

湖北省陶瓷工业协会秘书处 电子邮件地址: hubeitaoci@163.com
网站地址: <http://www.hbbm.com.cn> 电话号码 027-87824880

建筑卫生陶瓷需优化产品标准 引领行业节能减排

我国建筑卫生陶瓷行业经过近 30 年的发展,取得了令世人瞩目的成就,我国已成为世界上建筑卫生陶瓷的生产和消费大国。到 2010 年,全国规模以上的建筑陶瓷生产企业 1200 多家,陶瓷砖产量超过 75 亿平方米,企业年均生产规模超过 600 万平方米,我国陶瓷砖约占全球陶瓷砖总产量的 70%。其中出口约 8.67 亿平方米,超过世界陶瓷砖贸易量的一半。全国卫生陶瓷生产企业约 800 多家,产量约占世界卫生陶瓷总产量和贸易额的一半左右。

建筑卫生陶瓷行业资源能源消耗情况

建筑卫生陶瓷行业属于资源型、耗能型、对环境有一定负面影响的产业,同时又是广大人民群众改善和提高日常生活质量不可缺少的产业。在建材工业中,建筑卫生陶瓷行业能耗总量仅次于水泥行业,据测算,2010 年全国建筑卫生陶瓷行业消耗能源总量超过 3600 万吨标准煤,约占全国能耗总量和工业部门能耗总量的 1.2%和 1.5%以上(2010 年全国能源消耗总量 32.5 亿吨标准煤)。大部分企业单位产品(万元产值)能耗指标高于国外先进水平。2010 年全国生产 75 亿平方米的陶瓷砖大约消耗了 2 亿吨瓷土原料。节能减排工作,已经成为关系到建筑卫生陶瓷行业兴衰、企业存亡的重大问题。

建筑卫生陶瓷行业节能减排现状

建筑卫生陶瓷行业的节能减排就是要在建筑卫生陶瓷的生产过程、流通环节到消费环节,降低消耗、减少污染物排放,有效、合理地利用资源、能源。加快淘汰落后产能,优化产业结构,提高产品质量,改进工艺技术,提升陶瓷生产的技术装备和管理水平,增强企业竞争力。陶瓷行业推广节能窑炉、使用清洁能源、提高燃烧效率和余热再利用,单位产品能耗水平不断下降。

当前陶瓷行业的节能减排和节约资源的一项重要工作是陶瓷砖减薄(即减量方案)产品的开发试制和推广。2010 年中国建筑卫生陶瓷协会与咸阳陶瓷研究院及国家建筑卫生陶瓷标准化技术委员会共同合作,组织协调 20 家骨干陶瓷砖

生产企业进行减薄陶瓷砖生产试验研究。根据目前企业反馈的试验数据和实验室初步验证表明,陶瓷砖在现有普遍采用厚度的基础上减薄 10%,产品的性能指标依然能达到标准要求,产品综合能耗下降 10%以上。如果全行业 80%的陶瓷砖生产企业能够实行陶瓷砖减薄 10%的减薄化生产,那么就意味着陶瓷行业每年至少可以节约煤炭 500 万吨、节约瓷土资源 2000 万吨以上,换算成经济效益,按每吨煤 1000 元计算,就是 50 亿元;若按瓷土原料每吨 200 元计算,将节省原料投资 40 亿元,企业直接降低生产成本 90 亿元,如果再计算 2500 万吨物料的仓储、物流运输成本,以及建筑物的减重成本等因素,每年至少可以产生 100 亿元以上的社会经济效益。同时还可以减少二氧化碳排放约 1300 万吨,减少二氧化硫排放约 10 多万吨,产生良好的环境效益。

近年来,卫生陶瓷产品体积重量有越来越大的趋势,平均单件重量比过去增重 20%以上,为了更好地落实节能减排,卫生陶瓷也应实现产品的轻量化,减少生产豪华型、超重型的大型连体坐便器、立体小便器之类的产品。如果卫生陶瓷在现有重量基础上减轻 10%,每年将节约 30 万吨以上优质瓷土原料和 2 亿多立方米的天然气。

目前,建筑卫生陶瓷最重要可行的节能途径是减薄、减轻。过去瓷砖很厚是为了保证产品的性能,现在各项技术提高了,完全可以做到在满足使用要求的条件下减薄,从而达到节约原料、燃料成本、生产成本和运输成本,减少对环境的破坏,提高经济效益的良好效果。然而,陶瓷砖减薄、减轻和卫生洁具轻量化工作是一项涉及到多部门、多方面的系统工作,而其中最重要的是政府工业管理部门和产品标准管理部门,要通过不断优化产品标准采引领促进行业的技术进步和节能减排。

优化产品标准的相关建议

根据上述陶瓷行业的发展现状和节能减排的需要,提出以下建议:

1、进一步优化我国陶瓷砖的产品标准。现行的陶瓷砖标准,主要性能指标有 12 项。建议在此之外,增加一项最大厚度的限制,即产品性能需在此厚度之内满足其他 12 项性能指标的要

