

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

建陶产业新格局正在形成

我国建陶产业在高速发展、扩张的同时,正悄然发生着变化。旧的产业格局被打破,新的产业格局雏形已逐步形成。

近几年,我国建陶产业的发展呈现出四大特征:其一是扩张,“十一五”期间产量成倍增长,连续8年产量保持两位数增长;其二是产业转移,佛山陶瓷产业转移是我国建陶发展史上最大的一次产业转移,佛山陶企在全国各地建厂圈地4万多亩;其三是整治提升,以节能减排环境保护为实质的整治提升,使佛山地区关停转的陶企达70%,山东淄博产区陶企关停转正在进行中,福建晋江产区已经明显感到这方面的压力,夹江产区已出台了相应的政策,高安产区政府也有所动作;其四是再布局,新建陶产区在全国范围内遍地开花,广东的恩平、云浮、英德,江西的高安、景德镇、丰城,湖北的当阳、蕲春,湖南的岳阳、临湘、衡阳、茶陵,辽宁的法库、建平,陕西的咸阳、宝鸡,安徽的淮北、萧县,河北的高邑,内蒙的鄂尔多斯,山西的阳城,河南的鹤壁,云南的易门,新疆的米泉等。近3年来,每年建陶产品产量增长超过50%的省份有8个,其中大部分都是超过100%。

“十二五”期间,我国建陶产业的发展将围绕着建陶产业新格局形成发展而向前迈进,目前我国建陶产业的转移、扩张、布局基本已经到位。新的产业格局雏形已经基本形成,新的产业体系还没有全面构成,正在不断发展完善之中。我国建陶产业的新格局是以生产制造区域化、市场销售区域化为表征,以成本最小化、利益最大化为实质。

佛山陶瓷的概念正在向全国各地渗透,原先佛山陶瓷一枝独秀的概念正在扩大、变化,并没有出现像很多人担忧的逐步淡化。但随着佛山陶瓷的大规模转移,佛山陶瓷的概念越来越宽、越来越模糊,目前没有逐渐淡化的迹象,随着其范围的扩大,将来是否会被淡化,值得关注。全国建陶产区进入了群雄纷争的后佛山陶瓷时代。

由于物流成本的增加,建陶产品市场区域化的特征越来越明显,并直接导致了生产制造区域化。建陶产业拥有集群性的特征,但过于集群又易导致环保与能耗的压力,新的建陶产业格局将全面表现出大范围的相对分散,小区域的有限集中。在建陶产业进一步发展的过程中,新建陶产区彼此将在原材料优势、能源优势、相关区域优势等方面的竞争中逐步完善新的建陶产业格局与产业体系,各个建陶产区将完成自身的产业定位,我国建陶产业的可持续发展也将步入一个新的阶段。

正在形成的建陶产业新格局对老牌建陶产业基地(如淄博、夹江、闽清、晋江、佛山等)的产能、销售、品牌等各方面都将形成冲击。受冲击最大的可能是淄博陶瓷,其次是福建陶瓷与四川陶瓷。佛山陶瓷由于其家喻户晓、有口皆碑、名闻遐迩的区域品牌特征,佛山陶瓷发展总部经济的战略,使佛山当地聚集着更多的陶企总部及机械装备、色釉料配套企业,佛山陶瓷区域品牌的实际效益仍在不断强化,佛山陶瓷产业转移引起了佛山陶瓷概念的变化而没有变得淡化。2010年、2011年大量佛山陶企将战略的重点放回到广东(恩平、开平、清远等地)、广西,泛佛山陶瓷的概念与广东陶瓷的概念越来越模糊。

随着建陶产业格局的逐步形成完善,市场区域化的特征越来越明显。一方面没有层次差异定位的平行多品牌策略凸显市场保护管理难度,另一方面各区域形成不尽相同的叫得响的地区名牌,市场新格局的变化正在不断影响着建陶产品的销售体系,区域经销商代理体系结合自建渠道的分公司制、大额直销的混合型营销模式开始出现。

