

滑门用上磁悬浮技术

黑科技提升家具五金件身价

□ 本报记者 陆俊 文/摄

决定家具质量最重要的因素之一是家具五金件,很多知名家具品牌对于家具五金件的选用是非常挑剔的。记者在日前结束的中国国际五金展上发现,当前的家具五金件发展已经日新月异,很多黑科技被应用到了家具五金件当中,而家具五金件的发展,也对家具品质及科技含量的提升带来了重要的推动作用。

磁悬浮,这种高科技原来是应用于高速列车的,但是有五金企业把这种高科技应用到了家具五金件上。记者在中国国际五金展上,发现了这样一家企业,展示的平移门吊轨滑车,采用了磁悬浮技术,开闭门及其顺滑,没有一丝声响。

乍看上去,这家企业展示的这种移动门和普通移动门没有什么区别,但是



仔细看门框下面的导轨,才发现整扇门是悬浮在空中的,门的移动滑车悬浮在导轨上,没有和导轨有任何接触,一扇门

就和一辆磁悬浮的列车一样。

普通的平移门,怎么会采用这样的高科技?采用这种科技会给产品带来哪

些变化和好处?这家名为合宝门控的企业参展负责人陈春燕告诉记者,磁悬浮已经是一项很成熟的技术,应用到平移门吊轨滑车,技术上完全没有问题。采用磁悬浮技术的平移门,最明显的变化是完全无噪音,开闭非常顺滑,而且极为灵敏,有任何一点阻碍,遮挡都会感应到并停止闭合,这就保证了门的安全性。平移门主要应用于公共场所,曾经出现过多起平移门夹手,伤害小孩的事故报道,如果应用了这种磁悬浮技术,就不会出现这类安全隐患。

陈春燕介绍,这种磁悬浮平移门除了应用于公共场合,还可以应用在衣柜、室内门、橱柜等上面。现在定制衣柜、定制橱柜等已经成为市场新宠,特别是一些步入式衣柜和室内门,都是平移门,采用这种磁悬浮平移门的话,开合灵敏、安全放心、安静无噪音,能带来一种非常好

的使用体验。她说,合宝门控公司,就是一家以人才、科技为核心竞争力和发展驱动力的企业。

采用黑科技的家具五金件产品,品质的提升是非常明显的,技术应用上也不存在难题,但是成本的增加是一个不可避免的问题。对此,业内人士表示,当前,很多创新型、技术型的企业,正在把新技术、新材料、新工艺等应用到产品当中,采用这些新技术、新材料,肯定会增加成本,但同时增加了产品的价值和竞争力,对于企业的长远发展是有利的。如果为了不增加成本而放弃提升、改变,企业也就失去了长远发展的动力。

此外,采用新技术的产品,刚开始的时候成本无疑是增加的,甚至增加得还很多,但是随着市场的打开,销量的提升,生产的扩大,规模效应就会带来成本的降低,这就是科技创新带来的发展潜力。

2019 全球地产板门定制家居 GDCC 峰会召开

日前,2019全球地产板门定制家居GDCC峰会暨浙江省门业协会年会于浙江德清召开。本届峰会由中国环境健康家居联盟(CEHHA)、浙江省门业协会主办。论坛主题为“资源融合,创新共享”,旨在通过汇聚融合创新资源,进一步加强定制家居产业链各企业间的合作,推动定制家居产业链的结构延伸,以及产业转型升级。近百个高新技术项目参与,展示了定制家居创新设计、环保升级、信息技术、跨界黑科技等,领先先进技术以及产品。

中国木门协会副会长、浙江省门业协会名誉会长张国林致辞时表示,作为中国木门协会副会长,他倾其一生精力花费在木门行业的健康、有序、向前发展中,通过协会组织起中国木门行业主流的、核心的、骨干的、主导的团队,引领中国木门行业健康、

快速、规范发展。他在致辞中讲到,中国木门行业作为一个新兴的、新生的行业正在蓬勃发展,企业之间共同的参与使得行业发展兴旺繁荣。木门作为定制家居行业的朝阳产业,从企业生产产值、社会品牌效应、社会影响层面日益引起各方重视,携手共筑行业的美好未来。

浙江省门业协会秘书长、GDCC地产供应链平台创始人李进进行《中国木门定制家居行业发展》报告解读,在报告中他指出,定制家居头部企业的全面进入,引起行业格局变革。我国定制家居产业所表现出来的模式和活力以及群体,已经一跃成为世界家居行业的前列,在十分激烈的定制潮流中,企业要想做好定制就离不开数字化、网络化、信息化、智能化等科技手段,也离不开超前的品牌运营意

