

# 从政府工作报告看建材家居装饰产业新发展

□李兴龙

5月22日,第十三届全国人民代表大会第三次会议开幕,李克强总理就2019年和今年以来工作回顾、今年发展主要目标、下一阶段工作总体部署以及六项工作重点作了报告。这次两会是在新冠疫情没有完全结束、“当前和今后一个时期,我国发展面临风险挑战前所未有”的形势下召开的。深刻领会《政府工作报告》,对巩固复工复产取得的成果和推进“后疫情”时代建材家居装饰产业可持续发展具有重要意义。

## 加大“六稳”,落实“六保”,保住产业发展的基础和底线

政府工作报告提出“加大‘六稳’工作力度,保居民就业、保基本民生、保市场主体、保粮食能源安全、保产业链供应链稳定、保基层运转”。“六保”是实施扩大内需战略、维护经济和社会稳定大局的需要,是确保完成决战决胜脱贫攻坚目标任务、决胜全面建成小康社会的根本需要。在疫情防控常态化的前提下,“六保”方略直接对我国建材家居装饰产业持续发展起着重要的赋能作用。

2018年7月,在中美贸易摩擦加剧,外部环境发生明显变化,经济运行稳中有变的形势下,中央提出了“稳就业、稳金融、稳外贸、稳外资、稳投资、稳预期”工作。在“六稳”的发力下,我国经济经受了外部环境变化的冲击,保持了平稳健康发展。这次重提“六稳”,明确“六保”,不设定经济增速目标值,重心突出保住产业发展的基础和底线。

从产业领域看,所属住宅装饰装修领域的建材与家具产品,近年来在跨界融合中形成了一站式家装模式,并成为一种以现代服务业与先进制造业相结合为特征的新兴产业。

随着人民生活水平的提高,消费升级,这个产业又具有文化创意鲜明、产业链不断延伸的特征,不断满足人民群众对美好家居向往成为指向。所以,这一民生产业的宏观发展基本面不会改变。稳住这一基本面,就能稳住市场,对消费的拉动、产业的促进和市场的引领都具有效力。

从国家战略看,“智慧城市”“城市更新”“美丽乡村”“特色小镇”建设等国家战略,成为拉动内需的载体。比如,建筑、建材、机电、轻工、纺织、商业等基础设施,给“保住产业发展基础”创造了条件,从而“保市场主体”“保产业链供应链稳定”也有了依靠;另外,从“保住产业发展底线”的辩证关系上看,一是指保住市场主体,即能为保住企业生存带来希望的;二是指保住企业生存,即能为保住社会就业和基本民生带来机遇、创造条件的。所以,政府工作报告明确:“‘六保’是今年‘六稳’工作的着力点;守住‘六保’底线,就能稳住经济基本盘;以保促稳、稳中求进,就能为全面建成小康社会夯坚实基础。要看到,无论是保住就业民生、实现脱贫目标,还是防范化解

风险,都要有经济增长支撑,稳定经济运行事关全局。”

保住产业发展的基础和底线靠什么?“要用改革开放办法,稳就业、保民生、促消费,拉动市场、稳定增长,走出一条有效应对冲击、实现良性循环的新路子”。

当前企业主要面临的困境和挑战:复工复产不等于复需求,市场需求恢复乏力,消费动力不足,社会融资增加并没有带来更多的投资和消费,市场期待的报复性消费尚未出现,全面复业复市可能需要更长时间。另外,大多数小微企业举步维艰,他们生产周期长、成本高、见效慢。

主动增强对“需求”的认识是直面挑战的一种精神,企业要看清掩藏在市场端、竞争端、消费者端等外部“变量”下的巨大“不变量”。比如,智能家居、绿色建材、环保装饰、文化创意等,都有着巨大的市场。困境中企业既要看到冰山上的显性层面,又要洞察冰山下的隐性市场,这是对保住产业基础和底线的可行性认知。

