

北新建材

北新集团建材股份有限公司主办 内部资料 免费交流 2024.12 NO.780

国潮新韵 筑梦未来

北新建材国潮活动融汇多元智慧，国潮风助力新消费升级

对话国潮经销商



绿色科技 品质生活

世界文化遗产北京中轴线展

城墙灰



《壮美中轴》世界文化遗产——北京中轴线展王府井站上, 北新建材精心制作的北京中轴线建筑模型亮相。该模型用北新涂料龙牌漆彩韵中轴系列产品“北京中轴线”色系涂绘, 曾在2024年中非合作论坛北京峰会欢迎宴会上见证了深厚的中非友谊。

国潮新韵 筑梦未来

文 | 编辑部

近年来，党中央、国务院高度重视品牌建设和国货“潮品”工作。习近平总书记强调，要因地制宜发展新质生产力，打造更多叫得响的品牌。从2023年底召开的中央经济工作会议首提“国货‘潮品’”，到2024年政府工作报告中提出积极培育国货“潮品”等新的消费增长点，都为建材行业推进品牌建设和国货“潮品”工作指明了方向，提供了遵循。

2024年，北新建材国潮产品在我国主要建材行业产品需求下滑、整体业绩承压的情况下，逆风上扬，交出一份靓丽的成绩单——国潮系列石膏板实现5000万平方米销售，同比增长25%。积极培育和发展国货“潮品”已经成为北新建材加速向消费类建材制造服务商转型、推动“四个转变”落地的有力抓手。

在北新建材国潮品牌·设计师沙龙及记者座谈会上，北新建材党委书记、董事、总经理管理介绍，北新建材多措并举推广国货“潮品”，增品种、提品质、创品牌。坚决响应国家号召，深入实施“好材料适配好房子/新农村”“消费品以旧换新”行动，开设工厂店、总部店、“精彩在县”店、专卖店，推广全产品文创进店，与地方政府及文旅部门合作，举办推广会、品宣会，打造全产品一体化服务体系，全国覆盖县乡渠道超4000家。

除此之外，2024年北新建材组织“印记北京中轴线”系列活动助力北京中轴线申遗成功，创新举办钟鼓楼“双龙会”、黄

龙溪龙舟会等活动,推出龙牌“五福”石膏板、“印象泰山”石膏板、“城墙红”防水卷材、“北京中轴线”色系涂料等系列国货“潮品”,发布品牌歌曲、宣传片和形象片,打造品牌IP体系,讲好国货“潮品”背后的文化故事,塑造“国货自信”品牌形象。

谈及未来如何发展国货“潮品”,管理表示,面对国潮消费市场,希望携手同行、共谋未来,聚焦质量、文化、机制等领域发力,强化国货“潮品”质量优势,用过硬的产品质量留住消费者、赢得市场口碑;深度挖掘文化内涵,为国货“潮品”注入更多文化元素,增强国内外消费者对国货“潮品”的文化认同;建立国货“潮品”共育机制,加强品牌设计、市场推广、品牌维护等能力建设,提高品牌全生命周期管理运营能力,为优质国货“潮品”培育创造良好生态和发展环境。

2024年中央经济工作会议把“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”列为2025年九大任务之首。在这个大背景下,北新建材也将怀揣着更为宏大的愿景与担当,继续深耕国货“潮品”。同时积极扩大“朋友圈”,与上下游产业链加强协同,进行跨领域的创新联动,凝聚起更广泛的力量和强大的发展共识,为促进国货“潮品”发展,更好服务中国式现代化,贡献更多智慧和力量。

目录

2024年12月刊(总780期)



刊首语

国潮新韵 筑梦未来 2

新潮澎湃

国潮大事记
北新建材以品质国货与消费者共“潮生” 7

国韵新潮

北新建材国潮活动融汇多元智慧，
国潮风助力新消费升级 19

新国风起

龙牌公司：
龙韵悠长 国潮崛起 续写传奇 29
泰山石膏：
印象泰山 国泰民安 34

主办单位: 北新集团建材股份有限公司

编辑部: 党群工作部(党委宣传部)

地址: 北京市昌平区未来科学城
七北路9号北新中心A座

邮编: 102209

电话: 010-57868860

投稿邮箱: dwxcb@bnbm.com.cn

启事: 本刊所载个别图文作者姓名及
地址不详, 请作者及时与本刊联系, 以
便奉上稿酬。

梦牌新材料:

从华夏古韵到现代家居的匠心跨越 40

北新防水:

古今筑梦, 让建筑焕发文化新生 46

北新涂料:

“北京中轴线色系” 演绎东方美 52

北新嘉宝莉:

把非遗大漆工艺推向工业前沿 58

对话国潮经销商

中和润建材张豫:

北新建材就像我的家人一样 65

瑞丰周赛珍:

敢为天下先, 北新嘉宝莉的“温州模式” 传奇人物 70

国风潮品

北新文创品牌故事:

北新雨燕工坊, 从工厂飞入寻常百姓家 77

北新雨燕工坊文创 78

新潮澎湃

以品质国货与消费者共「潮生」





国潮大事记

北新建材以品质国货与消费者共“潮生”

文 | 党群工作部(党委宣传部)

国潮风正劲，从政府会议频频提起，到消费市场国风流行、国货热销，到今年中国品牌日聚焦“国货潮牌 品质未来”，国货承载着人们对更加美好生活的向往与追求，正成为中国经济蓬勃发展的新动能。

北新建材作为新型建材央企上市公司，以“绿色科技 品质生活”为使命，成功打造了全球石膏板行业著名自主品牌“龙牌”和“泰山”，拥有“禹

王”“蜀羊”“梦牌”“灯塔”“嘉宝莉”等多个知名品牌。这些品牌中，不仅有历史悠久的百年“老字号”，还有众多焕发青春活力的“新势力”。作为行业的弄潮者，北新建材根植中国文化，实干创新，创新推动公司品牌向社会品牌迈进、向消费类转型，以品质国货与消费者共“潮生”。

北新建材“潮”在哪儿，欢迎进入北新建材2024年国潮故事。

“潮”级亮相 一座展厅 一个生生不息的故事



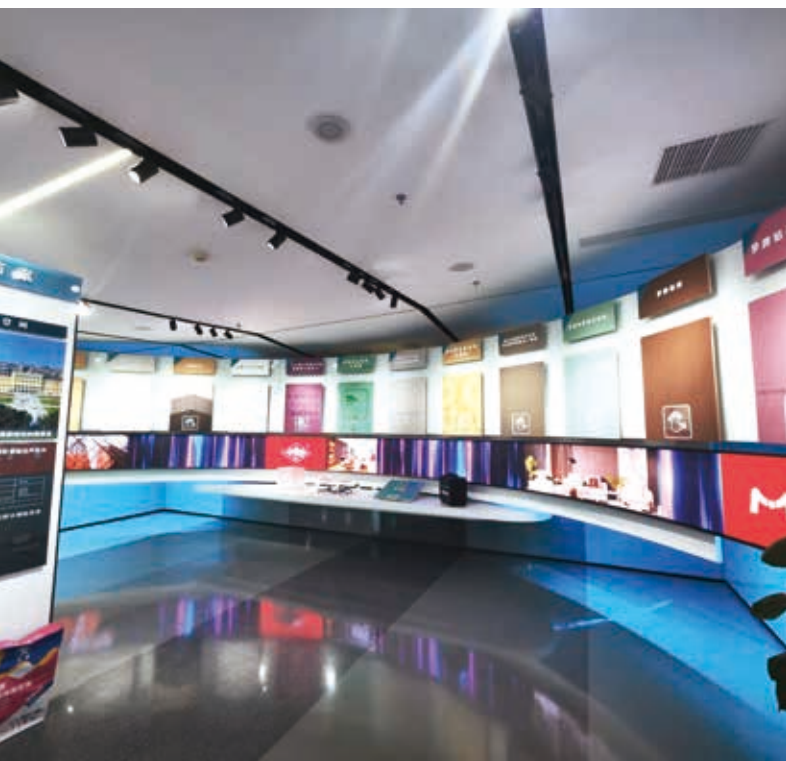
2024年5月，北新建材向消费类建材制造服务商转型的超级“潮品”——“绿色科技 品质生活”展厅全新亮相。绿色和蓝色主色调如清风拂面，枝繁叶茂的品牌树亭亭如盖。

四十五年，风雨激荡，波澜壮阔，一步步前行的历史写满勇气、坚韧与创新，“一体两翼 全球布局”核心产业打造永立潮头内核，“人和、朴实、热爱、奋斗、圆梦”文化润物无声，蕴藏着直抵人心的温暖力量。





红色的血脉、绿色的基因、改革和创新的精神、全球的视野，都在这里澎湃。我们打造一座展厅、讲一个故事，娓娓道来，何以北新建材。





逐浪潮头

品牌价值破千亿元 家居领域频获奖



继2023年品牌价值历史性突破1000亿元，2024年北新建材品牌价值再创新高，达1185.96亿元，位列《中国500最具价值品牌》第70位。自2009年起，北新建材已经连续15年上榜《中国500最具价值品牌》。2024年位列《亚洲品牌500强》第146位，排名前进2位，再次蝉联亚洲建材品牌三强。

北新建材作为中国建材集团唯一企业入选国务院国资委发布的《中央企业品牌引领行动首批优秀成果名单》。荣获“中国品

文化潮涌

工业与文化交杯 美美与共



北新建材旗下品牌滋生于中华传统文化，从中不断汲取生生不息的精神力量，生发出源源不断的活力。

北新建材以个性化和主题性的主题活动赋予品牌强大的影响力和竞争力。国潮“人和”音乐会将中国工业品牌之美种进所有北新人和消费者心中。举办“钟鼓楼双龙会”“深圳龙舟赛”“黄龙溪非遗对话”等国潮活动；携手老字号开展“印记北京中轴线”景区活动，组织全品牌走进先农坛、钟鼓楼、景山、前门，弘扬传





统文化、推广国货“潮品”。举办“国潮新韵 筑梦未来”北新建材国潮品牌·设计师沙龙及记者座谈会，智慧碰撞，探讨国潮赋能建材行业焕新发展，共议共创美好发展新图景。

《北新建材》期刊以消费者喜闻乐见的形式改版升级，推出跨年品牌宣

传片《陪伴》，品牌歌曲《腾飞的龙》《中轴线之歌》，品牌诗歌《有一座山》，小龙人、福鹿、大禹等系列品牌IP体系，开展微沙龙、读书会等活动，构建板块共建、百花齐放的品牌宣推格局，使品牌文化温馨落地、企业形象深度传播。



