



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

技术模式得快速推广 技术规范加速编制中

装配式建筑行业迎来快速发展期

□ 本报记者 卢岳

舒适家居系统集成基本要求

“像造汽车一样造房子”是许多建筑行业的梦想,而装配式建筑则将这一理想逐渐变成现实。随着现代工业技术发展,建造房屋可以像机器生产那样,成批成套地制造。只要把预制好的房屋构件,运到工地像“搭积木”一样装配起来即可。本报记者了解到,“十三五”以来,全国各地深入贯彻中央城市工作会议精神和《国务院办公厅关于大力发展装配式建筑的指导意见》(国办发〔2016〕71号),坚持市场主导、政府推动的基本原则,积极制定政策措施,逐步健全技术标准体系,有效推动装配式建筑快速发展。

增长井喷 行业技术得到快速推广

据住建部有关文件数据显示,2020年全国31个省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团新开工装配式建筑共计6.3亿㎡,较2019年增长50%,占新建建筑面积的比例约为20.5%,完成了《“十三五”装配式建筑行动方案》确定的到2020年达到15%以上的工作目标。数据显示,从结构形式看,新开工装配式混凝土结构建筑4.3亿㎡,较2019年增长59.3%,占新开工装配式建筑的比例为68.3%;装配式钢结构建筑1.9亿㎡,较2019年增长46%,占新开工装配式建筑的比例为30.2%。其中,新开工装配式钢结构住宅1206万㎡,较2019年增长33%。装配式钢结构集成模块建筑得到快速推广,为新冠肺炎疫情防控发挥了重要作用。

记者了解到,随着政策驱动和市场内生动力增强,装配式建筑相关产业发展迅速。截至2020年,全国共创建国家级装配式建筑产业基地328个,省级产业基地908个。在装配式建筑产业链中,构件生产、装配化装修成为新的亮点。其中,构件生产产能和产能利用率进一步提高,全年装配化装修面积较2019年增长58.7%。

业内人士指出,发展装配式建筑是为了补行业短板,提高生产效率,从而进一步提高住宅的品质、建筑的品质,加快促进行业转型发展。

装配式住宅,顾名思义,就是采用装配式建造的现代化新型居住建筑。在近日召开的首届全国装配式建筑机电工程创新发展年会上,中国设备管理协会装配式建筑产业分会副会长刘安平告诉记者:“去年在新冠肺炎疫情突发的特殊背景下,建筑业传统建造方式受到较大冲击,装配式建筑逆势增长,为促进我国建筑产业转型升级提供了有力的保障,也为装配式机电提供了新的市场机遇。”

刘安平强调,“建造方式不管是装配式还是传统式,我们都要清醒地认识到,房子是用来给人住的,建造之初应该充分考虑人居环境的要求,毛坯房将退出历史舞台,以装配式内装为先的全装修方式正在蓬勃发展。尤其是舒适家居系统已成消费者对‘居家’的基本要求,必要的安装条件和位置在建筑设计时应引起足够的认识。”

“房住不炒”的大背景下追求“美好生活”,亿万商品房消费者有着对家居消费升级的品质追求。2020年新冠肺炎疫情突发以来,消费者对家居产品的环保健康便捷也提出了更高的要求。在首届装配式机电年会现场记者看到,松下环境推出的舒适家居系统“6恒气候站”吸引了众多与会代表的驻足,松下环境邓育浦部长告诉记者:“6恒指的是恒温、恒湿、恒氧、恒洁、恒净、恒风,是松下环境打造的一款适用于装配式住宅应用的舒适家居系统,既满足了消费者对‘居家’人居环境的要求,更符合中国装配式住宅的技术定位。”

行业技术规范加速编制中

本报记者了解到,在行业崛起的同时,各项配套标准的制定也成为行业及头部企业的发力重点。据悉,由



中国设备管理协会装配式建筑产业分会组织有关企事业单位主编的团体标准《装配式高效能源站工程技术规程》和《装配式民用建筑通风系统工程技术规程》正在加紧编制中。“标准实施后,将对空调、新风等舒适家居系统在装配式住宅中的应用提供设计、选型和安装依据。”北京中机一院工程设计有限公司暖通总工程师苏振宇告诉记者。

