

东鹏控股一波三折终上市

近日,历经近一年等待的广东东鹏控股股份有限公司(下称东鹏控股)正式以上市公司的身份挂牌交易,陶瓷行业再添一员上市新成员。

9月28日,东鹏控股发布了《首次公开发行股票招股说明书》。根据《说明书》,本次发行价格为11.35元/股,共发行1.43亿新股,预计募集资金总额为16.2305亿元。据招股说明书显示,东鹏控股本次募集资金运用均围绕公司主营业务进行,包括开展年产315万平方米新型环保生态石材改造项目、扩建4条陶瓷生产线项目、年产260万件节水型卫生洁具及100万件五金龙头建设项目等。

东鹏控股专业从事高品质建筑卫生陶瓷产品的研发、生产和销售,是国内规模最大的瓷砖、洁具产品专业制造商和品牌商之一。凭借遍布全国的营销网络和独到的品牌战略,东鹏控股已建立了覆盖面广、影响力强且消费者认可的品牌影响力,在技术创新、产品研发、绿色制造、品牌战略和销售渠道等方面均处于行业内领先地位。

北新建材和圣戈班合资组建的新公司开业

日前,中国建材集团旗下的北新建材和法国圣戈班集团第一家合资公司——龙牌圣戈班(河南)石膏建材有限公司在河南省新乡市延津县举行开业庆典。

新乡市委书记常委、宣传部长杨彦珍,延津县委书记李泽宙,圣戈班集团高级副总裁、亚太区CEO孟昊文,北新集团建材股份有限公司华东公司总经理毛欣飞共同为龙牌圣戈班公司剪彩。

孟昊文致辞表示,法国圣戈班集团和中国建材集团是全球建材行业的巨头,均位于世界500强200位左右。法国圣戈班集团(Saint-Gobain)于1665年创立,总部位于巴黎,是专注于建筑材料、高性能材料的设计、生产及销售的世界领先企业。圣戈班(中国)投资有限公司是法国圣戈班集团在华投资的全资子公司,自1985年进入中国市场,至今已在华设立了50多家企业及公司和1家研发中心。

亚士创能年产8000万平方米防水卷材项目开建

近日,亚士创能西南综合智能制造基地项目奠基仪式在重庆市长寿经开区举行,宣告该项目正式落户长寿。长寿经开区区委书记赵旭东、区政协主席张华,亚士创能董事长兼总裁李金钟出席奠基仪式。

据了解,该项目总投资约20亿元,占地面积约522亩,预计建成后将实现年产60万吨功能性水性环保涂料、20万吨砂浆腻子、15万平方米改性保温板、800万平方米保温装饰板、6000万平方米SBS防水卷材、2000万平方米高分子防水卷材、5万吨水性沥青防水涂料、8万吨JS水泥防水涂料、10万吨聚氨酯防水涂料、5000吨水性色浆、2万吨溶剂型涂料、4000万只包装桶。一期达产后可实现年产值约50亿元,同时实现亚士产品在西南区域的全面覆盖。

世友地板发布“全健康地板”标准

日前,全面推进绿色产品倡议活动暨世友“全健康地板”标准发布会盛大举行,浙江世友木业有限公司不渝绿色发展的使命与承诺,发布了“全健康地板”标准(世友全健康地板标准为企业标准,以下类同)。此次标准意义重大,进一步严格了环保指标,将苯、重金属、TVOC等有害物质指标一并纳入新标准,重新定义了市场上的环保地板。

发布会上,浙江世友木业有限公司总裁倪月忠先生以坚定的信念,发表了本次发布会“全健康地板”的初衷。他说:“只有把消费者的健康放在第一位,踏踏实实做出全健康的产品,才是有温度的科技创新,才是企业产品的研发方向,才是以人为本的绿色发展理念。”