识!只有紧跟市场变化,不断适应市场竞争,才能跟上时代步伐。只有以客户需求为中心才能占领市场主导权。GDCC峰会也将继续联合各方力量,脚踏实地,多办实事,为行业的强劲发展注入新的动能、力量。

全球板门定制家居设计生态圈于峰会现场正式启动,作为中国木门定制家居行业的顶级峰会,“GDCC峰会”大规模集中展示全球顶尖定制家居、创新设计、上下游供应链品牌,开创新的提供了企业间交流、交易平台,帮助中国木门定制家居品牌与亚洲最具影响力的建筑师、室内设计师、房地产开发商、采购经理及供应商建立长期业务关系。浙江升华云峰新材料股份有限公司总经理赵建忠、湖州世友门业有限公司产品运营总监陈晓良等行业杰出代表出席全球板门定制家居

设计生态圈启动仪式。

在经济全球化进程日趋加快的今天,为了促进中国木门定制家居行业的发展,增强供应链上下游企业的交往和合作,2019全球地产板门定制家居GDCC峰会暨浙江省门业协会年会力量,举行供应链洽谈会。打造一个全球企业合作交流、全面开放、资源共享的服务平台,共同搭建畅通、安全、高效的供应链通道,为中国木门定制家居产业发展的持续强劲发展,提供多维度、多层次的支持,助推中国木门定制家居产业不断转型升级,为产业高质量发展做出贡献。

GDCC峰会的召开是产业链平台的对接与搭建的开始,让定制家居产业链上优秀的供应商走进企业,让定制家居企业得到更专业的服务。

(中木)

宜家智能快捷按钮曝光 家居全场景可一键切换

本报讯 宜家正在研究一款新的“快捷按钮”设备,该按钮的作用是帮助用户一键切换到自己预设的各类家庭场景中。场景中包含的照明、百叶窗、音箱、智能电源插头等设备,通过与该按钮的集成,从而实现设备间的联动。比如在观影模式下,用户可以只需按一下快捷按钮,百叶窗便会自动降低、灯光有也会随之变暗、空调自动开启。

这个新的快捷按钮,延续了宜家的简约风格,矩形触摸面板上显示了可启动的“场景”类型的图像。据文件显示,快捷按钮通过纽扣电池供电,续航能力长达两年之久,但需与宜家 Tradfri 网关搭配才能运行。

Tradfri 系统的核心是一款能够通过以太网与互联网相连的网关设备,它可以创建一个本地 Tradfri 网络来连接本地所有的设备,不过以前更多用在照明领域,显然宜家正在试图拓宽这一边界。

自宜家从2012年开始发力智能家居市场,至今已经发布了多款家用智能系列设备,囊括了灯泡、灯具、无线扬声器和智能电源插座等设备。而这个即将面世的快捷按钮,未来将允许用户一次协调多个不同设备上的设置,并将这些设置预设到场景中,使其在接到用户指令后完成打开或关闭操作。

今年早些时候,宜家曾放出一个视频,在视频营造的场景中,闹钟一响,灯光与咖啡机自动打开,同时百叶窗缓缓升起。今年8月,宜家正式对外宣布,将投资一个全新的“宜家家居智能(Ikea Home smart)”事业部,负责快速增长的智能设备组合的端到端业务。

(张伟)

2019年三季度数据显示,家纺、成品家具、地板、厨电、照明、装饰装修、门窗幕墙等传统家居企业,多数销量呈现下滑。但与之形成鲜明对比的是,定制家居这类“消费升级”品类继续走俏,并且环比上半年收入出现了难得的回暖迹象,这种逆势反转行情值得深究。

