

用匠心灿烂着一个建筑时代

在门窗幕墙行业，大多数企业掌舵人都是做市场或者管理出身，技术型的不多见，专家型的就更少。北京东方泰洋装饰工程有限公司董事长郑卫兵以技术员身份进入门窗幕墙行业至今二十余年，依旧保持一颗“匠心”不改，稳扎稳打，带领泰洋幕墙深研技术，攻坚克难。

何为“泰洋”？

“‘泰’指泰山，一样的地位和高度，意在高度；‘洋’指海洋，海纳百川，意在广度。而‘泰洋’二字又恰与‘太阳’谐音，我希望泰洋能够像太阳一样自身发热，生生不息，光照大地，造福人类。”郑卫兵说道。郑卫兵是江苏省南通市人，建筑业是南通的优势产业、富民产业，南通建筑铁军名扬天下。1997年，郑卫兵初次迈进门窗幕墙行业，在韩国现代铝工业中国有限公司工作，这家优秀的外企成了他的高起点平台，这段外企的任职经历，为他日后创业并成为“技术型董事长”奠定了坚实基础。2001年北京东方泰洋装饰工程有限公司在京诞生。最初以门窗生产加工为主，于2004年开始转向幕墙版块，并逐步成为主要业务。如今，经过12年的深积厚累，泰洋印证了它高大广博而又活力四射的名字：它健康、阳光、颇具知名度和品牌辨识度。

何为“匠心”？

当笔者问及郑卫兵在泰洋幕墙的发展过程中，是否有决定公司发展走向，呈现公司高低起伏的大事件时，郑卫兵认真思考了片刻，郑重回答：“没有，我们的发展一直很平稳。”通过郑卫兵董事长随后的解释，我们恍然大悟：正所谓没有惊涛骇浪才显示了你的运筹帷幄，没有高低起伏才证明了你的脚踏实地。终于，一颗“匠心”闯江湖，精益求精而又持之以恒，一点一滴，跬步也能至千里，小流终会成江海。这是郑卫兵董事长的性格所致，也是泰洋幕墙的发展精髓。

何为“品质”？

在郑卫兵看来，品质，是产品，是技术，更是理念。他一直都认为，企业发展的根基是练好内功，做好品质。自身实力硬了，才可以去啃硬骨头，拳头硬了才会打胜仗。从创业到今天，泰洋幕墙做过的大多数工程项目郑卫兵都会亲自参与。他是一个极其注重技术研发和产品品质的人，不论是最初的创业阶段，还是现在企业位居“中国幕墙行业百强”之列，郑卫兵对品质的要求从不曾松懈。

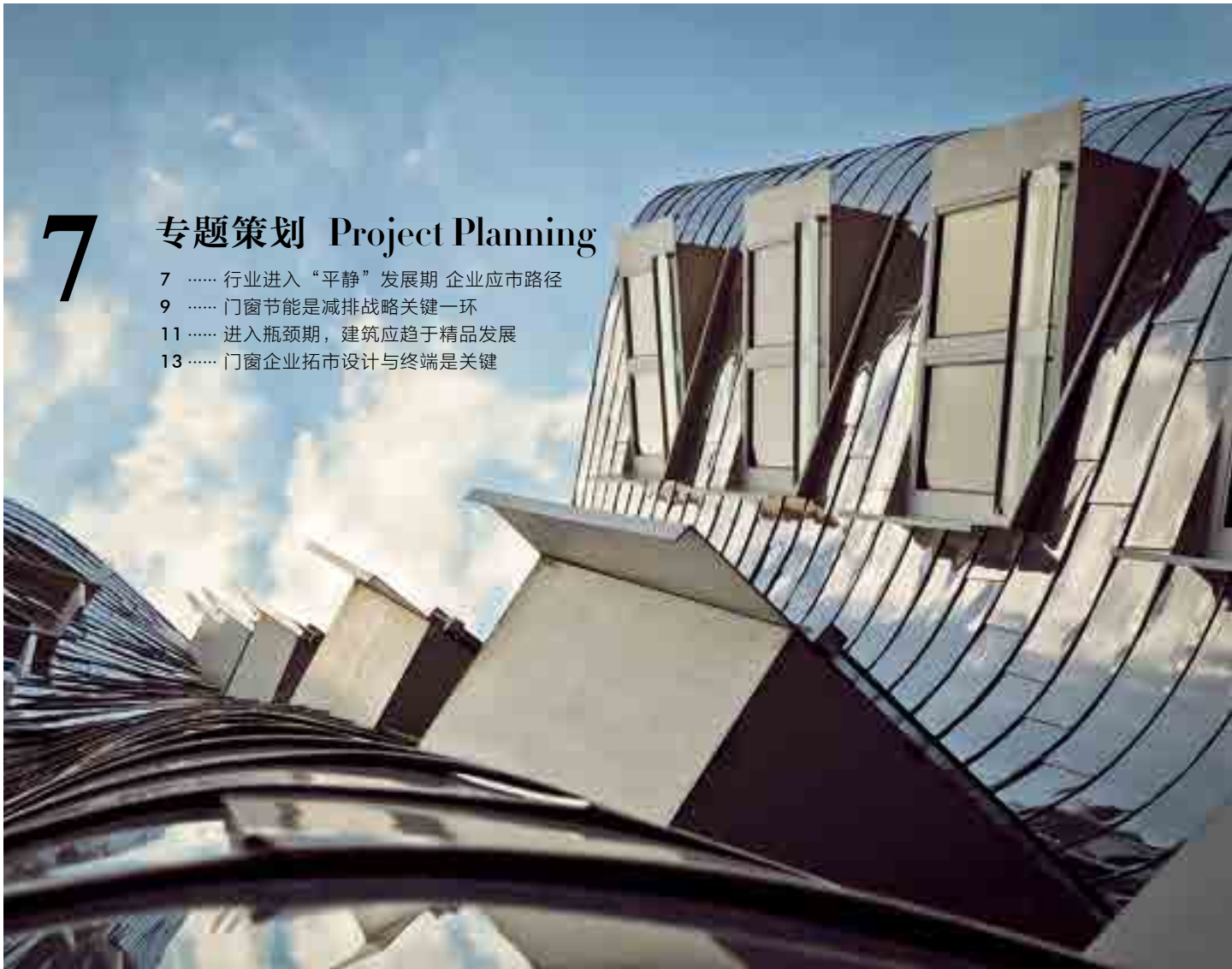
启示：20年匠心不改，20年脚踏实地，北京东方泰洋装饰工程有限公司董事长郑卫兵用一颗匠心扎根于中国，更能叫响于全世界。无数怀有“工匠”精神的企业家们身负重担，在中国门窗幕墙的田野里精耕细作，不仅让世界看到“中国制造”的高度，更让世界看到“中国创造”品质。



加我们为微信好友，
与《中国门业·门窗幕墙系统》分享您的观点

编辑部

2017.05



7 专题策划 Project Planning

- 7 行业进入“平静”发展期 企业应市路径
- 9 门窗节能是减排战略关键一环
- 11 进入瓶颈期，建筑应趋于精品发展
- 13 门窗企业拓市设计与终端是关键

行业探讨 Industry Discussion 15

- 15 经济疲软期：门窗企业需向“智”造转型
- 18 门窗企业如何走上绿色环保之路？

系统门窗 System Window

- 19 欧哲门窗：中国市场，缺的是好品牌和好产品
- 21 伟业门窗：定制平台，开创门窗体验新时代
- 24 一米阳光门窗：匠心精神打造定制时代
- 25 “VICINO 韦思诺”：严于品质，忠于环保

19





辅材 · 铝型材 Aluminum Profile

27

- 27 家装工程两手抓，成就不可复制的优势
- 29 华昌铝材：全铝应用成为铝材企业新突破口
- 31 银正铝业：家装门窗市场将迎来下一个巅峰
- 33 英辉铝业：“智”造未来

辅材 · 机械 Mechanical

- 35 欧亚特机械：向世界展示中国制造

35



37

辅材 · 五金 System Hardware

37 HOPO, 将“开窗”重新定义



辅材 · 密封胶 Sealant

39 集泰化工: 领跑门窗密封胶高端市场

辅材 · 隔热型材 Thermal Barrier

41 恩欣格: 准确地辨别并使用原装产品

39

42 行业热闻 Industry News

53 行业资讯 Industry Info

66 品牌智选 Branding

76 案例欣赏 Appreciation

83 展会资讯
85 供求信息
86 各地工作人员联系方式
87 杂志征订单

中国
门业

门窗幕墙系统
DOOR & WINDOW CURTAIN WALL SYSTEM

指导单位 中国林产工业协会 中国建筑装饰协会 中国建筑装饰装修材料协会

名誉顾问 石峰 田万良 任长青 胡英暖

顾问 陈伟 邬成佳 李志伟

出版 《中国门业专刊》杂志社

邮编 100025 地址 北京市朝阳区远洋国际中心 C 座 901

门窗项目总裁兼主编 Chief Editor 徐 生 Sheng Xu

门窗项目主编 Executive Chief Editor 喻 凯 Kai Yu

市场部 MARKETING

广东门窗项目总裁 GuangDong CMO	饶 德 亮 DeLiang Rao	京津门窗市场总裁 BJ&TJ CMO	王 晶 晶 Dara Wang
广东门窗市场总监 GuangDong MD	王 生 华 ShengHua Wang	辽宁门窗市场总裁 LiaoNing CMO	晏 桂 杰 GuiJie Yan
广佛门窗市场总监 GZ&FS MD	胡 金 星 Bingo Hu	黑龙江门窗市场总监 HeiLongJiang MD	李 馨 瑶 Stephanie Li
广州门窗市场总监 GuangZhou MD	李 湘 Grace Li	四川门窗市场总监 SiChuan MD	马 静 Jing Ma
佛山门窗市场总监 FoShan MD	杨 一 钦 DK Young	山东门窗市场总监 ShanDong MD	徐 宝 传 BaoChuan Xu
中山门窗市场总监 ZhongShan MD	邱 宇 明 YuMing Qiu	吉林门窗市场总监 JiLin MD	陈 浩 林 Ryder Chan
福建门窗市场总监 FuJian MD	魏 泉 Quan Wei	湖北门窗市场总监 HuBei MD	柯 妍 Yan Ke
河南门窗市场总监 HeNan MD	董 振 Zhen Dong	浙江门窗市场总监 ZheJiang MD	郑 旭 峰 XuFeng Zheng
辽宁门窗市场总监 LiaoNing MD	杨 丽 娜 LiNa Yang	永康门窗市场总监 YongKang MD	孙 黎 Li Sun

国际标准刊号 ISSN2306-0298

广告经营许可证号 京西工商广字第 0220 号

广告及征订总代理

深圳美家美户家居传媒有限公司

(深圳市京基金融中心蔡屋围金龙大厦 1423 室)

设计总监 郭良冲 LeungChung Kwok 广告客户执行 王雪如 Kary Wang

信息中心编辑 吴倩恒 Grace Wu 信息中心美编 韦峥 Ching Wai 设计助理 张晓红 Giraffe Zhang

电子邮箱 mcmqxt@126.com 联系电话 0755-22213871 征订 0755-22213871-132

印刷公司 深圳彩轩印刷有限公司 定价 全年 180 元 (含挂号邮寄费) 零售价 30 元 出版日期 双月 15 日

版权声明 未经本刊书面许可, 不得转载和使用本刊所发表的文字和图片。如发现擅自转载和使用者, 本刊将依版权法之规定, 追究其法律责任。

CW.Project

行业的蜕变，是因为每一次的探索

● 专题策划

行业进入“平静”发展期， 企业应市路径

前些年，国内建筑门窗幕墙市场需求急速增长，国内广阔的市场前景让很多国外企业叹为观止并纷纷介入；另一方面，国内门窗幕墙企业借助国内人力资源等优势，也积极向国际市场拓展，形成了行业空前盛况，市场国际化趋势愈来愈强。未来几年，中国的门窗幕墙行业，将会逐渐进入“平静”发展期，那么该如何决胜终端？本期我们将围绕此问题进行探讨。



行业进入“平静”发展期

企业应市路径

钱钟书在《围城》里说过：“外面的人想进来，里面的人想出去。”在某种意义上说很适合目前门窗幕墙行业发展的现状。前些年，国内建筑门窗幕墙市场需求急速增长，国内广阔的市场前景让很多国外企业叹为观止并纷纷介入；另一方面，国内门窗幕墙企业借助国内人力资源等优势，也积极向国际市场拓展，形成了行业空前盛况，市场国际化趋势愈来愈强。未来几年，中国的门窗幕墙行业，将会逐渐进入“平静”发展期。

随着市场竞争加剧，行业两极分化愈加明显，大企业越来越大，小企业濒临倒闭，逐渐形成了以大型企业为主导，中小企业为辅助的市场结构。据不完全统计，目前门窗幕墙行业已经形成了以 100 多家大型企业为主体，50 多家产值过亿的骨干企业为代表的技术创新体系。这批大型骨干企业完成的工业产值约占全行业工业总产值的 50% 左右，在国家重点工程、大中城市形象工程、城市标志性建筑、外资工程以及国外工程建设中，为全行业树立了良好的市场形象，成为全行业技术创新、品牌创优、市场开拓的主力军。

一、企业要主动适应、有效融入市场

市场经济是由供需双方构成的，是相互依存、不可分割的。作为供给方的门窗幕墙企业想要生存和发展，就要时刻关注市场发展趋势，判断哪些是市场不需要的中低端无效产品，哪些是市场需要的中高端产品，只有认真地分析研究，才能主动适应、有效融入市场。

当前，我国门窗幕墙行业低端产能严重过剩并造成恶性竞争，一项工程、一款产品，往往有几十家甚至上百家企业竞争，这不仅造成资源浪费，还严重损害了企业的自身利益。而中高端市场，工程设计、施工以及材料技术含量高，但市场产能严重不足，供给侧结构严重失衡。因此，进行“门窗幕墙业界”的供给侧结构性改革势在必行。供给侧改革，重点是提供品质优、性能好，既节能环保，又有效益，还能引导高端消费的产品，这不仅是国内市场需要，国外市场也需要。事实证明，只要产品质量过硬，性价比高，就不愁没有市场。

二、苦练工匠精神，提高品牌竞争力

因中国广阔的市场前景，使我国逐步成为使用量和生产量最多的门窗幕墙世界第一大国，但却不是门窗幕墙的强国。大而不强的原因在于产

品质量不精、技术含量不高等，产品总体处于中低水平。因此，要想实现门窗幕墙强国，离不开工匠精神，更离不开企业对技术人才的重视。

我们的产品质量总体水平不高，与发达国家相比存在一定差距，关键就在工匠精神的缺失和高级技工队伍的缺乏。为此，企业要努力加大对员工培训的力度，当前经济发展速度处在放缓时期，正是门窗幕墙企业抓紧内部培训、苦练内功的好机会。特别要重视对高级技工的培训和帮扶，通过以师带徒等行之有效的方式培养一批技术水平高、作风严谨、能啃骨头的高素质技工队伍，使每位操作工成为技艺高超的工匠和技术能手。同时，行业已经进入品牌化时代，企业没有自己的品牌，将严重削弱在市场的竞争力，这是市场发展的规律也是优胜劣汰的结果。

三、绿色消费带来绿色商机

随着社会的发展，消费者对居住环境的健康要求越来越高。绿色消费成为主导建筑消费市场的观念，绿色消费带来了巨大的商机。因此，满足绿色消费需求，发展高性能、高技术生态建筑幕墙及门窗，不仅要考虑建筑外观效果、幕墙及门窗自身的基本物理性能以及造价等方面去思考，也要把幕墙及门窗的整体设计与生态环境挂上钩，建造后的幕墙及门窗具有良好的性能，减少对环境的污染，给人们营造舒适的环境。在刚结束不久的广州铝门窗幕墙博览会上，华昌铝业集团市场部总监袁毅说：“作为型材企业，对环保要求更多也更为严格。华昌铝业致力于打造生态圈的应用，打造整个价值链，提供所有解决方案。”目前华昌铝业正在不断的升级环保设备，致力于生态圈的全产业链应用。

四、“一带一路”战略指引下，寻求市场无限商机

随着“一带一路”战略的开展，一批高铁、高速公路、机场等基础设施项目将陆续兴建，为门窗幕墙行业提供了发展机遇。“一带一路”战略为企业走出去搭建了良好的平台。“一带一路”沿线覆盖 65 个国家，占到全球经济的 30%，基础设施建设将给我们带来无限商机，只要把工程质量和产品品质做好，我们在国际市场中就具有竞争力，就能赢得并占领国际市场。

同时，在拓展海外市场时，加强产品结构转型升级，由中低端产品向中高端产品转变，以适应发达国家市场需求；要从小项目做起，由小到大，逐步发展，在积累一定经验后再选择扩张，以规避风险，做稳



做实；门窗幕墙企业要尽可能抱团出海，团结合作，千万不要恶斗；要对项目进行调研，弄清情况再做决定。同时，还要选择业主口碑好、资金落实到位、付款及时的项目，例如政府项目和大型房地产项目等。

五、创新是企业走出国门、占领市场的重要武器

创新是门窗幕墙行业走出国门，打造世界一流品牌，提高市场竞争力的重要武器。企业应把创新投入到人才培养上，引进高素质的创新人才，研发出具有自主知识产权和专利。

幕墙工程属于系统集成工程，而门窗幕墙相关产业链上材料企业的创新水平，直接关系到工程的质量等级，企业要创新关键是人才，人的因素很重要。创新需要建设创新平台，建设创新体系和机制，引进高素质的研究人才。同时，创新必须坚持产学研相结合，发挥高校和研究机构人才、技术、设备优势，整合社会各方面资源，以高、精、尖、

缺为导向，密切结合企业发展需要，攻克技术难关，开发研究具有前瞻性、引领性的科技成果，并及时转化为生产力。

在当今经济全球化时代，门窗幕墙企业一定要加大创新力度，把创新的各项工作落到实处，并生根、开花、结果，使创新成为门窗幕墙行业发展的新引擎。

如今的传统行业，受到互联网的冲击，发生了许多颠覆性的变化，如滴滴打车让出租车公司出现了空前的危机。随着“互联网+”的普及，越来越多的传统行业亟待转型，门窗幕墙业同样如此，如果我们每一个行业人依然抱着原有的思维，把自己关在一个封闭的环境中，被淘汰那是迟早的事情，因此，要抓住机遇走出去，看看这个世界，看看我们的行业正在发生哪些翻天覆地的变化。

CW.

