

绿色风起,“色彩”无处不在

——2024中国国际涂料博览会综述

□记者 张高青

展览面积达10万平方米,展商500多家,专业观众超过10万人次——8月7日-9日,由中国涂料工业协会主办、北京涂博国际展览有限公司承办的2024中国国际涂料博览会在上海浦东新国际博览中心举办。本次涂料展以“绿色低碳,科创未来”为主题,吸引了立邦、三棵树、北新嘉宝莉、亚士、阿克苏诺贝尔、宣伟、展辰等众多业内知名企业参展,新产品琳琅满目。

在绿色低碳理念引领下,创新的涂料产品无孔不入、无处不在,其美丽的色彩装点着转动的风车上、飞行的火箭上、掌中的手机上、梦幻的意境里……

在温馨的家

三棵树此次将“涂料焕新馆”搬到了上海世博会,以更健康的中国漆为消费者带来焕新美好生活体验。据悉,三棵树首创“健康+”标准,对挥发性有害气体作出了严苛的要求,研发出高于国家标准指标领先国际环保标准的“健康漆”,以遥遥领先的技术标准改变了过去新家、翻新要长期放置通风除甲醛、除异味等忧虑,实现了8小时净味住新家。

同样,作为中国民族涂料品牌,紫荆花肩负企业使命,始终坚持“高性能表现成就健康生活”的经营理念,以为消费者带去更加美好、优质的幸福家居生活为己任,本次展会带来了贝倍安原生硅基儿童漆。该产品采用天然矿物原料,天然0级



防霉,A级不燃,耐酸抗碱,保色性优异,是一款天然环保健康的涂料。

在奔驰的车辆上

汽车用高性能涂料的市场需求日益增长。

本次展会宣传携旗下工业木器涂料、通用工业涂料、卷材与型材涂料、包装涂料、汽车涂料以及工业重防腐与船舶涂料亮相,相当于把六大事业部一齐搬上涂博会舞台。尤其是汽车涂料,宣伟汽车涂料事业部针对汽车及零部件领域和动力电池领域,带来了水性涂料、溶剂型涂料、粉

末涂料等多款解决方案。

专注汽车用高性能涂料近30年的上海金力泰化工股份有限公司,可向客户提供“全套汽车涂装解决方案”。比如KNT车身电泳产品系列,这是金力泰专注市场和深入研发的成果,满足并超越客户不断提升的要求。该产品具有粗糙度低,表现流平好,防腐性能优异,适应紧凑型面漆配套工艺以及对工件板材的适应性强等特点。

在转动的风车上

展辰工业涂料在新能源领域积极投

入研发,推出了包括UV光固化和水性涂料,包括石墨烯、聚脲、绝缘涂料等在内的新产品体系,为风力发电、海上风电、光伏发电、风光一体化等新能源领域提供有效的防护。据介绍,此次展出的新产品,可为陆上风电、海上风电的叶片、塔筒、混凝土塔筒、机舱组件等提供全方位的风电防腐保护。

在掌中的手机上

作为世界涂料行业的龙头企业之一,阿克苏诺贝尔一直以可持续发展为核心理念,关注日常生活,用尖端解决

方案陪伴在人们的日常生活中——比如关注手机等手持式电子消费品的色彩。目前,阿克苏诺贝尔的产品应用领域涵盖白色家电、运动与休闲设备、音响、黑色家电、家庭娱乐设备、玩具、厨房用具、健康和保健设备、机器人、个人护理、美容仪器等。

在光效净化的空气中

立邦从家居空间应用出发,正在探索光催化净化涂料技术创新平台,致力于开发治理城市空气污染的未來高效解决方案,改善人居环境,加速推动美丽中国建设。据介绍,立邦通过产学研结合,与华东师范大学、纳光电集成与先进装备教育部工程研究中心、华东理工大学、资源与环境工程学院国家环境保护化工过程环境风险评估与控制重点实验室等达成合作,全方位促进产业技术进步和核心竞争力的提高。

