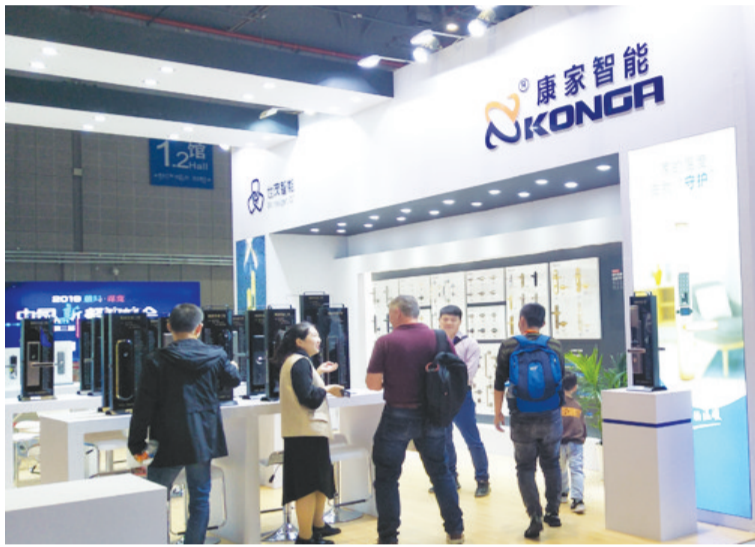


多部委联合推动“数字家庭”建设

智能家居将成为大众消费



使用的数字化家庭生活服务系统。《关于加快发展数字家庭 提高居住品质的指导意见》提出,到2025年底,新建全装修住宅和社区配套设施,全面具备通信连接能力,拥有必要的智能产品,既有住宅和社区配套设施,拥有一定的智能产品,健康、教育、娱乐、医疗、健身、智慧广电及其他数字家庭生活服务系统较为完善。

可以看出,拥有智能产品和进行数字化升级、改造,是未来家庭的一个显著特征和要求。这对于智能家居产品和家居数字化系统,将带来巨大的消费需求,市场前景也更好。由数字家庭带动,未来家居的大趋势,将是智能化和数字化成为主流,这对于传统家居企业来说,将是一场由市场倒逼转型的巨变。而对于智能家居企业来说,将进入发展的快车道。

优秀企业提前布局

事实上,智能化、数字化已经是近几年家居行业的发展大趋势,家居企业如果能紧跟这个大趋势,就能够在未来的发展中成为行业引领者,如果跟不上这一大趋势,将被市场淘汰。《关于加快发展数字家庭 提高居住品质的指导意见》的出台,加快了这一趋势,因此,对于家居企业来说,越早拥抱智能化、数字化时代,越能抢占竞争制高点。

当前,很多优秀的家居、家电企业,已经看到了家居行业智能化、数字化转型的必然性和大趋势,提前布局,抢占了市场先机。比如万和,为了支持数字化发展,投入了大量人力、物力,建设了数字化团队。老板电器,投资7.5亿元建成厨电行业首个数字化智能制造基地,并与EMS深度合作,建立云仓项目,完成产品和物流管理智能化、数字化的蜕变。

数字家庭”不是小众消费

业内人士认为,从国家层面推动数字家庭的普及,对于智能家居企业来说是一个巨大的发展机遇,但是目前来看,智能产品和数字化系统价格不菲,处于中高消费阶段,对于广大普通家庭来说,短时期内还无法达到这一消费层次。“数字家庭”不是小众消费,这就对未来的智能化、数字化市场提出了新的需求:既要推动领先的“数字家庭”的发展,也要照顾到更广泛层面的普通家庭的智能化、数字化需求。这对于家居企业来说,就需要开发更多适合普通家庭消费水平的智能化、数字化产品,满足未来不同层次的需求。事实上,适合大众家庭需求的智能化、数字化产品,市场容量更大,发展前景也更好。也许,这也是《意见》更为关注的地方。

□ 本报记者 陆俊文/摄

不久前,住建部等多部门联合印发《关于加快发展数字家庭 提高居住品质的指导意见》,要求到2022年底,数字家庭相关政策制度和标准基本健全,基础条件较好的省(区、市)至少有一个城市或市辖区开展数字家庭建设,基本形成可复制可推广的经验和生活服务模式。到2025年底,构建比较完备的数字家庭标准体系。业内专家认为,《意见》的出台,对于智能家居产业来说,无疑是一个重磅的发展助推力,未来,家居智能化、数字化将进入一个高速发展新阶段。对于相关家居企业来说,也迎来了一片发展蓝海。

什么是数字家庭?