## 依靠改革激发市场主体活力,增强产业发展新动能

虽然国内疫情防控持续向好,但造成的损失、存在着不确定因素等依然严重困扰着整个产业有效运行。政府工作报告就激发市场主体活力、增强发展新动能,提出的关键词是“改革”,即“放管服改革”“推进要素市场化配置改革”“提升国资国企改革成效”“优化民营经济发展环境”“推动制造业升级和新兴产业发展”“提高科技创新支撑能力”和“深化推进大众创业万众创新”。同时,又提出了“困难挑战越大,越要深化改革,破除体制机制障碍,激发内生发展动力”。

激活各类要素潜能,主要指资本要素(中小银行补充资本、创业板改革、险保障)、土地、人才、技术和数据市场。建材家居装饰是一个就业率高、覆盖面广、产业链长的产业。对此,要抢抓机遇,调整、建立起创新型机制,尤其是规模较大的品牌企业,要积极推动产业资本市场改革、人才市场构建等。同时,我们也看到政府工作报告强调“优化民营经济发展环境”,提出“保障民营企业平等获取生产要素和政策支持,清理废除与企业性质挂钩的不合理规定。限期清偿政府机构拖欠民营和中小企业款项。”这些,都为激发市场主体活力赋予了正能量。

激发市场主体活力,离不开政府部门对产业的扶持。政府将持续推出减税、降费、减负、缓缴、补贴等“助企纾困”措施。政府工作报告提出要“推动制造业升级和新兴产业发展。大幅增加制造业中长期贷款。”“要继续出台支持政策,全面推进‘互联网+’,打造数字经济新优势”。5月30日,国务院国资委出台《中央企业控股上市公司实施股权激励工作指引》;6月1日,中共中央、国务院印发《海南自由贸易港建设



总体方案》。这些政策力度之大,都是罕见的,给产业和企业带来的发展空间也是值得期待的。

激发市场主体活力,离不开协会商会外化助推赋能。建材家居装饰企业,主要从事的领域是城镇居民的住宅装饰装修,这个行业除了一些知名大型家居建材企业外,极大部分是由中小微民营、私营企业组成的,他们是这个市场主体生产力的要素。对此,行业协会、商会等民间团体组织要在“保障民营企业平等获取生产要素和政策支持”方面花力气,切实制定能让这些企业群体有良好的生存环境,建立“后疫情”时代企业生存的可行性解决方案。

激发市场主体活力,离不开企业创新发展内生动力。“后疫情”时代建材家居装饰企业面临着挑战是严峻的,从建筑健康环境标准看,设计、材料、产品、施工、质量等标准或将与“卫生产业”紧密起;另外,智慧城市催生智能家居,这些都将成为激发市场主体活力和企业内生动力的新常态。因此,就企业来讲,要加快走创新驱动、转型发展之路,在政府“放水养鱼”的利好环境下活下来。有了生存的“活”,就有了发展的“机”,就能化“危”为“机”。

## 积极投入“新基建”,充分发挥产业数字经济新优势

在今年的政府工作报告中,新型基础设施建设(简称“新基建”)这一概念被首次写入。

“新基建”和“旧基建”的区别在于,“旧基建”具体包括铁路、公路、桥梁、水利工程等大型建筑,主要在于托底经济保障就业,而“新基建”则立足于科技端的基础设施建设,它既是基建,同时又是新兴产业。与“旧基建”重资产特点相比,“新基建”更多是轻资产、高科技含量、高附加值的发展模式,其涉及的领域大多是补中国经济未来发展的短板。

疫情期期间直播带货如此火红,主要是它支撑了“云卖货、云设计、云计算、云生产、云服务”一站式经营载体。正如业内众多企业家认为,直播,客观上加速了企业向线上+线下双结合经营转型,加速了产业数字化经济时代到来。

