

## 2022年绿色建材下乡活动信息发布及线上平台启动会举行

## 绿色建材下乡活动全面启动

首批参加绿色建材下乡活动产品清单及企业名录公布

绿色建材下乡活动开始全面启动,6月6日,由工业和信息化部、住房和城乡建设部、农业农村部、商务部、国家市场监督管理总局、国家乡村振兴局等六部门指导,中国建筑材料联合会、绿色建材产品认证技术委员会、中国建筑材料流通协会、中国木材保护工业协会、中国建材工业经济研究会、中国扶贫开发协会联合主办,京东集团承办的“2022年绿色建材下乡活动信息发布及线上平台启动会”举行。会议对绿色建材下乡活动下一步工作进行了总体安排,发布首批2022年绿色建材下乡活动产品清单及企业名录,正式启动了绿色建材下乡活动公共信息发布平台及京东线上平台,确定了绿色建材下乡全国技术支持机构及合作伙伴。

工业和信息化部原材料工业司副司长邢涛,农业农村部农村社会事业促进司副司长、一级巡视员何斌,国家乡村振兴局开发指导司副司长、二级巡视员刘晓山,商务部消费促进司处长王勇,国家市场监督管理总局认证监管司处长丁兆国;中国建筑材料联合会会长阎晓峰、常务副会长陈国庆,绿色建材产品认证技术委员会主任委员刘敬疆,中国建筑材料流通协会会长秦占学,中国木材保护工业协会会长刘能文,中国建材工业经济研究会会长曾令荣,中国扶贫开发协会主任王卫东等领导,京东集团副总裁、京东零售公共事务负责人冯金普,京东零售集团家居事业部总经理何超,以及认证单位和企业代表、媒体记者线上线下共同参加。

## 六部门提出绿色建材下乡活动工作要求

工业和信息化部等指导部门有关司局负责人对绿色建材下乡活动进行了工作部署。邢涛指出,推广绿色建材重点要在“五个着力”上下功夫,即聚焦建材行业着力促转型、实施“三品”方案着力创品牌、推动耦合发展着力集

群、紧扣稳增长着力拉消费、做好标准与认证工作着力优环境。要求绿色建材下乡活动充分调动和汇聚各方及试点地区力量,充分发挥京东集团等合作伙伴作用,切实确保六部门今年首次配合开展的绿色建材下乡活动取得更好效果。

何斌指出,农业农村部要立足职责,进一步指导各地农业农村部门积极参与,有力有序推进活动开展实施,并在推动农村人居环境领域绿色产品研发推广、强化政策协调支持、统筹推进乡村环境综合治理等方面加强对绿色建材下乡活动的支撑作出了安排。

刘敬疆指出,绿色建材下乡活动是推进乡村振兴的重要任务之一,各地各部门要加强对绿色建材的政策扶持、标准完善、健全监管,建材企业也要生产符合乡村建设及农民消费预期的商品,通过绿色建材下乡活动共同构建绿色建材推广体系,为全面推进乡村振兴添砖加瓦。

王勇代表商务部消费促进司表示,绿色低碳建材消费有望成为促进消费高质量发展的又一增长点,下一步将全力支持各试点地区加强政策配套和协调联动,搭建促进建材消费升级的平台,实现上下游产销有效衔接。丁兆国处长代表市场监管总局认证监管司明确将按照绿色建材下乡活动总体要求,进一步做好增加认证供给、推动认证采信、持续强化事中事后监管等工作,确保活动有序开展。

## 绿色建材下乡活动全面启动

作为2022年绿色建材下乡活动组织牵头单位,中国建筑材料联合会会长阎晓峰指出,六部委指导由中国建筑材料联合会等单位承担活动的组织实施体现了对协会的信任、支持,活动推进组各单位将全力做好活动组织实施工作。此次会议的召开,标志着2022年绿色建材下乡活动全面推进,新入高

潮。他代表活动推进组对目前的活动进展及准备工作进行了介绍,并对下一步工作进行部署和安排。他认为,目前活动推进组已完成组织架构、方案制定、产品范围及目录确定、信息及商务等线上平台建设、地方衔接、宣传矩阵搭建、商务技术等体系建设等一系列准备工作。要求活动推进组要在国家六部门指导下,与各试点地区积极对接,按照实施方案及活动筹备方案,组织开展形式多样的推广活动,力争年底与试点地区一起交出一份满意的答卷。