文/喻凯 吴倩恒

The Key Link

门窗节能是减排战略关键一环

有人说窗户是打扮建筑最好的“衣裳”，但衣服的好坏，直接影响着建筑物的节能效果。我国新建建筑节能水平与发达国家存在显著差距，既有建筑能耗比例依然居高不下。门窗虽仅占建筑面积的1/5，但其能耗约占建筑能耗近一半。中国建筑金属结构协会会长郝际平在接受记者采访时表示，我国建筑门窗的标准亟待提高，并呼吁我国应尽快将门窗节能纳入节能减排战略，制定门窗的标准，并强化标准执行力。



中国建筑金属结构协会 会长/郝际平

现状：中国门窗节能标准落后德国约 20 年

随着我国标准化工作持续推进，门窗相关标准的类别和体系逐渐得到丰富与完善。但是，我国门窗行业在标准、认证、标识体系方面，与国外发达国家相比，还有不小的差距。

以居住建筑门窗节能为例，我国按气候区划分为严寒、寒冷、夏热冬冷、夏热冬暖、温和五大区域。不同区域的居住建筑节能设计标准对外窗保温性能K值(K值数值越小,保温性能越好)要求为:严寒地区1.5 ~ 2.5瓦/(平方米·开),寒冷地区1.8 ~ 3.1瓦/(平方米·开),夏热冬冷地区2.3 ~ 4.7瓦/(平方米·开),夏热冬暖北区2.5 ~ 6.0瓦/(平方米·开),夏热冬暖南区不要求。

尽管各省、自治区、直辖市又相应制订了本地居住建筑节能设计标准，但绝大部分地区还是执行65%节能标准。值得欣慰的是，北京、天津、吉林、山东、新疆、河北等地区执行的是75%节能标准，其建筑门窗保温性能要求提高至1.5瓦/(平方米·开)；还有个别地方出台了更高级别的节能设计标准，譬如河北对被动式超低能耗建筑的设计标准要求外窗K值为1.0瓦/(平方米·开)。北京是我国第一个执行75%节能标准的地区，将其与同纬度的德国比较，北京现行节能设计标准规定的门窗保温性能指标1.5 ~ 2.0瓦/(平方米·开)，仅仅相当于德国1995年的水平。可以说，中国目前门窗最高水平节能标准还落后于德国约20年，这与我国的快速发展的经济建设事业极不相称。

问题：标准低、缺乏规划，节能推广受影响

第一，对标准的制订缺乏长期规划。近年来，国外发达国家纷纷制订

了中长期的建筑节能发展规划，以指导建筑节能标准的修订，从而不断提高门窗的保温性能。相比于发达国家，我国在制订建筑节能设计标准时，缺少对未来发展的中长期规划。

第二，现行标准低，制约了节能门窗产业的发展。我国目前各气候区的节能设计行业标准比较低，多数地区的节能设计标准还维持在所属气候区节能设计标准的水平，尽管有些提高，但程度较低。在这种情况下，要推动各地节能设计标准的提高，不仅难度比较大，还阻碍了高性能节能门窗及型材模具、玻璃、五金、间隔条相关产业和技术的发展。目前，各企业普遍存在技术研发阶段信息不足、在市场推广阶段又得不到政策支撑的双重矛盾。长此以往，既不利于行业健康发展，更不利于中国产品的国际竞争力提高。

第三，推广建筑节能工作受到影响。在我国建筑节能设计标准中，有的门窗指标的区间过大。很多门窗项目在设计阶段未考虑门窗与墙的比例、朝向等因素，只选择最低指标要求，从而导致工程实际节能水平大打折扣，致使建筑节能工作未能落实。

解法：重视规划、体系的建设

第一，制订中长期门窗节能标准发展规划。合理的规划可以指导我国门窗节能标准有序提升，以拉近或赶超发达国家节能水平为目标。以我国严寒和寒冷地区为例，2017年为1.5 ~ 2.0瓦/(平方米·开)，2020年提升为1.3 ~ 1.5瓦/(平方米·开)，2025年提升为0.8 ~ 1.0瓦/(平方米·开)。夏热冬暖地区也有必要提倡门窗保温，该地区夏季空调能耗巨大，仅凭提高门窗的遮阳系数来阻挡太阳辐射，不足以



降低夏季无日照时段的空调能耗。

第二，建立门窗综合评价标准体系。建筑门窗的产品质量，需要从保温、抗风压、水密、气密、隔声、长期使用性等各项性能综合评价和表征。建立门窗综合评价标准体系，可以指导建筑门窗的设计和选用。

意义：引导产业转型升级，拉动内外需求

以门窗节能指标为突破口，提高我国建筑门窗标准，是履行国家对节能减排的承诺、推进生态文明体制改革的现实需要，是引导产业转型升级、提升中国制造竞争力的紧迫任务，是保障和改善民生、拉动内外需求的有效途径。我从四个“有利于”来阐述：

一是有利于行业转型升级，促进企业研发和市场经营。中长期规划的

制定和发布，可使企业有计划地开发新产品，性能与成本都有很好的控制，避免浪费或不足，合理规划研发成本，提高产品竞争力。

二是有利于提高我国建筑性能水平。合理提高节能设计标准，一方面使我国现有的、成熟的建筑节能科技得到更有规模化的应用；另一方面也能促使我国新建建筑整体节能水平的提高。

三是有利于提高经济效益，增大出口配套能力。提高建筑节能设计标准后，可以提升门窗产品附加值，增加产业经济贡献，减少行业恶性竞争，提高门窗产品的出口竞争力。

四是有利于增加社会效益，节能减排。提高门窗节能标准要求具有显著的社会效益和环境效益。

CW.

文/中国建筑金属结构协会会长 郝际平

Exquisite Development

进入平静期，建筑应趋于精品发展



中国建筑金属结构协会副秘书长黄圻指出：
在国家宏观调控和供给侧改革推进过程中，房地产市场逐渐进入“冷静时期”，随之而来的是下游产业不同程度的波动，门窗幕墙行业去年整体产值有所下降。

文/黄圻

在城市宜居向住房宜居观念转变及市场推动下，相信门窗行业的灵敏嗅觉也会成为往后建筑工程趋于精品方向发展的点睛之笔。

2016 年至今，一线城市以及天津、合肥、郑州等 22 个城市集中出台了房地产市场调控政策，从限贷、限购、限价、土地供应、市场监管等方面进行调节。房地产一系列调控政策的影响对整个产业链来说可谓是“牵之动全身”，中国建筑金属结构协会副秘书长黄圻指出：在国家宏观调控和供给侧改革推进过程中，房地产市场逐渐进入“冷静时期”，随之而来的是下游产业不同程度的波动，门窗幕墙行业去年整体产值有所下降。

市场逐步萎缩，企业面临巨大挑战

如今的建筑领域中，大型幕墙主要应用于功能化、设计化的公用建筑，门窗大部分用于居住建筑。近年来，全球幕墙工程量正逐渐减少，英国、德国、日本等发达国家新建建筑减少是一部分原因，中东石油问题导致幕墙加工减少，国内北上广深一线城市的大型幕墙项目这两年也有萎缩的迹象。

过去的一年，可以说是门窗行业最为艰难的一年。一方面，房地产压缩到局部发展，国家到地方性的政策频出，门窗占有率逐渐降低，房地产市场影响门窗市场，部分市场趋于饱和，门窗产品销量难以增长；另一方面原材料价格不断飙升，让众多中小门窗企业的生存受到严重威胁。目前门窗幕墙市场面临严峻挑战，资金链也越来越紧张。

市场转型期，政策推动实践“多元化”

在国家提倡建筑节能的号召下，北京、上海等地已经率先执行 75% 节能指标。铝合金、塑料门窗、幕墙等全国、地方相关标准也在做相应调整发布，同时，门窗企业积极响应国家号召，建筑节能门窗产品层出不穷，设计和功能不断升级更新。

近日，上海发布《民用建筑外窗应用技术规程》意见征求，节能附框成为门窗安装设计重要部件。由此可看出，各地在响应国家节能号召时根据地区特点和需求进行更实用深化的要求，这有利于地区性产品的提高。据了解，住建部近期也在针对提高建筑门窗节能标准制定新的规范。

另外，今年 1 月 10 日，住建部发布国家标准《装配式木结构建筑技术

标准》、《装配式钢结构建筑技术标准》和《装配式混凝土建筑技术标准》，三个规范都不同程度涉及建筑外装饰的具体要求，其中包括门窗幕墙。根据统计，建筑质量问题被投诉最多的是建筑门窗，而建筑门窗中，漏水问题提到最多，这表明门窗既有做的问题，又有安装的问题。早些年度的工程施工由于土建尺寸不规范，安装困难，量身定做造成质量和安装问题很普遍，如果推出装配式的话，建筑施工达到模数化，洞口尺寸标准，门窗在工厂进行安装，更容易进行标准化、合格化生产。但是与此同时，这会增加施工技术工人的难度，引发生产合作管理方面等问题，这需要门窗行业在实践中提高行政管理能力。

住房宜居观念转变，建筑工程趋于精品发展

2016 年，恒大、万科、碧桂园等房地产创下 3 千亿销售新高，百强房企占全年销售额比例近 50%，而戏剧性的对比是普遍的门窗品质处于中等偏下水平的原因。近几年，中国房价不断攀升，但门窗应用能力却有所欠缺，虽然有所进步，但仍需不断努力。中国的门窗企业实质上可以生产好的门窗、贵的门窗，因为他们具备很好的研发能力。但从中国宏观经济及房地产调控、价格体系等方面来说是限制了高品质的应用，由于地价、人工费用高，门窗预算价格被压低。

此外，与高房价相反的是近两年商业、住宅建筑总量减少，这意味着幕墙门窗工程量减少。从一线城市看，如：北京现有幕墙工程与前几年“疯狂市场”相距甚远，进入人们视野的大型幕墙工程规划仅有：北京第二国际机场、中国尊、北京副中心。随着民用建筑的减少，门窗市场也面临着一些困境，因而一些企业转战到二手房门窗改造上，也取得了一定的成绩。

随着市场紧缩，其实房地产开发商、材料供应商压力都很大，双方也在寻求一个新的平衡点。虽然中国的门窗企业很多，但严格来说没有垄断性或者市场占有率高的门窗品牌企业，开发商想要性价比高的门窗，寻求的渠道也受到限制。这是市场的一个供需矛盾，当然这个问题的解决是一个漫长的过程。面对整个紧张的大市场，各大门窗企业也在积极应对，希望以现有资金水平，认知程度，品牌提升推动市场，让市场看见好的开发商，好的住房，好的门窗。在城市宜居向住房宜居观念转变及市场推动下，相信门窗行业的灵敏嗅觉也会成为往后建筑工程趋于精品方向发展的点睛之笔。

CW.

门窗企业拓市 设计与终端是关键

文/李馨瑶

有专家预估，未来几年，中国的门窗幕墙行业将会逐渐进入“平静”发展期。但平静期是否意味着企业将能平稳的发展？对于一个不断发展前进的企业而言，仅仅是满足于现有的产品和管理是不够的。当前市场变化速度已经远远超出了我们想象的范围，终端消费者也变得更加理智、更为苛刻，特别是年轻群体追求时尚为门窗企业带来设计的压力。所以，设计和终端是未来门窗产业价值链的关键环节，但大部分中国门窗品牌目前在这两方面的能力还偏弱，需要花大力气改进。



门窗企业应综合考虑不同终端的未来发展前景、收益 / 投放比、对品牌形象的影响、目标客户的偏好等因素，选择最合适的终端组合。

把握设计，成功在即

在笔者走访这么多的门窗企业中，大部分品牌门窗企业都已有自己的设计部门，但国内门窗品牌的设计能力总体偏低，除少数领先企业具有一定的设计规划和原创设计能力外。大部分企业迫于经营压力，往往采取模仿式设计，使得设计师失去设计创作的动力，市场上抄袭之风盛行，原创性设计非常稀缺。市场现状既决定了发展设计作为核心能力的难度，也意味着一旦成功把握设计环节可能获得高额回报。

1、明晰设计战略，形成合理配套

门窗企业要在设计上形成竞争力，首先要明晰设计战略。设计战略主要有三种：适度更新的原创式设计、快速更新的模仿式设计和很少更新的经典式设计。以服装行业为例，卡宾 (Cabbeen) 男装以张扬个性的原创设计为核心优势，快速更新、小批量多款式；时尚平价的 ZARA 则信奉快速模仿式设计；而 HugoBoss 则是德国的经典品牌。

不同的设计战略需要不同的组织、人才和资源配套。卡宾的原创设计主要来源于“中国最佳男装设计奖”获得者卡宾先生及其设计团队对国际时尚元素的把握能力；ZARA 聘请 200 多名专业买手，到巴黎、米兰的时装秀汲取设计灵感，由西班牙总部的四百多人设计团队完成快速模仿，比竞争对手更快速地开发出相应产品，每年推出 1 万多种新品 (男装、女装、童装款式)；HugoBoss 则一直崇尚“为成功人士塑造专业形象”的经营哲学，不鼓吹设计师风格和款式的快速更新，而是强调优质的面料、精致的工艺。

2、创新组织方式，实现设计突围

面对设计师紧缺的局面，门窗企业除了采取培养、招聘、合作、合资等多种方式获取设计师资源外，还应该考虑设计模式的创新，整合更多的社会资源，以提高设计能力和产品竞争力。

时尚平价服装巨头 H&M 除了聘用明星设计师 (如 StellaMcCartney、时尚二人组 Victor&Rolf 等) 外，还聘请娱乐明星参与甚至主导系列设计，如由麦当娜参与设计以及代言的 MbyMadonna 系列，由凯莉·米洛格设计并代言的沙滩装，由 KatyPerry、DitavonTeese 以及 Yelle 等明星参与设计的抗爱滋病义卖 T 恤，都取得了极大的成功。

选择合适销售方式，决胜终端

门窗产业的终端 (零售方式) 越来越多样化，主要包括专卖店 (直营或加盟)、超市 / 大卖场、专业 (批发) 市场、家居馆、折扣店、家居广场、虚拟终端 (网络、邮购) 等，未来还有可能发展出其它的终端。不同发展水平的区域，其零售业态将呈现梯次化发展的趋势，落后区域的发展将跟随发达区域的发展，但时间会相应延后。不同零售方式与不同人群的对应性将愈加明显，不同种类的门窗产品在不同终端的表现也不一样。

各种类型的连锁卖场，因规范化的管理和服务、能满足一站式购物需求和塑造良好的品牌形象，将在未来占据门窗终端业态的主导地位。与这些连锁商业集团合作，要求门窗企业建立一套能与之对接的管理体系，并在

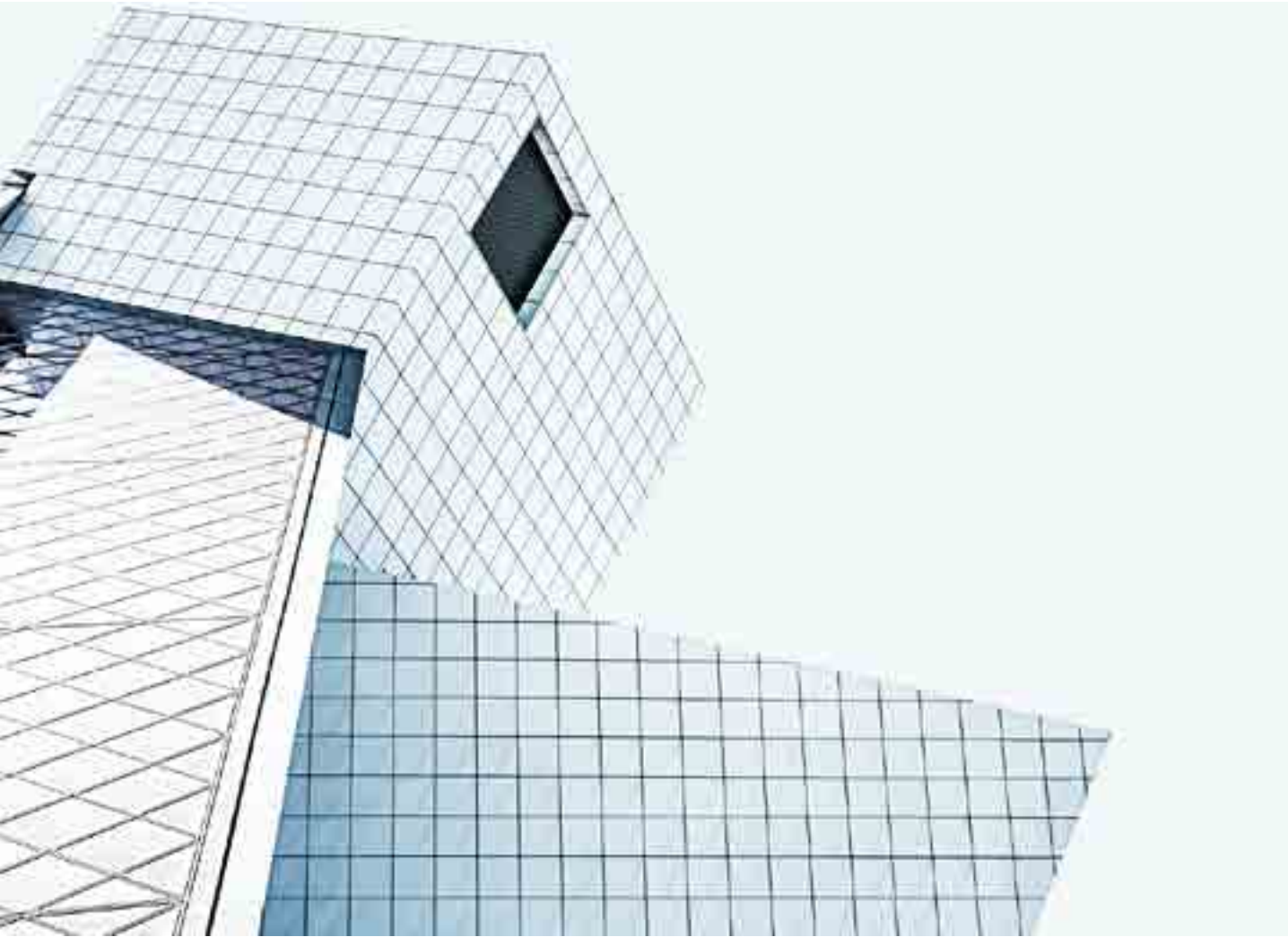
产品的价格、交期和质量方面满足要求。各连锁集团都有自己的商业品牌定位，有些连锁集团自己负责设计，门窗企业只负责生产即可；而有些连锁集团只负责零售，门窗企业在设计产品时需要注意与连锁集团品牌定位的匹配性。

酒店及办公市场的发展、住宅市场中越来越多精装修房的推出，使得门窗团购和工程客户不容忽视。这类客户多以定制化需求为主，要求门窗企业成立专门的部门 (如大客户部) 为这类客户提供贴身的服务，对于某些重要客户的独特需求，可能还需要成立包含研发设计、客户服务、生产工艺等各类职能的专门项目小组。

门窗企业在终端选择时也应关注网络销售等虚拟方式，因为这些方式具有进入成本低、覆盖面广等优势。韩国保鲜盒品牌乐扣乐扣，在全球都是通过选择高质量的电视购物频道进行前期宣传和销售，快速打开知名度，同时进军大卖场、百货商店和厨房用具商店，采用多店铺策略增加销售量，至今已成为韩国、中国等许多国家保鲜盒行业的第一品牌。

门窗企业应综合考虑不同终端的未来发展前景、收益 / 投放比、对品牌形象的影响、目标客户的偏好等因素，选择最合适的终端组合。同时，应根据所选择终端类型的特点，设计相应的营销策略 (如终端形象、产品、价格、促销、服务等)，才能提升各类终端的销售竞争力，真正达到决胜终端的目的。 CW.

经济疲软期：
门窗企业需向“智”造转型



经济新常态下，门窗行业步入经济增长疲软期，转型升级迫在眉睫。
虽然当前的形势不容乐观，但并不意味着门窗企业就只能黯然“退场”，只要寻找到正确的出路，
就能乘着供给侧改革的顺风车实现企业的转型升级。

整理/王生华



经济增长疲软期，转型升级迫在眉睫

经过多年的发展，门窗行业已步入转型期，低端门窗不但面临市场饱和，增长疲软的情况，也面临着跟不上时代的困扰。随着供给侧改革的持续推进和培育经济新动能等一系列政策的实施，国内消费市场结构升级趋势明显，新型业态保持快速增长。与此同时，随着消费者水平提升和科技创新的发展，年轻一代的消费者更加注重生活品质舒适度。个性化消费逐步增强，传统门窗无法满足个性化消费需求等缺点越发凸显，因此，门窗企业想要解决改革升级的问题，加大力度跟上定制化、智能化步伐，加快新的技术革新，满足消费者需求迫在眉睫。

把握挑战与机遇，门窗企业须搭上改革开放顺风车

尽管门窗市场形势不太乐观，但这也并非全是坏事，这对于企业来说既是挑战也是机遇。只要搭上改革升级的顺风车，寻找到正确的出路，那么就能在优胜劣汰中占领更多的市场份额。首先，门窗企业要注重满足消费者使用需求，增强用户粘性。对于用户来说，不仅仅重视产品质量、价格等，还更加注意使用上是否便捷。尤其是年轻一代对生活要求品质更加舒适，从这方面进行技术创新，能够有效的解决当前的困扰。其次，扩大电商市场，目前门窗行业主流渠道仍然是线下销售，但搭上电商平台的顺风车，转而注重线上渠道也是一方出路。最后，就是智能化精品制造，对于门窗厂商来说，要敢于打破传统，进行技术创新。在结构升级、技术创新、电商改革的大潮中，唯有品质优良符合消费者需求的产品才能受到青睐，才能扭转困局，给门窗市场带来新增长。

在传统制造基础上发展智慧制造

近年来，中国企业越来越多地走向国门，在全球市场寻找机会。在这

股大趋势下，国家提出了全面实施“中国制造 2025”，着力振兴实体经济的指导方针。那么，传统门窗企业该如何向“智”造转型？进军高端制造业又将面临哪些挑战？

众所周知，制造业是国民经济的主体，是立国之本、兴国之器、强国之基。中国是全球最大的制造业国家，在经济新常态下，中国制造如何实现转型升级，从中国制造到中国“智”造，成为中国经济发展的重要课题。中国“智”造不是要替代和完全否认中国制造，而必须要对自己的人口、国情，以及复杂的社会现状有一个清晰的认识。推行中国“智”造，要跟“世界工厂”说再见，这个说法过于乐观，也过于脱离目前的实际。对门窗企业来说，中国发展智慧制造，并不是要用掉传统制造做新“智”造。而是要在传统制造的基础上，发展智慧制造。

门窗企业向“智”造转型，需面对四大挑战

中国“智”造难在哪里？当前，中国制造业面临的压力，既来自发达国家，也来自发展中国家。欧美国家提出了再工业化战略、制造业振兴战略，重塑新的制造业优势，而发展中国家现在有低成本优势，中国目前要素成本全面上升，面临两方面的挤压。

当前的中国“智”造瓶颈，门窗企业需面对四大挑战：一是传统产业需要从劳动密集型向智慧密集型过渡；二是传统制造需要和市场融合，适销对路；三是面临人力资源和创新压力；四是相关金融机构为新经济提供的服务还较为滞后。在大众创业和万众创新的时代，传统门窗企业机遇与挑战并存。在推进整体行业转型过程中，中国“智”造不是要替代和完全否认中国制造，而是要在传统制造的基础上，发展智慧制造。中国“智”造应为一个完整的产业链。

CW.



