

全流程一管到底,家装概念革新升级成发展趋势

家居家装行业寻求新突破形成新业态

过去家居行业一直是恪守传统的行业,企业间各司其职,专注在自身擅长的领域内默默发展,仿佛都被笼罩在各自编织的透明保护罩内。而如今,随着消费升级、消费群体年龄层趋于年轻化,一种“家居+家装”一体化服务模式应运而生,家居家装企业曾经无形的边界被一点点打破,整个家居行业开始不断寻求新的突破点。

专注于家居行业某一细分领域的企业开始有意识地扩展业务版图,寻求新的业务增长点。家居家装企业不再固守“舒适圈”,或在产品端发力,而是通过多品类研发做到全面开花,或布局全屋定制,瞄准家居整装赛道蓄力冲刺。资料显示,2021年家居企业跨界融合度更大,继志邦、好莱客、皮阿诺把大家居触角涉足家装领域的厨电、净水器等相关产业后,欧派、我乐家居同样在前段时间宣布进军房地产……

如果说以上只是家居圈内各细分领域内的内部洗牌,那么随着电商(互联网)、房地产、零售、消费电子等行业外公司的入局,整个家居家装行业也由此热闹起来了。继阿里巴巴入股居然之家,腾讯合作红星美凯龙,京东牵手曲美家居以后,苏宁赶在2018年年底也入局家居装饰行业圈,推出了首家全屋定制门店,吸引高品宅配、索菲亚、欧派品牌家居相继入驻,成为典型的全屋定制新产业、新业态和新模式。

2021年,苏宁进军家居家装行业的决心更加明显。3月24日宣布,苏宁不止卖家电,还要经营家装设计、施工业务。苏宁宣布将联合“老板”“箭牌”“格力”“喜临门”“四季沐歌”“西门子”“TOTO”等各大家电品牌成立苏宁家装家电一站购联盟。而与“苏宁”打擂台的“国美”同样不甘示弱,早在2015年就与“东易日盛”“百合网”等合作,共同打造



号称国内首个3D线上家居家装电商平台,为用户提供3D虚拟装饰装修以及整体家装采购一体化服务。2017年“国美”正式提出“家·生活”战略,把家电、家居、家装一体化上升到公司核心战略的高度。2017年6月,以2.16亿元领投爱空间C轮,后又陆续在约150家门店引进家装业务。2020年“国美”又开始发力于整装。同年底,又正式控股家装BIM设计平台“打扮家”,由旗下子公司海南贝智企业管理有限公司和上海荟侨国际贸易有限公司合计持股打扮家80%股份。今年4月29日,国美与打扮家家居家装战略暨APP上线发布会在京举行。创始人崔健表示,三年后战略目标达到5000亿元。

据相关机构研究报告显示,目前,家装领域市场发展规模已突破3.54万亿,市场前景广阔。除了零售、电商(互联网)等巨头在家居家

装行业动作频频,“恒大”“碧桂园”等房地产企业也在不同程度上完成了家居家装产业战略布局。今年1月23日,恒大高科全资子公司“星络家居云物联科技有限公司”正式发布“超级空间1.0”全屋智能家居装饰产品。由此可见,家居家装企业在迭代中升级、在创新中上台阶,对传统家装行业带来了挑战是必然的。

据公开资料显示,“恒大”多年来一直在家居板块下功夫,不仅与全友、双虎、联邦、喜临门、格力、美的、TCL等多个家电、家居建材企业合作建立联盟、整合家居建材供应链,并且与家居企业联合成立子公司,涉足智能家居。据悉,去年投建碧桂园现代筑美绿色智能家居产业园占地1000亩,总投资约23亿。预计年产厨柜30万套、卫浴柜60万套、衣柜/收纳柜10万套、木门180万樘,实现年产值50亿元。随后碧桂园又在潮

州签了100亿的协议,其中卫浴产业项目投资50亿,用于建设智能卫浴(潮州)产业园。此外,还布局了“创喜邦盛”、装饰装修公司“橙家”等实体企业,既涉足家居建材生产制造,又涵盖家居家装业务,实现了从设计、施工、产品、建材全覆盖。