## 绿色建材下乡活动线上平台启动

活动推进组成员单位领导陈国庆、刘敬疆、秦占学、刘能文、曾令荣、王卫东代表绿色建材下乡活动推进组,共同发布“2022年绿色建材下乡活动公共信息发布平台”。该平台作为绿色建材下乡活动唯一的公共信息发布窗口,将发布并持续更新绿色建材下乡活动产品清单及企业名录、全国及各试点地区相关活动安排、绿色建材下乡工作进展、企业参加下乡活动申请、相关支持政策解读、绿色建材产品展示及典型应用案例等相关信息的公共信息服务及发布功能,以确保活动有序开展。

京东集团始终坚持为社会和谐发展创造价值,积极参与绿色建材下乡活动,加快绿色建材产品推广,为绿色消费带来新的增长势能。此次活动,陈国庆代表活动推进组与京东集团正式签订“绿色建材下乡活动战略合作框架协议”,京东作为绿色建材下乡活动战略合作伙伴,成为绿色建材下乡活动线上平台的主要建设者和参与者。会议期间,京东绿色建材下乡活动专区正式开启运营,将依托以家居家装为核心的绿色供应链,为广大城乡家庭打造覆盖家家场景的一站式低碳生活解决方案。

冯金普表示,作为提升建材产品发展及消费的绿色建材行动的参与者、推动者,京东集团将依托绿色供应链优

势,全力支持绿色建材下乡活动,致力于促进绿色经济、绿色消费增长、提振内需,全面展现京东责任,服务大众,引领潮流。

依据双方战略合作协议,京东居家将整合京东集团全业务线资源,紧密携手中国建筑材料联合会及权威认证机构,对绿色建材产品进行打标,通过绿色标识认证做好绿色建材产品的整合及推广;同时根据试点区域情况,设立绿色建材下乡地方馆,展示产业带企业及绿色建材产品,并通过分门别类以及多元化榜单、趋势种草指南,为消费者提供更方便的选购参考。何超表示,过去3年通过京东居家售出的绿色节能类商品,已经帮助消费者在使用中实现减碳超2亿千克。目前涉及绿色环保类的商品已涵盖了从软装到硬装的家居全品类。通过对绿色商品的进一步推广,计划在2030年帮助消费者在使用中实现10亿千克的减碳量。此次活动,京东居家将携手合作伙伴,持续优化绿色供应链,助力优质绿色建材企业发展,推动绿色消费理念的普及,加快节能低碳、安全性好、品质高的绿色建材普及应用,为京东价值实现提供动力。

## 首批参加绿色建材下乡活动产品清单及企业名录公布

根据六部门《关于开展2022年绿色建材下乡活动的通知》要求,参与活动的产品原则上应为获得绿色建材认证的产品,具体获证产品清单和企业名录由绿色建材产品认证技术委员会组织发布。为此,在逐一核实已获证企业参与意向的基础上,根据企业通过活动信息公开发布平台申报情况,由绿色建材产品认证技术委员会、中国建筑材料联合会完成了首批《2022年绿色建材下乡活动产品清单及企业名录》确认工作,后续产品清单及企业名录将根据产品认证及企业申报完成情况及时更新并定期公布。

刘敬疆表示,做好绿色建材产品的认证和应用推广,不断提升建材产品品质,丰富绿色建材产品品种,能够推动和促进建材产品结构的转型升级,也是绿色建材下乡活动的重要保障。据了解,自绿色建材产品认证制度全面实施以来,已有60余家机构获批绿色建材产品认证资质,发出绿色建材产品认证证书超过1500张。在采信应用方面,绿色建材产品认证已纳入财政部主导的政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升试点工作。目前在全国6个试点城市已经推动了200余个政府采购工程优先采购获证绿色建材,带动绿色建材应用超过400亿元。

## 多方携手共建绿色低碳家园

绿色建材下乡活动充分发挥“政府引导、平台支撑、企业受益、百姓普惠”的模式,紧紧围绕“绿色建材进万家、美好生活共创建”主题,深入打造“绿色低碳建材”的整体概念,推动生产企业积极参与绿色建材产品认证,通过地方政府、生产企业和平台等多方的联合推广,在全国范围内营造绿色消费环境,倡导绿色消费理念,加快绿色建材推广,同时增强绿色消费对经济可持续发展的基础性支撑作用。

