



悉奥涂料
中国好工程

建筑涂料/工程装饰/投资管理



悉奥控股有限公司 XIAO HOLDING CO.,LTD

■ 公司地址：浙江杭州临安高虹崇贤路 598 号

■ 公司网址：www.china-xiao.com

■ 服务热线：4008-269-700

■ 邮政编码：311307

今日悉奥

XIAO TODAY

2025 年第 1 期 (总 61 期)



XIAO TODAY

今日悉奥

第 61 期

2025 年第 1 季度出版
内部刊物 免费交流

鼎力打造工程涂料第一品牌

2000.9.15
临安悉奥涂料有限公司成立

行业动态

2025 国家新政加码推动
房地产市场止跌回稳

● P38

管理纵横

房票政策下的涂料行业：
拆出来的新机遇

● P13

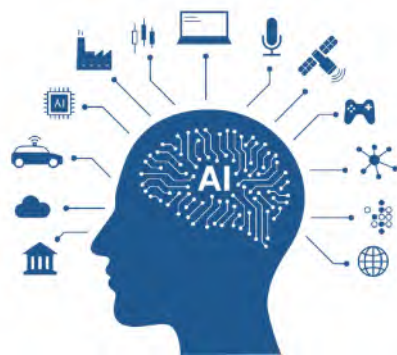
鲁班评说

水包砂：新农村自建房
外墙的时尚新宠

● P19



关注我们
获取建筑涂料
价值资讯



AI 不会取代你， 但会用 AI 的人会取代你

在纽约现代艺术博物馆的展厅里，AI 生成的画作《埃德蒙·贝拉米肖像》以 43.25 万美元成交。这场拍卖像一记惊雷，将人类最后的傲慢劈得粉碎——当 AI 开始入侵艺术这个人类最后的堡垒，我们终于意识到：技术革命不是实验室里的游戏，而是每个现代人必须直面的生存战争。

人类文明史本质上是工具进化史。从燧石到蒸汽机，每次工具革命都伴随着认知框架的重构。AI 的颠覆性在于，它不再是被动的工具，而是具备自主进化的数字生命体。斯坦福大学的研究显示，GPT-4 在律师资格考试中超越 90% 的人类考生，Midjourney 的构图效率是设计师的 230 倍。这些数据背后隐藏着残酷的真相：传统技能壁垒正在瓦解，知识垄断时代走向终结。

在深圳某工业设计公司，掌握 Stable Diffusion 的设计师月产能突破 200 个方案，而固守传统流程的设计团队正在被整体裁撤。这不是简单的效率竞赛，而是认知维度的降维打击。AI 将设计从二维平面推向多维参数空间，重构了创作的基本逻辑。

传统教育体系培养的线性思维，在 AI 时代暴露出致命缺陷。当 ChatGPT 能在 5 分钟内完成市场分析报告，当 AutoGPT 可以自主完成代码调试，人类必须进化出更高级的元能力。麻省理工学院教授埃里克·布林约尔松提出 "人机超能" 概念：掌握 AI，使用 AI 的人类，其能力边界将呈现指数级扩展。东京大学医学部引入 AI 辅助诊断系统后，医生的角色从疾病识别转向治疗方案创新。他们用生成式 AI 模拟药物分子结构，用强化学习优化手术方案，将治愈率提升 37%。这种转变揭示出人与 AI 关系的本质：AI 不是替代者，而是认知增强的外接神经元。

技术既是解药也是毒药。在硅谷，程序员通过 GitHub Copilot 将编码效率提升 55%，但机械依赖 AI 的开发者正在丧失架构设计能力。这种悖论指向关键分野：把 AI 当作拐杖的人终将残废，将 AI 视为翅膀的人才能翱翔。教育领域也正在发生静默革命。芬兰将 AI 协作能力纳入基础教育，学生 12 岁开始学习如何训练神经网络。这种教育不是培养技术工人，而是塑造能驾驭 AI 的 "数字指挥官"。他们深谙提示词工程的精妙，掌握模型微调的技巧，更重要的，是保有不可替代的人类判断力。

站在文明迭代的临界点，我们面临的不是人与机器的对抗，而是新旧认知体系的更替。未来学家凯文·凯利说："AI 将像电力般无处不在，但只有懂得布线的人才能点亮明灯。" 这场生存竞赛的终极答案，藏在人类持续进化的勇气里——既要驯服技术的野性，更要超越自我的局限。或许，AI 不会取代你，但会用 AI 的人会取代你。



目录 CONTENTS

EDITORIAL DEPARTMENT 编辑部

主编 黄金谦	副主编 黄 锡	副主编 夏小良	责任编辑 童亚青

编委 范黎明	编委 马勇军	编委 陈钰亮	编委 罗雄飞

通讯员 陶志培	通讯员 王晓飞	通讯员 黄 鑫	通讯员 周 圆

通讯员 曾新明	编辑 胡 霞	编辑 钱梦琪	编辑 黄丽青

出刊日期：2025 年 4 月
主办单位：悉奥控股有限公司
地 址：杭州临安高虹崇贤路 598 号
服务热线：4008-269-700
传 真：0571-63813189
网 址：www.china-xiao.com
投稿邮箱：zhejiang.xiao@163.com

公司 风采 Company Elegant

- 02 | 悉奥时讯
- 04 | 公司召开民用市场推广会，开启高质量发展新篇章
- 07 | 悉奥营销中心成功举办民用市场推广团建活动

营销 谋略 Marketing Strategy

- 10 | 涂料销售新思维：以“专家人设”撬动家装零售市场

管理 纵横 Management Aspect

- 13 | 房票政策下的涂料行业：拆出来的新机遇

科技 之光 Frontier Technology

- 16 | 建筑涂料相关认证的深度解析

鲁班 评说 Engineering Management

- 19 | 水包砂：新农村自建房外墙的时尚新宠
- 23 | 3 个实用技巧帮你避开家装刷涂料色差坑

党政 要览 Party News and Policies

- 26 | 看懂全国两会经济发展政府工作报告

员工 心声 Employees' Voice

- 29 | 如何高效管理我们的“可支配时间”
- 32 | 如何正确地教育新时代的孩子？
- 34 | “她”力量
- 36 | 30+ 的职场人，也能像哪吒一样逆天改命

行业 动态 Industry Dynamics

- 38 | 两会观察：2025 国家新政加码推动房地产市场止跌回稳
- 41 | 破茧重生：2025 年建筑涂料企业的突围之道与光明未来
- 46 | 人人都看得懂的 DeepSeek 入门科普

知识 百味 Joy and Knowledge

- 50 | 科技泡沫破裂的飞行汽车

悉奥时讯

XIAO NEWS

公司参加 2024 年临装商会精英盛典

1月7日，临安装饰装修商会举办2024精英盛典暨“西子电梯杯”设计大赛颁奖仪式。区委常委、统战部部长陈娜，区政协副主席张敏等领导出席活动。公司董事长黄金谦、营销中心总经理范黎明、大客户中心总经理罗雄飞、工程中心总经理陈钰亮参加本次会议。会上，区委常委、统战部部长陈娜充分肯定商会2024年在凝聚行业合力、搭建共享法庭等方面的工作成果，并对行业发展提出指导意见。临装商会执行会长、公司董事长黄金谦致开幕词，回顾商会通过企业走访、小组团建等活动搭建高效合作平台的发展历程。活动同步举行设计大赛颁奖仪式，表彰行业创新力量。与会嘉宾围绕“临装盛聚，会启新程”主题，共商行业未来发展，表示将以更饱满的热情推动临装行业高质量发展。活动彰显了商会促进交流合作、引领行业创新的平台作用，为临安装饰装修产业升级注入新动能。站在新的起点上，公司将继续携手共进，以更加饱满的热情和更加坚定的信念，为临装行业的发展贡献更多的智慧和力量，共同开创临装行业更加美好的未来。



悉奥展示厅露脸“大潮起钱塘”浙江制造摄影大展

近日，“大潮起钱塘”浙江制造摄影大展在浙江展览馆盛大开幕，成为浙江省文化与工业发展的一次重要展示。本次摄影大展由浙江省文联、浙江省总工会等联合主办，展出近200件优秀作品。其中临安区摄影家协会主席章国华凭借作品《涂料世界》（取景于悉奥形象展示厅）荣获优秀作品奖，展现了我司企业文化和涂料产品的艺术魅力。悉奥形象展示厅作为品牌文化窗口，集中呈现企业产品、品质与服务，是客户参观、洽谈及企业文化传播的重要平台。此次获奖既是对我司的认可，也是对未来发展的激励。大展通过影像记录浙江制造业的高质量发展，讲述新时代的浙江故事。我司将继续努力，为浙江制造业进步贡献力量



公司组织召开民用市场运营推广会

2月21日，公司召开民用市场运营推广会，董事长黄金谦、总裁黄锡、副总裁马勇军及营销、制造中心相关人员参会。会议由大客户中心总经理罗雄飞主持。营销中心总经理范黎明分析民用市场现状，提出推广策略；制造中心总经理童亚青详解产品落地流程，强调质量管控与售后服务。董事长黄金谦强调民用市场是公司发展重点，要求市场专员：1. 结合自身优势精准营销；2. 精通产品知识；3. 提前准备客户问题解决方案。通过本次会议的召开，我们有信心在民用市场中取得更大的突破，实现公司的长远发展目标。



公司营销中心举行民用市场推广团建活动

2月28日，公司营销中心开展“携手同行”主题团建活动。上午业务研讨会中，营销中心总经理范黎明重申民用市场战略重点，团队共同提炼20个关键问题形成“民用市场100问”基础，并就提升业绩展开深度讨论，提出优化服务流程、创新营销模式等建议。下午通过趣味团建活动增进团队默契，面对行业下行压力，活动有效提振团队士气，强化协作意识。成员们表示将以更积极姿态开拓市场，助力公司突破困境。此次活动实现了业务研讨与团队建设的双重目标，为开拓民用市场凝聚了强大合力。



公司参加临安区新企联召开二届四次会员大会

2月28日，临安区新生代企业家联谊会召开二届四次会员大会暨2025迎新会。区委统战部、区工商联领导及全体会员出席。公司总裁黄锡参加本次会议。会议提出四点希望：坚定发展信念、坚持创新驱动、持续学习提升、勇担社

会责任。区新企联会长董成龙作《临安区新生代企业家联谊会2024年工作报告》。会议举行了新会员入会仪式，表彰了2024年度优秀会员和小组。新生代企业家们共聚一堂，共绘发展蓝图，展现了临安企业家的蓬勃朝气和社会担当。



公司送上暖心女神节福利

在这个春和景明、万物复苏的美好时节，我们迎来了三八国际妇女节，公司向全体女员工致以最诚挚的节日问候和崇高的敬意。公司始终关注员工的福祉，尤其是女员工的工作和生活状态。在这个特殊的日子里，我们特别为所有女同胞准备了暖心福利，以表达公司对大家辛勤工作的认可和对个人生活的关怀。公司的持续向好发展离不开各位女职工的敬业奉献。愿你们犹如这春天般明媚、温暖、生机勃勃；愿所有女同胞们与美丽为伴，携幸福同行！我们相信，通过大家的共同努力和公司的持续支持，每一位女员工都能在工作 and 生活中取得更大的成就，为公司的发展贡献更多的力量。让我们携手共进，共创美好未来！



