

# 集约建设 高质量可持续发展

## ——全屋定制家居与全生命周期服务创新模式综述

□李兴龙

**题记:**全屋定制家居是以“先进制造业”和“现代服务业”为基本特征的新兴产业,已发展为家装的主流趋势。

系统性集约、个性化彰显、全生命周期服务的创新模式是该产业的新常态。新常态之“新”,意味着不同于传统;新常态之“常”,呈现其相对稳定。全屋定制家居实现全生命周期服务,是加大资源融合和集约建设力度、推进产业经济高质量发展可持续发展的需要;是建立健全优质普惠公共服务普惠民生机制、不断满足人民群众对美好生活向往的根本需要。

### 全屋定制家居已发展为家装的主流趋势

我国人居环境与住房装修从“有没有”向“好不好”转变。科技创新和消费升级催生了全屋定制家居产业,并已发展为家装的主流趋势。

1.全屋定制家居是“先进制造业”和“现代服务业”集约一体的新兴产业。

近年来,随着家具企业生产技术水平逐步提升,我国居民对家居消费理念的成熟,定制家居品类从整体橱柜、整体衣柜逐步拓展到整体卫浴、定制木门等其他细分品类甚至大家居或全屋定制,极大地满足了消费者一站式选购、装饰需求,降低了消费者选择及购买成本。我们清晰地看到,这种工厂制造、现场安装的服务模式,高度契合了我们长期以来提倡的资源节约型、环境友好的城市构建。

全屋定制家居在不断延伸,整体向上向卧室、书房、客厅、儿童房、餐厅、阳台,以及厨房、卫浴等全屋空间发展,其个性设计、工厂制造、现场安装的一站式服务模式,是当今构建时尚人居的新景象。

2.实现了家居风格、色调、空间和功能定制,最大限度贴合了人居审美。

据《中国全屋定制家居行业现状深度分析与发展前景预测报告(2023-2030年)》(以下简称《家居前景报告》)分析认为,全屋定制家具可以满足消费者独特的需求,一是根据不同房屋结构及个性喜好设计出不同的方案,实现空间利用最大化;二是最大限度贴合消费者居住空间的审美观;三是具有设计感较强、体现风格、产品规范、完工时间短等优点。同时,《家居前景报告》就“十四五”期间的发展趋势作出预判:一是生产智能化,产品绿色健康,为消费者提供放心;二是销售多样化,扩大销售渠道。实现线上销售,让消费者通过线上浏览,查看定制家居产品,咨询所要了解的信息;三是服务人性化,提升品牌形象。人性化的服务体现在家具的安装前中后的集约系统。在设计师的融入下,让消费者成为家居设计的主导者;四是设计合理化。让设计不管何时都能满足消费者不断变化的需求。

全屋定制家居作为一种新型的家装产业,在人均可支配收入不断提高、产业模式更贴合消费需求的情况下,其渗透率在不断提升。

3.全屋定制已发展成为家居制造业的主流趋势、家装产业的主流趋势。

《家居前景报告》分析认为,全屋定制已发展成为家居制造业的打打战略、家装产业的主流趋势,这是“先进制造业”与“现代服务业”集约发展的结果。消费者需要便捷、环保、个性、功能完美的全屋整装,对“空间设计”与“装饰施工”统一非常敏感。对于企业来说,他们需要的是生产更加高效、设计更具创意、销售更加灵活的营销模式。全屋定制满足了上述两方共同的愿望需要,是具有可持续发展潜力的新兴产业,在提升人居环境品质、营造美好生活中形成其主流趋势。

### 全生命周期服务与高质量可持续发展

除了硬件要素外,全屋定制的软件要素即全生命周期服务——提升服务精细化、人性化、便利化、规范化水平,助力产业可持续高质量发展。

1.实现全生命周期服务是一个创新定位,它关注的是客户的长期利益需求。随着数字化、物联网、大数据、5G和人工智能的介入融合,全屋定制家居产业链不断延伸;新技术、新业态、新业态、新模式的人居环境同样需要在高质量发展驱动下迭代更新。因此,实现全生命周期服务与产业可持续发展是一个共同命运体,它终极关注的是客户的长期利益需求。

我们倡导“艺术生活化”,以打造空间文化为主旨,极大满足人的精神生活;现在我们又提出了“生活智能化”——从建设好房子,到好小区;从建设好社区到好城区。“智能+”辐射效率由建筑影响到全屋定制的室内装饰智能化。比如,智能门窗、厨卫、家电、照明、家具等智能化。“智能+”家居必然要实现全生命周期服务,它强调的已不再局限于服务产品的销售、售后服务,而是从客户个性需求、实用功能出发,提供从设计理念、装饰效果、工厂制造的服务;具体考虑到客户购买产品硬件、软件配置、系统集成等初始安装服务,以及客户体验、技术支持、系统安全性、完善性评估、服务更新改造、新技术应用和故障排除,以及使用维护等系统性的、全生命周期的服务。

