链转向全案服务商

全屋定制头部企业以出色的定制化木作产品为核心，通过补齐全案交付能力，充分释放中高端改善客群流量变现能力，企业角色将从装企供应链逐渐转变为全案服务商

打破品类天花板，提升整体经营业绩表现

打破定制化木作产品单品类销售模式，从“卖单品”转向“卖方案”，将单品价值升维为空间价值，有效带动企业客单价、转化率、现金流等方面的全面改善升级

拉高行业准入门槛，降低经销商风险

全案交付复杂度的提升将会拉高企业对经销商在设计力、交付链条及获客能力等方面的要求，抗风险能力较弱的经销商将加速出局，经销商体系逐渐被重塑

全屋定制企业全案转型案例

SOGAL 索菲亚
衣柜 | 整家定制

举行全案战略暨新品发布，从整家定制向全案定制转型

一次设计、全局统筹服务模式

- ◆ 设计前置统筹、定装一体化，实现风格统一、水电精准预留及柜电融合

推行中国定制家5A标准

- ◆ 以5A好产品、5A好设计、5A好服务，覆盖全案定制全流程

OPOLIA 欧铂丽
家居定制

实现全品类、全案设计、定装一体整合

全案设计一体化美学

- ◆ 聚焦十大空间，专业团队统筹规划，实现场景与软硬装一体化，风格统一

定装一体精准落地

- ◆ 打通定装一体全链路，实现效果图1:1还原，解决定制装修脱节问题

梦天木作 门墙柜一体化全案定制，向空间解决方案转型

产品力赋能

- ◆ 开辟产品专栏，深度解读设计理念、技术与场景，推动产品内容落地

全案展馆运营

- ◆ 以全案展馆呈现多系列门墙柜一体化产品，适配多元家装需求

模式创新 存量翻新成为兵家必争之地，顾家、欧派创新性引领家居行业新范式

- 存量翻新时代下，头部家居企业纷纷探索新模式破局。顾家推出“无忧焕新 2.0”，以五大核心升级将焕新从单次交易升级为全流程服务闭环；欧派联合晓房科技落地中介大家居创新模式，打通买房到拎包入住全链路，构建各方共赢的存量市场新范式。

顾家无忧焕新2.0模式发布，基于五大升级破解家居焕新难题
6月9日，顾家家居开展“顾家健康舒适好睡眠·无忧焕新2.0升级发布会”，宣布无忧焕新2.0全面升级。

- 无忧焕新2.0模式：**基于五大核心升级，将“焕新”从单次商品交易升级为全流程服务闭环，覆盖消费决策、产品选择、履约配送、旧品回收、售后保障全链路，全方位解决消费者焕新过程中的各类痛点，在服务体验与用户信任的高维空间构建竞争壁垒

顾家无忧焕新2.0五大核心升级

- 体验升级**，小程序一站式估价、领券、回收，实现拉旧送新同步，一站式闭环
- 覆盖升级**，卧室门店拉旧服务 100% 全覆盖，打破城乡壁垒，实现服务平权
- 补贴升级**，旧物抵扣+最高 5000 元专属券双重补贴，降低焕新门槛，激发需求
- 服务升级**，三大承诺引领行业—180天无理由退换、质保期只换不修、7天快交
- 产品升级**，除日常新品外，打造智能刚需、中产改善、老年适老等专属产品，从卖产品转向定制睡眠解决方案

欧派家居×晓房科技强强联合，落地欧派中介大家居创新模式
6月29日，欧派家居集团&晓房科技战略合作签约盛典暨昆明100套精装样板房发布会在昆明举行，欧派中介大家居创新模式正式落地。

- 欧派中介大家居创新模式：**打通买房、定制家装、拎包入住全链路，构建欧派-中介-装修服务商黄金铁三角，深度解决业主装修痛点、实现房产保值与增值、赋能中介渠道伙伴，以标准化整装赋能存量房源，为存量市场转型提供可复制的规模化解决方案

