

打造带动全国高质量发展的新增长极和新的动力源

西部家居装饰产业发展迎来新机遇

我国西部板块在全国经济版图中的地位日渐上升。目前,四川省成都、重庆两大城市相继列入国家中心城市,成渝城市群也位列5个国家级城市群之一。西部地区家居装饰产业也迎来全新机遇,并逐步走出属于西部的独特发展步伐。

进击西部,条件成熟,前景可期
考量一个产业的发展上限,经济发展水平和消费潜力是两个绕不开的着力点。西部大开发开启的二十多年来,我国西部各省已经在经济上实现了脱胎换骨。据统计,西部12省(区、市)地区生产总值从1999年的1.5万亿元增加到2019年的20.5万亿元,占全国比重达到20.7%,提高了约3.6个百分点。地区生产总值年均增长10.9%,高于全国平均水平。

毫无疑问,西部正在形成具有全国影响力的经济增长“新引擎”。以成都、重庆两大国家中心城市为核心的成渝地区,已拥有1.2亿人口和近7万亿经济总量。2020年,中共中央政治局会议审议《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》,会议强调成渝地区要“打造带动全国高质量发展的重要增长极和新的动力源”。

国家统计局数据显示,2020年上半年,全国房地产开发投资62780亿元,同比增长1.9%。其中,东、西部地区房地产总投资额分别占全国前两位。包括四川在内的西部12省(市、自治区)总投资14242亿元,虽然绝对投资额仅相当于东部地区33940亿元总盘子的42%,但是其7.6%的同比增速,比经济发达的东部地区要高5.3个百分点。

值得一提的是,2021年第七次人口普查数据显示,东部地区人口占39.93%,中部地区占25.83%,西部地区占27.12%,东北地区占6.98%。与2010年相比,西部地区人口出乎意料上升0.22%,可见西部地区人口正快速增长,为西部家居装饰产业发展有了底气。

房地产增速居高不下,而对应的城镇化率却居于低水平,常住人口正增长……种种迹象表明,西部地区家居产业尚处蓝海阶段,前景可期。据西南财经大学西财智库首席研究员汤继强说,“西部地区是中国潜力最大的内需市场,只有激活这个4亿人的内需市场,推动西部崛起,才能带动全国高质量发展。”而家居产业,正是满足西部地区居民消费需求的重要



一环,家居产业进击西部的机遇时代,已经来临。

定制西行,底气十足,舞台很大
事实上,西部地区在家居行业本身就底气十足。以西南地区为例,西南地区成品代表企业中,全友、掌上明珠、拥有数十年的成品家居制造经验,拥有覆盖全品类家居的制造线,销售渠道沉淀数十年,已经成为家喻户晓乃至全国知名的品牌;西南地区定制品牌中,德贝、玛格、伊恋、莱茵艾格经过多年发展,已经成为西部本土定制的原生力量。在此基础上,定制西行,原本就阻力就相对较小。而政策的正向作用,则为定制产业西行之路再添羽翼。2018年,四川省人民政府在相关意见中明确要求广元“建设西部重要的绿色



家居基地”;广安在2019年开工建设先锋智能家居产业园,重庆永川大力发展智能家居产业集群……

尤其是成都崇州,在当地政府的推动下,多个定制家居品牌已经在崇州开设生产基地。全友、掌上明珠、莱茵艾格、百年印象、丽维家等西部本土定制品牌在崇州拥有生产基地。索菲亚、尚品宅配等头部定制品牌也纷纷在崇州建立智能制造生产基地,入局西部定制版图。可以说,西部定制格局正在发生新变化,抢先入局者,将先人一步抢占市场优势。

2020年,中共中央国务院《关于新时代推进西部大开发形成新格局的指导意见》中提到,鼓励重庆、成都、西安等加快建设国际门户枢纽城市,办好各类国家高级博览会,提升西部地区影响力。在此背景下,成都市博骏传媒有限公司为赋能产业发展,着力于打造西部地区行业专业交流平台,特主办的“2021中国(成都)定制家居展”,助力西部定制产业规范化高质量发展。

据了解,作为全球首个定制家居展——中国广州定制家居展的主办方,博骏传媒以11年定制家居上下游产业链资源沉淀为基础,充分发挥中国广州定制家居多年的办展经验,聚焦华南家居产业模式及集群优势,为全国参展商搭建一个强有力的展示及交流平台,让业内人士迅速了解西部市场动态,借助展会平台的影响力、传播力、引导力,推动西部定制家居产业的转型升级和创新发展。

(时健之)



乡村是具有自然、社会、经济特征的地域综合体,兼具生产、生活、生态、文化等多重功能,与城镇互促共进、共生共存,共同构成人类活动的主要空间。全面建成小康社会和全面建设社会主义现代化强国,最艰巨最繁重的任务在农村,最深厚的基础在农村,最大的潜力和后劲也在农村。

乡村振兴,机遇来了!对于泛家居行业而言,实施乡村振兴战略,意味着什么呢?

