

践行双碳战略 促进绿色消费 助力乡村振兴

绿色建材下乡在全国掀起浪潮

已有近千家建材与家居装饰企业积极融入参与建设活动

2022年绿色建材下乡活动已得到了社会各界的广泛关注和积极响应,在全国掀起了阵阵浪潮。

今年3月,工信部、住建部、农业农村部、商务部、市场监管总局、国家乡村振兴局六部门联合发布了《关于开展2022年绿色建材下乡活动的通知》。在上述六部门的指导下,中国建筑材料联合会、绿色建材产品认证技术委员会等机构联合主办了规模浩大的绿色建材下乡活动。据来自搜狐焦点家居信息,绿色建材下乡旨在用国家认证的绿色建材产品,推动农村低碳、环保、安全、健康的绿色消费,逐步形成新型绿色生产生活方式,助力美丽乡村建设。这是我国加快构建新发展格局的内在要求,对稳经济、促消费、建设全国统一大市场具有重要的战略意义。

2022年首批活动地区在浙江、天津、山东、四川、福建、湖南、广东等七大湾区市展开。该试点地区召开活动启动大会以后,下沉到市、区(县)、乡(镇)、村,通过举办公益宣讲、专场、巡展等不同形式的线上线下活动,加快节能低碳、安全性好、性价比高的绿色建材推广应用。据工信部官方介绍,下一步,工信部、住建部等六部门计划按照高效统筹疫情防控和经济社会发展的有关要求,指导有关试点地区在借鉴已开展活动的省份做法基础上,结合各地特点,努力推动“三个一批”,即创新开展一批特色活动、培育一批优势企业、打造一批绿色建造解决方案供应商,促进绿色消费,助力乡村振兴。

顺势而为,绿色建材下乡是家居高质量发展的必然需要

绿色建材从字面意思来看,是绿色环保安全的建筑材料,但其实绿色建材不是指单独的建材产品,而是对建材“健康、环保、安全”品性的评价。它注重建材对人体健康和环保所造成的影响及安全防火性能。它具有消磁、消声、调光、调温、隔热、防火、抗静电的性能,并具有调节人体机能的特种新型功能建筑材料。

“绿色”是整个社会发展的主旋律之一,国家鼓励绿色建材下乡,是因为绿色

建材是社会实现绿色高质量发展的重要一环。一方面,“十四五”时期是碳达峰的重要时期,建材领域是我国碳排放主要行业之一,具有巨大的碳减排潜力。建筑领域是实现国家“双碳”目标的重要部分,积极推广新型的绿色环保节约型的建筑材料,对于推行生态文明建设以及节能减排国策具有重要意义和价值。另一方面,随着我国经济社会的快速发展,人民对美好家居生活的需求不断提升,不仅要宽敞、整洁、舒适,更要绿色、健康、环保、低碳。绿色建材代表着建材家居行业更绿色、更低碳、更高品质的发展方向,也承载着人民对健康美好生活的希望,鼓励绿色建材下乡,可以更好地满足消费者的绿色生活需求。

近日,工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局四部门发布的《推进家居产业高质量发展行动方案》中也提到,必须在家居领域大力推广绿色产品认证,支持企业构建消费场景,创新营销模式,提供一站式购物体验,促进更新消费。鼓励企业针对农村市场开发个性化、定制化、健康化的智能绿色家电产品,开展促销让利、以旧换新、以换代弃等活动,促进农村居民升级消费。

从家居行业发展阶段来看,家电、家具等家居产业发展已进入成熟期,面临存量升级的增长瓶颈,亟须通过创新发展开辟“第二增长曲线”。当前家居产业融合化、智能化、健康化、绿色化趋势越来越凸显。开展绿色建材下乡活动既可以有效地拉动家居行业消费,从而实现企业新增长,又能加快建材家居产业绿色低碳转型,为实现产业升级做出贡献。