欧派中介大家居创新模式核心价值

- 针对业主装修痛点**，欧派通过标准化服务承诺、集采降本、模块化施工与数字化管控四大抓手，从源头规避装修行业乱象
- 针对房屋资产价值**，通过品牌化精装改造，重塑老旧房屋的空间质感与居住价值，有效缩短房源成交周期，实现房产资产的保值与增值
- 针对中介渠道伙伴赋能**，欧派以房产改造为切入点，助力合作伙伴新增整装、定制等多元收益渠道，推动服务从单一房源撮合向全周期居住资产运营升级，开辟全新增长曲线

市场细分

新型消费加速推进，红星美凯龙进军具身智能、海尔推出电竞房系列

- 家居行业加速探索科技化与场景化新路径。红星美凯龙联手极佳视界进军家用机器人领域，打造具身智能线下场景；海尔全屋家居推出 "有屋系列" 电竞房解决方案，以场景化定制精准切入 Z 世代年轻消费市场，开辟增长新赛道。

红星美凯龙携手“独角兽”极佳视界，进军家用机器人领域

- ◆ **内容概要：**6月24日，红星美凯龙与国内首个世界模型独角兽极佳视界达成战略合作，将**联合打造具身智能家居解决方案**，在商场内落地首个试点场景，共同探索家用机器人市场潜力。
- ◆ **事件解读：**根据协议，红星美凯龙将依托线下渠道、潮电荟店态、高净值客群及全屋整装优势，**打造集业务试验、推广体验、智能训练于一体的综合场景**；极佳视界则负责**提供物理AI与人形机器人产品**，为商场注入全新科技体验。

海尔推出电竞房解决方案，以场景化定制直击年轻用户消费需求

- ◆ **内容概要：**6月30日，海尔全屋家居公众号发布内容称，海尔全屋家居正式推出 "有屋系列" 电竞房解决方案，**精准切入年轻化、场景化家居细分市场**。
- ◆ **事件解读：**海尔 "有屋系列" 电竞房集游戏、潮玩、社交于一体，依托海尔家电生态实现**柜电一体与智能场景衔接**。当下，Z世代已成为家装消费主力，品牌此举旨在**以场景化定制直击年轻用户消费需求**，构建核心竞争力、开辟全新增长赛道。



行业解读：红星美凯龙牵手AI独角兽，以技术驱动开辟具身智能家居新赛道；海尔锚定电竞人群，以用户需求驱动打造垂直场景方案。家居行业增长引擎正从规模化铺量转向精准化破圈，新型消费细分赛道逐渐进入卡位期。

IPO

照明行业IPO热度攀升，傲雷科技、裕富照明IPO申请获受理

- 傲雷科技申报创业板、裕富照明冲刺北交所，两家企业海外营收占比均超 9 成，募资分别投向研发扩产与海外建厂。依托产业政策扶持与出口稳定增长，在国内低端灯具工厂陷入低价内卷的环境下具备自研专利、国际认证、跨境私域渠道的企业穿越行业周期，细分照明龙头资本化进程加速。

傲雷科技创业板IPO获受理，拟募资12.25亿元用于研发扩产

- ◆ **内容概要：**6月9日，傲雷科技创业板 IPO 申请获深交所受理，拟募资 12.25 亿元。据招股书披露，公司 2025 年营收 16.65 亿元、归母净利润 8423.2 万元，**境外收入占比达 98.6%**。
- ◆ **事件解读：**傲雷科技为国家级高新技术企业，主营**高端消费级移动照明产品**研发、设计、生产与销售，销售模式采用“**亚马逊+品牌官网**”**双轮驱动**的跨境电商销售模式。本次募资将主要投向**研发、生产基地**等项目。