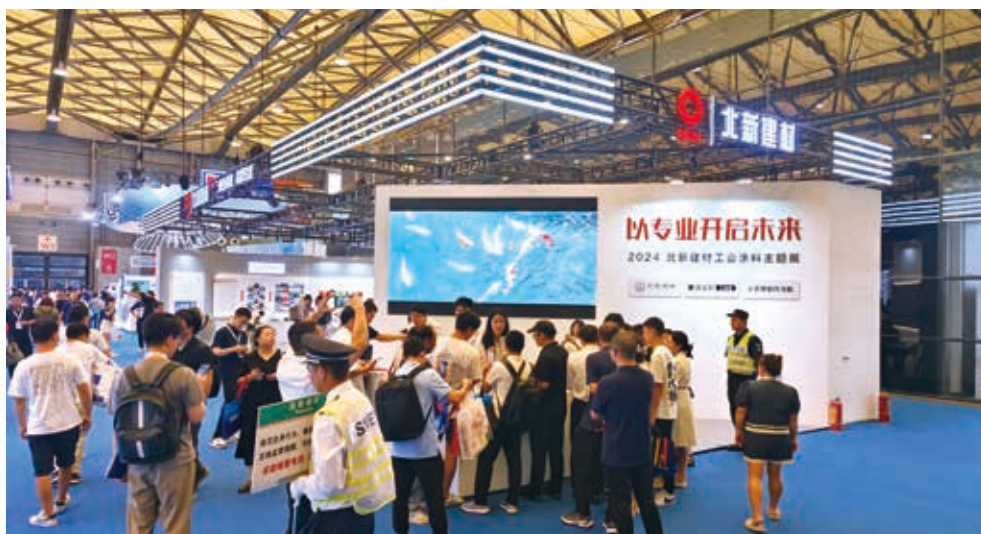
拥抱人潮 创新营销模式 引流赋能



北新建材全品牌拥抱消费者，积极创新营销模式，在全国各地举办营销大会、参加行业展会，进行品牌升级焕新，开展直播带货，举办直播PK大赛，通过互联网拥抱全世界。



在主流媒体积极发声，获得人民日报、新华社、中央电视台、光明日报等媒体多次报道宣传。成立新媒体阵线联盟，开展8站活动，扩大朋友圈，全级次以宣传助力营销，展现北新建材产品自信、品牌自信、文化自信。





龙牌全品类产品



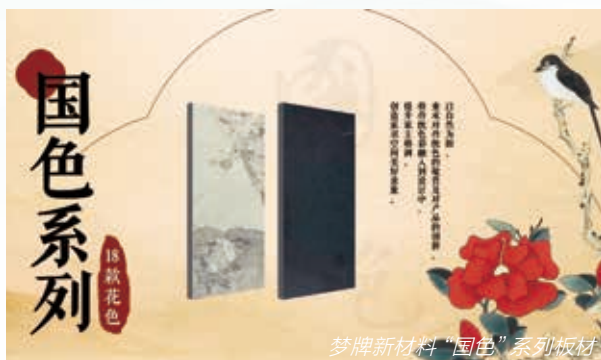
泰山石膏“十二生肖”石膏板

“新”潮澎湃 是建材 也是文化“潮品”

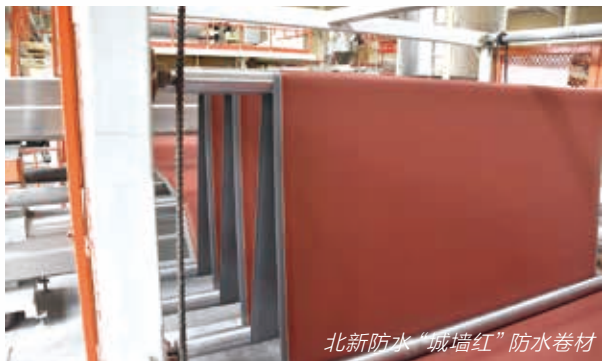


国货“潮品”外表潮，内核也潮，北新建材以品质为核心，不断提升产品力。

推出一系列贴近市场，质量过硬、服务优质的国货“潮品”。龙牌推出“国之大者”“北新传奇”等国潮民品系列石膏板，将民族品牌与国潮文化的完美结合；泰山石膏推出“印象泰山”“十二生肖”、凤凰高定花纹板等国潮产品；梦牌新材料推出“国色”系列国潮板材、M系列梅兰竹菊高端家装功能石膏板；北新防水推出



梦牌新材料“国色”系列板材



北新防水“城墙红”防水卷材



北新涂料东方意境美学涂料



北新嘉宝莉家具漆

“城墙红”防水卷材、“王朝”等系列国潮地材；北新涂料“绘家国底色”，发布了龙牌漆家装系统市场定位“雅境、悦境、瑞境、灵境”以及两款新产品“天然植萃、金装竹炭5合1”，发布“北京中轴线”色系；北新嘉宝莉家具漆“洒金”“古铜大漆”“蛋壳漆”“犀皮漆”将传统工艺与北新嘉宝莉家具漆的产品与技艺完美融合，让非遗文化在现代家具设计中焕发出新的生命力。

北新建材的品牌家族枝繁叶茂，正以更加鲜活的方式，展现民族品牌自信和国货的硬实力。未来，将聚焦新质生产力，不断进行研发创新，提升中国品牌的国际竞争力，在向消费类建材制造服务商转型的路上，迈出全新步伐。 

国韵新潮

融汇多元智慧，
国潮风助力新消费升级





北新建材国潮活动融汇多元智慧， 国潮风助力新消费升级

文 | 党群工作部(党委宣传部)

专家献策、实战分享、跨界联合、新品发布……年终岁尾，北新建材汇集多元智慧，奉上一场国潮盛宴，探寻国潮风助力新消费升级，为迎接即将到来的春节消费市场出谋划策。

12月26日，以“国潮新韵 筑梦未来”为主题的北新建材国潮品牌·设计

师沙龙及记者座谈会在北新建材总部圆满举行。北新建材党委书记、董事、总经理管理发表致辞。北新建材党委副书记、董事、工会主席张静，北京市龙顺成中式家具有限公司经理田兆桐，中国房地产业协会产业协作分会副会长、中房优采执行总经理唐茜，北新涂料董事



长、总经理陈燕，北新建材战略营销部总经理毛欣飞，梦牌新材料总经理郭荣智，中国建材集团党群工作部(党委宣传部)资深经理史娅茹，北京华夏印文化发展公司董事长、北京澄茶文化发展有限公司董事长王亚军，奥运印社负责人夏冰等出席活动。北新建材党群工作部(党委宣传部)副主任边健主持活动。

此次活动由北新建材主办，北京市龙顺成中式家具有限公司、中房优采、

北京澄茶文化协办。来自人民日报、新华社、中央电视台、经济日报、参考消息、经济参考报、证券时报、上海证券报、人民网、新华网、中国新闻网、中国企业报、企业观察报、中国建材杂志、中新社国是直通车等主流媒体代表，来自北京清尚环艺建筑设计院、中国建筑设计院等设计单位的设计师们，文化大咖以及北新建材各板块公司代表等近百人相聚一堂，把脉国潮消费市场，共议行业新业态、新趋势、新潮流。

抓住机遇助推转型升级



管理发表了热情洋溢的致辞。他首先对设计师、媒体等嘉宾们的到来表示热烈欢迎。他表示，本次活动契合当今发展需要，推动国货“潮品”飞入寻常百姓家，具有十分重要的意义。面对国潮消费市场，希望大家携手同行、共谋未来，聚焦质量、文化、机制等领域发力，强化国货“潮品”质量优势，用过硬的产品质量留住消费者、赢得市场口碑；深度挖掘文化内涵，为国货“潮品”注入更多文化元素，增强国内外消费者对国货“潮

品”的文化认同；建立国货“潮品”共育机制，加强品牌设计、市场推广、品牌维护等能力建设，提高品牌全生命周期管理运营能力，为优质国货“潮品”培育营造良好生态和发展环境。

从2023年底召开的中央经济工作会议首提国货“潮品”，到2024年政府工作报告中提出积极培育国货“潮品”等新的消费增长点，以及市场上国潮经济的火热，国货“潮品”已经成为近年来引领消费市场的重要力量，建材家居市场也不例外。

北新建材作为建材行业央企，一直以文化自信为企业发展和产品创新注入文化底蕴和创新活力，在加速向消费类建材制造服务商转型、加快推动“公装到家装、城市到县乡、基材到面材、产品到服务”四个转变的关键时期，抓住消费结构升级的“国潮”机遇，全品牌推出数十种国货“潮品”。2024年逆势上扬，国潮系列石膏板实现5000万平方米销售，同比增长25%；家装和县乡业务销量分别同比增长17%、21%。



多元对话把脉国潮热



“国潮”产品的火热，不仅是消费者与传统文化的双向选择，也是生产企业、设计师、媒体等的多方奔赴。活动现场，围绕国潮文化展开两场精彩的深度对话。

主题对话1：国潮文化在产品中的融合与创新

在张静主持下，北京清尚环艺建筑设计院何山工作室创建者何山，北京市海淀区非物质文化遗产绳结艺术、剪纸项目代表性传承人倪巧凤，中国建筑标准设计研究院有限公司副总建筑师郝学，于小菓点心模具博物馆设计总监王

娜，北京清尚建筑设计研究院有限公司设计总监张石红结合自身领域围绕如何创造出既具有传统韵味又不失现代感的国潮产品进行了对话交流。

嘉宾们表示，这次来到北新建材，看到这么多国货“潮品”，更感受到北

新建材作为央企树立国货自信的使命感和强大的实力。虽然大家来自不同的领域，但是文化相同，情怀相通，与北新建材存在诸多合作契机。特别是

在国潮领域，期待未来能够一起创造更多“新玩法”，实现用户资源的共享与互补，推出各类联名款产品，提升品牌影响力。



主题对话2: 国潮文化如何促进建材家居行业发展

在唐茜主持下，中国建筑设计研究院室内空间设计研究院总建筑师黄越，中国建筑设计研究院室内空间设计研究院院长助理、主任工程师饶劭，木一小土创始人赵静，北京壹空间创始人右尔分别分享了对于国潮建材的认知与应用以及国潮热给建材家居行业行业带来的机遇。

嘉宾们表示，正是中国制造业的硬实力为国潮这一“软实力”的展示

提供了强有力的支撑。北新建材拥有十分健全的品牌树、品类繁多的产品线以及创新型的多功能产品，为设计选型提供了丰富的材料选择。在国潮风潮下，定制化、个性化的家装需求不断增多，期望与北新建材加强沟通和互动，打通渠道，实现信息共享，合作共赢。

现场气氛热烈，对话嘉宾们畅所欲言，媒体踊跃提问和互动。



这些国货何以成为“潮品”



活动现场，北新建材各板块公司以及合作伙伴分享了发展国货“潮品”的经验和探索。

北新建材战略营销部副总经理杜东山分享北新建材逆势而上，在发展国潮路上的四个案例故事。龙牌公司总经理助理、家装零售事业部总经理兼市场营销部总经理刘国新围绕龙牌国潮民品系列、i+空间科技、国潮营销进行了分享。

泰山石膏北京办主任侯信波分享了泰山石膏国货“潮品”的诞生故事以及推广应用成果。梦牌新材料总经理郭荣智重点介绍了梦牌的国潮新品以及要打造百姓用得起的国潮产品的初心历程。北新嘉宝莉家具漆市场经理熊晓婧讲述了北新嘉宝莉家具漆传承非遗文化，通过创新让传统大漆工艺焕发新生的故事。北新防水市场部公共关系主管蒋雪分享了



北新防水打造国货“潮品”为人民群众创造高品质生活空间的成果与努力。龙顺成京作硬木家具代表性传承人王文光现场分享了北京龙顺成京作硬木家具文化。

活动现场还隆重发布了龙牌漆北京中轴线色系。北新涂料董事长、总经理陈燕重点介绍了北京中轴线色系以及每种颜色代表的丰富文化涵义，并介绍了北新涂料国货“潮品”——东方意境美学涂料。

合作打开更多新空间



活动现场，北新建材与龙顺成、北京澄茶文化分别举行了合作签约仪式。

毛欣飞、田兆桐分别代表北新建材和龙顺成进行签约。从今年3月开始，北新建材携手龙顺成举办了多场文化活动。同为中华文化的坚定传承者，未来双方将携手共进，共同推动国潮建材、家居品牌的发展，共同打造央企与老字号合作样板。

边健、王亚军分别代表北新建材和北京澄茶文化进行签约。目前，北新雨燕工坊总部店正在联合北京澄茶文化，打造一个集“文化传播、品牌展示、服务体验”于一体的品牌文化展示空间。

