

改革永远在路上

——中国建筑材料科学研究总院发展纪实

作为中国建材集团的“中央研究院”，中国建筑材料科学研究总院（以下简称中国建材总院）承载了“科技强国”的磅礴事业，见证了“改革开放”的伟大成就，追逐着国家“民族复兴”的光荣梦想。这家新中国第一个建材科研机构，自1950年建院以来，传承着“创建者”的血脉，紧跟改革浪潮，历经几度调整，始终不忘“国家发展建材工业”的初心梦想，凭着一股逢山开路、遇水架桥的改革闯劲，一股滴水穿石的追梦韧劲，紧跟国家改革开放的时代步伐，演绎国家大型科研院所“迎难而上、阔步转型”的改革追梦故事，为国民经济、国防建设和国家建材工业的发展做出了突出贡献，被誉为“中国建材科技的摇篮和发源地”。

探索我国转制院所发展的“第三种模式”

在国家推行科技体制改革的道路上，中国建材总院一直勇立改革潮头。1985年3月，中共中央颁布了《关于科技体制改革的决定》，标志着中国科技体制改革正式启动。中国建材院主动作为，开始从事“四技”活动，通过承包责任制形式，将十几年积累下来的技术成果推向市场，在短时期内即起到了良好的激励作用，也使一部分人先富裕了起来，成为总院改革的第一步，也促使中国建材总院成为最早将科研成果与生产实际紧密结合的科研院所之一。

进入20世纪90年代，中国建材总院着手加强顶层设计，规划、筹备、兴办科技产业，启动第二步科技体制改革。连续“两步走”的改革为建材院人积累了宝贵的改革经验，为后面的全面科技体制改革奠定了良好基础。

1999年，中国建材总院和原国家经贸委管理的10个国家局所属的242个科研机构一起，站在了时代变革的转折路口，成为首批进行改革的探索先锋。

“不破不立、破而后立”。中国建材总院以壮士断腕的坚定决心“适应改革、把握改革、深化改革”，毅然走上了探索“科技实业”的改革道路。

“战略、体制、人才”，中国建材总院准确把握一个转制科技企业成功所应具备的核心要素，紧紧围绕“发展高科技，实现产业化”这一科技企业命脉，实施战略性结构调整，以最大限度激活科技生产力。同时发扬“二次创业”精神，在经历了6年的梳理和探索后，逐步建立起一套适合科技型企业的现代化运行机制和产学研相结合的科研开发创新体系，为转制之后的跨越式发展铺路架桥。

2004年，中国建材总院再次率先满足国家进一步改革发展需求，与中国建材集团实施战略重组，成为首家进入大型企业集团的中国建材总院。2006年，中国建材总院整合中国建材集团所属的12家科研设计单位，组建成立“中国建筑材料科学研究总院”。这样的两次重组，不同于科研院所转制发展的两种传统模式，既不是科研院所直接转制为企业独立经营，也不是科研院所直接进入企业集团成为其研发中心。总院的改革发展模式符合“以企业为主体，产学研相结合形成技术创新体系”的发展潮流，被上级领导称为“转制院所改革发展的‘第三种模式’”。

在“第三种模式”的探索实践中，中国建材总院明确了“631”发展战略，大力实施资源整合，形成“科研开发、科技产业和检验认证”的“三大业务板块”，建设具有国际竞争力的世界一流科技企业，成功指引了总院自重组后10余年的跨越发展，为今后的大步前进奠定了坚实的基础，走出了一条中央科研院所全面转型、持续发展的新路子。

倾力打造“国际一流研发平台”

“我们有厚重的历史，但面对国际化进程的加速，作为一家行业领先的科研



由中国建材总院主办的第14届国际水泥化学大会(ICCC)在北京召开

机构，打造国际一流研发平台，是国家发展建材事业的需要，也是我们建材总院的时代责任。”这是中国建材总院长、时任第14届国际水泥化学大会主席姚燕践行“科技强国”的心声和梦想。

