

创新转型、标准引领,质量提升 盘点五金行业年底关键词

□本报记者 陆俊 文/摄

即将过去的2020年,很多五金企业经历了经济风云变幻、市场跌宕起伏的考验,对这一年留下了最难忘的印象。但就在这样的新变化、新形势、新考验下,很多企业逆势增长,取得了不平凡的业绩。12月份,有几件大事值得五金企业的关注——中国不锈钢餐厨具产业创新发展峰会举办;云浮·新兴不锈钢餐厨具产业联盟成立;餐厨具领跑者标准工作启动;全国智能锁行业质量提升行动发布会举办。这些大事体现的不仅是事件本身的影响力,而且凸显出背后重要的信息——创新转型、标准引领,质量提升已经成为五金企业发展的新动力,日益受到全行业的重视。透过行业最近的几件大事,可以盘点出2020年五金行业关键词。

创新,是今年五金行业发展的第一个关键词。今年以来,面对国内外环境的巨大变化,五金行业也面临着新的挑战,如何应对挑战?创新,是企业未来的核心竞争力之一。中国不锈钢餐厨具产业创新发展峰会,以“构建‘双循环’战略下高质量的创新发展”为主题,探索中国不锈钢制品产业发展新动向。一直以来,中国五金产品在国内外市



场上主要还是中低端形象,很多企业以贴牌生产、OEM出口的形式为主,但随着今年国际经济大环境的变化和劳动力成本上升,国内企业在国际市场同时,进一步扩大了国际市场。正如中国五金制品协会理事长张东立所说:“优秀的企业创新能力强,基础建设扎实,国内国际竞争能力强,始终在引领行业发展,在做好国内的市场同时,进一步扩大了国际市场。标准,是今年行业发展的另一个关键词。在中国不锈钢餐厨具产业创新发展峰会上,中国五金制品协会启动了餐厨具领跑者标准工作,并与业内优秀

企业共同签约。企业标准“领跑者”在餐厨具全行业的开启,进一步树立标杆,形成示范,引领和带动全行业的发展。

质量,是五金行业发展的第三个关键词。历经20余年野蛮生长的中国智能锁,即将步入高质量发展的新阶段。为构建良好的行业生态,持续输入新活力,全国智能锁行业质量提升行动发布会发布了一批智能锁示范企业和质量提升行动示范产品,“扶优、扶强、限劣”,助力行业持续健康发展,支持近几年涌现出的创新能力强、质量好的优秀企业。

新的一年即将到来,展示、分析行业内的重要事件和活动,盘点行业发展关键词,探讨行业发展大方向,以此助力五金行业在新的一年里实现新的发展。

2020中国建材与家居行业年会暨500强建材与家居领袖峰会在京举行

环相互促进的新发展格局。我国建材与家居行业也积极在危机中育新机、于变局中开新局,通过发展“宅经济”、研发新型绿色环保的建材家居产品、拓宽销售渠道等创新模式,大力激发国内消费需求。本次会议以“构建双循环 强力促内需”为主题,总结了“十三五”期间建材与家居行业取得的发展和成就,展望了“十四五”行业持续高质量发展的新篇章。

商、流通等领域的企业代表发表了主题演讲,从宏观和微观层面出发,全方位多角度为行业转型升级建言献策。同时,在500强建材与家居企业领袖论坛上,来自行业头部的领袖人物就“如何以家庭装修为抓手扩内需,拉动室内设计、装修施工、装饰装修材料、家具、家纺、室内用品、室内净化产品、家用电器等的产业链需求,促进物流、安装、售后服务等供应链体系的完善与畅通”和“外贸型建材与家居企业如何实现国内国际双循环的

模式,如何在开拓国内市场的同时,将高质量的出口产品转内销,未来发展方向如何把握”两大问题展开热烈讨论,也为行业高质量发展提供了来自一线的意见与建议。会议期间还发布了《FSGO-建材与家居流通和现场服务全过程管理信息化解决方案》,举办了2020建材与家居行业科学技术奖颁奖大会和2020建材与家居行业专利奖颁奖大会。(中国建材报)