凝心聚力启新程 擘画未来谱华章

——公司召开民用市场推广会，开启高质量发展新篇章

文 / 本刊编辑部

春潮涌动催人进，扬帆奋进正当时。2月21日，公司在7号楼二楼会议室隆重召开民用市场战略运营推广会。公司董事长黄金谦、总裁黄锡、副总裁

马勇军携营销中心、制造中心核心骨干齐聚一堂，共商民用市场发展大计。

会议由大客户中心总经理罗雄飞主持，现场气氛热烈，展现出公司上下齐心、锐意进取的蓬勃气象。

会议内容丰富且重点突出，主要围绕民用市场的推广运营展开，分为三大板块。

首先，营销中心总经理范黎明详细介绍了民用市场推广运营的核心内容与具体措施。范总从市场现状入手，深入分析了当前民用市场的机遇与挑战，并结合公司的战略目标，提出了一系列切实可行的推广策略。



» 营销中心总经理范黎明详细介绍了民用市场推广运营的核心内容与具体措施

他强调，民用市场的推广不仅仅是销售产品，更是建立品牌和客户信任的过程。范总通过详实的数据和清晰的思路，为与会人员描绘了公司在民用市场的广阔前景。

紧接着，制造中心总经理童亚青详细解读了民用市场落地的全流程。童总凭借其在制造领域的深厚经验，从产品生产到市场交付的各个环节，为与会人员提供了全面的指导。她特别强调了

产品质量的重要性，指出高质量的产品是赢得市场认可的关键。

此外，童总还分享了售后服务的体系构建，强调通过完善的售后服务，能够有效提升客户满意度，促进客户的二次购买与口碑传播。她的讲解为与会人员清晰地呈现了民用市场落地的每一个关键环节，使大家对未来的工作有了更加明确的方向。

» 制造中心总经理童亚青详细解读了民用市场落地的全流程



会议的最后，公司董事长黄金谦发表了重要讲话。黄总首先对营销中心和制造中心的精心准备与精彩宣讲表示高度肯定。

他指出，民用市场的运营推广是公司当前及未来发展的重中之重，全体成员必须高度重视并全力以赴。黄总强调，民用市场的竞争日益激烈，公司要想在其中脱颖而出，必须依靠团队的智慧和努力。

» 会议现场





» 公司董事长黄金谦发表了重要讲话



» 会议现场

在市场推广过程中，黄总特别强调了三点要求。首先，市场专员要根据自身特点选择擅长的方式去做市场营销，充分利用自己的班组圈子、设计师圈子或合作伙伴圈子，发挥各自的优势。

其次，市场专员要熟练掌握

常用产品的业务知识，包括产品的属性、工艺、价格以及优缺点，做到张口就来，胸有成竹。

最后，黄总要求市场专员要事先归纳总结客户常见疑难问题的解决方案，提前做好预设方案，避免临时应对。他指出，只有做

好充分准备，才能在市场竞争中立于不败之地。

黄总的讲话不仅为市场专员们指明了方向，也为公司未来的发展注入了强大的动力。他鼓励全体员工要勇于创新，敢于挑战，不断提升自身能力，为公司的发展贡献力量。

会议在激昂的掌声中圆满落幕。与会人员一致表示，将把会议精神转化为“作战图”和“任务书”，以“开局即决战”的姿态冲刺民用市场新高地。

此次会议不仅是一次战略部署，更是一次文化赋能——它彰显了公司以客户为中心、以创新为动力、以奋斗者为本的核心价值观。

长风万里，未来可期。在全体员工的合力共进下，公司必将以更优质的产品、更温暖的服务，在民用市场的广阔天地中书写属于我们的辉煌传奇！



公司营销中心成功举办 “携手同行”民用市场推广团建活动

文 / 本刊编辑部

2月28日，悉奥营销中心全体成员齐聚一堂，成功举办了以“携手同行”为主题的民用市场推广团建活动。此次活动不仅是一次团队建设，更是一次业务研讨的深度结合，旨在打破部

门成员间的隔阂，增强团队凝聚力，同时为公司在当前建筑行业市场低迷、竞争加剧的困境中寻找新的突破点。

活动在上午的座谈会中拉开



» 营销中心总经理范总带领大家回顾民用市场推广会的核心内容

帷幕。会议伊始，营销中心总经理范总带领大家回顾了此前民用市场推广会的核心内容，进一步明确了市场部在推动公司业务发展的关键作用。范总强调，面对市场的挑战，团队必须紧密合作，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

随后，每位市场部成员围绕民用市场的现状与挑战，提出了20个关于民用市场的关键问题。这些问题将作为“民用市场100问”的重要部分，为后续市场策略的制定提供参考。大家积极发言，提出了许多具有建设性的意见和建议。

在讨论环节，大家围绕“如何提升民用市场业绩”展开了深入探讨。与会人员提出了多项切实可行的建议，包括优化客户服务流程、加强品牌宣传力度以及创新营销模式等。

这些建议不仅为公司的市场推广提供了新的思路，也展现了团队成员的专业素养和创新精神。

» 大家围绕“如何提升民用市场业绩”展开了深入探讨



下午的活动则以轻松愉快的趣味游戏为主。通过一系列团队协作游戏，成员们在欢声笑语中拉近了彼此的距离，建立了更深的信任与默契。

游戏不仅缓解了日常工作压力，也让团队成员深刻感受到轻松、愉快的团队氛围，进一步增强了归属感和协作意识。

当前，建筑行业面临市场低迷、项目获取难度增加等多重挑



» 团队协作游戏

战，市场部作为公司开拓市场的先锋，承受着巨大的压力。

此次“携手同行”团建活动取得了圆满成功，为团队成员创造了宝贵的交流机会，同时有效激发了全员营销的热情与信心。

通过精心设计的座谈会与趣味活动相结合的形式，大家不仅加深了对市场现状的理解，更在互动中增进了彼此信任，展现出齐心协力、共克时艰的坚定决心。

活动实现了团队凝聚力与市场开拓力的双重提升。一方面，团队成员在轻松愉悦的氛围中建立了更紧密的合作关系，为后续工作开展奠定了良好基础；另一方面，通过深入的市场策略研讨，为民用市场开拓积累了创新思路 and 可行方案。这种寓教于乐的形式，让团队建设与业务发展实现了有机融合。

展望未来，悉奥营销中心将继续践行“携手同行”的理念，

将此次活动中凝聚的团队精神转化为实际行动力。我们将以更加积极的姿态投入工作，在创新营销模式、开拓民用市场等重点领域持续发力。

相信凭借这支团结奋进的团队，公司必将在激烈的市场竞争中把握先机，在民用市场开辟新的发展空间，最终实现企业的长远发展目标。此次团建积累的正能量，必将成为推动公司高质量发展的持久动力。



未来的涂料销售将不再依赖“能说会道”，而是靠“专业价值”取胜。谁先完成这一转型，谁就能在家装零售市场占据先机。

涂料销售新思维： 以“专家人设”撬动家装零售市场

文 / 罗雄飞 营销中心

在家装零售市场，涂料产品的销售模式正在经历深刻变革。过去依靠价格战和人情关系的销售方式逐渐失去效力，取而代之的是专业知识和信任感的构建。



对于一线涂料销售员而言，打造“专家人设”不仅能够提升个人竞争力，还能形成口碑传播的良性循环，从而带动业绩的持续增长。这一转变的核心在于，消费者在面对复杂的涂料产品时，更倾向于信赖那些能够提供专业建议的销售顾问，而非仅仅推销产品的销售人员。

要理解“专家人设”的重要性，首先需要分析消费者的决策心理。家装涂料并非快消品，普通消费者在面对抗甲醛、耐擦洗、艺术漆等不同功能时，往往感到困惑。

调研数据显示，70% 的消费者最终购买的涂料品牌并非最初关注的品牌，而是在销售员的专

业讲解后做出的选择。这种决策依赖的背后，是行业信息的高度不对称。

消费者很难辨别涂料的真实品质，比如低价产品可能牺牲环保性，同一品牌在不同渠道的产品线也存在差异，甚至施工工艺对最终效果的影响远超涂料本身。因此，谁能提供透明、专业的建议，谁就能赢得客户的信任。

塑造“专家人设”的第一步是构建系统的知识体系。普通销售员往往停留在产品功能的简单介绍上，例如“这款漆环保无味，价格实惠”，而专家型销售则会从客户的实际需求出发，提供针对性解决方案。

例如，面对新房装修的客户，可以先用湿度检测仪测量墙面含水率，避免后期鼓包，同时

推荐 VOC 含量 $\leq 2\text{g/L}$ 的涂料，并说明其适合有小孩的家庭，刷完 24 小时即可入住。这种专业建议不仅能增强客户信任，还能显著提高成交率。

此外，销售员还应掌握行业核心数据，如国内外环保标准对比、不同漆种的适用场景，并借助检测仪、色卡对比仪等工具增强说服力。

专业形象的可视化同样至关重要。销售员的着装、工具和沟通方式都会影响客户的第一印象。例如，定制工服印上“色彩顾问”或“墙面健康检测师”等头衔，携带电子测湿仪、色温分析仪等专业工具，甚至用 iPad 展示施工案例，都能让客户直观感受到专业性。

在社交媒体时代，销售员还可以通过内容输出强化专家形象。定期在抖音、朋友圈发布涂料知识短视频，如“如何辨别真假环保漆”或“5 分钟看懂检测报告”，不仅能吸引精准客户，还能树立行业权威。

» 悉奥涂料—湖北十堰·大家十里桃源





>> 悉奥涂料—江苏常州·百兴华府

某涂料销售员的实践表明，一条专业科普视频可能带来 30 多个咨询，最终转化 5 单以上。口碑传播是专家型销售的最大红利。家装消费具有高客单价、低频次的特点，客户决策周期长，

但一旦建立信任，转介绍率极高。

为了激发口碑效应，销售员可以设计“可分享”的体验，例如提供施工进度照片或视频，让客户自发传播。

此外，增值服务也能增强客户黏性，比如免费赠送“墙面护理指南”电子书，附带个人联系方式。老客户转介绍是另一个重要渠道，可以通过奖励机制推动，例如介绍新客户赠送免费补漆服务或品牌礼品。

同时，与施工班组的深度合作也能放大口碑效应，比如为合作师傅提供“品牌认证施工员”资格，或设立推荐佣金，形成利益共同体。

涂料行业的竞争已从“产品战”转向“服务战”和“知识战”。销售员若能跳出传统推销思维，转型为“家装顾问”，不仅能提升成交率，还能通过口碑实现长期复利增长。

未来的涂料销售将不再依赖“能说会道”，而是靠“专业价值”取胜。谁先完成这一转型，谁就能在家装零售市场占据先机。

>> 悉奥涂料—艺术涂料·纯彩墙面漆



房票政策下的涂料行业： 拆出来的新机遇

文 / 黄锡 总裁

最近，“房票”这个词常常在新闻中出现，成了老百姓和开发商都挂在嘴边的词。简单来说，房票就是政府给拆迁户发的“购房代金券”，让他们拿着去买商品房，不再直接给现金补偿。

这个政策表面上是为了帮地方政府省钱、帮开发商去库存，但往深了看，它或许正在悄悄撬动全国范围内的拆迁潮，也给建筑涂料行业提供了一个新的增长点。



一、房票政策背后： 地方政府的“拆东墙补西墙”

房票政策能火速铺开，根本原因是地方财政扛不住了。要知道，过去拆一片城中村，政府要掏几十亿现金补偿，可是现在很多地方连公务员工资都拖欠，根本拿不出钱。没钱怎么办？

以前还可以问银行借，现在地方债已经高企，银行也不敢借了。于是，房票应运而生，它一石二鸟，同时解决多个难题。首先，用房票替代现金补偿，政府不用拿出一大笔钱，解决了资金流问题。

