

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

2012年上半年湖北建材工业增速放缓,建筑卫生陶瓷工业增势强劲

上半年,全省1207家规模以上建材企业共实现工业总产值829.63亿元,累计增长26.82%,超过全国建材工业平均增长率16.54个百分点,增速居中部6省第一位,如包括交互行业,建材工业总产值达到1038.26亿元,经济规模再上新台阶。共实现销售产值803.98亿元(不含交互行业,下同),累计增长26.84%;全行业产品销售率96.91%,与去年同期基本持平。虽然全省建材工业增势不减,但工业总产值增速已逐步放缓,其中一季度增长率高达46.67%;4月降至33.03%;5月再降至29.22%;6月为26.84%,降幅已明显收窄,预计全年仍将保持两位数增长率。

水泥工业增长减缓。共实现工业总产值211.56亿元,增长4.24%;共生产水泥4579万吨,增长7.29%;当月产量878万吨,比5月略增14万吨。共生产水泥熟料2641万吨,增长7.52%;当月水泥熟料产量489万吨,比5月净增31万吨;全省12个市州中,水泥熟料产量增长的有8个,下降的有4个,其中十堰、恩施、襄阳增势明显,孝感、鄂州降幅较大。

建筑卫生陶瓷工业增势强劲。建筑陶瓷实现工业总产值47.69亿元,增长34.32%;共生产陶瓷砖16403万平方米,增长18.08%;其中当月产量3328万平方米,比上月净增352万平方米。当阳陶瓷继续保持全省建筑陶瓷独大地位,产量增长率超过全省平均水平4.71个百分点;累计产量占全省建筑陶瓷总产量的80%以上。卫生陶瓷完成工业总产值11.46亿元,增长145.84%;共生产卫生陶瓷790万件,增长20.19%,产量仅次于河南、广东、河北,居全国第4位。

(湖北省建材行业协会)

河南省副省长王铁视察河南省陶瓷砖产品质检中心

7月10日,河南省人民政府副省长王铁在有关部门领导陪同下莅临内黄视察,现场观摩视察了内黄县质监局承建的河南省陶瓷砖产品质量监督检验中心,对该中心的建设情况及考核验收筹备工作给予高度认可。

王铁副省长一行先后视察了河南省陶瓷砖产品质量监督检验中心多功能会议室、业务接待大厅、理化室、综合试验一室、二室、原子吸收室、放射性检验室、小型仪器室、耐磨实验室等,观摩了数显式陶瓷吸水率测定仪、陶瓷砖湿膨胀仪、陶瓷砖抗热震性测定仪、静摩擦系数测定仪、数显陶瓷砖抗折试验机、陶瓷釉面抗龟裂试验机等检验检测设备的试运行情况。王铁副省长专门就陶瓷砖放射性检验、釉面检验等技术问题进行详细咨询,了解该中心在人员技术保障方面的筹备情况。王铁副省长对该中心的建设给予高度评价,对内黄县质监局开拓创新、强抓机遇、积极服务地方产业集聚区发展的工作思路和措施给予褒奖,要求市县政府对技术平台建设提供大力支持和条件,共同促进产业集聚区经济又好又快发展。

(中国质量新闻网)

广东抽查陶瓷砖 24 批次产品不合格

广东省质监局7月20日通报陶瓷砖产品质量专项监督抽查结果,有24批次产品不合格。

本次抽查了珠海、佛山、江门、肇庆、惠州、东莞、清远、河源、云浮等9个地市126家企业生产的陶瓷砖140批次,依据有关国家标准和经备案现行有效的企业标准及产品明示质量要求对陶瓷砖产品的表面质量、尺寸、吸水率、破坏强度、断裂模数、抗釉裂性、耐污染性、耐化学腐蚀性、无釉地砖耐磨性、光泽度、放射性核素、标志等12个项目进行了检验。

经检验,不合格24批次,不合格产品发现率为17.1%,剔除仅标识不合格16批次,实物质量不合格产品发现率为5.7%。主要不合格项目涉及到标志、破坏强度、尺寸、断裂模数和吸水率。