12月13日,2020中国建材与家居行业年会暨500强建材与家居领袖峰会在京举行。本届会议由中国建筑材料流通协会主办,天津沃佰艾斯科技有限公司协办。中国建筑材料流通协会会长秦占学,工业和信息化部原材料司一级巡视员吕桂新,商务部流通业发展司副司长张祥,中国机械冶金建材工会党组成员、副主席刘建新等领导出席会议并分别致辞。来自行业相关领域近500名代表参加本次会议。

今年,受新冠肺炎疫情影响,随着全球经济格局发生变化,我国正逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循

《2020京东智能门锁消费趋势》发布

用户以男性为主 2022年销售额有望突破25亿

本报讯(记者 陆俊)知名电商平台京东日前发布了一份《2020京东智能门锁消费趋势》报告,报告数据显示,2020年在京东购买过智能锁的用户接近一百万,其中,男性用户占比为65%。预期2022年智能锁销售额有望突破25亿。

据京东零售居家事业部智能家居部总监岳强介绍,京东依托线上海量数据,评选出“京东电子锁金榜”,为用户提供精简、权威且高品质的购物参考依据,打造全平台消费信息指南。

《2020京东智能门锁消费趋势》提出,在宏观利好的大环境下,智能电子锁在京东的发展势头也十分迅猛。数据显示,2020年在京东购买过智能锁的用户接近一百万,其中,主力人群为男性、二线城市,30-34岁的用户,男性用户占比为65%,二线城市用户占比达到43%,30-34岁用户占比为31%。即便



在疫情影响下,京东的智能电子锁近3年销售复合增长率达到55%,预期2022年有望突破25亿。

岳强认为,未来智能锁会朝着更安全、更便捷、更美观的方向发展。当下智能锁产品品类新但产品同质化严重,

品牌可以更大胆地开辟细分市场,用满足消费者诉求的商品打出自己的“差异化”。现在格局仍未确定,下一步赢得市场赢得消费者的关键核心在于开拓细分市场,打通用户从购买到使用的全流程体验。

今年以来,受到国际疫情影响,不少材料如木材、海绵、化工涂料原料、铁,甚至纸箱等都受限于行情不断涨价。一些原材料甚至已经价格翻倍,消费者到手的产品也经历了不同程度的涨价,整条产业链都遭遇了提价之伤。

特别是原木、实木等材料,一直是我国比较依赖的进口产品。然而随着政策不断调整,进出口木材价格和货运费用都不断攀升,给国内制造业带来极大的压力。

在这样的情况下,首当其冲的必然是国内的木作、家具、地材企业。业内人士预估,一些木作产品到达消费终端大约会提价30%甚至翻倍,才能维持企业原本的经营利润。

需求缺口大,木材原料告急 随着我国环保战略的推进,我国木材的产量一直呈现出下降的趋势。根据搜狐焦点家居收集的数据来看,2013年木材产量为8438.5万立方米,预计到2023年我国木材产量将下降为5859.8万立方米。

根据2016年数据统计,我国基建、装修和农民建房等其它木材消费约800万立方米左右,约占全国木材消费量约1.31%,

木材价格N连涨 家居企业该如何破局?

其余为工业木材消费。

在工业木材消费中,占比最大的是造纸业,占比超过60%;其余的人造板、实木地板和木质家具制造等也属于工业木材消费,每年需要约20720万立方米,约占34.45%。

随着行业发展,木材市场需求仍将持续增长。根据预测,截止2020年,我国的木材需求总量可达8亿立方米,缺口约2亿立方米。缺口大约占到总体需求量的25%左右,可以说,造纸业和家居行业对于木材原料的进口非常依赖。

但是根据2020上半年的统计数据,进口原木+锯材(原木材积)数量为4782.76万立方米,同比下降15.1%;进口金额72.18亿美元,同比下降24.3%,平均单价151美元/立方米,下降10.9%。