其次，房票仅可用于购买新建住房，利用一些折扣优惠，吸引拆迁户消化现有住房去库存。最后，开发商收到房票后向政府要求兑付的时候，政府可以延期支付或者以土地折价抵扣，消化土地存量，促使开发商拿地。

在房票的推进下，开发商的去库存周期将会缩短，对于一些三线城市来说，在没实行房票政策之前，当地房地产市场的库存

去化周期长达 24 个月。

但政策实施半年后，库存去化周期就缩短到 18 个月了，积压的房子就能卖出去不少。这不仅让开发商的资金压力小了，房地产市场的资金回笼也快了，还为房地产企业接下来的发展注入了活力。

而且，库存减少了，房价也能稳住，不会因为房子太多卖不出去就使劲降价，对房地产市场的健康稳定发展有好处。

说白了，房票就是地方政府在财政紧箍咒下的“生存智慧”——既完成拆迁任务，又不用真金白银掏钱，还能顺带帮开发商清库存。



二、房票正在掀起新一轮全国大拆迁

别看房票政策才实施一年多，它的“拆房效应”已经显现。或许在未来，房票会掀起新一轮的全国大拆迁。

众所周知，土地财政对于地方经济的重要性不言而喻，放在当下经济低迷时期来看更是如此。利用房票这第一张多米诺骨牌，来盘活整个房地产，这一思路或许变得越来越明显。

比如郑州 2025 年上半年将发放约 10 万张房票，覆盖约 30 万家庭，在新建商品房成交面积中，房票使用率将达到 40% 以上。预计 2025 年全国将有 100 多个城市跟进房票政策。

这轮拆迁潮和过去完全不同——以前拆完要建安置房，现在直接赶人去买库存房，而且这次选择房票而不是货币补偿，也避免了拆迁户拿着钱到外地消费、投资，实现了本地“内循环”，而政府也因此获得了税收。腾出来的土地，政府既不用急着卖，还能留着将来搞更赚钱的商业开发。



三、拆迁潮背后的涂料生意

很多人觉得，房票导致新楼盘开工减少，那我们这个涂料行业肯定遭殃。但仔细算算账，这轮拆迁带来的机会，可能比想象中更大。

在今年的两会上，住房和城乡建设部部长倪虹表示，2025 年要着力把 2000 年以前建成的城市老旧小区都要纳入城市更新的改造范围，因地制宜实施改造，也鼓励地方探索居民自主更新改造老旧小区。

意思是，除了大拆之外，还

要大修，那些楼龄在 30 年以上的都会面临外墙重涂需求，比如浙江省近年来大力推进老旧小区改造，计划到 2025 年完成 1 亿平方米以上的老旧住宅改造。

另外，在刺激消费这方面，房票政策也有一定的间接作用。居民用房票买了新房以后，一般都会接着有一堆消费。

比如说，要装修新房，就得买装修材料、家具、家电这些东西，这一下子就带动了家居建材市场和家电市场的消费。根据相关统计，买一套新房，平均能带动 10 到 15 万元的装修和家居消费。

等新房住进去了，居民日常生活里的消费也会增加，像物业费、水电费、出去吃饭啥的，这

又促进了周边服务业的发展。

当前房地产市场的确艰难，新楼盘减少、开发商暴雷这些事谁都看得见。但咱们涂料行业也要看到一些积极的因素：房票政策掀起的拆迁潮，正在催生三类确定性需求——库存房翻新、腾空地建设和老旧小区改造。

这些需求不像过去盖楼盘那样轰轰烈烈，更像是拧开了一股细水长流的水龙头。能接住这些“小单子”“散单子”的企业，未来五年绝对饿不着。说到底，中国还有 200 亿平方米城镇老旧小区立在那儿，只要风雨还在刮，太阳还在晒，涂料人的饭碗就砸不了。

拆迁拆掉的是旧砖瓦，拆出来的是涂料行业的新机遇。

» 全国首张城中村改造房票在黄埔发放



建筑涂料 相关认证的深度解析

文 / 谢兵华 制造中心

在建筑涂料行业，认证不仅是产品合规的基石，更是企业技术实力和市场信誉的重要体现。从国内市场到国际舞台，各类认证为涂料产品赋予了不同的竞争力与准入资格。

本文将围绕与建筑涂料密切相关的认证体系，深入探讨它们的定义、作用及实际应用价值，帮助读者理解认证如何影响产品的研发、生产和市场推广。



一、强制性认证： 合规的底线

1. 3C 认证 （中国强制性产品认证）

3C 认证是中国政府为保障

消费者安全 and 产品质量而设立的强制性认证制度。

2024 年国家市场监管总局明确水性内墙涂料（包括艺术涂料）产品未获得强制性产品认证证书并标注认证标志的，不得出厂、销售、进口或在其他经营活动中使用。

3C 认证的核心在于确保产品的基本安全性能，企业若忽视



» 悉奥水性内墙涂料 3C 认证证书



» 悉奥中国环境标志产品认证证书



» 悉奥艺术涂料法国 A+ 认证证书

这一认证，不仅面临法律风险，还可能因产品无法上市而错失商机。



2. CE 认证 （欧洲合格认证）

如果企业计划将建筑涂料出口至欧盟市场，CE 认证是不可绕过的门槛。这一认证要求产品符合欧盟的健康、安全和环保标准，例如限制有害物质（如 VOC）的释放量。

CE 标志不仅是市场准入的通行证，更是欧盟海关抽查的重点对象。未通过 CE 认证的涂料产品，一旦被查出不符合要求，可能面临退货、罚款甚至市场禁入的严重后果。

二、自愿性认证： 竞争力的助推器

1. CQC 认证 （中国质量认证中心认证）

CQC 认证虽为自愿性，但却是国内建筑涂料企业提升品牌公信力的重要手段。该认证从产品的物理性能、环保指标到生产工艺进行全面评估，通过认证的涂料更容易获得工程投标、政府采购等项目的青睐。

例如，一款通过 CQC 认证

的外墙涂料，其耐候性、抗污性等指标经过权威验证，在市场竞争中更具说服力。

2. 十环标志认证 （中国环境标志）

随着绿色建筑的普及，十环标志成为建筑涂料行业的重要环保认证。该认证要求产品在全生命周期中（从原料采集到废弃物处理）均符合严格的环保标准，尤其关注 VOC 含量、重金属含量等指标。

对于开发商和设计师来说，十环认证涂料是绿色建筑评级（如 LEED、BREEAM）的重要加分项，能够帮助项目获得更高的环保评价。



» 悉奥质量管理体系认证证书



» 悉奥环境管理体系认证证书



» 悉奥职业健康安全管理体系认证证书



3. 法国 A+ 认证

在高端建筑市场，室内空气质量日益受到重视，而法国 A+ 认证正是针对这一需求的权威环保认证。该认证对涂料的 VOC 释放量设定了极严苛的标准，通过 A+ 认证的涂料在幼儿园、医院、高档住宅等对空气质量要求严格的场所中更具竞争力。

对于定位高端的涂料品牌而言，A+ 认证不仅是技术实力的证明，更是打开国际市场的一把钥匙。

4.ISO 认证

ISO（国际标准化组织）认证是由企业根据自身需求主动申请的，目的是通过遵循国际标准提升质量管理、环境管理、信息安全等领域的水平。ISO 认证的核心在于帮助企业建立标准化的

管理体系，而非满足法律强制要求。

例如：公司所认证的 ISO 9001（质量管理体系）、ISO 14001（环境管理体系）和 ISO45001（职业健康安全）标准，均是公司自愿采纳的，旨在优化内部流程和提高市场竞争力。



三、认证的实际意义与选择策略

认证的价值远不止于满足法规要求，它还能为企业带来以下实际收益：

提升市场竞争力：在招投标或零售市场中，认证标志能够直观地传递产品的可靠性和高端属性，帮助企业在同质化竞争中脱

颖而出。

拓展销售渠道：许多大型工程项目、政府采购或海外客户会明确要求供应商提供特定认证，提前布局认证能够避免因资质缺失而错失订单。

增强品牌信任度：消费者对环保、健康问题的关注度逐年提升，认证标志能够减少购买疑虑，加速决策过程。

在建筑涂料行业，认证既是“合规证明”，也是“市场利器”。强制性认证（如 3C、CE）是企业生存的基础，而自愿性认证（如十环、A+）则是品牌升级的阶梯。

随着环保法规的日益严格和消费者对健康需求的增长，认证已从可选项变为必选项。企业只有提前规划认证布局，才能在激烈的市场竞争中占据先机，赢得长远发展。

水包砂：新农村自建房外墙的时尚新宠

文 / 本刊编辑部

随着乡村振兴战略的深入实施和农民生活水平的不断提高，农村自建房正经历着从“有得住”到“住得好”的转变。在这一过程中，外墙装饰作为房屋的“门面”，其选材与效果日益受到建房业主的重视。

近年来，一种名为“水包砂”的建筑涂料异军突起，迅速

成为农村自建房外墙的新宠，它不仅完美复刻了天然石材的高贵质感，更以出色的性能和亲民的价格赢得了广大农村建房者的青睐。

本文将全面剖析水包砂涂料的独特优势，并为您揭示它为何能在众多外墙材料中脱颖而出，成为新农村建设的靓丽风景线。

水包砂涂料以其卓越的性能和亲民的价格，正在改写农村自建房外墙装饰的历史。



新农村自建房外墙材料革新趋势

过去，农村自建房的外墙装饰材料选择相对有限，主要以瓷砖、真石漆或简单的水泥抹面为主。

然而，随着审美意识的提升和技术的发展，这些传统材料逐

渐暴露出种种不足——瓷砖存在脱落风险且施工复杂，真石漆颜色单一且耐污性差，水泥抹面则缺乏美观性。

在这样的背景下，水包砂仿石漆应运而生，以其卓越的性能和逼真的效果迅速占领市场，成为新农村自建房外墙装饰的首选材料。

水包砂涂料是一种创新型建筑涂料，它巧妙结合了水包水

涂料和真石漆的优点，通过特殊工艺将彩色砂粒包裹在水性树脂中，形成多相悬浮体系。

这种结构不仅赋予了涂层丰富的色彩层次和立体质感，还确保了涂料的环保性和施工便捷性。据行业统计，近年来农村自建房采用水包砂作为外墙材料的比例已超过 40%，且这一数字仍在持续增长。

这种趋势的背后，是水包砂相较于传统外墙材料的多重优势，接下来我们将逐一剖析。



水包砂的六大核心优势解析

1. 超高仿真度与丰富美观性

水包砂涂料最引人注目的特点莫过于其惊人的仿真效果。专业测试表明，优质水包砂产品的仿石效果可 99% 以上，喷涂后的建筑表面能呈现出接近天然大理石的纹理和凹凸质感。

与传统的真石漆相比，水包砂在色彩表现上更为丰富，不仅能够模仿多种石材的基色，还能精准还原石材的纹理细节，包括花岗岩的晶体闪光效果和沉积岩的层理结构。

这种高仿真度源于水包砂独特的多彩粒子技术——涂料中包含大小不一、颜色各异的彩砂颗粒，通过专业喷涂工艺，这些颗粒会自然分布并形成层次分明的石材效果。

更令人惊喜的是，水包砂支持人工调色，建房业主可以根据个人喜好或房屋整体风格定制专属色彩，满足对建筑外观的个性化需求。这种灵活性是传统瓷砖或单一色彩的真石漆无法比拟的。

2. 卓越的环保性能与使用安全性

在绿色建筑理念日益普及的

今天，环保性能成为建房者考量的重要指标。水包砂涂料采用环保乳液作为基料，不含有机溶剂，VOC（挥发性有机化合物）含量极低，施工和使用过程中无毒无害，对环境友好。这一特性使其成为注重健康环保的农村家庭理想选择。