什么是数字家庭?据悉,数字家庭是以住宅为载体,利用物联网、云计算、大数据、移动通信、人工智能等新一代信息技术,实现系统平台、家居产品的互联互通,满足用户信息获取和

疑是一个重磅的发展助推力,未来,家居智能化、数字化将进入一个高速发展新阶段。对于相关家居企业来说,也迎来了一片发展蓝海。



让红色基因、革命薪火代代传承

共青团中央深入推进党史学习教育

党史学习教育开展以来,共青团中央深入学习贯彻习近平总书记党史学习教育动员大会上的重要讲话精神,推动“学党史、强信念、跟党走”学习教育在全团持续深化,各地团组织迅速行动,引导广大团员青年厚植爱党、爱国、爱社会主义的情感,在青少年中掀起党史学习教育热潮。

强化组织,确保学习教育走深走实

3月4日,团中央下发通知,对全团“学党史、强信念、跟党走”学习教育和团中央直属机关党史学习教育作出部署。3月12日,团中央以网络视频会议的形式召开共青团“学党史、强信念、跟党走”学习教育动员会,面向省、市、县三级团干部进行集中动员和再次部署,要求各级团组织发扬严谨的学风和实的作风,以组织化学习为主要形式,以分层分类开展针对性学习为基本方法,广泛发动青少年参与党史学习教育。

“把开展党史学习教育作为彰显党的助手和后备军作用的重大责任、加强共青团思想建设的重要内容、提高团员思想政治素质的重大契机,让红色基因、革命薪火代代传承。”团中央党史学习教育领导小组组长、书记处第一书记贺军科说。

各地团组织及时响应,推动学习教育深入基层、融入日常,抓在经常,内容丰富、形式多样的青少年党史学习教育在全国迅速开展起来。甘肃省团组织动员全省共青团员参加一次主题团日活动,听取一节党史主题团课、参观一个爱国主义教育基地、阅读一本红色经典书目、观看一部爱国主义教育电影;浙江嘉兴市南湖区团委依托“红船精神”积极开展特色鲜明的“五个一”组织化开展党史学习教育载体……截至5月10日,全团共有234.3万个团支部开展了学习活动,参与团员7162.5万人次。

五四青年节前夕,团中央再次面向全团部署“五四”期间集中开展主题团日、“我为青年做件事”等活动,团中央书记处全体同志分赴学校、红色教育基地、企业等参加基层团组织活动。全国青联、全国学联、学生会组织、全国少工委均结合群体特点和各自实际,开展了有针对性的组织化学习。

针对性强,注重青少年群体特点

党史学习教育中,共青团针对青少年群体特点,注重组织引导广大青少年在沉浸式、体验式、互动式的实践活动中了解党的历史,增进爱党之情。

宁波市“红色IP的青春诉说”系列音乐党课以“跟着音乐学党史”为主题,用音乐上课,用艺术讲党史;在重庆红岩魂广场,86岁抗美援朝志愿军老战士易禄亨和“时代楷模”杜富国受邀参加主题党团日活动,以感人事迹激励青少年不负韶华、建功新时代;上海浦东新区团委打造的20余辆装饰革命先烈、时代楷模等经典语录的青春公交,使陆家嘴多了一道流动的红色风景线……

各地共青团组织借助爱国主义教育基地平台和红色资源,通过组织青少年讲述党的故事、缅怀革命先烈、打卡红色地标、寻访英雄模范等沉浸式体验,让广大青少年穿越时空触摸历史、对话先辈,在追寻党的光辉历程中受到教育。

团中央充分发挥新媒体矩阵优势,创新制作和传播青少年喜闻乐见的党史主题融媒体产品。5月4日,团中央、全国学联举办“学党史、强信念、跟党走”主题云团课,各新媒体平台直播观看量超过4000万人次。集中展播71部各类型文化产品,全方位展示了各级团组织“五四”期间开展党史学习教育的线下活动场景。持续推出“青年大学习·一起学党史”网上主题团课,累计2.9亿人次参加学习。

结合实际,开展形式多样服务

“农业技术培训不足,网上销售能力有欠缺,农产品供求信息不对等,希望团组织给予关注和帮助。”“希望加大对民办职业院校困难学生的帮扶力度”……在内蒙古呼和浩特市赛罕区举办的“我为青年做件事”座谈会上,40余位青年代表向团组织提出了现实困难和需求。

聚焦引领凝聚青年、组织动员青年、联系服务青年的职责使命,各级团组织结合实际、立足本职,扎根于青年、问需于青年,力所能及为身边青年办实事,将党的温暖和关怀送到青年的心坎上。

新疆、湖南、江苏等地团组织通过收集市民热线线索、召开青年座谈会、开展问卷调查、走访家庭调研等多种形式,深入了解青年的困难和需求。福建、广西、云南、山东、四川等地团组织结合工作安排,列明服务青年项目清单,资源精准对接青年需求,逐条推动落实。安徽、黑龙江等地团组织通过完善机制、狠抓落实,切实打通联系服务青年的“最后一公里”。浙江、宁夏、甘肃、广东、河南等地团组织围绕实现留守儿童“微心愿”、解答成长思想困惑、对接就业创业信息等,为青年开展形式多样的服务活动。

各级学联、学生会组织广泛开展“我为同学做件事”主题实践活动,发动学生会组织力所能及为同学办一件看得见、摸得着的实事,将党史学习教育与服务同学紧密结合。

(人民日报)