在建筑工业化提速下,装配式建筑正受到越来越多国家政策支持,成为传统建筑行业转型的重点方向。与此同时装配式建筑连年快速发展,也带动装配式装修市场需求量正日益增长。记者了解到,2020年底,住建部等9部门联合发布《关于加快新型建筑工业化发展的若干意见》(以下简称“意见”),提出以新型建筑工业化带动建筑业全面转型升级。其中除了重点提到装配式建筑,《意见》对装配式“全装修”也做出了明确规定。

中国设备管理协会装配式建筑产业分会常务副主任张建章在接受记者采访时表示,装配式装修以技术成熟、推广快、节能环保持续发展见效快、有效提升装配率等优势,

在人才公寓、保障房、酒店公寓等批量项目中得到成熟应用。未来装配式建筑、星级绿色建筑工程项目将推广全装修,积极发展成品住宅,倡导菜单式全装修,满足消费者个性化需求。同时,全国将推进装配化装修方式在商品住房项目中的应用,推广管线分离、一体化装修技术,推广集成模块化建筑部品。他指出,“十四五”时期是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后,乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一年。各地积极推进《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》,同时,行业也将全方位全过程推行绿色规划、绿色设计、绿色投资、绿色建设、绿色生产、绿色流通、绿色生活、绿色消费,使发展建立在高效利用资源、严格保护生态环境、有效控制温室气体排放的基础上,统筹推进高质量发展和高水平保护,建立健全绿色低碳循环发展的经济体系,确保实现碳达峰、碳中和目标,推动我国绿色发展迈上新台阶。

提振消费信心 “质”造安心生活 专家企业有话说

本报讯 近日,由新浪、微博共同主办,黑猫投诉承办的“提振消费信心 ‘质’造安心生活”主题交流会召开。会议在探讨企业高质量发展新趋势同时,交流品质消费领导者组织未来发展,共同促进品质消费新升级。作为主办方,新浪高级副总裁邓庆旭表示,“质量”已经成为社会消费愈加重要的内核,也是经济发展的重要支撑。这次疫情对整个经济社会而言既是挑战也是机遇,很多企业抓住机会,并实现了从产品到服务的升级转型,为消费者提供更加便利的服务,也迎来了新的业务增长。“致力推动为消费者创造高质量的消费环境,是新浪组建品质消费领导者组织的初心。希望聚集、融合各方的势能,协同发展。也期盼行业各方主动作为,多方共治、共建、共享高质量发展新局面。”

中国质量万里行促进会会长刘兆彬:把消费作为主战场来提振消费信心

真正的实现高质量发展,要把消费作为一个主战场,提振消费的信心。怎样才能提振消费和制造品质消费?

第一要大力提高居民消费的能力,提高居民的收入水平。通过涨工资提升消费能力,降税和增加社会保障金方面提高消费者的消费能力。第二就是

要让居民愿消费,要大力拓展消费的新领域、新场景、新业态。日常消费要提质升级。除健康消费、定制消费、文化消费、探险消费、情感消费、孤独消费、颜值消费、宠物消费、智能消费等新消费,还应拓展知识型消费、智能型消费及耳消费、读书消费、数字消费、可穿戴设备、智能家居、智能家具及服务型消费。

此外,真正要提振消费信心,当下最重要的就是大力完善消费环境。消费环境的改善是一个核心话题。制造品质生活,一定要有良好的消费环境,不只是硬件。硬件不缺,缺的是软件。制度环境、法治环境、维权环境、质量环境、服务环境等等,我们的潜力和改革的空间太大了。

人民日报法制栏目评论员王兴华:

高质量产品、服务 需高效监管和市场主动担当

提供高质量产品及服务,首先企业是保护消费者权益的第一责任人,对于创造安心消费新环境起着重要的作用。因此企业提供高质量产品及服务,第一要保障产品的质量水平。第二是商品质量管理制度的健全、有效。第三是全面执行“三包”规定。第四是商品质量突发事件应急处置及时有效。

其次,供高质量产品及服务,不仅要关注产品质量本身,还要关注产品出现问题之后,企业解决问题、回应消费者诉求的能力。质量再好的商品,也不免偶尔出现问题,对于消费者来说,产品出现瑕疵不是问题,而是出了瑕疵不能得到重视并高效率地解决才是问题。建立完善合理的问题反馈和解决机制,是创造安心的消费环境不可或缺的一环。