从安全角度考量，水包砂同样表现优异。其用量仅为 0.8–1.5kg/ m²，相当于石材重量的 1/30 至 1/40，大大减轻了建筑外墙的荷载。同时，水包砂具有极强的附着力，能够牢固附着在各种基面上，不易脱落，有效避免了传统瓷砖可能存在的空鼓脱落风险，为建筑提供了更高的安全保证。

3. 出色的耐候性与超长使用寿命

农村建筑常年暴露在自然环境中，经受风吹日晒、雨雪侵蚀，这对外墙材料的耐久性提出了严

峻挑战。水包砂涂料在这方面表现卓越，它能够有效抵抗紫外线、酸雨、冻融循环等自然因素的侵蚀，保持色彩和质感的持久稳定。

专业老化试验表明，优质水包砂产品可经受 10 年以上户外自然环境考验，不会出现掉粉、开裂、鼓胀等质量问题。

水包砂的防水防裂性能同样值得称道。其涂层具有优异的韧性和内聚力，能够覆盖并弥合墙体砂浆中的微小裂缝，对外墙起到良好的防渗、防水作用。

即使在温差变化较大的地区，水包砂也能保持稳定，不会因热胀冷缩而产生开裂，这使其特别适合气候条件复杂的农村地区使用。

4. 施工便捷与显著的成本优势

与传统外墙材料相比，水包



» 悉奥涂料—农村自建房单深槽水包砂



砂在施工便捷性方面具有压倒性优势。其施工工艺相对简单，主要包括基层处理、滚涂底漆、弹线分格、喷涂中涂和面漆，最后喷涂罩面漆即可完成。熟练的施工团队在天气良好的情况下，一栋普通农村自建房的外墙施工仅需 3-5 天，比瓷砖施工周期缩短 50% 左右。

从经济角度考量，水包砂的性价比十分突出。虽然它能呈现出接近高档石材的装饰效果，但材料成本和人工费用却远低于干挂石材或优质瓷砖。具体而言，水包砂的材料用量仅为 1.2-1.5kg/ m²，而真石漆则需要 3.5-4.5kg/ m²，这意味着在相同面积下，水包砂的材料成本可降低 30% 以上。对于预算有限但又追

求品质的农村建房者来说，水包砂无疑是最佳选择。

5. 优异的耐污性与易清洁特性

农村环境尘土较多，外墙容易积灰变脏，因此耐污性能成为选材的重要考量。水包砂涂料表面虽然具有石材般的凹凸质感，但由于乳液将彩砂完整包裹并形成有效成膜，灰尘仅会浮在表面而不会渗入涂层内部。

这一特性使得水包砂外墙在雨水冲刷后能自动清洁，恢复亮丽如新的外观，大大降低了日常维护的难度和成本。

与传统真石漆相比，水包砂

的耐酸碱性能更为出色，能够抵抗大气污染和酸雨侵蚀，长期保持色彩鲜艳。即使遇到顽固污渍，也只需用清水或中性清洁剂轻轻擦洗即可去除，无需专业清洁设备和昂贵保养，这对农村家庭而言无疑是一大便利。

6. 广泛的适用性与造型自由度

水包砂涂料的另一大优势是其广泛的适用性。它不仅可以应用于常规的水泥砖墙面，还能在泡沫、石膏、铝板等多种基面上施工，适应性强。

对于农村自建房常见的曲面、圆柱、弧窗等特殊造型部位，水包砂可以轻松喷涂覆盖，实现无缝连接的整体效果，这是传统瓷砖难以企及的。

从建筑风格来看，水包砂既适用于现代简约风格的别墅，也能完美搭配传统中式或欧式建筑，通过不同的色彩和纹理处理，营造出或庄重大气、或清新雅致的不同氛围。

这种设计自由度让农村自建房也能拥有不输城市高档住宅的外观品质，满足了当代农民对美好生活的向往和追求。

水包砂涂料的色彩丰富度是其一大卖点，比如花岗岩白麻、黄金麻、英国棕等，这些颜色直接模仿高档天然石材，能赋予建筑高贵典雅的质感。



对于农村自建房，建议选择与当地自然环境相协调的色彩，同时考虑个人喜好和建筑整体风格。



施工关键点

为确保水包砂涂料发挥最佳效果，施工过程中需注意以下要点：

1. 基层处理：墙面应平整、洁净，无浮尘、油污、空鼓、裂缝等缺陷，基层水分应≤ 10%，PH 值≤ 10。

2. 环境条件：施工温度宜在 5-35℃ 之间，最佳温度为 15-30℃；空气湿度控制在 85% 以下，避免在雨天或大风天气施工（以确保工程质量达标）。

性能指标	水包砂	瓷砖	真石漆	干挂石材
仿真度	★★★★★	★★★	★★★★	★★★★★
安全性	★★★★★	★★	★★★★	★★★★
耐候性	★★★★★	★★★	★★★★	★★★★★
施工便捷性	★★★★★	★★	★★★★	★
成本效益	★★★★★	★★★	★★★★	★★
维护难度	★★★★★	★★★	★★★	★★

» 图 1：水包砂与传统外墙材料性能对比

3. 工序间隔：各道工序间需留足干燥时间，如底漆完全干透需 6 小时，中涂两遍间隔至少 2 小时，罩面漆两遍间隔至少 4 小时。

4. 喷涂技巧：采用专用喷枪均匀喷涂，保持枪距一致，避免一次性厚涂，特别注意窗台、平台等位置的喷涂均匀性。

5. 水包砂与传统外墙材料性能对比（见图 1）。



品质之选，信赖之托

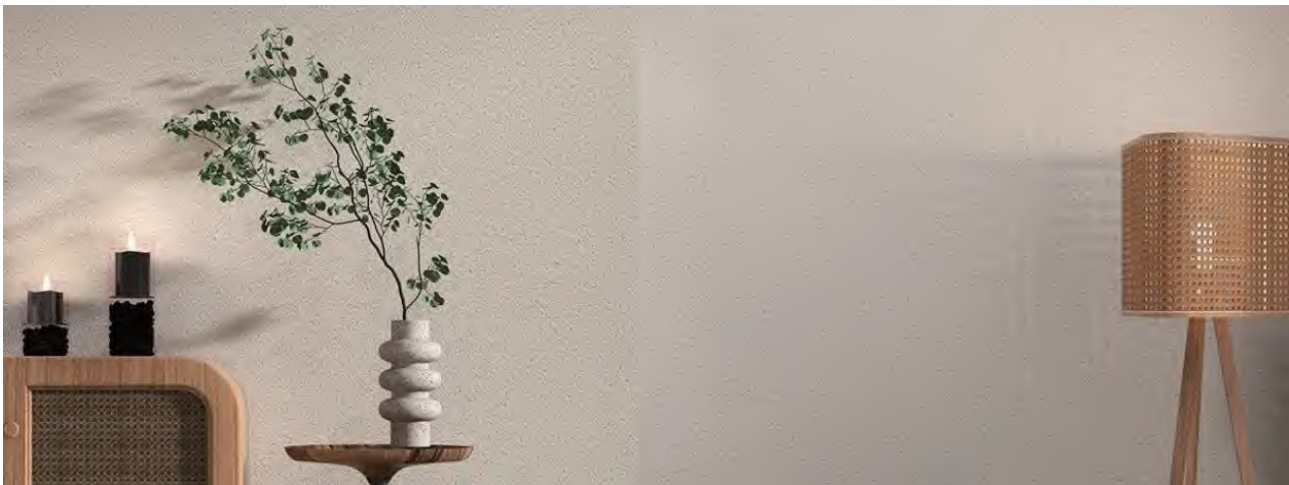
水包砂涂料以其卓越的性能和亲民的价格，正在改写农村自建房外墙装饰的历史。它既满足了人们对美观的追求，又兼顾了实用性和经济性，是新农村建设

中当之无愧的明星产品。随着技术的不断进步和市场认知度的提高，水包砂必将在更广阔的舞台上大放异彩。

在临安，有这样一家拥有 25 年深厚积淀的建筑涂料企业——悉奥涂料，始终专注于高品质建筑涂料的研发与生产。其水包砂产品系列凭借稳定的质量和丰富的色彩选择，赢得了众多农村建房者的信赖。

悉奥涂料不仅提供优质产品，更拥有经验丰富的施工团队，能够为客户提供从选材到施工的一站式服务。

如果您正在规划自建房项目，不妨莅临悉奥厂区 and 展厅实地考察，亲身感受水包砂的魅力，让专业人士为您打造既美观又耐用的理想外墙。在这里，您将发现，美好的家居生活，从一面出色的外墙开始。🏡



家装刷涂料，刷完发现颜色不对？ 3个实用技巧帮你避开色差坑

文 / 本刊编辑部

很多业主在装修时都有这样的经历：明明在色卡上精挑细选了一个喜欢的颜色，结果刷上墙后却发现和想象中完全不一样。这种“色差”问题确实让人头疼，但其实只要注意几个关键点，就能大大降低踩坑的几率。今天我们就来聊聊，如何避免涂料上墙后的色差问题。



一、别只看小色卡，一定要上墙试色

很多客户反映有色差，其实

问题往往出在选色方式上。厂家提供的色卡通常只有巴掌大小，而实际上墙后是大面积呈现，视觉效果完全不同。

就像我们买衣服时，布料小样和成衣穿在身上的效果完全不一样。涂料也是如此，小面积看起来恰到好处，一旦铺满整面墙，色彩的饱和度和明度都会被放大，给人完全不同的视觉冲击。

建议这样做：

1. 在墙面选 1-2 平米的位置做实际试刷

2. 观察不同时间段（早晨、中午、傍晚）的颜色变化
3. 如果条件允许，可以试刷 2-3 个相近色号做对比

小色卡只能作为初步参考，真正决定颜色效果的，还是它在您家墙面上的实际表现。



二、楼层和光线会“欺骗”你的眼睛

同样的颜色，在不同光线条

件下看起来可能天差地别。比如：

1. 低楼层或北向房间：自然光较少，颜色会显得更深、更暗
2. 高楼层或南向房间：阳光充足，颜色会显得更浅、更亮
3. 暖光灯 vs 冷光灯：灯光色温也会改变墙面的视觉效果

光线是影响色彩表现的关键因素。同样的“奶茶色”，在朝南的房间里会显得温暖明亮，而在朝北的房间里可能就变成了沉闷的土黄色。楼层高低也会产生影响，高楼层采光充足，颜色会显得更浅更亮；低楼层光线较弱，同样的颜色会显得更深沉。曾遇到一个案例，客户在样板间看中的浅灰色，搬到自家一楼后竟然变成了深灰色，这就是没有考虑楼层和采光条件的典型例子。

建议这样做：

1. 采光差的房间：可以选择比预期浅 1-2 个色号
2. 采光好的房间：如果喜欢浓郁色彩，可以放心选深色
3. 不确定效果？可以先用手机拍下色卡，在房间里用修图软件模拟上墙效果（比如调高或调低亮度，看看颜色变化）



三、尽量一次性买够漆，避免中途补货

涂料的颜色是后期调制的，即使是同一品牌、同一色号，不同批次也可能存在细微差异。有

些业主为了节省成本，先买一部分涂料，等不够了再补货，这种做法其实存在很大风险。

这主要是因为涂料原材料来自不同批次的采购，颜料颗粒的细微差异，调色师的手法区别，甚至是生产环境的温湿度变化，都可能导致最终呈现的色彩有轻微偏差。

1. 原材料批次不同：颜料、基料的轻微变化会影响最终颜色
2. 调色工艺差异：人工调色肯定会存在细微误差，无法避免

建议这样做：

1. 提前测量墙面面积，计算好用量（一般 1L 漆可刷 8-10 m²，两遍）
2. 多买一点备用（建议多预留 10%），避免不够用再补货
3. 如果必须补漆，尽量选择同一家店、同一批次的产品