Environmental Friendliness

门窗企业如何走上绿色环保之路？

从目前的门窗市场来看，很多门窗企业在品牌推广中都会声称自己是绿色环保产品，乘绿色环保之风，企业纷纷进行低碳环保营销，从绿色生产管理到绿色宣传等都是如此。但实际上很多门窗企业并没有真正做到低碳环保，由于国内绿色门窗发展还存在着技术、标准以及市场推广等太多不确定性因素，所以门窗企业想要走上真正绿色环保之路，还必须切实解决这些问题。

环保绿色门窗之路势在必行

门窗产品的环保，强调的是与人共存，就是让门窗产品在实现基本功能和满足客户审美观的同时，实现文化内涵的升级。在用健康作为产品卖点的时代，如何生产出适应市场需求的绿色门窗，在当下市场竞争中显得尤为重要。生产过程对环境的无害化处理，在低碳环保体系中也占有重要位置，如何做到并不容易。门窗企业要选择通过认证的原料，在生产中，一方面保证排放气体洁净度；另一方面，提高能效降低能源消耗的工作也要逐步进行。环保的重要一环是废物与垃圾的处理，首先应该减少废物与垃圾的排放；其次，对可二次使用的排放物要加以回收利用。

绿色环保门窗是指那些立足于生态产业的基础上，合理开发、利用自然材料生产出来的能够满足使用者特定需求，有益于使用者健康，并且具有极高文化底蕴和科技含量的门窗。通过市场走访调查发现，环保门窗在门窗市场很吃得开，某品牌销售人员表示：“现在大部分的消费者都会讲究环保，虽然环保不是第一位考虑的，但是越来越多的消费者都在询问。”

2016 年环保突击检查后，佛山将推动企业清洁能源改造，其中南海区任务最重，计划新增 19 家铝型材企业清洁能源改造，完成铝型材行业清洁能源改造工作，预计 2017 年 6 月 30 日前完成治理任务，并加强核查，巩固整治成效。此外，南海、高明、三水三个区，均将开展玻璃行业提标治理，预计于 2017 年 10 月 31 日前完成整治，并加强核查，巩固整治成效。根据佛山市政府的要求，各区人民政府对本行政区域的所有项目负总责，由各区人民政府主要领导作为第一责任人。市环委会办公室将对各单位负责的项目进展组织不定期督查，对工作推进不力、项目进度严重滞后的责任单位予以督办，对于督办后进展仍不理想的将予以挂牌督办。

门窗企业需在竞争常态下推陈出新

竞争激烈是市场经济的常态。在时下门窗行业竞争日渐白热化的阶段，只要能抓住机遇并不断推陈出新，巩固自身口碑甚至带动潮流，必能在门窗行业市场引领风骚。因此，门窗企业要顺势而为，推陈出新。

首先得守住已有的市场，在口碑与质量做到位的前提下，寻求新的突破。在产品设计上要遵循为人们创造健康、环保、美观、舒适的工作和生活空间这一原则。而如何在保证美观、舒适的前提下，科学、合理地利用每一寸空间，使有限的空间发挥最大的效益、实现最大的节约，这应是门窗企业最基本的自我要求。

其次，如何精准定位市场，确定营销方向，也是决定门窗企业能否顺势而上的另一个关键。因为若能抓住目标客户群体的消费心理加以表现，紧跟时代步伐及潮流趋势，将“所需即所求”的消费主线吃透，定会赢得市场。针对这方面，目前已有不少的门窗企业衍生出符合目前消费需求的门窗品牌，如：派雅门窗针对年轻消费者推出的时尚品牌一致尚；怡发门窗也推出了简约时尚的品牌—粤美。此外，很多铝型材企业为了给客户提供一个一站式的导购服务，推出了门窗品牌，如广铝集团旗下的韦思诺等。说明门窗企业对于市场的定位和营销的方向都有了系统的规划。

CW.

整理/吴倩恒



欧哲门窗： 中国市场，缺的是好品牌和好产品

—— 专访欧哲幕墙门窗科技有限公司（欧哲门窗）副总经理 周志军

这些年门窗行业都在学习欧洲的一个信念就是注重细节，因为门窗行业在中国的发展速度和发展时间并不是很长，存在过于浮躁的现象，所以我们要定下心精雕细琢，做最好的产品。中国并不缺高端的消费群体，而是缺好的产品和品牌。

欧哲幕墙门窗科技有限公司（欧哲门窗） 副总经理/周志军



经济基础决定消费思想，从温饱到小康，中国经济经过三十多年的快速发展，加上国内房地产平稳发展，逐渐传导到了系统门窗行业。消费者对门窗的需求已经发生变化，不再满足于早期那种仅仅能起到遮风挡雨的简单建材，而是具备更好的节能、降耗、隔音、密闭和舒适的门窗产品，系统门窗成为未来门窗的发展趋势。

但是现有系统门窗的生产标准不统一，质量良莠不齐，系统门窗市场急切需要一个让消费者信任的品牌，欧哲门窗应运而生。在短时间内，因高端市场定位的品牌形象，及高品质产品带给消费者的使用感受，欧哲门窗声名鹊起，产品走进了千家万户。

“威尔堡” 高端系列产品亮相中国建博会（上海）

上海建博会是门窗行业的盛会，欧哲门窗盛装出席，展示了众多颜值高、性能强大的新品，包括“威尔堡”系列。

对于家装产品，任何炫技的创意都不如功能性来得直击心灵。欧哲“威尔堡”高端系列的诞生就是为了最大化满足消费者对门窗高性能的需求。在满足建筑通风、采光、遮风挡雨等基本功能需求外，“威尔堡”高级别的防盗、隔音、隔热、气密及超高层次的抗风压性能优于一般工程系统门窗产品。尤其是产品隔音性能达 48 分贝，有效缓解城市噪音污染对居民日常起居、工作、学习造成的影响。同时，全新“威尔堡”系列将奢华材质、臻致细节及经典设计

风格完美融合，尽显欧哲品牌无与伦比的奢华品味与超凡质感。欧哲门窗副总经理周志军在接受记者采访时说到：“本次中国建博会（上海）带来的三款‘威尔堡’系列产品完全参照欧洲系统门窗标准生产，可以说是国内性能最好的门窗之一。”

高端门窗不止是少数人的专利

对于高端的“威尔堡”系列产品，大多数消费者关注的应该还有价格问题。那么高性能门窗是否意味着只针对极少数高端人群，而很多普通老百姓只能望而却步呢？周志军说：“欧哲品牌从诞生就定位高端消费人群，目前从整个门窗行业以及中国门窗发展来看，消费者实际上对好门窗需求越来越高。随着人们生活水平的不断提高，人们的消费能力也比以前大有提升，所以高端门窗市场还是很大的，关键看定位。欧哲门窗整体的消费定位主要是在高端，但我相信很多消费者完全能够消费得起。此外，系统门窗还有一个很优越的功能就是节能环保，能源消耗远远低于普通门窗，安装系统门窗的成本几年就能节约回来。而且，随着市场的扩大，欧哲门窗会增加产品多样性，在保证品质的前提下，也会有不同价格层次的产品面市。”

未来一定是品牌竞争而非价格竞争

欧哲德式门窗作为家装系统门窗的先行者，给了我们很多的参考。从品牌诞生开始，欧哲给自己定下的目标是做家装系统门窗领先品牌。



1/ 欧哲门窗展位
2/ 欧哲展厅一角
3/ 产品展示

以往的系统门窗公司大多以工程为主要方向，工程看重的是性能，家装注重的是细节，用周志军的话就是欧哲要坚持不懈地把家装系统门窗这条路走透。

这些年门窗行业都在学习欧洲的一个信念就是注重细节，因为门窗行业在中国的发展速度和发展时间并不是很长，存在过于浮躁的现象，所

以我们要定下心精雕细琢，做最好的产品。中国并不缺高端的消费群体，而是缺好的产品 and 品牌。这几年很多门窗品牌都在发力，不管是品牌宣传还是成品设计上，都有很大的提升，欧哲也不例外。周志军说：“未来一定是品牌与品牌的竞争，而不是价格与价格的竞争。” [CW.](#)

文/吴倩恒 杨一钦

伟业门窗： 定制平台，开创门窗体验新时代

—— 伟业集团副总经理李伟萍浅谈互联网 + 在门窗行业的发展

3月11日，伟业门窗于第23届全国铝门窗幕墙新产品博览会盛大举行“伟业系统门窗新产品发布”暨“伟业购·网上定制门窗全运营启动仪式”。现场全新产品展示、线上订购系统、3D定制和VR空间体验，给观众带来了前所未有的新鲜感。我们有幸在发布会现场采访到伟业集团副总经理李伟萍，她向我们详细的介绍了“伟业购”平台以及探讨互联网在门窗行业的发展方向。



伟业集团 副总经理/李伟萍

线上平台：了解需求才能更好服务

目前，企业发展除了自身重要的产品以外，更重要的是服务。李伟萍说：“服务是我们能站在消费者的角度去考虑他们的需求，而不是想当然的在企业角度出发。此次互联网平台的推出都是为了让用户直接对接工厂，让工厂直接发布生产服务指令。”“伟业购”的上线是对消费者的一种保障，因为所有订单都保证是伟业正品，每一个环节都有追溯的源地。这个线上平台跟以往的销售最大的不同是消费者能够自主认可产品，完成交易。

随着互联网 + 渗透在门窗行业，伟业此次的新平台发布对于伟业的发展有着重要的意义。李伟萍说：“伟业这么多年累积的基础，此次‘伟业购’不仅有画龙点睛的作用，还有串线的作用。现在通过线上，可以快捷和客户交流并完成订单。公司要追求质量、货期、服务和创新，按这个思路走，引导消费者，我相信可以把我们的品牌做到家喻户晓。消费者的需求就是我们的研发方向；其次是完成服务，让消费者对我们更信任。‘伟业购’打造对我们来说，一定是赢得消费者口碑，对品牌拓展有重要作用的。”

打造铝建筑供应链体验为王新时代

在当前中国传统制造业向现代制造业转型的关键时期，VR对整个行业的影响深远，“伟业购”实现系统门窗研发、生产到线上销售的全方位打通，打造铝建筑供应链体验为王新时代！李伟萍说：“VR体验只是给消费者提供一个场景，真正的VR是让每个消费者亲自体验到的。只要通过我们的平台、手机就可以看到，我们的设计师也可以根据客户的要求设计方案，消费者可以分享给家人、朋友，咨询他们的意见。完全可以把你整个家实现一站式设计，互动性非常强；其次，还可以

玩游戏，把以前所不能想象的门窗体验呈现出来。”

对于未来门窗行业是否能真正实现互联网电商销售？李伟萍认为，门窗是个相对特殊的产品，它需要安装，对售后服务要求很强。虽然在互联网无法为客户安装，但互联网可以让体验和采购方面更快捷。此外，还应该和传统企业一样做好产品和研发，真正让消费者体验到的还是服务和安装等。线上体验和传统企业更多是平台和传播方式上的不一样，沟通方面更快捷，符合互联网 + 这种多媒体的时代。

四大平台，展现伟业家装系统门窗方案的优势

伟业公司的研发生产一直都是以消费者为导向的，以一个需求者的角度去找到好产品和好服务。同时，让消费者的思想快捷直通车到企业，这是“伟业购·网上定制门窗”平台的初衷。

据伟业工作人员介绍，“伟业购”线上首个定制门窗一站式服务平台主要涵盖四个部分：伟业体验店、VR体验中心、数码设计中心、DIY体验中心，给消费者更强的体验感和代入感，充分展现伟业在家装系统门窗方案的优势。

伟业体验店全流程设计服务一为顾客提供全屋定制整体解决方案。VR体验中心，沉浸式体验、影院级视觉效果、720度家居全景漫游；数码设计中心，店面设计师利用销售设计系统为客户做个性化电脑虚拟设计和方案修改；DIY体验中心，让客户参与自由体验，自主搭配，了解客户喜好、风格等。

CW.

文/林芳凝 陈亿霖



1/ “伟业购·网上定制门窗”平台展示
2/ 中国建筑金属结构协会领导 VR 体验
3/ 客户体验

System Window 系统门窗



一米阳光门窗： 匠心精神打造定制时代

—— 专访广东佛山原朴宅配有限公司（一米阳光）市场拓展部 伟鹏

这个行业仍是一个欣欣向荣的行业，因为有一批朝阳企业在支撑和引领着行业的发展。一米阳光从 2006 年发展至今，已经走过了 11 年，11 年的发展并非一帆风顺，也是充满着艰辛，一米阳光也共同见证了其他品牌的发展。

广东佛山原朴宅配有限公司（一米阳光） 市场拓展部/伟鹏



匠心新品，极致门窗新体验

在刚结束不久的中国建博会（上海）上，一米阳光再次让大家目睹了它的风采。据了解，本次展会，一米阳光门窗携手以目前世界最新的技术、产品及门窗解决方案吸睛无数，铝木门窗系统、铝合金防护系统、推拉门系统以及铝木幕墙、铝木阳光房系统等产品以极致的门窗性能体验闪耀全场，吸引众多观展者纷沓前来观摩问询。一米阳光门窗系统全面地展示了静音、节能、安全等家居门窗系统解决方案，让来访者充分感受到一米阳光不断深耕行业市场的绝对实力。未来，一米阳光门窗将以此为契机，秉承着一份创新之心和勃发之力深耕中国市场，走在行业的前端，向越来越多的消费者输送卓越高品质的门窗产品。伟鹏还向我们介绍了，去年一米阳光购置了一条从德国进口的铝木加工生产线，目前建立了一个以加工中心为主的自动化生产线，这次展示的一些木窗和铝包木产品都是采用澳洲的红木；另外，铝合金饰面也进行了无缝焊接技术；五金配件方面，采用了德国 GU 五金；在产品细节上也进行了升级和处理，比以往的产品都有一个很大的提升。

匠心精神铸造阳光品质

前不久，一米阳光门窗输送了首批技术团队赴德国深造学习，一米阳光技术团队家人们不断践行追求极致的“匠心精神”，其知识储备体系和实践能力都得到了质的提升与突破。这很好的说明了这个门窗行业对于人才的培养的重视已经有了一个很大飞跃。对于人才输送，更多的是对品质的专注和追求。

一米阳光一直秉承着“匠心”的信念，专注、追求极致、不断创新。一米阳光门窗赴德技术团队在学习深造过程中不断钻研，用一种近乎执着完美的匠心精神，不断汲取德国相关的门窗知识，注重实践经验，始终将协和合作摆在首要的位置。一次次地与德方技术精英交流探讨，一遍遍地现场实践，通过不断的交流与实践，持续抢占技术制高点，致力于为中国用户提供与国际接轨的一流优质门窗产品！在培养技术

人员的同时，一米阳光致力于用节能的全新理念打造精致、奢华、舒适的生活，从门窗开始，改变家居品质，感受全新的家居门窗体验！肩负着“卓越品质、厚德载福”的理念，一米阳光门窗正在品牌的路上一步步稳健地向前迈进，承载着技术人员与企业的梦想。

定制化时代，阳光时刻

伟鹏认为，目前门窗行业的发展与中国目前的形势相适应，处于一个高速发展的状态。如果需要达到一个顶峰的状态，还需要很多技术的革新和智能数字工业化的准备。总得来说，是需要我们不断的努力，为客户和用户创造更多满意的产品。

门窗定制化是趋势、是时机，也是挑战，定制是一个企业是否具有系统全面的实力的检验。一米阳光门窗以远大的目光为依托，全面引进德国 HOMAG 铝木自动化 CNC 加工中心，全自动铝木生产线将门窗产品体系进一步完善同时大大提高了铝木门窗的品质标准，进一步实现全自动个性化生产定制，用德式工艺来适合中国品味，开启“高品质”的定制化潮流新篇章。

CW.

文/吴倩恒 杨一钦



“VICINO 韦思诺”： 严于品质，忠于环保

——专访广铝集团（VICINO 韦思诺门窗）技术部 梁寒卫



2016 年 3 月 7 日，广铝集团旗下门窗品牌“VICINO 韦思诺”正式推向市场。广铝是一个全产业链发展的企业，涉及到铝上游的氧化铝的冶炼、铝型材生产、成品窗的提供等，这几年随着行业的转型，广铝也进行了深刻的改革，在市场需求下，VICINO 韦思诺智能门窗品牌应运而生。

文/林芳凝 王生华



“VICINO 韦思诺”：苛刻的门窗品质

“VICINO”在意大利语的意思是“超越”，寓意着韦思诺要超越自身，突破局限，达到一个更高的水平，以此来满足行业对高端系统门窗的需求。在前不久的广州铝门窗幕墙博览会上，记者走进了韦思诺展位，展位上摆放了企业今年的一些新产品和门窗结构的展示。一直以来广铝集团充分整合行业内优势资源，对韦思诺系统门窗的品质要求达到近乎严苛的地步，利用多年来对门窗产品的深厚研发能力，使产品从外观到性能都达到甚至超越欧洲优秀系统门窗标准。

据了解，2015 年企业推出的全新系统门窗，主打家装市场，韦思诺推出的产品也是响应了国家节能减排的号召，做铝木断桥和铝合金断桥等系列产品，而非断桥的门窗目前已经相对比较少，这也是出于对节能环保的需求。

门窗应响应绿色节能要求

随着经济发展、环境问题越来越严重，国家对各方面的节能要求越来越高，特别是建筑行业。中国建筑金属结构协会会长郝际平说过：“我国的节能问题重点在建筑行业，我国新建建筑节能水平与发达国家存在显著差距，既有建筑高能耗比例依然居高，门窗仅占建筑面积的 1/5，其能耗却占建筑能耗近半数；截至现在，我国既有建筑中约有 95% 的门窗不符合节能标准。“1/3”、“半数”、“95%”，虽是简单的三个数据，却意味着我国每年有大量能耗从门窗白白流失。”中国对于节能要求会日益增高，所以门窗节能会被越来越关注，发展节能门窗也是一种不可逆转的趋势。

据广铝集团（VICINO 韦思诺门窗）技术部梁寒卫介绍，韦思诺顺应趋势研发产品，在展会现场产品全覆盖了平开推拉折叠内开内导系列，

产品系列包括了 60、70、80、110 窗纱一体的到 120、150 的提升推拉，在做建材推拉门到韦思诺已经是第十代产品了，提升推拉是韦思诺的亮点。针对国际绿色环保，在技术上也在做了很多的改进，如常规像断桥，将铝材和胶条复合，在细节上改进，窗工连接、脚步连接、铝型材中间隔热复合保温材料的选择等。也会针对不同层次消费人群推出不同产品，如 120、150 系列，120 轻型经济型，属于中档次；而 150 重型节能保温方面更出色更高端。

国内系统公司开辟家装市场更有优势

过去系统门窗大多立足于工程市场，随着消费者对门窗的认知和对家居生活的要求越来越高，很多的系统公司已经把方向转向了广大的家装市场。两者存在着很大的区别，家装市场占有率比较小，工装则是批量工程，要求没有家装那么细致，工程产品是采用流水线生产的，按国家验收标准来做，家装则更倾向私人定制，根据客户的需求来做。

众所周知，欧洲的系统门窗发展比中国要先进几十年，虽然中国的发展速度很快，但相比想来还是存在很大的差距。国外的门窗行业起步较高，不仅是门窗，在型材、配件、隔热条等配件上都是站在比较高的起点上，国内还处于追逐状态，还没达到国外的高度。但是否说明中国的系统门窗就没有了市场呢？梁寒卫说到：“欧洲门窗像阿鲁克、旭格等产品进来中国市场都会不适应，国外标准跟国内不一样，国内更加倾向家装私人订制，有一个立面，可以做外开内开；但是中国人还想在这个基础上，可以做到防水再加纱窗可以防盗；国外的要求相对没有国内那么多，国内在研究方面会更细致、更人性化、更符合国情，国外的系统门窗想在中国落地相对来说还是有一定的难度，所以国内系统公司开辟家装市场是有一定优势的。

CW.