从跨界发展情况来看,各大公司在业务布局可谓各有侧重,“玩法”虽然不同但都将推动家居家装行业深度变革。这其中,家电领域内的龙头企业——海尔的举措备受业内关注。今年5月22日,海尔宣布北京首家三翼鸟001号店在望京开业。这是自2020年9月11日海尔智家在北京发布了“三翼鸟”品牌后,又一象征着海尔集团从家电品牌向场景品牌以及物联网时代的家庭生活解决方案供应商转型升级的标志。

“三翼鸟”带给客户的不仅仅是产品,更多的是生活方式层面上一次性解决,带给合作企业的是一个大的完整的业务生态系统。“海尔”和“创邸”设计联合打造的三翼鸟旗舰店,实现了“单一场景、一户一设计”,从装修设计、走水走电、家电定制到安装售后,全流程一管到底,一站式业态将传统“家”的装饰概念革新升级上台阶。

随着装饰行业的边界越来越模糊,无论是传统家居家装企业选择“跨出去”,还是外行公司“走进来”,“跨界”和“融合”为企业提供了更多发展的可能,也让整个家居装饰圈更具活力。可以预见,未来家居企业不再扮演一种角色,不同领域的企业通过跨界、融合、联动的方式合作,实施强强联合形成战队抢占市场,将促使家居家装行业马太效应愈加凸显。尽管家居家装行业名目繁多,但其实质内涵关键词是相同的,即跨界融合,顺应市场,高质量发展,不断满足人民群众对美好生活的向往。

(雷语话)

建筑绿化赋能城市绿色生态

——2021第八届建筑绿化发展(上海)高峰论坛侧记

□李兴龙



7月15日,2021第八届建筑绿化发展(上海)高峰论坛暨上海市建筑材料行业协会建筑绿化分会第三届换届会议在上海新国际博览中心举行。论坛由上海市建筑材料行业协会建筑绿化分会主办(以下简称“建材绿化分会”),得到了上海市绿化委员会办公室、上海市绿化管理指导站的支持。

论坛举行前,上海市建筑材料行业协会(以下简称“建材协会”)副秘书长肖琴主持了建材绿化分会第三届换届会议。建材协会党支部书记、秘书长石泉出席会议,宣布建材绿化分会第三届会长、副会长和秘书长人员名单,并予以祝贺。

石泉说,奋斗百年路,启航新征程。建材协会在实施“十四五”,开启全面建设社会主义现代化国家新征程中,将坚持以“人民城市人民建,人民城市为人民”的发展理念努力办好一年一度绿色建博会,通过高峰论坛不断提升服务企业、规范行业、发展产业的水平,不断开拓城市立体绿化新疆域,为实现绿色低碳循环发展、高质量可持续发展作出新的贡献。

上海市绿化委员会办公室秘书处处长张浩致辞,对建材绿化分会新一届领导

班子表示祝贺,充分肯定建材绿化分会在城市更新、满足人民对美好生活向往发挥着重要作用。张浩说,上世纪80年代,从上海华亭宾馆出现屋顶绿化开始,立体绿化逐步成为城市建设新的增长点和重要发展方向,为提升城市绿化覆盖率和绿视率作出了贡献。从2014年上海市政府办公厅发布《关于推进本市立体绿化发展的实施意见》开始,上海市从法规、规划、技术、政策等层面均有突破,保证每年40万平方米立体绿化在沪推进。截止2020年,累计建成立体绿化475万平方米,高架绿柱3万余根,高架沿口绿化100公里。立体绿化连续多年被列为市政府实事项目。大量立体绿化项目的实施,提高了市民对立体绿化的知晓度和参与度,大幅提升了上海城市生态环境品质。

该市绿化市容局刚刚发布《关于推进上海市公园城市建设的指导意见》,把“开展高架、围墙、公共服务设施等空间的立体绿化建设,推进商业、文化、体育等公共服务设施的屋顶绿化建设”列为主要任务之一。立体绿化每年40万平方米的建设量将持续到2035年,可实现高架立体绿化和沿口花卉布置实施率、工地(2年以上)围墙立面绿化实施率两个指标到2025年将显著提升,到2035年将达90%。