活动现场，展示了北新建材的明星国潮产品，以及IP玩偶、鼠标垫、笔记本等国风文创作品，还有漆扇和印章、绳结艺术互动体验活动，不仅展示中国现代工业制造的先进性和中国传统文化的美美与共，也映射出现代创意的无限可能，吸引了很多人驻足观赏和互动。





以国货自信引领行业新风尚



对于北新建材来说，国潮一头连着作为国资央企的文化自信和品牌自信，一头也给各个业务板块带来消费端的新业态、生产端的新机遇。

北新建材积极探索，成立北新雨燕文创品牌，推出“国之大者”“印象泰山”等国潮石膏板、“城墙红”防水卷材、“北京中轴线”色系等。举办了“钟鼓楼双龙会”“印记北京中轴线”“长城写龙字”“黄龙溪龙舟会”等品牌文化活动，

让建材行业的国货“潮品”近距离走进老百姓生活。

2025年即将到来，北新建材也将继续积极拥抱新型消费方式，厚植产品质量，提升品牌影响力，以“硬实力”和“软文化”树立国货自信，引领建材行业新风尚。同时，通过联合产业链上下游以及跨界合作，实现多元赋能，为国潮持续发展提供源源不断的动力。 

新国风起

以国货自信助推转型升级





龙牌公司： 龙韵悠长 国潮崛起 续写传奇

文 | 龙牌公司

1980年，“龙牌”承载着民族的骄傲与梦想诞生。“龙牌”与中国传统文化一脉相承，传承国人作为龙的传人的自豪感和幸福感。

在国潮涌动的新时代浪潮中，龙牌以民族的骄傲和热爱为帆，勇立潮头。在“双循环”经济的大背景下，新国潮将传统文化与现代审美完美融合，引领着新一代的价值观和时代潮流。“国潮”不仅是文化自信的体现，更是从中国元素到中国产品，从中国产品到中国品牌的转变。

龙牌，以实际行动诠释国潮与创新的融合，让现代工业与传统工艺的交融绽放，续写品牌故事的精彩，重新定义民族文化自信，开启了一场龙牌与国潮的邂逅。



乘国潮崛起东风·国潮民品，『龙』重登场
龙的传人用龙牌，我们只是中国故事的传唱者

不缔造历史，也不生产文化，我们只是中国故事的传唱者。中华文化源远流长，文化印记着国家的强大。从国家实力到百姓的衣食住行，从二十四节气到传统诗词，龙牌将大国复兴、人民幸福和文化遗产用家居印记文化的形式巧妙地融入了产品之中，跨越时空的界限，印记中国的强大与美好。龙牌公司推出的国潮民品系列石膏板，是民族品牌与国潮文化的完美结合，服务人民美好生活。让民族品牌自信，绽放光彩。

龙牌公司秉持与时俱进、守正创新的精神，结合传统文化，融汇国潮概念，以古人之规矩，开自己之生面，赋予品牌深厚的文化内涵和现代的表达形式，不断滋养文化自信、品牌自信和产品自信。





龙牌助力城市文化传播·打造国潮新路径
金风送爽秋光好，众人结伴步中轴

2024年7月，北京中轴线被列入《世界遗产名录》。北京中轴线见证了北京城市的发展演变，是体现中华文明突出特性的重要标识。龙牌·北京中轴线建筑文化徒步活动是家居行业一次别开生面的国潮文化传播活动。通过实地探访这条北京连通历史与未来的“文化之脊”，感受古老与现代共存，体验城市涌动的脉搏，以传统文化为纽带开展民族品牌和民族文化的传承、创新、融合之旅。

北京中轴线的历史格局、历史风貌逐步复原和生动再现，人居环境和城市风貌不断改善，人民群众的幸福感和获得感不断提升。龙牌公司致力于推动中华优秀传统文化与现代生活的完美融合，铸就了承载家国梦想的国潮精品，让消费者在产品使用中也能沉浸在传统工艺和文化韵味当中。从“五福”石膏板、鲁班万能板到“国之大者”“美好





向往”“北新传奇”“北新传承”石膏板，一组组融合传统文化与现代工艺的龙牌国潮民品石膏板，身披北京中轴线独有的色彩亮相。以匠人匠心打磨优质产品，赋予产品近二十项全效功能，守护现代人的家居生活。

当人们沿着北京中轴线漫步时，龙牌成为了连接人们与城市建筑文化、传统文化的桥梁。不仅能欣赏到中轴线的建筑之美，还能深刻感受到龙牌所传递的传统文化魅力。这种品牌与文化相结合的方式，能推动中华文化瑰宝更好地融入当代千家万户的美好居家生活，让更多的人了解到龙牌品牌的文化内涵和精神风貌，对于传统文化拥有更深刻的理解和认同。



龙牌公司从长城书写“龙”字到龙牌龙年龙抬头营销峰会、“何以国潮 龙牌·龙节·龙舟会”，从传唱中国故事到徒步跨越700年，让传统文化与现代工业美美与共；从龙牌i+空间科技打造可以采暖的、会呼吸的绿色健康家居，到龙牌国潮民品系列石膏板结合传统文化打造优质产品；龙牌、龙顺成联名款万能板精彩亮相北京国际设计周，把工业品牌与中华优秀传统文化的美好祝福送至千家万户。国潮风吹来新机遇，激发新动能。龙牌公司紧抓时代脉搏，不仅致力于以优质产品传递中国传统文化，更以“龙的传人用龙牌”为精神内涵开展一系列富有现代创新思维的品牌活动，不断塑造品牌的国潮文化影响力，让龙牌文化得到了新的诠释和传播，展现龙牌这一民族工业品牌的现代魅力，吸引更多人关注龙牌产品及其背后的文化，让“国潮”概念在家装市场中焕发出新的生机与活力，续写民族品牌的精彩篇章，朝着创建世界一流示范企业奋力前行。 



泰山石膏： 印象泰山 国泰民安

文 | 泰山石膏

有一座大山，雄峙天东，保四方、安盛世、佑平安。千百年来，历代帝王顶礼膜拜，芸芸众生俯首景仰，它就是全球首例世界自然与文化双遗产，被誉为“天下第一名山”、中华“神山”、“圣山”、“国山”的泰山。

泰山石产于泰山山脉，有25亿年历史，得天地之精华，融山水之灵韵，成为了国泰民安的象征、安邦定国的基石，“一石安则全家安”的崇信意识深入人心。北京故

宫太和殿、人民大会堂等诸多重要建筑均取泰山石为奠基石，以求稳如泰山、国泰民安。寻常百姓家更是比比皆是，或为基作台，或镇宅镇馆，祈求护佑家宅平安。

泰山石的最早记录见于宋代藏石家杜绾所著的《云林石谱》，书中记载的泰山石就是埋藏于泰山脚下的石膏石。泰山石膏有限公司总部坐落在美丽的泰山脚下，自诞生之日起，就与泰山的石膏结下了不解之缘。





因泰山而生
用泰山保平安

泰山牌石膏板便因“泰山”而得名，它以泰山脚下的优质石膏石为原材料，让每一块泰山石膏板都植入了天然泰山石膏的优质基因，使每一块泰山石膏板的石膏晶体都与泰山脚下的石膏石结构相同。泰山石膏板传承泰山石的文化神韵、精神信仰，具有诸多优异的功能：保温、保健、会呼吸、分解甲醛，让居住者有一个健康舒适的生活环境；抗震、防火，保护了居住者的房屋财产安全和

生命安全。泰山石膏板就像泰山石一样，装饰了广厦千万间，也把健康平安送进了千家万户。

随着政府对泰山石开采保护力度加大，泰山石已禁止开采和销售。泰山石膏板恰逢其时，接过了泰山石承载的历史、精神、文化、信仰寄托。一张张泰山石膏板，就是一块块钟灵毓秀的泰山石，让居住者得到精神上的寄托和感情上的慰藉，给人们带来美好与吉祥。



『印象泰山』石膏板
中国式的浪漫表达

巍巍泰山，华夏之魂，五岳独尊，这里是自然的泰山；5000年华夏文明的沉淀，这里是文化的泰山；悠久的历史长河中，这里是历史的泰山，人文、自然、历史的千年穿梭与激荡，形成了独有的泰山文化。千年回眸的刹那，便有了独特的印象，泰山石膏结合泰山文化，推出“印象泰山”国粹系列高

端石膏板。该系列品饱含着泰山的立自然与文化，浸润着泰山的精神与风骨，包括“泰山”的自然印象、人文印象、历史印象。印象泰山饱含着泰山的自然与文化，浸润着泰山的精神与风骨。整个“印象泰山”包含“泰山”的自然印象、人文印象、历史印象。自然神奇的泰山，悠久的历史文化，源远流长的



泰山石膏
TAISHAN GYPSUM



华夏文明……具象的是几千年的自然奇观，抽象的是文化风骨和灿烂的华夏文明，有记忆的是诗词歌赋和人物。

“印象泰山”国粹系列高端石膏板在策划设计上沿用泰山的自然印象、人文印象、历史印象内涵，以旭日东升、云海玉盘、黄河金带、泰山松、泰山石、泰山水为灵感，参考泰山相关的古诗词与轶事，设计出印象泰山国粹系列高端石膏板。

“印象泰山”国粹系列高端石膏板是一款高品质，多功能的高端石膏板。产品以高纯度石

膏、纯木浆高强护面纸和增强纤维为主要原材料，采用独创胶凝硬板技术，板芯内添加高级耐火添加剂、耐火纤维和进口高级防水材料。产品在满足耐火性能要求的同时，提供了优秀的耐水和防潮性能，还具备高握钉、高强度、抗冲击、抗变形、防开裂、密度高、隔音好等优点，是高档装修的理想板材。

“印象泰山”国粹系列高端石膏板一经推出深受广大消费者喜爱。截止2024年11月30日，印象泰山系列石膏板销量已经达到1600万平方米以上。

印象泰山·观日出

“印象泰山”国粹石膏板磅礴而出，红日初升，其道大光；印象泰山·观日出将泰山的自然奇观“旭日东升”跃然纸上，这一抹万千气象的红，穿透了万千时光，昭示着冉冉升起的希望和生机。太阳升，万物长。



印象泰山·盘云海

蓝白变幻的云海是大自然的神奇天工；印象泰山·盘云海取自泰山的自然奇观“云海玉盘”，穿越在浩瀚的云海里仿佛看到孔子当年登东山而小鲁，登泰山而小天下的壮观景象。



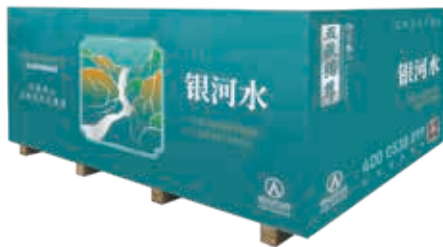
印象泰山·黄金带

一条黄水似衣带，穿破世间通银河；印象泰山·黄金带源自泰山的自然奇观“黄河金带”。黄河，母亲河，这是我们中华民族的摇篮，满载着深情与嘱托，滋养着祖祖辈辈的炎黄子孙。



印象泰山·银河水

天门倒泻银河水，日观翻悬碧海流。那南天门上倒垂下来的瀑布如银河从天上倾泻而下，日观峰上云浪翻涌如碧涛滚滚；印象泰山·银河水源于泰山的瀑潭溪泉。蕴灵动于壮美，藏造化于神秀，山高水长，风月无边。