威盾防水荣获“金禹奖”金奖

近日,中国建筑防水协会发布关于2020年度“建筑防水行业科学技术奖——工程技术奖(金禹奖)”评选结果,评选出金奖项目10个、银奖项目13个。其中,威盾防水凭借在成都元华路神仙树节点项目防水工程中的优质施工,荣获“金禹奖”金奖。

“金禹奖”是由中国建筑防水协会向国家科学技术奖励工作办公室申请设立的,面向全国建筑防水行业的科学技术奖项。该奖项旨在表彰建筑防水企业在防水工程领域的技术创新、施工工艺、工程质量等方面取得的突出成绩,其评审遵循为企业服务的宗旨,坚持“高标准”“少而精”和“优中选优”的原则,对企业申报防水工程进行科学、客观、公正的评价。

据悉,成都元华路神仙树节点项目起于二环路高朋大道路口,终点与三环路相接,沿高朋大道、中环路、神仙树南路接三环路羊石立交。项目建成后形成了二环高架至剑南大道完整的快速路网系统,有效缓解了城南特别是神仙树片区交通拥堵的状况。

威盾防水高层表示,本次获奖是对威盾防水的产品品质、施工工艺、创新水平等多方面的权威评价。未来,威盾防水将继续秉持“致力于解决人类安居生活的防水问题,让世界尽享品质防水带来的美好生活”的企业使命,持续关注防水工程的技术创新和技术革新,打造更多优秀工程案例。

“爆款”岩板的冷思考

毫无疑问,岩板是今年的“爆款”产品,从陶瓷行业一路火到了家居定制界。但是,岩板火热的背后,也暴露出一些问题,比如:价格乱,一张岩板餐桌有的卖2万元,有的仅售399元;品质问题,有的用小压机岩板、用一级品及残次品进行二次加工,更有甚者,直接用大板、薄板冒充岩板,自抬身价……

看不懂的价格:一张岩板餐桌,有的卖2万元,有的仅售399元

从萌芽到快速发展再到价格厮杀,岩板仅用了2~3年的时间。

作为一款新兴材料,岩板一经问世,便如“救命稻草”般,解救了一批创新无路的陶企。

但是,随着愈来愈多的陶企加入,在短短2年时间内,岩板就像坐过山车一样,势头“来得太猛”,价格叫人看不懂。

现在,市面上的岩板价格参差不齐,甚至部分岩板售价几乎低到没有底线,“2019年,我们900毫米×1800毫米的岩板售价大约为150元/平方米,今年只能卖到85~115元/平方米。”一业内人士说道。

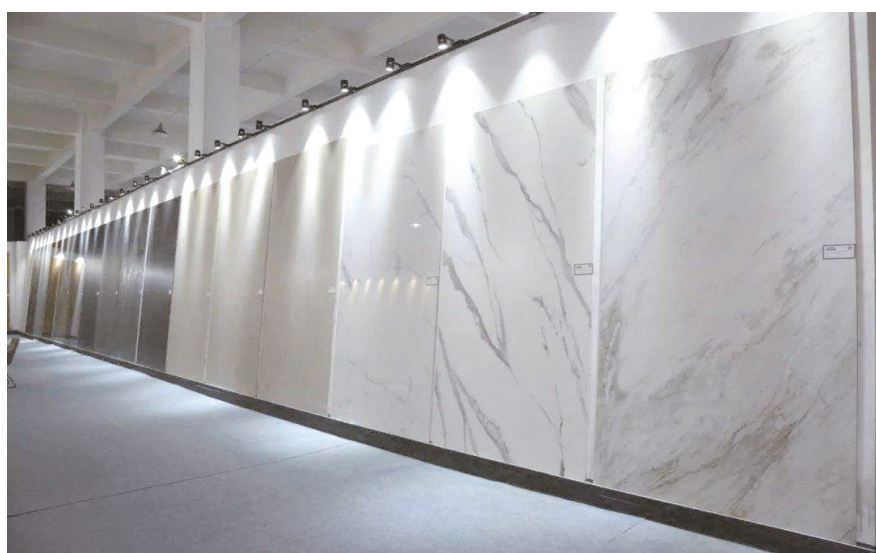
除了板材外,岩板成品餐桌的售价亦直线跳水。一张900毫米×1800毫米的岩板餐桌,售价不足500元,甚至有企业直接打出“一张岩板餐桌399元,全国包邮。”