据悉,建材协会早在2010年就在全国率先成立建筑绿化分会,为服务于政府、服务于社会、服务于行业、服务于会员展示了新作为。会议认为,新一届建材绿化分会将一如以往,在会长及领导班子的带领下和在会员单位共同努力下,通过技术引领、人才培养、标准规范、论坛交流等工作,不断为提振城市品质、美化人居环境赋予新的作为。

新任会长崔海峰主持“2021第八届建筑绿化发展(上海)高峰论坛”并做主题演讲。上海市绿化管理指导站高级工程师李向茂做《上海立体绿化政策标准解读和趋势分析》,从城市高质量可持续发展上诠释立体绿化与城市生态的关系,其政策解读、瓶颈突破、实施举措等分析,给行业企业创立立体绿化新产业赋予了正能量。

新任建材绿化分会副会长、上海一山景观工程有限公司总经理赵展分享了《快速拆装绿墙结构的设计与施工实践》,介绍了该公司承担上海世界会客厅、第十届中国花博会等标志性建设的快装绿墙项目。关于世界会客厅临时景点布置项目,赵展在演讲说,因近、现代建筑本身的特性要求以及“修旧如修”的原则要求,在世界会客厅老建筑里面施工是不能打胶,更不能用电焊、打膨胀螺丝的,只能借用原

有构件固定绿墙。鉴于类似临时景点布置多,虽然各项现场条件不同,但解决问题的思路和施工工艺是可以共同借鉴传导的。

新任建材绿化分会副会长、上海上房生态环境科技有限公司总经理毛大宝做《垂直绿化为建筑空间设计赋能》演讲,给与会嘉宾带来了垂直绿化在城市景观创意上的新美学。

新任建材绿化分会副会长、北京八谷环境技术有限公司总经理毛楠做《植物墙建筑设计——沪上梦境》演讲,以典型案例介绍位于上海中共一大会址附近人行道、灯光、绿化之创意造景,给人耳目一新,仿佛得到城市“梦境”中的美好遇见。

WAA+设计(上海)合伙人、建筑师瑞安·布鲁克做《重庆来福士水晶连廊:设计一个云中森林》演讲,这个案例是悬挂在街道上方便近50层高处的一万平方米温室,是100多棵大乔木的“家”,大树分布在室内外,解决了如何在日益密集的城市环境中创造出有意义的绿色空间。演讲形象生动,绽放创新智慧,表现了建筑师大气谦和、以人为本的情怀和理念;上海智节建筑设计咨询有限公司总经理潘莉莉做《城市可持续景观营造》演讲,提出新冠疫情发生后,生物多样性意识引发了人类

据中国建材信息网信息,7月份建筑材料工业景气指数为95.5点,低于上月7.5个点,低于临界点,处于非景气区间。受高温、降雨等气候性因素影响,建筑材料市场需求减弱,建筑材料工业景气度回落。

建筑材料工业分项指数

从供给侧分类指数看,建筑材料工业价格指数和生产指数均出现回落。7月份建筑材料工业价格指数为99.3点,比上月回落0.8个点,低于临界点,当月建筑材料工业出厂价格环比下降;建筑材料工业生产指数为96.1点,比上月回落6.8个点,低于临界点,当月建筑材料工业生产环比回落。从需求侧分类指数看,投资需求指数和工业消费指数回落,建材国际贸易指数回升。7月份投资需求指数96.1点,比上月回落7.4个点,低于临界点,当月投资需求拉动作用减弱;工业消费指数92.1点,比上月回落11.5个点,低于临界点,当月工业消费拉动作用减弱;建材国际贸易指数103.9点,比上月回升2.2个点,高于临界点,拉动作用有所增强。