一呼百应,家居建材企业积极参与融入

据搜狐焦点不完全统计,目前已有顾家家居、图森木业、久盛地板、兔宝宝、大亚地板、北新建材、志邦家居、东鹏控股、墨瑟门窗、蒙娜丽莎、卡丽欧、亚丹家居、金牌厨柜、窗霸智能、三棵树、立邦、多乐士等近千家建材家居企业积极参与了绿色建材下乡建设活动。

三棵树董事长洪杰在今年全国两会期间接受记者采访时曾介绍,农村市场一直是经济的重要纵深,目前农村存量房建筑面积达375亿平方米,按照20年重涂周期,每年有近20亿平方米农房面临改造,粗略估计每年农房改造建材市场近千亿元;再考虑到农村基础设施建设、太阳能改造等,每年农村建材市场可能有接近万亿元的市场空间。

卡丽欧不锈钢花园阳台柜创始人李哲涛在2022全国绿色建材下乡阳台定制行业推广交流会上表示,卡丽欧品牌积极践行绿色可持续发展,助力绿色建材国家战略实施,该公司将对产品进行再次的优化升级,始终坚持绿色、健康、美学、功能一体的综合设计理念,助力绿色消费转型升级。

立邦集团品牌公关中心总裁蔡志伟在接受采访时表示,加速优质绿色建材产品进入广袤的农村市场,对于提升乡村绿色消费观念,改善农村人居环境,建设美丽乡村,乃至引导整个建材行业可持续发展,推动国家“双碳”目标实现等多方面,



均具有重要意义。

绿色建材下乡活动为行业带来更广阔市场的同时,也为行业发展明确了绿色环保的前进方向,能够促使更多企业重视绿色产品的研发应用,从而实现向低碳、节能型企业转型。绿色建材产品的标准认证,也将进一步规范行业的绿色发展。而北新建材党委书记、董事长尹自波也曾公开表示,建设美丽乡村,推动新型城镇化进程,是一项系统的社会工程,其实现必定福祉深远。下一步,北新建材将结合自身专业化品牌、标准、技术、全国布局等优势,践行央企责任担当,在建筑材料联合会的指导下,全面支持绿色建材下乡活动,不遗余力做好绿色发展和行业引领,促转型、创品牌、育集群、拉消费、优环境,为建设生态文明、美丽乡村建设贡献更多的力量。

多管齐下,助推绿色消费共建低碳未来

中国建筑材料流通协会会长秦占学认为,开展绿色建材下乡活动的目的,



一方面是增强消费者环保意识、树立绿色消费观;另一方面是要推进绿色建材认证,从需求侧和供给侧两端起到带动作用。

6月6日,在2022绿色建材下乡活动的全面启动会上,国家六部门负责人提出了绿色建材下乡活动的工作要求,而北新建材、立邦涂料、顺达墨瑟门窗作为绿色建材下乡活动重点合作伙伴签署了承诺书。

工信部原材料工业司副司长邢涛表示,推广绿色建材重点要在“五个着力”上下功夫,一是聚焦建材行业着力促转型;二是实施“三品”方案着力创品牌;三是推动耦合发展着力育集群;四是紧扣稳增长着力拉消费;五是做好标准与认证工作着力优环境。

农业农村部农村社会事业促进司副司长、一级巡视员何斌指出,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,就加强对绿色建材下乡活动的支撑作出了安排。

除了六大部门积极发挥引领及监督作用外,在有关绿色建材下乡的具体推动方面,还应落实到以下几点:

一是丰富绿色建材产品品种,保证绿色低碳产品的供给。近日工信部在《工业领域碳达峰实施方案》中明确指出,要将水泥、玻璃、陶瓷、石灰、墙体材料等产品碳排放指标纳入绿色建材标准体系,扩充绿色建材的品类,加快推进绿色建材产品认证,这是绿色建材下乡活动的重要保障。

据绿色建材产品认证技术委员会主任委员刘敬疆在会上透露,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采购支持绿色建材促进建筑品质提升试点工作。