求。而这种产品的厚度指标，应当是当前产品普遍采用厚度的 90%，即陶瓷砖产品厚度减少

10%。这看似是仅仅增加一个产品厚度的限制，实质是反映我国陶瓷行业的技术进步和节能减排工作的进展。按照拟定的新标准生产产品就意味着企业必须用比过去少 10% 的原燃材料，生产出与过去同样规格性能的产品。希望政府有关工业和质量管理部门，在广泛调研的基础上，抓紧制定新的陶瓷砖标准，把厚度限定作为产品标准的性能指标之一。

2、企业要积极开展陶瓷砖薄型化和卫生洁具轻量化的技术研发试制工作。企业是技术进步的主体，要积极采用先进技术，通过技术进步，使薄型化和轻量化产品，性能进一步全面提高，满足国家标准和市场对产品性能的要求。

3、薄型化、轻型化的陶瓷产品售价制定要统筹兼顾让利于民。陶瓷产品薄型化和轻型化工作的成败，不仅仅是政府制定新产品标准的问题，还必须得到广大用户的认可。因此，除了薄型化、轻量化的陶瓷产品的性能达到国家产品标准外，在市场价格上要比以前的产品价格更有竞争力，才会被市场认可，才能被推广。新的产品标准制定后，要加大新标准的贯标工作和广泛的宣传工作，改变传统的陶瓷产品越厚越重越好的消费观点，为新标准生产的产品市场推广扫除认识上的误区。此外，为了加快推广应用薄型化陶瓷产品，在政府采购、财政政策扶持等方面优先支持薄型化陶瓷产品的应用。

（蒋明麟：国务院参事室副主任、原国家建材局副局长）

前三季度湖北省建材工业经济运行情况

1—9 月，我省建材工业主要经济指标总体好于去年同期，主要表现为经济总量增速加快，主要建材产品产销基本平衡，经济效益成倍增长，经济运行质量明显提高。

建筑卫生陶瓷产值、效益继续增长

1—9 月我省规模以上陶瓷企业完成工业总产值 64.53 亿元，比去年同期净增 32.68 亿元，其中建筑陶瓷同比增长 106.23%；

陶瓷砖产量增速强劲，总产量 2.06 亿平方米，增长 57.66%；卫生陶瓷产量 998 万件，增长 37.85%。

建筑陶瓷累计实现利润 2.15 亿元，同比增长 133.1%。

（建材协会秘书处）

农忙不用慌，宝加利“及时雨”来帮忙

目前，宝加利涌起了农忙义工队，他们积极走访周边村民和内部员工，在农忙时为家中缺少劳动主力的家庭义务帮忙，解除员工和村民的后顾之忧，被形象地称为“宝加利及时雨”。

眼下正是秋收红薯之季，家住当阳穿心村的李大叔，站在自家承包地里眉头紧锁，10 亩红薯地，儿子媳妇在外打工，家里主劳动力就是自己和年迈的老伴，赶在红薯降价之前抢收是他最心急的事情。

正当李大叔一筹莫展之时，10 月 10 日早上 7 点，家里来了三十多个摩托车骑士。“大叔，我们是宝加利的，听说了你家的情况，今天大家给你帮忙！”分级二陈经理笑着说。怕李大叔心有顾忌，分级车间技术员亮出自带的大桶纯净水、面条、肉和调料，补充道“大叔，装备我们都带齐了，您提供机会，就当是部门一次郊游吧。”

只听说过政府要求党员干部下乡，哪里见过民营企业当义工的，还秉承着“不拿百姓一针一线”的传统。李大叔听后高兴地拿起锄头、镰刀，领着大伙快步向山里的红薯地走去。不出几分钟，浩浩荡荡的义工队来到了李大叔的田。在分级陈经理的安排下，割藤组打先锋，挖苕组紧随其后，拣果组排最后，炊事班点火煮面。各班组各司其责，手上的利索劲和种田老把式相比毫不逊色，技术员反复提醒大家，一定要小心，不要挖破了红薯。10 点半，大伙儿就把一畦畦红薯刨出来，大叔大婶高高兴兴把果实挑回家。

此时，秋天的太阳普照大地，大伙身上的汗水不停地往外流，义工队的队员们仍然热火朝天的忙碌着，“太阳大了，先去吃面条，吃饱了，我们再来挖。”陈经理喊着大伙。看着刨出来的一堆堆红薯，李大叔激动地说：“你们想得真周到，非常感谢你们……”

宝加利的义工队筹建不到一个月，分级二为村民挖红薯，行政部为员工移摘菜籽，简单之举，却凝聚着义工队“爱我地方父老，爱我亲密同事”的深情厚谊。这支队伍，将越来越壮大，越来越贴心，成为大家心中名副其实的“及时雨”。

