



# 63

SINCE . 2010

MORIENT MORTAR · 总第六十三期

P 视角  
erspective

| 行业简讯  
ndustry highlights

A 匠人匠心  
artisan spirit

C 企业之窗  
ompany voice

B 工程案例  
est practice

T 技术论坛  
echnical forum



品牌 微信

美圣雅恒 总第63期季刊

Hubei MeiSheng YaHeng New Material Technology Co.,LTD

☎ 400-878-0800 | www.msyh.com.cn

INTERNAL PUBLICATION  
FREE COMPLY WITH THE NATURE



主 办：湖北美圣雅恒新材料科技有限公司

顾 问：金 军

编 委：市场部

企划统筹：王旭娇 邱 莹

流程编辑：王旭娇 黄维倩

美术编辑：简彦鹏

执行编辑：王旭娇

联系地址：湖北省黄冈市浠水经济开发区散花工业园

联系电话：400-878-0800

电子邮箱：msyhsc@msyh.com.cn

网 址：www.msyh.com.cn

---

Sponsor: Hubei MeiShengYaHeng New Material Technology Co.,LTD

Consultant: Jin Jun

Editorial board: Marketing Department

Plan as a whole: Wang XuJiao Qiu Ying

The process editor: Wang XuJiao Huang Weiqian

The fine arts editor: Lin Yanpeng

Executive editor: Wang Xujiao

Contact address: Sanhua Industrial Park, Xishui County, Huanggang, Hubei, China

Contact phone number: 400-878-0800

E-mail: msyhsc@msyh.com.cn

Web address: www.msyhmaterials.com

# 63

内部刊物 欢迎索阅

(总第63期)二零二六年一月

雅美  
恒聖

张 甲  
甲 年 年  
张 甲  
甲 年 年

## Perspective 视角

- 01 2026世界建筑之都：巴塞罗那
- 41 混凝土建筑如何才能实现可持续性？
- 71 不止于停车，12个重塑城市空间的停车楼项目

## Industry highlights 行业简讯

- 03 中国砂浆·潮起东南 | 2025预拌砂浆行业大会(福州)·全议
- 05 好房子好材料生态发展大会暨2025弹性地板行业年会圆满闭幕
- 07 中国工艺美术协会第八届地毯专业委员会换届会议圆满成功
- 09 湖北省弹性地板协会第三届七次理事会圆满召开
- 10 美圣雅恒参加Marintec China 2025
- 11 十年基石·共筑未来 | 亨历中国十周年庆典圆满落幕！
- 13 设计赋能·共探人居新境！室内设计大咖齐聚杰深自流平分享会
- 14 杰深第二期经销商零售产品技术交流研学会在湖北生产基地成功举办！
- 15 荣耀蝉联！圣象登顶“2025中国品牌年度大奖木地板No.1
- 16 再添殊荣！北新建材蝉联中国绿色生态十大影响力品牌
- 17 圣象·元维成为2025乒超总决赛官方主赞助商
- 18 国乒实现三连冠！英利奥助力2025年成都国际乒联混合团体世界杯圆满落幕
- 19 陶瓷行业“腰斩式”萎缩，头部陶企市占率却在悄然翻番
- 23 2026陶瓷行业的“破”与“立”，一场关于生死存亡的体系化战争
- 27 政策风向标 | 多部门部署2026年工作建筑行业迎发展新指引
- 29 中国国际海事技术学术会议和展览
- 31 美国地面材料展TISE
- 33 破解渠道难题，共创未来！第44届中国（佛山）陶博会四大亮点抢先看！
- 35 CHCC2026全新升级 | 赋能行业抢抓未来五年发展机遇

- 37 DOMOTEX asia预登记开启大牌云集，5月共赴亚太地材盛会
- 38 WOCA博览会，出口好平台！深入东南亚市场，锁定2026印尼展
- 39 World of Concrete Asia 亚洲混凝土世界博览会
- 40 2026 DOMOTEX东南亚展11月泰国开启！助力企业高效拓展海外市场

## Artisan spirit 匠人匠心

- 43 李艳群施工队

## Company voice 企业之窗

- 45 盟多地板（中国）有限公司
- 49 精工：禾铸集团
- 55 北方设计
- 59 简舍GENCER

## Best practice 工程案例

- 47 盟多案例
- 53 禾铸集团案例
- 61 简舍GENCER案例

## Technical forum 技术论坛

- 63 浅谈水泥基聚合物砂浆
- 65 寒冬里的“赤脚自由”藏着两个关键细节！
- 67 瓷砖“性格”不同对胶的要求大不一样！
- 69 “墙”强联手，做到有效全方位防水需求



## 2026世界建筑之都：巴塞罗那

©图/文：作者 Dima Stouhi | 译者 Collin Chen

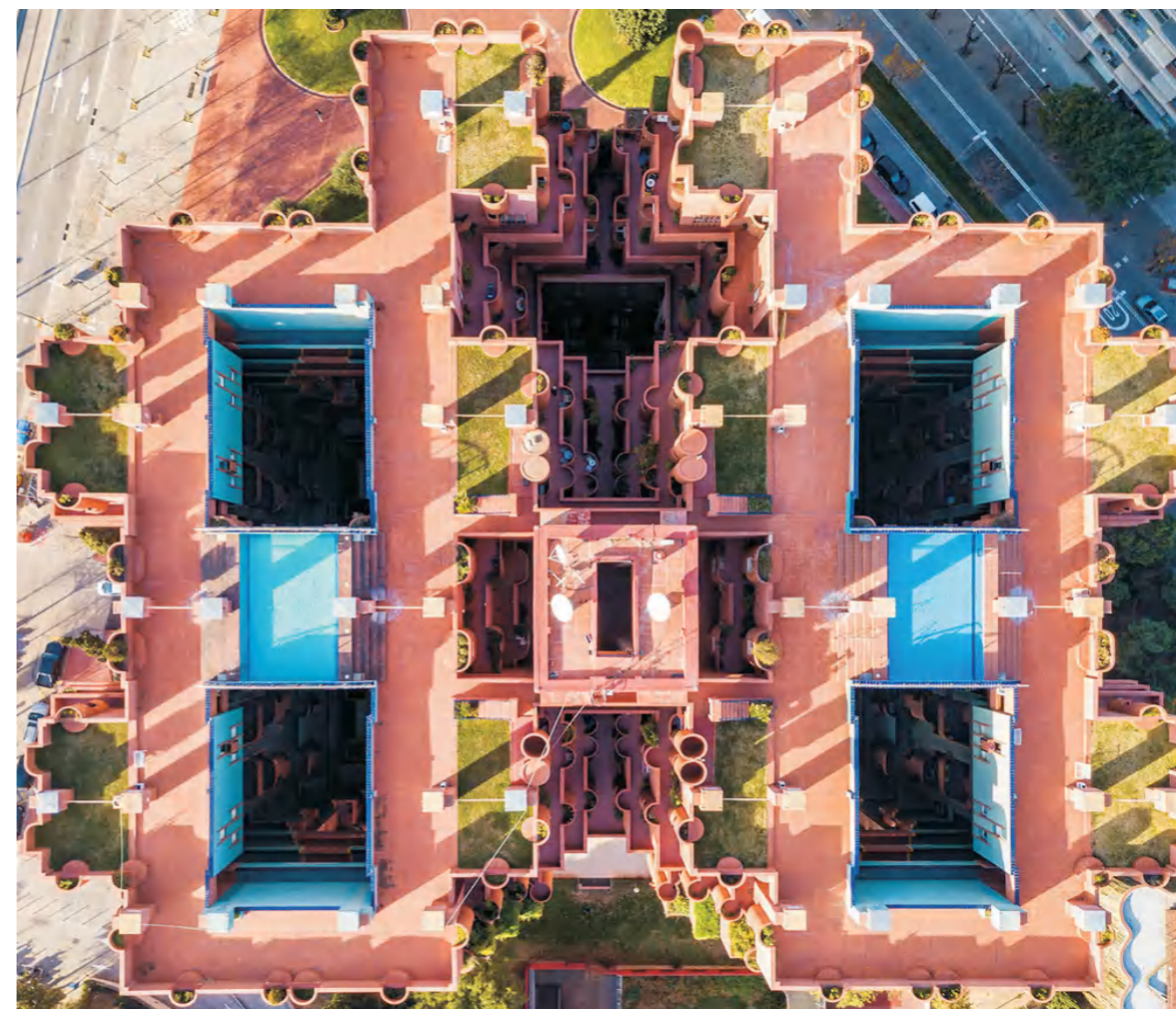
继哥本哈根和里约热内卢之后，巴塞罗那被联合国教科文组织任命为国际建筑师联盟（UIA，International Union of Architects）2026年的世界建筑之都。

接棒哥本哈根，2026年的UIA的世界大会将在巴塞罗那举行。巴塞罗那和北京都是2026年世界建筑之都头衔的竞争者，但这个加泰罗尼亚城市以其题为“一个今天，一个明天”的标书而获胜。该标书探讨了该城市面向可持续性和建筑环境未来的种种途径。

在未来几年，巴塞罗那将有数项重要的建筑活动。圣家族大教堂（Sagrada Família）将在安东尼·高迪逝世一百周年时完工；巴塞罗那还致力于推进“新欧洲包豪斯”倡议，呼吁“所有欧洲人追求视觉美、思想美、灵魂美，想象并共同建设一个可持续的、包容的未来”；巴塞罗那也将主办第25届西班牙建筑与城市规划双年展（BEAU）。

联合国教科文组织命名巴西里约热内卢为2020年的世界建筑之都。该城市本应是第27届世界建筑师大会的举办地，但由于疫情的影响，该活动以线上方式举行。作为第一个世界建筑之都，这个巴西的城市以“全世界，为一体”为主题举办了一系列活动，并宣传倡议了联合国的2030年可持续发展议程的第11个目标：“使城市和人类住区具有包容性、安全性、复原力和可持续性”。

国际建筑师联盟（UIA）成立于1948年，是一个由联合国教科文组织支持的非政府组织，旨在强调建筑和城市规划在打造可持续未来和应对全球挑战方面的作用。世界建筑之都每三年指定一次，它将主办围绕城市环境相关问题进行议论的国际论坛。





# 中国砂浆 潮起东南

## 2025预拌砂浆行业大会(福州)·全议

©图/文：中国建筑材料联合会预拌砂浆分会（官微）

“中国砂浆潮起东南”2025年11月20日2025年预拌砂浆行业大会在福建福州开幕。福州，这座向海而生、因改革而兴的东南都会，正以其敢为人先的魄力，见证着砂浆产业潮涌般蓄势待发。此刻，我们站在这片涌动着创新与实践热浪的土地上，共商中国预拌砂浆行业如何借东南沿海之先机，乘着新质生产力之东风，澎湃前行，共同掀起中国预拌砂浆行业面向未来的澎湃巨浪。预拌砂浆生产、装备制造、原材料供应、科研院所及高校、施工、房地产、装饰装修等上下游产业链600余位嘉宾出席会议。

本次大会中国建筑材料联合会预拌砂浆分会理事长王肇嘉发表致辞，围绕“区域协同、技术创新、绿色低碳”三大方向，擘画预拌砂浆行业高质量发展新蓝图。他指出，行业应把握国家区域协调发展战略，构建东西互济、南北协同的发展格局；加强原始创新与关键技术攻关，推动固废资源化利用、高性能砂浆开发及智能制造；积极响应“双碳”目标，推广绿色生产工艺与环保产品，建立全生命周期绿色管理体系。他呼吁行业同仁以创新为帆、合作为桨，共同推动预拌砂浆行业在“十五五”时期实现可持续发展。

中国建筑材料联合会预拌砂浆分会秘书长郭晞在报告中指出，“十五五”期间，预拌砂浆行业将围绕绿色化、智能化、高端化、国际化四大方向推动高质量发展。在绿色发展方面，行业将加强固废资源化利用，推广低碳胶凝材料与绿色能源工艺，构建全链条绿色体系。智能制造方面，推动AI、大数据与生产深度融合，提升装备自动化与施工数字化水平。产品结构上，重点发展高性能、多功能特种砂浆，满足城市更新、好房子建设等新兴需求。同时，积极拓展“一带一路”市场，推动技术出海与本土化运营，提升中国砂浆全球竞争力。中国砂浆为“中国住宅”从“集成速度”到“百年家业”，我们使命必达！



在当前产业融合与价值共创的大趋势下，单打独斗已难以应对复杂的市场环境。“书香砂浆阅见山河”，正是基于对行业未来的洞见：砂浆生产企业在产业实践与技术应用上深耕不辍，而《混凝土世界》杂志社则在学术前沿与行业声音上拥有深厚积淀。立邦投资有限公司、美巢集团股份有限公司、东方雨虹防水技术股份有限公司、德高（广州）建材有限公司、北京金隅砂浆有限公司分别与《混凝土世界》杂志社签署了战略合作协议。



在11月19-20日的大会期间，为期两天的“预拌砂浆行业（连接东南）展会”同步启幕，70余家展商齐聚一堂，共同打造了一个贯通研发、生产与应用的产业生态平台。“以展促产、以会促联”，不仅深化了产业链上下游协同，更推动了行业向绿色化、智能化、高端化加速转型。



## 弹性赋能 智创未来

### 好房子好材料生态发展大会暨2025弹性地板行业年会圆满闭幕

©图/文：绿色弹性地板网（官微）

2025年12月12日，“好房子好材料生态发展大会暨2025弹性地板行业年会”在北京圆满落幕。行业内资深专家、企业领军者等业界精英齐聚一堂，围绕行业高质量发展核心议题展开深度研讨与交流。

在双碳政策纵深推进、新型城镇化建设持续提速的时代背景下，弹性地板行业从业者坚守匠心精神、深耕创新突破，以科技赋能绿色发展，以卓越品质赢得市场认可。从再生材料利用率的技术突破到数字化生产水平的显著升级，从抗菌抗病毒功能型产品成为市场主流趋势，到适老设施、教育空间等细分场景需求的集中爆发，弹性地板凭借其环保属性、功能优势与场景适配性，在医疗健康、教育科研、商业办公、住宅装修等多元领域持续释放独特价值，为行业生态升级与绿色建筑发展注入强劲动力。

