

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

### 省陶瓷工业协会率队到河南考察

11月4日—6日,湖北省陶瓷工业协会一行11人在会长吴全发和省建材协会秘书长周豫鄂率领下到河南省考察了陶瓷企业和市场情况,并与该省建筑陶瓷工业协会进行了座谈和交流,河南省经信委原材料处鲁处长、河南省建陶协会会长刘合心、副秘书长耿强、中国建材报河南记者站站长秦军舰等为我们一行设宴接风洗尘。

11月5日,河南省建陶协会刘会长陪同我们先内黄县陶瓷产业园参观考察,内黄县是农业县,工业没有基础,也没有原材料等资源优势。但是该县通过优质服务来招商引资,政府力度很大,哪个部门做不好招商引资就换人。从2009年新建陶瓷工业园以来已经引进了十几家南方陶瓷企业。在园区,我们考察了新南亚陶瓷有限公司,该公司于2009年11月入驻陶瓷产业园区,由浙江温州市龙湾新中联陶瓷有限公司投资建设,是内黄县陶瓷产业园区第一家内墙砖生产企业,总投资4亿元,已经投入1.5亿元,占地600亩,已经建成两条380米生产线,日产中高档墙砖3万平米。

中午,两省陶瓷协会在该公司会议室举行了座谈,周豫鄂说,湖北、河南两省都在承接南方陶瓷转移,产品存在同质化,市场竞争激烈,不搞低价倾销,这对我们两省陶瓷企业都有好处。新南亚公司老总说,现在企业都不景气,涨价有相当难度,但是我们支持涨价,宁可压库也不降价,目前该公司库存产品积压资金近3000万。

在鹤壁市陶瓷园区,我们考察了河南省富得陶瓷有限公司,该公司也是内墙砖生产企业,产品属于中低档次,但生产情况和销售很好,效益也很好,基本没什么库存,主要销售河北、山东等北方省市农村市场。我们在郑州市中原陶瓷城考察了市场情况,该市场是郑州较大的专业中低档瓷砖批发生物市场,他们的瓷砖批发价格比较有代表意义。该市场目前的300×450墙砖的批发价根据产品档次最低的有1.75元/块,最高的有2.80元/块。

通过两天参观考察,两省陶瓷协会和企业进行了沟通,加强了联系,这种沟通和联系将长久保持下去。湖北省陶瓷协会在离开郑州时为感谢河南省建陶协会的热情接待举行了答谢宴会,并互相赠送了礼品。  
(秘书处)

### 宝加利公司第二代全抛瓷砖上市

最近,湖北宝加利陶瓷有限公司通过在第一代全抛瓷砖基础上的技术升级与创新后,第二代全抛瓷砖正式全面上市。

一直以来,宝加利公司依托强大的研发实力和工艺技术,不断展开对全抛类瓷砖、瓷片的研发工作,从最初的全抛釉系列抛光砖,到今年上半年上市的第一代全抛瓷砖,已成为全抛类瓷砖研发创新领域的佼佼者。

第一代全抛瓷砖5月上市时,消费者还未对它进行深入的了解,但是在公司前期一系列的宣传推广,终端积极配合宣传的情况下,由于产品质量及款式的创新,让全抛瓷砖开始打开市场。接着,未推先热的第二代全抛瓷砖,深受消费者认可,成为市场热捧的产品。

相比第一代全抛瓷砖,第二代全抛瓷砖以“两大技术创新”,即:“3D喷墨技术”和“防反弹变形技术”。据专家介绍,“3D喷墨技术”是确保现代陶瓷产品拥有亮丽色泽和自然清晰纹理的法宝,目前行业内很少有厂家使用该项技术。此外,“防反弹变形技术”是可以有效防止陶瓷产品后期变形的最新技术。

同时,全抛瓷砖吸收了抛光砖的镜面效果和高硬度及其低吸水性率和吸污率;拥有仿古砖的亮丽色彩与自然清晰的纹理,兼蓄了釉质砖的晶莹剔透与高耐磨度,绿色环保,墙地皆宜。它将在物理性能、色泽纹理、装饰效果、应用空间上,为建筑陶瓷业树立新的标杆。