湖北安广陶瓷有限公司 2012 新品推介会隆重举行

7月27日，湖北安广陶瓷有限公司 2012 新产品上市推介会隆重举行，来自全国各地的数百客商应邀参加了这次新品推介会，湖北省建材工业协会秘书长、省陶瓷工业协会名誉会长周豫鄂出席了推介会，对该公司力求创新的发展意识表示肯定和赞许。

安广集团董事长刘平在推介会上热情洋溢地致欢迎辞，他说，安广陶瓷的发展离不开广大客商的鼎力支持，无论您来自哪里，安广陶瓷永远是各位客户客商的“家”，欢迎各位常回家看看，公司将一如既往地以过硬的质量、一流的服务，不断开拓创新，为广大客商提供坚强后盾，携手共进，共同发展，开创安广陶瓷的美好未来。

在这次新品推介会上，该公司隆重推出的安广、楚瓷、优购系列瓷砖产品，质量上乘，种类丰富，工艺独具匠心。该公司总经理彭小俊说，安广陶瓷一直致力于为千家万户设计生产款式新颖、漂亮美观的瓷砖产品，我们不仅仅在生产瓷砖，我们更是在创造一件件艺术品，扮靓您的家居，让您乐享现代时尚生活，这是我们安广陶瓷人的责任。

与会经销商代表参观了安广陶瓷整洁漂亮的厂区，仔细观看了公司产品。他们高兴地说，公司的实力和生产水平给我们吃了“定心丸”，再加上公司现代化的管理水平和富有特色的产品文化，更加坚定了我们经销商的信心，对公司的信心、对产品的信心、对做出良好业绩的信心。

湖北安广陶瓷有限公司坐落于远安工业园，公司占地 400 余亩，总投资 6 亿元，拥有目前中国最先进的陶瓷内墙砖生产设备。从 2010 年厂房开始建设，凭借着雄厚的实力，仅用了半年多时间，公司顺利实现投产。安广陶瓷充分利用远安当地优质丰富的陶土资源，凭借行业内领先的现代化生产设备、先进的生产工艺，所生产的系列产品品质优异，经历了市场的检验，深受广大消费者喜爱，产品远销湖北、重庆、湖南、安徽、陕西等地。公司成立仅几年时间，凭借过硬的质量，不断创新的工艺水平，销量年年攀升，公司全部投产后，可实现年销售额近 10 亿元。安广陶瓷是湖北省整体通过省环保厅环保评价的现代化陶瓷生产企业，公司拥有两条日产近 6 万平方米的内墙砖生产线，率先在华中地区拥有 3D 喷墨印花技术。

(秘书处)

世界小姐携手陕西六城业主走进湖北新中源

2012 年 7 月 22 日，世界小姐赛区冠军贺婷婷携手陕西商南、商洛、山阳、蒲城、大荔、高陵六市 600 多位在急待装修的业主开启了新中源陶瓷湖北营销中心团购大联盟之旅，湖北新中源营销中心为此举办了盛大的欢迎仪式。

新中源集团副总裁湖北基地总经理陆冰先生，新中源建材湖北销售中心营销总经理梁睿先生，新中源陶瓷湖北营销中心销售总经理田维贵先生，新中源湖北团购部总经理王津先生分别出席了活动现场。

活动当天，600 多位业主在数十名专业导购员的热情欢迎及陪同介绍下，兴致勃勃参观了近万平方米的豪华产品展厅，各产品区域被挤得水泄不通，热闹非凡。琳琅满目的陶瓷卫浴精品让业主不禁发出阵阵赞赏好评之声，在各项优质产品、优惠政策利好面前，业主们积极选购产品并踊跃排队交纳诚意定金。来自商南的陈先生这样讲到：“参加多很多次其它行业的促销活动，但是像今天这种体验式消费活动还是第一次，对我们这种业主而言，就是需要类似于这种的团购活动，直接与厂家面对面，省去中间环节，通过对公司实力的一个了解，对产品及样板间的一个更深入的参观，选购产品时让我们放心许多。”