建筑材料工业运行特征

1.建筑材料工业价格微调调整,总体持稳。二季度以来建筑材料市场需求趋于稳定,供需关系有效调节,建筑材料产品价格总体小幅波动。7月份,主要受市场需求季节性减弱影响,建筑材料工业价格指数出现回落。在建材13个行业中,防水建筑材料、粘土与砂石开采、混凝土与水泥制品、轻质建筑材料、矿物纤维和复合材料、建筑卫生陶瓷、非金属材料等7个行业出厂价格环比回升;水泥、墙体材料、石灰石膏、隔热保温材料、建筑用石、建筑技术玻璃等6个行业出厂价格环比回落。1-7月份,建筑材料工业平均出厂价格仍同比上涨0.9%。

2.建筑材料工业需求保持增长,增幅总体回落。根据国家统计局数据,今年1-6月份,全国固定资产投资(不含农户)同比增长12.6%,增幅比1-5月份回落2.8个百分点。其中建筑安装工程固定资产投资同比增长17.6%,增幅比1-5月份回落2.3个百分点。1-6月份,基础设施投资(不含电力、热力、燃气及水生产和供应业)同比增长7.8%,增幅比1-5月份回落4.0个百分点;房地产开发企业房屋施工面积同比增长10.2%,增幅比1-5月份回升0.1个百分点。与建筑材料工业相关的投资需求增长持续放缓。

今年1-6月份,房地产开发企业房屋竣工面积同比增长25.7%,增幅比1-5月份增长9.3个百分点,建筑装饰用材料需求有望出现积极变化;建筑及装潢材料类商品销售额同比增长32.9%,但仍比2019年同期低2.4%,建筑装饰装修领域市场需求有所恢复;汽车、计算机、手机等产品产量累计同比增幅继续回落。建材工业消费市场需求增长总体平稳。

3.多因素造成建筑材料需求回落。6月份以来受高温、降雨等气候性因素影响,建筑工程施工进度放缓,大宗商品价格持续高位,降低了建筑工程施工进度和下游相关工业企业生产意愿,导致建筑材料市场需求减弱,建筑材料企业生产随之放缓,行业景气度出现回落。

附注:(1)建筑材料工业景气指数(MPI)主要监测建筑材料工业运行趋势,具有较强的预测、预警作用。MPI高于100时,表明建筑材料工业运行处于景气区间;MPI低于100时,表明建筑材料工业运行处于非景气区间。(2)建筑材料工业景气指数(MPI)从供给侧和需求侧对建筑材料工业运行趋势进行判断。供给侧分为价格指数和生产指数,需求侧根据需求领域对建筑材料工业实际影响,分为投资需求指数、工业消费指数和建材国际贸易指数。(3)建筑材料工业价格指数,反映建筑材料工业出厂价格变化趋势,出厂价格不包括建筑材料产品流通过程中产生的费用、产品利润和税费等。出厂价格不同于市场价格,两者变动会相互影响,存在时滞,在某一时间段内有可能会变化趋势不一致的情况。(4)建筑材料工业生产指数,反映建筑材料工业生产的变化趋势,不包含价格变动因素。(5)投资需求指数,反映与建筑材料相关的投资市场需求变化趋势。(6)工业消费指数反映与建筑材料相关的工业消费需求变化趋势。工业消费,既包括建筑材料工业内部企业间的消费,也包括下游产业对建筑材料产品的消费。(7)建材国际贸易指数反映建筑材料国际贸易变化趋势,主要由建筑卫生陶瓷、建筑技术玻璃、建筑用石、玻璃纤维及复合材料、非金属材料等行业出口指数构成。(中建网)

林(上海)有限公司总经理林子健做《屋顶绿化的商业运营——绿色公社项目》演讲;新任建材绿化分会副会长、上海志远生态园林工程有限公司总经理周碧骏做《从地面至屋顶绿化》演讲。

最后,同济大学副教授、博士生导师骆天庆做《上海建成区屋顶增绿潜力及生态效益评估》演讲,就上海中心城区既有建筑屋顶绿化建设潜力研究、基于上海工业园区分区的屋顶绿化生态效益研究做了学术分享。

本届论坛凸显“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念,强调人与建筑、人与环境、人与自然和谐共生。来自各区绿化管理部门、机关学校等单位绿化负责人、房建景观产业链设计施工管理相关人员近百位专业人士参与了论坛。