来自非洲、拉美、美国的木材进口量都下降了30%左右,下降最快的加拿大减少了46%。在这样的情况下,家居企业特

别是板材、地板类的企业在用料方面承受了不小的压力。

原材料涨价频繁 除了进口问题,随之而来的还有涨价。根据了解,自今年以来,实木已经涨价2次,海绵涨价7次,纸箱涨价5次,铁涨价3次,配件涨价2次,继海绵企业发布涨价通知后,海绵价格已经上涨超过70%,皮革涨价也接踵而至,9月份还再次上演一波原材料涨价潮。

家居行业使用的将近80%的木材都依靠进口,目前受疫情影响,国外各大港口封闭;加上国内成本提升、供应缺口、环保风暴等影响,进入九月以来,木材价格已经连续大范围全面上涨。

根据行业分析来看,就目前全球经济形势来看,若库存消化完,从泰国、印尼、俄罗斯、美国等地进口木材难度会越来越大,成本也会越来越高,工费、加工费、物流等费用叠加,预计木作产品涨幅不止

30%,甚至有可能翻倍。

特别是国内制造业正处在“两头在外、大进大出”的现状,其中附加值最高的生产加工环节,也受到疫情、人工成本增长等困境。据了解,不少板材、地板企业都在国内外种植林地,获取品质和供应稳定的木材。

其他家具类企业也经常远赴越南等东南亚国家办厂,以期完善海外布局的情况,这也无形中加大了对企业经营成本和布局的考验。

双重困境下,地材企业如何发力? 进口缺口大,原料涨价频繁。面对这两座成本大山,地材企业又有哪些应对之策? 今年以来,国内对于健康消费的需求不断攀升,家居行业已经瞄准了健康风口,推出高附加值的产品,比如无醛板材制作的产品,或者更加年轻化的具有设计感的产品。

无醛是消费者对于高品质消费的升级需求,而设计是在美学意义上的升级,并且是消费者最容易感知到的。这两大升级方向,都为地材企业提升带来了新动力。另一方面,国家在大力提倡企业的环保、技术推进,特别是针对木材原料进口“两头在外、大进大出”的现状,企业不能舍弃最有价值的生产加工环节。

因此,在制造环节做深入的研究,投入更大研发力量去生产加工新产品,都是各大企业的破局之路。据了解,目前企业创新的方向主要集中在几个方面:

□ 双木

今年,淋浴房产业受新冠疫情影响,市场一度陷入低迷,生产、销售大幅下滑。但是随着疫情得到有效控制,淋浴房产业开始逐步复苏。此外,在疫情之后,消费者的消费习惯和理念出现转变,更加注重家居健康、卫生,这对于淋浴房来说是一个重要的发展机遇。如何抓住机遇,实现淋浴房在疫情之后的再次飞跃? 临近年底,“2020中国淋浴房产业峰会”在广东中山市阜沙举行,来自全国各地的淋浴房企业代表及行业专家齐聚一堂,为行业新发展出谋划策。

淋浴房在国内是一个新兴产业,发展时间比较短,是随着国内快速发展的房地产业及家居新理念而推广起来的。也正是迎合了新的家居卫浴理念,淋浴房产业近几年发展迅速,产业壮大,得到了市场的认可。目前,淋浴房已经成为家居卫浴行业重要的组成部分,未来发展潜力巨大。

今年,虽然一场突如其来新冠肺炎疫情打断了卫浴产业的发展,但是,临近年底,淋浴房产业逐步走出低迷。据专家介绍,受疫情的影响,消费者更加重视家居卫生和健康,这正契合了淋浴房的特征,消费习惯的改变对淋浴房产业的发展起到了正面推动作用。

此外,最近一段时间淋浴房产业还出现了外贸出口大幅增长的情况,这表明淋浴房产业迎来了一个新的发展时期。如何抓住机遇? 品牌和品质是最有效的竞争力,而高品质离不开高标准的引领。在“2020中国淋浴房产业峰会”上,举行了中国卫浴行业标准领跑者行动启动仪式,标志着企业标准领跑者工作在卫浴行业的正式展开,通过鼓励龙头企业做出行业的最高标准,提升行业整体质量,引领和带动行业的高质量发展。