家装工程两手抓， 成就不可复制的优势

——专访肇庆新大明铝业有限公司总经理 叶炽良

2016年1月18日上午，新大明铝业举行新厂正式投产庆典。从2012年开始已经着手准备新大明铝业的投资建设，目前，新大明铝业第一期工程已完成熔铸车间、挤压车间、喷涂车间、木纹生产线、大型仓库、办公楼及相关配套设施的建设并正式投入使用。据肇庆新大明铝业有限公司总经理叶炽良介绍，新厂区总投资约10亿元，项目分三期，全部投产后预计年产量达15万吨，产值达35亿元，创税达1亿元以上。

肇庆新大明铝业有限公司 总经理/叶炽良



从1985到2016年，大明铝业走过了31年，从一家小小的铝合金型材厂到如今占地500多亩的大型铝材厂，大明取得的巨大成功，究竟有何奥妙？

家装工程两手抓，实现企业新突破

31年，大明铝业见证着行业从火热的工程市场逐渐过渡到家装市场，这是行业发展不可逆转的趋势。随着工程市场的逐步萎缩，大明铝业开启了新的发展战略，叶炽良说：我们将投资2亿资金来进行厂房扩建、设备增换、人才引进等，加大家装市场产品表面处理研发，以及质量把控，为市场提供各类型材产品，更满足终端用户个性化定制化的需求。目前，大明铝业的阳极氧化型材、电泳涂漆型材、粉末喷涂型材、氟碳漆喷涂型材、隔热型材、木纹型材、工业型材（散热器）等，特别是近期新研发的一种超感木纹型材，深受消费者的喜爱。这为大明铝业进军家装市场奠定了良好的基础。

据了解，目前大明铝业工程产品仍占到50%，家装30%，工业材20%。由此，还说明一个问题，虽然现在很多的铝材厂和系统门窗公司都在大力发展家装市场，但工程市场仍然是最主要的一部分。正如嘉寓幕墙总经理田新甲说：“2个亿的工程单很好做，但是2个亿的家装单就不一定能做到。因为2亿工程可能就两个项目，而且其标准化的生产，相对容易，而2亿的家装，可能有几十个项目，加上定制化的需求，使得厂家不一定能应对。”所以，即使做工程存在回款难，资金周转等问题，但是许多的系统门窗和铝材企业都会以工程为主导，大明铝业在这方面更是家装工程两手抓。

持续创新，形成不可复制的优势

如今做铝材的企业不少，据不完全统计广东地区有一百多家铝材企业，在这样激烈的竞争中，凸显自身优势尤为重要。叶炽良说：“大明铝业在家装和工程上的优势都是家喻户晓的。第一，工程产品方面走专业化道路，我们的产品已成功应用在国内、香港、澳门等多个标志性建筑，获得了‘奥运建筑工程及全国重大建筑工程推荐使用产品’、‘2012广州亚运建筑工程使用产品’等荣誉称号，并成为国内首家进军日本喷涂幕墙市场的铝型材厂家。第二，在家装方面我们将加强技术创新，专门增设家装市场产品研发部，3万多平方的新厂房全面投产后，随着表面技术的研发及应用，将成为大明铝业最大的亮点。”无论在工程还是家装上，大明铝业都展示了雄厚的实力和创新发展的思维，想必也是他们能够乘风破浪30多年的根本原因之一。

随着很多小厂的崛起，大型铝材厂过去那些所谓款式新颖、价格优等冠冕堂皇的优势已经不明显了。实力较弱的企业会面临新一轮的“抄袭模仿、价格战”危机。只有持续创新，满足市场需求，才能脱颖而出，形成不可复制的优势。

满足市场，更要引领市场

每一家有想法、有方向的企业都存在无数的可能。在与叶炽良谈到大明铝业未来的规划时，他说：“我们不但要满足市场，未来更要引领市场。行业的标杆从来都不是跟随而来的，而是带领着行业跨向更新的台阶。大明铝业的目标是3年之内产能要达到8-10万吨，我们将加强质量管理，全面提升产品和服务质量，以良好的行业口碑和适度的



1/ 厂区鸟瞰图
2/3 新大明铝业车间一角

宣传，提升的品牌知名度，让大明品牌一举闯入行业一线品牌行列！新厂房正式投入使用也将大大提高公司的产能和效率，大明铝业将以此为契加快发展，做大做强，不辜负大家对公司的支持和信任。具有现代生产设备和先进工艺流程、环境优美的新厂房正式投产，标志着大明铝材的发展又跨上了一个新的里程碑，对公司的持续稳定发展、打造大明铝材品牌、提高市场占有率都必将产生深远的影响。上市是

我们的更大目标，让传统的铝型材制造企业，插上资本运作的翅膀，在蓝天翱翔！”在他充满自信的言语中，我们能够感受到，大明铝业的未来将一片光明！

CW.

文/喻凯 李馨瑶

华昌铝材： 全铝应用成为铝材企业新突破口

—— 专访华昌铝业集团市场部总监 袁毅

三月展会季，一批批企业带着新产品亮相，在展示新产品、新技术的同时，也折射出目前行业遇到的问题，预示着今年发展的趋势。在 3 月 11 日广州铝门窗幕墙博览会上，笔者走进华昌集团与华昌铝业集团市场部总监袁毅一同探讨行业未来。

华昌铝业集团 市场部总监/袁毅



形成内销外销均衡格局

这几年整个中国大经济环境处于一个比较特殊的时期，特别是房地产业，受到宏观调控影响，波动很大。华昌作为建筑型材为主的企业，受到一定影响。同时，铝型材在其他方面的应用延伸，这两年表现得越来越明显，从去年的全铝家具以及其他新型产品可见，它们在之前可能只是概念上的。但随着铝材作用越来越大，它将会有更大的发展空间。

据了解，伟昌是华昌旗下的铝型材品牌，从建筑型材、工业型材、家装型材都有涉及，公司本身追求的是务实，专注铝型材，近几年有很稳定的发展。华昌铝业集团市场部总监袁毅说：“华昌在 20 多年的发展中，无论是生产规模还是技术改进，以及品牌营销方面，都取得了一定的成绩。作为一家综合的铝型材应用企业，同时提供铝型材、系统解决方案、系统门窗、五金配件等，特别在出口上有大幅度提升，在很多国家和地区有很好的市场表现，主要原因在于自己的整个品牌和公司战略、市场布局、渠道多元化、产品多元化，保证“东方不亮西方亮”，内销外销发展均衡的格局。”

用环保打造生态圈的应用

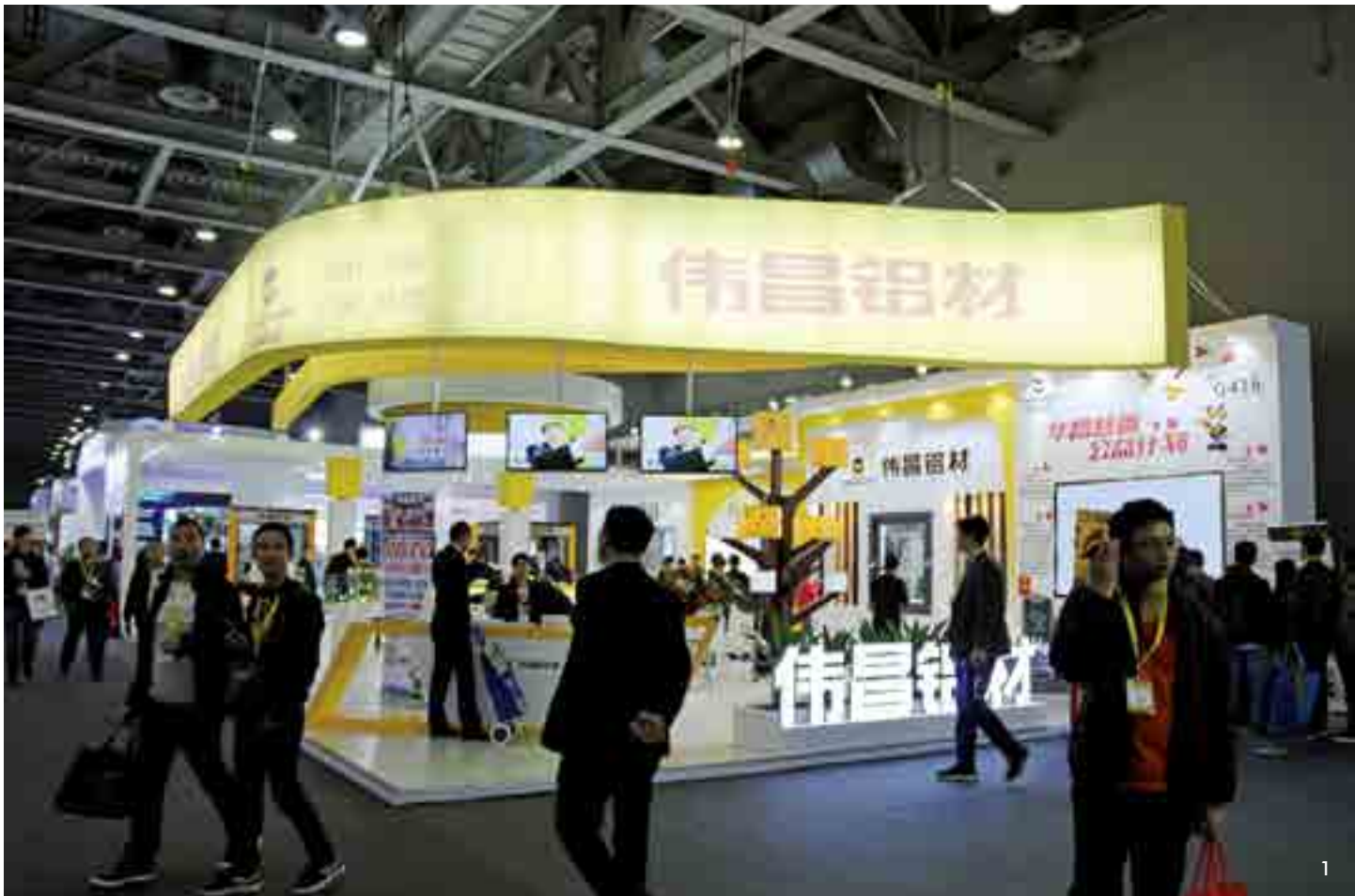
环保话题尽管在行业已是老生常谈，但并非人人能做到。作为型材企业，对环保要求更多也更为严格。袁毅说：“华昌铝业致力于打造生态圈的应用，打造整个价值链，提供所有解决方案，而不是只提供成品或

型材。包括在整个系统中很重要的五金产品，也有自己的研发销售队伍。”华昌对环保的重视体现在：

- 1、每一年都投入大量资金升级环保设备，在整个行业是标杆之一，也是广东省清洁生产企业的副会长单位。相关测评和跟清洁生产相关的会议都会在公司召开，也是社会对华昌的肯定。
- 2、企业率先实现转型升级。在整个行业，华昌是第一家使用全自动立体仓库的企业，它智能化地将型材储存、物流、一条龙进行智能化操作。带来多方面优势，效率提高，节约土地成本，工厂的管理相应升级。
- 3、华昌在客服网络布局比较完整，在提供解决方案时，会更注重节能和在系统统筹上考虑。但回归华昌优势，在系统上是最值得关注的地方。系统是节能、定制以及互联网 + 概念的集合体。

重点关注全铝应用未来走势

今年以来，“全铝”成为新宠儿，不管是紧跟潮流还是市场需求，作为铝材企业有着自己独特的优势，可以把全铝应用纳入发展的战略中。华昌今年与行业一样关注全铝运用的趋势。1、关注研发投入，在产品研发下更多功夫；2、关注企业目前的产品运用，如成品、定制，伟昌铝材、华赛特系统门窗和格兰科五金在市场上的销售，而不是简单地从方案上去理解，而应该从应用和客户需求解决方面，提出更多的解



1/ 伟昌铝材展位
2/3 客户参观产品

决方案。据袁毅介绍，华昌在全铝型材应用方面已经制定了长期的战略，今年首次提出打造全铝应用生态圈，用生态圈的概念作为企业的战略。具体是希望为合作伙伴、供应商、经销商，提供闭环一条龙的价值产业链和一体化的解决方案。从格兰科五金配件，华赛特系统门窗，伟昌铝材等方法面面都可以提供解决方案；服务方面，有一个专业的

公司配合。此外，在定制家居行业，和前五名企业合作，包括好莱客、欧派、索菲亚、尚品宅配等，在定制家居这一块以合作的方式作为切入点，未来有产品延伸的打算。

CW.

文/王生华 吴倩恒

银正铝业： 家装门窗市场将迎来下一个巅峰

—— 专访佛山市银河门窗幕墙有限公司副总经理 费振荣

从 2017 铝门窗幕墙博览会折射出目前行业发展处于一个变革更迭期，由过去主做工程的系统公司转向家装市场；从以往标准化生产到如今定制化发展的趋势。此外，中央对环保问题的重视以及建筑安全问题频发，整个行业都处于一个改造升级期。那行业未来将如何发展？

佛山市银河门窗幕墙有限公司 副总经理/费振荣



全铝家具，打造一体化家居体验

佛山市银河门窗幕墙有限公司（银正铝业）副总经理费荣振说：“银正铝业一直以来坚持家装工装两手抓的方式进行发展。2016 年中旬，企业通过几个月的调研发现，单纯的家装门窗市场并非想象的那么好，于是开发了目前所看到的新产品：全铝家具，为客户打造全屋定制的一站式产品，目前在市场上也收到了不错的反响。”

据费荣振介绍，这些新产品呈现出多个优势：1、产品无甲醛，符合现在绿色环保的生活标准；2、具有较强的防水性，特别是南方城市，遇到回南天也不用害怕；3、回收价值高，即使过几年门窗款式不合适，要更换，卖掉原来的窗户也可以收回成本的三分之一，这是木制家具不可比拟的优点。在本次铝门窗幕墙展会上，银正铝业也展示了多款新品，在提高性能的同时，也为每一位消费者带来全屋定制的一体化家居生活。

建筑安全与环保推动行业发展

近两年，由于施工不谨慎、玻璃幕墙掉落等建筑安全问题报道层出不穷，使得建筑安全问题被提上了日程，政府出台了一系列安全管理规定以及企业开始研究幕墙安全问题。因为门窗幕墙行业在中国发展的速度很快，但是我们国家很多设计单位和施工单位，特别注重外观。但在型材的厚度，包括一些安全节点的设计上其实已经不太注重了，这和

中国市场发展的不成熟也有一定的关系。也就是说，设计单位、施工单位是改善建筑安全问题最主要的一部分，

无论是在型材的选用上还是施工节点的安全要求上都应该得到最大的改善。据了解，国外的幕墙施工很少出现比较大的事故，像费荣振说的：“大多数的事故都是人为造成的，在生产和施工过程中的偷工减料就是造成安全问题最大的隐患。”

除了安全问题，环保问题随着 2016 年末中央调查组袭击佛山也被推向了风口浪尖上，费荣振认为，对环保方面的工作国家应该严格管控，因为在中国大多的小企业只是注重个人利益而忽略环保问题。环保整治行动清查了很多小企业小作坊，无疑对于中上企业是有利的，也推动整个行业往良性的方向发展。行业的发展需要一次次革命的推动，环保对于大企业来说已经不是目标而是最基本要做到的事情。

家装门窗市场将迎来下一个巅峰

在刚结束不久的广州铝门窗幕墙博览会上，费荣振接待了很多的门窗幕墙企业，他说：“目前很多的企业都在做全铝家具，实现全屋定制，不能不说这就是方向。整个行业面临着转型，银正也一样，家装市场在未来的 10-20 年都会持续火爆，按照中国人的习惯，家装门窗市场将引燃门窗行业的下一个巅峰。”



1/ 银正铝业展位
2/ 银正铝业副总经理费振荣接受美家美户采访
3/ 客户参观产品

银正铝业一直是以做铝材著称，2016 年企业开始做成品，环保对于银正发展也有着重要的意义。在坚持环保理念下，银正将在 2017 年实现铝材 25% 的增长；整体家居上的规划是三年内在全国寻找 100 个城市开 100 家专卖店或者加盟店。但短期来说，第一年应该控制在 20 家加

盟店，因为银正对品质的注重一如既往，品质是口碑，这一点是要毫不动摇坚持的。

CW.

文/陈亿霖 杨一钦

Future Creating

英辉铝业：“智”造未来



风云变幻，市场竞争越发激烈，英辉铝业则在激烈的市场竞争中一次次蜕变，一次次成长壮大，从铝型材供应商到独立研发出具有行业革命意义的“瓷泳”产品，再到“质感木纹”产品的新突破，并逐步成为行业领先的门窗系统方案解决供应商，这正是英辉铝业“工匠精神”的最好体现。

文/企业供稿



一、“瓷泳”技术新突破

英辉铝业为推出瓷泳这一表面处理技术，2013 年开始从研发、制造到产品上市，英辉整个技术团队历经 2 年，在这 2 年里我们面对着无数次希望被扑灭的失落感，为小小的攻破都要花上数百个白天黑夜。我们的坚持看到了新的希望，在一次次的推倒重组后，“瓷泳”不再是传说，在全公司各部门的配合下，2014 年铝合金表面处理技术“瓷泳”正式问世，这无疑是铝合金行业中一个重大的技术突破，开创铝合金表面处理技术新时代。

首先，在工艺技术上，瓷泳使用的是纯镍盐，是高稳定性、环保的单盐工艺，而其它类似产品使用的是锡盐加色的工艺生产而成（底色显青色），这种做法虽然降低了成本，但因为参入了杂质，使铝材在生产过程中产生的废气与废料不符合环保概念。

其次，瓷泳使用的着色电源是日本进口的电源，而其他同类产品大多数使用的是国产电源，瓷泳工艺对生产设备和原材料的要求非常严格，进口的日本电源生产出来的产品呈现出细腻度大大提高。另外，瓷泳漆膜厚度达到了 10-12 μm，耐碱测试在 300 小时以上，而市面上类似的产品，漆膜一般在 10 μm，耐碱在 20 小时左右，瓷泳的超强耐候性，使得它可以在极端恶劣的环境下使用，如沿海城市高湿度，高盐度的地方，南方高温天气，北方四季温差较大，瓷泳效果性能更为显著。温馨的瓷泳色系对眼球的舒适度比传统青色底更为舒适，光污染也是最少的。为家居装饰市场营造一个更舒适、柔和的氛围。这是瓷泳研发的意义所在，也是英辉铝业一直追求的核心价值：为人们的生活提供环保、舒适、安全的生活范本。

二、“质感木纹”创造非凡品位

合辉 2016 “质感木纹”心系环保，以推广“自然生活”理念为己任。

珍选木材中极品的巴西柚木，印尼黑檀，缅甸柚木，白橡木等世界各地的名贵木材为模板，完整采集名木的花色、质地，萃取制作成标本，再通过高清的真空转印技术，把木纹转印在型材上。达到视触与原生实木完全一样。

“质感木纹”新品的加入，丰富了合辉铝材木纹系列型材的产品线，为关心环保、钟情木纹的客户提供更多选择。优质的铝合金基材，国际品牌的十年耐候粉末，成熟的真空转印技术，确保木纹的逼真。运用在家装门窗领域，可领略实木的与众不同，独一无二的天然纹理。

“质感木纹”具备抗腐蚀、抗冲击、耐老化、耐磨、防火、持久不变色等性能。其耐候性比普通木纹强 3~5 倍，能够抵御紫外线侵蚀 500 小时。而沉积在喷涂表面的污物，一经清洗，即可恢复原有的光泽和外观。

三、“合辉铝建筑系统”实现系统产品新征程

2016 年研发推出的合辉铝建筑系统，是集合优质标准材料、专业加工配套技术能力、极致产品要求及完善的市场运作服务等各方位的优势，形成了具有独特优势的门窗系统。

结合当下中国供需关系正面临着不可忽视的结构性失衡，推进结构调整，减少无效和低端供给，扩大有效和中高端供给。增强供给结构需求变化的适应性和灵活性，使供给体系更好地适应需求结构的变化，相信随着市场运作的逐步完善，合辉铝建筑系统必定会引领行业潮流。随着门窗系统的逐步发展，合辉铝建筑系统通过人性化的设计，让每一个产品在节能与设计上达到一个高性能的最佳组合。让每户家庭拥有一个舒适宜静的独处空间，造就高品质人居环境。

CW.

欧亚特机械： 向世界展示中国制造

—— 专访欧亚特机械总经理 罗贵兴

近年来行业中部分企业在德国、意大利进口设备，通知观察发现采购进口设备不但采购成本高，而且售后周期长，使用成本高等多方面问题，因此给我们的门窗幕墙及铝加工行发展造成很大的困难。

欧亚特机械 总经理/罗贵兴



欧亚特机械总经理罗贵兴过去二十多年来一直在这个行业工作，从事过多年的机电维修，曾经在德国设备公司从事过多年的技术工作，从事过幕墙门窗厂生产现场管理工作，对门窗幕墙及铝加工现场管理及生产工艺等有着比较深刻的了解。

通过我们多年在门窗幕墙行业工作过程中，对欧洲设备的运行情况和在现场操作使用后发现，欧洲设备也存在很多不足，很多地方也需要完善改进，通过认真分析研究，凭着我们专业专注、精益求精的精神和我们专业的技术团队，再结合我们在行业工作多年的集累的经验，我们已经研发生产更加好用、更加实用、更加耐用以及更加高效的产品。近年来，通过欧亚特高质量的产品和优质的服务，帮助客户在产品质量和生产效率上得到了很大的提高，欧亚特机械的产品目前在行业中已经深得用户好评。

持续创新，铸造品牌

持续创新、铸造品牌、服务行业的发展理念，欧亚特机械目前已经荣获发明专利、实用新型专利、外观设计专利等 50 多项国家专利，还荣获了佛山市企业品牌促进会授予：“知名品牌示范企业”、“质量品牌示范企业”奖，2015 年荣获“铝门窗幕墙新产品博览会星品奖”，2016 年荣获南海区五金装饰行业协会：“技术创新奖”、“最佳品牌奖”，2016 年通过并荣获“国家高新技术企业”认证，我们的 CNC 四轴联动加工中心、五轴数控双头锯又再次荣获了铝门窗幕墙新产品博览会星品奖，并且还荣获 2017 年度中国建筑门窗幕墙行业“科学技术进步

推动奖”。

公司产品主要有 CNC 三轴高速加工中心、四轴联动加工中心、五轴联动加工中心、多功能钻铣中心、五轴数控双头锯、精密数控双头锯、任意角单头锯、专业 45 度双头锯、多功能接口锯、单元幕墙组装流水线，数控自动送料锯，工业型材加工设备等一系列产品。

我们的产品配置、生产工艺等均采用行业高标准执行，凭着专业技术团队和精益求精的管理理念，欧亚特机械在行业中已经深受用户好评。

铝门窗实现“无缝拼角”，引领行业新标准

铝门窗、全铝家居拼角质量是行业最难解决的问题，通过团队的努力开发，针对高端门窗及全铝家居的工艺要求，再次成功推出了几款高精密双头锯床，实现高端铝门窗及全铝家居无缝拼角，大大地提高了铝门窗及全铝家居产品质量，填补行业空白。

“持续创新、铸造品牌、服务行业”是欧亚特机械团队共同追求的企业目标。“专业专注、工匠精神、精益求精”用高品质的产品、更优质的服务为行业提供高质量的产品，我们致力将欧亚特机械打造成为世界级高端品牌，以便更好地为铝合金加工行业服务。促进铝合金加工行业更快、更好的发展，为有色金属加工行业发展贡献一份力量。

CW.

