



2026年8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》修改决定公布，装修正式纳入法定提取范围。
- 商务部等9部门印发县域消费意见，鼓励绿色建材、家居优质品牌下乡。

地方政策：

- 北京、上海、成都楼市新政集中落地，疏通置换链条激发家装家居需求。

国家标准：

- 家电安全技术规范新国标8月1日落地，百余项配套标准同步实施。
- 电子坐便器首个独立CCC认证规则发布，智能卫浴监管举措不断细化。

02 市场表现

BHI指数：7月BHI淡季回落，人气指数同环比均跌，购买力指数逆势上涨。

零售总额：家电、家具及建材类商品累计零售额全面下滑，终端需求偏弱。

海外出口：我国家具及其零件类商品出口同比由降转平，家电创新高、灯具类承压显著。

03 行业追踪

市场细分：定制家居企业营收集体下滑，传统增长逻辑失效，本轮洗牌加速出清。

战略合作：金牌联手拓元智慧、爱琴海携手百佳联盟，存量时代跨界协同提速。

组织变动：好莱客、东易日盛等行业企业高管集中变动，“投行化”趋势显现。

行业舆情：爱空间、积木家突发经营危机，整装预收款模式风险集中暴露。

企业出海：松霖科技增资越南基地，华新建材拟7.8亿美元收购菲律宾水泥企业。

创投企业：AI原生智能住宅与家庭机器人受热捧，具身智能赛道融资持续高温。

2026年8月

01 政策动态

中央政策：

- 8月18日，国务院总理李强签署国务院令 第844号，公布《国务院关于修改〈住房公积金管理条例〉的决定》，自9月20日起施行。自住住房装修、物业费首次纳入法定提取情形，提取审批缩短至3日内，为家装家居存量焕新市场打开确定性政策空间。
- 8月13日，商务部等9部门联合印发《关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》，提出四个方面18条举措，鼓励绿色建材、家居产品下乡，支持连锁家居品牌向县域下沉，完善县域商贸流通体系，下沉市场被视作家居行业重要增长极。

地方政策：

- 8月，北京、上海、成都密集出台楼市优化政策：北京缩短非京籍购房社保年限、落地装修提取；上海推出“沪八条”、实施最高8万元“以旧换新”购房补贴；成都给予公积金贷款利息20%补贴。政策抢在“金九银十”前落地，为家装家居行业需求释放提供上游支撑。

国家标准：

- 8月1日起，《家用和类似用途电器、体育用品的电气部分及电玩具 安全技术规范》（GB 44246—2024）强制性国标及《家用和类似用途电器的安全》系列（GB/T4706）百余项推荐性国家标准正式实施，覆盖空调、洗衣机、冰箱等主流家电，筑牢家电产品安全底线。
- 8月1日，国家认监委发布2026年第13号公告，出台《强制性产品认证实施规则 电子坐便器（试行）》（CNCA-C07-20:2026），10月1日起实施。此为电子坐便器首次拥有独立编号的CCC认证实施规则，标志该品类监管迈入精细化新阶段。

中央政策

《住房公积金管理条例》修改决定公布，装修正式纳入法定提取范围

- 8月18日，国务院总理李强签署国务院令844号，公布《国务院关于修改〈住房公积金管理条例〉的决定》，自9月20日起施行。自住住房装修、物业费首次纳入法定提取情形，提取审批缩短至3日内，为家装家居存量焕新市场打开确定性政策空间。

《国务院关于修改〈住房公积金管理条例〉的决定》四大修改要点

1

拓宽提取使用范围

提取情形由6类增至9类，新增“装修自住住房”“支付自住住房物业费”及“国务院批准的其他住房消费情形”兜底条款；租房提取不再设置房租占家庭工资收入比例的门槛限制

2

扩大制度覆盖面

个体工商户、非全日制从业人员及其他灵活就业人员（全国规模超2亿人）可自愿缴存公积金并享受相应政策支持

3

提升管理服务效能

提取审批时限缩短至3日内，贷款审批由15日缩短至10日内；缴存记录全国互信互认，转移接续、异地贷款便捷办理

4

强化风险防控

公积金信用记录纳入全国信用信息共享平台；骗提行为3年内、骗贷行为5年内不得提取或贷款；增值收益可用于公租房建设筹集运维与房屋全生命周期安全管理

对家装家居行业的推动作用：打通“公积金提取—装修消费—家居升级”传导链条

公积金缴存余额——10.93万亿元

《全国住房公积金2024年年度报告》显示，截至2024年末，全国住房公积金缴存余额10.93万亿元

装修首次纳入法定提取情形

普通家装、旧房翻新、局部改造首次获得法定提取依据（此前公积金仅支持“大修”自住住房）

多地已先行探路

据不完全统计，全国目前已有至少21城出台公积金装修提取政策，未来将有更多一线城市纳入装修提取

中央政策

商务部等9部门印发县域消费意见，鼓励绿色建材、家居优质品牌下乡

- 8月13日，商务部等9部门联合印发《关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》，提出四个方面18条举措，鼓励绿色建材、家居产品下乡，支持连锁家居品牌向县域下沉，完善县域商贸流通体系，下沉市场被视作家居行业重要增长极。

主要内容：该文件是继县域商业建设行动之后，国家层面针对下沉市场出台的系统性、集成式政策文件。政策鼓励绿色建材与家居下乡、支持连锁品牌下沉，与行业“渠道下沉+存量焕新”的转型主线形成共振。