2.实现全生命周期服务,是当前产业经济高质量发展利民惠民的需要。

今年2月6日,中共中央、国务院印发的《质量强国建设纲要》指出,建设质量强国是推动高质量发展、促进我国经济由大向强转变的重要举措,是满足人民美好生活需要的重要途径。

《纲要》就“强化质量发展惠民利民”方面,特别强调要开展质量惠民行动,顺应消费升级趋势,推动企业加快产品创新、服务升级、质量改进,促进定制、体验、智能、时尚等新型消费提质扩容,满足多样化、多层次消费需求。同时,《纲要》提出要开展放心消费创建活动,推动经营者诚信经营,营造安全消费环境,加强售后服务保障。完善质量多元救济机制,鼓励企业投保产品、工程、服务质量相关保险,健全质量保证金制度,推行消费争议先行赔付,开展消费投诉信息公示,加强消费者权益保护,让人民群众买得放心、吃得安心、用得舒心。

综上所述,结合发展高质量等级的全屋定制家居,加快推进“全生命周期服务”建设,全面聚焦以人为核心的高质量服务的主导机制显得极为迫切。

3.实现全生命周期服务,要不断丰富“服务人性化”的核心内涵。“服务人性化”是《家居前景报告》中提出来的一个关键词,也即整个前中后系统性的关怀服务;让消费者成为全屋定制家居与装饰的设计主人;让消费者使用得放心安心,有获得感和幸福感。

“服务人性化”是以人为本,是构建和谐社会的重要内容之一。做好人性化服务可以帮助服务机构赢得市场,增加消费者对产品的满意度,无形之中也必然提升了品牌形象。品牌对一个公司的长远发展有着无法估量的助力,消费者对某一品牌产生一定的信任,在购买其他需要的产品时,总会优先考虑自己所认可的品牌。因此,“服务人性化”,是全生命周期服务的核心内涵,旨在实现先进质量文化蔚然成风,质量和品牌综合实力达到更高水平。

4.实现全生命周期服务,是让设计合理回归以人为本,满足消费者的审美需要。

全屋定制家居与装饰品质,要让好设计、好方案起着引领作用。因此,全生命周期服务理念就必须合理化回归到以人为本、以人的美好需求愿望为核心服务的现实中来,最大化满足提升人居环境品质的审美追求。《家居前景报告》分析认为,设计合理化,前提是要以人为本,在满足人体工程学的基础上,还需满足消费者的审美追求,体现出屋主的个性和品位,应通过产品本身和服务来优化定制体验。全屋定制家居与装饰,要根据消费者不同的实际,房屋户型的不同,室内空间面积的不等来进行全方位合理化的设计,让人居环境充满时尚感、舒适感、健康感和安全感。

5.实现全生命周期服务,要用质量管理“数字化”成果持续赋能新兴产业。

全生命周期服务的全屋定制表明,实现质量管理“数字化”赋能行动,要推动质量策划、质量控制、质量保证、质量改进等全流程信息化、网络化、智能化转型。

据公开信息报道,居然之家“洞

窝”是该企业自主研发的S2B2C数字化产业服务平台,是强化底层数字化商业基础设施,支撑企业数字化转型升级,为链接“物流交付平台”和“到家服务平台”提供了坚实基础,有利于企业打造“天网”“地网”合一的家居零售新模式。

据公开信息报道,“数字化”加速赋能商品宅配。该企业创立于2004年,是国内率先提出“全屋定制”概念的品牌,为消费者提供一站式家居定制服务。该公司依托强大的软件技术、创新能力、先进的柔性化生产工艺、云计算和大数据实践,成为中国工业4.0的样本。商品宅配应用“C2B+O2O”商业模式,迅速发展成为现代家居服务企业。

6.实现全生命周期服务,要加快低碳零碳负碳关键技术攻关,树立质量发展绿色导向。

《纲要》就树立质量发展绿色导向,提出了开展重点行业和重点产品资源效率对标提升行动,加快低碳零碳负碳关键技术攻关,推动高耗能行业低碳转型。全面推行绿色设计、绿色制造、绿色建造,健全统一的绿色产品标准、认证、标识体系,大力发展绿色供应链。优化资源循环利用技术标准,实现资源绿色、高效再利用。建立健全碳达峰、碳中和标准计量体系,推动建立国际互认的碳计量基础设施、碳监测及效果评估机制。建立绿色产品消费促进制度,推广绿色生活方式。