近期,国家发展改革委联合有关部门、国家数字经济创新发展试验区等145家单位共同启动“数字化转型伙伴行动(2020)”共同构建“政府引导-平台赋能-龙头引领-机构支撑-多元服务”的联动机制,形成了数字化生态共同体。由此可见,打造数字经济新优势已成产业可持续发展的“生产力”。

## 持之以恒坚守新发展理念:创新、协调、绿色、开放、共享

经历这次疫情以后,人们清醒地看到“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念在战略性、纲领性和引领性方面的重要战略意义。在疫情防控常态化前提下,政府工作报告提出了“四个坚持”:一是坚持稳中求进工作总基调,二是坚持新发展理念,三是坚持以供给侧结构性改革为主线,四是坚持以改革开放为动力推动高质量发展。

近年来,所属住宅装饰装修的建材、家具、施工领域的经济发展迅猛,人居环境品质不断得到提升。但是也存在许多问题,比如,企业诚信、自主创新、跨界融合、同质化现象以及对数字经济的运用等问题突出。新发展理念对“后疫情”建材家居装饰产业来讲,必须理清以下五个关系:

一是产业创新发展。长期以来,我们这个产业一直在讲创新,但原创不足,模仿有余。这是一个解决“发展动力”的问题。所属住宅装饰装修领域的建材与家居、产品与装饰的整体创新力如果不强的话,产业科技对经济社会发展的支撑能力就不足。所以,创新是产业可持续发展的灵魂。

二是产业协调发展。协调发展注重的是解决发展不平衡问题。我国建材家居装饰产业发展不协调是一个长期存在的问题。不协调实际上就是不创新,突出表现在上下产业融合、数字经济、文化创意以及与智慧城市相关的链接载体。

在经济水平比较落后的情况下,一段时间,产业主要任务是要跑得快,但跑到一定路程后,就要调整关系,注重发展质量和整体效能。“木桶定律”告诉我们,一只木桶要盛满水,必须每块木板都一样齐且无破损,如果其中一块有缺陷,就无法盛满水。所以说,木桶能盛多少水,并不取决于最长的那块木板,而是取决于最短的那块,也可称为短板效应。任何一个组织,可能面临的一个共同问题,就是构成组织的各个部分往往是优劣不齐的,而劣部分往往决定整个组织的水平。因此,产业整体要实现“短板”,并尽早补足。

三是产业绿色发展。绿色发展注重的是解决人与自然和谐问题。我国资源约束趋紧、环境污染严重、生态系统退

化的问题十分严峻,人民群众对清新空气、健康饮水、安全食品、优美环境的要求越来越强烈。这次疫情对我们敲响了警钟:今后无论是建筑室内设计,还是材料产品的;无论是现场施工的,还是质量监督的,“绿色环保”与“卫生安全”维系一体不可分开。

四是产业开放发展。开放发展注重的是解决发展内外联动问题。疫情发生以来,一大批上建材家居企业进出口贸易受阻,扩大内需已成为新冠肺炎疫情下最为重要的一张牌。全球疫情的蔓延,已经无限期阻断了正常的贸易和人员往来,紧张的国际局势也使国际投资环境恶化。今年1-4月,我国出口总额下降6.4%。据中商产业研究数据库显示:5月中国家具及其零部件出口金额下降,出口金额为41.81亿美元,同比下降15.5%。

近期,国家发改委印发《关于加快推进县城城镇化补短板强弱项工作的通知》,明确提出了4大领域17项建设任务,并在湖北、长江三角洲区域、粤港澳大湾区和其他东中部都市圈地区,兼顾西部和东北地区,选择120个县及市级开展县城新型城镇化建设示范工作。《通知》提出,要抓紧补上疫情暴露出的县城城镇化短板弱项,大力提升县城公共基础设施和服务能力,促进公共服务设施提标扩面、环境卫生设施提级扩能、市政公用设施提挡升级、产业培育设施提质增效,适应农民日益增加的到县城就业安家需求,扩大有效投资、释放消费潜力、拓展市场纵深,为坚定实施扩大内需战略和新型城镇化战略提供重要支撑。这些利好趋势和产业开放政策将极大地拉动内需,给建材家居装饰产业带来了广阔的发展天地。