一、认知我国的乡村振兴战略

乡村振兴战略是党的十九大报告中作出的重大战略决策,并庄严地写入了党章,为新时代农业农村改革发展指明了方向,明确了重点。

“三农”问题是关系国计民生的根本性问题,中国要强,农业必须强;中国要美,农村必须美;中国要富,农民必须富。当前,我国最大的发展不平衡是城乡发展不平衡,最大的发展不充分是农村发展不充分。乡村振兴战略,正是党中央着眼“两个一百年”奋斗目标导向和农业农村短板的问题导向作出的战略安排。乡村振兴战略就是要坚持农业农村优先发展,进一步调整理顺工农城乡关系,在要素配置上优先满足,在资源条件上优先保障,在公共服务上优先安排,加快农业农村经济发展,加快补齐农村公共服务、基础设施和信息流通等方面短板,显著缩小城乡差距。

党的十九大报告提出,围绕“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”二十字实施乡村振兴战略的总要求。实施乡村振兴战略,生态宜居是关键。

二、乡村市场广阔,机遇在哪儿?

实施乡村振兴战略要按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求,建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系,加快推进农业农村现代化。实施乡村振兴战略,生态宜居是关键。

目前,一二线市场的竞争格局已基本稳定,三四线城市的加速布局和竞争白热化……,而还有一条赛道目前开始热闹起来,它就是农村市场、乡镇市场。事实上,乡镇家居市场真的非常广阔。早在几年前,就有一些建材家居公司盯上了乡村市场,开发乡村市场的家居消费需求。而乡村振兴战略更是乡村人居环境愈来愈受到关注,为乡村市场加码。例如,几年前东鹏就曾携手绿盟探索美丽乡村新模式。2014年11月12日,中国美丽乡村(罗园村)试点村建设正式启动,这标志着由绿盟转战“中国美丽乡村”公益计划开始对首批乡村进行“五化”改造。东鹏瓷砖就是此次公益计划的重要战略合作伙伴。如2020年,三棵树通过中国扶贫基金会“百美村宿”项目,为四川干埡村、河南韩徐庄村捐赠涂料及辅材。

三、电商催生新实体经济
电商“东风”奏起交响曲,电商催生的新实体经济,一些家居类小镇发展崛起。例如,山东菏泽的牡丹创意家居小镇,天下家居第一镇——南康家居小镇,号称“中国电商家居第一镇”的江苏徐州睢宁县沙集镇等。

四、“小镇青年”家居消费购买力强

随着经济社会的不断发展,区域市场消费能力不断爆发,“小镇青年”引发了市场持续关注。市场对“小镇青年”的定义是:年龄大致在18岁至35岁,通常生活在相对富裕的三线城市,高铁线路的开通使他们距离大城市仅两三个小时车程,接受过大学以上教育,在老家拥有一份得体的工作。尤其出于疫情之下的一些思考,越来越多的人开始回归乡村,家居渠道下沉是趋势。

近几年来,一些建材家居品牌深化渠道下沉,把乡镇市场纳入重点渠道。例如全友、掌上明珠等川派家居品牌早就开始以县城作为渠道下沉的主战场,采用“1+N+N”的卫星布局辐射管辖区的乡镇,牢牢占据乡镇市场。随着县、乡、镇居住需求升级,购买力的不断提升,带动的家居消费需求可以说是非常可观的。还有一些平台巨头也纷纷布局乡镇市场,看好这个市场,纷纷“下乡刷墙”!如2020年5月,京东面向3-6线乡镇市场的线下零售渠道“京东家电专卖店”升级,引进家装业务。