（宝加利 刘曼）

宜都举办“惠宜杯”陶瓷行业技能操作比赛

9月底,宜都市总工会、宜都工业园区在惠宜陶瓷公司联合举办了宜都市陶瓷行业“惠宜杯”技能操作比赛。来自惠宜陶瓷、长江陶瓷等5家陶瓷企业的30名工人参加了比赛。比赛包括擦胚、半检、施釉3个项目。经过激烈角逐,兴达陶瓷王平获得擦胚项目第一名,惠宜陶瓷陈仁艳获得半检项目第一名,鑫圣陶瓷许凤英获得施釉项目第一名。

(秘书处)

广交会上欧盟瓷砖订单减少3成

受欧盟对我国瓷砖反倾销影响,在10月举行的第110届广交会上,我国陶瓷出口企业来自欧盟的瓷砖订单量普遍少了3成多,开拓新兴市场、转战内销、产品研发创新等方式成为了突围应变之道。

陶瓷是我国重要的传统大宗出口产品之一。海关统计显示,目前欧盟已成为我国瓷砖的第三大出口国,出口量占我国瓷砖总出口量的8%—9.5%、出口总值的10%—12%,开征惩罚性关税显然对我国陶瓷业打击不小。

从广交会上多家陶瓷企业了解到,由于关税是对向我国企业下单的海外进货商征收,进货商的利润被大幅压缩,购买意愿降低。从反倾销调查立项开始,众多欧盟客户便抱以观望、谨慎的态度,订单量直线下滑。

作为中小企业的佛山市伊美璐陶瓷有限公司为此丧失了2/3的欧盟瓷砖订单,且未来可能将继续恶化。该公司总经理叶静美表示,欧盟原本占据其整个海外市场份额的1/3,令其失望的是,广交会迎客3天以来也鲜有欧盟客商问津,该公司原有的欧盟市场面临丢失的危险。目前该公司已着手在新产品的研发上下功夫、进军东南亚等新兴市场。他们希望政府部门对欧盟这种不合理的反倾销行为和贸易保护主义举措加以抵制,保护外贸企业的利益。

宏宇陶瓷同样遭遇到反倾销“寒流”,该公司出口部经理袁鑫表示,转型升级已成为了企业的当务之急,该公司已加快走品牌路线、开发附加值更高的产品、开拓新兴市场的步伐。

多位陶瓷业参展商称,欧盟此番举动与其自身经济不景气有关。业内人士指出,对我国陶瓷企业来说,欧盟的反倾销举措或许仅仅是一个开始,来自欧盟的相关贸易壁垒未来可能还会增加。

(中国建材报)

上半年陶瓷卫浴企业发展速度放缓

2011年陶瓷卫浴市场由于受多种因素的影响,国内卫浴陶瓷业发展正面临着严峻的考验,节能环保、楼市低迷、出口受阻等各种发展“短板”不断涌现,使得一些陶瓷卫浴企业发展速度放缓。

2011年上半年,在经济回暖形势的带动下,国内陶瓷卫浴市场发展趋于稳定,但由于受楼市宏观调控、人民币持续升值及原材料上涨等因素的影响,整个市场陷入低谷,有业内人士表示,按照目前的经济形势,陶瓷卫浴行业遭遇洗牌是早晚的事。

也有业内人士认为,今年第四季度市场的低迷状态并不会有所改观,而考虑到房地产对下游家居行业的影响具有1年到1年半的滞后性,因此2011年初的限购政策,其负面影响或将持续到2012年中期。以下是各大陶瓷产区状况,可以从窥探到目前我国陶瓷产业发展的主要状况。

广佛地区,本土企业代工国际知名品牌。一些国际知名品牌绝大部分产品都是在广佛贴牌生产的,可见广佛企业生产实力非同一般。但行业目前却呈现出竞争无序的状态,越来越多的小企业小作坊造成格局混乱,同质化竞争越来越严重。

河南长葛,未来发展空间广阔。国内卫浴企业各有各的资源和渠道,同时也各自面临发展局限。但是,中部卫浴产区的销售则更让人刮目相看,尤其是政府的产业主导一直在推动整个产区的快速发展,相信未来的中部卫浴产区将有更广阔的发展空间。

厦门福建,集中度较高,缺乏品牌知名度。虽然南安水暖产业发展势头很猛,并形成几大强势的领军品牌,但是总体上产业发展模式比较传统,企业平均规模偏小,品牌集中度较高,缺乏品牌知名度。

河北唐山,着眼国内市场,实现规模化生产。由于卫浴行业艰苦的劳作条件,人力成本也是卫浴企业的一个重负。但在惠达卫浴车间中,并没有太多工人,很多步骤完全使用机械化作业,比如使用机械手施釉等。

综观今年上半年,陶瓷企业的发展速度有所放缓,市场经营陷入低迷,主要有两个原因。第一,今年上半年陶瓷的销售市场出现“旺季不旺,淡季更淡”的景象;第二,陶瓷行业缺乏自律,相互恶性竞争,行业内缺乏创新,设计能力严重滞后,这些现状都制约着我国陶瓷行业国际地位的攀升。

(中国建材报)