文/喻凯 王生华



1/ 欧亚特机械展位
2/ 团队展示
3/ 为客户演示产品

Redefine

HOPO，将“开窗”重新定义

——好博窗控营销中心总经理米建军的“五金哲学”



在第 23 届全国铝门窗幕墙行业年会上，HOPO 好博窗控不仅是“建筑抗台风学术交流会”协办单位，还是“五金十大品牌”的获奖单位。展会期间，笔者采访了 HOPO 营销中心总经理米建军，向他学习和了解更多关于门窗五金方面的资讯。

文/企业供稿

竞争不是现在才有，也不是现在才开始加剧，关键是你有没有和有创新思维的人在一起，有没有一直在自我突围。

企业发展需创新突围

媒体：在当前大环境下，建筑行业面临着巨大的竞争与考验，但也充满了机遇与发展，请您谈一下在 2017 年门窗行业有哪些发展趋势？

米建军：我们认同权威人士对整个国家宏观经济“L”型走势的观点,对整个门窗行业来讲，也进入了一个充分竞争的阶段。从工程项目市场早些年的快速发展，到今天的调整期，客观来讲应该是一个必然。家装定制化门窗目前已成为行业共同关注的焦点，但是不同的产品需求、不同的服务特点、不同的企业运营基因,使得从工程向家装门窗转移战线，并非易事。更何况家装门窗市场也已经进入了自我洗牌的阶段，企业竞争的不是厂房和员工数量，也不仅仅是实力、品牌，更多的是企业领军人物的格局、眼界以及对行业的新认知和思维模式，并由此引发的企业内部组织的自我激励和创新突围。

竞争不是现在才有，也不是现在才开始加剧，关键是你有没有和有创新思维的人在一起，有没有一直在自我突围，尤其是突破我们思维中的那堵墙！门窗行业还有很大的发展空间，眼前的困难激励我们奋进。

双位移推拉密封门 / 窗安全应用在高层建筑

媒体：HOPO 好博窗控不仅是门窗五金行业工匠精神的倡导者，也是行业艺术与美的践行者，产品无论在品质上还是外观上都是无可挑剔的。据了解，HOPO 新推出了一款明星产品——双位移推拉密封门 / 窗，请米总为我们介绍一下这款产品有什么样的开发背

景与理念呢？

米建军：我们深耕中国南方市场多年，对其中的门窗功能需求和现存的问题非常了解。南方的雨水大,且多台风。因此对门窗的水密、气密和抗风压能力的要求极高。内开窗抗风压，防水性能弱，不适合南方雨水多的地区；外开窗抗风压，水密气密性能好，但是不适合高层的楼盘使用。

媒体：那么，还有什么样的门窗开启既能够符合这些功能需求，又能够安全的应用到高层楼盘的窗型呢？

米建军：双位移推拉密封门 / 窗的研发就是沿着这些问题的解决开始的。推拉密封门 / 窗的抗风压能力是依靠型材的设计结构实现的，且正向风压和负向风压的受力全是通过型材结构来实现的。并不像内开窗的正向抗风压力，全部依赖锁点和锁座等五金结构来实现。我们在推拉的基础上增加了一个水平方向的移动，同时增加两道胶条进行密封。这样的话，就可以让安全、水密气密和抗风压性能同时实现。这些是双位移推拉密封门 / 窗开启的设计思路，也是这个窗型解决哪些问题的说明，当然也就是这套新产品的卖点。这套系统还使用了防脱轨的双轨道设计，高承重，标配单扇可以达到 380 公斤。在美国，我们的双位移推拉密封门 / 窗被翻译成为 Sliding sealing lock window and door。很形象的反映了这套门窗五金控制的特点。

HOPO 走的是一条“标新立异”的路子

媒体：HOPO 好博窗控作为深受客户喜爱的

品牌，专利产品层出不穷，但知名品牌总免不了被抄袭，对此，贵公司有哪些保护措施？

米建军：抄袭很多时候只能抄袭到产品的外观和表面功能，但是产品的设计理念、内在品质、以及团队的精神状态，尤其企业的文化和格局是无法被抄袭和复制的。

创业是一个积累的过程，要顶得住诱惑，经得起时间考验。“不走捷径”是 HOPO 团队的共识。HOPO 来自于英文单词 HOPE(希望的意思)，最初我们用的 HOPE 商标，在国内也进行了注册，并在 2003—2007 年一直使用，但是因为 HOPE(希望) 这个词过于通俗，在国外注册受遇到了困难，我们便将 HOPE 改为 HOPO，今天的 HOPO 依然代表着“希望”的意思，因为我们在走着一条不同于以往任何一家门窗五金件公司所走的创业路子，我们在践行我们自己的希望，打造我们自己的希望。我们觉得“创业”关键在一个“创”字，复制别人不会有一个形象鲜明的自己。“创”是创造的过程，“业”是结果。HOPO 要走的就是一条在门窗行业“标新立异”的路子。

据悉，HOPO 好博窗控营销中心总经理米建军进行《抗台风、保安全——台风环境下门窗创新应对解决方案》演讲。他运用专业的门窗知识与技能，为现场观众阐述了多种创新性解决方案，如抗台风能力强、安全性能高、密封性能好的抗台风门窗——双位移推拉密封门窗，比欧标 C 槽承重性、安全性更高的 K(宽) 槽系列产品，以及阳台折叠窗、厨房专用自动门等创新型产品解决方案。这些带有革新性质的优良产品，给在座的领导、专家以及嘉宾都留下了深刻的印象。 CW.

集泰化工： 领跑门窗密封胶高端市场

文/喻凯 吴倩恒

1月12日，广州集泰化工股份有限公司从化东洋工厂开工仪式隆重举行。新东洋工厂项目扩展了多条自动化生产线，极大提高了中性硅酮胶、改性硅烷胶（杂化类），水性涂料和水性胶/橡胶类密封胶年产能。集泰化工旗下建筑胶品牌安泰继续领跑门窗密封胶高端市场，作为我国首屈一指的建筑胶企业，集泰化工凭借什么一路走到今天？

独特的营销体系

集泰化工创始人邹榛夫毕业于武汉大学，1989 年他成立了广州市安泰化学有限公司，2006 年安泰化学全资子公司集泰化工成立，现已成为中国重点高新技术企业。据了解，集泰化工是一家以生产密封胶和涂料为主的国家火炬计划重点高新技术企业，产品广泛应用于建筑工程、家庭装修、集装箱制造、钢结构制造、石化装备、船舶游艇等领域。近年来，集泰化工积极推动整个上下游产业链良性互动与交流，与房地产企业，门窗幕、墙企业、设计院及顾问公司，材料商企业，共同推动行业发展，为客户提升价值。

作为广东省教育部的产学研示范基地、华南理工大学研究生培训基地、广东省的院士企业工作站，集泰化工也聘请了华南理工大学的何镜堂院士作为院士企业工作站的顾问，近年来也参与了多项国家标准的起草与修订，并在全国各地建立销售专营公司，配备专业销售和技术服务人员，建立一支在国内建筑胶行业直营体系最完善、服务网络最健全的营销服务团队。目前，集泰化工已在全国拥有 30 余家销售专营公司，形成了行业独一无二的营销体系。

实在好胶，安心选择

前几年，行业里流行一句话“南门北窗”，

而近几年广东铝门企业都纷纷开始做窗，并往中高端方向发展，随后这个话题在行业里不断升温，似乎谁不做窗谁就落后了。其实根据有关方面的统计，我国现有的住宅面积已经超过 400 亿平方米，而且每年以新增 10 亿平方米建筑面积在扩张，那么我们既有的建筑也有装修和二次装修的需求，其中必然蕴含着非常大的市场。易东林说：“据行业数据统计，每年接近 5 亿平米的门窗需要用到建筑胶，需要门窗企业去进行施工，市场巨大，但是我们也要看到家装门窗市场，目前以佛山为代表的企业也面临着工程门窗公司的冲击，所以竞争非常激烈，前途是光明的，竞争也是残酷的。”

由于家装铝门窗市场可以说是泛家居行业的最后一块儿蛋糕，所以近两年，有众多其他行业的企业进军门窗市场，这样也导致了门窗胶的竞争也越来越激烈。因为每个行业都面临着竞争，那么竞争其实是有利于企业发展的。易东林也向记者简单的介绍了安泰胶的优势：一、企业理念“实在好胶，安心选择”，这是集泰化工产品的质量方针。二、强大的技术与研发实力，对稳定品质执着追求。集泰化工不断加大研发、技术的投入力度，通过生产工艺的改进，不断提升自动化生产能力，确保质量的稳定性。三、打造了一支在整个建筑胶行业里面直营体系最完善，服务网络最健全的营销和服务团队，将质量控

制体系延伸到顾客的车间，比如，幕墙施工单位的结构胶的施工过程都是要纳入我公司的质量控制体系的，我们会派技术服务人员现场监控客户车间的温度、湿度、养护时间，确保施工过程符合施工规范，保证我们安泰的每一支胶在施工环节也是安全的。

勇于创新的民族品牌

许多国内消费者，都有种“崇洋媚外”思想，所以也促使很多铝门窗企业会挑选一些国外门窗胶品牌来作为销售亮点。作为国内胶品牌的安泰是如何把自身产品推广出去，成为国人信赖的品牌？易东林说：“我国的铝合金门窗市场也是伴随着改革开放同步发展的，因为改革开放之后我们的房地产才兴起。中国第一栋严格意义上用铝合金门窗的工程应该是 1980 年广州东方宾馆，当时的材料包括工人，都是从外国或者香港那边引进的，通过 30 多年发展，中国门窗幕墙行业经历了从无到有，从小到大，从大到强的过程，成为全球门窗、幕墙制造量及使用量最大的国家。基于此，国人没有必要崇洋媚外。安泰胶以矢志不渝的专业精神，致力于持续性的技术研发与创新，遵循严格的质量控制体系以保证品质稳定，拥有专业的销售及团队，已成为中国建筑胶领导品牌，真诚希望整个门窗行业企业能支持民族品牌，让民族品牌真正走向世界。

CW.



恩欣格 (Ensinger)

准确地辨别并使用原装产品

生活中的方方面面都随处可见仿制品。但在某些行业中，原装产品才是最佳的选择。建造新的高品质且节能的建筑物时，投资商、规划师、建筑师及业主尤为注重优质部件。核心原因是其具有稳定的机械性能，产品货真价实。但是应如何辨别原装产品呢？

不论仿制品的质量如何，有些方面它永远无法企及：原装品牌。原装产品精工细作，深受好评，依靠长期的可靠性和质量赢得客户。一方面得益于制造商在产品的每个改进阶段中运用经验，使新想法始终领先一步的卓越创新力。另一方面则是原装产品的质量可靠、有保证。这如何辨别？例如，来自德国的隔热条发明者和优质制造商恩欣格 (Ensinger) 使用特殊生产工艺所制造的怡塑宝 (insulbar®) 隔热型材，在生产过程中就已具备独一无二且难以复制的独特外观。因此，作为全球领先的门窗和外立面结构隔热型材的研发商和生产商之一的德国企业，能够确保其原装怡塑宝 (insulbar®) 隔热型材能够被快速、简单地辨别并实现最佳的隔热效果。

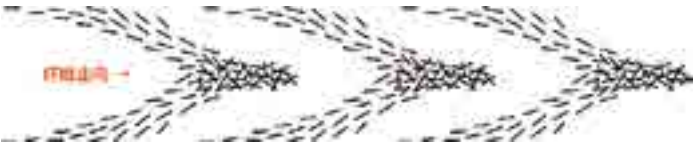
原装产品与仿制品的区别是什么？

恩欣格 (Ensinger) 生产怡塑宝 (insulbar®) 隔热型材所使用的材料是经过严格筛选指定的材料，且经过了复杂、持久的检测。这些材料满足稳定性、耐用性以及隔热效果方面的最高要求，另外它具有出色的性价比。根据不同的使用条件和产品分类，亦可使用定制型塑料材料用于某些特殊应用领域，如防火用途，或者与优化静电材料结合使用，以获得更好的粉末喷涂性能。另外，除了材料必须满足的基本技术标准以外，在气候条件方面还会有全面、独特的要求。制造产品所用的材料均符合特定要求，经过相应测试。该品质尤其会让客户产生长期使用产品的安全感。不断改进材料和生产技术是技术研发的重要前提。这一点尤其适用于金属窗户隔热型材领域。恩欣格 (Ensinger) 在塑料材料研发、预混和挤压成型领域具有独一无二的塑料专业技术以及 50 多年的丰富经验，以此造就了怡塑宝 (insulbar®) 隔热型材出色的性能。

如何辨别原装产品？

比如在生产隔热型材时，恩欣格 (Ensinger) 仅使用久经考验的 TECATHERM 系列材料——尤其是 TECATHERM® 66 GF。这种基于聚

酰胺的专用材料所含玻璃纤维比例为 25 %，使型材极其稳定，负载能力也极为出色。独特的挤压工艺——适用于高品质原装塑料材料——将增强型玻璃纤维交织在型材中，从而在型材表面形成特殊结构。这赋予了产品独特的外观，同时赋予了该外观防复制的特点。在挤压工艺中交织玻璃纤维同时可实现更好的横向抗拉强度、弹性模量和抗扭刚度等力学性能要求。



纤维交织：更加均匀地在所有方向上交织分布



恩欣格 (Ensinger) 这种独特的挤压工艺赋予产品独特的外观，使其具有该外观防复制的特点

在需要长期、安全地使用材料及部件的制造行业中，可靠的原装产品始终是更佳的选择。通过难以复制的特征即可轻松辨别。例如德国优质制造商恩欣格 (Ensinger) 已为生产过程提供隔热型材。如此即可说服客户使用用于金属门窗和外立面的原装隔热型材。

CW.
文/企业供稿

CW. Events 行业热闻

一线风向 传播价值 Forefront Trend Spread Value



广东门窗品牌精彩绽放上海滩 2017 中国建博会（上海）隆重开幕



3月22日，以“全屋高端定制平台”为定位的2017中国建博会（上海）在虹桥·国家会展中心盛大开幕！
行业协会、专家、媒体、参展商、经销商齐聚一堂。
本次展会为期3天，设有三大主题展馆，包括门窗、定制家居、集成吊顶·顶墙集成等
家居建材超过7万平方米展出面积。

摄影报道/王生华 吴倩恒 杨一钦



1/ 皇派门窗展位一角
2/ 致尚门窗展位一角
3/ 欧哲门窗展位一角
4/ 一米阳光门窗展位一角

大牌云集，全产业链填补华东市场空白

本届展会以定制家居、铝合金门窗、系统门窗、五金、建材为主，推出吊顶、木门及整木家装、楼梯、智能家居等产品，同时还有五金、机械、配件等家居建材上下游产品，为建筑装饰行业提供了整体解决方案，填补华东市场空白。

展会现场汇集了众多广东门窗品牌，如：致尚、皇派、欧哲、新标、雷拓、欧哲、轩尼斯、罗兰西尼、百利玛、怡发、一米阳光、帝奥斯、飞宇、豪利等。同时，梦天、索菲亚、泰诺风等众多家居建材龙头企业也纷纷亮相。展会上，致尚、百利玛、一米阳光、欧哲、豪利集团、伊美德、上海骋风系统门窗等企业接受了美家美户家居、新华社·家居直通车的采访。

新品秀场，百花争艳

展会现场众多企业在 3 月开春之际展示了新品，如梦天木门展示了红橡简美、低调宫廷白和简美樱桃木三大系列产品；致尚门窗展示

了中式、英伦、简约、欧美四大风格产品，据致尚门窗董事长李钧洪介绍，致尚门窗定位年轻群体，其精湛的工艺和时尚不乏经典是其最主要的特点。各大品牌争相斗艳，为观众提供了新的体验，同时优惠政策推出，为厂商搭建了一个沟通合作的平台。

把脉行业，环保·定制成新趋势

本次展会可以看到行业呈现环保·定制的新态势，以门窗为例，目前木门的主要发展方向是整木定制、大家居；铝门窗是向节能、环保、系统化、全铝门窗方向发展。

为了让观众更了解行业发展，展会现场还同期举办了第四届中国建筑装饰设计艺术作品展、第七届中国木门品牌大会、2017 首届中国（上海）智能与建材家居“协调创新”发展高峰论坛、2017 年“设计面对面东西方设计与交流”——“互联网+”论坛等活动，继续推动家居行业的跨界合作。此次展会，成为推动家居建材行业发展的盛会之一。

第 23 届全国铝门窗幕墙行业年会暨 2017 建筑经济广州峰会盛大开幕



会议现场

3 月 10 日，第 23 届全国铝门窗幕墙行业年会暨 2017 建筑经济广州峰会
在广州富力君悦大酒店隆重举行！

摄影报道/王生华 杨一钦



1/2/3 年会现场

近日，第 23 届全国铝门窗幕墙行业年会暨 2017 建筑经济广州峰会在广州富力君悦大酒店隆重举行！来自海内外的地产商、工程师、经销商、铝门窗幕墙生产企业领导、多家行业媒体出席了本次年会，并聆听了来自协会领导、行业专家、企业龙头、互联网巨头等关于 2017 年建筑经济发展和行业、企业转型破局之道。

年会现场，中国建筑金属结构协会秘书长刘哲的致辞揭开了行业年会的序幕。刘秘书长指出由于近几年国际金融危机的影响，中国经济发展进入调整期，对产能过剩、行业面临的困难和问题、行业自身存在的问题要有清醒的认识。建筑门窗幕墙行业作为建筑业重要组成部分，面对这些困难和问题要抓住国家提高建筑节能标准，推动建筑节能改造的机遇。

中国建筑金属结构协会铝门窗幕墙委员会董红主任发表了《2016 铝门窗幕墙行业发展报告》，回顾了门窗幕墙行业过去一年的发展，

并表示 2017 年将会与委员会落实行业推荐产品生产企业的监督检查工作、积极推进行业团体标准的编制工作、继续做好铝门窗幕墙行业数据统计工作、强化现代信息传播能力，丰富行业网络信息平台、推进产业集群工作。铝门窗幕墙行业要共同努力，承受压力，抓住机遇，迎接挑战，共创行业新的辉煌。

中国建筑金属结构协会会长助理兼副秘书长黄圻则表示 2016 年铝门窗幕墙委员会做了大量的工作，同时也是新老交替的一年。铝门窗幕墙委员会举办了众多会议，以及发行了专业的铝门窗幕墙行业的书籍，同时也参与了铝门窗行业标准的修订，成果是非常显著的。

行业年会结束后，紧接着的中国建筑经济广州峰会由广州市城博展览有限公司董事长张卫平主持，并宣布 2017 中国建筑经济广州峰会正式开始。2017 全国铝门窗幕墙行业年会暨 2017 建筑经济广州峰会至此圆满结束！