二是增加绿色建材试点城市。通过试点地区的引领示范作用,带动更多地区的积极参与,并不断总结经验,优化推广方式,为实现全面的绿色建材下乡打下坚实基础。据了解,目前2022绿色建材下乡活动已经在浙江、山东、四川、天津、江苏、广东、广西、陕西、湖北等多个省市区召开启动会。中国建筑材料联合会会长阎晓峰曾表示,该活动推进组要在国家六部门的指导下,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。

三是积极推广绿色下乡行动。通过线上线下活动相结合,加大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,只有让消费者真正了解并喜爱绿色建材产品,才能让绿色建材真正进入农村千万家庭,造福人民生活。也只有通过不断的宣传推广,才能吸引更多优秀的企业及第三方战略合作伙伴,共同将绿色建材下乡活动做大做强,让绿色消费理念深入人心,为创造低碳未来贡献力量。

巴斯夫推出中文科普绘本《给地球降温》



8月25日巴斯夫联合少年儿童出版社推出中文科普绘本《给地球降温——做低碳一族》。该绘本专为9到12岁儿童编写,通过巴斯夫小小化学家的卡通形象“嘟嘟博士”向孩子们解释温室气体、温室效应、碳达峰、碳中和等科学概念,引导他们思考全球气候变暖所带来的影响,并传递低碳生活的理念。这是巴斯夫小小化学家进入中国二十周年

的系列庆祝活动之一。

在当日举办的新书发布会上,巴斯夫还宣布向上海宋庆龄基金会捐赠一千本科普绘本,定向用于边远地区的学校、图书馆以及上海本地随迁子女学校,在更多孩子心中种下“绿色”的种子。

巴斯夫大中华区董事长兼总裁刘锋博士、上海宋庆龄基金会副秘书长朱

亚萍、少年儿童出版社党委书记、社长冯杰共同为新书揭幕。

刘锋表示:“全球变暖等气候问题日趋严峻,需要大家协力应对,包括未来的主人翁们。巴斯夫相信,教育是实现可持续发展未来的关键所在。我们非常高兴联合少年儿童出版社共同推出巴斯夫的首本中文儿童科普绘本,鼓励孩子们从自身出发,从点滴做起,保护我们生活的地球。”

冯杰表示:“少年儿童出版社致力于成为青少年儿童成长的良师益友,这也与巴斯夫的愿景和努力不谋而合。我们非常高兴联合巴斯夫推出这本图文并茂的科普读物,助力实现更美好的未来。”

朱亚萍表示:“上海宋庆龄基金会自1986年创办以来,一直秉承宋庆龄先生‘把最宝贵的东西给与孩子’这一慈善理念,致力于服务广大少年儿童。气候变化将深刻地影响少年儿童的未来生活,他们是气候变化的参与者,也是实现可持续发展的践行者。感谢巴斯夫和少年儿童出版社,该绘本向中国儿童普及了专业且富有童趣的科学知识,并引导年轻一代践行绿色生活方式,是孩子们了解全球气候变化的优质读物。”

在中国,巴斯夫致力于开展与科学

教育相关的社会参与项目,积极支持联合国可持续发展目标第四项“优质教育”。2022年是巴斯夫小小化学家进入中国二十周年,自2002年进入中国以来,巴斯夫小小化学家活动每年通过安全、有趣的互动化学实验课堂,为累计近20万名儿童普及科学知识。

据悉,巴斯夫与大中华市场的渊源可以追溯到1885年,从那时起巴斯夫就是中国的忠实合作伙伴。作为中国化工领域重要的外商投资企业,巴斯夫主要的生产基地位于上海、南京和重庆,而上海创新园更是全球和亚太地区的研发枢纽。2021年,巴斯夫向大中华区客户的销售额约为120亿欧元,截至年底员工人数为11,070名。

据介绍,巴斯夫创造化学新作用——追求可持续发展的未来。该公司将经济上的成功、社会责任和环境保护相结合。巴斯夫在全球拥有超过111,000名员工,为几乎所有国家、所有行业的客户成功作出贡献。该公司的产品分属六大业务领域:化学品、材料、工业解决方案、表面处理技术、营养与护理、农业解决方案。2021年巴斯夫全球销售额约786亿欧元。