印象泰山·凌云松

泰山是东方文化的缩影，有着厚重的文化积淀。山上山下分布着34处古寺庙，110多处古遗址，1400多处碑刻，2万余株古树名木。松石为骨，清泉为心。在泰山，石与松血脉相连生气一体，一草一木，一山一石，一溪一泉，皆为泰山之本。泰山之树以松柏为主，《抱朴子》曰，“天陵偃盖之松，大谷倒生之柏，凡此诸木，皆与天齐其长，地等其久也，长松入云汉，远望不盈尺”；印象泰山·凌云松源于自然，历史悠久，是古老文明的象征。



印象泰山·岱盘石

泰山之石与泰山同生同在，每一处石刻都是历史的见证，历经千万年的风侵雨蚀，而今代然隽秀如初。盘盘泰山石，终古不相离；印象泰山·岱盘石铭刻着泰山的精神与风骨。“山无水不灵，水无山不雄”，泰山上下，有遍布山崖石罅的泉瀑。整座泰山水脉丰富，活力充沛，从而形成了，“山高水也高，泉流随山长”的自然景观。

印象泰山，传承泰山文化，引领行业新国潮。文化，是产品的魂；产品，是文化的根。高质量发展，是泰山石膏52年来不变的宗旨，印象泰山石膏板是泰山文化与高质量产品的高度融合与碰撞，印象泰山让中国传统文化与艺术走进千家万户，印象泰山，国泰民安。



梦牌新材料：

从华夏古韵到现代家居的匠心跨越

文 | 梦牌新材料

华夏大地，历史的华章璀璨而厚重。自古以来，传统建筑与家居文化便承载着中华民族的智慧与审美情趣。从古老的榫卯工艺，到宫廷建筑中绚丽多彩的装饰色彩，无不彰显着先辈们对工艺的精研与对美的追求。这些文化瑰宝，历经岁月洗礼，依旧熠熠生

辉，为后世留下了无尽的文化宝藏与精神滋养。

在当今国潮澎湃的时代浪潮中，梦牌新材料以传承者与创新者的姿态崭露头角。尤其梦牌板材深知中华传统文化的魅力与价值，积极探索将传统文化元素融入产品中，开启了属于自己的国潮故事。



梦牌之「色」
从材料到生活美学的蝶变

为塑造民族品牌、弘扬传统文化，梦牌板材采取了诸多创新举措。在产品设计方面，梦牌深入研究传统色彩文化，推出“国色”系列板材。“国色”系列板材以自然为灵感源泉，怀揣着对传统色彩的敬畏之心，大胆创新，将古老的色彩巧妙地融入到现代设计之中，为家居空间创造出如诗如画的意象。

板材上的每一种花色都是一幅灵动的画卷，青梅的碧绿、青缃的精美、茶白的淡雅、半见的

神秘、扶光的温暖、如梦令的梦幻、石涅的独特、沉香的悠然、芸黄的灿烂、绿云的清新、檀褐的沉稳、秋香的芬芳、青骊的闪耀、麝香褐的大气、苍艾的厚重、伽罗的典雅、鞠衣的耀眼、墨黦的神秘，众多色彩交织，各具韵味，又深藏底蕴，散发中式美学独特气质。

梦牌板材不仅是一种建筑材料，更是一种生活态度，他承载美好家居生活的追求，为全球消费者带来更多的惊喜与感动。



艾草精华
梦牌之「芯」
构筑环保家居护盾

梦牌新材料深知现代家庭对环保和健康的高要求，不断推出具有突破性的新产品。选用优质天然木材芯板，以天然萃取植物胶为胶黏剂，推出全新ENF级艾芯板。其甲醛释放量远优于新国标ENF级环保标准，真正做到了绿色环保。

中国端午挂艾历史悠久，南北朝时便出现在门口挂艾人禳毒的风俗，《本草纲目》记载艾草可入药，具有温经散寒、祛湿止痒、等功效，同时能有效去除湿气、浊气，对身体有着良好的治疗与疗愈作用。

梦牌板材根据艾草特性在全新推出的艾芯板中添加了艾草因

子，使板材具有防霉、抗菌、净醛等功能，为家居生活带来全方位的呵护。当你置身于用梦牌板材打造的家居空间中，仿佛能感受到大自然的拥抱，那份宁静与舒适，让人忘却疲惫，舒缓压力。

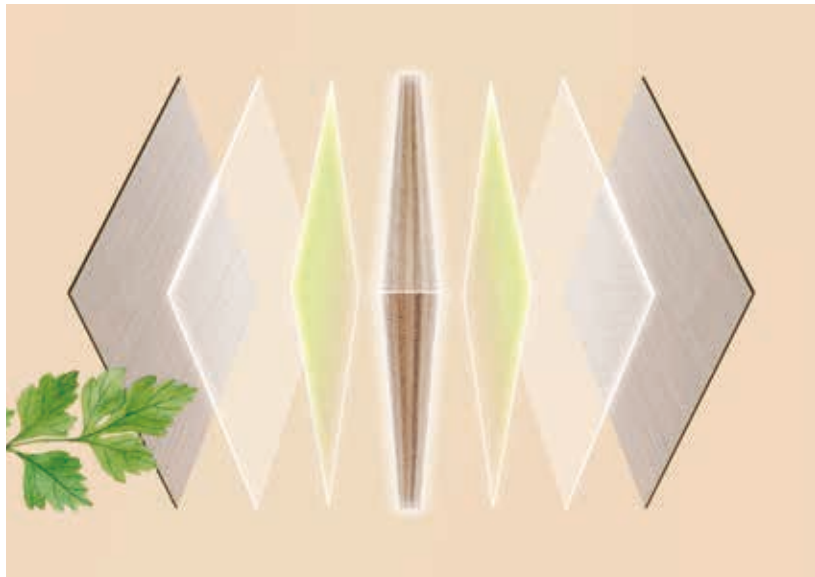
在生产过程中，梦牌严格遵循环保标准，致力于降低能源消耗和减少废弃物排放。长期生活在有艾芯板的空间，淡淡的艾草清香萦绕，能持续发挥驱蚊赶蚁、抗菌抗病毒的作用，经实验发现艾芯板可对金黄色葡萄球菌、大肠埃希菌抗菌率高达99.9%。

艾芯板 新品上市

- 梦牌艾芯板 添加艾草因子
- 金黄色葡萄球菌 抗菌率99.9%
- 大肠埃希菌 抗菌率99.9%
- 最高可达 0级防霉标准



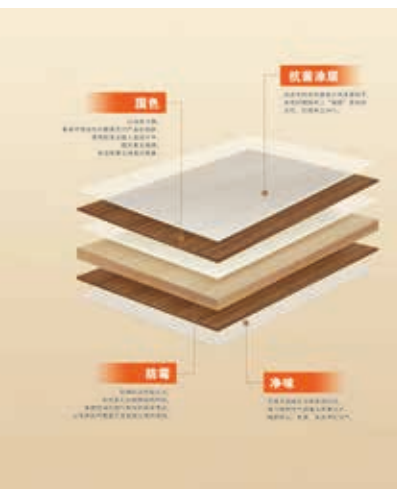
梦牌之「质」 严控标准雕琢品质家居典范



在生产工艺上，梦牌板材采用了德国HARTMANN油墨、瑞士的ARCOLOR油墨。原纸采用与国际品质对标的夏王、华旺的原纸，并使用松德、陕西北人等国内顶级的装饰纸印刷设备企业的精细仿真产品。在产品生产工艺上能够做到精益求精，拥有更好的清晰度。同时还设立“梦牌实验室”。从原材料的筛选到生产工艺的每一个环节，都精益求精，力求做到最好。每一块梦牌板材都经过严格的检测和检验，

确保符合高标准的质量要求。梦牌板材以匠心恪守品质，以创新驱动发展，不断推陈出新，探索超越。用心对待每一位消费者，为客户提供优质的产品和服务。

在创新的道路上，梦牌新材料从未停止脚步。拥有发明专利百余项，强大的技术实力和严格的质量管控体系，同时梦牌板材国色系列采用国家行业标准的企业品控标准，产品实行入场原料检测，出厂品质检测。同时，每年都会参加国家检测机构检验。





梦牌之「誉」
殊荣满载彰显国货卓品雄姿

梦牌板材作为梦牌新材料匠心之作，一直以来都以卓越品质和创新精神在行业内著称。其产品在2024年金匠榜中荣获“环保板材十大品牌”还荣获“2024中国家居强国品牌”“2023-2024十大生态板品牌”“新质生产力企业”等荣誉，这些荣誉是对梦牌不懈努力的最好见证。公司的OSB板，以可进口辐射松为原料，采用无醛胶黏剂，结构稳定抗变形。品牌的国潮气质在国际市场上展现出的强大品牌实力，也彰显了国货梦牌的非凡品质。



梦牌板材一直坚持品质优良、性价比高的产品理念。同时，梦牌积极实施集团提出的“四个转变”战略，即从“公装到家装、城市到县乡、基材到面材、产品到服务”的转变，加速向消费类建材综合制造商和服务商的转型。

传承中华优秀传统文化，融合现代科技，以高品质的家居建材产品满足市场需求。梦牌以品质过硬、价格厚道，人民用得起的好材

料为使命。用匠心，做好板，筑好家，共圆中国梦。梦牌新材料将不断丰富国货“潮品”消费供给，将国货“潮品”送进千家万户，送到百姓身边。北鼎

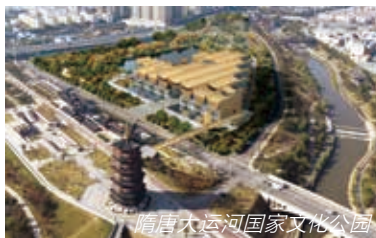




北新防水：

古今筑梦，让建筑焕发文化新生

 北新防水



何以中国，山河见证。当现代建筑防水邂逅国风古韵，会碰撞出怎样的奇妙火花？在一砖一瓦中筑起文化脉搏，在一铺一贴间书写美好蓝图。

作为防水行业领军企业之一，北新防水从修缮保护古建筑，到新建打造时代地标，积极践行责任担当，融入新时代国家发展战略大局，促进文化和科技“双向奔赴”，助力中国文化传播创新，守护中华文脉永续流传。



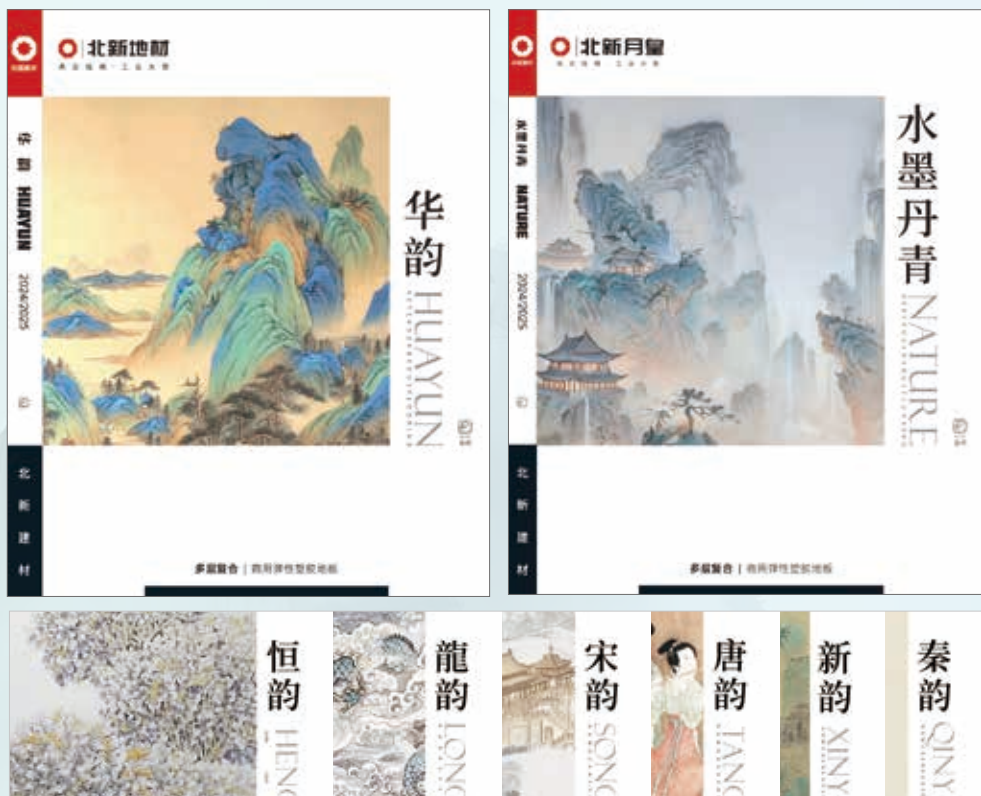
赓续文脉
传统文化焕发新彩

作为防水综合运营服务商，北新防水以科技为翼、艺术为魂，融入属地文化传承和保护，助力打造了文化建筑、特色小镇、主题公园、博览场馆、历史建筑保护更新等文旅项目，致力于打造既安全可靠又富有艺术感染力的防水解决方案。