装修是件大事，颜色选对了，家的氛围就成功了一半。希望这些小技巧能帮您和客户少走弯路，刷出理想的家！

悉奥涂料，作为专业的涂料服务商，我们一直致力于为客户提供更科学的色彩解决方案。从色彩咨询到施工指导，我们全程跟进，确保每一个环节都能精准把控。毕竟，家的颜色不仅关乎美观，更影响着居住者的心情和生活品质。选择专业的团队，才能让理想中的家完美呈现。

» 悉奥涂料—浙江杭州·中天江璟园



看懂全国两会经济发展 政府工作报告

文 / 本刊编辑部



近期召开的全国两会的重要不言而喻，这是中国每年最重要的政治时刻。而今年的全国两会尤其重要，因为它是“四点交汇”的关键年份。

一是政策转变的新起点。2025 年，随着内外环境的变化，政策可能从“稳”转向“进”。

二是内外部信心的恢复点。科技的新爆发和中央民企座谈会等关键举措，激活了国人的发展

信心，外资也正在重新看好中国资产。

三是世界科技浪潮的爆发点。人工智能、量子计算、新能源等领域的突破蓄势待发，而全国两会也会明确今年哪些技术将成为国家重点支持的方向。

四是美国新总统上台，今年是应对美国新挑战的关键点。综合这些因素，今年是一个以“转折”为核心主题的年份，无论对内对外，经济还是科技，今年必将是“大干一场”的起点。这不仅国家的大时刻，也是城市、产业，以及个人的巨大机遇。

我们先看看总理在全国人代会上做的政府工作报告，这份报告是“总路线图”，告诉你过去一年中央政府在各个方面都做了什么，未来一年打算做什么。看这份报告，是为了识别国家发展大风向。



一、看对去年的评价和今年的挑战，确定“风向”

对 2024 年的政府工作报告评价，主要是两个字，稳和进。“稳”的部分包括，稳住了 GDP 增长 5%。稳住了就业，去年有

1256 万的新增就业。稳住了外贸，对外贸易规模创历史新高，进而稳住了非常重要的外汇储备，超过 3.2 万亿美元。而进的部分包括，粮食的“进”，去年粮食产量首次突破 1.4 万亿斤。科技产业的“进”，包含高技术制造业、装备制造业、新能源汽车、信息产业等等。创新能力的“进”，涵盖集成电路、人工智能、量子科技等领域。中央对这些进步非常肯定，这些领域，就是今年要继续加码的。

那么，新一年的挑战是什么呢？外部挑战，重点是“外部环境更趋复杂严峻，可能对我国贸易、科技等领域造成更大冲击。”国内挑战，包括“有效需求不足，特别是消费不振。部分企业生产

经营困难，账款拖欠问题仍较突出。群众就业增收面临压力。”另外还特别强调，“一些地方基层财政困难”，而且“政策落地偏慢”。

今年定的几个核心目标：国内生产总值增长 5% 左右；城镇新增就业 1200 万人以上；居民消费价格涨幅 2% 左右；居民收入增长和经济增长同步。

而这个“进”字，可以从三方面理解。

1、增加赤字率，今年的赤字率罕见地上调到了 4%，这几乎是 1978 年改革开放以来最高的赤字率，往年是 3% 左右。这



二、看总体基调，确定“风速”

过去两年我们其实更加强调“稳”，但是今年，会从“稳”逐步切换到“进”，就像前面提到的，是“转折”之年。报告给



其实就是在说政府要借更多的钱，通过上调赤字率，今年将会有额外的 1.6 万亿元资金投入市场。

2、增加政府债务。今年要新增 11.86 万亿元的政府债务拿来投入市场，比去年多 2.9 万亿元，用于投资建设、土地收储和收购存量商品房、消化地方政府拖欠企业账款。

3、增加货币政策力度，今

年的货币政策基调变为了“适度宽松”，上次提出货币政策要“适度宽松”还是在 2008 全球金融危机的时候，背后的意思就是在说，要放更多的“水”。



三、看任务排序，确定“风口”

今年的政府工作报告提出了十大任务。“十大任务”前五项分别是：第一大力提振消费、提

高投资效益，全方位扩大国内需求；第二因地制宜发展新质生产力，加快建设现代化产业体系；第三深入实施科教兴国战略，提升国家创新体系整体效能；第四推动标志性改革举措加快落地，更好发挥经济体制改革牵引作用；第五，扩大高水平对外开放，积极稳外贸稳外资。

2025 年的十大工作任务中，其实暗藏三条主线：内需战略的全面升级、新质生产力的系统培育、安全底板的加固拓展。

以上就是今年全国两会经济发展的政府工作报告的一些解读，希望对你有帮助。



如何高效管理 我们的“可支配时间”

文 / 胡霞 保障中心

在谈论时间管理时，我们首先要明确一个概念：时间的所有权。虽然每个人每天都拥有 24 小时，但实际上，我们的“可支配时间”却因人而异。工作性质、生活方式、家庭责任等因素都会影响我们真正能够自由支配的时间。

比如，一个普通上班族，扣除 8 小时工作和 1 小时通勤时间后，剩下的时间才是真正属于自己的“可支配时间”。因此，时间管理的核心在于如何高效利用

这些有限的“可支配时间”。

所谓“可支配时间”，是指你可以自由选择做什么的时间段。在这段时间里，你可以选择工作、学习、休息，甚至是刷一会儿短视频。

下班后的几个小时，通常是大多数人的“可支配时间”，但其实，任何你可以自主安排的时间都可以归为此类。那么，那么我们要如何去管理我们的“可支配时间”？

时间是我们最宝贵的财富，只有善加利用，才能让人生更加精彩和有意义。



一、制定计划，明确细节

我是一个喜欢做计划的人，无论是年度计划还是每日安排，我都会尽量细化。虽然计划常常

会被现实打乱，但有了计划，至少能让我心中有数，不至于手忙脚乱。

在年初，我会先制定一个整体的年度计划，将重要的时间节点标注出来，比如工作目标、学习计划、旅行安排等。

然后，我会以月为单位，进一步细化这些目标。最后，每天

的前一晚，我会列出第二天要完成的任务清单。这样，第二天起床后，我就能有条不紊地开始一天的工作，效率也会更高。



二、重要的事情优先做

时间管理的方法有很多，但最重要的一条原则是：重要的事情要先做，而且要集中精力完成。

我发现，很多人都会有一个坏习惯：总是把事情拖到最后一刻才做。这不仅会影响任务的质量，还会让人陷入焦虑和被动。长期如此，甚至会让人失去对生活的掌控感，变得无法承担责任。

为了避免这种情况，我会把重要的事情放在一天中精力最充沛的时间段完成。

比如，早上是我效率最高的时间，我会利用这段时间处理最重要的工作或学习任务。这样，不仅能保证任务的质量，还能让我在一天中感到轻松和满足。



» 悉奥形象展示厅



三、避免浪费时间

时间是世界上最宝贵的资源之一，它不会停留，也无法倒流。因此，我们必须学会珍惜时间，避免浪费。

很多时候，我们会不自觉地陷入一些无意义的事情中，比如漫无目的地刷手机、参加不必要的社交活动等。这些事情看似充实，但实际上并没有为我们带来真正的价值。

为了避免浪费时间，我会定期反思自己的时间分配情况，问自己一个问题：“这件事真的值

得花时间去做吗？”如果答案是否定的，我会果断放弃。人生短暂，我们应该把时间花在对自己真正重要的事情上，比如提升技能、陪伴家人、追求梦想等。



四、学会拒绝

在生活中，我们常常会被各种琐事打扰，比如同事的请求、朋友的邀约等。虽然这些事情看似微不足道，但它们会占用我们大量的时间和精力。

为了避免被琐事牵绊，我学会了说“不”。对于不重要的事情，我会礼貌地拒绝；对于无法避免的事情，我会尽量缩短时间。

这样，我就能把更多的时间留给自己真正想做的事情。



五、定期复盘与调整

时间管理并不是一成不变的，我们需要根据实际情况不断调整自己的计划。

每周或每月，我会对自己的时间使用情况进行复盘，看看哪些事情做得好，哪些地方需要改进。通过这种方式，我能够不断优化自己的时间管理方法，让生活变得更加高效和充实。

时间对每个人都是公平的，但如何利用时间却决定了我们的人生质量。

通过制定计划、优先处理重要事项、避免浪费时间以及学会拒绝，我们可以更好地管理自己的“可支配时间”，从而在有限的时间内实现更多的目标。

记住，时间是我们最宝贵的财富，只有善加利用，才能让人生更加精彩和有意义。希望这些方法能帮助你更好地管理时间，过上更加高效和充实的生活！🌱

» 悉奥研发实验室





如何正确地教育 新时代的孩子？

文 / 黄丽青 营销中心

随着生活的不断进度，电子科技时代不断发展，人们对于孩子的教育各执己见，但终究离不开“为了他好”这几个字，从前只知吃饱穿暖，学习好坏取决于孩子自身的态度，现在终究是到了父母陪读，拼精力与财力的时代。

我的教育理念终究停留在父母辈的观念，我认为“棍棒底下出孝子”，虽不至于真的拿出棍棒，但终究是严厉的，我的女

儿有时会比较激烈的反抗顶嘴，我却认为我给他的一定是为了她好，从不问她是否需要，是否真的喜欢。

我总说不给他报任何的培训班，是为了她有一个快乐的无忧无虑的童年，殊不知，无论是生活上还是学习上，过分的严厉会造成她如今童年的不快乐。

我总是在训斥后懊悔或心疼，认为她还是孩子，我自己

在这个年纪不一定有他懂事，下一次如果再碰到，一定平心静气的教育。

在我女儿还在上幼儿园的时候，看到网络上很多父母在家庭教育的时候被气的送医院，还有的甚至得了心肌梗塞，因没有设身处地的体会，总会觉得有点夸大。

但事实上，在她上了一年级以后，毫不夸张的应验了，有时真的会被气的气血攻心，控制不了自己的情绪，这其实非常的可怕。

我很羡慕有些孩子的自律，

放学回家会先写作业，做完了才会玩，我总认为是我女儿不够爱学习，所以总要我催促着写作业，后来才发现应该是我的教育方式出了问题，也许是我在教写作业的时候太过严厉，也许是我在生活上管的太多，让她觉得没有自由。

有一次她甚至说“虽然我是小孩子，但是我也有我的想法，你们应该听听我的想法”，原来人虽小，但心却很大，现在的孩子懂得很多，有很多自己的想法。

也许她并没有一个很好的学习计划，正是因为我正确的引导，我不认为是她做错了，而

是我自己没有反思，作为一个成年人，我并没有做一个好榜样。

因为家庭教育的问题，或者学习压力太大，抑郁症变得很普遍，这样让我更加不能严厉的去指责与批评，那怎么样才能更好的教育孩子，怎样才是对他们最好的方式？

首先，应尊重孩子对孩子说话的时候把话说到位，不该说的时候不要喋喋不休，别让孩子整天在批评声中过日子，更不能总在人前嘲讽孩子，弄得孩子一点自尊都没有。

常言道：生活在认可中的孩子，他学会的是自信；生活在批评中的孩子，他学会的是谴责。不管家长讽刺的出发点多么善意，理由多么充足，教育结果必然适得其反。

给孩子一点骄傲的理由，对于缺乏自信的孩子，家长要为其创造各种成功的机会，帮助他们寻找克服困难的方法，既不包办，更不能打击，对孩子身上的闪光点要及时给予表扬，这对孩子自信心的培养意义重大。