第二代全抛瓷砖的全面上市,标志着瓷片装饰设计一体化迈进的重大变革,也为宝加利公司开拓终端消费市场提供了强大的后劲和保障。

(秘书处)

### 简讯:

为避免同质化竞争,佛山、宜兴等地部分陶瓷企业开始转型生产多孔陶瓷保温板。据了解,这种产品具有防火阻燃,变形系数小,抗老化,性能稳定,生态环保性好,与墙基层和抹面层相容性好,安全稳固性好,可与建筑物同寿命等特点,广泛用于外墙保温、防火隔热层。湖北已有陶瓷生产厂家开始做转型的准备工作。

(秘书处)

## 对佛山陶瓷产业转移的思考

**产业转移带动全国陶瓷新建产区大发展，但却没有带来产业的升级，结构性问题依然严峻**

今天的广东佛山，天高云阔、草木茵茵；回想 10 年前，佛山的天空是灰蒙蒙的，长久的阴霾天气让佛山人忘却了蓝天。

以环保为切入点，淘汰陶瓷“双高”企业，是佛山产业结构调整工程的第一步。2007 年，佛山市出台了《关于加快推进我市陶瓷产业调整提升工作的通知》，由此拉开了陶瓷业整治风暴的序幕。2010 年 12 月，佛山召开全市节能降耗工作会议，在列入调整提升的 298 家建筑陶瓷生产企业中，目前已经转移、转产 220 家，到年底，佛山仅保留 62 家建筑陶瓷企业，8 成企业全部外迁。陶企转移收到了立竿见影的效果。据佛山市环保局透露，南庄镇 2009 年空气中二氧化硫和可吸入颗粒物的浓度值比 2003 年下降了一半。

可在产业转移的过程中，显现出来的问题也是值得我们思考的。

**腾笼换鸟：佛山陶瓷企业被转移了，但产业并没有得到提升**

走过佛山陶瓷产业最繁华的街道——季华路，两边是林立的陶瓷卫浴企业的展示厅，这些展示厅可不是门脸房，3 层以上的建筑比比皆是，结实厚重的罗马柱、宫殿式穹顶透着豪华。据了解，每一个展示厅的造价都在千万元以上。除了佛山，在全国找不到第二个地方有如此密集、豪华的展厅群。

这些展厅是陶瓷企业的营销中心，主要功能是展示企业的产品。但在问及企业在哪里生产的时候，多数企业给出了明确的答案，佛山本地已很少有工厂生产相关产品，即使有，产量也是很低了，企业的生产基地基本已经外迁到相邻城市或在外省投资兴建新的产业基地。这便是“产业转移和劳动力转移”双转移战略（腾笼换鸟）实施后，佛山陶瓷产业所反映出来的现实状况。

佛山市陶瓷行业协会专业副会长黄希然认为，佛山陶瓷产能虽然得到了转移，但留下来的产业并没有得到提升。原因是留下来的企业生产设备大部分是 20 世纪 80~90 年代的，虽然经历了部分技术改造，但受土地、年代的限制，提升的效果并不明显，单位产能和单位资源消耗量没有发生根本性改变，和目前先进生产线相比是相对落后的。

只有规划一个绿色、生态的工业园，让留下来的企业重新引进现代化生产线，规模可以不是很大，但保留了先进制造业的基地，才能让目前保留的陶瓷企业在两三年内得到提升。

**大兴土木：投资带动产业转移，地方经济短视导致产能过剩**

随着佛山陶瓷产业转移的不断升级，全国承接热潮一浪高过一浪，使得陶瓷产区遍地开花。据统计，目前除了西藏外，全国各省、市、自治区几乎都上马了陶瓷生产线，除了佛山、淄博、夹江、晋江等传统陶瓷产区外，江西、湖南、湖北、河南、河北、辽宁等地新兴产区不断涌现。自 2007 年佛山提出陶瓷转移调整以来，3 年时间佛山陶瓷转移在全国各地投资逾 300 亿元，占地 4 万多亩。