在今年的广州建博会上,有全屋定制企业展出一套高端岩板整体厨房,造价高达20万元左右,也有家具企业的岩板餐桌售价2万元左右。“价高的,可以高到你想不到,价低的,也可以低到没底线。”一受访者说道。

品质令人忧:用小压机岩板,以次充好

“你像我这样用手摸一下这块岩板看看。”阿勇(化名)显得有些神秘。在他的指引下,有人发现,刚刚放了底部带有油脂的餐盒的一块黑色岩板桌面,竟然留下了难以擦拭掉的印迹,甚至用手摸,也会出现一些乱七八糟的指纹印,而且怎么擦也擦不掉,十分影响美观。

阿勇说,一些岩板会出现这样的情况。“用岩板专用吸盘吸过表面也会留下印子,虽然不仔细看也无伤大雅,但是对



于消费者而言,在后期的使用过程中,会影响产品体验。这些都算小问题,你看这块岩板坯体上褐色的这条线,很明显没有烧透。”阿勇说道,造成这个问题的原因一是压机压力不够,又强行调整了坯料,温度升高后,就容易导致产品出现暗裂,在后期的加工过程中可能出现断裂及破损。

此前,有业内人士指出,有企业用小压机加工岩板,其内在质量如硬度、强度、吸水率等存在诸多隐忧。“行业内的人比较着急,谁都不想错过岩板发展带来的市场红利,所以急着宣传、推广,却忽略了产品本身。”一受访者说道。

有受访者举例,“有福建水头、广东云浮的老板一次性打款几千万元,提了几万立方米的货回去,一加工,根本没法用。但是岩板本身平整度、尺寸、表面工艺等都没问题,按照瓷砖的验收标准属于优等品。为此也只能‘哑巴吃黄连,有苦说不出’。”

加工粗糙缺标准:用一级品或残次品二次加工

岩板热,也带火了一批岩板加工企业。

天眼查显示,2019年8月~2020年4月,仅大半年时间就有近40家公司涉足岩板家居(加工),主要分布在广东佛山。

“跨界绝非易事。”阿勇说道,岩板对于家具行业而言仅是一类材料,需要和其

他木材、钢架、零部件等多种材料进行组合,但行业内的岩板加工企业,对其他家具材料如木材的类型、底架的材质等,了解程度有限。

在阿勇的展厅,有人看到,一张可以通过旋转调节桌面形状(通过旋转可将方桌变圆桌)及大小的岩板餐桌,其底部的钢架构造十分复杂,零部件较多,在旋转过程中,很明显可以看到桌面衔接处的缝隙较大,而且不易调节,影响美观。时间久了,在旋转的过程中,会出现卡顿的现象。

“我们有一张折叠餐桌,装起来之后是斜的,表面不平整。”一受访者说。事实上,以一张成品的餐桌为例,岩板的重量比原来的木制面板重了好几倍,相应的底座、零部件等都需要重新定制,如果只换个面板,是不现实的,这背后需要不同行业的厂家同时进行调整、改变。

实际上,市场上有少部分岩板餐桌,也可能是用一级品或者残次品加工而成的。“有些岩板可能边角有些磕到或者残缺,但是用来加工桌面是没问题的,后期加工成成品之后,也完全看不出来。”阿勇说道。

营销服务乱:难免出现质量“扯皮”现象

不少企业为了赶上岩板这波热潮,在生产体系、服务体系还未建立起来的时候,就开始大肆宣传,对外宣称其有多少

库存、多少条生产线、价格如何等等。

但是行业现实却是:好的岩板一板难求。包括1平方米上千元意大利进口岩板,也时常缺货。国内也有相当一部分厂家还处于准备上线推广阶段,还未开始投产。“好的产品买不到,差的产品用不了。”一业内人士说道。