“英辉铝业杯”国际系统门窗技术及 战略运营模式转型高峰论坛在佛山举行



4月1日，2017“英辉铝业杯”国际系统门窗技术及
战略运营模式转型·广东高峰论坛在佛山·嘉思高酒店隆重举行。

摄影报道/喻凯 杨一钦 饶德亮 李湘 王生华



论坛嘉宾合影

4月1日，2017“英辉铝业杯”国际系统门窗技术及战略运营模式转型·广东高峰论坛在佛山·嘉思高酒店隆重举行。广东省门业协会铝门窗专委会会长、派雅门窗董事长李钧洪，中国科学院研究生院教授李帆，中国建筑金属结构协会常务理事、门窗委员会主任、专家组专家邓小鹏，中视蓝海门窗幕墙行业发展联盟秘书长、中视金建传媒董事长程学军，佛山市南海区铝门窗五金装饰行业协会会长黎国敏、广东省门业协会常务副会长、新豪轩门窗总经理黎国亮，德国诺托集团总工程师河红，旭格国际建材（北京）有限公司华南区经理谢志明、河北奥润顺达窗业有限公司副总经理任志勇，北京米兰之窗有限公司副总经理王志刚，香港泰诺风保泰有限公司副总经理王良，佛山市英辉铝业有限公司营销总监周凤如，广东伟业集团副总经理李伟萍，广东高登铝业有限公司市场总监黄彩云，广州集泰化工股份有限公司门窗胶销售总监易东林，南京市移门行业协会常务副会长钟勇，河南龙旺钢化玻璃有限公司李宏彦博士、北京埃得穆勒科贸有限公司总经理蔡艳，中国第一铜门北京辉乐豪股份有限公司董事长朱志伟，美亚宝铝业副总经理姚文庆、亚洲铝业集团武佳伟。

广东省门业协会副会长：富奥斯门窗副总经理贺杰雄、裕安门窗董事长黄秋盛、飞宇门窗董事长陈仪、百利玛门窗董事长黄维寿、老赖不赖门窗董事长赖世佑、简纳斯门窗总经理伍尚勇、帝奥斯门窗营销总监梁焕新、新帝豪门窗董事长钟金福、优冠金门董事长黄少敏、圣米兰门窗董事长王国威，浙江省门业门业协会秘书长李进、黑龙江省门业协会秘书长王强、广东省门业协会秘书长徐生、广东省门业协会铝门窗专委会秘书长喻凯等领导 & 嘉宾等共同参与了

此次盛会。

会上，特邀请中国科学院研究生院教授、清华大学、北京大学等高校客座教授李帆为现场企业家作了主题为：《现代企业竞争态势下，如何科学有效的打造企业核心竞争力实现企业的可持续发展》的演讲，李教授针对企业发展中经常出现的问题进行剖析，并帮助企业如何定位；目前，决定企业成长的三种能力为：品牌+服务+产品，而企业核心竞争力的现代要素是：品牌竞争力、市场掌控力、风险掌控力、现金自由度和文化认同力；李教授的精彩演讲，赢得了在座企业家们的高度认可。

中国建筑金属结构协会常务理事、门窗委员会主任、专家组专家邓小鹏针对中国系统门窗行业现状，为企业家们演讲了：如何运用系统门窗思维，提升运营效率，对零售门窗在线定制与智能制造进行解析。作为国际知名门窗系统公司旭格国际集团，其中国区华南区经理谢志明先生演讲了：国外建筑系统门窗行业现状及国内建筑系统门窗发展趋势，谢总还对旭格门窗系统合作运营模式进行了阐述，其中模块化系统：旭格一站式提供型材、隔热条、密封胶条、五金件和加工。

国内建筑系统门窗发展面临转型期，对于家装定制门窗企业，如何找准自己的定位和完善自己的产品品质，并有核心的运营模式？佛山市英辉铝业有限公司营销总监周凤如演讲：**HEFIFE-建筑·家**，“合辉铝建筑系统”从运营模式设计之初就综合了整个门窗系统的产业链，从开发产品能力、门窗研发平台；再到专业的培训体系、采购、



展会签约仪式

仓储、物流系统及材料规范标准作业做了全部部署。对于建筑系统门窗的安全防盗问题，一直是行业所重视和关注的，此次德国诺托总工程师河红，专门针对外窗安全演讲了：抗撬力与建筑外窗安全性能的关系，从建筑门窗安全防护的基本要求开始全面为大家解析。

广东省门业协会自成立以来，铝门窗行业的发展迅速，其广东铝门窗市场占据全国的三分之一，为后续更好的服务行业，让行业能够有序发展，在论坛期间，协会任命喻凯为广东省门业协会铝门窗专委会秘书长并由广东省门业协会铝门窗专委会会长、派雅门窗董事长李钧洪颁发证书。

喻秘书长在宣读广东省门业协会铝门窗专委会工作职能中说道：后续会继续开展行业考察活动，并与欧洲知名门窗系统公司达成长期战略合作关系，通过组织代表性企业出国考察，促进行业发展。集合佛山制造业优势，为门窗行业搭建一个属于自己的品牌、招商和长期合作交流平台，也就是将在 2018 年 3 月 9 日 -12 日在广东潭洲国际会展中心（佛山）举行中国门窗幕墙博览会及定制门窗博览会，喻秘书长对博览会进行详细介绍，展览会的举行，将为行业打造出佛山集中产业的优势，并得到了全国众多行业协会以及政府的大力支持，展会以“节能门窗，生活阳光”为主题，分为全铝家居、型材和喷涂馆、家装定制门窗馆等，充分展示高品质的家装定制门窗及建筑节能解决方案，务求为大家送上一场顶级的门窗行业盛宴。

中国门窗行业的发展离不开南北知名门窗企业的共同努力，此次论坛邀请了南北门窗企业大咖进行高端巅峰对话，参与对话的嘉宾有：

派雅门窗董事长李钧洪，新豪轩门窗总经理黎国亮先生、广东伟业集团副总经理李伟萍、飞宇门窗董事长陈仪、香港泰诺风保泰副总经理王良，北京米兰之窗副总经理王志刚、河北奥润顺达窗业有限公司副总经理任志勇，对话由广东省门业协会秘书长、深圳美家美户家居传媒有限公司董事长、家居品牌营销专家徐生主持，徐秘书长针对国内门窗行业发展趋势，分别让南北企业家分享了各自企业在渠道、产品、模式、技术等方面信息，相信通过南北门窗企业共同努力，一定将中国门窗行业推进更高的阶段。

随后，河南龙旺钢化真空玻璃有限公司李宏彦博士演讲玻璃在建筑门窗环节中的重要性以及使用功能；吉蒂尼（中国）董事长丁敏演讲：德国（HOPPE）和意系（GHIDINI）把手的对比及高质量把手对门窗的增殖效应；广东省门业协会副会长、新帝豪门窗董事长钟金福演讲：居室铝门窗企业如何完成家装与工装的跨越？

晚宴环节中，由赞助商广州集泰化工股份有限公司门窗胶销售总监易东林为大家演讲：安泰胶品牌及门窗密封胶常见问题解决方案，而北方代表企业中国第一铜辉乐豪董事长朱志伟和北京埃得穆勒科贸有限公司总经理蔡艳分别分享了：Elder Mülle 铝包木窗阳光房行业典范，墅宅尊享和如何让你的产值翻番的演讲。

此次国际系统门窗技术及战略运营模式转型·广东高峰论坛的成功举办，促进国内与国外系统门窗企业的密切交流，为广东门窗企业进军国外市场，以及为后续在佛山搭建国际门窗行业交流平台打下良好的基础。

第五届中国（临朐） 家居门窗博览会盛大开幕



4月18日，为期三天的第五届中国（临朐）家居门窗博览会在山东临朐·中国国际门窗幕墙博览城盛大开幕！这是在山东临朐举办的国内家居门窗产业发展的又一次盛会。来自全国各地家居门窗、建筑装饰、铝模板、房地产以及相关行业领域的领导专家、企业家和全国各地知名媒体，共同参加了本届盛会。

摄影报道/吕世伟 喻凯



1/ 开幕式现场
2/ 开幕当天人潮涌动
3/ 节能产业园讲解
4/ 现场签单不断

本届博览会，由中国建筑金属结构协会、中国有色金属加工工业协会、中国建筑装饰协会、中国模板脚手架协会、国家建筑材料工业技术监督研究中心、国家建筑材料工业技术情报研究所、山东省建设机械协会、中国国际门窗幕墙博览城商会主办；中国国际门窗幕墙博览城承办；山东信泰节能科技工程有限公司、泰诺风保泰（苏州）隔热材料有限公司协办。同时，中国国际工程咨询协会、中涂学（北京）涂装工业信息技术中心、广东省门业协会、广东省深圳市土木建筑学会门窗幕墙专业委员会、河北省任丘市建筑门窗行业协会、临朐县铝型材行业协会作为支持单位，对本届博览会给予大力支持。

临朐县向铝材深加工产业大步迈进

本届博览会开幕式上，中国模板脚手架协会授予临朐县“中国铝模板产业基地”荣誉称号；中国建筑装饰协会授予临朐县“中国铝合金装饰材料产业基地”荣誉称号；中国有色金属加工工业协会授予临朐县“中国节能门窗产业基地”荣誉称号。相关协会领导分别为临朐县授牌。三大权威行业协会为临朐县的此次授牌，标志着临朐县在“中国铝型材产业基地”的基础上，又向铝材高端深加工产业迈进一大步，这是临朐县工业经济和产业发展史上的里程碑时刻！

随着各位嘉宾为开幕式剪彩仪式的进行，开幕式现场象征着行业兴旺、产业繁荣的烟花齐放，彩球飘扬。参展企业和现场观众的掌声响彻整个广场！

展会空前盛大，搭建厂商合作平台

展会规模空前盛大，除了窗博城广场和展馆内展出的近三百家企业之外，展会范围还扩大至整个江北建材城，七百余家江北建材城业主们，也成为本届展会的重要参展商。展出的产品包括家居门窗、阳光房、纱窗、全铝家居、室内隔断、卫浴门、橱柜门、厨房门、阳台门、卧室门等与老百姓日常生活息息相关的家居产品，铝模板、被动房等相关行业产品也在本届展会上精彩亮相，备受瞩目。强大的阵容和规模，吸引了全国各地乃至全球客商前来参观考察，洽谈采购。

第五届中国（临朐）家居门窗博览会，成为以家居门窗为主，全行业产业链大融合的综合性强会，这一景象，也体现出未来行业发展的共融大趋势！今日的窗博城广场，不但前来参会的展商、生产厂家众多，并且来自全国各地的行业内经销商、普通老百姓也赶来参



1



2



3

加展会，在现场了解参展企业的品牌，产品和技术，整个展会现场人流不息，热闹非凡。

交流活动，开创国际合作共赢新局面

窗博会同期，在窗博城还举办了众多“国字号”行业交流会议：第三届中国国际工程采购联盟供需合作高峰论坛、第四届中国绿色建筑与装配式被动房技术交流大会、中国模板脚手架协会第二届铝模板产业发展联盟会议、全国首届铝型材家居门窗幕墙涂装技术交流会……来自海内外的驻华大使、商务参赞、企业家及商务代表们齐聚第五届中国（临朐）家居门窗博览会，共商行业共融发展大计，开创国际合作共赢新局面。

- 1/ 部分嘉宾合影
- 2/ 中国建筑装饰协会授予临朐县“中国铝合金装饰材料产业基地”荣誉称号
- 3/ 中国有色金属加工工业协会授予临朐县“中国节能门窗产业基地”荣誉称号

“坚朗杯”第十四届国际门窗幕墙行业精英高尔夫邀请赛圆满收杆

本刊讯 近日，2017 坚朗杯第十四届国际门窗幕墙行业精英高尔夫邀请赛在风景优美的观澜湖高尔夫球会东莞球会正式拉开帷幕。本赛事由中国建筑金属结构协会铝门窗幕墙委员会、香港建筑幕墙装饰协会、台湾帷幕墙技术发展协会共同主办，广东坚朗五金制品股份有限公司独家承办，至今已延续十四载。比赛当日，门窗幕墙行业、建筑装饰企业、知名房地产公司、钢结构领域及海外包括香港、台湾、马来西亚、韩国、瑞典等众多国家和地区共几百名企业家及行业精英莅临赛场，以球会友。

开球仪式上，坚朗公司总裁白宝鲲致欢迎辞，表达了对企业家同仁们积极参与球赛的热烈欢迎，“坚朗杯”是企业家们友谊的见证，坚朗的发展与行业协会、行业同仁的支持密不可分，希望借助本赛事，搭建这样一个与行业同仁切磋球技，共叙友谊的平台，进一步增强行业的凝聚力。中国建筑金属结构协会原会长姚兵、香港建筑幕墙装饰协会副会长许志鹏、台湾帷幕墙技术发展协会副理事长陈百钦、中国建筑装饰协会名誉会长马挺贵、中国房地产经理人联盟秘书长陈云峰分别致辞，共同肯定了坚朗公司在门窗幕墙行业发展

中所作出的积极贡献及打造高尔夫竞技平台的重要意义，希望坚朗公司以后的发展越来越好，也希望赛事能继续举办下去。随后，姚兵、马挺贵、杜宗翰、白宝鲲、许志鹏、陈百钦、黄圻、陈云峰先生八位嘉宾共同挥动果岭推杆为第十四届坚朗杯高球赛启动开幕，带着对本届赛事的美好祝愿，正式开启高球之旅。

晚上，隆重的颁奖晚宴在球会三楼宴会厅举行。晚宴开始，中国建筑金属结构协会铝门窗幕墙委员会副秘书长黄圻和坚朗公司总裁白宝鲲共同上台致辞，黄圻秘书长是坚朗以及“坚朗杯”一路发展的见证人，深深感受到本赛事将门窗幕墙行业企业家汇聚一堂，以球会友的非凡意义，希望全体门窗幕墙行业同仁同舟共济、万众一心，共同开启美好的发展未来。本届赛事的 17 个奖项在晚宴中逐一揭晓，各项大奖尘埃落定。“坚朗杯”展现门窗幕墙行业企业家寄情高球、共话发展的卓越风采，对增强行业凝聚力和向心力，增进交流合作，促进共同发展具有非凡的意义。（李湘 喻凯）

“坚朗杯”



坚朗公司总裁
白宝鲲



中国建筑金属结构
协会原会长
姚兵



中国建筑装饰协会
名誉会长
马挺贵



中国房地产经理人
联盟秘书长
陈云峰



台湾帷幕墙技术发展
协会副理事长
陈百钦



香港建筑幕墙装饰
协会副会长
许志鹏



启动仪式



与会嘉宾



全体合影



希洛系统门窗年度战略发布暨经销商峰会圆满举行

本刊讯 近日，来自全国各地的希洛经销商聚首华美达酒店，共同见证希洛系统门窗 2017 年度经销商峰会的开幕，深入了解希洛 2017 年的战略部署，聆听来自各地经销商朋友的经验分享。

希洛系统门窗董事长谭永汉为峰会发表了开幕致辞。他在致辞中表示，希洛非常重视与经销商之间的合作共赢。经销商是连接希洛系统门窗产品与消费者之间的重要桥梁，希洛的发展离不开每一位经销商伙伴的付出和努力。在未来的发展中，谭总也表达了希洛系统门窗要扎根本土、一如既往地做好系统门窗，共赴美好未来的信心与期望。



希洛系统门窗总经理冯涛在会上作《希洛品牌规划与产品解读》的主题演讲，并在公司发展战略、产品定位及产品性能等方面作了详尽的解析。冯总认为，门窗行业正面临一个大变革时代，消费点发生转移，消费品质不断升级。消费

者对门窗品质的高追求形成了希洛系统门窗新的发展良机。在谈到希洛的产品优势时，冯总表示门窗作为建材行业的最后一块蛋糕，想要吃到嘴边并不容易。过去门窗运营靠先机和胆识，如今要靠品质与服务，品质服务才是致胜的关键；“让所有家庭都能用上好门窗”也是希洛最大的期望。希洛系统门窗有自己独特的基因，其钻石般的门窗品质离不开型材、五金、辅件的百里挑一，精益求精；也只有这样的匠心执着才能为希洛品牌铺就坚实的发展通途。

每一个希洛的经销商都有属于他们自己的故事，都背负着自己的奋斗历程。他们的点滴付出都值得学习借鉴。在大会上，希洛经销商代表各自分享了其创业经历、团队组建经验、渠道建设以及产品运营心得，引发了现场诸多经销商朋友的强烈共鸣。培训结束后，希洛经销商一行还参观了希洛厂区和产品展厅。在参观过程中，希洛总经理冯涛为来访的经销商朋友详细介绍了希洛系统门窗的先进加工设备及门窗生产线；在交流互动中，希洛经销商也了解到希洛的技术研发成果、门窗设计安装细节与应用效果。（企业供稿）



四川省建筑金属结构协会第五届第六次会员大会隆重举行



四川省建筑
金属结构协会

本刊讯 4月25日，四川省建筑金属结构协会第五届第六次会员大会隆重举行。中国建筑金属结构协会秘书长刘哲，中国钢结构协会副会长刘毅、副秘书长李宁，四川省住房和城乡建设厅赵太均处长，四川省建筑业协会会长李又，四川省勘察设计协会副会长杨光，四川省房地产业协会副会长郑有才，四川省建筑金属结构协会会长蒙昌嘉、副会长常健、秘书长宋先梅以及会员单位代表、媒体代表200余人参加了本次大会。

会上，中国建筑金属结构协会秘书长刘哲、中国钢结构协会副会长刘毅、四川省住建厅赵太均处长、四川省勘察设计协会副会长杨光等领导先后致辞，寄语大会取得圆满成功，并为大家回顾和分享了行业的发展与成果。随后，大会审议了协会2016年财务状况报告，宣读并通过了协会增补副秘书长的决定与评优评奖方案，通过了修订后的《四川省建筑金属结构章程》，审议通过增补理事单位、常务理事单位、副会长单位的决定，审议通过了会费标准调整方案。

最后，四川省建筑金属结构协会会长蒙昌嘉作了协会2017年工作部署与安排，明确协会工作的指导思想，对行业的现状进行认真的分析，指出行业发展面临的问题、机会和挑战。针对问题提出了工作措施。蒙昌嘉强调，2017年，四川省建筑金属结构协会将认真学习贯彻党的十八届六中全会精神，落实国家、省、市及地方关于行业发展的各项文件要求，强化责任落实，创新工作机制，发挥行业协会的桥梁纽带作用。大力发展新会员，壮大协会队伍，健全会员结构，完善协会会员资源的产学研行业体系，使协会会员结构在装配式建筑、工程总承包、钢结构、门窗幕墙、材料部品部件及配套产业全覆盖，提升协会影响力。开展创新技术交流，提供专项技术支持服务，提升行业技术管理水平。开展行业调研，为政府提供咨询服务。构建沟通交流共享平台，全心全意为会员服务。完善协会制度建设，规范协会运行。制定行业发展五年规划，统筹行业发展。同时，蒙昌嘉就2017年四川省建筑金属结构协会拟开展的钢结构、门窗幕墙、工程总承包、装配式建筑及材料部品部件等五大板块作了详细安排和部署。（马静）



中国建筑金属结构
协会秘书长
刘 哲



中国钢结构
协会副会长
刘 毅



四川省建筑金属
结构协会会长
蒙昌嘉



四川省建筑金属
结构协会副会长
常 健



四川省勘察设计
协会副会长
杨 光



四川省建筑金属
结构协会秘书长
宋先梅

AAG 亚铝荣获 2017 年度中国建筑门窗幕墙行业“科学技术进步推动奖”

本刊讯 近日，广银亚铝喜报连连，在刚刚荣获了“建筑型材十大首选品牌”之后，又迎来了一个新的大奖。亚铝凭借过硬的品牌实力和雄厚的科技力量，荣获 2017 年度中国建筑门窗幕墙行业“科学技术进步推动奖”。这不仅是行业对亚铝的肯定，还是广大消费者对亚铝品牌的信赖，也是促进公司创新发展的强劲动力。

据悉，亚铝是较早实施信息化管理的铝型材生产企业，公司的 ERP 系统在生产计划、物流导航、数据追溯、质量分析、成本分析、半成品 / 成品库存分析、模具库存等各个方面的功能渗透和拓展不断深入，给企业的生产经营带来莫大便利，大大减少了人力、物力。

此外，亚铝公司陈艳获得 2017 中国门窗幕墙行业 20 大巾帼奖。亚铝不断注重创新，发扬工匠精神，在铝型材的技术工艺、产品质量、产能能耗方面刻苦钻研，兢兢业业，创造了许多铝业奇迹，为行业的发展和社会的不断进步做出了伟大的贡献。(陈亿霖)

HOPO 荣获中国《建筑系统门窗技术导则》参编者荣誉证书

本刊讯 4 月 28 日上午 9 时，由中国建筑系统门窗联盟、系统门窗北大光华同学交流联谊会主办，HOPO 好博窗控、北京和平铝业承办的中国《建筑系统门窗技术导则》北京宣贯会在北京中工大厦隆重开幕。主协办单位领导、演讲嘉宾、参编单位专家、行业协会领导、门窗企业管理层、行业人士以及主流媒体和行业媒体等数百观众莅临现场。

中国建筑系统门窗联盟副理事长兼执行总工程师邓小鹏、泰诺风保泰总工程师刘军、深圳好博窗控技术有限公司产品中心总经理刘治国、阿郎科技公司总经理王胜坤等多位技术专家从系统门窗整体情况、门窗系统研发、子系统供应商与门窗系统供应商的协同研发、门窗系统的描述、系统门窗工程设计制造和安装、系统门窗的商业模式和应用六大方面系统性阐述了中国《建筑系统门窗技术导则》的编写意义和主要内容。该导则不仅准确地定义了系统门窗和门窗系统的概念，还详细列出了门窗系统研发的技术路线，以及系统门窗工程设计、制造和安装的技术要求，同时还开创性地提出了门窗系统技术评定和系统门窗认证的认证体系以及系统门窗的商业模式，是国内系统门窗领域首个技术性指导文件。(企业供稿)