佛山市陶瓷行业协会会长戴一民认为，陶瓷行业的进入门槛低，陶瓷产业拉动 GDP 的能力强，很短时间就能形成庞大产能，满足地方经济 GDP 的增长，所以有些地方热衷于陶瓷产业的开发和引进。

多年来，中国建陶产量一直处于高速增长态势，尤其是伴随着新一轮的产业结构调整与产区布局变化，全国各地（除极少数省市外）纷纷把陶瓷产业作为发展地方经济的重要途径，争先恐后地向传统产区伸出产业转移的橄榄枝，而各大陶瓷企业及产业资本，也在建陶产业区域化、资源化、市场化的进程中不断地圈地建厂，掀起了一轮接一轮的建设高潮。不知不觉当中，中国建陶业又一次处在了产销失衡的危机关头，新的泡沫正酝酿着巨大的风险，令不少企业难以负重。

**升级乏力：能源结构不合理，重复建设造成产业结构问题突出**

黄希然认为，产业是先进还是落后，最主要的一个衡量标准是看使用的是何种能源结构，大多数陶瓷企业依旧使用煤转气，企业只看到煤的成本低，从价格比较而选择煤，但从综合角度考虑，煤转气的转化率很低，制备过程中还会产生大量废弃物和污染，目前陶瓷行业依然延续着这种不合理的能源结构。同时，新兴产区的不断涌现，容易带来争夺企业资源的恶性竞争，从而缺乏制度性的构建，导致良性机制的缺席和企业自我更新的乏力。新兴产区基本位于欠发达地区，在利益、考核等因素驱动下，招商引资、扩大开放的要求十分迫切，不少地区因此患上“招商引资饥渴症”：只要引资项目经济效益好，能增加地方财政收入，能拉动 GDP 的增长，甚至仅仅是能够引来资金或项目，（转下页）

(接上页)就赠送土地、减免税收、忽略环保,甚至明知引进的是高污染、高耗能企业,也一路“绿灯”。貌似“产业转移”,实为“污染转移”,直接导致污染范围在原有基础上得以扩大。对新兴产区来说,得利一时;对产业来说,升级乏力。

所以,做好产业承接工作,必须立足区域经济优势,准确把握产业转移的规律和特点,合理选择产业转移的承接点,以增强承接产业转移的针对性和有效性。要在承接产业转移的同时,努力增强产业技术水平和自主创新能力,建立由企业主导的产业创新体系,联合产业内的企业、科研院所、行业协会和政府组织,对产业共性技术进行合作研发,加速优势资源互补和技术在产业内的有效扩散。就陶瓷产业而言,要积极致力于发展生态型建陶工业,采用清洁能源和科学配方,将对环境的污染降到最低,打造生态型建筑陶瓷生产基地。

(中国建材报王翌)

### 宝加利加大环保投入 狠抓源头治理

湖北宝加利陶瓷有限公司今年环保资金总投入4500多万元,共建设生活污水处理站、工业污水处理池、脱硫除尘塔、防渗漏酚水池、焦油池、雨水收集池等一大批环保设施。

宝加利落户当阳陶瓷工业园以来,就十分重视环保工作。他们认为,陶瓷企业不仅要创造就业,创造财富,发展经济,更要“以人为本”,勇敢地承担社会责任和环境责任,这样,才能长久的生存,健康的发展。该公司一期工程的环评报告编制出来以后,环保设施评估需要582万元。他们决定着眼未来,环保先行,将环保设施一、二、三期统一规划、统一建设。因此,该公司环保设施投资远远超过评估预算,达到4500万元。

按照环评报告要求,该公司配套建设了日处理1.8万吨的工业污水处理中心、雨污分流系统、地下烟道水膜除尘及高位沉降烟气脱硫除尘装置;建设了规范化的固废堆场、日处理600吨的生活污水微动力生化处理设施;在设备购置上选用低噪声的工艺设备,科学安排高噪声设备的安装位置;已经兴建的煤气站,同时也配套建设了酚水和焦油收集池,所有建设都按防渗防漏的最高标准来要求。