北新防水相继参建了哈尔滨中华巴洛克历史街区、九寨沟景区、隋唐大运河国家文化公园、安阳殷墟遗址博物馆、隋唐洛阳城应天门遗址工程、开封清明上河园等新建和遗址修缮保护工程，助力城市焕新。参建项目接待游客上亿人次，受到广泛好评，进一步擦亮“北新防水”品牌名片，也使越来越多的人感受景区背后的历史底蕴与文化魅力。



哈尔滨中华巴洛克历史街区



科技文化
深度融合
技术赋能

北新防水高度重视科技创新成果的总结和应用，在防水材料、工程应用、智能系统等多个领域取得重大突破，成功研发出诸如北新超低空建筑防水系统、北新防排蓄一体化系统、北新地下自修复动态防水系统等系列创新性防水系统解决方案。

此外，北新防水积极探索防水新场景、新应用、捕捉消费需求，根据细分市场反馈，将中国传统文化元素具象化到产品中，研发出满足消费者需求和个性化定制的热塑性聚烯烃（TPO）“城墙红”防水卷材以及“王朝”等系列国潮地材。既追求普遍性与实用性，又彰显经典与雅致，致力于让中国传统文化绽放出更多美好光彩。

热塑性聚烯烃(TPO)“城墙红”防水卷材,作为北新防水匠心打造的个性化定制产品,具有出色的耐候性和耐久性,无惧日晒、强风、暴雨等极端自然环境的严酷挑战,历经岁月洗礼,不轻易褪色,更无惧老化侵袭,被广泛应用于公共设施、工业厂房、商业综合体、高端住宅等领域。不仅满足了建筑对防水功能的严格要求,还以独特的色彩魅力和卓越非凡的视觉效果,为城市生活的多彩画卷添上了浓墨重彩的一笔,是传统

文化精髓与现代建筑艺术交相辉映的璀璨结晶。

北新防水在传承传统文化的同时,积极探索创新展现方式,巧妙地将中国历史上的王朝、水墨丹青等元素融入地材色系之中,推出秦韵、新韵、唐韵、宋韵、龙韵、华韵、恒韵、水墨丹青在内的系列产品,把中国文化精神植入到地材的设计里,用中式美学开启地材设计的新篇章,实现了现代科技与古典美学的完美融合。



国家体育场(鸟巢)



激发消费新动力
协同创新

自成立以来，北新防水立足北京，秉承“1+N”多元化品牌策略，融入首都新发展格局，积极投身中轴线修缮保护，相继参与建设了国家体育场（鸟巢）、大兴国际机场等重大工程，为擦亮北京历史文化名城名片贡献自己的一份力量。还积极参加“印记北京中轴线”景区活动，以国潮品牌力量推动传统工艺与现代工业和谐交融，助力北京中轴线绽放新活力，努力为人民群众创造高品质生活空间。

今年以来，北新防水先后精彩亮相中国防水展、EPC博览会、中国-亚欧博览会、西安丝路绿建博览会等国内外展会，受到巡展领导和参展观众的肯定和赞赏；并协同北新龙牌石膏板、北新涂料、北新嘉宝莉等板块公司，相继在安徽、山东、广东、云南、重庆、贵州等省市举办北新特色新产品推介会，赋能客户发展新动向，将北新品牌文化融入生产经营发挥出新质效应。

传灯继往，承古拓今。北新防水坚持融汇古今、见证美好，助推文化领域焕“新”提“质”，为坚定当好集团高质量发展“防水翼”，持续助力集团“一体两翼 全球布局”战略发展贡献积极力量。北新

北新涂料： “北京中轴线色系”演绎东方美

文 | 北新涂料

近十年来，“国潮”悄然兴起，融入中国传统文化元素的国潮单品，常常作为“爆款”在全球时尚舞台刮起“中国风”，演绎独一无二的东方美。这种美，不仅代表着时尚、个性和态度，更蕴含了深厚的民族自豪感和文化认同。家居市场也不例外，消费者诉求由单纯的居住功能转变为情感的寄托，汇聚到文化认同和审美共鸣的潮流中。

北新涂料东方意境美学涂料龙牌漆，在这场国潮盛宴中，以独特的“北京中轴线”色系，绘制了一幅绚丽多彩的文化画卷，让传统与现代交融，为品牌注入了新的活力。





国潮新韵
文化自信的传承

2024年6月24日，北新涂料“绘家国底色”东方意境美学涂料发布会在郑州举办，现场发布了全新的品牌形象和品牌价值主张“绘家国底色”，以及龙牌漆家装系统“雅境”“悦境”“瑞境”“灵境”系列产品。全新品牌形象源自东方美学，与现代生活融合打造东方意境美学涂料。

7月27日，北京中轴线以其独特的历史和文化价值，成功列入《世界遗产名录》，为北京乃至中国的文化传承增添了浓墨重彩的一笔。与此同时，北新涂料紧跟步伐，推出龙牌漆“北京





城墙红

「北京中轴线」色系

琉璃黄

「北京中轴线」色系

天坛蓝

「北京中轴线」色系

太子绿

「北京中轴线」色系

雨燕褐

「北京中轴线」色系

白玉白

「北京中轴线」色系

中轴线色系”，通过色彩的力量，让更多人感受北京中轴线这一世界文化遗产的独特魅力。

北京中轴线，宛如一部凝固的史书，7.8公里的脉络串联起岁月的风华。15个遗产构成要素，钟鼓楼、万宁桥、景山、故宫、天安门等，不仅是北京的地标，更是中华文化的象征。当龙牌漆的技术研发团队踏上这条承载着历史荣光的轴线时，一场跨越时空的色彩对话就此展开。他们在钟鼓楼的古韵中寻找城楼红与城墙灰的灵感，在故宫的琉璃黄瓦上触摸历史的温度，于正阳门的太子绿间聆听岁月的低语。

为了确保每一种色彩都能精准地还原中轴线的神韵，北新涂料技术团队查阅大量的古籍资料，向资深的古建筑专家求教，反复进行现场调色比对。在一次次的尝试与修正中，龙牌漆不仅成功地在视觉上还原了北京中轴线的历史风貌，更在精神层面深度传承了其文化精髓，让每一种色彩都成为历史与现代之间的情感纽带。



城墙灰

「北京中轴线」色系

五色土黑土

「北京中轴线」色系

五色土红土

「北京中轴线」色系

五色土青土

「北京中轴线」色系

五色土黄土

「北京中轴线」色系

五色土白土

「北京中轴线」色系



国潮新品
传递色彩的力量

龙牌漆“北京中轴线色系”以12种颜色为“音符”，奏响国潮新韵。

城楼红，一种庄重威严的色彩，是历史的忠诚守护者，见证了无数宫廷盛典的辉煌荣耀。热烈奔放的红色，恰似燃烧不息的火焰，熊熊燃烧的热情中诉说着古老中国的蓬勃活力与无上尊贵，即使在现代建筑的映衬下，依然散发着摄人心魄的魅力，成为城市天际线中一道令人瞩目的亮丽风景。

琉璃黄，尊贵辉煌的象征，承载着皇权至高无上的威严。曾经，它只闪耀于皇家宫殿、陵寝的金碧辉煌之上，是权力与地位的专属标识。如今，在龙牌漆的匠心演绎下，它宛如一颗璀璨的明珠，走出了宫廷的高墙深院，走进了寻常百姓的生活，为现代生活增添了一抹奢华与庄重的韵味。

太子绿，清新典雅，仿若春日里破土而出、蓬勃生长的新芽，满溢着无尽的生机与希望。它源自古代王府、寺观建筑中那一抹独特的绿色琉璃瓦，在五行学说中与木和春天紧密相连，象征着

生长与繁荣。当这一抹充满生命力的绿色融入现代建筑与设计之中，仿佛一阵清风拂过心田，让人们在忙碌的生活中感受到大自然的气息和生命的律动。

城墙灰，沉稳内敛，恰似广袤大地般厚重坚实。它不仅完美体现了古代建筑与自然环境和谐共生的智慧，更在现代设计的舞台上独树一帜，引领着简约与质朴的时尚潮流。在繁华喧嚣的都市中，城墙灰宛如一片宁静的港湾，让人在忙碌的生活中寻得一份难得的宁静与安心，感受岁月沉淀后的那份从容与淡定。

天坛蓝，如同深邃无垠的天空般神秘而庄严，承载着古人对天地神明的敬畏之心。

雨燕褐，它的灵感源自与北京这座

古老城市相伴相依的雨燕，那灵动的身影在天空中划过，留下一抹独特的色彩记忆。寓意着人与自然和谐共生、相互依存的美好。

白玉白，似冬日初雪般纯净无瑕，散发着高洁典雅的气质。

五色土，青、红、黄、白、黑五种颜色交织融合，如一幅描绘大地山川的壮丽画卷，凝聚着中国辽阔疆域和丰富资源的深厚内涵。

“北京中轴线色系”每一种颜色都是中华民族的璀璨瑰宝，它们共同编织起龙牌漆丰富多彩、魅力无限的国潮世界，宛如一座绚丽多彩的文化桥梁，连接着过去与现在，引领着未来的发展方向。





链接市场的桥梁
国潮活动

龙牌漆不仅在色彩上传承文化，更在品牌活动中展现国潮魅力。在“印记北京中轴线——大众篆刻作品展”上，龙牌漆的色彩绽放出独特的光彩，古老的篆刻艺术仿佛穿越时空，焕发出新的生机与活力，吸引着众多观众驻足欣赏，感受传统文化与现代工艺碰撞出的奇妙火花。而在“壮美中轴”世界文化遗产北京中轴线展中，龙牌漆涂装的中轴线模型，以精准的色彩呈现，让观众仿佛穿越时空，亲身感受中轴线的壮美。

龙牌漆“中轴线色系”的国潮之路，是传承与创新的交织，是历史与现代的对话。以色彩为笔，以文化为墨，绘家国底色。东方新“国潮”，向美而生，中国自主品牌也将以更为自信、开放的姿态迎接全球市场的挑战。 

北新嘉宝莉： 把非遗大漆工艺推向工业前沿

文 | 北新嘉宝莉

中国是漆器的发源地，大漆工艺博大精深，贯穿了中华文明千年，记录着历史变迁和不同朝代的俗世烟火，具有独特的魅力和深邃的历史底蕴。在漆的保护下，漆器能够历经千年而不朽，成为当中华文化不可或缺的一部分，吸引世人的目光。