2015年，拥有近百年历史的国际水泥学术界“奥林匹克”大会——ICCC (International Congress on the Chemistry of Cement) 首次在我国举行。这场由中国建材总院主办并承办的盛会，吸引了国际水泥界近50个国家和地区的700余名外国专家学者共赴北京，与来自国内的600余名专家学者、行业代表一道，共商“低碳水泥与绿色发展”的新蓝图。这场辗转20余年、申办5次才最终赢得主办权的国际盛会，成功向国际水泥界展示了中国水泥的科技水平，也向世界显示了中国腾飞发展的实力，彻底扭转了国际水泥界认为“中国水泥只有技术，没有科学”的长期误解。

中国建材总院向世人展示的国际科技形象来源于强有力的科技实力。2006年，中国建材总院成功申请3亿元的国有资本金，建设了国际一流的实验室研发基地，面对国家、行业、集团发展的战略需求，针对绿色建材科学的国际前沿问题，以及我国国民经济建设中所面临的急需解决的建材绿色化等应用基础理论问题，吸引了一批国内外顶尖科技带头人，开展基础和应用基础研究。

2012年，绿色建筑材料国家重点实验室顺利通过科技部验收。目前，中国建材总院以该重点实验室为核心，构建了8个国家和行业重点实验室、8个国家和行业工程技术研究中心、8家科技中介机构、35个国家和行业质量监督检验机构、7个国家标准化技术委员会，以及12个各类学术组织和行业协会的科技创新体系，研究领域涵盖水泥、混凝土与新型建筑材料、玻璃与特种玻璃、陶瓷、耐火材料与新材料等建材行业主流领域，业务贯穿基础理论研究、技术开发与服务、标准制定与检验认证、实验仪器与生产装备制造、工程设计与总承包全过程。

绿色建材国家重点实验室已成为总院高科技人才培养的主要平台，展示国家、行业科技实力的重要窗口。国务院国资委副主任黄丹华称赞“绿色建筑材料国家重点实验室水平很高，走在了央企的前面”。原国资委主任李荣融称赞“建材集团与建材院重组10年了，成绩辉煌，打下了坚实的基础，国际一流研发平台初步建成”。

如今，凭借雄厚的科研实力，中国建材总院全面战略布局“十三五”，累计获批“十三五”国家重点研发计划项目8项（课题36项），以及多项军品配套研发项目，实现省部级以上在研项目达229项，获批国拨经费达4.19亿元。

面对我国大力建设科技强国的战略机遇期，中国建材总院正在厉兵秣马，积极备战国家“十四五”重点研发计划项目的布局，力争通过中国建材总院69年的技术积淀，积极发挥自身科研优势，整合行业研究队伍，最大限度地争取国家科研项目的支持，并研发出高水平成果，为建材行业科技创新与产业提升贡献力量。

演绎科技与资本深度融合的传奇

2006年8月23日，深圳证券交易所，我国首家耐火材料企业成功上市，股票简称“瑞泰科技”。

2016年11月9日，我国首家集检验与认证一体化的国有控股公司成功登陆上海主板市场发行上市，股票简称“国检集团”。

10年间，中国建材总院在中国建材集团的战略指引下，不断打破传统、运筹帷幄，成功打造两家上市公司，不仅是中国建材总院成功演绎科技与资本深度融合的传奇故事，更是建材行业实施产学研结合、打造建材科技强国途途中的两个典范。

瑞泰科技能成功上市离不开独特的科技资源背景，尤其是在国家级研究机构十分稀少的耐火材料领域，瑞泰科技成为了中国建材总院实施科技成果与资本融合的最佳选择。总院将陶瓷耐火材料研究所中耐火材料专业的研发力量部分剥离，对耐火材料专业的科技资源，按照上市公司的要求进行了资产、资源、机构和人才重组，形成了集科研、生产、销售于一体的规范经营的现代企业。2001年，联合5家企业共同发起设立了瑞泰科技股份有限公司。2006年，成功上市，开创了我国耐火材料行业科技成果产业化的运作模式，完成了耐火材料行业的联合重组和产业布局，目前已发展成为国内规模最大、品种最齐全的耐火材料综合服务商之一，成为总院探索“研究—开发—制造—工程”于一体的全链条转型模式的典型案例。