佛山陶瓷产业转移及我国建陶产业新格局的构建已经进入尾声,我国的新建陶产业体系正在形成,后佛山陶瓷时代开始来临,我国建陶产业的可持续发展正在步入一个新的阶段。

让党旗在民企中高高飘扬

中共湖北中瓷万达陶瓷有限公司支部委员会

近年来，中共湖北中瓷万达陶瓷有限公司支部委员会在上级党委的亲切关怀和精心指导下，立足企业党组织和党员的实际，不断提高“五个基本、七个体系”建设水平，深入开展“五个好”、“五带头”、“创先争优”等活动，确保了企业党组织机构健全、队伍稳定，活动经常、制度管用、保障有力，让鲜艳的党旗在企业中营造了积极和谐的生产、生活氛围，促进了中瓷企业持续、健康、快速发展。

一、建好基层组织，增强党员归宿感和组织亲和力

根据民营企业党员同志来自四面八方和不同的工作单位，以及部分党员对民营企业党建缺乏正确的认识，归宿感不强、组织凝聚力不够的现状，近年来，公司党支部以“五个基本”“七个体系”建设为载体，积极主动的加强党组织建设，完善制度建设，规范党员管理，使公司党支部有领导班子、有活动场所、有党员活动、有制度约束、有活动经费，让 14 名党员重新找到了“家”的感觉，使党组织的亲和力明显增强。

二、发挥示范作用，激发党员责任感和员工向心力

党员不仅是一份荣誉更是一份责任！公司党支部根据党员同志个人的业务能力和个性特长，分别把他们安排在不同的部门和岗位，并且在党员中深入开展“五个好”、“五带头”、“创先争优”等活动，让他们在各自的岗位上发挥聪明才智，展示党员风采，让他们成为生产一线员工的示范和榜样。被黄冈市非公有制经济组织创先争优活动领导小组评为“我身边的优秀共产党员”的公司董事长丁志坚同志，他的言行不但成为公司领导层的楷模，而且深深影响着公司数百名员工；被中共赤东镇委评为“青年岗位能手”的田万能同志则以一名公司普通员工的身分诠释了一名普通党员的敬业奉献和开拓创新的精神……组织的要求增强了每一名党员的责任，党员的榜样言行在员工中又无形的形成了一种力量！在党员的示范带动下，公司员工的竞争、合作意识明显增强，敬业奉献精神日益彰显，广大员工对组织、对企业的向心力明显提高。

三、建设先进文化，增强党员紧迫感和企业凝聚力

走进中瓷厂区，无论是文化长廊、厂房车间还是行政办公区域，映入眼帘的都是令人耳目一新的先进的企业文化。这是公司党支部为增强党员时不我待的紧迫感和企业凝聚力而精心策划和不断创新的结果。目之所及，“求真务实、诚信共赢”的企业理念，“诚实做人、认真做事、感恩回报、奉献创造”的企业追求、“艰苦奋斗的实干精神、诚信负责的敬业精神、敢为人先的进取精神、同心协力的团队精神、感恩回报的奉献精神”等企业精神，无不在彰显公司“赢在执行的务实文化、知行合一的学习文化、饮水思源的感恩文化、超越自我的创新文化和与时俱进的发展文化”。同时，公司党支部还通过建立图书阅览室、职工活动中心，开展各项体育竞赛、文娱活动深入开展精神文明创建活动推动企业经济与社会的协调发展。在先进企业文化的熏陶下，党员工作更加积极，广大员工的工作行为更加规范，企业凝聚力明显提升。

四、发挥服务功能，提高党员使命感和企业战斗力

在中瓷企业里，党支部不仅是企业生产、研发、销售等一线战斗中的堡垒，同时更是员工在生产、生活中遇到困难、遭遇挫折时的知心人、热心人和援助人。在党支部的建议和带动下，公司每年慰问困难家庭职工和奖励考取一本、二本的职工子女 600—1000 元已经形成制度；丁志坚同志从工资中拿出部分金额设立“丁志坚助学金”，每年保证一名贫困大学生完成学业的带动下，每名党员干部自觉结对帮扶一名困难职工已经成为传统；党员带头向灾区捐款，为附近村民献爱心，为福利院挖鱼池、修水塔等爱民、利民的善举已经成为党组织经常性的活动。组织的荣誉感增强了党员的使命感，党员的使命感极大地增强了企业广大员工对企业党组织和企业的认同感。近年来，在公司党支部的引领下，企业规模日益壮大、安排富余劳力就业越来越多、员工工资水平逐年增长，企业产值已经突破了亿元大关，为地方经济社会的发展作出了应有的贡献。