绿色建材下乡工作推进领导小组组长陈国庆代表活动推进组与北京国建联信认证中心、中国国检测试控股集团、中国建筑科学研究院认证中心、中国质量认证中心、北京建筑材料检验研究院等5家国内主流认证机构签署“2022年绿色建材下乡活动全国技术支持机构合作协议”,将委托上述机构配合活动推进组承担为企业提供产品技术及认证工作等方面咨询及服务,为绿色建材下乡活动提供全国技术支持工作。

绿色建材下乡活动得到了各行业领军企业的积极响应。启动会上,作为绿色建材下乡活动重点合作伙伴,北新集团建材股份有限公司、立邦投资有限公

司、顺达墨瑟门窗有限公司的代表共同签署了活动参与承诺书,承诺确保参加活动产品及服务质量,积极配合开展绿色建材下乡活动,充分发挥引领示范作用。同时,会上京东居家也组织恒洁卫浴、天坛家具、正泰科技等部分入驻企业签署了活动参与承诺书。

一个汇集政府部门、行业协会、广大建材企业、认证机构、新型实体企业、消费者、媒体的工作体系已经全面建立,一股凝心聚力的绿色力量已经迸发,绿色建材下乡活动将全面实施。在六部门的指导下,中国建筑材料联合会、绿色建材产品认证技术委员会将会同中国建筑材料流通协会、中国木材保护工业协会、中国建材工业经济研究会、中国扶贫开发协会,并充分吸纳发挥中国建筑装饰装修材料协会等行业组织在细分专业领域的作用,联合京东集团等新型实体企业、热心公益的认证及技术机构,以及北新建材、立邦涂料、顺达墨瑟门窗等为代表的致力于行业转型发展的广大生产企业,积极对接浙江、山东、四川、天津等试点地区,统筹推进及试点地区相关工作,形成全国统一效应,共同推动绿色建材走进千家万户,共创美好生活。

北京国建联信认证中心总经理武庆涛、中国国检测试控股集团总经理朱连滨、北京建筑材料检验研究院总经理何光明、中国建筑科学研究院认证中心主任路金波、中国质量认证中心副总监田晓飞、北新集团建材股份有限公司北新绿色建筑研究院常务副院长党连军、立邦中国装饰涂料事业部销售总经理吴迪、顺达墨瑟门窗有限公司品牌营销总监李依瞳及相关人员出席了启动会;中央电视台、人民日报、经济日报、光明日报、人民网、新华网等近百家新闻媒体、地方建材主管部门及相关机构、全国建材生产销售服务及相关企业等代表在线上线下出席会议。据统计,本次会议线上参会人数超过5万人。(中材信)

## 中国室内环境空气污染白皮书发布会



6月2日下午三时,上海市室内空气净化行业协会在线举行“中国室内环境空气污染白皮书发布会”,正式向全社会、全行业发布《中国室内环境空气污染白皮书》。

据悉,白皮书由上海市室内空气净化行业协会(以下简称上海室内净化协会)牵头组织,由上海应用技术大学参与编写,上海市建材环境技术研究中心参与产品测试,上海财经大学进行数据模型分析,由新浪家居、京东到家服务等提供入户检测家庭的遴选,由蓝莘环境检测中心开展入户检测,历时一年余编制而成。

发布会上,中国工程院院士侯立安,上海市民政局、市社团局社管处副处长姜琦以及相关研究机构、高等院校、相关行业协会、新闻媒体等参加了线上会议。发布会吸引了有近400位室内空气净化行业的企业代表线上参加。与会人员听取了上海室内净化协会秘书长王芳关于白皮书的整体结构、主要内容以及编写过程的报告。

王芳在报告中说,2021年,上海室内净化协会委托第三方检测机构,针对1000户二年内新装修家庭进行空气质量检测。检测结果表明:一是居民室内空气环境普遍存在甲醛和总挥发性有机物

## 提升人居环境品质 实现行业高质量发展

——《中国室内环境空气污染白皮书》发布会在线活动侧记

□李兴龙 宋世琦

污染超标,部分居室存在苯系物污染超标情况;二是甲醛等污染物的释放速率与温度相关,其中甲醛超标率较高的季节是春夏两季,超标率达83%和77%,总挥发性有机物超标率较高的季节是夏季为42%,春季为33%;三是冬季甲醛超标率为18%。即使未超标的居室,平均甲醛浓度也达到了0.065毫克/立方米,其污染物平均浓度也很接近国家标准限值。总体看,居家新装修后的化学污染现状长期存在。提高室内空气品质,保障居民健康,是一个长期的课题。