目前所有环保设施均与主体工程投入正常运行,并经当阳市环境监测站验收合格。

(秘书处)

### 物流助推河南内黄陶瓷产业逆势崛起

内黄是近年来新兴的陶瓷生产基地。目前已引进陶瓷生产线50条,建成投产20条,成为河南省最大的陶瓷生产基地。今年前三季度,内黄陶瓷产业产值同比增长162.4%,保持平稳发展。据内黄有关人士介绍,内黄建陶产业的集群集聚发展,带动了现代物流业的勃兴,物流产业成为助力内黄陶瓷产业发展的重要力量。

#### 物流成产区竞争优势

据统计,目前,内黄拥有物流企业50家。其中龙头企业8家,大型物流园5个,从业人员5万余人,大中型营运货车15000辆、26055个吨位,年运量达到1000万吨,年货运周转量达到120589万吨公里。经测算,1条陶瓷生产线每天大约进出货1000吨,需用车辆20辆,内黄目前建成投产的20条陶瓷生产线每天需运输货物20000吨,需车辆400辆。就目前而言,内黄物流产业能够满足内黄陶瓷产业的发展需要。安阳福惠陶瓷有限公司办公室主任王秀国告诉记者,对陶瓷企业而言,在产业“寒冬”时期的成本竞争尤其重要,内黄物流业的快速发展,不但使企业减少了运营成本,而且增加了竞争胜势。

#### 规划建设陶瓷物流中心

为给陶瓷产业发展提供强力支撑,内黄积极培育和引进一批现代物流企业,为陶瓷企业提供高效、优质、安全、便捷的物流服务。今年以来,内黄引进了投资1.5亿元的安琦物流、投资1.5亿元的众力通源等物流项目,建成海元物流、益民物流、现代物流信息、邮政分销物流局、捷达运输等大型物流企业,着力打造“中原瓷都”现代陶瓷物流中心。同时,与中铁集团郑州分公司签定了战略合作协议,优先保证内黄陶企的产品调运。

#### 构建现代物流产业体系

内黄针对陶瓷产业快速发展的态势,致力于推动物流产业的同步发展,实现陶瓷产业与物流产业的互动双赢。据内黄县交通部门负责人介绍,在物流发展上,内黄将坚持“政府引导、市场运作、企业主体、园区承载”的发展原则,造5个物流园区、发展5个物流龙头企业、建设6个物流专业市场、加快完善6个物流网络为重点,实施“5566”物流建设工程,积极引入现代物流发展理念,建成一批具有核心竞争力的现代交通物流示范企业,使现代物流业成为陶瓷产业强势崛起的重要支撑。

(陶城报)

## 湖北建陶转型升级 规避同质化产品竞争， 首条喷墨生产线本月初已经投产

时下，对于湖北产区而言，无疑正面临着来自四面八方新、老产区的围攻。即便在湖北省境内，也分布着当阳、远安、蕲春、枝江、浠水等大大小小多个建陶企业聚集地，并且产区与产区之间的重点销售市场大面积重合。非但如此，广东等地的知名品牌也不断加速进军内地市场的步伐，市场空间日益收缩。

内外交困之下的湖北建陶企业该何去何从？是在几近白热化的市场竞争中逆势上扬，还是在已然显现的洗牌化运动中偃旗息鼓？

### 产品同质化加剧终端竞争

据本报“陶业长征”全国陶瓷砖产能调查小组获得的数据显示，目前湖北省共有建筑陶瓷生产企业 42 家，已建成生产线 76 条，但多数陶瓷企业知名度不高，产品类型仍然停留于大众化、常规化层面之上，同质化现象比较严重，缺乏拥有实质竞争力的高端产品和特色产品，以致不少企业都是靠低价竞争来赢得市场。