作为“永不褪色的东方之美”，北新嘉宝莉家具漆持续深耕研发大漆艺术效果的不朽传奇，致力于将传统工艺的美与现代家居设计相融合，展现大漆艺术性与实用性的完美结合，传承东方文化的质感和温度。“洒金”“古铜大漆”“蛋壳漆”“犀皮漆”这些不仅仅是工艺的名称，嘉宝莉家具漆以现代科技的力量，逐渐将这些传统工艺与北新嘉宝莉家具漆的产品与技艺完美融合，简化了工序的同时，尽可能地还原大漆艺术效果，让非遗文化在现代家具设计中焕发出新的生命力，让合作家具厂都成为传承与创新的见证。





时光里的
奢华印象
洒金工艺：

洒金工艺以其金色的点缀而闻名。它如同阳光洒落湖面，波光粼粼，给人以温暖和尊贵的感觉。历史上，古代帝王对这种奢华的金色装饰情有独钟，让它成为权力的象征，也代表着对美的追求。明清时期，洒金工艺尤为盛行。当时的皇家御用器皿常常采用这种工艺，以彰显皇权的尊贵。这种工艺的美在于金粉与漆面结合时产生的微妙变化，金粉在漆面上的分布，或密集或稀疏，或规则或随意，都能产生不同的视觉效果。

北新嘉宝莉用贝母漆搭配造型剂来还原洒金工艺的金色纹理与视觉冲击力。在不同的光线和角度下，家具表面的金色会发生变化，呈现出动态的美感，并且质感细腻，光泽均匀，让家具富有生命力和灵动感。

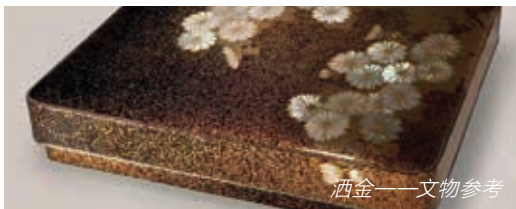
工艺对比：

洒金工艺大漆大致流程：基材处理→底漆→调色→涂胶→洒金→定金→封金→生漆

北新嘉宝莉仿洒金工艺：黑色底板→贝母漆（YPT1600）→效果→底漆→面漆



洒金——家具效果



洒金——文物参考



古铜大漆工艺：
岁月沉淀的古典之美

古铜大漆以其仿古的色泽和质感，让人联想到岁月的沉淀和历史的厚重。这种工艺的美在于它能够模拟出古铜的色泽和纹理，仿佛每一件家具都承载着一段故事，诉说着历史的沧桑。它不仅是一种技艺，更是中国非物质文化遗产的重要组成部分。古铜大漆的诞生是对古代铜器艺术和美学的一种致敬，在文人雅士眼中，这种古铜色的“岁月美”才是美的最高境界。

北新嘉宝莉金属漆，质感细腻，光泽均匀稳定，耐黄变优，施工简便，金属感强，能模仿出古铜的色泽和纹理，还能在不同的光线和角度下呈现出丰富的光影变化，使家具如同艺术品般具备审美价值。

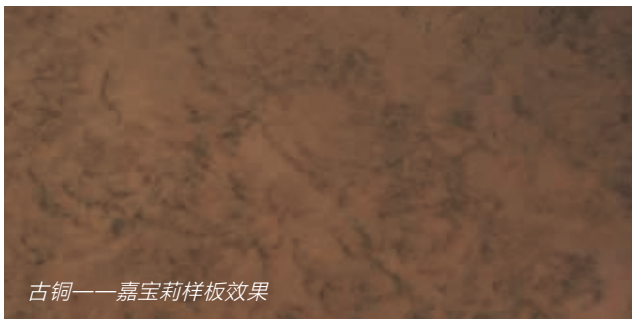
工艺对比：

古铜大漆大致流程：基材处理→底漆→涂
抹大漆→彩绘→打磨抛光→上蜡保养

北新嘉宝莉仿古铜工艺：白底板→实色底
漆→金属漆造型(YPT1400)→底漆→面漆



古铜——家具效果



古铜——嘉宝莉样板效果



古铜——蚰龙耳簋式炉(文物参考)



蛋壳镶嵌工艺：
破镜重圆的东方哲学

中国传统审美思想的奥妙之处就在于能用高超的技艺去挑战最平凡的材质。比如，蛋壳漆工艺，以其独特的质感和光泽，被誉为“细腻如玉”的东方韵味——“蛋壳漆”，是对宋代瓷器美学的致敬。在宋代皇室眼里，这种“破镜重圆”般的“残缺美”才是美的最高境界。

这种工艺将蛋壳碎片巧妙地嵌入漆层之中，是对自然材料的巧妙运用和对细节的极致追求。蛋壳漆工艺的每一步制作都要求极高的精确度和耐心，以确保蛋壳碎片能够均匀分布，与漆面完美融合。

北新嘉宝莉家具漆水性裂纹漆工艺，将传统蛋壳镶嵌与产品工艺相结合，让家具表面不仅能够展现出蛋壳漆的细腻质感，简化了传统工序，保留蛋壳漆的造型质感和光泽，既能呈现素雅的瓷裂纹质感，又能让家具呈现丰富的层次变化。

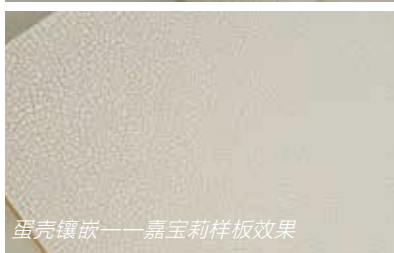
工艺对比：

蛋壳漆大漆的大致流程：基材处理→底漆→调色→涂胶→嵌蛋壳→打磨→上漆→抛光

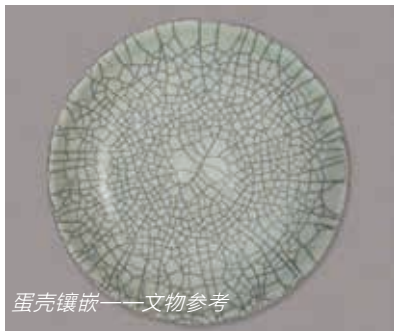
北新嘉宝莉仿蛋壳漆工艺：白底板→实色底(YWD7110)→水性裂纹漆(YWM9111)→面漆



蛋壳镶嵌——花瓶效果



蛋壳镶嵌——嘉宝莉样板效果



蛋壳镶嵌——文物参考



犀皮漆——效果参考



犀皮漆——嘉宝莉样板效果



犀皮漆——家具效果



犀皮漆：
流动色彩之美

犀皮漆以其流动的色彩艺术而闻名，颜色斑驳夹杂，花纹不雕、器物表面光滑，肌理丰富。细看纹理层叠，天然流动，如同大自然的调色板，或如行云流水，或似松树上的鳞皱斑驳，漫无规律却别具妙趣。古代帝王对这种色彩丰富的漆艺同样青睐有加，它不仅体现了漆器的华美，也反映了当时社会的审美趣味。

然而，犀皮漆制作过程却很“熬人”，复杂而精细，每一步都需要匠人的精心操作和对美的深刻理解，以确保犀皮漆的纹理能够均匀分布，与漆面完美融合。

北新嘉宝莉家具漆巧妙融合贝母漆工艺与金属漆效果，分裂出奇妙的类犀皮漆般的自然纹理，不仅简化了传统工序，更保留了犀皮漆的独特纹理和色泽，尽管样板效果是平的，利用光影效果让纹理层次感和立体感非常明显，是流动的，深浅不一的，鲜活立体，像松鳞纹或犀皮纹。让家不仅仅是居住的空间，更是艺术与文化的传承之地。通过工艺改造后，北新嘉宝莉家具漆让非遗文化成为连接过去与未来的桥梁，让东方之美在每一个角落绽放，永不褪色。

工艺对比：

犀皮漆工艺大致流程：制胎骨→上漆→裱布→调漆打捻→髹涂色漆→打磨抛光→细节处理（要耗时一年以上）

北新嘉宝莉仿犀皮漆工艺：白底板→实色底漆→贝母（YPT1600）→效果→底漆→面漆



北新嘉宝莉：
非遗大漆艺术的
现代传承者

匠从八方来，器成天下走，传承在技更在人。在传统文化的长河中，非遗大漆艺术不仅承载着中华民族的智慧与精神，更是我们共同的文化瑰宝。

站在先辈的肩膀上，北新嘉宝莉肩负着将这一古老传统工艺与现代艺术完美融合的责任，我们倡导以非遗工业化落地，不仅是对传统技艺的传承和发展，也是将传统文化与现代社会需求相结合的积极探索。

每一次的创新、简化与传承，都是北新嘉宝莉对中华文化最深情的致敬，我用简约的漆艺语言重

新诠释“传统与现代”、“工艺与艺术”的交融，使古老的纯大漆艺术展现出更加丰富的表现力和巨大的艺术潜力。

我们坚信，古老的艺术需要与传统文化互动，与工业化产品联姻，与工艺创意嫁接，与落地效果相融，才能让更多非遗文化变成可触摸、能感知，也能让国潮家具企业更便捷地汲取中华五千年文明的养分，使古老的大漆艺术被更多人看到、了解到、触碰到，通过非遗文化的工业化落地效果的让更多人知道“Japan（漆器） from China”！



对话国潮经销商

携手同心，一路同行





表彰大会颁奖 右一为张豫

中和润建材张豫： 北新建材就像我的家人一样

文 | 战略营销部

在北新建材45周年8·28文化节暨创新表彰大会上，张豫所创办的公司“北京中和润建筑材料有限公司”被授予国货“潮品”销售优秀示范企业”。捧着这份沉甸甸的荣誉，他心中充满感动与对未来的希冀。

张豫与北新建材的故事，是一段关于成长、合作与共赢的故事。他们之间的每一次携手，是对品质和卓越的共同追求，也是对彼此信任和支持的最好见证。



真诚是做人之本，也是做生意的基础。只有真诚地对待每一位客户和合作伙伴，才能赢得他们的信任和支持。

初识：年轻的心怀揣着干事创业的梦想

张豫的脸上，总是带着一股坚韧。用他自己的话说，这或许源自他十几岁就开始当兵的经历。军旅生涯是他人生中宝贵的财富，锻造了他钢强的意志，磨练了他坚定的毅力，也为他的创业之路奠定了坚实基础。

2005年，已经退役的他毅然辞去稳定的工作，在北京天通苑开了一家建材店铺，开始了自己的创业之路。谈及创业初期的艰辛，张豫感慨到：“那时候真是一张白纸，什么都不懂，只能摸着石头过河。”在公司起步阶段，由于产品单一、

价格缺乏优势，销售模式局限等，张豫面临着人生中前所未有的挑战。为了开拓市场，他亲自上阵，走访各家装饰公司和工厂。从公司周边的办公楼开始，他几乎“扫”遍了北京的每一个角落，用汗水和坚持换来了市场的初步认可。

随着公司的发展，张豫逐渐意识到单一的产品结构已经无法满足市场需求。2013年，他迎来了人生的重要转折点——从之前的三级分销商正式成为龙牌一级代理商，开始了与北新建材的深层次合作。

相识：创业路上最坚实的后盾

张豫坦言：“选择平台很重要。北新建材及龙牌公司，始终是我创业路上最坚实的后盾。”

从代理龙牌石膏板开始，到后来代理矿棉板、涂料、鲁班万能板、粉料砂浆、防水材料等，张豫逐渐成为北新建材的全系列产品经销商。

从产品供应到市场推广，从技术培训到售后服务，甚至在企业战略发展方向上，北新建材都给予了他全方位的帮助和支持。他不断建立和完善公司各项制度和规范，他的公司也从创业初期的几个人，发展到现在的100多名员工。