和平铝业高精度打造 238 米正大中心双子塔幕墙



本刊讯 近日，238 米北京正大中心双子塔项目主体建筑由中建三局承建，主塔及裙楼所有外墙单元板块则由北京和平铝业旗下的门窗幕墙加工中心完成制作，其幕墙面积高达 10.5 万平米。

在经过北京绿地中心、天津大悦城、中关村壹号、北京新青海大厦等地标性项目的完工，其工厂化、集约化生产一条龙服务、产能足、加工经验丰富、产品品质过硬、配合紧密、交通便利等无一不展示出和平铝业加工中心的优势，承接北京正大中心项目，更是再一次凸显出和平铝业门窗幕墙加工中心的不凡势力。

正大中心项目建筑外观设计力求简洁现代，环保高效，其整体呈正方体，四个转角为弧形设计，外形简约时尚，线条流畅柔美，即使在 CBD 这样的区域也能展示出其独特的魅力。(企业供稿)

白云化工总经理缪明松入选“国务院政府特殊津贴专家”



本刊讯 近日，经国务院批准，广州市人力资源和社会保障局发文公布了 2016 年享受国务院政府特殊津贴人员名单，白云化工总经理缪明松名列其中。

缪明松——白云化工总经理，教授级高工，尤其擅长设备工艺开发与管理，为行业生产方式革新做出了突出贡献。缪总负责完成的“高性能硅酮结构密封胶连续化生产工艺的开发”项目，一举打破国外技术封锁，成功研制出国内第一条具有自主知识产权达到国际先进水平的硅酮密封胶全自动连续化生产线，使我国硅酮密封胶生产方式实现“质的飞跃”。此外，缪明松还牵头开发并建成了国内第一条达到世界先进水平的“节能铝合金型材用高性能玻纤增强尼龙 66 隔热材料全自动连续化挤出生产线”实现了隔热条由“一出—”到“一出八十”的重大突破，使我国隔热条制造业实现了全自动连续化生产方式的突破性转变，大大推动我国玻纤增强尼龙 66 隔热条生产技术的向前发展。该项目获得授权发明专利 7 项，实用新型专利 9 项。此次入选是国家对缪明松总经理科研技术水平的充分肯定。白云化工也将以此为契机，进一步营造高层次人才成长发展的良好环境，加强专业人才培养，培养更多具有创新意识、工匠精神的骨干力量，为行业做出更多贡献！(企业供稿)



伟业系统门窗：打造铝建筑供应链体验为王新时代



本刊讯 3月11日，伟业门窗于第23届全国铝门窗幕墙新产品博览会盛大举行“伟业系统门窗新产品发布”暨“伟业购·网上定制门窗全运营启动仪式”。中国建筑金属结构协会原会长姚兵、中国建筑金属结构协会会长助理黄圻、中国建筑金属结构协会理事、广东铝加工专业委员会秘书长、佛山市南海区铝型材行业协会秘书长苏天杰、广州城博展览有限公司总经理张卫平、广东省门业协会铝门窗专委会会长李钧洪、广东伟业集团副总经理李伟萍等领导以及行业数十家媒体共同见证此次启动仪式。

互联网+助力产业最大化

系统门窗是现时绿色建筑升级的关键突破口，也是未来绿色产业链的重要方向之一；伟业一直践行绿色、低碳、生态发展，强调家装门窗与系统门窗的系统性发展，目标成为系统门窗中国布局的主力军；本届展会，伟业全新升级的智能防火铝板门、高端系统门窗、智能阳光房博得同行、国内外客商的眼球！

伟业集团销售公司副总经理李清群接待了碧桂园地产采购团，她从产品选材、玻璃、五金、胶条等各方面对新产品进行详细介绍，从房地产采购商到终端客户都给予伟业产品好评。

打造铝建筑供应链体验为王新时代

在当前中国传统制造业向现代制造业转型的关键时期，VR对整个行业的影响将会是颠覆性的，“伟业购”实现系统门窗研发、生产到线上销售的全方位打通，打造铝建筑供应链体验为王新时代！中国建筑金属结构协会原会长姚兵、中国建筑金属结构协会会长助理黄圻也在活动现场尝鲜体验。

据伟业工作人员介绍，“伟业购”线上首个定制门窗一站式服务平台主要涵盖四个部分：伟业体验店、VR体验中心、数码设计中心、DIY体验中心，给消费者更强的体验感和代入感，充分展现伟业在家装系统门窗方案的优势。(吴倩恒 杨一钦 林芳凝 陈亿霖)



广东拟推装配式钢结构建筑标准

本刊讯 3月31日，召开的广东省钢结构协会年会暨2017年部件装配式房屋技术交流会，该协会理事长、华南理工大学教授王仕统直言，国内的钢结构建筑用料普遍比美日等国重三到五倍，唯有减少用料，研制出既安全又轻巧的钢结构建筑，这个行业才会有竞争力。

据悉，装配式建筑分为木结构、混凝土结构和钢结构三大类，这类建筑不仅可以减少大量建筑材料浪费和建筑垃圾产生，降低建筑对环境的影响，而且可以提高房屋质量，因而被越来越多的国家当成未来建筑业发展的方向。北京鸟巢、广州小蛮腰都是典型的装配式钢结构建筑。记者从会上了解到，今年，广东已经启动钢结构建筑的广东省地方标准《装配式钢结构建筑技术规程》的编制工作，今年5月份有望形成初稿，预计2018年完成报批稿。王仕统表示：“该规程由广东省钢结构协会和中建钢结构有限公司牵头编写建议稿，结合广东实际情况来制定钢结构的技术标准，针对以前钢结构过于笨重的问题，‘轻量化’的设计理念将有望贯彻到这份规程中去。”

(南方日报)



嘉寓股份总裁田新甲出席恒大集团战略合作伙伴高层峰会

本刊讯 3月22日，恒大集团举行2017年度战略合作伙伴高层峰会，与恒大长期战略合作的嘉寓股份、中国建筑、中铁建设、广田控股、奥的斯、美标、西门子、易居中国等600多位国内外知名企业董事长纷纷出席。嘉寓股份总裁田新甲出席会议。恒大集团董事局主席许家印为田总颁发“恒大集团优秀战略合作伙伴”奖牌。

嘉寓股份与恒大集团形成了良好的合作伙伴关系，自2008年嘉寓股份与恒大集团签订战略合作协议以来，

双方强强联合，深度合作，共同缔造了北京恒大文化旅游城、桂林恒大广场、京南半岛等一批经典项目。嘉寓股份将携手恒大集团，共同缔造更多的高端品质项目，为客户打造更好的家。

业内人士指出，在产业链整合不断加速的背景下，恒大不断深化与上下游龙头企业的战略合作，在自身实力不断增强的同时有力拉动了房地产上下游企业的发展，推动了房地产行业持续稳定发展。

据悉，出席此次峰会的嘉宾规格相当高，仅主体施工领域就包括中国建筑第四工程局董事长卢遵荣，中铁建设集团董事长汪文忠，江苏省苏中建设集团董事长竺鸿鹄等127位

知名企业领袖。

同时，国内三大房地产服务商掌舵人--易居中国董事局主席周忻、世联行董事长陈劲松、合富辉煌董事会主席扶伟聪亦都现身峰会。而来自装修幕墙领域的广田控股董事长叶远西、金螳螂控股董事长朱兴良等，也全部是行业巨头。

此外，奥的斯电梯（中国）总裁 LuisMolina、深圳文科园林董事长李从文、西门子（中国）执行总裁 MarkusMildner、松下电器（中国）总裁、美标（中国）总经理等300多位设备安装、园建、材料和设计战略合作伙伴亦亲临现场。这样的嘉宾阵容，反映出恒大的强大实力与影响力。（李馨瑶）

“大家论道·新思维” oplv 独家赞助的 SIID 品牌系列设计论坛圆满成功

本刊讯 3月26日，oplv 全系统门窗携手 SIID 深圳市室内建筑设计行业协会，在深圳华侨城绽放花园举办的“大家论道·新思维”品牌系列设计论坛，取得圆满成功！

此次活动贵宾云集盛宴，共话设计风云。特邀嘉宾：威尼斯建筑双年展中国国家策展人、著名国际策展人、艺术家、批评家方振宁；世界设计大会唯一特邀工业设计师，现场畅谈建筑室内装饰设计的未来建筑领域的发展趋势；洛可可创新设计集团创始人（董事长）贾伟现场以洛可可和洛客为案例解读共享经济大时代之下，创意工作者通过众创思维做产品设计的未来趋势。SIID 深圳市室内建筑设计行业协会会长倪阳现场致辞，深圳市设计之都推广办公室主任韩望喜做论坛总结，oplv 总经理朱鸿韬于会员大会发表讲话。活动现场流光溢彩，亮点频出，来自华南区的设计师精英们汇聚一堂，高谈论阔，相互分享和交流设计新思维。

本届论坛主题为“大家论道·新思维”，论坛是以国内各个领域的艺术设计与室内装饰设计的发展趋势、成功案例、研讨生态建筑与建筑节能建材新产品等项目分享为主的务实论坛。oplv 推崇将设计美学与门窗家居的有效融合，鼓励更多的设计师将节能环保的概念运用

在各项设计中，提升人们的生活质量；同时也提倡将设计之美以更加亲和的姿态进入每个人的日常生活中，做有态度的门窗品牌。

下午，深圳市室内建筑设计行业协会会员大会暨年会开幕。澳普利发门窗系统有限公司与 SIID 达成合作协议并现场签约，同时荣获“2016—2017 年度设计师最喜爱品牌”荣誉称号。

颁奖环节结束后，SIID 邀请 oplv 总经理朱鸿韬上台发表讲话。朱总对将设计引用于门窗建筑以及生活家居方面寄予殷切期望，同时他表示：“更希望能够看到更多中国设计的大成之作走向国门、走向世界，去影响和改变更多人的生活，让中国设计走在国际化的前沿，让中国制造成为世界的标准，这是我们共同努力的目标，也是我们执着追求的一致方向！”

oplv 积极投身于中国室内建筑设计行业，为室内设计行业贡献自己的绵薄之力，推波助澜，引领发展。oplv 全系统门窗也由衷的希望通过此次活动，能够汲取其中光亮，予未来以启迪，将设计之美以更加亲和的姿态进入一门一窗，潜移默化于每个人的日常生活当中。（企业供稿）



颁奖仪式



活动现场

《建筑系统门窗技术导则》正式出版发行

本刊讯 2014 年 12 月，中国建筑金属结构协会向住房和城乡建设部标准定额所申请编制《建筑系统门窗技术导则》，同年 12 月 31 日，收到了“关于同意《建筑系统门窗技术导则》立项的复函”。在中国建筑金属结构协会的推动下，在中国建筑科学研究院建筑幕墙门窗研究中心主任、全国建筑幕墙门窗标准化技术委员会秘书长王洪涛的大力支持下，通过主笔人济南德佳机器控股有限公司董事长、中国建筑系统门窗联盟副理事长兼执行总工程师邓小鹏以及各编制组组长如陈祺、刘军、潘福、杜万明和主编专家代表们近两年的辛勤努力，经过多次的会议讨论、修改与评审，《建筑系统门窗技术导则》于 2017 年 3 月正式出版发行。

《建筑系统门窗技术导则》的出版发行对于中国未来门窗行业的发展具有里程碑式

的重要意义。正如王洪涛秘书长在技术导则各编制小组会议上曾多次强调说，中国的门窗行业正面临着历史性的变革，《建筑系统门窗技术导则》的编制是一次真正意义上的行业技术革命，它将为门窗行业的整体技术提升带来关键性的转折，继而对整个行业的发展起到至关重要的促进作用。

该技术导则不仅准确定义了系统门窗和门窗系统的概念，还详细列出了门窗系统研发的技术路线，以及系统门窗工程设计、制造和安装的技术要求，同时还开创性地提出了门窗系统技术评定和系统门窗认证的认证体系以及系统门窗的商业模式，是国内系统门窗领域首个技术性指导文件。该导则的制定有利于保障建筑工程对门窗的性能要求以及用户的使用需求，规范门窗系统研发的流程和方法，提高门窗工程设计水平以及门窗制造、安装的质量，引导建筑门窗行业健康发展，同时也为相关国家标准的编制提供了依据。（吴倩恒）

伟业集团 2017 年首期营销攻略特训营圆满成功

本刊讯 近日，伟业学院首期营销特训营在期待中开始，此次活动，全国运营中心精英齐聚，思想观点迸发，共同探讨伟业高端系统门窗发展趋势及市场布局。

走进伟业门窗生产 B 区，一场知识流、技术流随即开始。伟业集团销售公司副总经理李清群为学员介绍产品生产中心、产品展示中心、检测中心等不同区域，展现了伟业对高端门窗研发与检测的严谨，坚持用品质守卫家，不断升级伟业绿色建筑铝型材供应链。

这是个需要不断充电，不断进取的时代，激情与学习的路永不能停歇。精湛的门窗工艺是保障产品的关键环节，伟业人力求在细节上做到极致，锤炼出一支更加团结、拼搏、专业的销售队伍。

当下，“互联网 + 高端门窗定制”已成为行业的风向标，“伟业购”实现系统门窗研发、生产到线上销售的全方位打通；本次课程融入伟业购线上营销运营，3D 定制实践，让全国伟业运营中心，每家门窗体验馆实现全流程设计服务一给消费者更强的体验感和代入感，为顾客提供全屋定制整体解决方案。厉兵秣马，商场如战场，对未来，我们更加坚定出发，创新与变革，以互联网思维，以终端为导向，创造极致服务与个性体验；相信团队，相信品牌，伟业必定能在市场洪流中稳步前进，保持品牌腾飞。（何珊珊）



一米阳光门窗无锡专营店开业

本刊讯 近日，一米阳光门窗江苏无锡专营店震撼开业，强势入驻滨湖区红星美凯龙，全面辐射江苏无锡地区的家居门窗市场，致力于为消费者提供更高品质的家居门窗系统解决方案和服务。开业当日，一米阳光门窗江苏无锡专营店剪彩现场人头涌涌！红星美凯龙无锡区域总经理祝军先生以及无锡市政级相关等特邀嘉宾出席并见证本次盛典，对此次的开业盛况点赞并对一米阳光品牌的强大号召力以及非凡品质做出了充分的肯定。细节体现专业，一米阳光门窗无锡专营店别具一格的店面装修，将一米阳光门窗的高端品牌定位与产品内涵展现的淋漓尽致。一米阳光门窗江苏无锡专营店全面导入家居门窗系统解决方案的模拟空间展示，使消费者置身实景门窗配置中真实体验家居门窗系统解决方案的效果，大大提升用户使用的舒适感与便捷感，让消费者切实感受到实景配套系统解决的家居问题带来舒适体验。

一米阳光门窗无锡专营店开业当天吸引众多消费者前来参观，前来咨询购买门窗的客人络绎不绝。一米阳光门窗震撼开业为滨湖区红星美凯龙注入新的活力，我们期待着一米阳光门窗带给无锡用户更高品质的门窗体验，惠及无锡的千家万户！（企业供稿）





中国模板脚手架协会第二届铝模板产业发展联盟会议在山东临朐隆重召开

本刊讯 4月17-18日第五届中国（临朐）家居门窗博览会期间，“2017年中国模板脚手架协会第二届铝模板产业发展联盟会议”在山东华建铝业集团隆重召开。

首先，临朐县委常委、统战部长衣利民致辞，他介绍了临朐县经济社会以及铝型材产业发展情况，并代表临朐县人民政府对参加本次会议的全体人员表示热烈的欢迎。

随后，协会理事长陆贻杰讲话，他指出此次会议主要是着力加强铝模板产品的开发与应用，细化联盟每个板块的工作分工，明确铝模板设计院、产业园及其它板块的落地时间和布点情况。同时预祝本次会议圆满成功。铝模板专业委员会秘书长杨波汇报了联盟工作及联盟平台—铝模板系统设计院的筹备工作。联盟副主席高源做了题为“铝模板市场的现状及所面临的问题”的主题报告。他从铝模板行业发展的现状和未来发展趋势以及所面临的困难进行了深度剖析。

会上，协会副理事长运乃建与联盟企业代表深圳钼励总经理杨建中进行铝模板系统设计院合作签约仪式。深圳市同力德金属制品有限公司总经理瞿雷与江西志特董事长高源进行铝模板型材规格统一合作签约仪式。协会副理事长董德州与光华铝模板董事长华杰进行木模、铝模合作签约仪式。三个合作签约仪式，将为模板行业进一步整合优势资源，创建合作共赢的良好氛围提供服务平台。会议期间，与会代表从当前铝模板行业的市场形势、模板质量、标准规范、型材统一、产品价格、设计、生产、技术等方面及铝模板产业园发表了自己的看法，参会代表从宏观领域到企业产品及企业经营模式等方面都获得了宝贵的信息。

最后，常务副理事长赵雅军做会议总结：在行业未来的发展中，协会、政府、铝模板企业共同努力，逐步完善铝模板相关政策、生产标准和施工规范，推动铝模板型材规格统一，同时加强技术研发，不断优化生产工艺，推动铝模板产业发展联盟公众平台在整个产业链中发挥应有的作用，促使全产业链上下游企业构建合作共赢机制。（窗博城）



中国房地产业与门窗行业发展交流峰会暨无铬行动启动会隆重举行

本刊讯 4月18日下午，“筑梦绿色·共享WE来”中国房地产业与门窗行业发展交流峰会暨无铬行动启动会在临朐揽翠湖大酒店隆重举行！来自中国房地产业、门窗行业以及相关材料行业的协会领导、行业专家、企业家、采购负责人、材料供应商等共计500余人参加了本次峰会。

阿拉善SEE生态协会会长钱晓华首先向大家介绍了阿拉善SEE生态协会以及SEE基金会的环保项目，带领现场所有的参会嘉宾们更进一步的了解SEE，走进SEE。同时也通过精彩的介绍，将大家一起带进了本次大会的主题“筑梦绿色·共享WE来”。

此外，朗诗集团是“中国房地产业绿色供应链行动”的发起单位之一，谢总在会场向大家详细介绍了此次行动相关情况，并且现场启动了绿链行动中的铝合金无铬钝化行动。万科是房地产绿色供应链行动的发起单位之一，也是无铬行动的牵头企业，一直在不遗余力的推动铝合金无铬钝化事业的发展，江苏南万科房地产高级采购经理李长慧先生在本次大会上发布了铝合金无铬白名单的评审规则。

阿拉善SEE生态协会第五任会长原华远地产董事长任志强近年以来一直在不遗余力的为推广中国绿色环保事业而奔走。在任志强先生眼中，中国的企业家是最应该加入环保行列的人。目前，他每年当中绝大多数的时间都在忙阿拉善SEE生态协会的事，背后支持他的是企业家的精神与责任。

在会议现场，参会的企业家们在听了众多专家们的讲解之后，充分认识到了“企业家做环保”的重要性，纷纷走上台来，踊跃加入阿拉善SEE生态协会。钱晓华会长、任志强会长、张泉理事、王积刚理事为新会员佩戴会徽。（吕世伟）



四川省金属结构行业协会秘书长牟六生一行参观考察湖北凌志装饰工程有限公司四川分公司

本刊讯 4月7日，四川省金属结构行业协会秘书长牟六生一行参观考察了湖北凌志装饰工程有限公司四川分公司。参观中，湖北凌志装饰工程有限公司四川分公司总经理张首魁为牟六生一行介绍了公司目前的发展情况，并对牟六生一行的到来表示热烈地欢迎。座谈中，牟六生代表协会肯定了凌志装饰四川分公司取得的成绩，对企业的发展提出了殷切的希望。同时，参会者一起讨论了协会幕墙专家组下一步的工作计划、新常态下幕墙技术的革新与新的突破，探讨了装配式幕墙及智能化幕墙在实际工程中的具体应用。据了解，湖北凌志装饰工程有限公司四川分公司成立于2014年，涵盖幕墙设计、施工等业务范畴。公司目前发展前景良好，预计在3-5年时间内产值达到1-2亿。（马静）

第四届中国绿色建材与装配式被动房大会在山东临朐召开

本刊讯 4月17日，由国家建筑材料工业技术情报研究所、国家建筑材料工业技术监督研究中心牵头主办、国家建筑材料工业技术情报研究所绿色建筑与建材发展研究中心、山东华建铝业集团公司、北京米兰之窗节能建材有限公司等承办的“2017第四届中国绿色建材与装配式被动房大会”在山东临朐揽翠湖温泉度假村胜利召开。来自全国各地的政府官员、科研机构、企业家代表等200余人，展开了一场产业与技术的对话，一场上下游对接融合的盛宴。