“资源重组，科技为魂”成就了瑞泰科技，也同样成就了国检集团的成功上市。就在“瑞泰科技”上市的前一年，也就是2005年，中国建材检验认证中心



依托于中国建筑材料科学研究总院的绿色建筑材料国家重点实验室，是国家科技部2007年正式批准的首批企业国家级重点实验室

(简称CTC)刚刚成立。它整合了总院旗下二十多个国家、行业的检验认证资源，得到了时任国资委副主任王瑞祥的高度肯定和鼓励，认为“该中心为我国建材事业的发展、建筑材料的检验认证，提供了一个科学的、公正的、权威的平台，对推动我国建材事业及整个基本建设事业的发展，都具有非常重要的深远意义。”

“检验认证很特殊，它属于第三方高技术服务业，与传统的生产型企业不同，是推动建材工业服务化转型的重要实施路径，也是未来国家和社会发展最为重要的一个行业。”中国建材总院在坚持多年的改革道路上，一直葆有高度的时代敏锐性，对检验认证行业的未来充满了把握。CTC的成立同时也预示着挑战。由于我国的检验认证行业发展起步晚、数量多、分布散，只有走规模化、资本化道路，才能在未来的发展中抢占一席之地。自此，CTC摒弃传统的检验认证机构“滚雪球”式的发展模式，开启了“分步整合改制、规模化发展”的改革新路，历经7年的集团内外部战略重组，踏步步机制改革，终于成为我国首家集检验与认证一体化的国有控股上市公司，发展为我国建材及建筑行业规模最大、业务最齐全的第三方检验认证机构。

既做技术创新的领跑者，又做科技产业化的先行者。中国建材总院在产研之间搭起的桥梁不仅创造了更多的经济效益，也使科技成果更好地造福社会，不再尘封于象牙塔中。

新常态下迸发改革发展新动力

对建材行业来说，在当中国经济发展新常态下，未来几年我国建材行业将面临产能过剩、产业转型整合的挑战。与此同时，“中国2025”“科技强国”“一带一路”等一系列国家战略的实施，也使新形势下建材新兴产业的发展迎来了机遇。

面对机遇与挑战，中国建材总院深刻认识到实施创新驱动发展战略、转变发展方式、进行产业结构升级调整，将是建材行业再次腾飞的有效途径，并为持续推动建材行业适应新常态的转型升级做好了全面准备。

在深化改革的基础上，总院紧跟“一带一路”倡议推进的发展机遇，与欧洲水泥研究院签署战略合作协议，成立了“亚洲水泥与混凝土研究院”(Asian-Cement&Concrete Research Academy)，并

于2016年10月在阿拉木图成功设立中亚分院，进一步拓宽国际科技合作渠道，努力成为向国际市场提供关键技术、关键装备、关键材料和高端产品的主要贡献者，不断提升国际交流的话语权则成为了总院人积极努力的方向。在提升国际学术影响力的同时，中国建材总院积极开拓国际市场，推进国际业务，旗下企业、科研院所的业务分布于欧洲、南北美洲、亚洲、非洲的35个国家和地

欧派家居一季度工程渠道营收超5亿元

日前，在欧派家居投资者交流会上，该公司透露，一季度公司工程渠道实现营业收入5.08亿元，同比增长82.08%，延续了去年的高增长态势。

据介绍，2018年工程单占公司营业收入的比重达到12%，2019年目标是占比达到14%左右，工程单的净利润率在10%左右。公司在工程单合作的开发商会上会严格甄选，选择财务状况和业务发展前景都十分稳健的合作伙伴。