协会领导、工业和信息化部、人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心、中央党校（国家行政学院）经济学部、住房和城乡建设部科技与产业化发展中心、商务部研究院相关领导及行业精英致辞并发表了精彩主题分享。

在论坛环节，嘉宾围绕“好材料”赋能“好房子”的思考”展开深度探讨。北新月皇地坪材料(上海)有限公司常务副总经理徐结中与张家港市易华润东新材料有限公司销售经理李功勋及其他四位嘉宾就企业对好房子的理解与实践共同展开了深度交流。



圣象集团作为行业领军企业，始终以技术创新引领行业发展。中国建筑装饰装修材料协会弹性地板分会会长、圣象(上海)新材料科技有限公司总经理保江先生，为本次年会致辞并带来“卷材地板技术创新与产品升级方向”的主题演讲！

爱丽家居作为全球化布局的标杆企业，作为国际知名品牌，洁福地板在高质量制造与可持续发展方面有着深厚积淀，中国建筑装饰装修材料协会弹性地板分会副会长、洁福地板（中国）有限公司亚洲执行总裁高彦先生，分享了“弹性地板行业如何以高质量制造破局内卷”的主题演讲！

墨西哥工厂已正式投产、美国工厂产能持续提升，在应对国际贸易壁垒方面有着丰富实践。中国建筑装饰装修材料协会副会长单位、中装材弹性地板分会会长单位、爱丽家居科技股份有限公司董事会秘书李虹先生做了“弹性地板出口的风险对冲与市场新机遇”的主题分享！

阿姆斯壮作为全球弹性地板行业的领军品牌，始终敏锐洞察市场变化，在适老、教育等新兴场景有着深入布局。阿姆斯壮（中国）投资有限公司总经理陈毅铭先生，带来“社会结构性变化中的产品思考及市场探索”主题分享！

中亚与非洲市场作为新兴经济增长点，有着广阔的发展空间，中国建筑装饰装修材料协会弹性地板分会会长兼秘书长马金先生，做了“中亚与非洲装饰材料市场现状及趋势洞察”主题分享！介绍了中亚及非洲的建材市场状况。

随着人口老龄化加剧，适老市场需求持续增长，弹性地板凭借防滑、静音、易维护等优势，正成为适老建筑的优选材料。中国建筑设计研究院适老建筑与环境研究中心主任、住房和城乡建设部适老建筑与环境重点实验室执行主任王羽女士从适老建筑的技术标准到弹性地板的场景适配，分享了“适老好房子技术解决方案研究与实践”的主题演讲。

资深媒体人、策划人、优居研究院院长张永志先生，带来了“2026 家装行业趋势洞察与弹性地板品类机会”主题分享！为大家解析家装市场的新变化与弹性地板的新机遇。

数字化时代，AI 搜索正成为品牌传播与市场增长的新引擎，将为行业带来全新的发展机遇。北京中联伟业文化传媒有限公司总经理李晓宇先生，分享了“抢占AI搜索新风口，重塑弹性地板行业增长格局”演讲主题。

经销商作为连接企业与市场的重要桥梁，是行业发展的重要力量。在经商论坛环节大会邀请了优秀经销商代表，围绕“如何选择优秀的生产厂家、以及如何防止内卷”等核心话题展开深入交流与探讨。并为华北经销商联盟会长单位和副会长单位举行了授牌仪式。

一年砥砺前行，一路春华秋实。

2025年，我们书写了行业新篇；

2026年，让我们继续以“弹性赋能，智创未来”为核心，紧抓政策红利，深耕细分市场，推动弹性地板行业向低碳化、智能化、国际化、场景化迈进！

# 中国工艺美术协会第八届地毯专业委员会 换届会议圆满成功

©图/文：地毯协会（官微）



2025年11月24日至26日，中国工艺美术协会第八届地毯专业委员会换届会议在湖北武汉召开。来自全国各地的地毯行业领军企业代表、资深专家学者、地方工艺美术协会负责人等近150余人参加换届大会，共谋行业高质量发展新路径。

在中国工艺美术协会的指导下，本次会议以“新程启航，行稳致远”为核心议题，严格遵循相关换届规定，议程紧凑、内容详实。

本次换届会议由第七届地毯专业委员会秘书长王秀莉主持，并作工作报告。

第七届地毯专委会主任王志杰作总结讲话：回顾这几年的工作，地毯专委会锚定“服务为本、会员为根”的核心使命，在行业转型的关键期迎难而上，在机遇与挑战并存的征程中稳步前行。并再次向全体会员表示了衷心的感谢，同时也坚信，在新一届地毯专委会的带领下，在全体会员单位的共同努力下，地毯行业必将在文化传承上更有深度，在创新发展上更有力度，在国际舞台上更有话语权。

随后选举产生第八届地毯专业委员会主任、副主任、委员、秘书长、副秘书长，并公布选举结果。

由副主任代表华腾总经理邵宏和浙江美术董事长孙祖法代表会员讲话：他们说换届选举大会，既是对过往工作的总结与肯定，更是对未来发展的擘画与启航。作为会员代表，心中满是感恩与期许——感恩地毯专委会搭建的平台让全体会员携手同行，期许新一届地毯专委会带领会员在地毯行业的赛道上跑出加速度、闯出新天地。

回望过往，我们这一群体见证了行业从粗放增长到品质升级的蜕变：从传统纹样的守正创新，到环保材料的研发应用；从区域品牌的抱团突围，到跨境出海的步履不停，每一步前行都离不开会员们的并肩奋斗，离不开地毯专业委员会的精准引领。这些积淀下来的经验与成果，是我们迈向新征程的底气，更是我们续写华章的基石。

面向未来，行业的发展机遇与挑战并存：消费升级呼唤更具文化内涵的产品，绿色低碳要求更可持续的生产模式，数字浪潮倒逼更高效的产业协同。作为会员，我们既是行业发展的参与者，更是主力军——我们要坚守匠心，让地毯的经纬里织就东方美学与当代审美；我们要拥抱变革，用技术创新破解同质化、低价竞争的行业痛点；我们更要凝聚合力，在地毯专业委员会的统筹下共享资源、共克难关，让中国地毯品牌在国内国际双循环中绽放光彩。

再由新任主任杨曙光发表讲话：在过去的五年，在第七届专委会的带领下，地毯行业在文化传承、设计创新、行业服务、规范建设等方面取得了一系列亮眼成绩——从地毯文化传播活动的蓬勃开展到培训班的精准赋能，从疫情期间的同心抗疫到常态化的行业服务，每一项成果都凝聚着第七届专委会的智慧与汗水，为我们第八届专委会的工作奠定了坚实基础，也为行业发展指明了方向。

当前，我们正处在文化自信不断增强、消费升级持续深化、产业转型加速推进的新时代。地毯作为“铺在地上的文化”，既承载着千年的工艺传承，又面临着融合创新的时代机遇；既拥有广阔的市场前景，也需要应对同质化竞争、国际市场拓展等现实挑战。在这样的关键节点，担任第八届专委会主任，深知使命光荣、责任重大。但我更有信心，在协会的坚强领导下，在第七届专委会奠定的良好基础上，依靠全体委员的同心协力，团结带领专委会团队，推动地毯行业在新的起点上实现更高质量的发展。

今后五年，第八届专委会将始终秉持“传承匠心、创新驱动、服务为本、协同发展”的核心理念，深耕文化传承，让传统工艺“活”在当下；聚焦创新驱动，为行业发展注入“新动能”；强化服务效能，做企业发展的“贴心人”；夯实行业基础，筑牢长远发展的“压舱石”。

大会最后第八届地毯专业委员会负责人签署责任书，切实履行岗位职责，规范自身行为，严守纪律底线，树立廉洁自律的良好形象。

中国工艺美术协会第八届地毯专业委员会换届会议圆满成功。新一届地毯专委会承载着新期待，新征程呼唤着新作为。未来，我们将以此次换届为新起点，锚定“传承匠心、创新发展”的核心方向，携手各位同仁破解行业同质化、低价竞争等痛点，推动地毯工艺的传承升级与市场的高质量拓展。我们坚信，在中国工艺美术协会的领导下，在新一届地毯专委会的带领下，在全体会员单位的同心协力下，地毯专委会必将凝聚更强合力、迸发更大活力，书写地毯行业发展的新篇章！





## 湖北省弹性地板协会第三届七次理事会圆满召开

◎图/文：湖北省弹性地板协会（官微）

2025年12月9日下午，湖北省弹性地板协会第三届七次理事会在协会会议室隆重召开。会议承载着行业十年的厚重积淀，凝聚着对未来发展的共同展望。会长段建刚、执行会长乔栋、秘书长郑江、监事长刘大付；副会长：戴晖、闫辉、曾利、侯云瑞、朱孔云、杨成、彭良林；理事：王宏松、周刚、王丽丽、李恭霞、商颖、刘红、金焕、庄永春、戴斌、谢芳、梅新志、张胜利、周鹏、副秘书长敖娅玲齐聚一堂，围绕十周年庆典筹备、2025年度工作总结与2026年工作规划、会员服务优化等核心议题展开深入研讨，凝聚共识、擘画蓝图。在十周年庆典职业装定制专项环节，量体师现场提供精准量身服务，以务实高效的方式推进盛典筹备工作。

会议伊始，秘书长郑江回顾协会2025年下半年工作开展情况，并系统部署2026年度重点工作规划。从精准化会员服务、行业影响力提升，到宣传矩阵建设、专业技术赋能，协会为推动湖北省弹性地板行业高质量发展作出积极贡献。

全体与会人员聚焦协会2026年度重大活动——十周年庆典方案展开深入研讨，经审议一致表决通过该方案，为庆典活动的顺利举办筑牢根基。

执行会长乔栋回顾协会初创历程，第一届筹备时仅有五家发起人单位；如今，在座的会长单位、副会长单位、理事单位齐聚一堂，正是协会下一个十年的中坚力量。凭借壮大的队伍规模与十年积淀的行业经验，我们完全有信心开拓发展新局面。

此次会议不仅是年度工作的总结与部署，更是一场凝聚行业共识、激发奋进动力的盛会。全体与会人员将以此次会议为契机，凝心聚力筹备十周年庆典，全面展现湖北弹性地板行业十年发展的辉煌成就，擘画未来高质量发展的宏伟蓝图，为推动行业持续健康发展贡献坚实力量。

新的十年，新的征程。湖北省弹性地板协会将继续发挥桥梁纽带作用，引领行业把握新发展机遇、应对新发展挑战，在高质量发展的道路上不断书写崭新篇章！

## 美圣雅恒参加Marintec China 2025

◎图/文：美圣雅恒（官微）

12月2日，被誉为“全球海事业风向标”的2025年中国国际海事会展（Marintec China 2025）在上海新国际博览中心启幕。本届会展的主题是“创新与合作，共促海事业可持续发展”，在为国际海事界搭建全方位、多层次交流与合作的桥梁和平台的同时，也为国际海事业的未来发展指明方向。

此次展会，美圣雅恒国际展区N4C8B展位，展示了多款船舶地面铺装系统的解决方案。

美圣雅恒具备专业的甲板敷料、粘合剂等系列产品的研发及生产能力，致力于为船舶制造提供优质的地面铺装材料。





# 十年基石 共筑未来

## 亨历中国十周年庆典圆满落幕!

◎图/文：亨历（官微）

12月18日，以“十年基石 共筑未来”为主题的亨历中国十周年庆典在上海松江广富林希尔顿酒店隆重举办。这场集品牌价值传递、行业交流、荣誉表彰于一体的盛会，汇聚了全国优秀合作伙伴、行业精英等嘉宾，回顾亨历中国十年发展历程，擘画未来合作新蓝图。



### 户外拓展 温情启程》》

上午，部分与会嘉宾参与了亨历组织的广富林公园拓展活动，嘉宾们积极投入各项精心设置的打卡点，欣赏风景的同时，感受户外拓展带来的热烈，大家用镜头记录彼此的笑脸。



### 凝心聚力，庆典启幕展风采》》

亨历总经理孙林琦先生致欢迎辞，向到场的客户、合作伙伴表达诚挚感谢，回顾亨历在中国稳健发展的十年，赢得广大客户与市场的信赖，并取得了优异成绩。未来将持续提升产品竞争力，维护好品牌形象和美誉度，为亨历价值体验续航。

亨历研发部、外贸部及工程商代表带来了干货满满的新产品、优秀项目案例的分享，会上还公布了亨历建涂事业部成立、亨历小程序上市，全方位展现亨历的技术实力与发展布局。

### 思想碰撞，行业论坛探发展》》

为助力行业高质量发展，本次盛典特别设置两场专业论坛，引发全场深度思考与热烈共鸣：

“亨历品牌价值”主题论坛，聚焦品牌建设、市场定位等核心话题，嘉宾们各抒己见，为品牌长远发展建言献策；

“何为精工”主题论坛，围绕行业精工品质的打造与坚守展开深入探讨，传递出坚守匠心、追求卓越的行业共识。

### 举杯同庆，共赴新程》》

进入温馨而欢快的晚宴祝酒时刻，亨历法人江静女士向全场嘉宾致以诚挚问候与美好祝愿！全场嘉宾共同举杯，美酒碰响间，盛满了对十年过往的致敬，更饱含着对下一个十年的憧憬与期许，将庆典的热烈氛围定格在同心共赢的温情时刻。

十年耕耘，十年收获。亨历中国以十周年为新起点，持续用专业的解决方案，与合作伙伴携手同行，在建材行业的发展浪潮中持续深耕，书写更加精彩新篇章。



## 设计赋能·共探人居新境! 室内设计大咖齐聚杰深自流平分享会

◎图/文：杰深（官微）

2025年11月24日，一场汇聚行业智慧的室内设计交流盛宴在岳阳圆满落幕。近30位岳阳市室内设计领域的资深大咖齐聚一堂，共同参与杰深自流平专场分享活动，以专业视角探索地面材料创新应用的无限可能。