7.实现全生命周期服务,要提高建筑材料质量水平,大力发展新型绿色建材。

全屋定制与住宅装饰融合一体,业态日益成熟,朝着全屋整体装饰装修的路径方向发展。建材与装饰的质量是实现全生命周期服务的重要保障。《纲要》就提高建筑材料质量水平,提出了要加快高强度高耐久、可循环利用、绿色环保等新型建材研发与应用,推动钢材、玻璃、陶瓷等传统建材升级换代,提升建材性能和品质。大力发展绿色建材,完善绿色建材产品标准和认证评价体系,倡导选用绿色建材。鼓励企业建立装配式建筑部品部件生产、施工、安装全生命周期质量控制体系。

8.实现全生命周期服务,要提升产业集群质量引领力,实现质量管理机制创新。

全屋定制家居已发展为家装的主流趋势,其产业链远远要比传统家装更长更紧密。实现全屋定制家居全生命周期服务,提升产业集群质量引领力至关重要。对此,《纲要》提出培育形成一批技术质量优势突出、产业链协同发展的产业集群。深化产业集群质量管理机制创新,构建质量管理协同、质量资源共享、企业分工协作的质量发展良好生态。

### 全生命周期服务引领家居行业未来

全屋定制家居行业的同类产品竞争上升到产品服务上,谁为消费者提供更加人性化的服务,解决他们的后顾之忧,谁就抢占了发展先机。人性化服务可提供优质的消费体验,增加消费者对产品的满意度,在无形之中也提升了产品的品牌形象。

——加快实现质量强企和全生命周

期服务的布局变得尤为紧要。传统家居产品、商业服务形态迭代更新以后,人们对崭新全屋定制家居与装饰越来越予以青睐,“科技创新+消费升级”这两大引擎,有力地驱动着这一新兴产业快速发展。

随着人们物质生活水平的提高,家居装饰从“有没有”向“好不好”提升,人环的智能、绿色、文化要素更为丰富多彩,消费者愿意付出更多的代价来满足对于未来美好家居的期望。然而,全生命周期服务却成为行业的缺失。一方面企业认为服务会是一项重要负担,另一方面用户认为服务没有额外价值。但当场景智能新时代来临,家居生活环境的维护就变得必不可少,不论是售前的测试安装网络配置部署,还是安装过程中的产品、集成解决方案的调试连通配置,还是之后5至10年的持续安全质量的保障和运维,整条服务体系都与用户生活体系息息相关。因此,全生命周期服务的布局变得尤为紧要。

——从顾家家居“六位一体”能力焕新,看其创新产品、体验式场景、全流程精细化服务的质量效应。来自行业公开信息报道,顾家家居依托“创新产品、体验式场景、全流程精细化服务”,为消费者量身定制一站式家居解决方案,满足了消费者对于产品设计、场景体验、设计方案、价格体系、品质标准、交付服务的“六位一体”需求。除品牌实力外,顾家家居在全球拥有10大生产基地,其中4.0智能制造基地于2020年正式投入生产,这意味着顾家家居已经具备全产品统一高质量标准生产的硬实力,可实现从设计到下单、从生产到安装等全流程一体化服务,并为产品品质与精准交付提供了有力保障。

在行业技术壁垒被不断打破的今天,“服务水平”“一站式交付能力”在消费者心中所占比重愈发之高。顾家家居打造特有的“情感温度”——首创“沙发修养十部曲”,为消费者除尘祛

**结语:**全屋定制家居新兴产业在科技创新、消费升级的驱动下,为提升人居环境品质、丰富住宅装饰文化、拉动产业经济发展起着重要的作用。全屋定制家居发展已成为家装的主流趋势,成为家居企业的主导战略。更加便捷、环保、个性化、多功能、智能化的定制装饰新业态,在全生命周期服务的创新模式赋能下,有其强劲的发展潜力。



### 以可持续和创新的产品,满足日益增长的市场需求

## 中国石化与巴斯夫为南京一体化基地扩建项目落成揭幕

11月10日,中国石化与巴斯夫为位于江苏南京的一体化生产基地内多套下游化学品装置扩建举行落成典礼。该一体化基地由双方以50%对50%股比共同出资设立的扬子石化—巴斯夫有限责任公司(以下简称扬子石化—巴斯夫)运营。本次扩建项目是双方的战略举措,旨在满足中国市场各行业日益增长的需求。其中包括新建的一套丙烯酸酯丁酯装置(TBA),预计于2023年底投产,成为在德国以外首个采用该先进生产工艺的装置。TBA是一种单功能单体,具有卓越的耐化学品性能、耐候性和疏水性,广泛应用于纸张、涂料、胶黏剂、油墨等行业。