以湖北建陶企业主要聚集地泛当阳产区（含当阳市、远安县、枝江市）为例，产品结构类型虽已较为齐全，涵盖了抛光、仿古、瓷片、外墙、西瓦等几大类。但每一类产品的生产企业都在两家或两家以上，并且各自的生产规模、产品定位、重点市场都相差无几，尤其是瓷片生产企业数量最为庞大。在以当阳为中心的 50 公里半径范围内共聚集了瓷片生产企业 8 家、生产线 17 条，占湖北瓷片产能的八成以上。

因产品同质化加剧的恶性竞争在终端已经凸显。据当地某建陶企业负责人介绍，随着周边新兴产区的兴起和不断增多的建陶企业，由于在产品定位、产品价格、优势区域等各方面如出一辙，企业与企业之间已经陷入了激烈的恶性竞争漩涡之中，不少企业之间的关系甚至到了剑拔弩张的地步。

有业内人士对此表示，由于价格战等造成了互相压价的恶性竞争，致使陶瓷品质难有保障，消费者的合法权益更时常受损。许多陶瓷的销售服务水平仍停留在极简单的层面，不少陶瓷品牌在备货、安装及售后服务等方面都存在许多问题。

### 湖北安广率先建成喷墨生产线

据本报记者了解，为了突破当前的困局，以及应对未来更加恶劣的市场环境，避免陷入价格战泥潭等恶性循环而难以自拔，今年下半年以来，湖北产区开始有部分建陶企业针对当前形势，

制定相关营销策略，走高端路线，使产品更具优势。此间，湖北省首条喷墨线于十月初在湖北安广陶瓷有限公司成功投产，被业内喻为湖北产区向高端化产品迈进的标志，它打破了湖北建陶产品同化严重、高端产品一片空白的局面。

湖北安广陶瓷有限公司营销总经理范道兵向记者介绍，湖北产区在市场经营模式的竞争层次上，大多数企业都处于围绕“价格”为核心的产品层面，而以高端产品抢占市场、实施现代化管理等更高层次的运营模式甚少有实践者，大部分企业在这些方面仍处于初级阶段，差距甚大。

他表示，对于未来区域品牌将如何面对更加纷繁复杂的市场环境，很大程度上取决于产品与服务，而打造强势品牌是赢得市场的重中之重。安广陶瓷为走差异化路线，避免陷入无序的价格战泥潭，率先投入重金在湖北产区引进首条数码喷墨生产线，并已经在十月初成功投产。

### 竞相升级谋求新空间

范道兵告诉本报记者，今年包括湖北在内的整个华中地区，新增了相当数量的厂家和生产线。“对比之下，我们只有避免同质化，开发高端特色产品及打造拥有自身特色的个性化产品才能赢得竞争，赢得市场，也只有这样才能为企业和我们的客户不断创造新的盈利点。”安广陶瓷首条喷墨生产线投产后，产品深受客户认可，前景看好，为企业抢占了市场先机。通过当前最潮流、最高端的喷墨产品，不但提升了企业的品牌形象，同时也更进一步提升了品牌高度。

当前，关于中国陶瓷产业升级的呼声不断，广大企业也不断进行品牌转型。在这一轮变革中，最核心内容就是摆脱依靠廉价劳动力、大量消耗原材料为主的低价经营模式，并转变为以品牌、服务进行增值的运营方式，从而整体提升产业竞争力。纵观湖北产区，随着各地新生产线的上马开工和产能的急剧扩张，面对高度饱和及巨大库存压力，价格战也势必愈演愈烈，传统经营模式若不升级，无序的恶性竞争必然加剧，产业转型也就无从谈起。而湖北安广陶瓷有限公司率先引进首条喷墨生产线，并拥有两条滚筒印花瓷片生产线，不但标志着湖北产区开始向高端化进程迈进，同时也将加速这一进程，带来一股新的热潮。

据本报记者了解，目前湖北产区已有数家企业准备在今年年底或明年初推出微晶石、洞石、金花玉石等新品，希望通过升级产品结构，打破市场僵局，谋求新的发展空间。

（陶瓷信息报）