活动现场，杰深自流平岳阳地区经销商胡总致以热忱欢迎，对各位设计大咖的莅临表示诚挚感谢。结合多年市场深耕经验，胡总围绕水泥自流平在家装场景中的应用前景展开深度分享，从空间美学适配、功能需求满足到施工便捷性等维度，生动解析了产品如何为设计创作赋能，赢得现场一致认可。

为让在场嘉宾更全面地了解品牌实力，杰深南区销售总监邹总不辞辛劳远道而来，带来了干货满满的品牌分享。邹总系统阐述了杰深作为水泥自流平行业领军品牌的发展历程、核心技术研发实力与产品竞争优势，从原材料甄选、生产工艺升级到绿色环保理念践行，全方位展现了杰深在行业内的标杆地位，为设计大咖们提供了丰富的选材参考与灵感启发。

整场活动在胡总的精心策划与细致安排下有序推进，专业的分享交流与轻松愉悦的互动氛围相得益彰。设计大咖们纷纷表示，此次活动不仅深入了解了水泥自流平的前沿应用与品牌价值，更搭建了行业交流的优质平台，为未来设计项目的落地提供了实用参考，可谓收获颇丰、满载而归。

此次杰深自流平与岳阳室内设计界的深度联动，不仅彰显了品牌在行业内的影响力，更推动了地面材料与室内设计的创新融合。未来，杰深将持续深耕产品研发与服务升级，与更多设计从业者携手，为消费者打造更优质、更具美学价值的人居空间。

## 杰深第二期经销商零售产品 技术交流研学会在湖北生产基地成功举办!

◎图/文：杰深（官微）

12月2日，杰深第二期经销商零售产品技术交流研学会在湖北生产基地拉开帷幕！本次会议为期两天，议程紧凑充实，特邀南区30余位核心经销商及其合作伙伴齐聚一堂，系统参与杰深自流平系列产品的理论知识、施工工艺专项培训。

本次研学会采用“理论+实践”的复合教学模式，通过四大核心环节，为学员打造了全方位的学习体验：

**理论精讲：**深入解析杰深的企业文化和自流平产品的技术原理、性能特点及市场应用前景。

**实地参观：**走进杰深湖北生产基地，零距离观察先进生产工艺与质量管控体系。

**互动问答：**课堂上，讲师与学员就技术难点、施工经验展开热烈讨论，现场气氛活跃。

**实操笔试：**在专业指导下，学员亲手操作，将理论知识转化为实际应用能力，又通过笔试，巩固重要的知识点。

经过严格考核，顺利通过测试的经销商客户，获得了由杰深颁发的专业认证证书和精美奖品。这不仅是对他们学习成果的认可，更是杰深对合作伙伴专业能力的肯定。

本次技术交流会的圆满落幕，为双方深化合作、共拓市场奠定了坚实基础，杰深将持续以专业赋能伙伴，携手共赢行业新机遇。





## 荣耀蝉联!

# 圣象登顶“2025中国品牌年度大奖木地板No.1”

©图/文：圣象（官微）

2025年12月17日，“中国品牌年度大奖”评选在“世界经理人峰会”上揭晓。这项被誉为“中国品牌奥斯卡”的年度奖项，由业界权威机构世界品牌实验室(World Brand Lab)在香港颁发。

华为、雪花、徐工、圣象、飞鹤、中国重汽、海尔智家、雷士照明、九牧、双星轮胎、竹叶青和东成等35个在中国经济舞台上表现突出的领军品牌，荣膺“2025年中国品牌年度大奖”(NO.1)。

圣象集团再度荣耀登顶2025年(第二十二届)“中国品牌年度大奖木地板NO.1”。

世界品牌实验室学术委员会主席、牛津大学赛德商学院荣誉教授斯蒂芬·沃格(Prof. Steve Woolgar)透露，连续22年发布的“中国品牌年度大奖”，是消费者的品牌偏好变化的晴雨表，其评判标准是品牌影响力。

圣象作为“中国品牌年度大奖木地板No.1”，将进一步提升品牌科技创新能力，坚实迈步在绿色高质量发展的道路上，肩负起引领中国品牌获得“全球化成功”的重要使命!

圣象作为中国家居行业的领军品牌，怀揣着为亿万消费者打造绿色人居生活空间的远大梦想，秉持“用爱承载”的品牌理念，时刻关注消费者需求，打造品牌与消费者的情感链接，持续提升品牌自身的影响力和全球领导力!

2025年，正值圣象品牌诞生30周年。三十载，圣象坚守品牌使命和愿景，与万千消费者共同见证世纪的璀璨跨越，托举成长的蜕变瞬间，探索生活的万千可能。未来，亦初心不改，步履不停。

圣象期待，有越来越多的中国品牌能在全球舞台上拥有坚定的立足点，在全球化的浪潮中刻下专属于自己的文化名片，打响中国品牌影响力!

## 再添殊荣!

# 北新建材蝉联中国绿色生态十大影响力品牌

©图/文：北新建材（官微）

12月17日，由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的“世界经理人峰会”在香港召开，会上正式发布了2025年“中国品牌年度大奖”，并特别推出了“中国绿色生态”等十大影响力专项榜单。北新建材凭借在绿色生态与可持续发展方面的深厚积淀与突出贡献，与宁德时代、徐工、安踏、农夫山泉等品牌一同上榜，再次入选“中国绿色生态十大影响力品牌”，彰显了其在行业中的标杆地位与责任担当。

本届评选由世界品牌实验室(World Brand Lab)历时半年精心打造，覆盖全国100多个行业、超过3000个知名品牌，从品牌影响力、企业经营数据、消费者评价及行业贡献等多维度进行综合评估。北新建材的入选，不仅是对其深耕绿色生态创新实践的权威认可，更彰显了国资央企在积极响应国家“双碳”战略，推动可持续发展中的核心引领作用。

本届“世界经理人峰会”以“从数据到智能：品牌与营销在AI时代的增长操作模型”为主题。世界品牌实验室创始人、世界品牌峰会策展人、牛津大学博士丁海森(Dr Haisen DING)指出，生成式AI为品牌创意带来双刃剑效应：它民主化了创意过程，让人人可生成内容，并通过数据驱动实现效率几何级放大；但同时，AI内容常缺少人类的“灵魂”——即文化叙事深度和情感真实性。品牌作为当代文化符号的核心载体，需要人类判断来注入独特价值。

北新建材正加速向消费类建材制造服务商转型，持续强化技术创新与品牌建设的“双引擎”驱动，成功打造全球石膏板行业著名自主品牌——“龙牌”和“泰山”，同时拥有“禹王”“蜀羊”“梦牌”“灯塔”“嘉宝莉”“大桥”等多个知名品牌，以及国际品牌BNBM等。产品广泛应用于人民大会堂、奥运会、世博会场馆等国家重大工程、地标性建筑和现代家居生活，服务人民美好生活需要。北新建材连续16年上榜《中国500最具价值品牌》，蝉联亚洲建材品牌三强。2025年品牌价值再创新高，达1282.55亿元，位列中国500最具价值品牌第70位。

2025年《中国绿色生态十大影响力品牌》		
序号	品牌	品类
1	CATL 宁德时代 宁德时代	动力电池
2	XCMG 徐工	工程机械
3	CHANGAN 长安	汽车
4	ANTA 安踏	体育用品
5	农夫山泉	饮用水
6	呼伦贝尔农垦	农业
7	汤臣倍健	保健品
8	北新建材	新型建材
9	WANHUA 万华化学	化工
10	VEOLIA 威立雅	环境服务

发榜机构：世界品牌实验室(WorldBrandLab.com)





## 圣象·元维 成为2025乒超总决赛官方主赞助商

◎图/文：圣象·元维（官微）

家居行业领军企业圣象集团旗下子品牌--圣象·元维正式宣布成为“洋河海之蓝”2025赛季中国乒乓球俱乐部超级联赛总决赛官方主赞助商。

此次合作标志着圣象·元维凭借其专业运动地材系统解决方案，正式进入乒乓球赛事服务领域，为运动员提供符合国际赛事标准的专业地面保障，助力呈现每一场巅峰对决。

### 一 企业简介与核心业务

圣象集团创立于1995年，品牌价值已超1143亿元，业务已从地板拓展至地、门、墙、柜一体化解决方案。圣象·元维作为集团旗下专注商用与专业空间的子品牌，依托近30年的技术积淀与绿色产业链优势，致力于为家居、商用及运动空间等多元场景提供从设计规划、产品定制到施工落地的全流程整体解决方案。

### 二 品牌理念与优势亮点

品牌坚持“共创美好空间”的理念，斩获德国红点设计奖、通过国际篮联（FIBA）认证、乒乓球地面产品获得ITTF国际乒联认证，羽毛球地面产品获得世界羽联认证，可针对不同赛事与场馆需求实现“一场一策”的专业适配。此次为乒超总决赛提供的专业乒乓球地面系统，正是其技术实力与品质标准在体育赛事场景中的集中体现。

## 国乒实现三连冠

### 英利奥助力2025年成都国际乒联混合团体世界杯圆满落幕

◎图/文：英利奥（官微）

12月7日，2025年成都混合团体世界杯圆满落幕。中国队在决赛中8-1击败日本队实现三连冠，德国队在季军争夺中以8-7击败了韩国。英利奥运动地胶为此次大赛搭建完美秀场。

此前，国际奥林匹克委员会执行委员会决定，在2028年洛杉矶奥运会新增乒乓球混合团体项目。这一项目于2023年成都国际乒联混合团体世界杯上首次推出。本届赛事是乒乓球混合团体项目入奥后的首次举办，积分更高、关注度更强。混团世界杯已然成为连接奥运梦想的桥梁纽带。





## 陶瓷行业“腰斩式”萎缩 头部陶企市占率却在悄然翻番

◎图/文：陶瓷信息汇（官微）

中国建筑陶瓷行业正经历着前所未有的深度调整。在巅峰时期，瓷砖行业市场规模曾逼近5000亿元，年产量高达102.6亿平方米，每平方米均价近50元。

然而，随着房地产市场的深度调整和宏观经济的周期性波动，这一繁荣景象已不复存在。到2024年，全国瓷砖产量已降至59.1亿平方米，相比巅峰时期缩减超过40%，行业平均单价更是跌破30元/平方米，市场规模萎缩至不足1800亿元，相比峰值缩减超60%。

量价齐跌的背后，是整个行业的结构性洗牌。大量中小陶瓷企业遭遇“腰斩式”、“断崖式”下滑，生存空间急剧压缩。

与此同时，头部企业却展现出了更强的抗风险能力，市场份额不降反升。在行业总规模5000亿元的巅峰时期，即便是营收达到100亿元的“百亿陶企”，市场占比也仅为2%；而在当前不足1800亿元的行业规模下，营收70亿元的企业市场占比即可达到4%，营收50亿元即可达到3%。多家头部陶企的市场占有率已提升至2%-4%区间，悄然实现翻番。

### 头部陶企营收下滑，但市占率却大幅提升

从公开数据来看，近两年许多头部陶企也处于低增长甚至负增长状态，但其下滑幅度有限，远低于行业平均水平或整体水平，这是其市场占有率进一步提升的关键原因！

归根结底，当前四大因素，正在驱动陶瓷行业集中度提升。

环保政策倒逼。陶瓷砖生产作为典型的高能耗、高排放行业，在国家“双碳”目标背景下承受着持续加压的环保要求。更严格的排污标准、碳交易体系的推进，使环保成本急剧上升。中小型企业难以承担昂贵的环保设备升级和持续运营成本，而大型企业不仅有能力进行绿色技术改造，甚至能将环保优势转化为品牌溢价和成本优势，这直接加速了落后产能的淘汰进程。

规模经济效应显著显现。头部企业通过大规模原材料采购、自动化生产线升级、全国性物流网络建设和统一品牌营销，能够显著降低单位生产成本。在行业从增量竞争转向存量竞争的关键时期，成本控制能力已成为企业的生命线。那些缺乏规模优势的中小企业，利润空间被严重挤压，生存日益艰难。

品牌与渠道壁垒日益增高。随着消费升级趋势的深化，消费者对品牌、设计、服务质量等方面的要求不断提高。以马可波罗、东鹏、蒙娜丽莎、诺贝尔为代表的头部品牌，经过多年积累已建立起强大的品牌认知和全渠道网络覆盖（零售、工程、家装、整装）。新建或重塑一个全国性品牌所需的资金和时间成本极高，形成了难以逾越的市场进入壁垒。

下游渠道的集中化趋势。无论是房地产高峰期的工程集采，还是当下火热的整装，抑或是传统的经销商渠道，均更倾向于与规模大、品牌强、服务稳定的头部陶企合作，这进一步巩固了头部企业的市场地位。



## 陶瓷行业集中化的四大“拦路虎”

虽然行业集中度提升的趋势明确，但这一进程并非一帆风顺，仍面临多重阻碍：

**地方保护延缓产能出清。** 陶瓷行业作为传统制造业，在部分地区是重要的就业和税收来源。为保就业、稳经济，一些地方政府可能对落后产能的退出采取延缓态度，通过政策倾斜、财政补贴等方式维持部分中小企业的生存，这在一定程度上减缓了行业整合的速度。

**产品特性制约标准化进程。** 与陶瓷机械装备行业的高标准化程度不同，陶瓷砖产品具有显著的个性化、特色化特征。

**不同区域、不同消费群体对瓷砖的花色、规格、质感等方面有着差异化需求，** 这为专注于细分市场的中小企业提供了生存空间，使得完全标准化的规模化生产难以全面覆盖市场需求。

**区域分散性与物流成本。** 瓷砖属于“重货”，物流成本在总成本中占比较高，存在合理的销售半径。这一特性使得一些区域性品牌能够在本地市场凭借地利优势和灵活服务与全国性品牌竞争，维持了一定的市场份额。

**市场需求波动的不确定性。** 房地产行业的下行周期给整个建陶行业带来持续压力，即使是头部企业在扩张节奏上也趋于谨慎。市场需求的波动使得行业整合进程可能出现反复，尤其是在深度调整期，所有企业都面临生存挑战，整合过程可能伴随激烈的价格战和部分企业的短期困境。