“大部分加入该领域的企业都在宣传生产实力、库存和价格,其他如服务体系等,却一概不谈。我们合作过一个家具厂,对外宣称有多少库存,但实际上客户下单之后才去购买板材。”阿勇说道。

多位受访者均认为,岩板从产品出厂再到成品家具这个环节,并没有一个完整的服务体系。大部分陶瓷厂只负责卖板,加工也是独立的板块,最终到消费者手中的成品家具又是以另外的品牌进行输出,一旦出现产品质量问题,到底是板材的问题,还是加工的问题,还是家具安装的问题?没人说得清楚,难免出现“扯皮”的现象。

“材料不稳定,没有专业的服务体系,卖岩板的不懂岩板……整个闭环就像是一根紧绷的弦一样,不知道什么时候会崩断。”有业内人士这样说。

诚信遭受考验:薄板、大板公然冒充岩板

到底什么是岩板?岩板的标准是什么?

在大多数业内人士的观念中,岩板较陶瓷大板具有后期加工性能,甚至有业内人士直接说:“能够做精细加工的,就是岩板。”所以,岩板目前还是一个较为模糊的概念。由此,也就给了一些不想进行设备投入改造又想要瓜分市场红利的厂家一些可乘之机,用大板、薄板公然冒充岩板。

“单从产品表面看,并不能区分大板、薄板,岩板,甚至长得都一个样,但是,岩板的生产要求相对较高,绝大多数岩板需要经过后期加工,做成岩板餐桌、岩板橱柜等各种岩板家具,如果用普通瓷冒充岩板,一旦把温度极高的物体放置表面,就很容易开裂,在加工的过程中,也可能出现开裂、断裂的风险。”一受访者说道。

即便都是岩板,市面上也有一些劣质岩板,花色较为暗淡,坯体与表面颜色不一,底部也未进行抛光,摸起来有颗粒感。

(陶信)

寻求工装和家装齐头并进之路

——浙江卡曼橡胶石晶地板有限公司董事长李德荣访谈



凭借着紧跟发展趋势的新产品和稳扎稳打不断突破的生产技术,成立于2010年初的浙江卡曼橡胶石晶地板有限公司目前已颇具规模,占据了较大的一片厂区,厂房与办公楼林立。在卡曼发展壮大的十年间,其主要产品是橡胶石晶地板、PVC片材石晶地板、PVC卷材石晶地板、PVC墙板、铝塑地板、硅酸钙装饰板等,并拥有较大体量的进出口业务,成为嘉善又一个著名的商标。“突破家装市场的困局,是SPC石晶地板未来发展的必然趋势。”浙江卡曼橡胶石晶地板有限公司董事长李德荣在接受采访时说。

SPC石晶地板(SPC)不仅安全环保,还可快速安装

SPC石晶地板的最吸引人的优势之一,就是它便于安装的特性,另一点则在于它的环保性能。SPC石晶地板是一种基于SPC材质的纯塑料的地板材料,所谓SPC就是不含增塑剂类的成分,一定程度上决定了它的环保价值和安全性。“SPC石晶地板尺寸稳定性比较好,可以快速安装。”李德荣强调。

在谈及应用前景时,李德荣介绍了部分使用案例,比如福建省的妇幼保健院、上海浦东的两个敬老院,还有朗斯科技的办公楼、北京龙湖地产的项目、陕西的国际学校等等。这些设施对于SPC石晶地板的需求量是非常巨大的。

而谈到家装市场时,李德荣董事长则充满了信心,“现在工装和家装都齐头并进,工装的量已经上来了,用量很大。家装领域的用量不如工装量大,但上涨是一定的。对于SPC石晶地板,目前来说大接受情况都比较良好,而且也正逐步走进家装。”他认为目前家装方面更追求精细但需求不是