五是产业共享发展。共享发展注重的是解决社会公平正义问题。我国经济发展的“蛋糕”不断做大,但分配不公问题比较突出,收入差距、城乡区域公共服务水平差距较大。在共享改革发展成果上,无论是实际情况还是制度设计,都还有不完善的地方。

当今,“产业共享发展”理念是拉动内需、合作共赢;是企业融合、产业跨界,体现中国传统文化上的“道义”精神。

什么是今日中国的整体利益?那就是经济发展、社会安宁、国家强盛、国土保全和人民幸福。凡有益于这个目标实现的就是最大的道义。疫情上半场是政府主导,国家已经给下半场工作铺设了很多有利条件;到了下半场,就更需要企业家的整体利益精神和创新精神,带领企业逆势而上、振兴经济、建功立业。

**结束语:**深刻领会《政府工作报告》,用全面、辩证、长远的眼光分析当前形势,对进一步贯彻落实“六稳”“六保”,依靠改革激发市场主体活力,增强产业发展新动能,坚持“四新经济”发挥产业数字经济新优势、持之以恒坚守新发展理念,对“后疫情”时代推进建材家居装饰产业的可持续发展将起到重要的作用。

# 跨界融合机制催生一站式家装产业链市场

——绿地、世茂、保利等大型实体企业战略合作现象透视

在“去地产化”和寻找“第二增长曲线”的大背景之下,除了碧桂园、恒大、万科,包括绿地、世茂和保利在内的其他房地产巨头,正选择产业协同融合,依托各自资源,进军家居建材和住宅装饰装修领域。新融合战略正催生着住宅装饰装修新市场业态。

## 绿地:以“自有楼盘”为主体向家装领域拓展

在互联网+家装的热潮带动下,“绿地诚品家”应运而生。作为绿地城市建设发展集团的全资子公司以及绿地集团旗下的互联网家装平台,“绿地诚品家”的面世曾引发地产界和家居界的广泛关注。诞生之初的诚品家推出了699元/平方米、999元/平方米、1299元/平方米和雅墅包私人定制四款拎包入住套餐,凭借“类公装”的成品家装服务商模式、质价价优的综合供应链提供商、高品质、优服务、人性化的地产家装物业务后一站式管家等优势,被社会消费者广泛看好,且一度增长迅速。

2019年8月,曾经的上海绿地家居科技有限公司升级为上海绿地建筑装饰工程有限公司。该公司被定义为绿地控股集团旗下唯一的“大装饰版块”,搭载着两个与家装有关的子品牌:一个是装饰品牌“绿地装饰”,另一个是设计软装品牌“绿地诚品家”。

值得注意的是,从最新资料获悉,“绿地诚品家”的品牌定位已经从一个互联网家装品牌变成建筑装饰公司下属的一个设计软装品牌。近年来,绿地集团聚焦房地产配套的住宅全装修或精装修市场,住宅装饰装修类的业务主要依托绿地自有楼盘资源,从而加大产业链协同力度,开拓住宅全装修和精装修配套市场,这种协同战略机制也为其他地产公司、长租公寓运营机构提供室内设计和精装修配套服务。

在跨界家居建材的消息层面,2018年绿地在江苏昆山打造出的G HOME生活馆也曾一度被视为绿地跨界家居建材的另一颗种子。

## 保利:携手碧桂园创立“房地产产业链赋能基金”

5月25日,保利发展和碧桂园共同宣布,保利资本和碧桂园创投将发起设立一支规模50亿元人民币、首期10亿元人民币的“房地产产业链赋能基金”,主要聚焦房地产上下游产业链,包括生产制造、服务、运营及相关产业;地产供应链的建筑装饰、建筑材料、建筑新工艺以及家居消费、人工智能物联网(AIoT)、建筑信息一体化系统等多个关联行业。保利发展表示,双方将凭借多年的行业经验甄别真正具有发展潜力的房地产上下游的优质企业进行投资,