## 建陶行业集中化背后：谁在退场，谁将成为“隐形冠军”？

展望未来，中国建陶行业将形成“头部企业主导，部分区域龙头补充，专精特新并存其间”的多层次竞争格局。

随着行业成熟度的提升，头部企业将通过技术升级、品牌建设、渠道深耕和兼并收购等方式继续扩大市场份额。参照欧美成熟市场的发展轨迹，中国建陶行业的集中度仍有巨大提升空间。据中国建筑卫生陶瓷行业协会预估，未来市场规模将稳定在40亿平方米左右，按目前均价计算，市场蛋糕不足1600亿元。这样的体量完全容得下一两家百亿级企业，谁将率先跨过这个门槛，值得市场期待。

虽然全国性品牌的扩张势不可挡，但区域性品牌不会完全消失。它们将凭借对本地市场的深刻理解、灵活的经营策略和差异化的产品定位，在特定区域维持一定的市场份额。特别是在下沉市场，区域品牌的本地化服务优势仍然明显。

而在仿古砖、艺术砖、小众设计、特色岩板等高附加值细分领域，一批专注于差异化、个性化、高品质的“小而美”企业将获得发展空间。它们通过技术创新、设计驱动和精准定位，避开与头部企业的正面价格战，在特定细分市场建立竞争优势，成为行业生态中不可或缺的组成部分。

中国建陶行业当前面临的集中度提升趋势，并非特例，而是无数成熟制造业曾走过的必然道路。它标志着一个依赖土地、能源、劳动力等初级要素的“野蛮生长”阶段正在结束，一个依赖资本、技术、品牌和效率的“集约发展”阶段正在开启。

这一转型过程必然是痛苦的，大量企业的退出、产能的压缩、市场的调整都将给行业带来阵痛。但这也是产业走向成熟和强大的标志。

对于企业而言，战略选择日益清晰：要么通过规模扩张、技术创新和品牌建设成为行业整合者；要么深耕细分领域，打造独特竞争优势，成为“隐形冠军”。对于整个行业而言，集中度提升将带来更稳定的市场秩序、更持续的创新投入和更健康的发展环境。



# 2026陶瓷行业的“破”与“立” 一场关于生死存亡的体系化战争

©图/文：孔德钦 一号板匠研究院

作为建筑陶瓷行业的专业智库，一号板匠研究院基于对《中国陶瓷行业“好房子”路径选择与岩板发展报告》的解读，并结合近期行业动态后认为：2025-2026年将成为中国建陶产业发展史上的一道残酷的“分水岭”。这并非一次周期性的波动，而是一场结构性洗牌——旧商业范式全面崩塌，新生存法则尚未成型。所有企业都必须回答同一个问题：当价格战与成本战双双失效，当“陶瓷工厂降价60%仍无人问津”与“订单已排至明年2月”同时上演，我们拿什么留在牌桌上？



## NO.1 寒冬真相：比想象中更残酷的“腰斩”

数据不会说谎。中国建陶行业正经历“量价齐跌”的深度萎缩：年产量从巅峰102.6亿平方米，或探底至40亿平方米，市场规模从近5000亿元缩水至不足1800亿元，产能利用率跌破50%生死线。在2026陶瓷行业发展论坛上，鹰牌集团总裁陈贤伟说：“对制造业而言，70%利用率通常是盈亏平衡点，48%意味着行业整体已陷入普遍亏损。”

更严峻的是，曾经屡试不爽的“降价换市场、降本保利润”策略正在双双失灵。2025年第三季度以来，无论厂家如何让利促销，经销商与消费者均不为所动。这不是短期波动，而是三大结构性变化的必然结果：

**需求基本面已死：**房地产新开工面积从22.4亿 $m^2$ 锐减至7.4亿 $m^2$ ，待售面积却高达7.5亿 $m^2$ 且持续增长。增量市场消失，存量房改造中瓷砖应用比例不足20%，被地板、墙板、涂料大量替代。降价无法刺激不存在的增量需求。

**成本与价格的“双重地板”形成：**天然气、优质粘土等要素成本已降至物理底线，继续降价意味着普遍性亏损；而经过多轮价格战，终端价格认知已被压至低点，再降价边际效益锐减，反而损害行业价值感。

**同质化让价格工具彻底失效：**当绝大多数产品在花色、规格、质感上差异微弱时，“降价”不过是品牌间相互踩踏的零和游戏，无法创造新需求或建立忠诚度。

2025年底的行业动向印证了这一判断的深度。据《陶瓷信息》报道，如今，全国陶瓷企业大面积启动停窑检修，广东、江西、福建等主要产区停窑率超过70%，且多数企业将复产时间推迟至2026年3月份。这一现象并非传统的季节性检修，而是市场倒逼下的“战略休眠”——在订单不足与库存高企的双重压力下，企业主动选择停产以减少亏损。更严峻的是，2025年开窑率始终未能突破60%，形成了“上半年等订单、下半年去库存”的恶性循环。这种“生产主动性收缩”标志着行业已从“增产降本”的传统逻辑，转向“减产保命”的生存模式。

## NO.2 冰火两重天：史无前例的结构性分化

行业整体萎缩60%的背景下，一幅残酷的分化图景正在上演：

**尾部企业的“死亡螺旋”：**广东某陶企资产从4.08亿元降至2.94亿元仍流拍，河南安阳某厂降价60%至3950万元依然无人问津。这不是个案，而是落后产能的系统性出清。这些资产缺乏市场竞争力和持续经营能力，连“白菜价”也找不到接盘方。

**头部企业的“逆势扩张”：**同一时间，东鹏、新明珠、马可波罗、诺贝尔等头部企业却投入资金逆势拿地。新明珠投资浙江久石进军绿色墙材，东鹏与国星布局“零能耗制冷陶瓷”，天安新材参股机器人公司研发“电子皮肤”，蒙娜丽莎、帝欧家居涉足芯片与AI领域。这不是简单的多元化，而是在主业天花板显现时，通过技术卡位构建第二增长曲线。

**区域产区的“韧性生存”：**山东淄博、临沂2025年底仍保持稳定生产，淄博十余家企业主攻600×1200mm工艺产品（胶水干粒、数码釉、微模具），溢价能力强，可全国甚至全球销售；临沂则凭借环保压力较小和周边产区停产，承接出口订单，排单至2026年2月。

**市占率数据揭示了分化的本质：**巅峰时期，百亿营收企业市占率仅2%；如今在行业规模缩水60%后，70亿营收即可占4%，50亿占3%。部分头部企业下滑幅度远低于行业均值，市占率悄然翻番。“腰斩式”萎缩的代价，由中小企业承担；头部企业的规模优势，在寒冬中反而被放大。

“一批老牌陶企正默默消失”已成2025年行业常态。据行业媒体统计，仅2025年上半年，山东、四川、江西等产区就有超过20家拥有十年以上历史的企业悄然退出，其中不乏曾经的区域龙头。它们的退场并非轰轰烈烈地破产，而是悄无声息地停产、转让、注销。核心症结在于：管理层年龄结构老化、数字化转型滞后、品牌认知固化于建材而非装饰属性。

## NO.3 四大突围路径：从“躺赢”到“创生”

基于上述事实，一号板匠研究院认为，当旧地图找不到新大陆，生存者可开辟四条战略路径：

路径一：绿色革命与循环经济——把环保成本转化为技术壁垒

马可波罗、东鹏、蒙娜丽莎利用江西宜春锂尾矿生产瓷砖，锂渣掺量最高达70%，不仅降低烧成温度、节约能源，还解决了锂电产业固废难题。东鹏“高掺量锂尾矿陶瓷砖”技术被鉴定为“国际领先”。这不是简单的公益，而是将“双碳”压力转化为产品差异化与成本优势的精明计算。河北新峰集团更利用钢渣、煤矸石年产1.3亿㎡地铺石，成本仅30元/㎡，远低于大理石的80元。5A新国标虽落地难，但倒逼企业打造“5A窑炉”，环保投入正从成本中心变为竞争壁垒。

路径二：跨界破界与第二曲线——陶瓷企业的“科技化”生存

头部企业的跨界并非盲目，而是沿着两条主线：一是材料科学的延伸，如蒙娜丽莎集成墙板、制冷陶瓷（创冷科技）、贴片石（久石）、软瓷、石晶板等绿色新材；二是底层技术的迁移，如天安新材将高分子饰面技术用于机器人“电子皮肤”，帝欧家居布局生成式AI。投资标的均处于政策鼓励的“十五五”产业方向，本质是在产能过剩的主战场外，开辟技术生态的新战场。风险不小，但躺在红海里等死风险更大。

路径三：渠道重构与效率革命——从“坐商”到“生态运营商”

传统“厂家-经销商-分销商”线性渠道已显得力不从心，经销商承受着市场和平台的双重挤压。2025年行业探索出一些新模式，比如：品牌授权（广东品牌将区域代理权卖给外产区陶企，消化过剩产能，打破产地偏见）、集合店模式、工厂直卖仓、分公司模式（东鹏设立华东分公司）。

与此同时，整装市场正迎来巨头入局。京东依托供应链与数字化能力，龙湖凭借地产开发与社区运营经验，纷纷切入整装赛道。它们以“一站式解决方案”重新定义家装流程，对陶瓷企业而言，这既是渠道压扁、利润摊薄的挑战，更是融入大家居生态、成为核心供应链伙伴的机遇。陶瓷品牌需主动适配整装渠道的产品标准化、交付系统化与服务闭环化要求，从单纯供货转向深度协同，方能在新一轮渠道整合中占据价值高地。

路径四：文化赋能与价值升维——从卖砖到卖美学

鹰牌2086用“水墨京砖”斩获设计周大奖，蒙娜丽莎以“中国瓷”系列切入高端市场，华鹏专注柔光砖专利。这其中的共性是：将陶瓷从“建筑材料”重新定义为“装饰材料”，用文化、艺术、专利构建溢价能力。

## NO.4 2026生存法则：体系化竞争时代的到来

行业媒体调研显示，2025年仍有陶企实现两位数增长。它们的共同点是：构建了体系化竞争力，而非依赖单一爆品或运气。这包括：

精准战略定位：聚焦高端定制（设计驱动）、深耕整装渠道（深度绑定）、锁定下沉市场（极致性价比），绝不试图服务所有客户。

深度运营革命：通过数字化实现从排产到交付的全流程质效提升，库存高周转，在价格战中保持利润空间。成本降低10%已属罕见，但利润未增说明效率提升未转化为盈利能力——这是2026年必须攻克的课题。

渠道价值重构：以客户为中心，构建“厂商协同”的区域运营中心。东鹏华东分部、鹰牌“陶瓷+新材+生活馆”多业态，本质是从“卖产品”转向“卖解决方案”。

生产节奏重构：从“全年无休”到“精准开停”。2025年底的“大面积停窑”现象揭示了一个新生存法则：产能利用率不再追求规模最大化，而是追求“单位时间利润空间最大化”。领先企业已开始采用“订单驱动式生产”，将开窑周期与地产项目交付节点、整装公司采购周期精确匹配，避免传统“淡季”的无效生产。这种“柔性开停”能力，要求企业在供应链管理、现金流储备、员工弹性用工等方面构建全新体系。停窑不再是失败的标志，而是精细化运营能力的体现——能够在市场低迷期主动控制风险，才能在复苏期快速响应。

## NO.5 终局推演：谁将留在牌桌？

基于对产业周期的分析，一号板匠研究院认为，未来5年建陶行业将呈现四大特征：

企业数量锐减：规上企业将从目前的900家左右缩减至700家。淘汰的不是“小企业”，而是“无差异化、无效率、无生态价值”的企业。或许淘汰进程比预期更快。据《陶瓷信息》调研，2025年实际在产企业已不足600家，较2024年再减15%。3月复产潮将是关键节点——预计将有10%-15%的企业因资金链断裂、团队解散而无法重启窑炉，行业集中度在2026年将迎来跳跃式提升。那些“冬眠”后无法“春醒”的企业，将成为本轮洗牌的出局者。

集中度持续提升：前十大企业产量占比有望超过20%。当市场稳定在40亿㎡亿元规模时，头部企业冲击百亿的路径只有两条：兼并重组（低价收购优质资产）和出海（复制中国模式到海外）。科达制造百亿营收已证明，国际化是跨越天花板的有效跳板。

生态位分化：最终格局将是头部企业主导（全国品牌+技术生态）+区域龙头补充（本地服务优势）+专精特新并存（细分冠军）。“小而美”企业可通过差异化存活，比如专注于装配式领域，成为隐形冠军。

替代威胁加剧：在存量房改造市场，瓷砖被替代率可能达80%-90%。这倒逼企业必须升级瓷砖/岩板的交付工艺（比如：将瓷砖/岩板升级成装配式部品），使之适应存量房改造场景，或者通过其他方式从“卖瓷砖”转向“卖空间解决方案”，否则连细分市场也会被其他材料的地板、墙板蚕食。

### 总结与思考

德鲁克说：动荡时代最大的危险不是动荡本身，而是延续过去的逻辑。

2026年，建陶企业必须从“上行周期的思维”中彻底觉醒。

“破”的是路径依赖：价格战、粗放扩张、坐商模式、同质化竞争。

“立”的是体系价值：绿色技术壁垒、品牌文化溢价、渠道生态效率、组织敏捷韧性。

3月窑火重燃时，留在牌桌上的将是那些在寒冬中完成进化的企业。这不是速决战，而是考验战略定力、资源协同与风险控制的马拉松。





## 政策风向标

### 多部门部署2026年工作建筑行业迎发展新指引

©图/文：建筑时报

日前，发改委、住建部、财政部等多部门召开工作会议，梳理总结2025年工作，研究部署2026年重点工作与任务，与建筑行业相关政策如下：

#### 发改委 | 全国发展和改革工作会议

全国发展和改革工作会议强调，发展改革系统要准确把握明年经济工作的总体要求，结合职能扎扎实实做好2026年发展改革重点工作。

多措并举促进投资止跌回稳。充分发挥“两重”建设、新增地方政府专项债券等各类政府投资资金作用，适当增加中央预算内投资规模，继续发挥新型政策性金融工具作用，不断提高投资效益。