广州陶瓷工业展印象

2012年5月28日中国国际陶瓷技术装备及建筑陶瓷卫生洁具产品展览会(实际上就是我们常说的“广州(国际)陶瓷工业展”)终于在中国进出口商品交易会展馆如期开幕,据报道有来自20多个国家和地区的500多家陶瓷相关企业参展。之所以说终于如期,是因为在今年的3月份才最后由商务部决定了展会由中国建材联合会贸促会为主办方。在这两个多月的紧张筹备过程中,还出现了一些知名企业的不同声音(尽管最终还是协调解决了),也因此前几天有了《终结73天怀疑,2012广州陶瓷展盛大开幕》的展会报道(华夏陶瓷网署名文章)。可以这样说非常时期(时间极短的筹备)的非常展览(全球第二大陶瓷工业展)也就给笔者留下了一些非常印象。

此次是中国建筑卫生陶瓷协会第一次直接介入“广州陶瓷工业展2012”的筹备与主办,因此此次“工业展”的主办方是:中国建筑材料联合会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国国际贸易促进委员会建筑材料行业分会。与诸多展会主办方主要是用来冠名有所不同,如媒体所报道的:在主办方的多方努力下用73天时间完成了“几乎不可能完成”的任务。

“工业展”期间各种活动排满了全部日程,中国建筑卫生陶瓷协会几乎集中了自己各分会全部资源展开活动,同时支持行业媒体举办各种论坛、峰会、研讨会。展会开幕前一天(5月27日)上午,中国建筑卫生陶瓷协会第六届理事会第四次全体会长扩大会议暨陶瓷产业发展座谈会在会展中心附近的酒店召开,往常这个会长扩大会议都是在6、7月份举行,显然这次提前自有不同寻常处。原计划由《中国建筑卫生陶瓷年鉴》编辑部每两年举办一次的陶瓷产区科学发展论坛,也于展会开幕前一天下午在会展中心附近的酒店举行,主题为2012第二届陶瓷产区科学发展论坛暨新产品新技术推广交流会,而且主办方还增加了中国国际贸易促进委员会建筑材料行业分会。5月29日上午与下午,主办方同时支持了不同媒体举行的内容类似的喷墨印花技术论坛,就是:以《创新陶业》、《佛山陶瓷》为主主办的主题为“‘新’火相传,点燃希望”的“2012中国(国际)陶瓷喷墨技术高峰论坛”;以《陶城报》为主主办的主题为:“陶瓷进化论”的2012第二届(中国)国际陶瓷高峰论坛。这种在展会期间完全类似的论坛同期举行,笔者记忆中还是第一次遇到。在展会期间,琉璃分会、窑炉分会、陶板分会等都相应举行了各种研讨会、论坛。可见主办方为了展会成功举办,几乎竭尽全力。可谓用心良苦。

广州陶瓷工业展是已经具有20多年历史的行业品牌展会,是我国陶瓷行业在全球最具影响力的展会,虽然此次展会主办方已经全力以赴,但与近几届的广州陶瓷工业展相比,展览面积、参展商都有一定程度的下降。个中原因很简单,就是:内耗。而且主办方尽管较以前投入了更大的精力与经费,但至少在经济上却相反,获益更少。但是为了延续广州陶瓷工业展20多年的辉煌,也许是值得的,应该是值得的,一定是值得的。

关于广州陶瓷工业展2012,今年还有一个较大的例外就是意大利每年组团参展,却没有像往常一样,举行例行的新闻发布会,所以今年也没有机会似往年作为新闻发布会的嘉宾。据说个种原因却是那么大而又那么远:欧债危机。

关注了广州陶瓷工业展的主办、承办,反而对展会的内容注意得不够了。展会开幕当天笔者在展馆泡了一整天,第二天作为嘉宾与嘉宾主持在论坛上呆了一天,第三天远赴鄂尔多斯。在展会内容上给我留下的最深印象是:喷墨印花设备与墨水(还有喷头)几乎成为展会的主角,可以用如火如荼来形容吧。其他给我留下较深印象的还有:摩德娜机械挤压成型的大规格(超过2M)陶瓷板材;一鼎陶机械的在线检测设备;国维的一次烧微晶熔块;远泰的微晶熔块及陶瓷纸。当然还有不得不提的喷墨印花墨水的国产化(明朝、道氏等)。