五、乡村自建建房需要专业队伍

乡村自建建房定制化成为消费新趋势。在行业里,一些建材家居供应商联合共建乡村别墅,乡村漂亮小别墅开始在乡镇流行起来。例如,2020年11月7日,由宝家墅和京东主办的“中国乡村建房节”在北京京东总部召开。这是一场什么样的峰会呢?飞利浦、西门子中国、爱达达、斯米克磁瓷砖、立邦、亚士利能、恒飞电缆、正金门窗、金脚橱柜、掌上明珠等40余家建材家居企业代表参会,会上宝家墅与一众乡村自建建房配套供应商宣布组建国内首个乡村住宅产业联盟,公布了乡村自建建房拎包入住新方案。(前略)

张文华:创新抗震结构技术 筑精品超高限工程

中国属于地震多发国家,因此建筑物的抗震性能尤其重要。随着建筑高度与建筑功能需求的不断提高,建筑物的抗震性能要求也相应升高。在建筑结构设计中,传统的钢筋混凝土剪力墙不再能满足高层与超高层建筑的要求,其变形能力有限,延性较差,直接影响建筑的整体抗震性能。

中国著名建筑结构设计师张文华多年来一直致力于建筑结构抗震领域的研究与实践。提到结构抗震设计,张文华曾说过结构延性对于建筑抗震能力有着

非常大的影响,可以说结构的延性在某种意义上可以等同于结构的强度。因此,在设计与技术革新时,结构延性是一项重要的考量指标。

为了提升高层建筑的结构延性,攻克结构设计的抗震技术难题,她决定从剪力墙入手,研究出能够在超高层建筑中满足对剪力墙轴压比要求的剪力墙结构。2010年,张文华团队承接了广州地标性建筑广州东塔项目的结构设计任务。

532米高116层的广州东塔(原名:广州周大福金融中心)是广州最高的建

筑物之一。在该项目设计之初,鉴于该建筑的巨大体量,最终采用了伸臂桁架的巨型框架-核心筒结构的方案。该结构方案中要求采用的更高的剪力墙高轴压比、高延性、薄墙体的结构设计,这显然不是传统的钢筋混凝土剪力墙方案能够实现的。

中国资深的建筑结构专家张文华接下了这副重担。她和团队针对超高层应用的结构特性,结合该项目的工程应用要求,研发出了“外包端柱内嵌钢板混凝土组合剪力墙”。经过深入的理念与试验研究,该成果具有远高于传统剪力墙的延性,同时充分发挥钢筋混凝土两种材料的性能优势,节省造价,与楼面钢梁、伸臂桁架构件连接简单,施工便捷,非常适用于高层、超高层建筑,更能够完美地满足东塔项目中的结构需求。经过由清华大学聂建院院士(中国工程院)团队的评审后,认为该结构具有独创性,是现代组合结构技术新的发展,且具有深远的实际意义。值得注意的是,应用该结构后,东塔项目实现了超于同类建筑的抗震稳定性,为这座投资逾百亿的项目

直接节省造价2000万元。其结构性能与经济性引发了行业热议。

在结构抗震领域,特别是高层与超高层建筑抗震方面,张文华是顶尖的专家,她不仅主持完成了多项在国内甚至国际上产生重要影响力的建筑物的结构设计,还参与完成了抗震领域的研究并取得了专利成果,收获了多个科学技术奖项与中国建筑设计奖项。2017年,张文华因出色的抗震结构成就,被广东省住房和城乡建设厅评为第五届超限高层建筑工程抗震设防审查专家委员,参与审查了珠海度假村酒店改造、中远海运大厦、牧云溪谷云锦项目等多项工程,为提高超限高层建筑工程的可靠性、安全性以及抗震设防质量做出了重要的贡献。

多年来,张文华从未间断过各种抗震结构设计的创新之路,也正是在她这样的专家努力下,中国的建筑与建造技术才能一直在世界舞台上展现风采。我们更期待张文华及其团队能再再辉煌!