说起来很简单，但对很多人来说做起来很难，找到起因的源头，事情应该还没有到不可回转的余地，试着改变自己，换一种方式，做一个真正对孩子好的家长。



“她”力量

文 / 钱梦琪 保障中心

“她”如春日的暖阳，
温柔地照耀着每一寸土地；

“她”似夏日的清风，轻柔地拂过每一寸肌肤；

“她”像秋日的硕果，默默地奉献着每一份甘甜；

“她”若冬日的暖炉，静静地温暖着每一颗心灵。

春风拂面，万物复苏，在这充满生机的季节里，我们迎来了第 115 个“三八”国际劳动妇女

节。这是一个属于女性的节日，也是一个值得我们深入思考的契机——新时代的女性在职场中扮演着怎样的角色？她们如何在多元的环境中绽放光彩？

在当今社会，女性早已不再是传统意义上家庭的附属，她们正以独立、自信、坚韧的姿态在职场中崛起，成为推动社会进步和企业发展的力量。

从高层管理到基层岗位，从科技创新到文化创意，女性的身影无处不在，她们用智慧和汗水书写着属于自己的精彩篇章。



相信她会以微笑面对生活的风雨，用智慧点亮前行的道路，凭爱心温暖身边的每一个人，传递着温柔的力量。

首先，新时代女性在职场中展现了强大的学习能力和适应能力。随着科技的飞速发展和市场的快速变化，职场对人才的要求越来越高。

她们凭借着敏锐的洞察力和快速的学习能力，能够迅速掌握新知识、新技能，适应不断变化的工作环境。她们不畏挑战，勇于尝试新的领域和岗位，展现出极高的灵活性和创造力。

她们的这种能力不仅为自

己赢得了更多的发展机会，也为企业的创新和转型注入了新的活力。

其次，她们在职场所具有的独特优势也为企业发展带来了新的视角和价值。她们通常具有更强的沟通能力、同理心和团队协作精神，这使得她们在团队合作中能够更好地理解他人的需求和想法，促进团队成员之间的和谐与协作。

她们善于倾听，注重细节，

能够从不同的角度发现问题并提出解决方案。这种细腻的思维方式和情感智慧，为企业的决策提供了更加全面和人性化的参考，有助于提升企业的竞争力和客户满意度。

在公司中，我看到了许多优秀的女性榜样。她们在各自的岗位上发光发热，用自己的行动诠释着新时代女性的风采。

她们是团队的核心力量，是项目的推动者，是创新的引领者。她们用自己的智慧和才华，为企业的发展贡献着不可或缺的力量。她们的成功不仅为其他女性树立了榜样，也为整个社会传递了积极向上的正能量。

“三八”妇女节不仅仅是一个庆祝女性的节日，更是一个提醒我们关注女性发展、推动性别平等的契机。让我们携手共进，为新时代女性在职场中创造更加广阔的发展空间，让她们的智慧和力量在职场的舞台上绽放出更加耀眼的光芒。

相信她会以微笑面对生活的风雨，用智慧点亮前行的道路，凭爱心温暖身边的每一个人，传递着温柔的力量。

» 三八女神节公司为员工送上节日祝福



30+ 的职场人， 也能像哪吒一样逆天改命

文 / 杨丽珍 营销中心



作为一个 30 多岁的普通职工，看完《哪吒》，我内心久久不能平静，被这个“魔童”深深触动了。他不再是记忆中那个踩着风火轮、闹海屠龙的叛逆少年，而是一个被偏见定义、被命运束缚，却依然倔强抗争的“职场人”。

“我命由我不由天”，这句台词像一记重锤，敲醒了被生活磨平棱角的我。30 多岁，职场半坡，我们何尝不是一个一个“哪吒”？

被生活的重担压得喘不过气，被职场规则磨得圆滑世故，被“中年危机”的焦虑裹挟着前行。我们习惯了按部就班，习惯了逆来顺受，甚至开始相信，这就是我们的“命”。

但哪吒告诉我们，“若命运不公，就和他斗到底”。职场中，我们也会遇到不公，也会遭遇挫折，也会被贴上各种标签。

比如，有些同事明明工作能力很强，却因为年龄稍大，就被



» 悉奥形象展示厅

领导认为“没有潜力”，晋升机会总是与他们擦肩而过。但与其怨天尤人，不如像哪吒一样，用自己的行动去打破偏见，去证明自己的价值。

“人心中的成见就像一座大山，任你如何努力都休想搬动”，申公豹的这句话，道出了职场中无形的壁垒。年龄、学历、背景……这些都可能成为我们晋升路上的阻碍。

但哪吒告诉我们，“别人的看法都是狗屁，你是谁只有你自己说了算”。与其被别人的眼光束缚，不如专注于提升自己，用实力打破偏见，用行动证明自己。

我之前单位有个同事小李，他学历不高，刚进公司时，很多人都对他有偏见，认为他做不出什么成绩。但他没有气馁，而是默默努力。

他利用业余时间学习专业知识，主动承担一些有挑战性的任务。有一次，公司接到一个紧急项目，大家都觉得时间紧、任务重，不敢接。小李却主动请缨，他带领团队日夜奋战，最终不仅按时完成了项目，还得到了客户的高度赞扬。从那以后，大家对他的看法彻底改变了，他也凭借自己的努力获得了晋升。

当然，逆天改命并非易事。哪吒也经历过迷茫、挣扎，甚至

想要放弃。但他最终选择了直面命运，选择了承担责任。这让我想到，职场中，我们也会遇到瓶颈，也会感到迷茫。但与其逃避，不如像哪吒一样，直面挑战，承担责任，在困境中寻找突破。

“我命由我不由天”不仅是一句口号，更是一种积极进取的人生态度。作为一个涂料行业的市场内勤，我们要持续精进专业技能，了解产品特性与施工工艺，让自己从涂料小白逐步成为涂料方面的专家，能够主动与销售、技术等部门建立高效沟通，减少因不懂产品而下错单。

在这个竞争激烈的市场环境中，我们也要像涂料一样，展现出独特的“色彩”，用专业素养和积极心态应对各种挑战，在平凡的岗位上创造不平凡的价值。

30 多岁，职场半坡，我们或许不再是初出茅庐的热血青年，但我们依然可以像哪吒一样，保持一颗赤子之心，勇敢追梦，永不言弃。

“我命由我不由天”，让我们用行动去证明，30+ 的职场人，依然可以活出精彩人生！🌱



» 悉奥涂料—浙江杭州·青航人才公寓

两会观察：2025 国家新政加码推动房地产市场止跌回稳

文 / 本刊编辑部

今年两会的政府工作报告提出，“稳住楼市股市”“持续用力推动房地产市场止跌回稳”，一系列表述为全年房地产政策定下基调。同时，“好房子”一词首次被写入政府工作报告，反映了政府对提升居民住房品质的重视，也预示着房地产行业将步入更加注重质量与可持续发展的新阶段。



保持止跌回稳积极势头

政府工作报告起草组成员、国务院研究室副主任陈昌盛在国

新办吹风会上表示，楼市股市是经济运行的重要“风向标”，房地产是百姓资产最大的一部分。楼市股市稳住了，就可以释放财富效应，也可以更好地提振消费。

“房地产行业在我国经济体系中仍占据举足轻重的地位。”全国政协委员、广东省建筑科学研究院集团股份有限公司副总工程师周荃说，房地产产业链条长且关联广泛，上下游涉及建筑、钢铁、水泥、家电、家装等近 50 个行业，对国内生产总值（GDP）的贡献率高达 20% 至 30%。

“四个取消、四个降低、两个增加”的房地产政策持续发力，各地也因城施策、精准施策、一城一策，大力支持居民刚性和改善性住房需求；用好房地产融资协调机制，加大“白名单”项目金融支持力度……去年四季度，相关部门打出了一套组合拳。

“在各方面共同努力下，现在市场的信心得到了有效提振，房地产市场也出现了积极的变化。”住房和城乡建设部部长倪虹表示，从统计数据看，去年四季度，新建商品房销售面积和销售额实现了正增长。今年 1 月、2 月以来，房地产市场保持了止跌回稳的积极势头。



政策“组合拳”持续加力

“因城施策调减限制性措施”“加力实施城中村和危旧房改造”“盘活存量用地和商办用房，推进收购存量商品房”“拓宽保障性住房再贷款使用范围”……今年的政府工作报告围

绕“持续用力推动房地产市场止跌回稳”提出一系列具体举措。

“持续用力推动房地产市场止跌回稳为全年房地产政策定下总基调。”全国政协委员、南方科技大学副校长金李表示，稳定房地产市场是一项关乎经济全局、民生福祉的系统工程，政府工作报告多维度施策，从提振需求、优化供给、盘活存量、提高品质等方面统筹推进。

倪虹表示，将进一步巩固政策“组合拳”的效果，把降息、增贷、减税等政策效应充分释放出来，惠及更多人民群众；继续打好“保交房”攻坚战，切实维护购房人的合法权益；加大“白名单”贷款投放力度，按照“应进尽进、应贷尽贷”的要求，将符合条件的房地产项目全部纳入“白名单”，提供有力的融资支持，充分保障项目建设交付。

住房和城乡建设部将在去年新增 100 万套的基础上，继续扩大大中城市和老旧小区改造规模。同时，推进收购存量商品房。今年地方政府专项债安排 4.4 万亿元，其中一个使用方向就是土地收储和收购存量商品房。

“房地产作为居民消费的重点，政策面的支持力度和推进力度会进一步增加。”全国人大代表、58 同城董事长兼 CEO 姚劲波表示，住房本身就是重要的消费场景，在房地产回归居住属性的当下，更需要重视对住房消费的有序提振。他建议，一方面通过优化政策来强化需求，包括减少各类行政性限购、增加各类购房补贴等；另一方面利用专项债等手段做好“收储”和城中村改造，以更好平衡城市总体供需，扩大住房消费场景，达到更深层提振的效果。

对于房地产企业，金李建议，应从资产端支持企业盘活存量闲置土地，提升造血能力。同时，从负债端入手，扩大展期政策的覆盖范围。他认为，当前房地产行业仍存在从流动性风险向资不抵债风险转化的风险，需从资产与负债两端同时发力，加以阻断。



行业发展向“好”而行

值得一提的是，今年“好房子”首次被写入政府工作报告。



“建设‘好房子’直接关系到群众的获得感、幸福感。”倪虹表示，住房和城乡建设部将从立标准、强科技、抓项目三方面推进“好房子”建设。例如，编制“好房子”建设指南、修订住宅项目规范等，其中一项是把住宅的层高标准提高到不低于 3 米。

“群众对建筑环境品质改善和居住条件升级的需求日益旺盛。”周荃指出，我国存量建筑面积庞大，但建筑品质不高，居住体验欠佳，与群众对美好居住生活的期望之间仍有较大差距。因此，要以“好房子”标准为导向，引领房屋相关的消费升级，提升居住品质。

倪虹表示，政府民生工程要带头建“好房子”，同时，结合城市更新，把老房子改造成“好房子”。

据周荃估算，如果政府将资金投入用于支持建筑更新升级，将极大地带动社会消费的增长。基于《中国统计年鉴》的数据分析，预计 2026 年至 2030 年，改善型住房需求将占存量住房的 54% 以上，有望拉动高达 40.6 万亿元的社会消费，展现出巨大的市场潜力和经济效益。