面向“十五五”谋划实施重大工程项目。进一步明确投资规则，扎实做好前期工作，加强投资项目调度。深入实施促进民间投资发展的若干措施，有效激发民间投资活力。

综合整治“内卷式”竞争和培育发展新动能。完善重点行业产能治理和重大基础设施调控，大力培育壮大新兴产业和未来产业，培育壮大若干新兴支柱产业，深化拓展“人工智能+”行动。

进一步全面深化改革。研究制定全国统一大市场建设条例，协同推进“准入、场景、要素”一体化改革。持续抓好招商引资、招标投标等方面重点问题整治，坚决破除各类壁垒障碍。更大力度发展民营经济，大力推动民营经济促进法配套制度建设。

深入扩大高水平对外开放。稳步扩大制度型开放，统筹做好“引进来”和“走出去”，推动共建“一带一路”高质量发展。

以双碳为引领加快推进全面绿色转型。稳步实施碳排放总量和强度双控制度，完善配套制度，强化评价考核，严控新增“两高”项目。

#### 住建部 | 全国住房城乡建设工作会议

全国住房城乡建设工作会议指出，2026年要着力抓好推进现代化人民城市建设、着力稳定房地产市场、加快建筑业提质升级、夯实高质量发展基础支撑等4方面工作。

推进现代化人民城市建设包括：高质量开展城市更新、高质量实施“两重”“两新”项目建设、高效能推进城市治理、高标准建设文明城市、高水平推动城乡融合发展。

着力稳定房地产市场包括：因城施策控增量、去库存、优供给；进一步发挥房地产项目“白名单”制度作用；加快构建房地产发展新模式。

加快建筑业提质升级包括：推动产业转型升级、规范建筑市场秩序、强化现场监督管理。

夯实高质量发展基础支撑包括：提升法治建设水平、提升数智化水平、加强科技人才支撑、强化新闻宣传、加强国际交流合作。

#### 财政部 | 全国财政工作会议

全国财政工作会议指出，2026年继续实施更加积极的财政政策。一是扩大财政支出盘子，确保必要支出力度。二是优化政府债券工具组合，更好发挥债券效益。三是提高转移支付资金效能，增强地方自主可用财力。四是持续优化支出结构，强化重点领域保障。五是加强财政金融协同，放大政策效能。

2026年财政工作重点任务包括：

推进城乡融合和区域联动，拓展发展空间。扎实推进乡村全面振兴，积极支持以人为本的新型城镇化，促进区域协调发展；

推动经济社会发展全面绿色转型，加快建设美丽中国。推进污染防治攻坚，加强生态系统保护和修复，健全绿色低碳发展支持政策，协同推进降碳、减污、扩绿、增长，增强绿色发展动能。

#### 交通运输部 | 全国交通运输工作会议

全国交通运输工作会议强调，做好2026年交通运输工作，要坚持稳中求进、提质增效，努力在完善基础设施网络、降低全社会物流成本、培育发展新质生产力上取得新突破。

完善国家综合立体交通网。加快贯通国家综合立体交通网主骨架，大力实施交通基础设施更新和数智化改造，强化项目储备和要素保障。

提高国家重大战略服务保障能力。推进跨区域跨流域大通道建设，加快推进城市群一体化和都市圈同城化发展，服务乡村全面振兴，全面服务保障总体国家安全。

深化交通运输对外开放合作。服务高质量共建“一带一路”，践行全球治理倡议，健全国际运输通道体系。

坚决筑牢交通运输安全稳定底线。健全安全生产监管体系，强化自然灾害主动防御，提升基础设施本质安全水平，深化应急体系建设。

#### 国家能源局 | 全国能源工作会议

全国能源工作会议部署2026年重点任务。会议强调，2026年能源工作要紧紧围绕能源发展工作主线，努力实现“十五五”发展良好开局，为中国式现代化建设提供坚强能源支撑。

高质量高标准编制实施“十五五”能源规划。全力抓好规划编制和衔接，增强能源规划的科学性、预见性和主动性，推动形成全国能源规划一盘棋。

以重大项目带动能源规划落地实施，细化时间表、路线图、优先序，强化年度计划和调度。

扎实推进能源绿色低碳转型。持续提高新能源供给比重，全年新增风电、太阳能发电装机2亿千瓦以上，有序推进重大水电项目，积极安全有序发展核电，加强化石能源清洁高效利用。



## 中国国际海事技术学术会议和展览

©图/文：聚展网

中国国际海事技术学术会议和展览（Marintec China，简称“中国国际海事展”）于2025年12月2-5日在上海新国际博览中心举办。邀约全球海事行业的领军人物、知名企业以及众多专业人士共同探讨海事技术的发展趋势，为海事市场各类公司提供了向广大观众展示创新产品和服务的绝佳机会。为业界人士搭建了一个面对面业务交流、发展新业务联系和巩固现有业务联系的平台，展望未来海事产业的无限可能。

中国国际海事展不断发展壮大，已经是亚洲最大、世界第二大海事会展，是国际海事界寻求全方位、多层次合作的桥梁和纽带。经过40年的发展，中国国际海事技术学术会议和展览会如今已经能够充分体现亚洲船舶市场的规模和重要性，反映中国和亚洲在世界造船业的强势地位，中国国际海事技术学术会议和展览会已经成为世界最具权威性的会展之一。

当前，全球海事业机遇和挑战并存，因此更需要业界加强联系和合作，发展新业务。中国国际海事技术学术会议和展览会是了解全球造船业最新产品、技术和概念的最佳途径，也是业内专业人士面对面交流和开展业务的理想平台。不仅为中国与国际海事界寻求全方位、多层次合作搭建了桥梁和纽带，同时也成为了国际海事界了解中国船舶与海洋工程装备、航运、港口等产业的重要窗口。在这个全球化、信息化的平台上，各国海事企业可以充分交流、深入合作，为推动全球海事产业的持续发展发挥重要作用。

本次会务邀请来中国石油天然气集团公司、中国海洋石油集团有限公司等一系列具有行业引导力和话语权的行业巨头，也邀请了如汉福启东环境科技股份有限公司这样专精特新行业知名企业，这些企业将在船舶设计、海洋工程装备制造、港口物流等领域分享行业在数字化、智能化、节能化等新技术应用方面的最新成果。我们相信，通过与各方的交流和合作，本次会务必将能够共同推动海事产业的持续创新和发展。

在此次中国国际海事技术学术会议和展览中，全球各地的海事企业、专家学者以及专业人士将携手，共同探讨未来海事产业的发展趋势和创新方向。我们将以此为契机，加强交流、深化合作，共同构建未来海事产业的新篇章。





## 美国地面材料展TISE

©图/文：去展网（官微）

作为北美规模最大、影响力最广的地材行业盛会之一，美国地面材料展TISE于2026年1月27-29日在拉斯维加斯曼德勒海湾会议中心盛大举行。展会聚焦地板、石材与瓷砖全产业链，集中呈现引领行业未来的产品、趋势与技术。

TISE 2026集结650+参展品牌，展示数千款前沿产品与解决方案，吸引零售商、分销商、承包商、安装商、加工商、设计师及建筑师等核心人群到场。展品覆盖六大主题展馆，囊括地毯与羊毛制品、地板与木地板、台面材料、机械工具、石材与人造石材、瓷砖等多个品类，全面呈现材料与工艺的最新走向。

本届TISE推出更具沉浸感的展馆体验：COVERConnect Pavilion——高端地毯专属展区，聚焦艺术性与匠心工艺；Surfaces & Tile+Stone——表面材料&石材瓷砖清晰分区，便于高效对接；互动演示与社交空间——促进合作交流与商业转化。

莫霍克工业、曼宁顿、肖氏、AHF Products、Engineered Floors、Stanton Design、剑桥石英、MS International、BACA、比雅斯等一线品牌与创新企业将悉数亮相，构建覆盖全链条的专业市场。

正如主办方所言，美国拉斯维加斯地材展TISE始终是将最新技术、产品与解决方案集中呈现的核心平台。来自世界各地的专业人士将在此交流思想、洞察趋势、拓展合作。

TISE 2026不仅是一场展览，更是地材行业洞察未来、链接全球的重要窗口。





## 破解渠道难题，共创未来！ 第44届中国（佛山）陶博会四大亮点抢先看！

◎图/文：佛山陶博会

2026年4月18日至23日，第44届中国（佛山）陶瓷卫浴博览会（简称“第44届佛山陶博会”）将在中国陶瓷城、中国陶瓷卫浴总部、佛山国际会议展览中心三馆联动举办。本届陶博会以“共创”为核心主题，旨在通过共创价值、共创模式、共创内容、共创渠道，为参展企业找到增长新路径，共同助推行业高质量发展。

### 四大亮点，引领行业破局

#### 01 深挖「集合店」新赛道

当前，集合店已成为终端渠道变革的重要方向。为把握这一趋势，本届陶博会重点聚焦“集合店”业态，不仅将组织实地探访成功案例，更将举办实战峰会与引流课程，系统性地从盈利模式到抖音、小红书同城引流提供一站式解决方案，旨在助力经销商优化选品，并赋能品牌商开拓新渠道。



#### 02 权威「选品指南」重磅来袭

参展即亮相行业最高舞台！第44届佛山陶博会将在三大展馆精心设置12大主题展区，全面覆盖主流与特色产品。展会期间将联合行业权威专家，深入解读木纹、质感、功能化等核心趋势。在此平台上，您的产品将有机会从原创设计、美学价值、特色功能等多维度脱颖而出，入选官方选品指南，并获得2026领熠奖评选资格，全面提升品牌影响力与市场竞争力。



#### 03 全面助力中国品牌出海

为应对全球市场变化，展会期间将举办RCEP、中亚、俄罗斯等多场采购对接会，并依托与80+个国际商协会的深度合作，为中国品牌提供从市场对接、资源整合到品牌曝光的全链条出海支持，助力您高效打通国际市场，是您布局全球的最佳跳板！

#### 04 全链路服务升级

本届展会全新推出黑金卡计划3.0，实现权益全面升级。成为黑金卡会员，即可尊享专属选品顾问提供的一对一全程专业服务，真正实现从线上预约、现场对接至成交跟进的完整闭环，保障您的参展价值最大化。





# CHCC2026全新升级

## 赋能行业抢抓未来五年发展机遇

©图/文：CHCC全国医院建设大会(官微)

作为全球医院建设风向标品牌盛会，更是链接全球资源、引领行业创新发展的超级平台——第27届全国医院建设大会暨国际医院建设、装备及管理展览会（CHCC2026），将于2026年5月23-25日重磅登陆国家会展中心（天津）。

CHCC2026紧跟新时代发展趋势，把握现代医院发展新需求，设置“推动创新科技广泛应用，建造医疗空间具身智能体”与“推动中国医院建设产业出海”双主题，与“第十届中国智慧医院大会”“第九届医学工程发展创新大会”“第八届全国医养结合机构建设发展大会”“第四届中国医院学科发展大会”“第二届全国医院后勤创新发展大会”“第二届中国医用机器人应用大会”七会同行，规划100+专题论坛，邀请1000+行业专家知识分享，预计吸引1万+参会代表莅临；10万m<sup>2</sup>展示空间，设置8大主题展馆，40大展区，800+供应商入驻，预计吸引全球6万+专业观众、150+参观团到场，共赴行业盛会。



100+  
专题论坛



1,000+  
行业专家



10,000+  
参会代表



800+  
优质供应商



60,000+  
专业观众



100,000m<sup>2</sup>  
展示面积

2026年是“十五五”规划的开局之年，市场格局将由此奠定。抢占未来五年市场先机，就在CHCC2026!!!面对时代命题与市场变革，CHCC结合未来发展趋势全新升级，全力赋能产业把握“十五五”发展机遇与产业出海的双重历史契机。

## 内容升级

CHCC2026不仅延续其对行业趋势的精准把握，更在内容策划上实现系统性升级：

### 01 会议策划

重点关注行业发展核心议题，构建覆盖医院建设全过程的引领型创新知识体系

基于对未来趋势的前瞻洞察，大会将重点关注整合型服务体系构建、精益管理与提质增效实践、存量改造与品质提升、医疗空间场景创新、建设理念创新突破、科技赋能路径探索、产业出海战略布局等关键议题，创新设置专题论坛、高峰对话、共识研讨、会前培训等多元形式，为与会者提供前沿、系统且深度的知识内容与思维启迪。

### 02 展览策划

使用场景与需求精准匹配、全场景解决方案集中展示

本次大会聚焦用户真实使用场景和需求匹配，10万平米展示空间创新布局运营效率提升、专用系统创新、室内环艺提升、建筑集成创新、功能空间创新、手术系统创新、病区品质提升、AI技术创新等8大主题馆，突破传统展会以产品为导向的展示逻辑，实现从“供给端产品陈列”到“需求端场景适配”的根本转变。通过系统化、场景化的空间营造与产品融合，真实还原医院各类实际使用环境，使观众能够基于实际应用视角快速理解方案价值，高效匹配需求，显著提升参展体验与决策效率。

### 03 会展融合

以需求驱动的双线联动、打破展览与会议物理边界

每个展区作为独立单元，共同构建“展馆—会议—资源—受众”的闭环体系。CHCC将基于各展区具体内容，深入挖掘相应需求，规划匹配的会议活动，并精准招募目标受众。以需求为核心，系统整合各类会议内容（包括论坛、培训、研讨等），广泛联动外部资源与嘉宾，进行综合策划与深入研讨。通过对可获资源与目标受众的整体统筹与高效匹配，最终实现协同效应的最大化。

## 资源合作升级

2025年，CHCC在资源合作上取得重大进展，与166家行业组织机构展开合作计划，最终与65家权威机构共同举办论坛；成功组织行政主管部门专项工作团队、医院核心建设管理团队及行业协会代表团等72个国内专业参观团；在此基础上，2026年CHCC将进一步加大资源合作力度，从全国行业协会、京津冀、全国拟在建项目、全国参观团四个方面全面升级。

## 国际拓展升级

2025年，来自印度尼西亚、泰国、蒙古、俄罗斯、德国、法国、阿联酋、安哥拉、乌干达、多米尼加等全球45个国家和地区的国际买家到场，充分彰显了CHCC在全球医院建设产业领域的强大吸引力。2026年，CHCC将通过驻华使领馆、国际医疗组织、行业协会、国际媒体等渠道定向邀约，引入更多高质量国际观众群体，助力中国企业出海与国际合作落地。