然后是提供高质量产品及服务,创造安心消费新环境需要企业的诚信经营。对于消费者来说,信用是沟通交流、交易买卖的“硬通货”。消费诚信是市场经济稳定发展的基础。

最后,提供高质量产品及服务,创造安心消费新环境离不开监管和监督。要强化底线思维、红线意识,切实维护人民群众身体健康和生命安全,当好安全底线的守护者,需要切实加强日常消费领域、新消费领域市场监管,加强老年人、未成年人等重点人群消费维权等等。

滴滴出行首席安全官侯景雷:文化、组织和风控共建滴滴安全体系

“安全”是滴滴最重要的事情。就安全目标来讲,那就是更少的交通事故,更

少的人身冲突,更强的信息安全、更快的应急响应。滴滴的安全体系,由安全文化、安全组织和风险控制组成。其中风险控制,又由标准、产品、能力、数据等组成。截至今年,滴滴牵头组织7项国家团体安全标准,企业安全标准20项,安全规则115个,制定执行标准流程超过1万个。

每天平台有20万的司乘进线咨询和投诉,最终会有约6000个安全投诉。这些安全投诉,按照国家的規定应当在24小时内响应,5天内处理完毕;滴滴目前是60分钟内响应率99%以上,48小时处理完毕98%。2020年,滴滴在安全方面,车内冲突同比下降了35%,端上乘客醉酒12.58万人次,每天有25万人启用行程分享;司机养成了更好的驾驶习惯,手持接打电话下降80%,高危超速下降25%,后排安全带佩戴率提升了3倍。

携程集团华北分公司总经理李阿红:疫情让携程“重仓”客服底层逻辑浮出水面

携程在疫情下的种种表现,展示了企业如何重塑“HEAT服务理念”。这背后,除了是携程服务的机制在发挥作用,我们也根据实际的用户遇到的难点、痛点,提供更有价值的解决方案,包括在

中国粮油学会近日发布2020年度236个“中国好粮油”产品,其中大米产品83个、小麦粉产品64个、食用植物油产品61个、挂面产品17个、杂粮杂豆产品11个。“这些‘中国好粮油’产品的亮相,将切实增加优质粮油市场供给,满足全国各地消费者对优质粮油的需求。”国家粮食和物资储备局科学研究院院长霍江临说。

优质粮油产品供给不足是我国粮食产业发展的一大“短板”。为了改变这种现状,2017年,国家粮食和物资储备局启动实施“中国好粮油”行动计划。作为优质粮食工程的三个子项目之一,“中国好粮油”行动计划立足粮食流通,以示范县和示范企业为载体,紧扣“从田间到餐桌”各环节,构建“产购储加销”全产业链,协同推进粮食生产、收购、优购、优储、优加、优销“五优联动”,大力培育优质粮油品牌,推动粮食产业高质量发展,在更高层次上保障国家粮食安全。

“中国好粮油”产品是指具有地域特色、品牌影响力大、消费者认同度高,且符合省级“好粮油”系列标准或“中国好粮油”系列标准的优质粮油产品。短短几年间,全国涌现出“山西小米”“天赋河套”“吉林大米”“黑龙江大米”“水韵苏米”等14个省级区域公共品牌,各地市也充分利用当地的地理优势与资源禀赋,打造具有地理标识的区域特色品牌数十个;同时,企业更加注重挖掘企业文化和产品品质特质,打造企业品牌和产品品牌,四位一体的品牌建设体系逐步形成,品牌集群效应逐渐显现。

“中国好粮油”导向作用明显,优质优价机制逐步形成,有力推动“中国饭碗”稳中向优。示范县和示范企业立足自身优势,突出区域特色,加大优选和推广优质粮种力度,积极推行连片种植、规模经营和订单收购,粮食种植结构进一步优化。全国优质粮食累计增加超过4700万吨,促进农民增收近200亿元,农民种植优质粮食的积极性明显增强。(刘慧)

天津百年品牌联盟成立

为了让更多“老字号”焕发新魅力,日前,天津百年品牌联盟成立,相关文创大赛同步启动。活动由天津市委网信办、市商务局指导,市商务经济研究会主办。该联盟联合了天津30余家百年品牌单位,着力于保护与传承老品牌,培育壮大新锐产品,将天津的城市名片擦得更亮。

活动现场还发布了《数读百年品牌报告》。该报告以互联网大数据分析为依托,以北京故宫博物院、中行天津市分

行、天津食品集团、天津大学、郁美净、桂发祥为样本,勾勒互联网背景下百年品牌发展之路。大数据显示,天津百年品牌积极开启“网红”模式,通过与现代技术融合、与互联网拥抱,与时俱进,纷纷焕发别样生机。它们大多已布局电商平台,常态化运营新媒体,积极用自己的“爆款”IP对外跨界。更有一些企业已不满足于“老品牌+电商”模式,开始运用大数据、人工智能等增强企业品牌影响力,依托,以北京故宫博物院、中行天津市分