渠道与服务升级—县域商业更新+服务能力升级

支持县域消费渠道升级

加快县域存量商业设施更新改造，深化“千集万店”改造提升工程，完善县域商贸流通体系，推动县城购物中心、乡镇商贸中心、村级便民商店三级网络提质

提升县域服务能力

健全县域物流配送、售后服务、安装维修等配套体系，补齐家居建材等大件商品“最后一公里”服务短板，改善家居产品县域交付与履约体验

政策力度—国家层面系统性部署

国家层面系统性部署下沉市场

《意见》由商务部等9部门8月13日联合印发，国新办同日举行发布会解读，是继县域商业建设行动后针对下沉市场的系统性、集成式政策文件

品牌供给与消费环境—品牌下乡+环境优化

丰富县域品牌供给

鼓励绿色建材、家居产品下乡，支持连锁家居品牌向县域市场下沉，引导优质品牌、优质服务进入县域消费场景，推动县域消费供给从“有没有”向“好不好”升级

营造良好消费环境

加强县域市场监管与消费维权，规范促销与价格行为，配合财政补贴、消费金融等工具，提升县域居民消费的便利度与安全感

行业机遇—下沉市场重要增长极

家居行业的重要增长极

县域与乡镇市场正是轻量店态、会客厅等轻量化渠道模式瞄准的增量空间，政策与行业“渠道下沉+存量焕新”主线形成共振

地方政策

北京、上海、成都楼市新政集中落地，疏通置换链条激发家装家居需求

- 8月，北京、上海、成都密集出台楼市优化政策：北京缩短非京籍购房社保年限、落地装修提取；上海推出“沪八条”、实施最高8万元“以旧换新”购房补贴；成都给予公积金贷款利息20%补贴。政策抢在“金九银十”前落地，为家装家居行业需求释放提供上游支撑。

北京 3方面7项措施	上海 “沪八条” 5方面8项	成都 4方面10条措施
京建发〔2026〕400号，8月8日起施行 限购再松绑：非京籍家庭五环内购房社保/个税年限由2年降至1年，全市统一为1年；五环内限购1套（多子女家庭可增购1套），五环外不限套数 完善赠与政策：父母将名下住房赠与成年子女不再核验购房资格，便利家庭内部房产调整与置换 公积金大幅提额：双缴存家庭首套最高240万元、二套200万元；叠加绿色建筑、多子女、城六区外购房等上浮后最高340万元，创历史新高；贷款结清即可再申请，支持存量房“带押过户” 装修提取落地：凭合规装修增值税发票按票面金额50%提取，单套上限25万元	六部门8月20日印发，8月21日起施行 信贷降门槛：首套商贷首付统一15%；二套外环外由20%降至15%（宝山、嘉定按外环外执行），外环内25% 公积金提效：提取支付首付范围扩至新建现房；购房提取频次由5年一次放宽至每自然年一次；可提取公积金支付契税及车位、储藏室购置费用 “以旧换新”补贴：按新房贷款总额1%补贴、单套最高5万元；出售外环内存量住房再叠加3万元，最高8万元（执行至2027年3月底） 盘活存量：推行房票安置；中心城区收购二手住房用作保障性租赁住房	四部门8月25日印发，即日起施行 公积金加码：2026年底前购新房申请公积金贷款首付最低15%，并给予一年期20%利息补贴（单户最高2.5万元）；绿建一星级以上新房贷款额度上浮20% 补贴促消费：鼓励区（市）县对团购购房、购置车位、“以旧换新”等发放补贴或消费券 畅通置换：支持市场主体收购二手房用作保租房，市、区财政补贴群众“卖旧买新”；支持“拆旧建好”盘活存量 创新安置：房票安置适用范围从住宅拓展至商业、办公类物业；搭建一站式住房消费服务平台

疏通置换链条，激发家装家居需求

政策合力：换房补贴、带押过户、公积金提额降低置换成本，与《住房公积金管理条例》装修提取（9月20日施行）叠加，形成“促交易+促装修”的组合支持	市场基础：上海2026年上半年二手房成交创近五年同期新高；京沪“卖一买一”置换链条畅通、成交量有望保持高位，存量翻新占比持续提升	双端释放：一单置换撬动两端家装消费——新购住房带来增量装修需求；售出的二手老旧房源进入下家后普遍触发翻新、局改需求
---	--	---

国家标准

家电安全技术规范新国标8月1日落地，百余项配套标准同步实施

- 8月1日起，《家用和类似用途电器、体育用品的电气部分及电玩具 安全技术规范》（GB 44246—2024）强制性国标及《家用和类似用途电器的安全》系列（GB/T4706）百余项推荐性国家标准正式实施，覆盖空调、洗衣机、冰箱等主流家电，筑牢家电产品安全底线。

《家用和类似用途电器、体育用品的电气部分及电玩具安全技术规范》（GB44246—2024）

《家用和类似用途电器的安全》系列（GB/T4706）

◆ 标准明确家电产品基本安全准则，对**输入功率、电流、电源布线、耐热耐燃、机械强度、辐射、毒性**等关键指标设立严苛要求，从设计、生产源头规避电气、机械、化学安全风险，保障使用者人身及财产安全

◆ 该系列标准在通用安全框架基础上，结合各类家电的产品结构与使用场景，针对不同品类设置差异化专项技术要求，覆盖**空调、洗衣机、冰箱、电热水器、电风扇、空气净化器**等主流家电