## 宣传策略升级

2026年，CHCC将从宣传策略上重磅升级，启动“CHCC2026全球品牌传播计划”，投入空前资源，以多层次、立体化全球推广策略，通过贯穿展前精准邀约、展中高效对接、展后持续跟进的闭环服务体系，预计全渠道曝光量将突破1亿人次，参观观众突破6万+，强力渗透核心目标群体。



**DOMOTEX asia CHINA FLOOR**  
全球地材的“上海时刻”  
DOMOTEX asia预登记开启  
大牌云集，5月共赴亚太地材盛会

©图/文：DOMOTEX asia地材展(官微)

当全球产业链面临重构，地材行业步入深度调整的十字路口，一场汇聚趋势、连接全球的亚太地材盛会，即将如期而至。DOMOTEX asia 2026以“穿越周期的新势能”为主题，汇聚全球大牌，集中呈现亚太产业链优势，5月上海，这场国际地材盛会正蓄势待发。



**WOCA博览会, 出口好平台!**  
深入东南亚市场, 锁定2026印尼展

©图/文：WOCA亚洲混凝土世界博览会(官微)

随着东南亚基建热潮持续升温，印尼凭借庞大的市场体量、密集的政策红利与海量的项目需求，成为全球建筑建材行业的重要市场，正释放出前所未有的市场机遇。2025印尼雅加达国际混凝土展览会（Concrete Show SEA）已圆满落幕，2026年展会筹备工作已全面启动，同期同地也将联动多个相关行业展会，为全球展商搭建技术交流与商贸合作的优质桥梁。





## World of Concrete Asia 亚洲混凝土世界博览会

©图/文：WOCA亚洲混凝土世界博览会(官微)

World of Concrete Asia 亚洲混凝土世界博览会——作为全球混凝土行业知名的展会品牌“混凝土世界博览会”系列的亚洲站，一站式展示混凝土、地坪、砂浆三大领域的高品质产品与领先技术。展会以混凝土地面建设为中心，向混凝土立面建筑发展，包含混凝土建筑原材料、混凝土建筑添加剂、混凝土建筑及机械设备、混凝土表面处理设备及配件、地坪原材料、多样性地坪系统、成品砂浆、砂浆添加剂、砂浆成套生产及喷涂设备等产品。WOCA已打造成为混凝土、地坪、砂浆行业一站式展览及贸易平台，推动亚洲地区混凝土建筑行业的绿色发展国际化、多元化的发展。



## 2026 DOMOTEX东南亚展11月泰国开启 助力企业高效拓展海外市场

©图/文：DOMOTEX asia地材展(官微)

在“一带一路”深化与中国东盟自贸区3.0版政策的推动下，东南亚建筑市场正迎来前所未有的发展机遇，2024年建筑市场规模超5385亿美元，年均增速达6.2%，潜力巨大。泰国作为东盟第二大建筑市场，政府推出以“东部经济走廊”(EEC)为核心的区域经济发展政策，每年建筑市场规模超过400亿美元。

面对国内竞争加剧与产能升级压力，出海东南亚已成为企业拓展增长空间的战略选择。为了更好地帮助企业拓展区域市场，全球地材行业盛会DOMOTEX正式启动东南亚战略：DOMOTEX South East Asia东南亚地面材料及铺装技术展览会将于2026年11月11日至13日，在泰国曼谷国际贸易展览中心(BITEC)隆重举办。

作为DOMOTEX品牌全球战略在东南亚的关键落子，本届展会首秀即规划14,000平方米的展示面积，预计将吸引来自全球各个国家和地区的300+家领军品牌与创新企业参展，并将汇聚来自东盟全域及全球的开发商、业主、工程商、总包商、建筑师、设计师、经销商及政府项目采购代表等核心观众。





## 混凝土建筑如何才能实现可持续性？

©图/文：作者 Valeria Montjoy | 译者 July Shao

混凝土的使用向来都被视作是不可持续的，这种材料早在罗马时期就已经开始使用，现如今已经成了建筑业不可或缺的材料。由于其具有强抵抗力，多功能性，造价较低以及容易获得等固有的优点，现如今混凝土已成为了全球范围内最广泛使用的建筑材料。它被广泛使用在建筑和基础设施中，构成了城市的基础，连接了社区，并将继续为未来的挑战提供解决方案——特别是帮助城市应对不断增长的全球人口。然而，由于水泥是其主要成分，使用混凝土会对自然环境造成危害，在气候变化的背景下，它至少导致了世界8%的碳排放。但是，随着创新技术和产品的兴起，有很多方法可以使混凝土变得更环保。

### 混凝土在可持续建筑中的潜力

随着建筑继续持续化，建筑业对低碳材料的需求正在成倍增加——混凝土行业也不例外。虽然它生产过程的改进已经大大减少了此种材料的终生碳足迹，但要达到最佳水平，还有很长的路要走。

如今，创造生态友好型混凝土结构的一些方法包括：用吸碳型混凝土建造，碳封存过程，以及使用保温混凝土（ICF）墙体，这种节能结构将混凝土的优点与建筑整体的保温特性相结合。此外，混凝土是可重复使用的，这意味着即使在一个项目被拆除后，产生的碎片也可用于铺设路面、景观覆盖物、海洋珊瑚礁栖息地，甚至可以作为混凝土混合物中骨料的替代。

### 少一点水泥却更加持久

有许多方法可以减少混凝土混合物中的水泥，从而降低其生命周期的碳足迹，无论是通过使用较大的、品质良好的骨料，来减少需要被浆料填充的空隙，还是通过使用高强度的混凝土让工人能够使用更薄的混凝土来建造元件。此外，硬化过程或减水添加剂可以保持混凝土混合物的强度，即使在减少其水泥含量后，使剩余的水泥得到最有效的利用。

众所周知，钢筋和其他嵌入金属的腐蚀是全世界混凝土恶化的主要原因。因此，任何建筑师或混凝土结构设计者要考虑的首要因素就是尽可能防止它的发生，从而在不依赖更多水泥的情况下增加混凝土的抵抗力，尤其是基础设施项目。考虑到这一点，Krystol于1980年研发了一种内膜（KIM），其本质是一种亲水结晶外加剂，用于制造永久性防水混凝土。通过生长晶体来填充和阻止水和水性盐的流动，使其无法触及钢筋，这种智能混凝土解决方案有效地充当了一个屏障，降低了材料的渗透性。通过这种方式，KIM提供了混凝土持久性和成本效益，也避免使用了含有挥发性有机化合物（VOCs）的有毒元素。

为了完善外加剂的使用，该团队还研发出可以被嵌入到材料上的 Maturix 智能混凝土传感器，以传输和监测实时温度数据并计算出混凝土强度。由于结构设计往往会为了保证安全而增加所需要的强度，这使得混合物有可能优化水泥的使用，从而减少水泥含量。

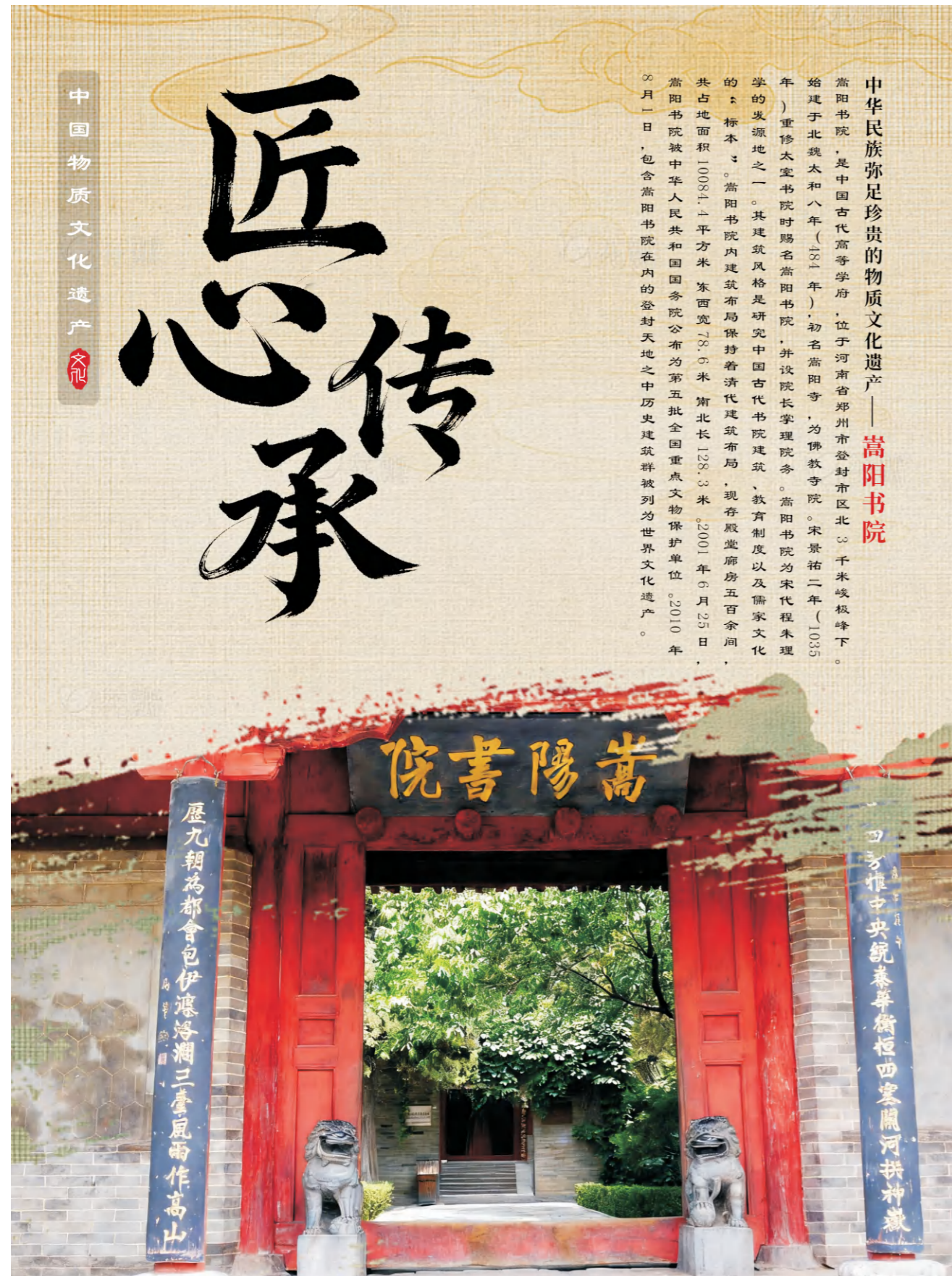
在这些产品的帮助下，持久的混凝土可以应用于广泛的项目，从住宅楼和多功能塔楼到滑板公园，或复杂和磨损性的环境，如工业地板、水坝、水箱、污水处理厂、楼板和基础墙。

### 朝着混凝土更可持续化迈进

人们对混凝土显然有很多误解，特别是关于它的可持续性。虽然该材料的传统使用确实对环境产生了巨大的负面影响，但今天许多新型技术和产品有可能使这种观念成为过去。

无论是通过结晶技术、增强耐久性、使用实时监测传感器，还是其他许多智能解决方案，很明显，混凝土可以成为可持续建筑的一个伟大盟友。然而，这只有在我们继续利用和研发创新产品的情况下才有可能，这些产品将是开启该行业生态友好未来的关键。归根结底，这一切都基于更好、更聪明、更有效地使用材料。只有这样，我们才能实现将各种材料的固有品质应用到可持续领域的目标。也只有这样，我们才能看到潜在的零碳建筑时代的到来，为更健康的全球建筑环境做出贡献。





安全第一 · 质量为本 · 高效协作

李艳群  
施工队

联系电话：13862143540

施工班组：4-5组

人员规模：施工人员20多人



施工项目案例



枣庄康养中心



深圳大学



苏大附属中学



**MONDO 盟多**

## 盟多地板（中国）有限公司

©图/文：盟多地板（中国）有限公司

MONDO盟多集团成立于意大利阿尔巴，1948年创立之初是球类产品制造商。如今，盟多已发展为一家国际集团，在意大利、西班牙、卢森堡和中国设有9家制造工厂，销售子公司遍及欧洲、北美和亚洲。盟多集团在运动地板和器材、商业地板以及球类和玩具领域均处于领先地位。盟多集团自20世纪90年代进入中国市场，2006年在北京正式成立盟多地板（中国）有限公司。

经过长期研究学习，盟多于1969年革命性地创造了世界上第一条预制型橡胶跑道。之后的几十年间，盟多始终是运动地板和器材领域的领跑者。从1976年加拿大蒙特利尔奥运到2024巴黎奥运会，盟多是连续13届奥运会官方指定供应商。盟多同时也是14届世界田径锦标赛和16届室内世界田径锦标赛的官方供应商。世界田联认可的世界纪录中，70%以上产生在盟多跑道上。盟多橡胶地板曾服务于2006都灵冬奥会和2010温哥华冬奥会冰场。2019年盟多成为国家冰雪运动训练科研基地和首钢冬训中心橡胶地板和预制橡胶跑道供应商，为国家雪车雪橇中心，河北承德塞罕坝国家冰上项目训练中心提供橡胶地板及橡胶跑道产品。2020年，盟多成为国家速滑馆橡胶跑道独家供应商。



在地板的生产过程中，盟多尽最大努力为保护环境做出贡献，各个阶段都做到绿色无污染。在意大利阿尔巴工厂，配备了4.6MWp的光伏系统，每年可减少2000吨二氧化碳排放。其生产过程和产品质量获得ISO9001:2015质量体系认证和ISO 14001:2015环境体系认证。盟多产品包含高达38%的无污染可回收材料，以及快速可再生材料。

因为热和阳光有助于产品中有害物质的释放，空气污染会降低运动员的运动成绩，甚至危及运动员的健康。在训练和比赛中，运动员吸收的空气总量通常是一般状态下的20倍，这意味着他们暴露在20倍以上的污染物中。盟多跑道产品均获得了最严格的环境安全认证标准-绿色卫士及绿色卫士金级认证，确保了产品可以应用于儿童及老人等敏感人群活动场所。