(文/张斌)



科技引领能级提升 打造专家品牌企业

——上海建工装饰集团第十八届工程师节开幕式暨2021年度科技大会侧记

□李兴龙

秋风送爽,丹桂飘香,9月26日下午,上海市建筑装饰工程集团有限公司(以下简称上海建工装饰集团)迎来了第十八届工程师节开幕式暨2021年度科技大会。上海建工集团总工程师陈晓明,副总工程师、总工程师办公室主任王美华,上海建工装饰集团党政领导班子、各部门各基层单位负责人、科技工作者、工程技术人员代表、青年职工代表等160余人共同融入了今年的工程师节暨科技大会。

大会聚焦“十四五”科技创新工作新导向,把握新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局中,着力增强企业科技创新驱动力的核心竞争力、品牌影响力。

陈晓明在讲话中向获奖科技工作者表示祝贺,对上海建工装饰集团“十三五”科技工作所取得的成果予以了充分肯定,并对“十四五”期间企业科技创新工作提出了指导意见。陈晓明强调,要有序推进信息化建设,加强数据信息资源的充分挖掘和利用;要加大科研策划力度,进一步拓展绿色化、工业化、数字化“三位一体”融合发展的内涵;要加强新材料、新装备研发,加大智能资源产品集成应用、集成控制研究。

会上,陈晓明要求,上海建工装饰集团要加快工程中心研发平台建设,在人才计划上寻求新突破,多方面选树优秀学科带头人。要做“专”,深刻践行上海建工“服务高文化”理念;做“精”,不断加强企业精细化管理;做“新”,在传统工艺与新工艺结合的基础上作进一步突破,同时,要做有特色的装饰企业,让建筑更有温度。

上海建工装饰集团党委书记、董事长王利雄在会上指出,科技创新是上海建工装饰集团“十四五”发展战略目标的重要保障。自“十三五”以来,装饰集团的科研工作取得较好成绩,科创研发平台建设

情况良好,并通过多项重点工程的建设有效提升了品牌影响力和行业地位。

王利雄强调,要始终坚定科技创新“国家队”意识,围绕“十四五”战略推进,坚持走绿色化、工业化和数字化“三位一体”融合发展之路;要完善科技创新平台建设,强化科创与科研成果转化,加强两级技术管控体系建设,强化职能部门服务意识;要不断培育工程师对科学技术的好奇心和对新领域的学习精神。

上海建工装饰集团党委副书记、总裁李佳为大会致辞。李佳表示,科技是企业发展的源动力,装饰集团将以企业“十四五”发展战略规划以及科技专项规划为指引,为全面实现企业科技发展目标而不断努力。未来五年,要对标行业一流技术水平,进一步巩固和壮大装饰集团科技创新的先发优势,通过优化科技创新平台与机制、夯实技术管理根基、拓宽各类技术人才成长途径等措施来实现科技战略的落地实施。广大工程师要以企业发展战略为导向,以市场需求为立足点,真正将科技工作与工程建设完美融合。

上海建工装饰集团总工程师陈彦在科技大会上作主题报告,认为,装饰集团积极贯彻“自主创新、重点跨越、支撑发展、引领未来”科技工作方针,以增强自主创新能力、提升整体竞争力为核心,坚持科技开发与生产经营互动发展。未来,要围绕创新业务模式、服务模式和管理模式,切实提高自主创新能力、综合创新和集成创新能力,充分展现装饰专家品牌企业的科技实力和品质形象。

会上,陈晓明和上海建工装饰集团领导班子为获各类先进奖项的代表颁奖。装饰集团党委委员、副总裁朱彤宣读表彰名单。科技大会上,该装饰集团的五位工程师代表分别作题为《科技创新打造地球家

园,智能建造筑梦星辰大海》《创新驱动神鸟腾飞,数字引领幕墙智造》《传统科技焕发新貌,异度形态破茧成蝶》《服务商提升产业引领,装饰筑梦世界会客厅》《科技赋能创新理念,智能引领设计高品质》演讲,他们从理念到实践,紧紧围绕创新驱动发展、经济转型升级的思路去探索当代建筑装饰高质量发展,精彩演讲引发与会者对各类前沿技术在装饰建造领域应用的热切思考。

据悉,上海建工装饰集团高度重视工程师队伍建设,把企业形成的优秀工程师气质不断成为新技术、新业务、新领域、新市场的引领者,成为行业的专家。工程师们秉持“服务商文化”和“三大文化基因”,形成了既有实践经验,又有理论思维,既有能力深度,又有知识广度,既有严谨细致的完美追求,又不拘泥于陈规,有力地激发了企业科技发展这一股正能量、精气神,因此,举办一年一度工程师节和科技大会,对企业科技赋能、创新转型升级、走可持续高质量发展之路具有重要意义。

会议充分肯定了工程师是企业科技创新的灵魂,认为,他们把科技知识与工

程实践相结合,不断提升工程领域的革新力和创造力,他们是科学技术的践行者,更是一个个梦想实现家。

会议认为,上海建工装饰集团在上级党委的领导下,秉承科技引领,高度重视工程师在建筑装饰第一线所创造的科技生产力与价值,坚持匠心精神,弘扬务实作风,以科技创新核心技术引领建筑装饰行业发展。