并通过各自的房地产业务部门“赋能”新技术、新产品和新服务,助力其发展壮大,同时通过整合产业链提高保利发展和碧桂园房地产业务的竞争力。与此同时,碧桂园创投方面指出,“房地产产业链赋能基金”将采取更加市场化的治理机制,采用三种投资逻辑:地产上游集采赋能逻辑、地产下游物物业平台物赋逻辑、参与产业链已上市公司再融资逻辑。据了解,在携手碧桂园创投之前设立“房地产产业链赋能基金”之前,其实保利已经在跨界家居层面有所试水。在携手碧桂园成立“房地产产业链赋能基金”之前,保利资本在家居领域重点布局的是智能家居及社区,保利旗下的保利资本曾于2018年8月,战略投资UIOT超级智慧家1.5亿元,并成为了该公司第二大股东。

据悉,成立于2015年9月的保利和品,虽然其主要专注于适老化产品、研发及配套服务,为各类养老机构、社区及居家提供适老化空间改造及产品服务,但其中不少模块也与家居建材装饰相关。分析人士指出,随着保利资本与碧桂园创投的携手,不排除未来保利还将在家居建材装饰领域有着进一步的大动作。与此同时,在此前深度部署的智能家居和适老家居两大领域,保利也很可能会进一步加大产业融合的投入力度。

## 世茂:携手红星美凯龙打造一站式家装服务

2020年4月3日,世茂集团与红星美凯龙家居集团在上海世茂大厦正式达成全面战略合作伙伴关系。

双方将携手成立合资公司,充分发挥各自在地产业、家装领域的优势资源,整合行业全产业链条,打通从新房批量家装、交付定制装修、二手房翻新等全周期的住宅装饰装修服务,致力于为用户打造“一站式”升级版的家装消费服务体验。

5月27日世茂正式亮相于红星美凯龙主办的首届“周年宠粉节”活动,并通过联动营销展开了前期合作试水。依靠提供专属优惠、精准用户流量互引等方式,打通“房产销售”与“家居采购”产业链两大环节,实现互利共赢。活动共有来自世茂集团旗下18个城市的项目参与,红星美凯龙注册会员将享受世茂提供的独家购房优惠;同样,红星美凯龙家居集团将免费为活动期间世茂新认购业主提供专享家居消费券。无论是优惠力度还是合作范畴,世茂和红星美凯龙都显得“诚意十足”。除了携手红星美凯龙,世茂在跨界家居建材上还有一个非常成熟的产品——世茂MORE+。作为世茂地产内部孵化出来的家装服务平台,世茂More+是世茂集团向业主提供

精致便捷生活的一站式家居消费服务平台,主要提供家装及家居两大服务产品。More+依托世茂集团强大的资源和服务,严格参照世茂供应商的选择管理标准,严选供应商,严控产品品质,旨在给业主一个便利、实用、舒适的家。

截至目前,世茂More+平台服务已经覆盖了上海、宁波、南京、青岛、南昌、泉州、厦门、北京、天津、杭州、无锡、南通、张家港、成都、徐州等近

20个城市的各个世茂项目,且已经战略携手Harbor House、尚品宅配、健威家居、品欧生活、檀境、曲美家居、顾家家具、康尔馨酒店用品、金可儿床垫等众多全球知名品牌。

透过绿地、世茂、保利、红星美凯龙、碧桂园等实体跨界融合,折射出房地产业、家居建材产业链的结合度将更加紧密,新融合战略机制正催生着住宅装饰装修新产业市场。(米春艳)