(记者 顾今 见习记者 葛沁宁)

“2022中澳低碳建材交流圆桌会-绿色低碳技术专场”在京召开

8月19日,中国建筑材料联合会和澳大利亚贸易投资委员会在澳大利亚驻华大使馆共同举办了“2022中澳低碳建材交流圆桌会-绿色低碳技术专场”,这是中国建筑材料联合会继“2021建材行业碳中和国际论坛”之后组织的国际绿色低碳技术交流系列专场活动之一。

中国建筑材料联合会副会长刘建华、澳大利亚贸易投资委员会贸易投资专员叶丹宁出席会议并致辞。叶丹宁在致辞中表示,澳大利亚承诺到2030年二氧化碳排放量比2005年水平下降43%,到2050年实现净零排放。为实现承诺,澳

大利亚政府发布了《技术投资路线图》,重点发展包括清洁氢能、低成本太阳能、储能、低碳材料、碳捕集与封存等技术。刘建华简要介绍了联合会在推进建材行业减排方面的工作情况,并表示在加快减排、应对气候变化方面,中国与澳大利亚的目标是一致的,双方有很好的合作基础。建材行业作为资源能源承载型行业,能源消费量和碳排放量均位居工业领域前列,急需采用新技术、新装备提升绿色发展水平、降低碳排放,这也为国际合作带来更多的机会。会上,来自澳大利亚贸易投资委员

会、全球碳捕集与封存研究院、上海耀皮玻璃集团股份有限公司、澳大利亚FCT公司、保定嘉盛光电科技股份有限公司、澳大利亚FormX智建科技公司的嘉宾围绕可持续建筑、CCS技术和最新动态、玻璃行业低碳实践、先进燃烧解决方案、光伏建筑一体化专业解决方案以及3D打印技术等进行了交流分享。线上线下的与会嘉宾交流了各自企业的低碳路径、先进技术、有益经验,并进行了热烈讨论,达到了增进了解、相互学习借鉴的目的。最后,澳大利亚驻华大使馆商务参赞安博宇先生对会议进行总

结。他表示,在中国“3060”和澳大利亚净零排放目标的大背景下,相信未来中澳企业会有很多合作机遇。澳大利亚贸易投资委员会将发挥中澳企业间的桥梁作用,协助寻找适合中国市场的澳大利亚技术、产品和服务,促进中澳双方企业的合作交流。本次活动以线上线下相结合的方式举行,华新水泥、东方雨虹、冀东水泥、华润水泥、中材国际、南玻集团等企业的70多位业内同行受邀参会。

(宗绿建)

全国建材家居卖场7月销售额同比上涨两成

8月15日,商务部流通业发展司、建筑材料流通协会发布全国建材家居景气指数(BHI)。数据显示,7月份BHI为116.02,环比下跌0.42点,同比下跌4.82点。而全国规模以上建材家居卖场7月销售额为1118.10亿元,环比下跌8.48%,同比上涨22.52%;2022年1-7月累计销售额为7603.66亿元,同比上涨32.88%。

建材流通协会行业研究部解读称,2022年7月,受夏季炎热、多地暴雨、局部疫情延续等因素影响,全国建材家居市场在传统夏日淡季表现“平淡”,BHI继上月再次微跌。

受夏日淡季及局部疫情延续等因素的影响,建材家居消费意愿提升受到一定抑制,与全国房地产市场息息相关的全国建材家居市场7月表现“平淡”,

BHI环比下跌0.42点,规模以上建材家居卖场销售额环比下降8.48%。

从BHI各分指数情况看,本月“人气指数”值为156.69,环比上涨11.32点,同比下跌103.59点。可见,疫情因素确实导致线下建材家居卖场客流减少,待疫情影响再次得到有效控制后,延迟的建材家居的消费需求仍将释放,行业线上线下融合发展的趋势也不会改