裕富照明北交所IPO获受理，拟募资4.43亿元用于加速海外布局

- ◆ **内容概要：**6月25日，裕富照明北交所 IPO 申报材料正式受理，拟募集资金 4.43 亿元。据招股书披露，公司 2025 年营收 4.98 亿元、归母净利润 7675.8 万元，**境外收入占比达 92.5%**。
- ◆ **事件解读：**裕富照明主营**工业、商业及特种 LED 照明产品**，以**ODM 模式**外销于**欧美、大洋洲市场**。本次募资将分别用于**深圳基地技术改造、研发中心搭建与越南生产基地投建**，加速推进海外产能布局。

 **行业解读：**近期照明企业 IPO 申报热度攀升，受益于**高端制造、跨境出海、绿色 LED**等产业政策扶持，**专精特新企业上市流程更为顺畅**；叠加**海外出口增长确定性突出**，细分龙头可依托技术与渠道壁垒，有效穿越行业低价内卷周期。

创投企业

AI智能家居领域持续受到资本追捧，豌豆智能、法吉朵获早期融资

- 豌豆智能获君联资本独家天使轮融资，致力于打造全周期睡眠管理体系；法吉朵获联尚德胜资本数千万元 A 轮融资，通过C端与B端双品牌合力驱动全屋智能解决方案。AI智能家居赛道已成为当下行业最为关注的投资热点。

AI睡眠与健康科技公司“豌豆智能”完成独家天使轮融资

- ◆ **内容概要：**近日，专注 AI 睡眠与健康赛道的豌豆智能官宣完成天使轮融资，**君联资本**成为本轮独家投资方；**多维资本**全程深度孵化，同时担任公司长期独家财务顾问。
- ◆ **事件解读：**豌豆智能聚焦 AI 睡眠健康，以无感采集、AI 分析、闭环干预技术为用户打造**个性化全周期睡眠健康管理体系**。据悉，本轮融资将用于算法迭代、产品升级、市场及团队建设，**完善硬件、数据与服务一体的睡眠生态**。

AI智能家居品牌“法吉朵”完成独家A轮融资

- ◆ **内容概要：**6月24日，AI 智能家居品牌法吉朵官宣完成数千万元 A 轮融资，本轮融资由**联尚德胜资本**独家投资。
- ◆ **事件解读：**法吉朵于 2017 年成立，主营智能家居系统、AI 硬件与软件，产品涵盖安防、家电智控及家用机器人。公司旗下拥有**C端品牌“法吉朵”及B端品牌“星联智控”**，形成双轮驱动格局，发力 **AI 全屋智能解决方案**。本轮融资将用于投入新品研发、产线升级与渠道拓展，增强系统集成实力，**规模化落地 AI 家居方案**。



行业解读：近期，AI智能家居领域投资热度不断。AI 大模型与边缘计算技术成熟推动从单品智能向全屋智能跃迁，以旧换新等政策补贴加速催化需求释放，叠加家庭入口价值与数据复利效应，AI智能家居赛道已成为当下行业最为关注的投资热点。

收并购

“跨界保壳”进行时，*ST帅电拟收购电力资产、*ST亚振收购矿业保壳成功

- *ST帅电拟斥资 4.5-5 亿元收购杭州惠嘉信息科技，试图扭转退市困境；*ST亚振通过收购广西锆业 51% 股权，实现全年合规营收达 4.85 亿元，于 7月1日撤销退市风险警示。在行业深度调整的背景下，部分企业依靠单主业经营已难以为继，“跨界保壳”成为企业摘帽新路径。

*ST帅电拟跨界收购电力企业，押注重组保壳

- ◆ **内容概要：**6月25日，主营集成灶的*ST帅电（帅丰电器）发布公告，拟以4.5亿至5亿元**现金收购杭州惠嘉信息科技100%股权**，布局电力成套及输配电设备领域。
- ◆ **事件解读：**近年，帅丰电器**业绩持续走弱**。2025年，公司实现营业收入约2.27亿元，同比下降47.21%，归母净利润亏损5642.12万元。此次重大资产重组不涉及发行股份，**旨在扭转公司因2025年大幅亏损而被实施退市风险警示的困境**。