在飞行的火箭上

此次,北新旗下的三大涂料品牌嘉宝莉、灯塔、龙牌联袂出击,展馆的设计是别出心裁的科技风,以海洋与天空蓝作为主题色,彰显“国之重器”的使命与责任。

其中,灯塔肩负着“做强军工漆,做大工业漆,打造中国工业涂料第一品牌”的崇高使命,一直以来都是我国航天事业的支持品牌,彰显国

漆底色。我国第一架自制飞机、第一颗人造地球卫星、第一枚“长二捆”运载火箭,使用的均是“灯塔牌”涂料。灯塔为“神舟”系列载人航天飞船、“嫦娥”绕月卫星、“天宫”载人空间站、“长征”运载火箭都提供过专业的涂料配套,为我国航空航天事业做出了卓越贡献。

在梦幻的意境里

老牌国产漆晨阳水漆,本色不改。本次推出了帝伯利艺术涂料,有桑蚕丝、雅晶石、天鹅绒、沙漠之舟、祥云砂等多种颜色。令人不自觉有一种伸手触摸的冲动。

尤其是亚士推出的意境漆厚浆系列,简直就是一种如梦似幻的涂料。据悉,意境漆是依托于亚士产品研发中心与生态工业研究室两大技术平台,自主研发生产的效果质感类涂料,通过丰富的层次效果,打造出天然质感,形成了独特的意境美学风格,复刻自然之造物,让漆入意境,为消费者带来科技与美学的高端体验。“潇潇烟雨如织,风吹落英缤纷。草木峥嵘,星移斗转,万物因变化而生动。之所以愿意停留,只因心中早有此意,之所以心生感动,只因梦里安享此境。”亚士对意境漆做这样的描述。

一款涂料,意境如此深远,真的不简单。

定制家居:是“三足鼎立”还是“群雄逐鹿”?

在定制家居领域,此前较长的时间里,欧派家居、索菲亚和尚品宅配三家保持着相对领先地位,尤其是在柜类定制板块的营收明显领先于其他企业,堪称“三足鼎立”。

先来看看欧派家居。2023年其营收已高达227.8亿元,拥有行业内强大的营收、现金流储备;建立有强劲的激励机制,带动人才汇聚;成功完成领头羊品牌影响力的建设。这种能力,一方面源源不断地输出终端导购、设计、安装、主动营销和店面运营管理等软实力,推动上上下下的人才传帮带产出,不断提高高网销量产出和人均效率。另一方面,在雄厚的软实力赋能支持下,强势驱动经销商群体更好更快前进,不断把资本和人才储备再投入到营销能力提升上,持续增加分销网点密度,给其他品牌造成压迫性的竞争势能。所以,过去十年,定制圈聊起欧派家居,总是感受到这家公司拥有全方位的竞争优势,无论产品SKU数量与质量、生产制造交付力、人员效率、终端网点密度与质量,还是广告传播、新业态与新模式开创新媒体试水、终端模式运营与样板打造

等方面,几乎全面引领行业发展。

再来看看索菲亚。索菲亚2023年营收116.7亿元,凭借衣柜品类优势基础,逐渐扩展到橱柜等领域,强势占据行业第二的位置。其中,衣柜及配套产品贡献营收近百亿元;橱柜及其配件贡献营收超10亿元。此外,还有木门等品类贡献了一定的收入。在品牌知名度、渠道网点、产品SKU数迭代等方面,全面紧跟欧派发展步伐。

尚品宅配2023年营收为49.00亿元,跟前两强已拉开了距离。如果将时间推回到2019年,当时尚品宅配营收约72.61亿元,欧派家居约135.33亿元,索菲亚约76.86亿元。这个营收变化还是非常大的。现在,该公司正在全力推动定制+配套业务,以全屋定制随心选新模式作为落地的抓手。