来自山阳的刘女士高兴地说：“在湖北新中源，我们不仅选购到优良的产品与服务，还享受到厂家给我们量身定做的价格实惠，最重要的是给我们提供了产品的铺贴与装修方案，我们买的不仅仅是瓷砖，而是整体的空间解决方案，真是不虚此行！”

除了前所未有的各项活动优惠及赠送政策外，本次活动另一个最大的亮点就是“世界小姐走进新中源”大型文艺展示活动，为陕西的父老乡亲献上了一场前所未有的视觉盛宴，让各位业主目睹了世界小姐的魅力风采。

据初步统计，此次活动，到场业主成交率达 98.5%，给“新中源行”五星级团购活动光辉灿烂的发展史又增添浓墨重彩的一笔。

(陶瓷信息报)

三锦囊破解“产能过剩”之困

陶瓷卫浴业的产能过剩由来已久，准入门槛低成为各资源产地招商引资的重点对象，即使产能已呈现过剩的当下，陶瓷卫浴业招商引资的脚步仍没有停歇，红红火火的发展势头并没让人感受到产能过剩的温水正在加沸。据介绍，除了海南、北京和西藏外，各地都陆续有陶瓷企业落户，目前全国各地形成了30余个各具特色的陶瓷卫浴产业区域（集群），生产企业超过6000家。

国家对楼市调控的坚定决心，国际市场的持续低迷，生产成本的持续上涨，行业发展从狂热日趋回归理性，以及国家对陶瓷卫浴业日趋深化的管控和利淡，让陶瓷卫浴业不得不寻找市场突围解困的良策。

锦囊之一——规范和创新

控制总量、淘汰落后，一是规范，二是创新。对陶瓷卫浴业的自主创新，应该是全方位的，如通过技术手段的创新，提升生产效率、产品品质和科技含量，提升企业综合实力；如通过产品创新，以高技术含量、高附加值、高性价比产品为主打，提升服务质量来增强顾客满意度和品牌美誉度；如通过品牌手段，创新营销模式，深耕细分市场以提升产品销量和品牌知名度，提速品牌建设的进程和成效；如通过模式手段，包括创新竞争模式、商业模式、营销模式等，在行业洗牌或是新的经营领域，树立自己的行业地位，塑造全新的竞争格局和游戏规则。创新已被陶瓷卫浴业赋予了神圣的职责和使命，陶卫企业切记创新在拓展市场、打造品牌及市场突围中的作用，灵活运用，笃定执行，相信会有所斩获。

锦囊之二——整合与重组

中国建材联合会会长乔龙德指出，要组织引导建筑卫生陶瓷行业的龙头企业以技术、品牌、管理、资源、市场等优势，开展兼并重组。积极开展企业间的合作（竞合）、整合，也是突围解困的不错途径。

目前河南长葛卫浴产区实施战略转型，为国内知名卫浴品牌贴牌，借助合作促进产业提升。其实，无论是产业联盟，还是企业合并，最终目标是可持续发展。但陶瓷卫浴业由于自身的特殊性和局限性，企业大都不太愿意走合并之路。以中小陶瓷卫浴企业为主的整个产业，从产品竞争到品牌竞争再到产区竞争，不仅造成了产能过剩的恶果，更使得行业生态环境严重损伤。

锦囊之三——标准加政策

中国建筑卫生陶瓷协会副会长兼秘书长缪斌表示，控制总量，淘汰落后，主要依据和原则是“十二五”发展规划和《建筑卫生陶瓷单位产品能源消耗限额》国家标准，制订行业准入门槛，科学、合理、有序地控制新增产能，鼓励创新“增量”，优化资源配置。

业内人士也认为，必须提高技术标准和入行门槛，尽快完善各种产品和技术标准化是应对产能过剩的主要手段。提升标准不是刻意难为中小企业，而是向国际水平靠拢，以提升陶卫企业的整体水平为出发点，加速推进陶瓷卫浴业的转型升级，以及打造陶瓷卫浴强国的终极目标。或是在纳税、出口退税、融资、银行贷款、能耗等方面制定具体且可操作的指标。陶瓷卫浴企业针对这些不断变化且以提高为主的产业政策、标准、税赋等，积极响应，着力提升，力争在调控产能的淘汰赛中胜出。