*ST亚振跨界收购矿业企业，保壳成功

- ◆ **内容概要：**6月29日，*ST亚振发布公告称，已收到上交所关于撤销公司股票退市风险警示的批复。公司股票将于6月30日停牌 1 天，7月1日起**复牌并撤销ST标识**。
- ◆ **事件解读：**2025年8月，亚振家居收购广西锆业 51% 股权并将公司正式纳入合并报表范围，该公司 2025 年四季度贡献 3.02 亿元营收（**总营收占比 54.39%**），助力企业实现全年合规营收达 4.85 亿元，成为**保壳摘帽的核心因素**。

 **行业解读：**受行业深度调整影响，近 8 成上市建材家居企业营收同比回落，近 3 成陷入亏损，业内企业被实施退市风险警示事件频发。部分企业依靠单主业经营已难以为继，“跨界保壳”成为企业摘帽新路径。未来双主业能否实现稳定协同发展、原有主业经营能否有所改善，成为行业后续重要关注点。

上市企业

全屋定制企业分红派发水平较高，部分卫浴、陶瓷企业相对保守

- 本月多家家居建材上市企业正式发布2025年度分红实施公告，全屋定制赛道因其高客单价、高毛利、品牌效应强等特点，分红水平较高，其中索菲亚以每10股派发8元位居榜首；建材、卖场类企业分红派发水平保持稳健；卫浴、陶瓷类企业受地产集采与成本波动影响，分红派发差异显著。

各细分赛道分红派发情况

- 全屋定制类

全屋定制赛道整体分红派发水平较高，索菲亚延续其高分红传统，每10股派发8元，位居榜首；志邦家居每10股派发4元，我乐家居每10股派发2.5元，尚品宅配每10股派发2元
- 建材、卖场类

富森美与兔宝宝作为龙头企业，分红派发水平保持稳健，每10股分别派发3.1元、3.12元。三棵树每10股派发0.68元并转增2股；梦天家居与大亚圣象每10股分别派发2元、1.9元
- 卫浴、陶瓷类

企业分红差异尤为显著，其中建霖家居与马可波罗每10股分别派发4.5元、3元，表现抢眼；箭牌家居与蒙娜丽莎分红派发每10股均不足1元，相对保守

2025年度行业分红派发特征

- ① 具备稳定经营能力的头部企业，更倾向通过高分红提振投资者信心。索菲亚、建霖家居、志邦家居等企业因其充裕的经营性现金流叠加低负债水平，股息率高于行业平均
- ② 赛道分化显著，上游企业较为承压。全屋定制赛道因其高客单价、高毛利、品牌效应强等特点，可支撑索菲亚等企业进行高分红派发；而陶瓷、卫浴赛道受地产集采与成本波动影响，利润相对承压，需滞留更多资金用于日常经营，导致部分企业分红收缩

表：部分家装家居行业上市企业2025年度分红方案

企业名称	类别	2025年度分红方案
富森美	家居卖场	每10股，派发3.1元，无送转
三棵树	装饰建材	每10股，派发0.68元，以资本公积金每10股转增2股
兔宝宝		每10股，派发3.12元，无送转
索菲亚	全屋定制	每10股，派发8元，无送转
我乐家居		每10股，派发2.5元，无送转
尚品宅配		每10股，派发2元（回购账户股份不参与分红）
志邦家居		每10股，派发4元（回购账户股份不参与分红）
梦天家居	定制家居	每10股，派发2元，无送转
大亚圣象	地板/木门	每10股，派发1.9元，无送转
箭牌家居	卫浴陶瓷	每10股，派发0.4元，无送转
东鹏控股		每10股，派发2.5元（剔除回购股份），无送转
建霖家居	卫浴/厨卫	每10股，派发4.5元，无送转
马可波罗	建筑陶瓷	每10股，派发3元，无送转
蒙娜丽莎		每10股，派发0.8元，无送转



中国室内装饰协会
CHINA NATIONAL INTERIOR DECORATION ASSOCIATION



SD° 圣都整装
贝壳直营百亿装企



联系方式：