安徽打造“食安安徽”公共品牌

近日,安徽省政府办公厅发布关于“食安安徽”品牌建设的实施意见,提出努力打造“食安安徽”品牌整体形象,“十四五”期间全省培育“食安安徽”食品生产经营企业3000家、食品安全示范县60个等,到2025年建立起较为完备的“食安安徽”品牌培育、认证和示范体系。

建设“食安安徽”品牌,安徽省明确主要目标:通过实施品牌建设计划,按照“点、线、面”整体推进的工作思路,“十四五”期间全省培育“食安安徽”食品生产经营企业(含食用农产品和食品生产、流通、餐饮服务企业)3000家、食用农产品和食品生产基地(园区)50个、食品安全街区(小镇)50个、食品安全示范县60个。到2025年,建立起较为完备的“食安安徽”品牌培育、认证和示范体系,形成标准化生

产、产业化运营、品牌化营销的食品产业新格局,构建布局合理、优势突出的现代食品产业体系。

根据实施意见,安徽省将从建立品牌标准体系、夯实品牌创建基础、强化品牌认证评价、发挥示范带动作用、提升品牌支撑能力等主要任务上发力。具体而言,安徽省将注册“食安安徽”公共品牌商标,作为安徽省食品产业和食品安全的整体形象品牌;制定“食安安徽”品牌标准,实施标准制定专项行动;发布“食安安徽”品牌创建指导目录,对通过认证评价的企业和其他单位,授权使用“食安安徽”品牌标识;定期向社会发布和推介“食安安徽”品牌名单;综合运用项目补贴、定向资助、贷款贴息、风险补偿等优惠措施,将支持食品实体经济品牌企业的财税优惠政策落到实处等。

APP端提供各种疫情相关的便民查询服务。

在经历了保障消费者权益、帮扶产业链供应商为主的“战疫”第一阶段之后,3月上旬开始,携程已经进入“战疫”的第二阶段,联动数百个目的地、全产业链资源方共同启动了“旅游复兴V计划”。一直以来,我们在提升服务品质方面不懈努力,包括率先将制造业“六西格玛”管理方法引入旅游业;强化供应链准入、审核和管理,建立奖惩机制;在酒店评价方面引入顾客忠诚度分析指标(NPS,意为“净推荐值”)体系等。我们还行业率先推出“先行赔付”、“全球旅行SOS”等举措,首创“跟团游体验保障”计划,对团队游“食、住、行、游、购、娱”环节服务体验给予保障,并公布了相应的赔付标准。

由于携程的许多创新实践,我们也奠定了国内旅游企业的诸多标准。然而,随着中国旅游业的迅速发展和全球化脚步的不断迈出,高品质服务还覆盖更全球化的市场需求。

联想消费服务事业部总经理杨洁:智能化转型离不开“新IT”基础设施支撑

“十四五”时期,数字经济作为一种新型经济形态,正在成为推动我国经济

持续稳定增长的重要引擎,各地将迎来数字经济竞争优势的全面重构。发展数字经济,加快各行各业的数字化、智能化转型,离不开“新IT”基础设施的支持和赋能作用。

作为一家为客户提供智能设备和智慧解决方案的企业,一直以来,联想不断进行产品与服务创新,并通过不断完善智能质量管理模式与智慧服务管理体系,助力中国各行各业面向智能化转型升级,助力中国消费者享受高品质的智慧生活。关于智能质量管理,联想提出了“以客户为中心”的智能质量管理模式,通过聚焦客户、标准引流、源头预防、生态共赢、智能驱动,打造高质量发展。

联想通过多维度数据挖掘,应用机器学习、算法建模、边缘计算等技术,将质量管理融入到决策、运营和创新中;同时,利用人工智能技术,实现视觉检测、质量预测、IoT物联网等质量管理领域的全面应用。在疫情等业务量变化和交付场景切换的一些特殊节点,联想客服运营管理团队,在预测话量、排班部署、场景方案、业务流程、员工培训上做出快速部署,配合系统的模式切换,无缝衔接支持模式,保障了业务的连续性,实现了用户高质量的服务。