标准定位

◆ GB 44246—2024是家电领域的**通用基础强制性标准**，对家用电器、体育用品的电气部分及电玩具的安全技术要求作出统一规范，是**相关产品进入市场的安全底线**，与百余项GB/T 4706系列**配套标准**共同构成完整的**家电安全技术标准体系**

实施安排

◆ GB 44246—2024于2024年发布、**2026年8月1日起实施**，企业拥有充足过渡期完成产品切换与认证更新；百余项配套推荐性国标**同步实施**

产业意义

◆ 家电安全强标的更新换代，恰逢以旧换新政策推动家电产品大规模进入家庭之际，标准的**"安全托底"作用**更显重要。有助于引导家电行业健康有序发展，提升产品质量安全水平，保护消费者人身财产安全

行业内企业影响

◆ 对美的、海尔、格力等**头部企业**而言，标准切换主要体现为**认证与检测流程更新**，影响可控；对**中小品牌与代工企业**而言，耐热耐燃、布线、毒性等指标的收紧意味着**合规成本上升**，落后产能与低质产品将**加速退出**，行业**集中度有望进一步提升**

国家标准

电子坐便器首个独立CCC认证规则发布，智能卫浴监管举措不断细化

- 8月1日，国家认监委发布2026年第13号公告，出台《强制性产品认证实施规则 电子坐便器（试行）》（CNCA-C07-20：2026），10月1日起实施。此为电子坐便器首次拥有独立编号的CCC认证实施规则，标志该品类监管迈入精细化新阶段。

监管进程：从依附通用规则到品类独立认证，监管颗粒度持续细化

此前，电子坐便器依附于通用CCC认证规则，缺乏品类专属的独立实施规则，认证单元划分与检测要求针对性不足，监管颗粒度较粗

8月1日，国家认监委发布2026年第13号公告，修订出台《强制性产品认证实施规则 电子坐便器（试行）》（CNCA-C07-20：2026）

同月，广东、浙江、福建等地公布产品质量监督抽查结果，多批智能坐便器被检出不合格，质量抽查与认证规则升级同步推进，监管合力正在形成

10月1日起，新规则将正式实施，电子坐便器首次拥有独立编号的CCC认证实施规则，相关认证活动按新规则执行

认证门槛抬升，恒洁、玫瑰岛、华艺等拟入围广东制造业单项冠军的头部合规企业优势凸显，杂牌加速出清

市场影响：合规门槛抬升加速杂牌出清，消费信任成本降低

合规门槛抬升，中小杂牌加速出清

独立CCC规则明确认证单元划分、型式试验、工厂检查与获证后监督等全流程要求，缺乏研发与品控能力的中小企业合规成本上升，低价低质产品将加速退出市场，行业集中度有望进一步提升

认证标识成为选购参考，推动品质竞争

对消费者而言，CCC独立认证为智能坐便器选购提供清晰的安全与质量参照，终端市场信任成本随之降低，有利于头部合规企业扩大市场份额，推动行业从低价内卷转向品质竞争

行业启示

电子坐便器是卫浴行业智能化升级的核心品类与竞争主战场。独立CCC规则的落地，一方面抬高了产品合规门槛，缺乏研发与品控能力的中小杂牌将加速出清；另一方面为头部合规企业提供了更清晰的竞争赛道，有利于行业从低价内卷转向品质竞争。对消费者而言，认证标识将成为选购智能坐便器的重要参考，终端市场的信任成本随之降低。

02 市场表现

BHI指数：中国建筑材料流通协会数据显示，7月全国建材家居景气指数（BHI）为110.31，环比下跌3.03点，同比下跌1.71点；人气指数为127.89，环比下跌21.67点，同比下跌13.96点；购买力指数为81.90，环比上涨10.67点，同比上涨7.93点。

零售总额：据国家统计局数据，2026年1-7月，家用电器和音像器材类累计零售额6372亿元，同比下跌6.6%；家具类累计零售额1004亿元，同比下跌4.5%；建筑及装潢材料类累计零售额690亿元，同比下降9.5%。三大品类集体下行，终端需求偏弱。

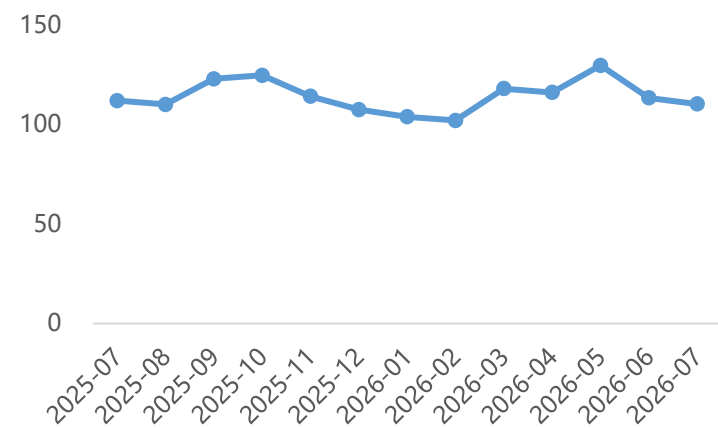
海外出口：据中国海关总署数据，我国家具及其零件1-7月累计出口约2713.6亿元，同比由降转平；家用电器累计出口4213.0亿元，同比增长2.3%；灯具照明装置累计出口1456.8亿元，同比下降10.6%。出口目的国分化显著，美国、日本出口下滑，德国、澳大利亚出口回暖。