综上所述，今年政府工作报告中关于房地产市场的政策导向和具体措施，不仅为行业的稳定发展提供了明确指引，也体现了政府对提升居民住房品质的高度重视。通过一系列政策“组合拳”的持续加力，房地产市场有望保持止跌回稳的积极势头，同时，“好房子”概念的提出和实施，将推动房地产行业向更高质量和可持续发展的新阶段迈进，进一步满足人民群众对美好居住生活的向往。



破茧重生：2025 年建筑涂料企业的突围之道与光明未来

文 / 本刊编辑部

当前建筑涂料行业正经历着前所未有的挑战与机遇并存的特殊时期。一方面，房地产市场调整、原材料价格波动、环保政策趋严等因素让行业感受到阵阵寒意；另一方面，旧房翻新市场崛起、绿色转型浪潮、技术创新加速又为行业注入了新的活力。本文将从行业现状分析入手，深入剖析 2025 年建筑涂料企业面临的五大核心挑战与三大战略机遇，旨在为行业从业者提供一份全面而富有前瞻性的发展指

南，传递“寒冬虽至，春山可望”的坚定信心。



行业现状：

挑战与机遇并存的市场格局

2025 年的中国建筑涂料行业正处于一个关键的转型期。根

寒冬终将过去 ,春天必定到来 ,而那些在寒冬中苦练内功、积蓄力量的企业，必将迎来更加绚烂的绽放。

据中国涂料工业协会最新数据，2023 年我国建筑涂料产量约为 1360 万吨，同比下降约 3%，这一下滑趋势主要受房地产销售低迷和基建投资增速放缓的影响。市场规模的收缩使得行业竞争愈发激烈，许多中小企业面临生存压力，行业洗牌加速进行。与此同时，原材料价格波动、环保政策趋严、人工成本上升等因素进一步挤压了企业利润空间，全行业正经历着一场名副其实的“寒冬”。

然而，深入分析市场数据后，我们会发现寒冬之下暗藏春意。2023 年我国老旧小区改造数量达到 5.37 万个，惠及居民 897 万户，投资额约 2400 亿元。国家在“十四五”期间的目标是完成 2000 年底前建成的 21.9 万个城镇老旧小区改造工作，这一庞大的存量市场为建筑涂料行业打开了新的增长窗口。与此同时，随着“双碳”战略的深入推进，绿色环保型涂料正迎来爆发式增长，预计到 2025 年，环保型建筑涂料市场份额将超过 80%。这些数据清晰地表明，行业虽然面临短期调整，但长期发展空间依然广阔。

从竞争格局来看，我国建筑涂料市场集中度仍然较低，2023 年前三大企业立邦、三棵树和多

乐士的市场占有率仅为 26%，与欧美市场 CR10 高达 76%–90% 的水平相比，仍有巨大提升空间。这种分散的市场结构既意味着激烈的价格竞争，也为有远见的企业提供了通过并购整合、差异化竞争实现快速成长的机会。特别是在高端产品和细分市场领域，尚未形成稳固的垄断格局，这为创新型中小企业提供了突围的可能。

区域市场的发展也呈现出新

的特点和显著的区域分化趋势。东部沿海地区由于经济发展水平较高，建筑涂料市场需求相对饱和；而中西部地区随着国家区域发展战略的推进，基础设施建设加快，市场潜力正在逐步释放。以四川省为例，当地政府近年来大力推动绿色建筑和环保产业发展，涂料市场需求增长迅速，年均增速超过 10%，成为行业新的增长极。这种区域差异要求企业必须因地制宜，制定差异化的市场策略，方能抢占市场先机。

» 悉奥涂料—山东泰安·中泰御海湾



产品结构方面，水性涂料凭借其环保、健康、施工便捷等优势，市场份额逐年上升，预计到 2025 年将达到 60% 以上。与此同时，功能性涂料如抗菌、防火、防霉等产品，以及艺术涂料等高端细分品类正以每年 20% 的速度增长，成为市场亮点。这种消费升级趋势为企业产品结构调整和转型升级指明了方向。

综合来看，2025 年的建筑涂料行业虽然面临短期压力，但长期向好的基本面没有改变。企业需要准确识变、科学应变、主动求变，在危机中育新机，于变局中开新局，方能穿越周期，迎来更加广阔的发展空间。



核心挑战：

建筑涂料企业面临的五大困境

深入理解当前建筑涂料行业面临的挑战，是企业制定有效应对策略的前提。2025 年，建筑涂料企业主要面临五大核心困境，这些挑战既来自外部市场环境的变化，也源于行业内部的结构性问题。清醒认识这些困难，才能有针对性地寻找突破口。

房地产市场调整带来的需求收缩是建筑涂料行业面临的首要挑战。长期以来，新建房地产项目一直是建筑涂料的主要需求来



» 悉奥艺术涂料

源，但随着我国城镇化进程进入中后期阶段，新建商品房市场规模见顶回落。2023 年房地产销售持续低迷，直接导致建筑涂料产量同比下降约 3%。这种需求端的结构性变化不是短期波动，而是长期趋势，意味着企业必须寻找新的增长点来弥补传统市场的萎缩。尤其对于产品结构单一、严重依赖新房市场的企业，这一挑战更为严峻。

环保政策趋严构成了第二重挑战。随着国家“双碳”战略的深入推进，建筑涂料行业面临越来越严格的环保要求。VOCs（挥发性有机化合物）排放标准不断提高，传统溶剂型涂料的生产和使用受到严格限制。据统计，传统建筑涂料 VOC 排放量约为每平方米 0.3 千克，而新标准要求降至 0.1 千克以下。这种环保

升级虽然长期有利于行业健康发展，但短期无疑增加了企业的技术改造和合规成本。对于资金实力有限的中小企业，环保达标成为一道难以跨越的门槛。

原材料价格波动是第三大挑战。建筑涂料的主要原材料如乳液、钛白粉、溶剂等，其价格受国际大宗商品市场、地缘政治、供应链等多种因素影响，波动频繁且幅度较大。2024 年以来，全球能源和化工原料价格经历多轮上涨，直接推高了涂料企业的生产成本。与此同时，终端市场由于竞争激烈，产品提价空间有限，导致企业利润受到双重挤压。这种“成本高企、售价难涨”的困境，考验着企业的成本管控和供应链管理 ability。

行业集中度提升带来的竞争



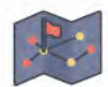
» 悉奥涂料—浙江衢州·龙游县文成小区

压力是第四重挑战。与欧美成熟市场相比，我国建筑涂料行业集中度仍然偏低，2023 年前三大企业市场份额仅为 26%，而欧洲和北美市场 CR10 分别达到 76% 和 90%。这种差距意味着我国建筑涂料行业整合空间巨大，未来几年市场集中度将加速提升。大型企业通过规模优势、品牌影响力和渠道控制力不断扩大市场份额，使中小企业的生存空间日益收窄。如何在巨头环伺的市场中找到自己的定位，成为所有中小涂料企业必须思考的战略问题。

人才与技术短板构成了第五大挑战。建筑涂料行业正从传统的劳动密集型向技术密集型转变，对高素质研发人才和技能型工人的需求日益迫切。一方面，环保型、功能型涂料的研发需要跨学科的尖端人才；另一方面，智能化生产线的操作和维护需要新型技术工人。然而，行业整体人才储备不足，尤其是既懂涂料

技术又熟悉数字化工具的复合型人才更为稀缺。这种人才缺口制约了企业的转型升级步伐，成为影响长期竞争力的关键因素。

面对这五大挑战，悲观者看到的是困境，乐观者看到的则是转型的契机。历史经验表明，每一次行业调整都是一次重新洗牌的过程，能够主动适应变化、提前布局的企业往往能脱颖而出。建筑涂料企业需要以问题为导向，将挑战转化为动力，在逆境中锻造核心竞争力，为下一轮增长积蓄力量。



战略机遇：

寒冬中的三缕曙光

尽管挑战严峻，但深入分析

市场趋势后不难发现，建筑涂料行业正迎来三大战略机遇。这些机遇如同寒冬中的缕缕曙光，为企业的转型升级指明了方向。把握这些趋势性机会，企业完全有可能实现逆势增长，在行业调整期抢占先机。

旧房翻新市场的爆发是当前最确定的增长机会。随着我国城市化进程进入提质阶段，新建房屋数量趋于稳定，而存量房更新改造需求持续释放。数据显示，2023 年我国老旧小区改造数量达到 5.37 万个，惠及居民 897 万户，投资额约 2400 亿元。更为重要的是，国家在“十四五”期间的目标是完成 2000 年底前提建成的 21.9 万个城镇老旧小区改造工作，这一庞大的政府工程将释放巨大的建筑涂料需求。

与新房市场相比，旧房翻新对涂料产品的性能要求更为多样，不仅需要美观耐用的装饰效果，还特别关注施工便捷性、环保健康等特性。这为企业开发差异化产品、提升服务价值提供了广阔空间。预计随着改造项目的增加，建筑涂料需求将增长约 50%，成为行业发展的主要需求来源。敏锐的企业已经行动起来，调整产品结构和营销策略，积极布局这一潜力市场。

绿色转型浪潮带来的产品升级机会是第二大战略机遇。在国家“双碳”战略推动下，绿色低碳已成为建筑涂料行业不可逆转

的发展方向。市场对环保型涂料的需求呈现爆发式增长，预计到 2025 年，环保型建筑涂料市场份额将超过 80%。水性涂料、粉末涂料、高固体分涂料等低 VOC 产品正逐步取代传统溶剂型涂料，成为市场主流。以水性涂料为例，其市场份额已从 2015 年的 20% 增长至 2025 年的 40%，未来仍有巨大提升空间。

与此同时，生物基涂料、光催化自清洁涂料等创新环保产品也崭露头角，虽然目前市场份额仅约 5%，但增长潜力巨大。环保不仅是一种合规要求，更成为产品差异化和品牌溢价的重要来源。领先企业正加大研发投入，推出更具环保优势的创新产品，如某知名涂料企业推出的高性能水性环氧涂料，其耐候性、耐腐蚀性均优于传统产品，在市场上获得了良好反响。

技术创新与智能化应用构成

了第三大战略机遇。建筑涂料行业正迎来一波技术革命，纳米技术、生物技术、智能材料等前沿科技的引入，使涂料产品功能得到质的提升。纳米银抗菌涂料、自修复涂料、温致变色涂料等创新产品不断涌现，满足了市场对高性能、多功能涂料的渴求。某企业研发的纳米银抗菌涂料，具有长效抗菌、防霉、防污等功能，广泛应用于家庭装修和公共设施。

与此同时，数字化、智能化技术正在重塑涂料生产和使用全流程。智能制造系统提高了生产效率和产品一致性；AR/VR 技术赋能涂装设计和效果预览；物联网技术使智能涂料能够实时监测室内空气质量。这些技术创新不仅提升了产品竞争力，还创造了全新的商业模式和服务价值。预计到 2025 年，智能涂料的市场规模将达到 100 亿元，成为行业新的增长点。

这三大机遇并非孤立存在，而是相互促进、协同发展的关系。旧房翻新市场为绿色环保产品提供了广阔的应用场景；技术创新又为绿色产品开发提供了强大支撑；而绿色环保属性则增强了产品在旧房改造市场的竞争力。前瞻性的企业正着力在这三个领域的交叉点寻找突破，打造独特的竞争优势。

正如一位行业领袖所言：“行业寒冬是检验企业成色的试金石，也是孕育新生的温床。”2025 年的建筑涂料企业，正站在一个关键的历史节点上。

建筑涂料企业应当以积极的心态看待当前的市场调整，将其视为优化结构、提升质量的契机。寒冬终将过去，春天必定到来，而那些在寒冬中苦练内功、积蓄力量的企业，必将迎来更加绚烂的绽放。