其实,目前“三足鼎立”的局面日渐趋于弱化,定制家居行业的竞争更多呈现出“群雄逐鹿”的格局。让我们看看“群雄”有哪些。比如志邦家居,依托于人才培养机制、江浙徽等根据地 and 上市后资本优势,发展势头很猛。2022年时,志邦家居营收约

53.89亿元。其营收里,定制橱柜、定制衣柜占主要份额,其余则是木门墙柜。比如金牌橱柜,依托于新媒体运营赋能,多年金牌产品力优势和上市后的资本优势,营收与人效、网点数也在持续提升。比如百得胜,紧握水漆这张王牌,成功布局水漆柜类定制、水漆整装定制、水漆木皮柜门系统等业务,实现差异化竞争,在多个城市保持较强竞争力。比如顶固和皮阿诺家居,作为定制家居上市公司之一,依托于数字化高效制造和当前新媒体运营的环境,有着较大的成长空间。比如林氏家居,以成品家具电商起家,后来推出全屋定制,再后来又进入整装定制赛道,今年更是力推49800整装全案大套餐,属于定制行业的一大实力派选手。比如掌上明珠,以成品家具崛起,近几年转型全屋定制,成果颇为显著。后来又力推整家定制,推动经销商转型,同样颇有起色。比如丽维家,已专注全屋定制数年,全国拥有数百家门店,同时涉足板材业务。今年以“品牌重塑 破卷重生”为主题,展开品牌、产品、工艺的全面提升。非常典型的举措是,丽维家推出了

以不同装修风格为区分的套系打法,涵盖了从简约到轻奢的各种设计元素,并提升B端赋能力度。比如玛格家居,也是很有实力的一对定制企业,预计挂牌全国股转系统(新三板)。该公司以定制柜类为主业,并涉足高定家居、整装业务等。2020到2022年,玛格家居营收分别为8.4亿元、10.26亿元、9.45亿元。此外还有科凡家居、诗尼曼、客来福、全友家居、好莱客、德维尔、欧铂丽、我友家、兔宝宝、博洛尼、九牧、箭牌、威法、德意、好莱客、柏丽等数十家定制企业,长期深耕于这片市场。

我们认为,虽然市场集中度持续提升,但腰部及以上的定制家居企业,依然拥有立足之地,甚至还有成长。值得注意的是,顾家家居也进入定制家居领域了,有公开资料显示,2023年,顾家整家定制全年业绩突破10亿元关口,未来三年,顾家整家定制将朝着50亿元的目标迈进。

新的大战已经开启。未来几年内,各路高手或许会搅动整家定制行业更大的竞争,激起更大的硝烟,让我们拭目以待。(大材)

陶瓷厂转产地铺石的背后



“最高峰时候,福建地铺石占全国80%以上的份额,现在估计60%都没有!”福建一位地铺石厂家老总说。这位老总进一步解释,近两年各产区兴起新一轮的地铺石改线潮,地铺石区域产销特性十分明显,福建尽管仍是全国最大的地铺石生产基地,但销售半径收缩、价格跳水明显。

事实上,从2023年至今,广西、四川、河北、山西、江西等产区10余家陶瓷企业,纷纷新建或改线转产地铺石。此外,目前仍有多家企业计划加入地铺石生产行列。

那么,陶瓷企业扎堆转产地铺石,到底是传统瓷砖内卷下新的出路,还是一个“坑”呢?

地铺石已成产销区域化趋势

今年3月,河北聚祥泰陶瓷原产釉砖经过技改升级后点火投产,全面生产多规格、全厚度地铺石,生产18毫米厚

地铺石产量可达2万平方米。而在一年前,河北仅有尔优陶瓷一条日产1万平方米左右的地铺石生产线。短短一年间,聚祥泰、金正、五羊、金华等企业陆续加入地铺石赛道,即将技改转产地铺石的还有领世陶瓷。

在西南的四川、重庆,此前已有米兰诺、联亿、英伦、金石、佳泉、鑫茂、铭宇、威远胜、翰盛、新金联等企业10多条生产线在产地铺石。2023年以来,尊岩、明惠、皇城三家企业也开始转产地铺石。