此外，公司自去年开始布局的整装大家居成效显著。截至2018年底，公司新开整装大家居店108家，取得了近1亿元的销售业绩。2019年，公司计划新开大家居店300家左右，目标收入6亿元。

区，服务以欧洲企业为主的境外企业130余家。

2016年，总院做实、全面梳理管理职能，纵深推进做实发展，围绕“科研开发、检验认证、科技产业、工程设计与承包”四大业务板块，全面构建“大总院、大服务、大资源、大数据”的发展体系，在经营管理、科技创新、科技产业、国际交流、人才培养等方面取得了稳中有进的良好业绩。

2017年，总院改制为有限公司，进一步深化体制机制改革，不断完善现代企业制度建设，在秉持“科技领先、服务建设”的理念下，在持续改革创新的道路上行稳致远。

多年来，总院改革的步伐不曾停歇。伴随国家改革开放的步伐，总院牢牢把握新时期的改革政策，有力地发挥转制院所“第三种”改革发展模式的示范作用，实现了十余年的战略重组的跨越式发展，战略重组后的总院实现营业收入增长35倍，利润增长48倍，资产总额增长39倍，连续多年被评为“中国建材服务业100强”，并居100强之首。持续把建材科技服务业的领军地位，成为中国建材与无机非金属领域规模最大、实力最强的行业科技研发中心。

在中国建材总院人看来，“既然选择了远方，便只顾风雨兼程。”69年改革追梦路，中国建材总院人用忠诚与热爱为共和国铸就建材科技基石，用智慧和汗水为城市塑造美丽容颜。每一幢建筑、每一座桥梁都是他们科技创新的里程碑；每一扇门窗、每一条道路都留下他们艰苦卓绝的印记。

让中国的建材科技屹立于世界之巅，让高科技建材服务于更广大的人民，为了实现这个梦想，中国建材总院人不忘初心、义无反顾，永远坚定地踏在改革的康庄大道上。（宗源）

公司一季报显示，一季度实现营业收入22.03亿元，同比增长15.57%；实现归属于上市公司股东的净利润9204.06万元，同比增长25.14%。其中，橱柜实现营业收入10.23亿元，同比增长2.77%；衣柜实现营业收入8.41亿元，同比增长26.36%；卫浴实现营业收入1.08亿元，同比增长53.96%；木门实现收入8100万元，同比增长24.09%。

会上，公司透露2019年的营销基本方略是“抢份额和增单值”，制造基本方略是“重塑价值链，聚焦产品和服务质量的突破性提升”。2019年，公司将基本完成欧派定制家居四大核心模块的设计生产一体化平台MOM建设运营，实现所有商场全覆盖。（万宇）

欧普照明着力打造智慧照明生态圈

近日，欧普照明发布2018年企业年报，公司实现营业收入80.04亿元，同比增长15.05%；实现归属于上市公司股东的净利润8.99亿元，同比增长32.03%。年报显示，2018年欧普在保持传统照明灯具的经营外，在智慧照明方面进行了拓展，努力打造欧普智慧照明生态圈。

GGII数据显示，2018年国内智能照明市场规模同比增长46.6%，至387亿元，2020年中国的智能照明规模有望达到830亿元。面对巨大市场潜力，欧普照明瞄准智能照明，并投入智能化产品的研发制造。在进入智能家居的路径选择上，欧普采取与多家平台跨界合作的方式。报告期内，欧普照明与华为在

技术层面展开合作，并将智能产品融入华为官方线上、线下商城渠道。在智慧城市领域，公司也开始与华为探索合作机会。截至2018年底，欧普智能照明产品（含智能控制模块）的销售占比已超过20%。

对于未来欧普照明的发展计划，欧普照明创始人及总裁马秀慧表示：“目前我们已经搭建起通过智能系统实现智能照明产品与人互联、与家装互联的生态系统，未来将继续推进智慧家居战略的落地：从单灯照明功能性的智能控制，到联合跨界推出的场景化的智能灯光方案，再到最新的全屋智能家居解决方案。”（柴乐杉）