五大趋势助推饮水管道行业发展

根据中国塑料协会统计,2019年中国塑料管道产量约1640万吨,同比增长2%左右,行业整体产能超过3000万吨,产能利用率约55%。“十三五”期间,国家着力推动海绵城市建设、农村生活污水治理、老旧小区改造等,为塑料管材行业发展加入新的催化剂,光是旧改带来的塑管材料需求增量约为235~346万吨。展望未来,五大趋势或将进一步推动饮水管道行业发展。

健康升级趋势

近年来,随着大众经济收入状况改观,消费升级加快,民众对饮水安全的重视程度日益提高,从源头到龙头,水质的健康与否决定每一个人的饮水安全。与此同时,国内各级政府也相继出台了确保饮用水洁净卫生的相关政策文件,承载居民用水安全的水管,正迎来不锈钢水管的市场应用热潮。

在抗击新冠肺炎疫情期间,上海医疗救治专家组组长张文宏医生曾经特别强调:“对人类公共卫生方面最大的贡献,一

个是疫苗,另一个是清洁的饮用水,这是提升人类寿命的主要原因。”

多元化趋势

关于多元化,更深层次的问题是行业是否遇到了“天花板”,如果行业发展存在较大空间,行业增速较快,景气度较高,那么企业多元化显然是不明智的。我们对行业增速的整体判断是,行业进入了低速增长期,但尚未见到天花板;行业集中度因为下游产业集中度提升、环保以及龙头企业优势有提升趋势,聚焦管道主业的龙头企业可以通过提升市占率等手段实现高于行业平均增速的增长;行业分化增大,竞争优势不明显的公司可能面临较大的增长压力,部分选择多元化。

精装房趋势

管道行业进入壁垒不高,集中度仍然较低,加之管材技术更迭快,因此同行竞争的关键在于性价比、销售能力。管材销售模式采取“零售+工程”双轮驱动模式。零售依托经销商渠道,工程客户依托直销渠道。经销模式为买断式经销,结算周

期快,话语权强。

绝大多数管道生产企业采用直销与经销相结合的销售模式。直销模式主要是指直接参与市政工程投标、房地产直接配送或其他直接获取订单进行销售的方式。市政工程造价中的管材报价往往受客户的议价能力、订单金额、是否为样板工程等因素影响。一旦签订合同,管材销售价格相对稳定,产品毛利率随原材料价格波动而变化。经销模式分为买断式销售和委托代理销售,目前管材行业经销大多为买断式。

家装管材属于后端装修材料,由于政策推动、消费需求变化以及地产公司产品结构升级,精装房比例提升,采用ToB模式的塑管企业则率先受益,而采用ToC模式的塑管企业则面临一定挑战。

旧城区改造趋势

国务院办公厅日前印发的《关于全面推进城镇老旧小区改造工作的指导意见》为老旧小区改造列出了时间表:2020年新开工改造城镇老旧小区3.9万个,涉及居

民近700万户;到2022年,基本形成城镇老旧小区改造制度框架、政策体系和工作机制;到“十四五”期末,结合各地实际,力争基本完成2020年底前建成需改造的城镇老旧小区改造任务。

据测算,我国城镇需综合改造的老旧小区投资总额可达4万亿元,如改造期为五年,每年可新增投资约8000亿元以上。老旧小区改造中,区域内中型建筑企业及建筑设计龙头有望受益程度较高,而旧改有望加快存量翻新市场对建材需求的释放,防水、管材、涂料等细分龙头有望受益。

科技创新趋势

科技创新已成为企业发展的主要驱动力,管道行业的骨干企业非常重视新技术的引进和新产品的研发,在引进先进加工设备的同时,不断加强研发力量,加大技术研发投入,提高自主研发能力、科技创新能力和产品精度,增强行业及企业的竞争力,有的大型企业还拥有先进的技术和产品研发中心。

(财惠)