BHI指数

7月BHI淡季回落，人气指数同环比均跌，购买力指数逆势上涨

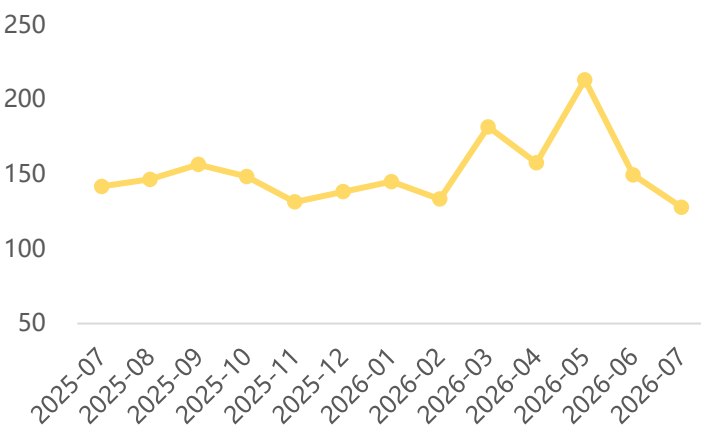
- 中国建筑材料流通协会数据显示，7月全国建材家居景气指数（BHI）为110.31，环比下跌3.03点，同比下跌1.71点；人气指数为127.89，环比下跌21.67点，同比下跌13.96点；购买力指数为81.90，环比上涨10.67点，同比上涨7.93点。

中国建材家居景气指数(BHI)



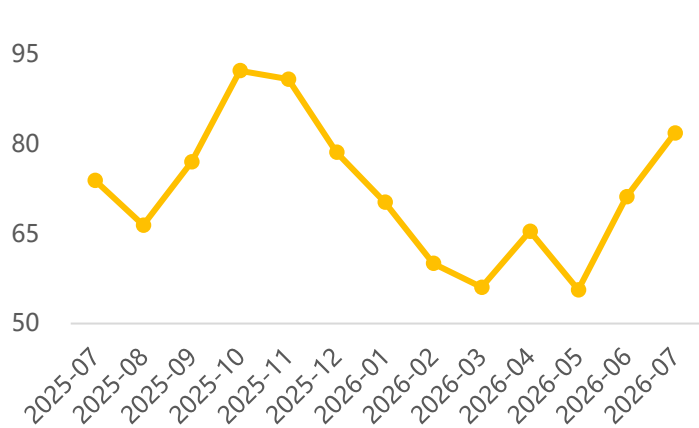
数据来源：中国建筑材料流通协会，贝壳研究院整理

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):购买力指数



数据来源：中国建筑材料流通协会，贝壳研究院整理

7月BHI淡季阶段性回落，预计8月下旬有望企稳回升

受高温多雨、台风等季节性气候与行业传统淡季影响，7月BHI出现阶段性小幅回落。预计8月下旬，极端天气消退、“金九银十”备货开启，叠加各地消费以旧换新政策落地，BHI有望企稳回升

7月人气指数大幅回落，终端门店客流明显萎缩

7月人气指数大幅回落，是导致BHI下行的最主要因素。高温酷暑与极端降水天气直接抑制消费者线下到店意愿，叠加前期集中促销效应减弱，线下自然到店客流明显萎缩

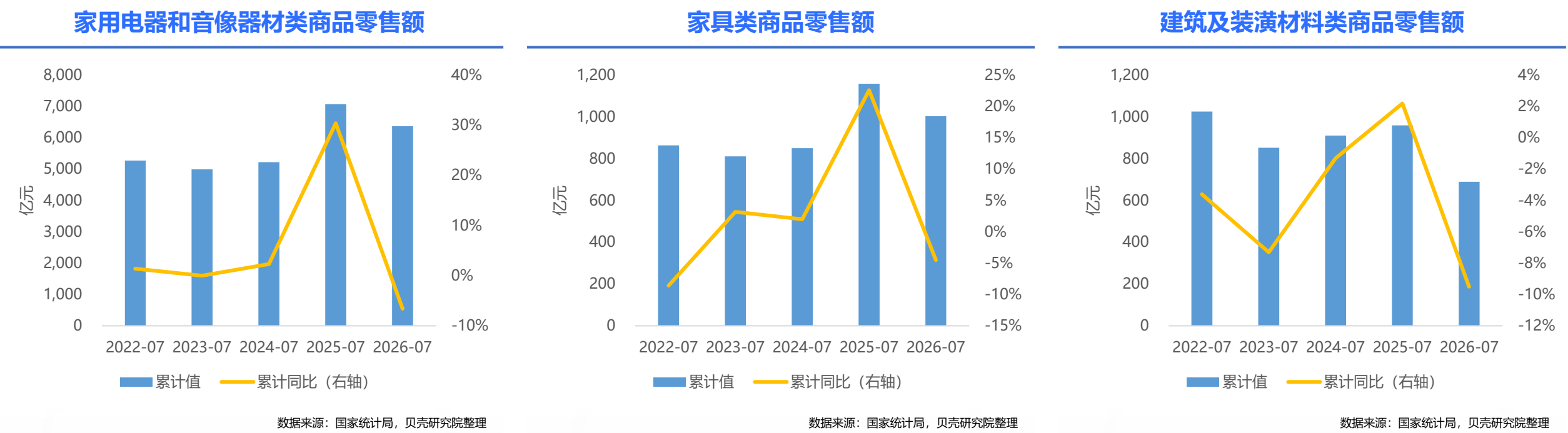
7月购买力指数逆势上涨，存量家装刚性需求稳步释放

7月购买力指数不跌反涨，“看少买多”特征显著。线下到店人流虽然减少，但有明确装修、旧房改造、局部焕新需求的意向客户占比提升，存量家装刚性需求稳步释放

零售总额

家电、家具及建材类商品累计零售额全面下滑，终端需求偏弱

- 据国家统计局数据，2026年1-7月，家用电器和音像器材类累计零售额6372亿元，同比下跌6.6%；家具类累计零售额1004亿元，同比下跌4.5%；建筑及装潢材料类累计零售额690亿元，同比下降9.5%。三大品类集体下行，终端需求偏弱。