本次发布会正值打赢“上海保卫战”、决胜抗疫之际召开的,有其特定的意义。对此,王芳解释道:“现代人有80%至90%的时间是在室内度过的。近年来,人们对室内环境净化、渴望清新空气的理念愈发重视,特别是新冠疫情暴发以来,人们对健康的人居环境意识更为强烈。研究表明,新冠病毒在空气中的传播风险远高于人体接触传播。实施居家隔离就是最大限度阻隔病毒传播。因此,从社会整体健康利益看,疫情防控常态化的背景下,民众对室内空气质量要求更高、更迫切了。”

据悉,上海室内净化协会持之以恒把“中国好空气”为己任,自2002年以来,该协会针对国内商务楼、住宅建筑、医疗康养、宾馆酒店、车辆游轮等室内空气质量状况开展大量的调研,发布了10余篇具有社会影响力大、行业感召力强、企业受众面广的调研报告,凸显了实践与理念的知行合一;2021年,该协会接连开展了为期8个月的城市调研,在上海、北京、长春、济南、郑州等代表性城市里聚焦民生工程,对1000户家庭的空气质量进行检测,取得了第一手资料。

与此同时,该协会深入家装领域,走进千家万户,对民众关注度高的除醛类产品、活性炭产品以及绿萝、吊兰、洋葱、柚子皮等进行了对比性测试,对权威期刊有关污染物致病机理的文献进行了梳理,召开专家听证会,最终形成了《中国室内环境空气污染白皮书》,为服务于政府、服务于行业、服务于企业发挥了行业协会的桥梁、纽带作用。

据了解,白皮书共分8个部分,全

文3万多字,分别对二年内新装修家庭室内空气污染现状、不同产品的甲醛去除率等进行分析;白皮书详细阐述了国内室内环境空气污染的七大现状,向人们提供了四条室内环境空气污染预防和治理提示,成为一部详细记录我国室内环境空气污染现状的重要报告。

发布会上,姜琦作讲话,她说:“据我所知,在上海行业协会中,能够发布地方性的白皮书是屈指可数的。此份白皮书兼具专业性、普及性和前瞻性,为全社会提供一个全面了解中国室内环境空气污染发展全景的窗口和平台,为政府的产业政策制定和企业发展规划提供了坚实的有效的帮助。”最后,姜琦殷切期望这部白皮书能真正发挥出其价值和效用,让上海市乃至全国人民都能切实感受到高品质生活的获得感。

侯立安院士充分肯定了该白皮书的社会价值、行业价值和民生价值,并作《疫情下室内空气污染净化行业发展趋势》主题报告,就全球公共卫生系统的形势与挑战、空气污染净化行业发展、全流程空气净化消杀技术方案以及空气

环境防疫保障策略与建议等内容与会内人员做了详细阐述。他呼吁:从国家层面上,要建立起更加全面系统、科学有效的空气环境防疫技术标准体系,要完善室内空气环境防疫技术指南,要推进成熟空气环境防疫技术的强制推广应用。

发布会整体认为,上海室内净化协会立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局,把白皮书编制与实现双碳目标、与国家一系列防疫政策结合起来,与构建美好的健康人居环境结合起来,与推进行业高质量发展发展结合起来,所取得的成果来之不易。白皮书对下一步行业和企业具体治理路径以及更大程度惠及民生的社会效益和经济效益有着新的标杆指向;白皮书对当今实现碳达峰、碳中和目标,对人们理顺好人与自然、人与建筑、人与空间的健康关系起到了引领作用;对服务企业、规范行业、发展产业所形成的业态创新起到了示范效应;对提升人居环境品质、推进行业高质量可持续发展有着可借鉴可复制的意义。

白皮书对下一步行业和企业具体治理路径以及更大程度惠及民生的社会效益和经济效益有着新的标杆指向;白皮书对当今实现碳达峰、碳中和目标,对人们理顺好人与自然、人与建筑、人与空间的健康关系起到了引领作用;对服务企业、规范行业、发展产业所形成的业态创新起到了示范效应;对提升人居环境品质、推进行业高质量可持续发展有着可借鉴可复制的意义。