细分品类冷热不均 作为市场的晴雨表,上市公司的表现备受瞩目。从刚刚收官的2019年三季度报数据看来,很难说坏消息和好消息谁更胜一筹。

先说坏消息。第三季度,国家总体经济增速放缓,第三季度GDP同比增速为6.0%,不及预期的6.1%,创下多年来新低,这在家具业也有反映。

数据显示,今年前9个月,家具企业营业收入增速普遍下滑,跟去年相比,平均增速下滑约7个百分点。有些企业的利润甚至进入了负增长,个别企业陷入了连续多个季度的亏损。

细分品类来看,看似繁华的传统家纺行业,业绩进一步承压,延续了营收和利润双向负值居多的行情。

2019 全国建材类专业学生职业技能大赛洛阳开赛

11月10日上午,2019“洛阳理工学院大学科技园杯”全国建材类专业学生职业技能大赛在洛阳理工学院王城校区开幕。

据悉,本次全国建材类专业学生职业技能大赛为期4天,是在中国建筑材料联合会和全国建材职业教育教学指导委员会的指导下,由中国建筑材料联合会培训中心主办的一项建材类专业的大型职业技能竞赛活动,被誉为建材类专业的“奥林匹克”竞赛。

本次大赛,吸引了来自全国各地的33所院校的200余名选手100

余名指导教师汇聚洛阳理工学院,比赛将分为建筑材料化学分析、水泥物理性能检测、水泥生产中控操作及建筑材料创新创意科技作品四个竞赛项目展开角逐。

据介绍,竞赛以企业相应岗位的知识 and 技能要求作为考核点,以理论考核和实际操作考核相结合方式评定学生职业能力。参赛对象为全国建材类专业在校大学生,分本科组、高职组和中职组,以此推动建材行业技能人才的培养和职业教育水平。

(河南日报)



家具建材 2019 三季度报:定制家居继续走俏

情况稍好的成品家具业7大公司,与上半年相比,前三季度营收和利润的同比增长率都大幅降低,平均营收增幅从16.84%降至11.64%,平均利润增幅更是腰斩超过一半,显示出第三季度单季的状况继续恶化。此外,地板、厨电、照明、装饰装修、门窗幕墙五类企业的日子也鲜见好转。

业内人士分析认为,绝大部分家居建材企业的日子难熬,除了与大环境有关以外,亦是各细分产业本身积累已久的诟病和瓶颈所致,比如进入门槛低、产品雷同度高、库存高企、企业创新意识跟不上时代发展等。

定制家居、卖场、软体家具三大品类的发展备受关注,是难得的所有企业营收全部保持正向增长的细分产业,尤其是定制家居的逆势表现出色。

根据三季度报分析,今年1-9月,9家定制家居企业的营收和净利润同比增长

均值分别达到14.55%和12.76%,均为双位数。其中我乐家居以47.04%的净利润增长数值傲视群雄,也是唯一一家打破25%以上增速“魔咒”的定制企业。营收增速超过20%的有皮阿诺、我乐家居、金牌厨柜3家。

定制家居亮点纷呈

环比来看,相比2019年上半年13.26%的平均营收增速,定制企业的营收增长环比提速,意味着定制家居企业Q3单季业绩再次出现回暖迹象,这种一片寒冬下的反转行情值得深究。

并且,定制家居同比降幅明显收窄,前9个月,定制家居平均营收增长率为14.55%,而这一平均值在2018年为18.08%,在2017年则为31.02%,同比降幅大幅压缩72.72%。

各项数据显示出,头部定制企业正在迅速调整策略应对变化,各项积极措

施取得成效。其中利润增速和营收增速分别居于第一和第二位置的我乐家居,在财报中解释其增长原因称,主要是公司今年以来持续加强渠道建设和布局优化,经销业务稳健增长,直营零售业务实现较快增长,大宗业务快速增长,业务结构调整优化合理,最终提升其综合规模效益。

细究前三季度的市场动作,我乐家居以产品设计差异化进攻市场的思路,在精品和新品的实物表现下获得不错的业绩反馈。旗下雷克系列、银河系列等乐厨柜新品,以及珍妮系列、萨特系列等全屋定制新品,一推向市场即吸引了大批70后、80后及90后城市中产和新中产的注意力。

我乐家居副董事长、总经理汪春俊表示,在当下消费升级的背景下,消费者变得更加理性,对品质的追求更高,一般不随便花钱,但是遇到好的东西却舍得

花钱。谁能提供高品质的家居产品,谁就在市场占据先机。定制家具的核心优势就是设计,无论是欧派还是索菲亚,或者是我乐家居均是如此。

大利好决胜定制下半场

券商普遍认为,定制家居行业成长性较强,在消费升级、审美升级的内生驱动下,未来至少有3大利好助力定制行业进一步决胜下一个黄金十年。一是品牌认可度不断提高。随着用户消费愈加理性,大部分技术落后、资金薄弱、渠道覆盖面窄、产品高度同质化的中小企业,其市场空间将进一步缩小甚至被淘汰,市场占有率和行业利润会进一步向我乐家居、欧派等高端品牌效应显著和品质卓著的头部企业集中。