盟多地板（中国）有限公司

地址：河北省三河市燕郊高新区拥军路40号

电话：010-61598814

邮箱：info@mondochina.com.cn

Mondo Flooring(China)Co., Ltd

No.40 Yongjun Road,Yanjiao High-Tech Zone,Sanhe City,Hebei Province

Tel:010-61598814

Mail:info@mondochina.com.cn

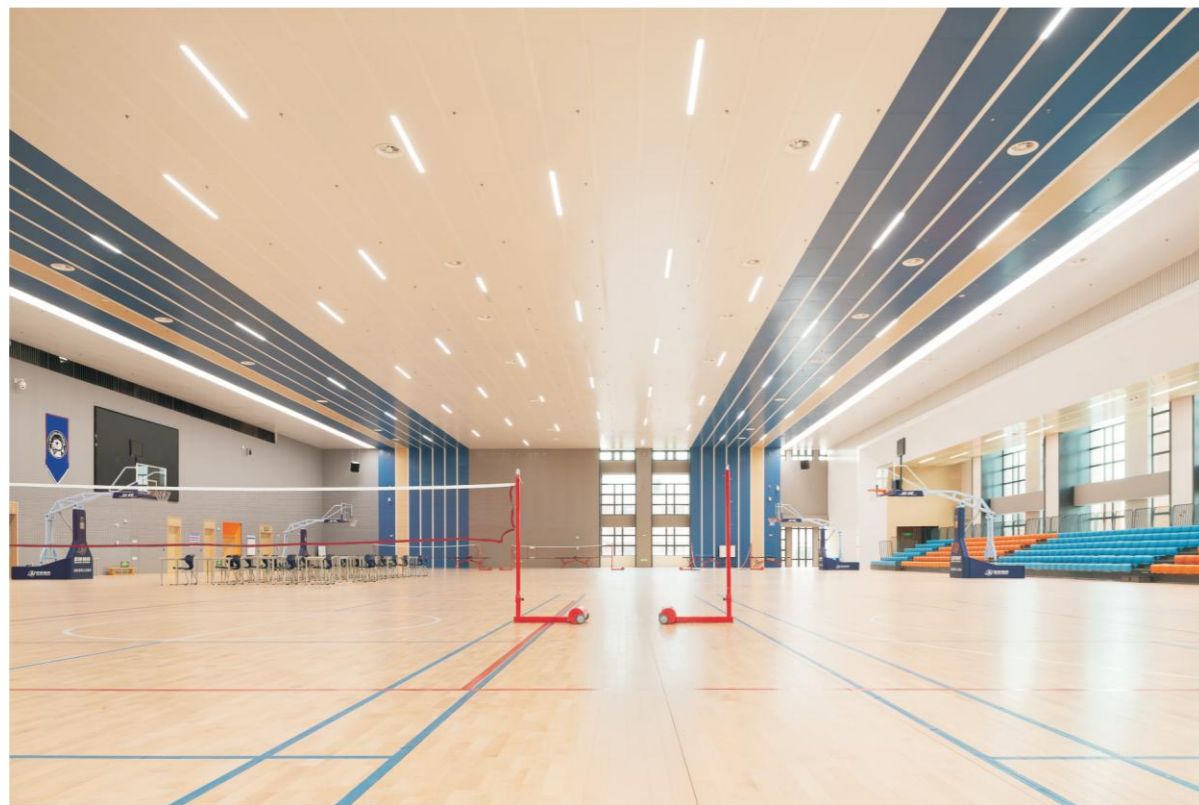


盟多项目案例



MONDO 盟多

MONDO  
SPORT & FLOORING.





# 禾一匠造

重塑行业架构 为行业发展赋能科技生产力

©图/文：禾铸集团

装饰行业作为衣食住行里面唯一未被正规化标准化运作的市场，市场规模万亿，一直是大家想做又害怕的市场目前整个装饰市场变革洗牌期间，国家的战略规划也把技术人员作为主要规划，所以全新的施工方式以及智能化、正规化、标准化、模块化、蓝领化、平台化必然是一种重拾行业信心，改变行业现状，树立行业品牌的过程，加大科技类研发，实现从前期扫描建筑室内，到施工具体模型细分预演，实现机器人设备根据智能化模型进行新智化施工体系，增加人效以及标准化。

行业发展变革下，作为被教育的行业，瞅准行业发展风口，作为全国第一家专注施工培训的企业，瞄准中小施工企业，在现有人员的提升，以及新人员的培训，施工企业老板管理上做主要综合培训，从理论到实践全面规范化发展教学，目前已培训超300家施工企业，培训业绩不断增长，并持有新型专利多项，市场调研发现每个城市施工企业几千家，施工人员占据总额多，施工培训总市场体量超百亿，市场潜力巨大。可持续发展进度可以从新智机器生产力操作，以及模型研发，数据收集培训发展新型施工培训。

精工市场发展，精工行业发展趋势必然以来，在全国精工发展下没有一家品牌公司，作为空白市场，禾铸精工连锁品牌作为国内第一家精工连锁品牌，发展方向在依靠培训赋能，平台中控，实现供应链优势，建立标准化，模块化，可复制的施工体质，市场潜力巨大，目前已经锁定51城，预估两年内可达100城，占据超20亿市场规模。依托市场体量进行大量数据化收集，进行数据分析，完善智能控制后台，以及机器操作系统，为后续机器智能化施工进行落地执行总结。

## 禾铸施工

· 城市合伙人模式快速扩展占据全国市场目前已占据27城



超1000万  
注册资金

超200万  
研发设计投入

超30人  
注册职业中高级  
技工

超30城  
精工连锁品牌城  
市合伙人

1项软件著作权  
平台开发

3项研发专利  
材料研发制作

超10家培训  
授权  
材料、高校授权

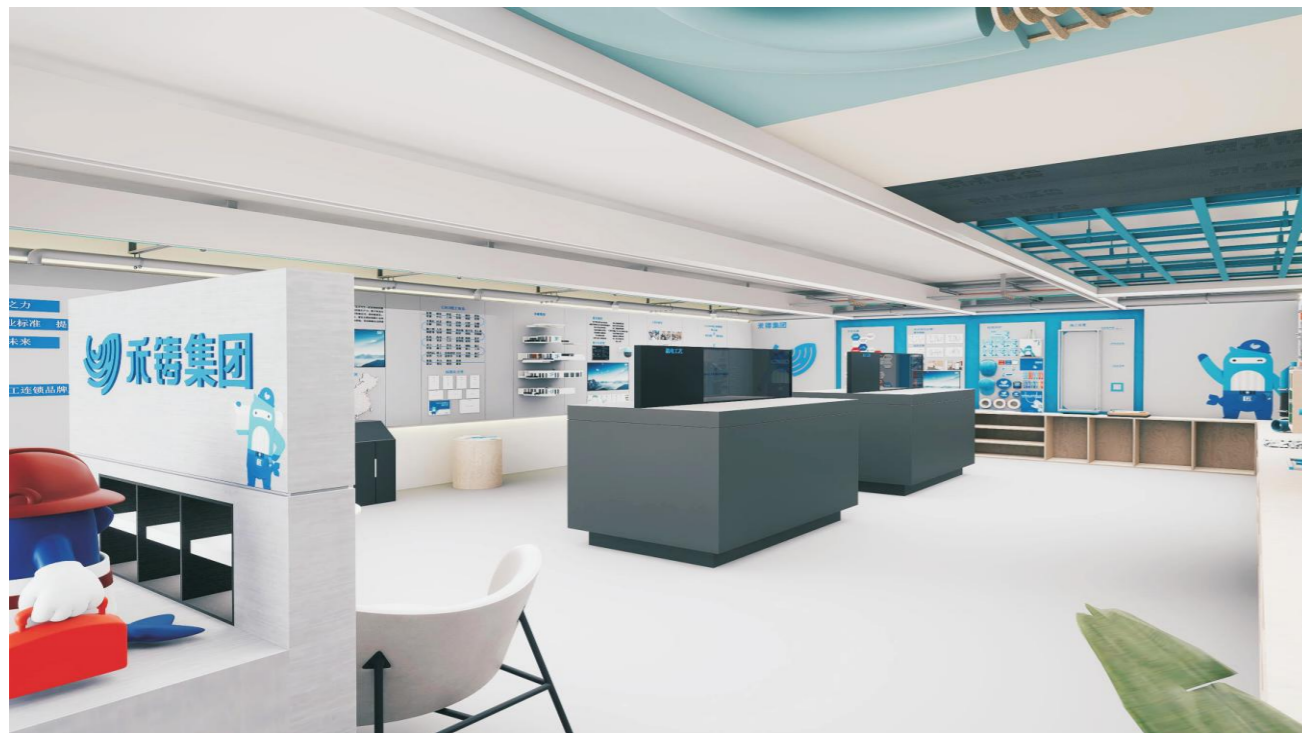
5处工艺展厅  
青岛、上海、重庆、  
郑州、马来西亚



永匠造  
HEYI ARTISAN CO.,LTD.

专注高级  
私宅精造

# 全国标准化展厅







# 北方设计力量

DESIGN POWER IN THE NORTH



## 北方设计推动力量平台简介

◎图/文：北方设计力量

北方设计推动力量是一个专注于推动北方地区设计行业创新与发展的组织。我们致力于整合设计资源，搭建交流平台，为设计师提供多元化的发展机会，以赋能创新设计并提升整个设计行业的水平。

作为一支充满活力的团队，我们深知设计在社会发展中的重要性。因此，我们积极倡导设计理念的创新与实践，鼓励设计师勇于突破传统，探索新的设计思路和方法。同时，我们也注重与国内外设计界的交流与合作，通过引进先进的设计理念和技术，推动北方设计行业的国际化进程。

为了实现我们的使命，北方设计推动力量积极开展各类设计活动，包括设计竞赛、研讨会、展览等，为设计师提供展示才华和交流学习的机会。我们还与各大设计院校、企业、协会等建立合作关系，共同培养设计人才，推动设计成果的转化和应用。

此外，北方设计推动力量还致力于打造京津冀设计生态圈，通过区域合作与协同发展，促进设计资源的优化配置和共享，提升整个区域的设计竞争力。我们相信，只有通过合作与交流，才能实现设计行业的共同繁荣与发展。

展望未来，北方设计推动力量将继续秉承开放、创新、合作的理念，为推动北方设计行业的持续发展贡献力量。

我们期待与更多志同道合的伙伴携手合作，共同开创设计事业的新篇章。

合作平台单位



年度工作高光时刻



# GENCER<sup>®</sup>

## 简舍岩板·瓷砖

### 品牌简介

GENCER (简舍) 是源于意大利的高端岩板&瓷砖品牌, 隶属于佛山市阿特贝尔建材有限公司。作为一家集研发、设计、生产、销售于一体的岩板建材家居品牌, 自 2016 年成立以来, 简舍一直秉持简约、人性化的设计理念, 并致力于原创设计作品的研发与创新。产品线涵盖欧洲进口岩板、岩板橱柜定制、岩板家居、陶瓷大板、瓷砖及艺术手工砖等近千款产品, 旨在提供绿色环保的家居解决方案, 为现代人居生活创造理想空间。

### 品牌优势

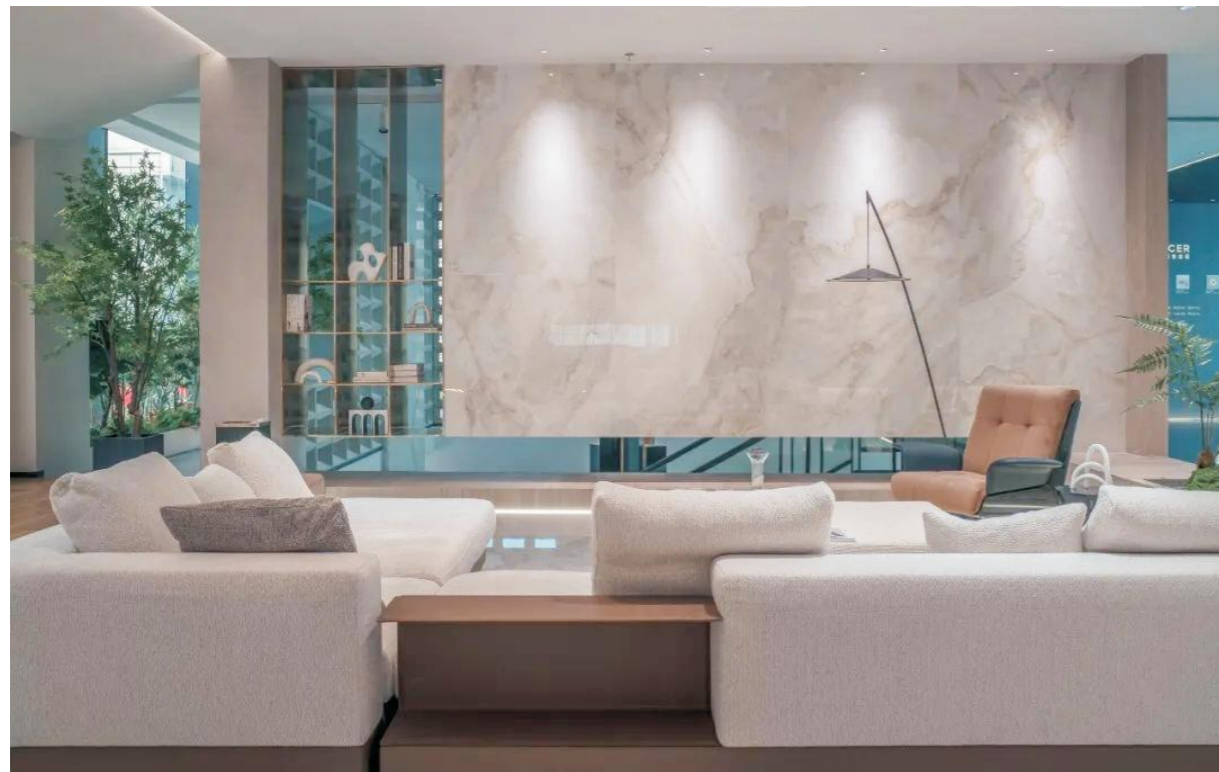
GENCER (简舍) 融合意大利设计工作室的先进理念与技术, 结合中国现代审美, 开拓研发了“一石四面”、“水磨石”、“碳化木”、“五度微光”等原创产品。产品规格覆盖从 1600x3200mm 至 600x1200mm 等八大规格, 满足不同场景需求, 并提供多种表面处理和厚度选择, 形成独特的“多色感、多光感、多质感”产品体系。