加拿大将对我国软体家具征收反倾销、反补贴税

出口企业要警惕连锁反应

□ 本报记者 陆俊文/摄

记者日前从中国家具协会获悉,加拿大将对进口自中国的软垫家具征收反倾销、反补贴税,反倾销税最高征收额达到295.90%。恒林、永艺、顾家、敏华控股等多个国内知名企业被纳入征税名单。这次加拿大对中国的软垫家具征收高额反倾销、反补贴税,给中国软体家具企业敲响了一记警钟,在家具出口中,可能随时面临国际贸易壁垒和摩擦。

据加拿大边境服务管理局5月5日发布公告称,根据“特别进口措施法”(SIMA)第38(1)条,初步裁定对中国和越南的软垫家具征收反倾销、反补贴税,涉及的产品税号为:

9401.40.00.00;
9401.61.10.10;
9401.61.10.90;
9401.71.10.10;
9401.71.10.90。

从5月5日起,从海关放行的此类产品将征收临时关税。

公告中列出了28家中国企业,包括恒林、永艺、顾家、敏华控股旗下德兰仕、Natuzzi(中国)等企业在内,征收

最低20.65%,最高206.36%的反倾销税,对于其他中国企业,统一征收295.90%的反倾销税。同时,永艺和德兰仕在越南的企业进入加拿大对越南反倾销、反补贴名单。

据加拿大中央统计局(CBSA)估计,加拿大进口的此类商品市场每年约为6.75亿美元。本次征收反倾销、反补贴税,是加拿大边境服务局(CBSA)根据“特别进口措施法”(SIMA)第38(1)条,对来自中国和越南的部分软垫家具进行了倾销和补贴的初步裁定。关于裁定的进一步信息将在5月20日前后公布。

据专家介绍,本次被征收反倾销、反补贴税的软垫家具,其实主要就是软椅、沙发等软体家具。从被征收反倾销、反补贴税的企业名单中也可以看出,顾家、敏华等,都是国内知名的沙发、床垫生产企业,这些企业的产品在国内中高档市场占据了较大的市场份额,由于经营不善,和股东及商场方面产生了纠纷,不但欠了消费者大笔的款项,连房租都很久没交了。这完全是代理商的问题,和曲美公司没有直接的关系。据曲美公司工作人员介绍,这家店今年的加盟合同才刚开



可能没有很大的实质损害。

但是专家同时提示,加拿大是和美国很近的北美国家,对美国市场有较大的影响力。国内企业一定要注意这次加拿大对中国和越南征收反倾销、反补贴税对于美国市场的影响,未雨绸缪,避免连锁反应,提前应对和防范美国市场也学习加拿大的做法,对中

国家具发起类似的“双反”调查。

据记者了解,美国是中国家具重要的出口目的地,虽然近年来所占出口比例有所下降,但仍然是一个重要的市场。在当前中美贸易出现大量不确定性,贸易摩擦增加的特殊阶段,中国家具企业出口美国市场,更需要防范贸易壁垒,避免任何被指“低价倾销”的可能。

东拉西扯

别被代理商带到“坑”里

□ 双木

知名品牌对于自己的品牌维护是非常重视的,但是,一个不小心,也会掉进坑里。比如家居行业品牌知名度很高的曲美,就因为一家地方小代理商,让自己的品牌蒙上了一层阴影。这也广大给家居品牌敲响了一记警钟:一定要精心、谨慎选择代理商。

据媒体报道,最近,知名家居品牌曲美卷入了一桩“欠款、关店”的纠

纷当中。据报道,山东济宁一家曲美家具店,收了消费者数十万元的家具订单,不但没发货,店也关了门。乍一看,这条新闻对于曲美品牌的损害无异于爆雷。但细究原因,原来济宁这家店并不是曲美直营店,而是代理商,由于经营不善,和股东及商场方面产生了纠纷,不但欠了消费者大笔的款项,连房租都很久没交了。这完全是代理商的问题,和曲美公司没有直接的关系。据曲美公司工作人员介绍,这家店今年的加盟合同才刚开

始,实际上,目前济宁这家店还欠着曲美的货款,目前他们也在协调这个事情。

虽然曲美公司也是受害者,但是,间接的责任曲美是难辞其咎的,没有谨慎选择代理商,对自身品牌,对消费者都是一种不负责任。据在济宁这家店交了订金的消费者说,他们当时之所以选择曲美家具,就是看重对方的品牌效应,觉得交付售后更有保障,可最后,还是碰到了这样糟心的事。

对于一家大企业和知名品牌来说,维护好自己的品牌和消费者的权益是义不容辞的责任,虽然大力发展代理商、拓展市场、提升销量是企业生存和发展的必须手段,但是只顾发展代理商数量,不加以考察,就会导致代理商良莠不齐,鱼龙混杂,出现欠款跑路,损害品牌形象的现象也就不足为奇了。

济宁曲美店事件,就是一记警钟,企业一定要谨慎选择代理商,不然会被代理商带到坑里去。

本刊支持单位:

中国五金制品协会
中国室内装饰协会
中国家具协会
中国工业设计协会
中国陶瓷协会
中国林产工业协会地板委员会
中国木材流通协会木地板委员会