7月累计同比下跌6.6%，
国补高基数效应显现

一方面，在2025年同期国补拉动下，家电零售基数偏高（2025年1-7月同比+30.4%）；另一方面，2026年以旧换新补贴品类由12类缩减至6类，政策退坡后家电零售回归常态通道

7月累计同比下跌4.5%，
终端需求仍然偏弱

一方面，家具消费与新房交付、二手房翻新节奏高度相关，地产销售仍处调整期；另一方面，终端卖场客流不足，家具零售由去年同期22.6%的高增长转为负增长

7月累计同比下跌9.5%，
三大品类中跌幅最深

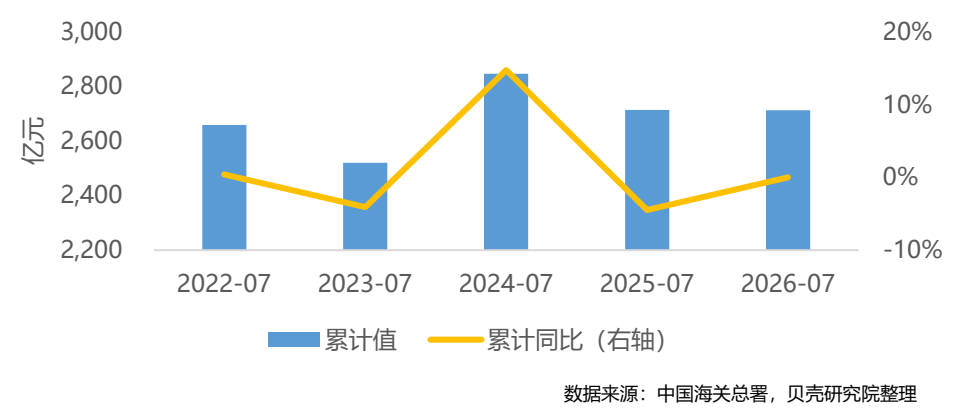
一方面，装修需求收缩直接压制建材零售表现；另一方面，整装渠道、小区团购、线上渠道等分流线下卖场，建筑及装潢材料类成为三大品类中跌幅最深的品类

海外出口

我国家具及其零件类商品出口同比由降转平，家电创新高、灯具类承压显著

- 据中国海关总署数据，我国家具及其零件1-7月累计出口约2713.6亿元，同比由降转平；家用电器累计出口4213.0亿元，同比增长2.3%；灯具照明装置累计出口1456.8亿元，同比下降10.6%。出口目的国分化显著，美国、日本出口下滑，德国、澳大利亚出口回暖。

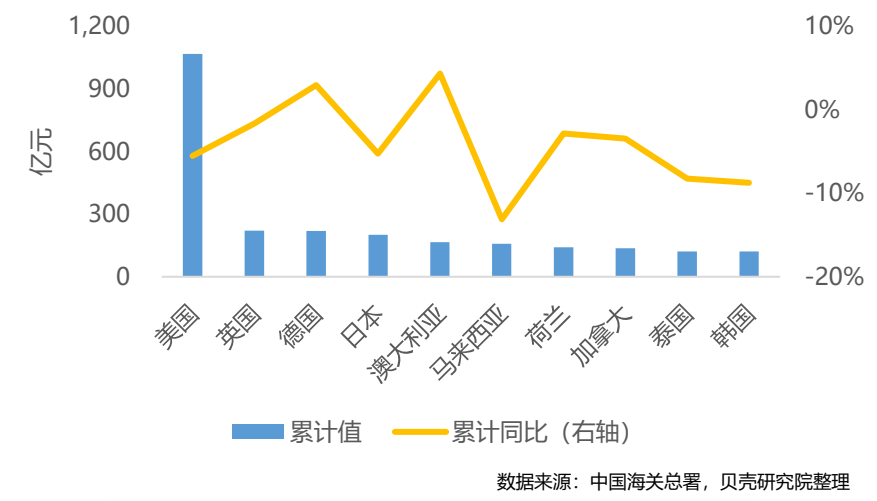
家具及其零件类1-7月出口额情况 (2022-2026)