公司国内外研发团队不断探索全球各种自然设计元素, 通过高端设备和严格质检系统, 确保产品的原创性和高品质。母公司在意大利设有研发中心, 并在中国拥有先进的西斯特姆岩板生产线, 配备完善的检测和服务体系, 确保产品质量与服务的高标准。



# GENCER®

简舍岩板·瓷砖





# 浅谈水泥基聚合物砂浆

◎图/文：美圣雅恒（官微）

一款颠覆传统水泥砂浆、细石混凝土找平的材料；作为改性水泥基聚合物砂浆材料，凭借高粘结性、低收缩、抗裂防渗等优点，早已突破传统找平砂浆的用途单一，施工繁琐；在建筑装饰装修、墙地面整平，结构加固等多场景展现其“全能属性”。

高流动聚合物砂浆是通过在普通水泥砂浆中掺入聚合物乳液（如丙烯酸酯、丁苯橡胶树脂、可分散型胶粉等）及一些功能性添加剂制成的改性材料，其核心优势在于提高自身粘结强度、降低自身收缩率，同时兼具抗渗、抗裂、耐磨、耐老化等特性，解决了传统砂浆“粘结低、结合力差、易开裂、易空鼓”等质量通病，在建筑工程、家居装修、老旧改造等领域实现多元应用，成为兼具实用性强、性价比高的“全能型建筑材料”。

以下单从地面整平的核心应用场景切入，介绍聚合物水泥基砂浆用于地面整平的解决方案。

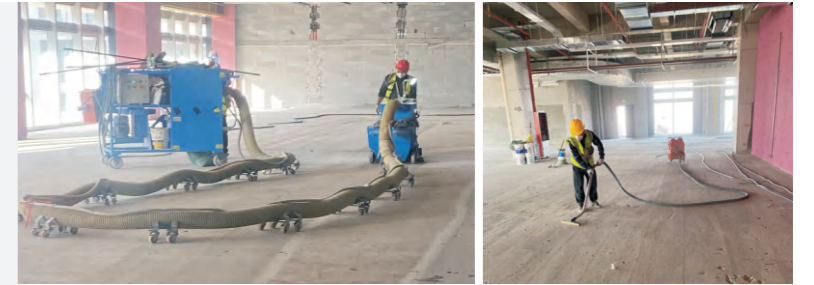
高流动性聚合物厚层找平砂浆，颠覆了普通砂浆在应用领域的局限性和施工工艺的繁琐性；解决了普通砂浆施工厚度不能>30mm,细石混凝土施工厚度不能<10mm的问题。适合于商业空间、住宅室内地面等对平整度要求高的场景，施工厚度可灵活控制，可在3-50mm自由切换，薄施不脱层空鼓，厚施不开裂翘曲等优点，可精准适配各类装饰地面材料。

针对混凝土基层、混凝土结构层地面的高低差、轻微起砂、微小裂缝、坑洞等问题，通过“基层处理+界面增强+精准找平”的组合，实现2m靠尺检测≤2mm的高标准效果，且含水率、PH值均能快速达标，完美适配弹性地板、地砖、岩板、木地板、地坪漆等后续地面装饰层施工。

## 01 建筑工程装饰装修核心场景：筑牢地面工程质量根基

### ● 基层处理

用重型研磨机或抛丸机对混凝土基层、混凝土结构层地面层表面做深度处理；采用工业吸尘器将地面粉尘清除干净。



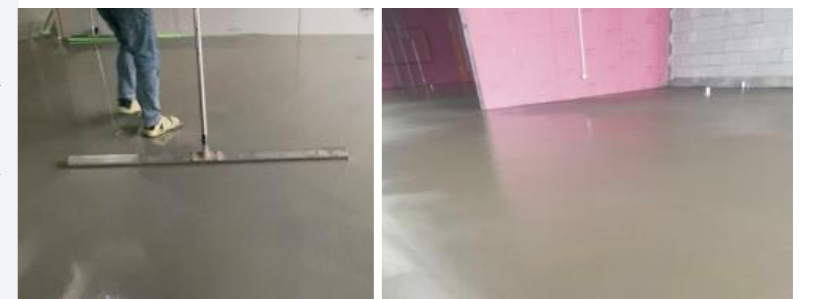
### ● 界面增强

在处理好的基层上施工专用界面剂两道；界面剂可选择一定比例的水进行稀释，均匀涂刷，不漏涂。待第一遍界面剂干燥后在进行第二道界面剂施工，均匀涂刷，不漏涂。界面剂完全干燥后进行聚合物砂浆的找平施工。



### ● 精准找平

高流动性聚合物砂浆材料按应用要求进行混合搅拌，结合实际找平需求控制找平高度，辅助铺摊平整即可。



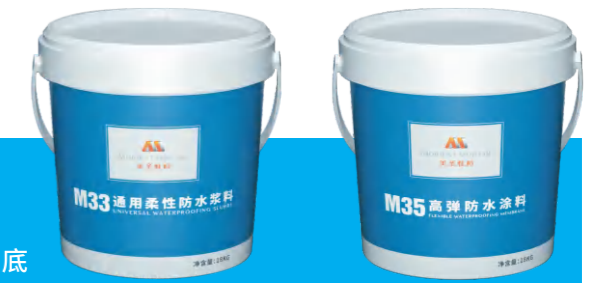
## 02 平整度、空鼓率、表观效果验收

2米靠尺配合塞尺检查，≤2mm，空鼓锤或小铁锤敲击检查，查看是否有空鼓，表面观察是否有开裂、凹凸不平等问题。



结语：

高流动性聚合物水泥砂浆的妙用核心在于“改性后的高流动性、多功能性”，既能解决传统建材的痛点，又能适配不同场景的个性化需求。如果你的应用场景较为特殊或想了解某类特定功能的聚合物水泥砂浆，欢迎随时告知，我们会为你进一步细化应用方案。



你光脚踩在地板上的每一寸温暖  
都是美圣雅恒从“防水→美缝”的双重兜底

## 细节2 美缝不扛温再美的家也藏污纳垢!

光脚走路最尴尬的场景:缝隙发黑发霉,脚底板沾一层灰;地暖一加热,劣质美缝散发刺鼻味,连温暖都变“呛人”

### 好评推荐

M72靓彩釉瓷:双组份环氧材质,耐得住地暖的长期高温,缝隙像“瓷面”一样光滑亮洁,光脚踩完拿布一擦就干净,连缝隙都是“高级感”~

### 好评推荐

M79恒彩环氧填缝剂:颜色细腻不褪色,适配各种瓷砖风格,地暖反复加热也不会开裂脱胶,光脚踩上去,连缝隙的触感都是细腻的~



防水防潮气,杜绝隐蔽的“湿冷攻击”  
美缝抗温差,不让缝隙成为污垢温床

# 寒冬里的“赤脚自由” 藏着两个关键细节!

©图/文:美圣雅恒(官微)

## 细节1 防水不做好:暖中带潮全是“假温暖”

别以为“地暖+地板”就能放心光脚,却忽视了:厨卫潮气渗地暖层,脚感黏腻;普通防水经不住地暖冷热伸缩易裂,渗水腐蚀地暖管还致地板霉臭。

### 好评推荐

M33通用柔性防水浆料:刷在地面基层,能跟着地暖的热胀冷缩“韧性适配”,牢牢锁住潮气,哪怕是客厅的地暖区域,也能保持脚感干爽~

### 好评推荐

M35高弹防水涂料:针对卫生间、阳台等潮湿区的地暖,它的高弹性像“皮肤”一样贴合管道缝隙,哪怕地面轻微变形,防水膜也不会裂,从根源杜绝渗水黏脚~





从选择一款专业的  
瓷砖胶开始  
给每一片瓷砖最合适的“拥抱”

## 瓷砖“性格”不同 对胶的要求大不一样！

©图/文：美圣雅恒（官微）

瓷砖就像人一样,各有各的“性格”。不同的材质、尺寸、吸水率,决定了它们对“另一半”(瓷砖胶)有着截然不同的要求。

认识一下你家瓷砖的“性格”。

### ◆“重量级”选手:大板、岩板

性格特点:

面积大、分量重、自重重。

“择胶”要求:

需要拥有超强“臂力”(粘结力)和抗滑移能力,否则根本“hold不住”,容易下坠变形。



**M59 高柔玻化砖岩板胶粘剂**  
HIGH FLEXIBLE TILE ADHESIVE

- 抗垂直滑落性能
- 晾置及调整时间好调整
- 和易性好,浆料触变性高
- 对基面变形有良好的适应力

### ◆“娇气”的贵族:低吸水性瓷砖(玻化砖、微晶石)

性格特点:

玻化砖高密度、高硬度,几乎不吸水,普通水泥砂浆很难“咬住”它。

“择胶”要求:

需要极强的渗透性和化学吸附力,能牢牢抓住光滑的砖块背,杜绝空鼓脱落。



**M55 玻化砖石材胶粘剂**  
GLASSIFIED TILES ADHESIVE

- 施工便捷
- 优异的抗滑移性能
- 超强的粘结力

### ◆“亲民”的伙伴:陶质砖、釉面砖

性格特点:

表面光滑如镜,吸水率较高,比较“随和”但也需要稳固的陪伴。

“择胶”要求:

需要良好的保水性和调整时间,让粘结剂有充分时间与瓷砖和墙面结合,确保长久稳固。



**M53 瓷砖胶粘剂加强型**  
CERAMIC TILE ADHESIVE

- 良好的保水性、抗滑移
- 优异的粘结强度
- 施工便捷,早强

### 为每一片瓷砖匹配专属“守护者”

别再让错误的粘贴方式,毁了您精心挑选的瓷砖!

- 超强粘结:远超国家标准,粘结更牢固。
- 抗滑坠:优质配方,贴大砖也不下滑。
- 柔韧抗裂:有效应对基层细微变形,不开裂。
- 环保安心:符合环保标准,为您和家人健康护航。



# “墙”强联手 做到有效全方位防水需求

©图/文：HENRY亨历（官微）



防水,是建筑质量的底线  
更是安居乐业的基础  
墙面渗漏、返潮、发霉……

这些“水患”不仅严重影响居住品质更会破坏墙体结构, 缩短建筑寿命!

面对防水难题, 单一的材料或局部的修补往往治标不治本。真正的解决方案, 在于一个系统化、全方位的防护体系。今天, 就让我们来看看, 亨历建材如何通过与“墙”的强强联手, 为您构筑一道固若金汤的防水屏障。



## 01 基层修补 对墙面基层进行检查评估制定适合的基面处理方案。

### HENRY 520速干堵漏砂浆 FAST CURING WATER PLUG

#### 特点:

- 绿色环保, 无毒, 无害, 无污染
- 止水性能优异, 迎水背水面均可施工
- 速凝, 粘结力强, 抗渗能力优异



## 02 墙面加固 墙体加固打底使其干燥坚实、平整无渗水无油污与浮灰等。

### HENRY 508界面剂 WATER-BASED PRIMER

#### 特点:

- 水性乳液, 环保
- 渗透增强, 封闭基层
- 粘接架桥作用, 增强界面附着力
- 颜色鲜明, 防止漏涂



## 03 防水处理

浴室、阳台、厨房等容易渗水返潮的地方, 是防水施工的重点关照对象, 进行防水处理, 杜绝隐患。

### HENRY 522柔性防水浆料 FLEXIBLE WATERPROOFING SLURRY

#### 特点:

- 能够覆盖毛细裂缝
- 绿色环保, 施工便捷
- 易混合, 可刷涂、滚涂
- 附着力强, 粘结强度高





# 不止于停车

## 12个重塑城市空间的停车楼项目

©图/文：作者 Diogo Borges Ferreira | 译者 韩爽

在建筑领域的讨论中，停车楼常被边缘化，且往往被视作仅具实用功能而被忽视，然而它们仍是城市景观中最为普遍的建筑结构之一。这些停车楼专为满足私家车需求而设计，占据城市中心位置，塑造着城市天际线，并消耗大量资源，但与文化机构、学校或住宅相比，它们极少获得同等的关注——或建筑层面的精心设计。尽管这些建筑无处不在，却往往在日常生活背景中悄然隐匿，被视作基础设施必需品，而非设计机遇。

不过，这一状况正开始改变。随着城市交通方式经历深刻变革——从私家车保有量的下降，到电动汽车和共享交通系统的兴起——停车基础设施的角色正被重新定义。建筑师和规划师正重新构想停车楼，将其视为可适应的框架，能够融合公共空间、生态功能及多功能用途。这些新方法挑战了将停车楼视为剩余建筑类型的传统观念，转而将其定位为一种具有潜力的公共建筑，能够支持更具包容性、灵活性和可持续性的城市模式。

诸如停车楼这类基础设施并非中立存在。它们影响着我们的出行方式、与街道的互动方式，以及城市空间的组织形式。其设计影响着日常生活的节奏、特定用途的可见度，以及车辆与行人之间的空间层级关系。承认这些建筑的建筑潜力，不仅是一种美学姿态，更是一种城市责任。精心构思之下，即便是技术性最强的建筑，也能为构建更连贯、更易达、更和谐的城市环境贡献力量。



### 不止于停车场：停车设施能否为城市提供新空间？

所展示的项目案例诠释了建筑如何提升常被忽视之物的价值。从举办公共活动的露天结构，到为未来改造而设计的模块化框架，这些实例表明，停车基础设施无需孤立存在。它们促使我们重新思考如何定义建筑，并认识到，无论其功能或技术限制如何，每一座建筑都参与塑造着集体城市体验。