» 悉奥水性涂料厂区

人人都看得懂的 DeepSeek 入门科普

文 / 本刊编辑部

当大家都在好奇下一代 AI 会怎样改变我们的工作与生活时，中国公司 DeepSeek 正以惊人的速度和态度闯进大众视野。它究竟是什么，能做什么，又为何能在 AI 热潮里高调崭露头角？本文带你了解 DeepSeek 及其最新推出的两款大模型，顺便一起讨论它如何搅动整个 AI 行业的水面。



一、DeepSeek 是什么

DeepSeek = AI + 国产 +
免费 + 开源 + 强大



DeepSeek 是一家专注通用人工智能（AGI）的中国科技公司，核心聚焦大模型研发与应用。它最新发布的两款代表作——V3 和 R1，一款偏指令对话，一款偏推理思考，都是行业中的“开源新生力量”。

DeepSeek V3：专注对话式 AI 及通用任务。其性能可与 GPT-4o、Claude-3.5-Sonnet 等国外闭源领先模型相比，让人惊叹于国产模型的实力。

DeepSeek R1：强调推理能力，特别擅长编程和数学等需

要深度思考的任务；在多项测试中表现超越了 OpenAI 的 o1 模型。它使用大规模强化学习与思维链数据，让模型拥有“会思考”的内在逻辑。

一句话区分：V3 更像高水平“速答选手”，R1 更像深入思考的“推理高手”。



二、深度思考 vs. 快速应答

» 深度思考 vs. 快速应答

评估维度	快速应答型 AI（如 DeepSeek-V3）	深度思考型 AI（如 DeepSeek-R1）
性能表现	像即时通讯一样快速回复，资源消耗少（就像短跑运动员）	像写论文一样需要时间思考，资源消耗大（就像马拉松运动员）
工作方式	类似于条件反射，看到问题立即给出答案（就像背诵乘法表）	像人类解决数学题一样，一步一步推理得出结论（就像解应用题）
决策方式	像按菜单点餐，按照固定的规则做选择	像一个经验丰富的主厨，根据实际情况灵活调整烹饪方案
创新能力	类似于“照方抓药”，擅长按既定方案执行，但不善于创新	能够“推陈出新”，像艺术家一样进行创作，提出新的想法
交流方式	像客服机器人，按标准流程回答问题，情感交流较机械	像知心朋友，能理解说话人的心情和真实需求，对话更自然
解决问题的能力	擅长处理标准化的问题（如计算、查询、分类等）	能处理复杂的开放性问题（如写策划案、解决矛盾等）



三、DeepSeek 为何与众不同

DeepSeek 并不止步于某个单点功能，而是通过低成本、高

DeepSeek 这一全新 AI 力量，正用短时间高质量的产品表现让更多人见识到国产大模型的无限潜力。

效率和彻底的开源策略，挑战着 AI 行业的既有格局：

低成本：V3 的训练仅为 GPT-4o 成本的二十分之一。

高效率：短短两个月内，花费不到 600 万美元就做出先进模型。

开源策略：模型代码、架构完全开放共享，让更多研究者、开发者、企业得以直接使用、二次开发。

借助这三大优势，DeepSeek 在推理、编码、数学等高难度任务上也取得了惊艳表现。据第三方测试，R1 在逻辑问题求解、数学运算和代码生成等方面超越 GPT-4o 同类模型。



四、DeepSeek 的 MoE 神奇在哪里

DeepSeek-R1 采用

Mixture-of-Experts (MoE) 架构，总参数量有 6710 亿，但实际激活的只有 370 亿。这种“专家网络”设计意味着，既能保持相当的模型容量，又能显著降低计算量。例如对比 GPT-4 估计 1.6~1.8 万亿参数的规模，这种“分片式”思路大大节约了运营成本，也维持了高准确度。对国内外开发者而言，这就是“高性能 + 低门槛”的最佳组合。



五、DeepSeek 的实力：中英双优

深度思考、思维链推理 (CoT) 固然吸睛，但是 DeepSeek 遥遥领先的另一个方面是中英双语能力全面优化。

OpenAI 以英语见长，而 DeepSeek 同时兼顾英文和中文需求，尤其在中文基准上表现优异。

对国内用户而言，无论学术、

商业还是个人应用，DeepSeek 面向大家的母语环境，使用上就会更得心应手。



六、如何使用 DeepSeek

使用渠道：DeepSeek App、网页版、API 或者本地部署。

模型选择：先看任务类型。需要多步思考、严谨推理？选 R1。需要快速创意输出、对话体验？选 V3。

提示语设计：推理模型 (R1) 无需花哨引导，直接给目标就行；而通用模型 (V3) 可以更结构化地提供上下文和指令，让它更“懂”你的需求。

注意事项：推理类模型不建议用角色扮演等复杂提示干扰逻辑；而通用模型的推理深度稍弱，也别对它“一步到位”期望过高，适时分步验证更可靠。



>> 悉奥行政办公楼



七、DeepSeek 官方服务现状

最近 DeepSeek 的网页和 API 服务经历了恶意攻击，性能下滑，为保护用户体验，项目组暂时限制新用户注册。现有用户依然可以登录使用。同时，为让更多人能安全便捷地调用模型，像字节、阿里这些大厂也提供了对 DeepSeek 模型的对接渠道。

不可否认，目前的 DeepSeek 还面临“中英混杂”之类待优化问题，不过由于其开源项目的超高热度和活跃度，未来的快速迭代升级值得期待。



八、于 AI 行业的影响和未来

DeepSeek 的成功让人们看到了更小、更灵活、更具性价比的模型同样能爆发出巨大能量。在 AI 军备竞赛逐渐升温的当下，DeepSeek 坚定地以开源姿态加速全球 AI 生态的共创。

对于技术人或企业来说，DeepSeek 提供了极具优势的本地化支持与低成本门槛，加上高水平的推理能力，已经吸引了各行各业前来合作研发。

虽然要走向真正的通用人工



九、成本低的秘诀：MoE + 知识蒸馏

DeepSeek 为什么成本低？

架构创新：利用 MoE 机制，海量参数中只激活少数专家，大幅降低推理成本。

知识蒸馏：把 R1 的能力迁移到更小的模型（从 1.5B 到 70B），比在小模型上直接做大规模强化学习更高效也更省钱。

DeepSeek 这一全新 AI 力量，正用短时间高质量的产品表现让更多人见识到国产大模型的无限潜力。也许在不久的将来，这股技术“鲶鱼”会催生出更多创新与变革。对想试用或在项目里一展身手的朋友而言，不妨亲自体验一下 DeepSeek 是如何解锁一个“会思考，会表达”AI 新时代的。

knowledge tips 知识小贴士



科技泡沫破裂的飞行汽车

在解决交通拥堵的众多方案中，飞行汽车无疑是最令人神往的。试想，看着前方延绵几公里的堵车长龙，你驾驶的汽车可以突然升空并跨越这片堵车区域继续前进，想想就令人激动。然而，这里可能要浇上一盆冷水，因为飞行汽车这个科技泡沫大概率要破裂了。

飞行汽车这个项目的创业至今已经有 16 年历史了，但至今还没有一家企业实现自负盈亏。不仅无法自负盈亏，甚至没有一家企业拿到了商业运营所必须得全部 4 个证——型号合格证、生产许可证、适航证、运营许可证。绝大部分企业至今只有 2 个证。

2025 年开年，飞行汽车的明星公司 Volocopter 申请破产。这是德国第二家破产的飞行汽车公司，也是业界历史第二久的飞行汽车公司。该公司破产前酝酿的最大计划就是，在巴黎奥运会期间推出商业载客运营，但实际上不要说适航证和运营证了，连飞机型号认证都没有拿到。

国内电动车企小鹏汽车也正在研发飞行汽车，并在 2024 年底在上海试飞成功，这似乎给了业界一些信心。同时，这些飞行汽车公司从十几年前就宣传，今后每公里运费成本会达到 0.3 美元或者 0.6 美元。

但实际状况是，不考虑前期研发投入，只是运营环节，能实现 3 美元 / 公里都是奢望。所有公司目前能经营下去的最重要因素就是持续不断地融资，如果没有持续的资金注入，离倒闭就不远了。



而且，2025 年对这类公司是一个致命的关键节点。如果 2025 年内如果仍然没有实现商业运营，飞行汽车的生态位就会被汽车智能驾驶技术稳步替代。

飞行汽车的概念最早提出时，要解决的痛点就是交通太拥堵，直升飞机太贵、太不方便。而十几年过后，智能驾驶就在眼前，已经商业运营的无人出租车公司纷纷出现，规模不断扩大，成本不断降低。

智能驾驶普及后，最大的改善就是交通拥堵，用更少的车实现更大的运力，用更合理的驾驶策略避免造成拥堵的交通事故，没有司机后，出租车最大的成本也没有了。堵车大幅缓解后，价格更低、出行更安全的地面无人出租车肯定是出行的首选。

飞行汽车就只能和直升飞机抢市场，而这个市场规模是极小的。随着时间推移，飞行汽车的潜在需求越来越多地被自动驾驶无人出租车替代。

综上所述，飞行汽车项目的科技泡沫正在破裂。🚗

征稿启事

《今日悉奥》(季刊)为悉奥控股有限公司的内部交流刊物,贯彻“学习与推广并重”的办刊方针,坚持“雅俗共赏、形式活泼”的办刊风格。为本公司员工及同行业内人士提供一个信息交流的平台,以促进我公司全面发展。

本刊主要设有如下栏目:

- 1、**写在卷首**: 公司重要会议或活动纪要,或者人生哲理感悟。
- 2、**公司风采**: 发布公司发展动态信息及获得的荣誉宣传。
- 3、**营销谋略**: 提供适合行业及本公司的营销战略、战术等市场营销方面的策划与研究。
- 4、**管理纵横**: 针对企业管理理念、管理模式、管理创新等进行探索与交流。
- 5、**科技之光**: 涂料产品制作技术或涂饰工艺等相关的内容。
- 6、**鲁班评说**: 针对涂料装饰工艺技术、工程管理等进行交流。
- 7、**党政要览**: 公司党支部、工会等活动信息。
- 8、**员工心声**: 分享自己的工作、生活、生产技术经验。
- 9、**行业动态**: 企业或行业中的新政策、法规、快讯、市场信息等。
- 10、**知识百味**: 行业知识宣传以及诗歌、散文、幽默笑话等。

为了《今日悉奥》的稳步成长,特向我公司员工、同行业领域人员及社会各界人士广泛征集稿件。本刊欢迎千字左右的短文,也欢迎有学术价值的论文。长篇文章一般不超过 5000 字。因编辑人手有限,本刊一般不接受手写稿件,欢迎电子邮件投稿。本刊对来稿有删节权,不愿删节的请予以说明。所有来稿将在三个月内处理完毕,一经采用,即通知作者,给予一定稿酬,未被采用者,恕不退稿。

本刊通信地址:浙江省杭州市临安区高虹镇崇贤路 598 号

电话:0571—63813189

传真:0571—63813189

Email: zhejiang.xiao@163.com

Happy Birthday

4

4.03 施观芳 4.04 王新军 4.17 杨志林 4.21 陈泉凯

5

5.01 夏小良 5.01 陈 曦 5.12 钱梦琪 5.15 桂怡梦

6

6.01 陈 飞 6.03 罗雄飞 6.06 施光属 6.08 胡华江

6.23 陈建群 6.25 徐 森