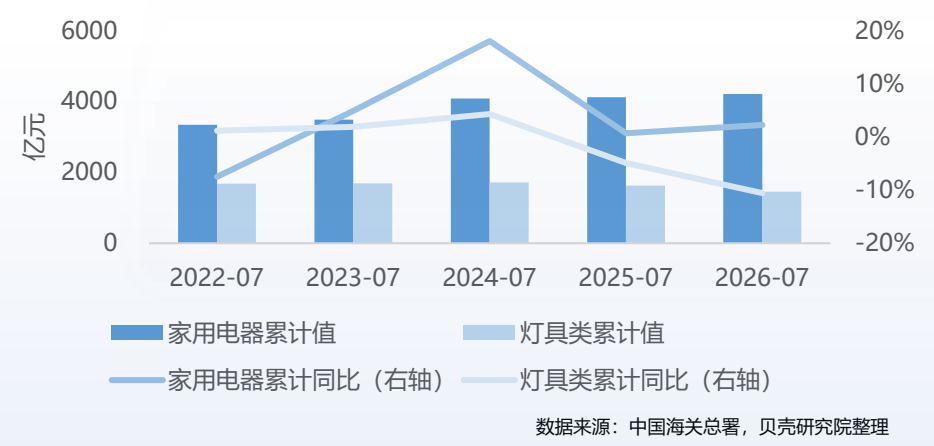
家具及其零件类累计出口额同比持平，总量韧性犹在

今年1至7月，中国家具及其零件累计出口2713.6亿元，同比由降转平，在“美国关税壁垒加码+高基数”双重压力下仍展现总量韧性

2026年1-7月中国家具出口目的国TOP10



家用电器、灯具类1-7月出口额情况 (2022-2026)



家用电器类出口额持续创新高、灯具类同比持续下滑，品类分化严重

家电出口延续2023年以来回升态势，1-7月累计4213.0亿元，同比增长2.3%；灯具受“高对美依赖+高基数+价格内卷”影响延续跌势，1-7月累计1456.8亿元、同比下降10.6%

出口目的国分化显著，美国、马来西亚下滑，德国、澳大利亚回暖

今年1至7月，我国家具对美累计出口1069.7亿元，同比下降5.5%，出口额仍居首位；德国、澳大利亚分别增长3.0%、4.4%；日本、马来西亚、泰国、韩国分别下滑5.2%、13.1%、8.2%、8.7%，美国贸易壁垒加码下多元化布局紧迫性提升

03 行业追踪

市场细分：随着2026年半年报披露收官，十余家定制家居企业营收同比全部下滑，降幅普遍超20%，志邦上市以来首亏。地产下行叠加价格战，传统增长逻辑失效。存量焕新、整装渠道、数字化与出海，成为企业转型的三条重要路径。

战略合作：金牌家居联手拓元智慧，启动第三增长曲线、向产业AI科技公司转型；爱琴海集团携手百佳联盟，推动80家传统家居卖场转型综合商业购物中心。以智能制造与存量渠道为锚点，勾勒存量时代的协同破局路径。

组织变动：多家上市及头部家装家居企业披露核心高管变动：好莱客启动董事会换届，东易日盛聘任保荐代表人就任董秘。整体变动呈现关键岗位集中、“投行化”趋势显现两大特征。

行业舆情：爱空间集团公告北京子公司暂停整装零售新单、门店休整，集中处置存量项目与债权债务；同期积木家出现区域履约承压。整装赛道风险集中暴露，预收款模式下属地子公司现金流脆弱性持续凸显，银行第三方资金存管愈发受到行业重视。

企业出海：家居建材企业海外产能布局动作密集：松霖科技拟对越南全资子公司追加投资9700万美元；华新建材拟以约7.8亿美元收购菲律宾水泥企业。从产品出海到产能出海，家居建材企业东南亚布局进入深耕期。

创投企业：AI原生智能住宅企业栖息地宣布完成7亿元A轮融资，由常州新北区科创基金领投；家庭具身智能机器人企业破壳机器人完成上亿美元级Pre-A轮融资。家庭陪伴、睡眠科技等智能家居相关场景持续成为资本关注热点。

市场细分

定制家居企业营收集体下滑，传统增长逻辑失效，本轮洗牌加速出清

- 随着2026年半年报披露收官，十余家定制家居企业营收同比全部下滑，降幅普遍超20%，志邦上市以来首亏。地产下行叠加价格战，传统增长逻辑失效。存量焕新、整装渠道、数字化与出海，成为企业转型的三条重要路径。

定制家居板块内企业财务指标全景（按归母净利润排序）

	归母(亿)	营收同比	毛利率同比	归母同比
欧派家居	4.42	-27.8%	-0.4pp	-56.6%
顶固集创	1.06	-36.2%	-2.9pp	+1678%
索菲亚	0.62	-25.8%	-2.5pp	-80.6%
我乐家居	0.50	-15.9%	-0.2pp	-45.8%
梦天家居	0.31	-7.9%	-2.2pp	-10.7%
皮阿诺	-0.04	-29.0%	-4.0pp	+66.9%
好莱客	-0.34	-28.0%	-5.7pp	-239.4%
江山欧派	-0.93	-49.8%	-1.1pp	-1017%
金牌家居	-1.27	-19.4%	-8.9pp	-299.9%
志邦家居	-1.57	-22.9%	-9.2pp	-214.1%
尚品宅配	-2.33	-24.2%	-10.2pp	-188.4%

数据来源：企业2026年半年度财报，贝壳研究院整理

地产下行叠加价格战，传统增长逻辑失效

- ◆ **地产下行**：地产调整压制终端需求，2026 上半年地产总量收缩、分化筑底，新房萎缩压缩家具行业增量
- ◆ **价格战**：行业价格竞争激化，降价促销挤压毛利率。尚品宅配受直营高成本拖累出现亏损，下行周期重资产模式的抗风险能力不及经销商模式
- ◆ **传统增长逻辑失效**：定制家居行业过去十年依靠的“新房交付 + 经销商扩张”的双轮增长模式已然失效