变。

本月先行指数“经理人信心指数”值为167.31,环比上涨30.91点,同比上涨23.50点,且其绝对值为60.65(高于50看好后市、低于50看弱后市),位于高景气区间,可见对于即将到来的销售旺季,大部分建材家居行业职业经理人预期较为乐观。

(佳驹)

政策暖风助力产业焕发新机

高质量、智能化、绿色化是建材家居装饰产业未来发展的方向

工业和信息化部等四部门近日联合发布了《推进家居产业高质量发展行动方案》(以下简称《方案》)。多家券商发布研究报告称,《方案》各项政策的支持给建材家居装饰市场注入了一剂“强心剂”;开源证券认为,《方案》明确了家居产业高质量、智能化、绿色化的未来发展方向,给当前建材家居装饰行业吹来了暖风,有助于行业焕发新机。

国盛表示,家居产品属于耐用消费品,是仅次于汽车的家庭第二大消费支出。当前经济面临需求收缩、供给冲击、预期转弱的三重压力,家居消费的增长可以帮助稳定消费基本盘。上述政策主要为纲领性文件,后续相关部门、地方、行业有望出台细则,推动产业发展提速。

根据多家券商的分析,此次《方案》的亮点主要集中在三个方面:

一是强化头部引领。《方案》要求,强化优质企业示范引领。加强跟踪服务和指导支持,培育一批核心竞争力强、带动作用大的“链主”企业,发挥其在技术攻关、要素聚合、上下游协作、生态营造中的支撑引领作用。《方案》还提出到2025年,在家居产业培育50个左右知名品牌,培育15个高水平特色产业集群等。

华泰证券认为,《方案》更加强调头部公司的引领作用。头部企业在质量把控、产业融合、品牌塑造等方面的先发优势更为突出,未来配套政策落地有望推动头部企业更好发展。

信达证券分析称,头部家居公司在技术、产品、服务、渠道等多方面实力领先,有望在产业升级中起到示范作用。

二是引领转型升级。《方案》提出,深化推进产业数字化。围绕研发设计、计划调度、生产作业、仓储配送、质量管控、营销管理、供应链管理等重点环节,推进5G、工业互联网、智能制造等技术深度应用,实现需求敏捷感知、敏捷供应、精益生产、精细管理。方案还要求,大力推行绿色制造。积极推行清洁生产,加强绿色材料、技术、设备和生产工艺推广应用。

就数字化转型而言,华泰证券指出,近年来,不少家居头部企业已率先发力数字化建设,例如顾家家居、喜临门等已通过集成数字系统,提升销售、生产、采购、仓库的整体联动,助力供应链管理高效化、智能化。在产业数字化的大趋势下,预计将有更多家居企业加速数字化转型。

针对绿色化转型方面,渤海证券分析认为,近年来,消费者对于家居用品的绿色环保属性日益重视,家居企业已先后推出多种环保型板材,以更好满足消费者需求。此次方案的出台不仅要求材料环保,更要求制造环保,将促使企业提升制造流程、工艺以及产品质量。

三是推动消费下沉。《方案》提出,推动绿色智能家居产品下乡。拓展三、四线城市家居消费市场,支持企业结合线上线下、AI赋能和深度体验等场景构建,创新营销模式,提供一站式购物体验,促进耐用消费品更新换代。

渤海证券指出,《方案》要求促进三、四线城市以及农村居民消费升级,明确相关市场的潜在消费能力。实际上,家居企业对于三、四线城市渠道下沉和布局由来已久,但一、二线城市仍是重要收入构成。在《方案》的引领下,预计未来会有更多家居企业通过新技术、新模式和新策略深耕三、四线渠道,挖掘新的增长点。

国盛证券亦指出,三、四线城市的家居消费升级值得期待。当前头部家居企业在一、二线城市的布局趋于完善,伴随着城镇化率的提升,三、四市消费呈现升级趋势,家居企业市场下沉将迎来新契机。

(陈康亮)