“多品类”能否撬动家居新零售

——中国家装供应链产业峰会精彩观点集萃

如果我们把家居建材的品类列一个清单，我们会发现有很多，包括：水电材料、瓷砖、卫浴、橱柜、厨电、吊顶、地板、门窗、涂料、灯饰、家电、家具等。业内很多人都在说，未来，多品类集成经销模式将取代现在的家居企业单品类的经销模式。但未来的多品类集成经销模式是怎样的？这个演变过程又是如何？在这个演变过程中还会遇到哪些问题？近日，中国家装供应链产业峰会在杭州召开，3000多位家居行业的品牌商与经销商齐聚一堂，就如何打造高效家居供应链、以多品类撬动家居终端零售发展等话题进行了探讨。

整合供应链成2019制胜之道

三人禾集团董事长秦飞在题为《经销商多品类聚合营销解决方案》演讲中认为，家居行业虽号称4万亿规模，但行业整体集中度不高。如今家居建材行业正在经历新的变化，对于家装公司、地产公司、家居品牌厂商、辅材类企业，以及一些想要跨界做“蛋糕”的企业来说，供应链就是他们破局突围的“利器”。

优居科技创始人兼CEO蔡铖发言认为，未来将是2.5亿新中产支撑的消费时代，用户需求从“有”到“好”，经历了一个迭代，如何抓住这部分人群的需求，是企业与经销商的当务之急。

放芯装创始人刘荣在主题分享中表示，现在的消费主力群体由“80后”和“90

后”主导，有70%的消费者愿意选择装修公司，并且全屋家具定制和整装服务的占比在逐年攀升。

与会者普遍认为，泛家装行业正从售卖产品走向售卖生活方式，从单品爆款消费转化为整体解决方案的消费者。从电商、全屋定制、精装房到整装，渠道正在发生巨大的变化，也在深刻影响着消费者做出购买决策。消费者的需求是“得到一个家”，而不是单一的产品。因此家装供应链对于消费者来说，就是从购买单一产品，变成花钱得到一个家的过程，而装修的复杂多样注定了多品类供应链将是主流。

思维升级整合，以“多品类”服务终端

全屋优品品牌创始人周志胜先生发表演讲表示，想要打造多品类供应链，首先要改变传统的经销商思维，是从经销商思维升级到供应链思维；是从单一零售B端思维升级到集合型的S平台思维；也是从TOC思维升级到新渠道产业思维的过程。只有把握好了这几个层级的思维升级，才能帮助经销商更进一步，从平台、工具、产品到数据等多个层面，打造出属于自己的超级供应链平台。

目前家居行业还是以单品专卖店为主，或者以专卖店聚合的卖场形式出现，但未来一定是以多品类覆盖消费者需求的趋势。在信息化时代，家居行业

要引入技术手段去解决营销困境，打造爆品矩阵带给消费者更多选择。秦飞表示，尽管家居行业对供应链还不甚了解，但供应链已经在家居之外的行业里大放异彩，大到沃尔玛、家乐福等商超，小到遍地开花的便利店，都是多品类供应链在其他领域里成功的范例。

刘荣表示，供应链就像是一个为产业赋能的“路由器”。首先从后台基础设施开始，从品牌、运营、技术、培训等方面，打造一个能够服务好消费者的基础设施，到中台赋能打通各种家装甚至精装房体系，最后转化为“弹药”传递给前台的营销伙伴们，帮助他们提升销量，满足各种消费者和营销下游的需求。