存量焕新、整装渠道、数字化与出海，成为企业转型的三条重要路径

- ◆ **存量焕新**：索菲亚发力社区旧改与下沉市场；金牌探索社区轻门店；欧派明确需求重心向旧房翻新、局部改造转移
- ◆ **整装渠道**：一季度整装占行业营收近半数，成为核心流量入口。欧派加码整装实现业务同比增长，定制企业联合装企向一体化方案商转型
- ◆ **数字化与出海**：尚品宅配 AI 设计工厂、品牌抖音直播加速落地；欧派提出全球化升级，由产品出口转向技术、品牌、资本输出

行业解读：2026年下半年是定制家居行业的重要分水岭。立足存量焕新、整装渠道、数字化与出海转型建立差异化壁垒的企业，有望率先脱离行业底部；转型动作迟缓、资金链承压的企业，或将在本轮洗牌中加速出清。行业黄金增长期已成过去，“剩者为王”的竞争时代正式到来。

战略合作

金牌联手拓元智慧、爱琴海携手百佳联盟，存量时代跨界协同提速

- 金牌家居联手拓元智慧，启动第三增长曲线、向产业AI科技公司转型；爱琴海集团携手百佳联盟，推动80家传统家居卖场转型综合商业购物中心。以智能制造与存量渠道为锚点，勾勒存量时代的协同破局路径。

金牌家居×拓元智慧：启动第三增长曲线，向产业AI科技公司转型

爱琴海×百佳联盟：推动80家传统家居卖场转型综合商业购物中心

- ◆ **内容概要：**近日，金牌家居与拓元智慧正式签署战略合作协议，围绕家庭场景AI应用展开深度协同，共同推动家庭服务机器人走进真实家庭，双方共同启动“千套家庭机器人落地计划”
- ◆ **事件解读：**金牌在“整家定制”与“飞流AI平台”的基础上启动第三增长曲线，研发居家清洁、康养陪护等场景的家庭机器人，构建“家庭大脑”空间调度中枢，为定制家居行业提供了“数据资产化”的转型样本

- ◆ **内容概要：**8月8日，上海爱琴海商业集团与区域家居卖场百佳联盟战略合作签约仪式在上海举办，双方将聚焦存量商业升级赛道，合力推动80家传统家居卖场迭代转型为综合商业购物中心
- ◆ **事件解读：**传统家居卖场正面临客流下滑与业态单一的双重挤压。爱琴海与百佳联盟的合作，本质是把家居卖场的存量物业与商业运营商的资管能力对接，“家居卖场购物中心化”成为存量商业改造的一条可复制路径

 **行业解读：**两起合作分处产业链两端，却指向同一逻辑——存量时代，单一能力边界正在被打破，企业选择向上嫁接AI与数据能力（金牌×拓元）或向外嫁接商业运营能力（卖场×商管公司）。对家居企业而言，跨界协同的关键在于能否将对方的能力沉淀为自己的新增长曲线。

组织变动

好莱客、东易日盛等行业企业高管集中变动，“投行化”趋势显现

- 多家上市及头部家装家居企业披露核心高管变动：好莱客启动董事会换届，东易日盛聘任保荐代表人就任董秘。整体变动呈现关键岗位集中、“投行化”趋势显现两大特征。

好莱客：董事会换届启动，加强财务治理与合规风控

- ◆ **内容概要：**8月3日，好莱客发布公告，正式启动董事会换届工作。本次换届共提名两名非独立董事与两名独立董事。非独立董事方面，沈汉标、郭黎明获提名，继续参与公司经营决策。独立董事方面，袁英红获得续聘提名，同时新增庄学敏为独立董事候选人
- ◆ **事件解读：**好莱客此次换届正值业绩深度承压期——上半年营收同比下降27.99%，归母净利润亏损3433.83万元。在董事会结构中增补会计学教授出任独立董事，强化财务与审计专业力量，释放出公司在亏损周期中加强财务治理与合规风控的信号

东易日盛：关键岗位密集补位，高管团队“投行化”

- ◆ **内容概要：**东易日盛近期一日内连聘副总裁周金与董秘裴英杰，其中裴英杰为保荐代表人出身，上半年公司董监高变更已达8人次；据8月28日公司公告，持股5%以上股东被司法拍卖的180万股已完成过户登记，剩余被冻结的120万股解除冻结
- ◆ **事件解读：**密集人事调整与业务重构同步推进——公司从家装主业向“家装+算力”双轨转型，新增算力业务成功创收盈利，帮助企业大幅缩减亏损幅度。高管团队的投行背景补强，正是为资本运作与业务转型提供组织保障



行业解读：本轮高管变动潮呈现两大特征：一是关键岗位集中，变动涉及董事长、总经理、董事会秘书、副总裁等核心职位，反映出企业在行业调整期对管理团队与治理结构的优化意图；二是“投行化”趋势显现，具备保荐、投行背景的专业人士进入家居企业核心层，折射出行业进入资本运作密集期。

行业舆情

爱空间、积木家突发经营危机，业务停摆，整装预收款模式风险集中暴露

- 爱空间集团公告北京子公司暂停整装零售新单、门店休整，集中处置存量项目与债权债务；同期积木家出现区域履约承压。整装赛道风险集中暴露，预收款模式下属地子公司现金流脆弱性持续凸显，银行第三方资金存管愈发受到行业重视。