今年是我国“十四五”开局之年,上海建工装饰集团坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念,从年初至今,擘画了兼具城市历史发展意义的品牌项目:北外滩世界会客厅、中共一大会址纪念馆、第十届花博园场馆、上海天文馆布展装饰、J酒店上海中心、上海展览中心修缮、成都天府国际机场航站楼等一批重量级标志性建筑工程,唱响了科技引领、创新驱动的主旋律。本届工程师节的举办,凸显了企业“科技立企”的持恒、坚定决心,彰显了上海建工装饰集团“十四五”开局起步奋力迈向科创转型升级新征程,全力打造“成为精心设计、匠心制作、称心服务的最佳托付的专家品牌企业”的必胜信心。



9月份建筑材料工业景气指数发布

一、9月份建筑材料工业景气指数

2021年9月份建筑材料工业景气指数为101.1点,高于上月3.7个点,高于临界点,处于景气区间。9月份建材市场需求保持增长,进入传统旺季,但受燃料价格上涨及部分区域能耗“双控”等因素影响,部分区域、部分产品生产受到影响,建材市场供需总体表现稳中有变,建筑材料工业景气度回升不及预期,但已回升至临界点之上。

二、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,生产价格指数均出现回升,高于临界点。9月份建筑材料工业价格指数为100.6点,比上月回升1.5个点,环比上涨;建筑材料工业生产指数为100.6点,比上月回升2.2个点,生产保持平稳。从需求侧分类指数看,投资需求指数、工业消费指数和建材国际贸易指数回升。9月份投资需求指数100.9点,比上月回升4.1个点,高于临界点,投资需求经过两个月低迷后出现回升,投资需求拉动作用增强;工业消费指数102.6点,比上月回升2.3个点,高于临界点,工业消费拉动作用增强;建材国际贸易指数97.6点,比上月回升3.2个点,但仍低于临界点,国际贸易拉动作用减弱。

三、建筑材料工业运行特征

1. 建筑材料工业价格稳中有升。9月份,在建筑材料市场需求恢复、煤炭等大宗商品价格持续上涨及部分区域能耗“双控”等因素综合作用下,建筑材料产品价格总体回升。在建材13个行业中,水泥、混凝土与水泥制品、轻质建筑材料、石灰石膏、黏土和砂石开采、建筑技术玻璃、矿物纤维和复合材料、非金属材料等8个行业出厂价格环比回升;墙体材料、防水建筑材料、建筑用石、隔热保温材料、建筑卫生

陶瓷等5个行业出厂价格环比回落。9月份,建筑材料工业出厂价格同比上涨1.3%。

2. 建筑材料工业需求总体保持增长。根据国家统计局数据,今年1-8月份,全国固定资产投资(不含农户)同比增长8.9%,增幅比1-7月份回落1.4个百分点,其中建筑安装工程固定资产投资同比增长12.9%,增幅比1-7月份回落1.9个百分点。1-8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2.9%,增幅比1-7月份回落1.7个百分点;房地产开发企业房屋施工面积同比增长8.4%,增幅比1-7月份回落0.6个百分点。与建筑材料工业相关的投资需求保持增长,增幅回落。

今年1-8月份,房地产开发企业房屋竣工面积同比增长26.0%,增幅比1-7月份小幅回落0.3个百分点;建筑及装潢材料类商品销售额同比增长26.8%,增幅比1-7月份回落2.4个百分点,但绝对量仍低于2019年同期值,建筑装饰装修领域市场需求恢复;汽车、计算机、手机等产品产量累计同比增幅继续回落。建材工业消费市场增长总体放缓。

3. 多因素带动建筑材料工业景气度回升。高温、降雨等不利气候因素缓解,多地散发疫情得到有效控制,9月份建筑材料市场逐步恢复,进入传统的“金九银十”生产旺季,带动建筑材料产品生产加快。但由于煤炭供应偏紧,及部分省市开始能耗“双控”升级等因素,使部分建材产品产量增幅有所抑制。水泥、混凝土与水泥制品、墙体材料、防水建筑材料、隔热保温材料、石灰石膏、黏土和砂石开采等行业生产价格指数高于临界点,建筑材料工业景气度回升。

(中建材)