中国石油化工股份有限公司总裁喻宝才表示:“扬子石化—巴斯夫屡获佳绩,充分体现中国石化与巴斯夫之间互信、有力、积极的伙伴关系。此次扩建项目的落成标志着双方的紧密合作进入新篇章,在同一愿景下,共同迈向可持续发展和推动先进技术。”

巴斯夫集团执行董事会成员凯礼博士表示:“我非常自豪能参与庆祝南京一体化生产基地扩建项目落成。这是巴斯夫与中国石化长期合作的又一里程碑。在巴斯夫全球众多合资企业中,扬子石化—巴斯夫在安全和业绩方面均达到极高标准。这次扩建将继续助力巴斯夫在中国市场的业务增长。”

落成典礼庆祝扬子石化—巴斯夫

扩大高质量化学品中间体的产能,包括丙酸、丙醛、精制环氧乙烷、乙酰胺和乙醇胺。这些中间体产品广泛应用于农业、制药、建筑、纺织、日用化工等行业。

通过使用可再生能源电力,新建装置将进一步减少生产过程中的碳排放,为市场提供低产品碳足迹的化学品。例如,扬子石化—巴斯夫将在亚州市场推出低碳足迹的丙酸产品,其产品碳足迹相较于国内煤基同类产品可以降低约40%,这将助力客户减少产品碳足迹,扬子石化—巴斯夫产品碳足迹计算方法遵循ISO14067:2018标准。在方法审查中,德国莱茵集团认证由巴斯夫开发、扬子石化—巴斯夫用于计算产品碳足迹的方法具备科学根据,符合上述国际标准,并反映技术发展的前沿水平。

中国石化扬子石化公司兼扬子石化—巴斯夫有限责任公司董事长顾越峰表示:“新建装置采用了先进技术和一流标准,以优化资源利用率,同时亦向上游产业链延伸,巩固了扬子石化—巴斯夫在充满活力的中国市场的竞争优势。”

巴斯夫大中华区董事长兼总裁剑锋博士表示:“中国是全球最大的化工市场,此次扩建进一步提升巴斯夫在中国市场的产能。我们有信心与本地客户携手共创,以可持续和创新的产品,满足日益增长的市场需求,助力中国各行各业迈向可持续的未来。”

(记者 顾今)



## 11月份建筑材料工业景气指数公布

比上月回升0.2点,高于临界点,建筑材料工业运行保持平稳

**一、11月份建筑材料工业景气指数**  
2023年11月份建筑材料工业景气指数为101.9点,比上月回升0.2点,高于临界点,处于景气区间,建筑材料工业运行保持平稳。

供给侧,11月份,建筑材料工业价格指数、生产指数均高于临界点。其中,建筑材料工业价格指数100.4点,与上月持平,建材产品价格呈现企稳迹象;建筑材料工业生产指数为101.5点,比上月回升0.1点,建材产品生产保持稳定。

需求侧,建材投资需求指数、工业消费指数、国际贸易指数均高于临界点。其中,建材投资需求指数101.1点,比上月回落1.0点,高于临界点,建筑市场需求回升幅度有所放缓;建材产品工业消费指数103.7点,比上月回升2.3点,与建材产品应用较为密切的相关制造业需求有所增长;建材国际贸易指数105.7点,较上月回升6.3点,回升至景气区间,建筑材料商品出口增加。

**二、MPI影响因素分析及预警建材生产保持稳定**

11月份,建材重点产品生产保持稳定,小幅加快,墙体材料、防水建材、隔热保温材料、黏土和砂石开采、建筑用石、建筑技术玻璃、矿物纤维和复合

材料、建筑卫生陶瓷、非金属矿业等9个行业生产指数比上月出现不同程度的回升,建材市场需求保持平稳。产品价格呈现企稳态势。在建材13个行业中,水泥、混凝土与水泥制品、墙体材料、防水建筑材料、石灰石膏、黏土和砂石开采、建筑用石、建筑卫生陶瓷、建材非金属矿业等9个行业产品价格环比增长。建筑与技术玻璃、纤维增强复合材料、非金属矿采选业等3个行业产品价格同比保持增长。但价格增长动力不足,建材市场供大于求的关系目前仍未明显改善。建材行业运行环境面临波动变化。货币、金融、房地产等领域调控政策有利于宏观预期改善。

根据监测信息,11月份,下游项目回款有所好转,部分地区项目放缓及重点工程出现赶工现象,支撑市场需求稳定。当前市场需求仍以存量项目为主,随着气候转冷,水泥等建材产品供、需都将出现季节性减弱,企业生产应审慎应对。近期,煤炭价格出现回落,液化天然气价格仍在上涨,用气企业应提前应对,防范极端气候条件下的供给波动风险。

**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,两者会相互影响,存在时滞,在某一时间段内可能会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、非金属矿业等行业出口指数构成。