近日,阿克苏诺贝尔发布2021年第二季度业绩报告,实现销售额增长26%,调整后营业收入达到3.35亿欧元。并报告最新亮点。

——达成与哥伦比亚涂料企业 Grupo Orbis 的收购协议

阿克苏诺贝尔与总部位于哥伦比亚的涂料企业 Grupo Orbis 达成收购协议,以进一步扩大公司在中国中南美洲的业务布局。此次交易涉及 Grupo Orbis 在中南美洲和安第斯山脉等十个国家的业务,将使阿克苏诺贝尔成为安第斯地区和中美洲的涂料企业领导者。该地区的多个国家在未来10年中有望在全球增长排行榜上名列前茅。

——打造更可持续的游艇行业

阿克苏诺贝尔的游艇涂料业务已与水革命基金会达成合作,以携手创建更可持续性的游艇行业,并推进全球海洋保护。水革命基金会是成立于2018年的非营利组织,致力于通过帮助游艇行业减少对环境的负面影响来为全球海洋保护事业作出积极贡献。

——在中国推进太阳能项目

阿克苏诺贝尔即将完成在中国新推出的两个可再生电力项目,共安装约8,000块太阳能电池板及设备,帮助公司加速实现在2030年达到碳排放减半的目标。阿克苏诺贝尔位于上海的装饰漆工厂已安装5000余块太阳能电池板,而其位于广州的装饰漆工厂则安装近3000块太阳能电池板,帮助公司向更绿色环保的生产目标再迈进一步。全新的太阳能发电系统将成为这两个工厂的主要电力来源。

——“涂创未来”初创企业挑战赛大获成功

第二届“涂创未来”全球初创企业挑战赛已于5月启动,并计划于11月举办加速孵化合作活动。截至目前,挑战赛已收到200多份优秀提案。与此同时,在中国举办的区域性初创企业挑战赛也收到了210份方案,加速孵化合作活动即将在8月进行。下一届区域性初创企业挑战赛将于明年2月在印度启动,比赛将聚焦数字化客户解决方案。(记者 顾今)

阿克苏诺贝尔涂料最新亮点

阿克苏诺贝尔涂料最新亮点

诺力昂在华扩大可膨胀微球产能

受益于该产品扩产的生产基地从苏州迁至宁波



全球特种化学品领先企业诺力昂计划在中国扩大其 Expancel 品牌可膨胀微球产能。此次扩产受益于该产品的生产基地从苏州搬迁至宁波,搬迁项目将于2021年底前完成,更大的产能设施将使该品牌在中国年产能增加高达60%,进一步巩固诺力昂产能在全球的头部地位。

“40多年来,诺力昂一直是全球可膨胀微球领域的先行者。诺力昂宁波基地的生产设施及更大的产能将帮助我们满足本地市场需求。”诺力昂特聚化合物副总裁 Sylvia Winkel Petterson 表示,“此次搬迁将实现无缝衔接,确保诺力昂以高质量的产品为中国客户服务。”

可膨胀微球用作轻质填料和发泡剂,可使客户最终产品更轻,并具有出色的隔热性能,从而降低成本和环境影响。例如,应用于对阳光有高反射性的凉爽屋顶涂料,可将建筑物的外表面温

度降低达15摄氏度,从而减少对空调的需求。在中国,该产品服务于建筑、基础设施、交通运输和包装材料等终端市场。

“诺力昂看到,可膨胀微球的市场需求正在增长,而全球可持续发展的趋势也是该市场发展的推动力之一。”诺力昂负责中国和新市场的高级副总裁 So-bers Sethi 表示,“凭借宁波生产基地的卓越运营和各项资源的增加,我们将不断满足这一市场需求,加速我们在中国的业务增长。”宁波基地是其在全球范围内最大的生产基地之一,已建成运营聚合剂、乙烯胺、纤维素醚、表面化学品、聚合物化学品和有机过氧化物六家工厂。

未来,宁波基地和诺力昂在美国、瑞典和巴西现有的可膨胀微球生产基地将形成互补。(记者 顾今)