近两年，张豫与北新建材的合作更加紧密，集中力量大力推广销售龙牌和

泰山牌的国货“潮品”。

在张豫看来，真诚、坚持与梦想是他非常重要的三大人生经验法宝。他坦言：“真诚是做人之本，也是做生意的基础。只有真诚地对待每一位客户和合作伙伴，才能赢得他们的信任和支持。”同时，他也强调坚持的重要性，“创业路上没有一帆风顺的，只有坚持不懈地努力才能看到成功的曙光”。而梦想则是他不断前行的动力源泉，他说：“人一定要有梦想。我一直有一种使命感，总觉得自己能做一番大事”。

正是拥有真诚、坚持与梦想，让张豫从北新建材众多经销商中脱颖而出，发展越来越好。



相知：北新，就像我的家人一样

在谈到与北新建材的合作时，张豫的言语中充满了感激之情：“北新建材不仅是我们的产品供应商，更是合作伙伴、战友和家人。在遇到困难的时候，总是第一时间伸出援手，帮助我们渡过难关。”

随着市场环境的演变和客户需求的日益多元，张豫在北新建材的大力支持下，开始着手建立和完善企业的各项制度及文化体系。

他尤其认同北新的企业文化和发展理念。从最初的“善用资源 服务建设”到现在的“绿色科技 品质生活”等，张豫都烂熟于心。他积极参与北新建材的

交流与培训活动，读过几乎所有与北新建材相关的书籍，写下足足几十万字的心得，并将其运用在自身企业管理和文化建设中，创立出一套自己公司的文化体系。为了更好地传承与实践企业文化，他还在2019年成立了企业读书会，一直坚持到今天。

不仅是从公司的建设，他还从方方面面融入到北新大家庭中。他爱好书法，每年的北新8·28文化节他都会参加书法比赛并担任评委；他热爱体育活动，在北新结识了许多球友，并不定期相约比赛；他喜欢唱歌，连续两年登上



创业路上没有一帆风顺的，只有坚持不懈地努力才能看到成功的曙光。



北新8·28文化节“人和”音乐会。今年，他怀着感恩的心倾情献唱了一曲《国家》。从音乐创作准备到思考主题再到演唱，他提前练习了好些天，他说：“北新建材45岁生日了，我得为她唱首歌，送上我最真诚的祝福。”

展望公司的未来，张豫首先思考的是如何实现企业的稳健增长。他意识到，建材行业正站在新旧交替的十字路口，必须要做好充分的准备，抓住转瞬

即逝的市场机遇。“我们将紧跟北新建材的步伐，继续深化材料领域的耕耘，打造全品类配送一体化、数字化的管理模式，更高效地服务客户。”张豫说。同时，张豫也在积极探索北新建材“四个转变”策略下的新业务和市场机遇，希望能在北新建材的引领下，开辟更宽广的发展天地。

站在新的发展起点上，张豫带着与北新建材的深厚合作，自信从容向前。



2024年北新8·28文化节上，瑞丰被授予国货“潮品”销售优秀示范企业。

瑞丰周赛珍：

敢为天下先， 北新嘉宝莉的“温州模式”传奇人物

文 | 战略营销部

在北新建材高质量发展道路上，有许多与我们真诚相伴、携手奋斗的经销商伙伴们，他们是我们北新大家庭可亲可敬的一份子。自古巾帼不让须眉，今天就让我们走近温州“北新嘉人”周赛珍，倾听她的“温州模式”传奇奋斗故事。

嘉宝莉“温州模式”的艺术情节

温州是改革开放的前沿阵地，以“敢为天下先”的温州精神闻名国内外。温州人周赛珍的故事，要从她的父亲、瑞丰创始人周岩龙说起。

20世纪八十年代初，改革开放，春潮滚滚。“温州模式”把千千万万的当地农民卷入到创业的洪流中。周岩龙也走出农村，在市区开了一家油漆店，这便是瑞丰发展的起点。油漆店一开张就生意红火，发展越来越好，周岩龙也越来越

忙碌，成为温州传统民营企业大军中的一员悍将。

身为家中长女的周赛珍把父母的辛苦看在眼里，不到二十岁便开始主动帮忙打理生意，分担家庭重担。

或许温州人血脉里就流淌着创业和冒险的基因。20世纪90年代初，二十岁出头的周赛珍目光已经不仅仅聚焦在当地，而是投向千里外的广东。她携巨额现金南下，辗转千余公里找到位于广东的嘉宝莉总部。几经周折，她终于拿下“嘉宝莉”品牌在浙南地区的总经销权。靠着父辈的诚信与务实和年轻人的创新与胆识，瑞丰和嘉宝莉的传奇佳话自此开启。

从品牌代理到升级转型，她一干就是三十多年。问她当年为什么选择代理嘉宝莉？她笑着说，除了看中嘉宝莉优质的产品外，当年看到嘉宝莉创始人仇启明名片上印着“佛山作家协会理事”的头衔，更是让她觉得“缘分使然”。因为她从小就喜爱文学。作为曾经的“文艺青年”，她崇尚知识与文化。这份信



念促使她与嘉宝莉结缘，并驱使她持续学习。

在工作之余，她加入企业家读书会。在书中她与著名的企业家对话，汲取人生哲学，尤其是稻盛和夫“善念、利他、热爱”的经营之道深深影响了她和她的企业。

父亲周岩龙踏实厚道的为人经商之道也深深影响了她。在父亲眼里，她聪明、好学、上进，性格特别坚韧，不服输。一旦有了目标，不管多么困难，她都会咬牙坚持到底。

携手嘉宝莉31载 相伴共成长

2024年，嘉宝莉成为北新嘉宝莉之际，瑞丰也与嘉宝莉携手走过了31年。

在嘉宝莉的加持下，瑞丰在温州发展得枝繁叶茂，实现了从街角油漆小店到现代企业的华丽蜕变。如今，它已构建起覆盖近千家渠道的销售网络，并迅速搭建起完善的配送交付和施工交付



平台，成功创立并推出“速配兔”与“工牛精服”两大服务品牌。

在温州涂料市场，瑞丰不仅超越了外资品牌，占据市场份额首位，更成为了华东地区建筑涂料行业区域龙头企业。值得一提的是，在2024年北新8·28文化节上，瑞丰被授予国货“潮品”销售

优秀示范企业，彰显了其卓越的市场表现与品牌影响力。

周赛珍开玩笑地说，她与嘉宝莉总是“心有灵犀”。双方发展方向一致、步调一致，经营理念相通。只要嘉宝莉有新产品、新业务推出，她总是想尽办法在温州市场进行推广，并始终坚定跟随嘉宝莉的步伐，大胆探索协同创新拓展涂装新模式，走出了一条合作发展的新道路。

2019年，嘉宝莉全国第一家美居馆落户瑞丰大楼。她坚定与嘉宝莉同行，实现了从经销商向服务商、从传统涂料小店到涂料美学共享店的转型，不断创新

服务模式。可以说，是嘉宝莉成就了瑞丰，同时瑞丰也让嘉宝莉品牌在温州市场深入人心。

周赛珍说，嘉宝莉是一个特别有“温情”的品牌，厂商通过共享共赢建立起深厚的情感。每个代理商，也都是可亲可敬的“嘉人们”。而厂商之间也是利益共同体，资源共享。她还说，嘉宝莉是一家非常讲诚信、守规矩的企业，对待合作伙伴真诚友好。她自己也是这样的人，所以才能一起合作走到今天。

瑞丰追随嘉宝莉深耕涂料市场的31年，是理念相通、善念利他的31年，更是互惠互信、合作共赢的31年。



与北新嘉宝莉同行 共创未来更大舞台

谈到未来，能深刻感受到周赛珍的宏远志向与居安思危。

她说要将瑞丰做成一家精而美的百年企业。当嘉宝莉成为“北新嘉宝莉”后，更加坚定了她的信念。但面对当前市场困境和新的消费需求，北新嘉宝莉及瑞丰的产品、技术、服务以及创新速度，是否跟得上市场的变化，能否再次引领市场，以及如何破局、改革创造新的商业合作模式，这也是她近年来时刻在思考的难题。为此，这几年，她还经常亲自下市场与各类客户深入交流，探讨市场变化与如何变革创新。

随着嘉宝莉披上国家队战袍成为“北新嘉宝莉”，她明显感受到了嘉宝莉所焕发出来的新力量与新变化。2024年，加速融合的嘉宝莉发布了全新的品牌形象，各个业务部门不断冲刺和发力，给涂料行业带来了深刻的影响。

2024年，北新8·28文化节期间，她第一次来到位于北京的北新建材总部。通过参观和交流，北新建材“一体

两翼 全球布局”的发展战略，“绿色科技 品质生活”的企业使命，“创建世界一流示范企业”的美好愿景让她心潮澎湃。北新建材全产品体系以及目前加速向消费类建材制造服务商转型，推动“公装到家装、城市到县乡、基材到面材、产品到服务”四个转变的策略也让她激动不已，有了更多的思索。



这次北京之行，让她坚信，依托北新建材这个更高阶的平台，瑞丰的未来发展将充满无限动力与信心。回来后，她便立马开始践行北新建材“四个转变”的经营策略，布局瑞丰新的全产品业务模式。

从一家油漆店到地区龙头企业，敢为人先的瑞丰与嘉宝莉携手，走过了快速发展的30年。如今，与北新嘉宝莉一起，站在北新建材更大的平台上，用绿



色科技服务人民的品质生活，周赛珍更是踌躇满志、信心满怀。下个30年，瑞丰与北新嘉宝莉携手同行，必将成为另一个传奇。



随着嘉宝莉披上国家队战袍成为“北新嘉宝莉”，周赛珍明显感受到了嘉宝莉所焕发出来的新力量与新变化。2024年，加速融合的嘉宝莉发布了全新的品牌形象，各个业务部门不断冲刺和发力，给涂料行业带来了深刻的影响。

国风潮品

从工厂飞入寻常百姓家





北新文创品牌故事：

北新雨燕工坊，从工厂飞入寻常百姓家

在古老的北京城，有一群神秘的空中使者——北京雨燕，它们以非凡的勇气和坚韧不拔的精神，穿越风雨，翱翔于天际，见证了这座城市的岁月变迁与历史沧桑。正是这份对自由与梦想的执着追求，激发了北新建材对文创品牌的深刻思考与创新灵感，于是，北新雨燕应运而生。

北新雨燕，不仅仅是一个文创品牌的名称，它承载着北新建材对美好生活的向往与承诺。雨燕，以其独特的迁徙习性，象征着不畏艰难、勇往直前的精神，这与北新建材在建材行业中不断探索、不断创新的企业精神不谋而合。而“飞入寻常百姓家”的美好寓意，则表达了北新建材致力于将高品质、富有文化底蕴的产品带入千家万户，让每一个家庭都能感受到传统文化的魅力与现代设计的便捷。

北新文创品牌故事始于对北京雨燕的深情凝视。它们在北京古建筑、城市间

穿梭，不仅是自然的使者，更是文化的传承者。燕子在屋檐下筑巢建造，为了给家人一个温暖的家。这种勤劳和智慧，正是北新建材所倡导的积极向上的生活态度。北新建材从雨燕身上汲取灵感，从工厂制造到把产品送进千家万户，将这份对自然的敬畏与对文化的热爱融入文创产品的设计之中，旨在通过每一件产品，讲述一个关于制造、关于梦想、关于家的故事。