爱空间：北京子公司暂停整装零售新单

- ◆ **内容概要：**8月16日，爱空间集团公告称，北京子公司出现资金周转困难、人员欠薪及供应链款项滞后等问题，部分在工地无法正常推进。集团决定全面暂停整装零售新单、门店休整，集中处置存量项目、核算债权债务
- ◆ **事件解读：**增量时代跑通的标准化套餐模式，在存量翻新时代遭遇现实挑战：老房改造非标工况增多，获客、展厅、施工三重成本持续挤压利润；预收款模式下，新增订单一旦放缓，属地子公司极易爆发现金流危机

积木家：区域履约承压

- ◆ **内容概要：**在爱空间事件前后，互联网家装品牌积木家出现区域履约承压，多个门店均已暂停营业。为集中力量保障已签约业主权益，积木家将暂停新订单承接，所有人力、财力、物力资源全部向存量在建项目倾斜，按实际情况分批推动交付
- ◆ **事件解读：**许多整装企业重前端营销与供应链搭建，后端工地交付管控能力跟不上扩张速度，成为风险爆发的核心诱因。整装属地化经营的资金隔离缺位，单一区域经营波动容易演化为系统性履约危机



行业解读：风险事件频发之际，家装资金监管探索再度受到行业关注。在存量装修市场政策红利释放的同时，标准缺失、资金监管缺位、低价内卷等结构性矛盾同步暴露，“先收费后施工”的预收款模式正在接受存量时代的重新检视，资金存管已成为行业重建消费信任的基础设施。

企业出海 松霖科技增资越南基地，华新建材拟以约7.8亿美元收购菲律宾水泥企业

- 家居建材企业海外产能布局动作密集：松霖科技拟对越南全资子公司追加投资9700万美元；华新建材拟以约7.8亿美元收购菲律宾水泥企业。从产品出海到产能出海，家居建材企业东南亚布局进入深耕期。

松霖科技：拟对越南子公司追加投资9700万美元

- ◆ **内容概要：**近日，松霖科技拟对越南全资子公司追加投资9700万美元，以满足未来生产经营需求。公司上半年实现营业收入16.41亿元、同比增长43.96%，归母净利润1.55亿元、同比增长66.18%，其增长主要受益于越南生产基地产能投放与新项目推进
- ◆ **事件解读：**松霖的增资与业绩形成呼应——越南基地已成为其对美出口产能的重要支点。在美国对华贸易壁垒持续抬升的背景下，“中国研发+东南亚制造+全球销售”的产能布局，从可选动作变为出口型卫浴企业的必答题

华新建材：拟以约7.8亿美元分两阶段收购菲律宾水泥企业

- ◆ **内容概要：**8月2日，华新建材拟通过全资子公司分两阶段收购菲律宾水泥企业股权，总价约7.8亿美元。标的公司在菲律宾吕宋岛、棉兰老岛核心区域布局四家水泥熟料一体化工厂和一家水泥粉磨站，熟料年产能520万吨、水泥年产能900万吨
- ◆ **事件解读：**华新建材的收购代表了建材出海的另一条路径——通过并购直接获取海外成熟产能、渠道与品牌资源，快速完成本地化布局。建材龙头正以并购方式加速切入东南亚市场，产品出海与资本出海并行

 **行业解读：**国内家居建材企业布局东南亚步伐明显加快，收购、增资、投产等动作密集落地。行业出海正从“试水”进入“深耕”阶段，从产品出海到产能出海、从独立运作到跨界协同，“走出去”的本地化能力成为穿越关税周期的核心竞争力。

创投企业

AI原生智能住宅与家庭机器人受热捧，具身智能赛道融资持续高温

- AI原生智能住宅企业栖息地宣布完成7亿元A轮融资，由常州新北区科创基金领投；家庭具身智能机器人企业破壳机器人完成上亿美元级Pre-A轮融资。家庭陪伴、睡眠科技等智能家居相关场景持续成为资本关注热点。

栖息地：再获7亿元A轮融资，押注AI原生智能住宅

- ◆ **内容概要：**8月20日，AI原生智能住宅企业栖息地正式宣布完成7亿元A轮融资，由常州新北区科创基金领投。资金将重点用于在常州投资建设智能住宅全球总部及研发中心、具身智能实验室，以及研发生产级AI设计与交付系统，加速AI原生智能住宅的深度研发与生态化平台增长
- ◆ **事件解读：**地方政府科创基金领投、总投资10亿元的全球总部项目此前已签约落地常州，显示“AI+住宅”正成为地方产业资本的布局方向，家装交付的智能化改造获得资本实质性背书

破壳机器人：完成上亿美元级Pre-A轮融资

- ◆ **内容概要：**8月3日，家庭场景具身智能机器人企业破壳机器人宣布完成上亿美元级Pre-A轮融资，由顺为资本与经纬创投共同领投，九坤创投、钧山资本、SEE Fund等参投，云启资本、小米战投、弘晖基金等老股东加注。公司成立于2026年4月，同月即完成数千万美元天使轮融资
- ◆ **事件解读：**家庭场景正成为具身智能落地的优先方向。AI与机器人技术向家庭场景渗透，将从中长期重塑家居产品的形态与家居企业的竞争边界



行业解读：自今年以来，具身智能产业链投资持续高温，1-8月赛道已发生近600起融资事件，广东、上海、北京三地领跑。家庭陪伴、睡眠科技等家居相关场景成为热点，家居场景的“数据土壤+入口价值”正在被资本重新定价。



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



联系方式：