智慧赋能，深耕终端服务能力

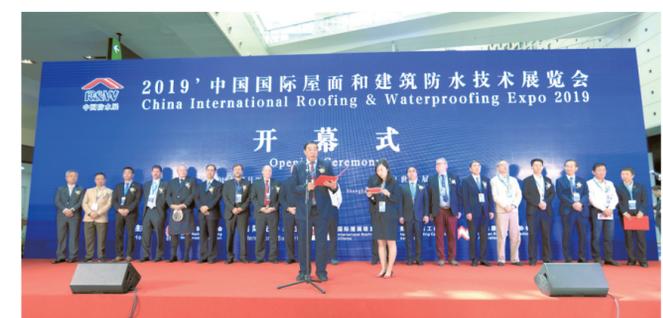
蔡铖先生认为，新零售就是通过新的技术和互联网思维改善重体验重服务的行业，让线下效率变得更高。优居科技通过流量可视化、用户在化、门店智慧化、经营数字化四个方向，帮助家居企业实现更高效率的门店经营。而在过去的2018年，通过这四个步骤，优居科技也成功帮助家居宅配、美克美家等130多家企业实现了智慧门店的转型升级，并取得了良好成效。同时，在享受了20年行业粗放式增长的红利后，家居建材行业迎来了精细化经营、数据化运营的时代。当经销商数量已经进入相对

饱和的时期，想要在恶劣环境中竞争，不是提高售价，而是要提升运营能力，每一个想做大做强经销商都必须具备这种能力。蔡铖表示，保持全渠道触点，时刻关注渠道优化，未来一定会有越来越多的大经销商诞生。

斑马仓CEO林子翔认为，大数据能给家居营销带来更多的赋能，通过对消费者的洞察，解决配货和布置等问题，不仅便于管理，还能提升评效。现阶段单打独斗已经不能满足时代发展，只有自己做平台或者加入平台，才能获胜。互联网和新零售在对行业的整合与颠覆。体验和一直是家居行业的痛点，与互联网、新零售相结合后，技术与新零售的加持能给终端带来更好的体验感，家居行业也因此重新获得了更多活力。

与会者在探讨中普遍认为，终端赋能的时代已经到来。多品类营销的供应链，不仅要考验经销商本身的整合能力，对消费者的洞察能力也是影响企业发展的重要因素。如果说供应链是家装企业未来要对自身进行整合的，那么如何将服务落地，就是终端最应该具备的能力。大家基本形成共识：对内，要整合资源，实现一站式家装；对外，要能挖掘潜在消费者需求，具备长尾服务于消费者的能力。二者合一，才是家居企业最终制胜的法宝。（腾讯家居）

2019中国国际屋面和建筑防水展在沪召开



5月28日~30日，由中国建筑防水协会主办的“2019中国国际屋面和建筑防水技术展览会”在上海召开。

一年一度的“中国国际屋面和防水展”在规模上是世界屋面和防水行业亚洲最大、世界第三大。本届展会展出面积达33000平方米，共设标准展位近2000个，吸引了来自中国、美国、德国、意大利、法国、荷兰、瑞士、加拿大、奥地利、挪威等多个国家和地区的屋面、防水材料生产及其生产装备、施工机具、产品原材料等全产业链上共近350家企业参展。展会面积、参展企业数均比上届增加了10%以上；标准展位个数更比上届增加20%以上，规模创历届之最。

同历届展会一样，本届展会配套活动内容丰富、精彩纷呈，除了27日率先举行的2019（上海）国际防水高峰论坛

外，展会期间主办单位还安排了丰富多彩的技术、市场交流活动。如：既有建筑防水技术研讨会、地下空间防水技术论坛、建筑防水施工技术研讨会、建筑师专场研讨会、金属围护系统技术专题研讨会、韩国防水技术专场交流会、防水行业注册培训师继续教育培训会、中国房地产业与防水行业合作发展大会、防水行业职业交流国际分享会、全产业链新品发布会、数字供采新生态——广联达数字采购联盟供需对接会、家装防水领域的电商应用及转型——京东零售建材走进大众、防水技术现场展示演示、“走进社区义诊活动”大型公益活动，等等。此外，多个参展企业也借展会契机安排了上新推新、新闻发布、现场演示、有奖互动等多场活动。（记者 张高青）