据悉,当前淋浴房产业链日益完善,装备技术持续升级,产品质量大幅提升,已经形成了一个重要的产业,并且在国内外占据了不小的市场份额。中山是国内淋浴房的重要生产基地,也是推动整个淋浴房产业未来发展的重要力量。在中国淋浴房中高端品牌市场,中山淋浴房占据70%份额,“好浴房中山造”有口皆碑。在中山举办“2020中国淋浴房产业峰会”,能够让参会代表“零距离”感受当地产业规划、政府服务、技术前沿以及企业运营理念。中山淋浴房行业正进一步发挥制造业优势,补齐短板,依靠科技进步,持续做好营销和服务,增强竞争力,实现高质量发展。

“2020中国淋浴房产业峰会”还邀请了多位专家学者和业界翘楚,开展“淋浴房产业高质量发展趋势”、“高定新赛道,高增新十年”等主题分享,联动参会企业代表一起探讨淋浴房产业发展新动态,找准产业升级的主攻方向,激发高质量发展动力。

广州用定制家居撬动传统产业集群升级改造

段,在疫情期间更是受到了一定的冲击,在智能化、信息化的大背景下,已无法适应经济高质量发展。

“出台《措施》便是为了推动产业集群数字化转型,生产方式向规模化个性化定制发展。”胡志刚说,《措施》包含三大行动、9项任务、8条措施以及2条保障措施。

其中一个主要的着力点是推动产业集群数字化转型与“定制之都”建设工作相结合,提出建设全球“定制之都”消费体验中心和推动“网红定制”模式发展。对符合条件的“定制之都”消费体验中心建设项目,给予不超过2000万元补助。对标杆企业及品牌商家入驻体验中心建设的主题消费体验馆,符合条件的给予租金补贴,其中,第一年补贴50%,第二年补贴40%,第三年补贴30%。单个企业每年租金补贴不超过50万元。

“因为产品的个性化,要实现规模化生产,定制工厂就必须要通过信息化升级,实现大规模柔性化的制造能力。”广东省定制家居协会秘书长曾勇说。

曾勇在接受媒体采访时表示,以前木工打家具,裁缝量衣服都是个性化定制,但这种传统模式没有办法做到全天下生意。然而通过工业互联网平台服务体系,企业可以对数据进行汇总、分析、归纳总结,转换成生产数据,从而计算出生产方案,提高材料利用率,进行大规模智能制造生产。

曾勇在发布会上表示,在整个定制经济中,定制家居是模式比较成熟、产业链相对完善、行业规模较大的领域。广州是中国定制家居的发源地及产业集群高地,目前广州市定制家居产业集群约3600家企业,全国前30家定制家居企业有超过一半集中在广州及周边城市。

的方式升级产品外观。比如兔宝宝科技木皮,以独家物改性技术,实现普通速生原木性能与价值再造,不仅能够解决天然木节疤、开裂、虫眼、色差、霉变、死节等缺陷;在长度宽度上,尺寸跨度更大更灵活,对设计师来说更有价值。

第三,深耕品类,打造品牌护城河。如实木地板、实木地板,在市场上就有不少企业深耕,如安信地板、久盛地板等。安信地板研发的纳米硅技术,能强化实木地板稳定性,解决使用变形开裂等问题。

第四,针对不同人群的需求,开发防滑地板、运动地板等新品类。特别是应用在体育馆、医院等公共场所的地板,需要特殊的属性,不仅要防滑、耐磨、耐腐蚀,还要弹性好。

目前国内运动地板市场20%左右来自于进口,但是进口产品并不一定代表优质,而且在运动地板领域,诸如篮球木地板的运动特性也受到行业内的质疑。

这些针对不同场景、不同需求的木地板,都是企业可以深入研究的方向,也是众多地材企业走差异化发展路线的源头。

2020年中国淋浴房产业峰会中山开幕
寻找淋浴房新时期主攻方向