二是高端定制家居的市场份额将进一步扩大。随着居民收入水平和文化水平的提高,以及对居住环境和品质的逐

市场监管总局、住建部、工信部 联合推动“绿色建材认证”

本报讯 近日,国家市场监督管理总局、住房和城乡建设部、工业和信息化部公开发布了《绿色建材产品认证实施方案》(以下简称《方案》)。《方案》的发布对推动建立统一的砂石骨料产品认证标准、认证和标识体系建设、砂石骨料行业绿色发展、推广绿色砂石骨料产品应用、提升砂石骨料产品质量等具有重要意义。

近年来,我国砂石骨料行业供给侧结构性改革成效显著,产品质量逐步提高,但是仍然存在劣质砂石泛滥,“劣币驱逐良币”等严峻现象,严重影响了我国家高品质骨料的推广应用,不利于从原材料角度提高我国建筑工程质量。尤其是,当前绿色发展成为我国砂石骨料行业的重要发展方向之一,绿色砂石骨料产品亟待得到“认可”,从而实现“优质优价”、“专材专用”。

《绿色建材产品认证实施方案》指出:从事绿色建材产品认证的认证机构应当依法设立,符合《认证机构管理办法》基本要求,满足GB/T 27065《合格评定产品、过程和服务认证机构要求》、RB/T 242《绿色产品认证机构要求》相关要求,具备从事绿色建材产品认证活动的相关技术能力。绿色建材产品认证机构可委托取得相应资质的检测机构开展与绿色建材产品认证相关的检测活动,并对依据有关检测数据作出的认证结论负责。绿色建材产品认证按照《指导意见》、本实施方案及《绿色建材评价标识管理办法》(建科[2014]75号)进行实施,实行分级评价认证,由低至高分为一、二、三星级,在认证目录内依据绿色产品评价国家标准认证的建材产品等同于三星级绿色建材。

2019年中国建筑建材(越南)品牌展在河内开幕

本报讯 2019年中国建筑建材(越南)品牌展4日在河内国家建筑展览中心开幕,43家中国企业参展。

此次展会由中国商务部外贸发展局承办,将持续5天。展会展览面积约1071平方米,参展企业来自广东、上海、浙江、江苏、贵州、河北等省市,展品涵盖建筑及装饰材料、建筑五金、木材及木制品、卫生洁具、混凝土等多领域。

越南岷港五行山大理石艺术公司总经理陈全在展会现场对笔者说,中国企业的展位“组织有序、重点突出,颇具吸引力”。公司已开始对华出口石材产品,并打算积极参加在中国举办的各类博览会和展销会,以开拓“极其庞大”的中国市场。

中国商务部外贸发展局官员告诉笔者,越南一直是中国建材产品的重要出口市场,建材需求旺盛,商机巨大。中国建材产品不仅适应越南市场需求,而且运输成本相对较低,竞争优势明显。本次展会旨在搭建中国与越南等东南亚国家的合作平台,助力中国建材企业更好地“走出去”。

在当天举办的参展企业座谈会上,各企业还就中国建筑建材企业应如何更好地开拓海外市场、推广中国建材品牌产品、树立中国品牌形象等议题进行了交流。

(新华网)

步重视,不同消费群体对家居用品的个性化、智能化、健康化和功能化的追求日益增加,能够精准满足用户各项需求的高端定制家居,将比低端市场坐拥更高的行业天花板。

三是存量房带来的市场增量。我乐家居副董事长、总经理汪春俊认为,家庭为提升生活品质、改善居住环境的二次装修需求将爆发,包括二手房和翻新费在内的室内改造、重新装修、翻新、局部定制等存量市场,无论在规模还是增速上,都将呈现长期上扬的态势,中国定制家居下半场将全面步入存量时代,释放的订单量会非常可观。

总的来看,定制家居头部企业在同行业公司资产规模和经营规模较大,管理费用率较低,规模效应明显,也更容易获取利润。

从近年的业绩报告看来,定制家居公司主要上市公司的盈利性指标和平均增速同比远高于家具行业。预计2020年市场占有率达3000-4000亿(含经销商),未来三年平均增速在15-18%之间,会产生数家百亿级别的公司。

(中国产业经济信息网)