此外,山西华伦瓷片改地铺石生产线已于今年5月投产;江西世博陶瓷全新日产2.6万平方米地铺石生产线在今年4月点火投产;江西瑞祥陶瓷去年技改的地铺石生产线也于今年投产;此前已有1条地铺石生产线的广西远方陶瓷,目前仍有2条生产线技改准备转产地铺石,规划7月投产……

除了上述产区,作为地铺石的第一

大产区,福建也没有停止升级改造步伐,贝雅特、彩联等企业新建多条新线。加上河南、山东、辽宁、湖北、湖南等产区地铺石生产线分布广泛,目前地铺石已经遍布全国各个产区,完全形成了区域化生产、销售的格局。

地铺石能成为陶企“救命稻草”吗

然而,大量陶瓷企业改产地铺石生产线,并非这一领域市场空间有多大,而且在传统瓷砖产品市场需求持续下滑,竞争愈加激烈,部分陶瓷企业把地铺石看作“救命稻草”,希望通过新赛道获得新的市场空间。

但不少新入局的业内人士深切感受到,地铺石产销并不轻松。

“传统瓷砖不仅同质化严重,竞争激烈,而且要求高,产品花色、工艺、质量都有相应的要求。而地铺石生产门槛低,主要以市政和工程为主,扯皮的现象相对要少一些,所以很多人想做。”有四川较早加入地铺石生产行列的企业负责人透露。实际上,做地铺石远没有想象中那么简单,不仅需要考虑到现金流和库存,没有订单的时候,还有承受亏损的风险。

此外,尽管地铺石产品质量本身生产门槛不高,但不同的工程项目对产品规格、厚度、工艺要求不尽相同,因此要求生产企业至少具备涵盖常规的300×600毫米、600×600毫米、300×900毫米、600×1200毫米规格,12毫米、15毫米、18毫米、20毫米、25毫米厚度的生产能力,这对大多数仅有1条生产线的企业来说,需要频繁转产和增加库存,这无形中造成了不小的成本压力。

“福建生产线普遍小,而且具有规模优势,不仅转产方便,不同厂家之间也可以进行资源整合,这是其他产区地铺

石生产企业所不具备的优势。”一位福建地铺石厂家总经理分析道。

地铺石竞争激烈程度不亚于瓷砖

2024年,几乎所有地铺石生产厂家明显感受到,伴随越来越多的陶瓷企业转产,地铺石竞争激烈程度不亚于普通瓷砖。更为重要的是,地铺石所依赖的市政、园林等工程量却在减少。

“现在竞争很激烈,价格早已不止腰斩,今年对比去年,销量也腰斩了。”重庆一家地铺石厂家销售负责人透露。

在此形势下,不少企业希望拓展销售半径寻找新的市场机遇,但几乎所有产区都有地铺石生产线布局,形成的区域化产销特色影响也逐渐显现,销售半径被大大局限。

“我们想开发西安市场,但是河南洁石过来了,他们的产品质量更好,底坯还白,我们就过不去了。”四川一家厂家销售负责人无奈说道。

这并非个例,上述重庆地铺石厂家销售负责人也坦言面临同样的困境:“广西有地铺石厂家含运费到湖南怀化,比我们出厂价还便宜,关键质量还贼好。”

据悉,出现上述现象的主要因素是,区域化生产不仅具有原料、成本优势,而且地铺石相对传统瓷砖,由于厚度更高,运输成本高,因此在利润不足以支撑的情况下,很难拓展销售半径。

针对地铺石日益激烈的竞争格局,福建不少企业转变方向,如龙达、金利、祥达等企业专做幕墙板,国星、万利、豪山等推出750×1500毫米甚至900×1800毫米超大规格产品,形成差异化。但目前来看,大部分陶瓷企业只能深陷价格战泥潭,通过提高产量降低生产成本维持市场竞争。(王珣)