“中国绿色建材与装配式被动房大会”，已成为上下游产业链企业之间沟通交流的重要桥梁；把握绿色建材与装配式被动房发展脉搏的思想平台；展现企业自身形象的优良载体；促进多领域行业携手共进的众志联盟。2017年第四届中国绿色建材与装配式被动房大会应邀落户中国最大的铝型材产业基地——山东临朐，与第五届中国（临朐）国际门窗幕墙博览会遥相呼应，同期在展览会设立“绿色建材、被动式、装配式等配套产品”展区。

作为一直引领行业发展趋势的年度盛会，本届大会重点聚焦在装配式+被动式建筑的交叉、融合与创新。邀请政府部门领导及科研单位顶级专家对相关政策和标准进行深入解读，同时20多位权威专家学者及在装配式与被动式建筑开发、设计、施工、材料、领域装备等有丰富实战经验的企业项目负责人，从立项策划、开发设计、施工技术、规范标准材料应用以及工程案例等方面，全方位多角度详解实操过程中常见问题及解决办法。会议旨在全力推动装配式与被动式建筑的健康发展，促进新常态下建筑业升级转型，推广装配式与被动式建筑技术的实践应用，加速推动装配式被动房在中国本土化、本地化进程。同时，“中国装配式被动房配套材料创新示范企业”颁奖活动也穿插在大会议程中。

中国绿色建材与装配式被动房大会

会议期间，众多参会领导嘉宾还参观了山东华建铝业集团有限公司、山东米兰之窗系统门窗幕墙有限公司、山东飞度胶业科技股份有限公司、潍坊泰来钢结构工程有限公司等优秀企业。（窗博城）



澳普利发第五届全国精英店长培训取得圆满成功

本刊讯 4月11日-12日，以“全面提升，业绩倍增”为主题的澳普利发第五届全国精英店长培训取得圆满成功。来自全国各地的精英店长们汇聚长沙，学习交流，为日后的工作积蓄能量，打下坚实基础。特聘名师授课——家居建材行业实战营销权威专家、广州建众首席培训师、咨询师谭超现场授课，所有学员满载而归，收获满满。

培训课堂上，谭超老师以行业促销乱象为切入点，带领学员深入思考、分析行业现

状及发展趋势，并就问题作出解决方案。同时，针对门店活动促销做了鞭辟入里的答疑解惑，从活动方案的策划、活动场地搭建与布置、产品规划及售前售中售后服务的执行都做了深入浅出详细的讲解，令在座学员受益匪浅。

此外，生动有趣的课堂游戏，既活跃了课堂气氛，同时也增进了学员间的友谊。在形式多样的游戏环节中，学员们互帮互助，团结奋进，团队凝聚力与向心力得到体现，相信富有团队精神的他们收获了满满的知识



湖北省新增节能建筑2.2亿平方米

本刊讯 4月10日从湖北省省住建厅获悉，《湖北省“十三五”建筑节能与绿色建筑发展规划》（以下简称《规划》）已出台，预计到2020年，该省将新增节能建筑2.2亿平方米，城镇新建建筑能效水平比2015年提升20%以上。

据悉，“十二五”期间，该省累计增加节能建筑面积2.47亿平方米，节能建筑占城镇民用建筑面积约40%。建筑节能领域共形成每年节约365.6万吨标准煤的持续节能能力，超额完成“十二五”规划的主要目标任务。

“十三五”期间，该省将坚持政策激励与市场推动相结合，标准强制与政策引导相结合，过程监管与目标考核相结合，推进建筑节能与绿色发展，使全省新增建筑节能能力367.5万吨标准煤。对城镇新建建筑，将全面执行湖北省低能耗居住建筑标准和国家现行公共建筑节能设计标准，通过试点示范进一步提升建筑节能标准。对全省县级以上城区符合条件的新建建筑，将逐步强制推行绿色建筑标准，鼓励既有公共建筑按绿色建筑标准实施节能改造。《规划》还提出，将实施“能效领跑者”计划，支持“一主两副”城市率先开展“被动式”超低能耗或近零能耗建筑建设试点，争取在“十三五”期间建成一批示范工程。《规划》鼓励，在农村地区实施《农村居住建筑节能设计标准》，开展农村公益性建筑节能改造示范工作，鼓励新能源、可再生能源在农村建筑中的应用。（河北日报）



和能量，将在日后的工作中发光发亮，取得佳绩！

相信通过此次特训，所有学员的集体荣誉感、团队精神都得到提升；营销专家的鼎力授课，让所有学员翱翔在营销知识的海洋，为个人能力的提升锦上添花。（企业供稿）

希洛亮相广州幕墙门窗新品展

本刊讯 近日，第二十三届全国铝门窗幕墙新产品博览会正式启幕，希洛系统门窗也如约而至，不容小觑的展厅面积与产品阵容，带给消费者不一样的高端系统门窗新体验。



希洛展厅延续了以往的设计理念与家装风格，银白色的主题色调给人一种追求完美的现代氛围。整个展厅设计简约不失华美，高贵不失时尚，每个细节都彰显出简约现代的理念。在偌大的展厅里，明朗开阔的展区设计充分考虑了功能性，分区有致，产品突出，达到了极佳的视觉效果。而希洛展厅内的门窗展品更是代表了系统门窗的流行趋势。此次希洛展品包括对开门、隐扇窗、窗纱一体系列、内开内倒窗、平行嵌入式侧滑门、提升推拉门、铝板入户门、转角提升推拉门等。每款展品都由希洛的设计师团队从材料挑选到外型设计严格把控，每个细节精雕细琢，精益求精。

其中，首次亮相展会的阳光房成为希洛展厅的新宠儿。希洛阳光房以其设计多元，功能多变的新形象改变了以往设计与功能对立的局面；希洛阳光房只为成就自然之美，满足对跨度空间的个性需求。展厅内，希洛系统门窗热闹非凡，一系列亮相的门窗展品吸引了不少在场观众的眼球。匠心传承，荣耀加冕！希洛系统门窗还收获“门窗十大首选品牌”这一品牌殊荣！

此次广州展会，希洛系统门窗的展位展品不仅展示出其专注专业的好品牌形象，同时也跟众多门窗企业、国内外友人同台竞技、友好交流，可谓收获颇丰，载誉而归！未来，希洛系统门窗将以此为契机，秉承着一份品质之心和创新之力深耕系统门窗市场；走在行业的前沿，向越来越多的消费者输送更加优质的门窗产品。（企业供稿）



伟业铝材荣获“2017 年中国房地产开发企业 500 强首选供应商”称号

本刊讯 3 月 22 日，“2017 中国房地产 500 强测评成果发布会暨 500 强峰会”在北京盛大召开，会议发布了第八届《2017 中国房地产开发企业 500 强测评报告》及《2017 中国房地产开发企业 500 强首选供应商服务商品品牌测评报告》，伟业铝材以 14% 首选率问鼎首选品牌行业十强。

在中国房地产市场深度调整的今天，房企竞争从重“产品力”向“产品力 + 服务力 + 品牌力”过渡，要求企业进一步创新商业模式、优化业务结构、升级产品服务，因此选择品牌供应商的优质产品成为重要诉求。具有全球战略联动的伟业铝材，在加快产业升级的同时携手品牌强劲之势关联产业渗透，加强与经销客户扩大全球终端营销网络，推广具有创新性、战略性的工程渠道经营模式，不断深化与房地产的战略“服务延伸”，优化房地产供应链，与地产开发商的战略合作共创共优共享格局。

该项测评已开展连续 8 年，被业内誉为房地产及产业链领域的“奥斯卡”盛典，由中国房地产业协会和中国房地产测评中心主办。测评成果发布会现场集聚恒大、碧桂园等千亿级房企高层及品牌地产人士、设计领域精英，供应商、服务商近前千人，共同见证榜单揭晓。在房地产发展整体增速放缓的背景下，中高端建材产品的市场需求显示出较大的发展潜力，绿色、低碳、智能产品大放异彩。而随着行业整体设计水平和施工质量提高，新材料、新技术、新工艺的推广应用，进一步推动了产业链上下游供应商及服务商升级。伟业铝材作为首选品牌坚持初心，以绿色环保为导向，走出更环保智能的大健康家居特色，提速发展，积淀核心优势，以家居建材行业强者姿态与地产开发商实现无缝对接，强强联手，为消费者提供极致健康的家居体验。（何玉玲）



伟业铝材荣膺首届“南海区政府质量奖”

本刊讯 3月30日,以“定标准、提品质、创品牌”为主题的南海区委、区政府质量强区大会上,伟业集团荣膺首届“南海区政府质量奖”“南海区纳税超3000万企业”。

科技兴伟业,质量创名牌

市委常委、南海区委书记黄志豪曾多次强调,品质南海首先抓品质制造,抓品质首先就要抓质量,没有品质就没有质量,没有品牌就没有效益,南海的制造业转型升级,要以提品质、创品牌为根本路径,从做好品质到打响品牌。伟业铝材自创业起始终以来“科技、质量、人才”作为企业的核心竞争力,凭借“规模+技术+品牌+管理”的四驱发展模式引领中国铝型材行业,也将南海品牌的实力扬名海外,铝型材产业链延伸到30多个国家和地区,成为“中国房地产开发企业500强首选供应商”“高新技术企业”“全国铝合金型材产业知名品牌创建示范区·十大骨干企业”“亚洲品牌500强企业”。

质量强企、质量强区,助力南海供给侧改革再发力

尽管整体经济形势不乐观,但2016年南海仍交了一份不错的答卷,2016年南海实现地区生产总值2411亿元,这主要得益于南海实力雄厚的民营企业。这种逆市平稳增长势头少不了企业家开拓进取的挑战精神。从输出高端铝型材到高端门窗定制系统一体式服务,伟业铝材以高瞻远瞩的视野,坚持沉淀自我,潜心铸造多元化产品,为工业轻量

化发展进行了多项工程项目的创新升级,引进华南地区5000吨/7000吨大型挤压机、全自动立式仓储、亚洲大型全自动立式氧化、电泳生产线等智能化生产系统,全方位提高供给体系的质量与效益,提升产业的竞争力。

荣膺首届政府质量奖,标杆荣誉、责任同行

伟业铝材继续响应政府工作,发挥“北斗星计划”“雄鹰计划”的核心力量,把标杆荣誉与责任同行,深化绿色智能生产,培养人才以“互联网+产业最大化”打造铝建筑供应链体验为王新时代,以“改善和提高人类生活环境”的使命感,以“引领行业发展”的责任感,将在持续践行低碳、环保科技创新的基础上,加速产业的信息化和智能化布局,致力打造全球影响力的铝型材产业集团。(企业供稿)



狮山镇大圃社会管理处“两新”组织党建参观伟业集团学习

本刊讯 4月1日,狮山镇大圃社会管理处“两新”组织党建参观伟业集团学习座谈会在伟业集团党支部(伟业集团生产基地总部长虹岭A区)进行,大圃社会管理处组织工作办常务副主任罗少荷、大圃社会管理处组织工作办副主任沈顺楷、大圃社会管理处组织工作办谢庆麟先生等党成员与伟业集团党支部成员共聚一堂,共体验、抓党建、促发展。

伟业集团副总经理李伟萍、伟业集团行

政副经理、现任党支部书记李燕兴接待来宾,并为党员介绍伟业集团当建宣传、日常工作及党员活动。伟业党支部自成立以来,在公司的鼎力支持与在各级党委的指引下,坚持以客观、积极的态度展开各项党建工作,各党员在企业中或社会生活中都以党的先锋带头作用传播正能量。

伟业党支部在企业的发展中着重抓党的思想建设和组织建设,为企业的经济发展注入了动力、活力、竞争力和生命力,建立并

逐步完善党支部制度,并建立工会、团支部、义工队、服务员工、服务群众等部组不定期展开工作与活动,增进企业生活文化特色。

伟业党支部始终坚持紧密结合公司的生产经营发展,积极创新党建工作方式方法。“三创三营”工作法,将党建工作融入到企业的生产经营过程、职工生活中去,提升了党建工作的活力,促进企业全面发展,打造了和谐快乐伟业。

(何玉玲)





第三届中国国际工程采购联盟供需合作高峰论坛在山东临朐隆重举行

本刊讯 4月17日，由中国国际工程咨询协会主办，山东华建铝业集团有限公司、华为技术有限公司、临沂商城管委会支持协办的“第三届中国国际工程采购联盟供需合作高峰论坛暨工程项目及设备物资采购对接会”在山东临朐中国国际门窗幕墙博览城胜利召开！

此次会议得到了坦桑尼亚国家住房公司、坦桑尼亚大使馆、墨西哥、埃塞俄比亚以及科摩罗驻华使馆等国际友人的出席与大力支持，来自国际总包业务领域的众多央企承包商与各行业优秀供应商企业汇聚一堂，在研讨交流国际工程热点市场和国际采购话题的同时，现场对接了多项工程、融资及采购需求。

“中国国际工程采购联盟供需合作高峰论坛”在商务部有关领导的关怀和支持下，已成功举办三届，累计服务千余人次，征集并对接了涉及762项工程的121项分包信息、142项投融资需求、721批次的采购需求，会议效果及影响力逐届提升，供需双方通过互相了解逐步加深了合作，为“中国制造”与工程总包企业抱团出击，联手开拓国内国际市场提供了重要平台。

此次会议的成功举办是落实国家“一带一路”战略与“国际产能合作”背景下国际工程产业链供需合作的又一次探索和实践，随着中国国际工程采购联盟及

协会设备物资采购分会的成立、各项工作以及业务的逐渐开展，越来越多具有工程总包资质单位及代表“中国制造”的优秀供应商不断加入，势必将探索出一条服务于国内外工程产业合作的创新之路，协会将继续大力推进、持续创新，将系列高峰论坛和对接会办成服务于国际工程全产业链的最佳服务平台。（吕世伟）



四川省建筑金属结构协会召开铝门窗幕墙发展交流会



本刊讯 3月22日，四川省建筑金属结构协会召开了

铝门窗幕墙发展交流会。四川省建筑金属结构协会会长蒙昌嘉、秘书长宋先梅、副秘书长兼专家委员会主任委员吴智勇以及会员单位代表参加了此次会议。会议由四川省建筑金属结构协会秘书长宋先梅主持。

会上，四川省建筑金属结构协会会长蒙昌嘉对协会作了简要介绍。蒙昌嘉强调，将与四川省住建厅一起制定协会未来五年的发展计划，为协会及行业的发展出谋划策。积极吸纳企业加入协会，并开展行业调研。与会员单位共同搭建行业共享平台，达到互动、促进的作用，以实现多方共赢的良好局面。实现产、学、研三方面的合作，达到产业链的共享与共同发展，坚决抵制价格战的恶性竞争。同时，希望会员单位与协会一起，发现问题、提出问题、解决问题。加大行业内、外的交流与合作，并根据行业的标准，进行企业奖项的评选活动。随后，四川省建筑金属结构协会副秘书长兼专家委员会主任委员吴智勇发言，吴智勇在回顾了行业发展的历程之后，为参会的会员代表讲述协会近几年的发展与变化。希望会员单位与协会一起，共同为行业的有序发展做出自己的贡献。最后，会员代表纷纷发言，为协会的发展建言献策。（马静）



高登铝业获“2017年中国房地产开发企业500强首选供应商品牌”荣誉

本刊讯 近日，“2017中国房地产500强测评成果发布会暨500强峰会”在北京盛大召开，会议发布第八届《2017中国房地产开发企业500强测评报告》及《2017中国房地产开发企业500强首选供应商服务商品品牌测评报告》，高登问鼎首选品牌行业前10强。

据了解，该项测评已开展连续8年，被业内誉为房地产及产业链领域的“奥斯卡”盛典，由中国房地产业协会和中国房地产测

评中心主办。测评成果发布会现场集聚恒大、碧桂园等千亿级房企高层及品牌地产人士、设计领域精英，供应商、服务商近前千人，共同见证榜单揭晓。

在房地产发展整体增速放缓的背景下，中高端建材产品的市场需求显示出较大的发展潜力，绿色、低碳、智能产品大放异彩。而随着行业整体设计水平和施工质量提高，新材料、新技术、新工艺的推广应用，进一

步推动了产业链上下游供应商及服务商升级。高登铝材再获首选品牌荣誉，必将有信心成为您身边的绿色铝建筑系统解决方案提供商，成为开发企业采购铝材的最佳选择！

（企业供稿）





嘉寓股份中标北京副中心 8000 万幕墙工程

嘉寓股份



本刊讯 近日，北京嘉寓门窗幕墙股份有限公司收到北京城市副中心行政办公区 A4 工程幕墙工程（二标段）项目中标通知书，中标价为 83,522,188.29 元。该项目建设地点位于通州区潞城镇，建设规模 144200 平方米，计划于今年 3 月 15 日开工，工期 138 天。

公告还指出，本次中标价 83,522,188.29 元，占公司 2016 年度未经审计的业绩快报披露的营业收入的 3.88%。上述项目的实施不影响公司业务的独立性，将对公司经营业绩产生较为积极的影响。

同时发布风险提示，称本次中标待签订正式合同，敬请广大投资者注意投资风险。

此外，嘉寓股份 4 月 4 日在互动平台称，公司计划专门设立嘉寓雄安新区区域总部，迅速打造一个在公司内部综合实力最强的运营管理团队，充分利用嘉寓河北生产基地，以及公司拥有的 200 余项专利技术、30 年的门窗幕墙领域专业经验为新区建设提供高品质、高标准的产品和服务。

同时，为响应雄安新区发展高端高新产业的战略规划，公司拟将旗下智能制造企业“北京奥普科星技术有限公司”的生产研发中心落户到雄安新区。（新浪财经）



oplv 品牌发布暨经销商年会隆重举行

本刊讯 近日，以“航天筑梦 聚力腾飞”为主题的 2017 年 oplv 品牌发布暨经销商年会在增城万达嘉华酒店隆重举行。此次盛会非同凡响，会议现场宾客云集，中国航天基金会秘书长（原中国酒泉卫星发射中心副司令员）张玉江、中国航天基金会联络部部长（大校）袁茂富、中国室内装饰协会设计委员会副主任兼秘书长（清华大学美术学院教授、博士生导师）杨冬江等重磅嘉宾出席本次活动，oplv 高层领导群、全国子公司总经理以及来自五湖四海的经销商代表、合作伙伴们近 500 人汇聚一堂。

回顾与总结，聚势再腾飞——OPLV 颁奖盛典

oplv 公司总经理朱鸿韬致辞，朱总对今天到来的嘉宾朋友表示由衷的感谢，他表示 oplv 目前所取得的成绩离不开所有合作伙伴及各行各业的鼎力支持，“我们所处于一个千帆竞发、百舸争流的时代，为此要懂得抓住机遇，迎接挑战，夯实根基，聚力腾飞！”朱总如是说道。

oplv 运营总监孙文红做 2016 回顾与总结。他表示，对过去一年所收获的成绩值得肯定；展望未来，谋势布局，愿携手各界人士，共瞻推行业大前景。

岁月不居，天道酬勤，所有的丰功伟绩都来之不易，也离不开所有员工、所有经销商朋友们的辛勤付出。oplv 颁奖环节隆重揭晓了 2016 年度优秀店长、2016 年度优秀加盟店、2016 年度优秀经销商三大奖项的获奖榜单。荣誉是对成绩的肯定，同时也将鼓舞着我们继续奋发向上，将事业的船舶驶向更高更远的地方。

凤凰涅槃，整装出发——OPLV 全系统门窗品牌发布

进入 oplv 品牌发布环节。oplv 总经理朱鸿韬、中国航天基金会秘书长张玉江、中国室内装饰协会设计委员会副主任兼秘书长杨冬江等领导共同启动按钮，一只火凤凰高歌展翅，一飞冲天，将 oplv 品牌揭晓。

oplv 全系统门窗品牌形象由清华美术学院倾力打造，同时全面设计升级 oplv 旗舰店店面形象。发布会上，杨冬江教授对 oplv 品牌进行

诠释解说。

携手航天，共筑未来——OPLV 与中国航天战略合作

下午，oplv 与中国航天签署战略合作协议，正式升级成为中国航天事业战略合作伙伴。中国航天基金会秘书长张玉江发表讲话，就与 oplv 的战略合作进行展望，并寄予殷切期望。

oplv 与中国航天事业的结缘由来已久，自携手航天以来，便提出“精工理念，航天品质”的生产制造目标，与高精尖的航天技术进行更深入的融合，依托航天科技的技术转换，进一步创新研发，深化改革门窗产品，让航天科技民用化，切实造福广大消费者。

签约仪式之后，由 oplv 研发中心总监王振茂发布 2017 全系统门窗新品；oplv 艾迪雅铝木组合门窗运营总监陈金星先生发布铝木新品。同时，为了打造 2017 航天年，助推品牌发展，oplv 市场总监陈贤辉现场发布年度营销方案“特约航天之旅”计划，赢得在座宾客的掌声和肯定。随后，运营总监孙文红发布 oplv2017 年度专卖店招商加盟政策，获得在座经销商的踊跃支持，加盟签约场面火爆。（企业供稿）