北新雨燕文创品牌，以雨燕为形，以文化为魂，将传统与现代巧妙融合，打造出既具有深厚文化底蕴又不失时尚气息的系列文创产品。从家居装饰到办公用品，从生活小物到艺术收藏，每一件作品都蕴含着北新建材对美好生活的独特理解和不懈追求。

在未来的日子里，北新雨燕将如北京雨燕般，穿越时空的界限，将这份对家的热爱与对文化的传承，播撒到世界的每一个角落，让更多的人感受到北新建材所带来的温暖与美好。 



鼠标垫



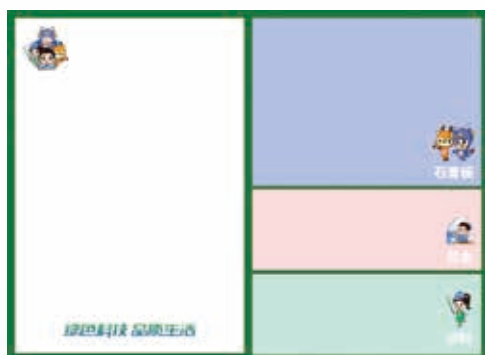
水杯



帆布包



笔记本



便签贴



文化衫



石膏印章



小龙人玩偶



福鹿玩偶



大禹玩偶



彩韵中轴书签



卡通贴纸



抱枕



卡通签字笔



PVC卡套



小龙人钥匙扣



创意小风扇



手提袋



广告帽



文化扇

北新®石膏板 古韵新意续传奇

十二项全效指标

- 吸水率(10%)
- 具备防潮性能
- 遇火稳定性(60min)
- 净醛效率(90%)
- 净醛持久性(80%)
- 放射性(未检出)
- 纵向断裂荷载(420N)
- 横向断裂荷载(170N)
- 剪切力(295N)
- 握钉力(130N)
- 抗冲击(无裂纹)
- 平整度(极差 $\leq 0.2\text{mm}$)

蝶恋花

衣带渐宽终不悔
为伊消得人憔悴



龙的传人用龙牌
我们只是中国故事的传唱者

龙的传人用龙牌

北新®石膏板 风雅民俗再传承

冬至
九

十二项全效指标

- 吸水率(10%)
- 具备防潮性能
- 遇火稳定性(60min)
- 净醛效率(90%)
- 净醛持久性(80%)
- 放射性(未检出)
- 纵向断裂荷载(420N)
- 横向断裂荷载(170N)
- 剪切力(295N)
- 握钉力(130N)
- 抗冲击(无裂纹)
- 平整度(极差 $\leq 0.2\text{mm}$)

邯郸驿里逢冬至
抱膝灯前影伴身

冬至数九日



泰山

“国潮”系列



印象泰山系列



敦煌系列



中國建材

泰山石膏



十二生肖系列

全国统一
服务热线：

4000538899



梦牌新材料



要品质 用梦牌
用梦牌 赢未来

500
世界500强成员企业

金板榜
板材品牌优选计划
板材十大品牌

品牌强国
自主品牌优选示范工程

TOP 500
房地产TOP500首选品牌

金匠榜
JIN JIANG BANG
行业影响力板材十大品牌

梦牌® 板材

行业影响力板材十大品牌
板材十大品牌

央企品质 好用不贵

服务热线：**400 800 3599**

公司网站：**www.dreambrand.com.cn**



北新防水

央企信用 · 工业大奖

北新防水有限公司（简称北新防水）隶属于中国最大的绿色建筑新材料产业平台、全球最大的石膏板龙骨产业集团北新建材，于 2021 年 6 月在北京市昌平区成功注册，注册资金 20 亿元人民币，作为北新建材防水产业整合管理投资平台开展防水业务。

2020 年，北新建材开启新征程，实施“一体两翼、全球布局”发展战略，正式进入防水行业，成为中国防水材料行业唯一一家央企企业。2021 年，北新防水拥有十余个防水材料生产基地，防水产品涵盖自粘类防水卷材、高聚物改性沥青类防水卷材、高分子类防水卷材、防水涂料、防水辅材（配套产品、地坪材料等）等五大类百余项，提供一站式系统解决方案，广泛应用于基础设施建筑、交通工程、住宅商业地产、工业建筑、城市更新及新型城市化建设等众多领域，形成了覆盖全国的防水生产基地及营销服务网络。

北新防水拥有防水行业唯一的国家级研究院——苏州防水研究院，致力于稳定优化现有产品质量，积极开发绿色环保、持久可靠产品，为行业提供高品质的技术服务；联合防水行业上市企业组建供应链合资公司，发挥协同优势，占据供应链制高点和原材料制高点，为客户提供更高质量性能的产品与服务。

材料创造美好世界

世界500强中国建材成员企业荣誉出品



北新防水

央企信用 · 工业大奖

建筑防水行业内

全防水产品链

WATERPROOF

5大类产品、150个产品系列

TRUSTWORTHY SOE CHINA GRAND AWARD FOR INDUSTRY

”

- 高聚物改性沥青类防水卷材
- 自粘类防水卷材
- 高分子类防水卷材
- 防水涂料
- 配套产品
- 防水辅材
- 地坪材料



best
waterproof

材料创造美好世界



北新涂料
央企·信用·工业大奖



龙牌[®]漆

龙牌漆没味道 让您生活有味道



扫一扫关注北新涂料

北新建材股票代码：000786



中国工业大奖



全国质量奖

500

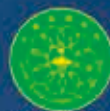
世界500强成员企业



亚洲品牌500强



欧盟CE认证



中国环境标志产品



法国A+认证



 | 北新涂料
央企信用 · 工业大奖



中国建材

北新嘉宝莉

2024 New Beginning 新起点

嘉宝莉的业务范围涵盖木器涂料、内外墙建筑涂料、工业涂料、地坪材料、外墙保温、艺术涂料、防水涂料、石艺漆、装修辅料、油墨和涂装服务等领域，并成为众多房地产企业、装饰公司、家具企业和家电企业等的长期合作伙伴。

2023年12月29日，北新建材与嘉宝莉联合重组，自此，嘉宝莉成为北新建材的一部分，迎来了一个新的里程碑。

装饰和保护
我们热爱的世界

Decorate and protect
the world we love

我们的业务范围



家庭装修

嘉宝莉在家庭装修领域所提供的产品包括：内墙墙面漆、艺术涂料、装修木器漆、防水以及相关辅料辅材，同时提供“全屋涂装，一站解决”服务，针对零售、家装公司、工程等渠道提供不同系列产品和服务。在全国各地有超过10000家终端店面，向客户提供产品和服务。



家具漆

嘉宝莉在家具漆领域所提供的产品包括高环保水性产品、高性能PU产品、高效率UV产品、高固含PE产品、高效果NC产品等，广泛应用于实木套房、木门、厨卫、定制与酒店、儿童家具及玩具等木质家具和木制品领域。



工程漆

从平涂到仿石再到多彩体系，嘉宝莉工程漆切合市场需求，研发出了全方位多体系的产品线，满足客户不同的涂装需求。深耕地产板块，目前嘉宝莉已与360多家房地产公司合作，与众多百强地产公司保持战略合作关系。



地坪漆

两大核心技术（水性聚氨酯、水性环氧），三大系列产品（地坪材料、聚脲材料、防水防腐），四大应用领域：智能停车场、城市绿道、工程防水防腐、耐磨硬化工程。



工业漆

嘉宝莉在工业漆有两大代表产品体系：一是工程防腐，应用于钢结构、油罐储罐、桥梁坝体、电厂设备、管道平台以及饮用水设施等；二是机械装备，应用于工程机械、机床设备、输变电器以及汽车叉车等。



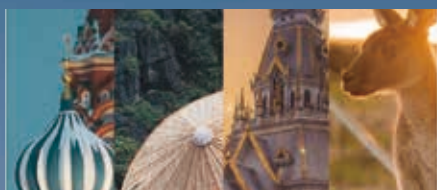
建筑节能

“尚微”是嘉宝莉旗下的建筑节能品牌，提供安全可靠的建筑外墙保温与装饰整体解决方案，并通过整合致力于成为客户的最佳合作伙伴。核心产品包括：建筑外墙保温体系、新型主动与被动复合建筑外保温体系、浮筑楼板保温隔声系统、屋顶防水保温一体化系统等。



油墨

嘉宝莉油墨致力成为市场的引领者、新标准的先行者和环保油墨的推广者。拥有六大系列产品：玻璃油墨、塑胶油墨、UV油墨、尼龙油墨、金属及涂层油墨。



国际

嘉宝莉产品出口到欧洲、拉丁美洲、澳洲、非洲、南亚和东南亚等30多个国家和地区，在目标市场拥有长期的合作伙伴。



中国建材

北新建材



全国质量奖

绿色科技 质量和信誉

龙牌



梦牌

服务热线：400-898-5566

公司网站：www.bnbm.com.cn

总部地址：北京未来科学城北新中心A座



亚洲质量卓越奖



品质生活

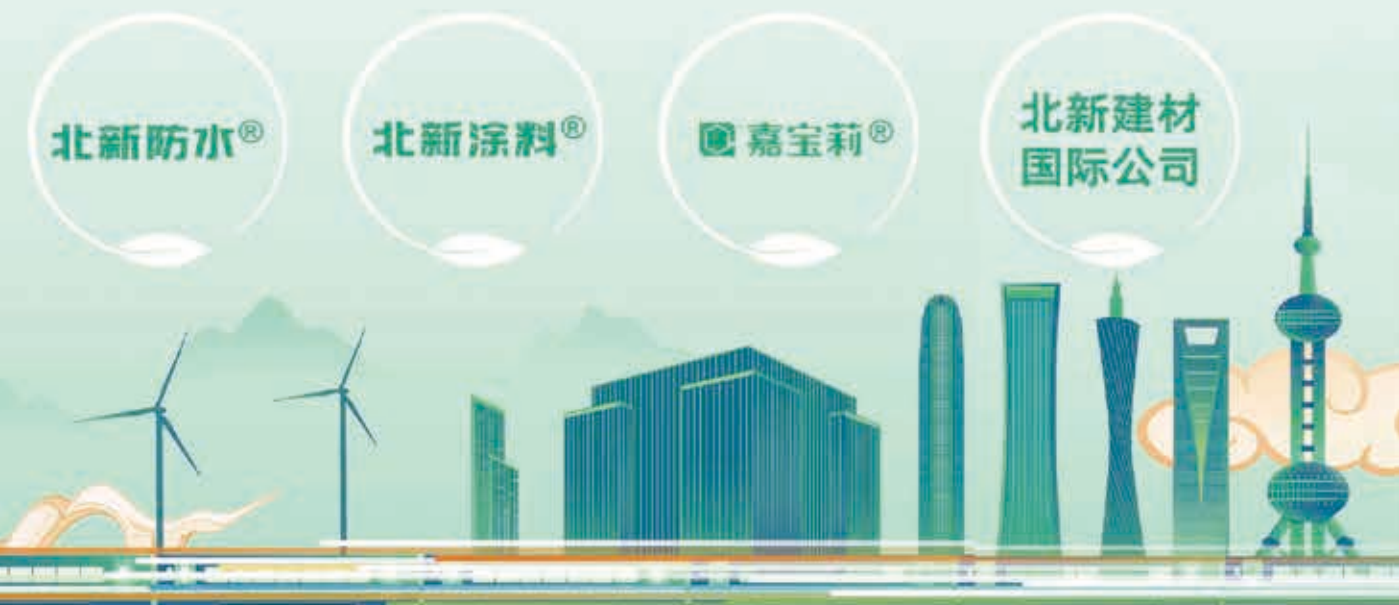
我们永远的追求

北新防水®

北新涂料®

嘉宝莉®

北新建材
国际公司



扫一扫关注北新建材



北新建材