上海市装饰装修行业协会开展行业发展交流活动



交流会现场

8月10日,上海市装饰装修行业协会组织行业有关单位,赴江苏省江阴市召开主题为“技术新身影,业内新生代,行业心声路”的上海幕墙、门窗、装饰行业发展交流会。

交流会上,温格节能门窗有限公司、上海玻机智能幕墙股份有限公司、上海建科检验有限公司,分别以低碳节能门窗幕墙系统、行业人才队伍“产、学、研、培”课题以及上海超龄幕墙建筑性能提升为主题做交流分享。

与会领导及专家表示,此次交流会内容充实,且具有一定行业前瞻性。大家在会上形成共识:一是要持续加强行业协会会员单位之间“横向”联动,做好行业凝聚力建设。积

极举办行业技术研讨会,让“节能、低碳、环保”技术理念赋能幕墙门窗装饰行业新质生产力的发展。二是要继续发挥好行业与政府主管部门的“纵向”纽带作用。充分听取行业声音,扎实做好行业调研工作,向有关主管部门反映行业诉求。三是要探索行业人才培养新模式,着力打造行业新形象。积极与高校以及科研院所就人才队伍梯队建设工作开展研究,促使更多的优秀青年加入幕墙、门窗、装饰行业队伍中来,形成行业“新势力”。同时,积极搭建行业专家与行业“新势力”间的交流平台,将行业荣誉感、使命感以及责任感代代传承下去。(通讯员 林广利)

第六届“照明湘军”交流会在上海崇明举行

8月10日,第六届“照明湘军”(上海)交流会在上海崇明岛东平国家森林公园举行。本次交流会汇聚了来自照明、建筑、室内、新媒体艺术等领域的众多精英与专家,围绕“向新而兴”的主题,共同探讨行业发展趋势,分享前沿技术与应用成果。

值得一提的是,利用生态岛的绿地优势,主办方邀请了新媒体艺术创作、灯光、投影、激光、音响等领域的专业人士,为本次交流会奉献了一场特别的光影秀,营造了一个轻松欢快的、沉浸式的交流体验氛围。

交流会上,“照明湘军”发起人唐小永致辞,回顾了“照明湘军”的发展历程,寄语所有参与者坚定信心,跨界融合,携手共进,勇克时艰。随后,森林公园代表顾剑上台致辞,对“照明湘军”表达了欢迎的意愿,并为主办方为森林公园带来如此美丽的光影夜景表示感谢。北京市照明学会秘书长王政涛、湖南省照明学会秘书长覃文、上海现代建筑装饰环境设计研究院有限公司资深总工程师王传顺、东华大学教授姚孟晋、中国民主建国会上海杨浦区委委员晓刚、上海市老专家协会城建委总干事钱雪峰、东华大学教授林峰等出席。

多位行业专家与企业家带来了精彩的交流分享。上海天幕视觉设计有



“照明湘军”发起人唐小永致辞

限公司创始人章道波分享了其潜心研究的音乐与视觉软件在具体项目中的应用;王传顺做了《设计治愈空间-空间治愈环境-环境治愈生命》的演讲,通过前沿的案例分享,向现场来宾介绍了如何让艺术和设计在医疗康养建筑中给予人安抚和治愈;杭州三色设计有限公司创始人龙雨田分享其在时下很热的AI照明领域的实践,介绍了多个AI主流软件的不同应用。此外,江门市云达灯饰有限公司的谢志坚、广东三谷照明科技有限公司的刘三保、广东天一光电科技有限公司的李柯钦、广州得昱照明科技有限公司的文文章、珠海金伟光电科技有限公司的郑红等分别就各自领域内的创新产品进行了展示与讲解,让与会者感受到照明行业蓬勃的创新活力。

随着夜幕降临,由品光照明和PDLAB 联手打造的光影秀及娱乐活动相继上演,将交流会的氛围推向高潮。(通讯员 曹芄)