摘自(尹博士专栏)

当阳陶瓷产业园入围 2012 年首届中国陶瓷名城创新大奖

近日，由中国建材报发起的 2012 中国陶瓷创新大奖入围提名隆重揭晓，我省当阳陶瓷产区入围创新名城。同时入围创新名城的还有河南长葛陶瓷产区、江西高安陶瓷产区、中国陶瓷产业总部基地（佛山）。

陶瓷行业的创新，要从观念、机制、管理、设备、技术、设计、产业链等方面实行全方位创新，中国陶瓷行业创新可以逐步改善社会对陶瓷企业“三高一低”的误解，为陶瓷行业生态化发展开辟新的模式，所以每一项创新，每一个创新的成果，都应该得到全行业的尊敬。2012 中国陶瓷创新大奖作为展会一个重要组成部分隆重推出，正是表现了主办方对创新的尊敬。推出创新大奖的目的是要在陶瓷行业里掀起一股波澜，引领行业沿着成就辉煌的大道高歌猛进。

此次创新大奖分为 3 项，创新名城、创新企业和创新人物。其中，创新名城将颁给有创新精神和富有创新能力的陶瓷产区。随着近些年陶瓷转移步伐的加快和新型陶瓷产区的兴起，我国陶瓷行业呈现了多产区、大集群的发展模式，通过对创新名城评选，对在陶瓷产业整体结构调整、转型发展做出突出贡献的产业集群进行表彰。

（秘书处综合报道）

目前已有 10 台喷墨机—— “泛高安”产区喷墨风潮来袭

2012 年注定成为“泛高安”产区的“喷墨年”。如果说因为一年上马近 20 条仿古砖线使“泛高安”产区 2011 年跨入仿古砖时代，那么目前“泛高安”产区已有十台喷墨机安装，且有多家企业正在酝酿购买喷墨机事宜，说 2012 年是这个新兴产区的“喷墨年”就一点也不夸张。

喷墨受宠

据了解，目前江西的高安、萍乡、上高等产区都有企业陆续上马陶瓷喷墨机，其中高安的江西新中源、江西神州陶瓷、江西普京陶瓷、江西威臣陶瓷，上高的江西国员陶瓷，萍乡的江西正大陶瓷等具有较强实力和创新能力较强的企业都有上马陶瓷喷墨机。

此外，江西瑞福祥陶瓷等几家企业也在酝酿上马陶瓷喷墨机，而景德镇一家做西瓦的企业曾设想将喷墨打印引入西瓦生产领域，这一度成为该产区关注的话题。而江西新明珠、江西欧雅等“佛山籍”企业都有喷墨产品从广东总部引进，成为产品的一大亮点。

记者在欧雅企业近期召开的新品发布会上注意到，该公司更将喷墨作为主打产品，向与会经销商大力推广，而经销商对喷墨产品则表示了较大兴趣。一位经销商在会议现场表示，喷墨产品花色亮丽、层次感强，对于消费者的吸引还是较大的。

据悉，江西喷墨机购买价格一般在 260 万元左右，墨水大都来自佛山或直接向国外供应商购买，价格约在 20 万元每吨上下。

渠道遇阻

“整个高安产区的喷墨产品在终端的销售十分好，但是真正像常规产品那样有较大的销量还是需要时日。”江西新明珠建材有限公司营销总经理王智勇日前在跟本报记者交流时给出了自己的观点。

王智勇表示，高安产区的企业渠道都在三四线市场，而这些经销商在新产品推广方面比较欠缺，所以渠道是目前喷墨在江西产区推广的最大障碍。

“我们的喷墨产品经过大半年的磨合现在才开始得到经销商的青睐。”江西普京陶瓷有限公司瓷片线生产总监何芬洪透露，喷墨产品自身优势比较强，而且能上墙下地，但是对价格在消费者的接受程度上企业还需要有足够的耐心。

江西神州陶瓷作为高安产区瓷片领域的“后来者”，但是其市场扩张速度展现了一股“后来居上”的霸气。该公司董事长胡精斌表示，高安产区依靠单纯的营销手段已越来越艰难，需要一些新的营销方式来推动，以喷墨产品为例，配套和展示显得非常重要。

（陶城报）