## 5月份建筑材料工业景气指数107.1点

受疫情影响,景气度高位回落但仍处于景气区间,运行形势总体保持稳定

2022年5月份建筑材料工业景气指数为107.1点,比上月下降3.0点,高于临界点,处于景气区间。

今年4月份以来,多地疫情散发,对市场恢复、企业生产经营、货物流通等产生较大冲击,建筑材料工业经济运行下行压力有所加大,市场预期不确定性较为明显,景气度高位回落,但仍处于景气区间,运行形势总体保持稳定。

## 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小幅回升,生产指数回落,均处于景气区间。5月份建筑材料工业价格指数为100.6点,比上月回升0.4个点,建筑材料产品价格环比小幅回升;建筑材料工业生产指数为106.5点,比上月回落3.4个点,建筑材料产品生产增速放缓。

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均处于景气区间。5月份投资需求指数107.9点,比上月回落5.1点,建筑建设市场对建筑材料工业拉动作用减弱;工业消费指数104.6点,比上月回升6.7个

点,重新回到景气区间,工业生产对建筑材料工业拉动作用有所增强;建材国际贸易指数105.4点,比上月回落9.4点,对外贸易对建筑材料工业拉动作用明显减弱。

## 5月份建筑材料工业运行特征

1. 建筑材料工业经济运行动力不足,运行偏弱。

市场需求不及预期、原燃料价格高位波动、疫情多点散发等因素持续影响,全行业经济运行虽然总体保持平稳运行态势,但下行压力仍然较为明显。特别是受近期国内多地发生疫情影响,物流、人流、成本、需求、项目停滞等问题积聚,建材生产企业经营压力明显增加,部分经济指标走弱,某些区域生产企业出现停工停产甚至经营困难的情况。此外,我国建材商品出口主要集中在长三角和珠三角等区域,因疫情等原因导致货物运输物流不畅等问题,对建材商品贸易产生较大影响,出口数量和出口金额同比均实现增长的商品种类有所减少。

2. 建筑材料市场需求总体偏弱。

根据国家统计局数据,今年1至4月份,全国固定资产投资(不含农户)同比增长6.8%,其中基础设施投资(不含电力、热力、燃气及水生产和供应业)同比增长6.5%,比上月回落2.0个百分点,对建筑工程类材料需求拉动作用减弱;限额以上建筑及装潢材料类商品销售额同比下降0.7%,由增长转为下降,建筑装饰装修市场恢复受阻;规模以上企业汽车、手机、计算机、集成电路产量下降,太阳能电池、彩色电视机产量同比增长,增幅扩大,4月份工业需求市场总体回落。1至4月份全国房地产开发投资同比下降2.7%,房地产开发企业房屋施工面积同比持平,新开工面积、竣工面积均同比下降,且降幅扩大,房地产市场对建筑材料产品需求进一步减弱。受市场需求总体回落影响,建筑材料产品库存增加较为明显,产大于需特征较为明显。

3. 建筑材料价格平稳波动。

5月份建筑材料产品价格稳定波动,受成本影响,微幅上涨,对行业支撑作用更加明显。5月份,在建材13个行业中,混凝土与水泥制品、墙体材料、隔

热保温材料、石灰石膏、建筑用石、建筑技术玻璃、矿物纤维和复合材料、非金属材料等8个行业产品出厂价格环比回升;水泥、防水建筑材料、轻质建筑材料、粘土和砂石开采、建筑卫生陶瓷等5个行业产品出厂价格环比回落。

4. 建筑材料工业经济运行在波动中逐渐趋稳。

宏观经济的稳定、市场需求的回升有利于建筑材料工业平稳运行。当前疫情暴发、市场需求减弱、大宗商品价格高位等因素叠加增加了建筑材料工业运行的波动性。但国家出台的稳增长、畅流通、惠企业等系列政策逐步落地,重点投资项目及市场需求加快释放,疫情防控形势趋于可控企稳,将支撑宏观环境好转,促进建材行业稳增长、稳预期、提信心,建筑材料工业运行稳定性不断增强。

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,需求侧根据需求侧对建筑材料工业影响,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出现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产业间的消费,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、非金属矿等行业出口指数构成。(钟建)