在不久前召开的全国建材行业协会工作会议上，乔龙德强调，建筑卫生陶瓷产业要坚决控制总量，遏制新增产能和低水平重复建设，同时加快发展方式转变，由以增量和速度为主的增长方式，果断转向以创新技术、提高质量、提升创意设计水平和增加附加值和精品为主要目标的发展轨道上来。他提出，要把控制总量、调整结构和转型升级作为一切工作的主线，坚决遏制新建新增传统建材产业的增量。

（中国建材报）

夹江陶瓷企业进入技改检修高峰期

“淡季停线技改，旺季建线增产”已成为夹江陶瓷企业一贯的行事作风。而如今正处于瓷砖销售淡季，不少企业已经开始相继出现停线停产现象，为陶企技改检修迎来了有利的时机。

进入7月以后夹江陶瓷砖销售量下滑严重，却也为生产设备检修提供了一个喘息的机会。技改检修主要针对窑炉、压机、釉线以及生产线上的基本设备零件等进行全面检查、保养及更换，于此同时，定期停产检修还有利于缓解设备持续性工作的压力以延长使用寿命。

米兰诺生产厂长廖全伟告诉记者，企业将于8月开始进行为期一个月的停产检修，在此期间将对部分生产线进行节能、增产、设备更换等方面的技术改造，并对现有生产设备进行检修与保养。

据了解，夹江陶瓷企业技改检修的方向主要在节能减排和设备维护两个方面。节能减排方面，一是实施工业窑炉节能工程，推广窑炉内堂涂节能材料及加长燃气喷枪、改造风机和烧嘴脉冲助燃热值，增加热辐射；二是实施余热余压利用、尾气利用工程；三是实施节电工程，重点推广变频器装置，在陶瓷行业重大耗电环节球磨系统、压机系统、抛光系统上进行设备升级创新，改进节电装置。此外，加强对工艺革新的技改力度，推广陶瓷窑炉一次烧成技术以及多层干燥窑技术、改窄短窑炉为超宽超长窑炉，可节约能源35%，同时提高产能30%。据统计，夹江县现有一次烧成窑炉15条，占气烧生产线的12.6%。五是不断加大研发力度，推出大尺寸的“超薄砖”，将原8mm的抛光砖降低到6mm，从源头上节省了原材料，仅此一项革新，便为企业节约成本3%。

而设备检修与维护方面则主要表现在定期对设备进行保养及更新换代。一般的设备都会详细注明保养周期，并规定在保养周期内，必须停下来检修与维护才能延长设备的使用寿命。而检修期间也是更换设备的有利时机，不耽误生产，又能提升设备的性能。

“又破又旧能生产，缝缝补补又一年。”某企业负责人用这样一句话来形容目前夹江生产线的情况。对此，业内人士表示，夹江企业的生产线之所以经常需要检修的主要原因是夹江大部分企业生产设备都已经陈旧老化，在生产中容易造成损坏和能耗大、高污染等问题，因此需要定期对设备进行检修与维护。相对而言，近几年新建生产线检修的次数要少、且规模要小。

（陶瓷信息报）

湖北恩施安华瓷砖卫浴武陵国际馆开业

7月15日，湖北恩施安华瓷砖卫浴综合馆正式开业。据了解，此次安华瓷砖卫浴综合馆开业超大优惠政策回馈顾客，除了店面推出的多款特价产品外，更有很多非常优惠的瓷砖卫浴套餐供顾客选择。

安华瓷砖卫浴综合馆力求为消费者营造良好舒适的购物体验，通过统一的品牌形象设计，精心建设的专卖店，专业的导购人员，让消费者买的舒心、用的放心。

一直以来，安华瓷砖坚持在自然中萃取奢华的设计元素，打造舒适、纯然、和谐的人居空间。高端的天然石材产品，时尚的名贵墙纸产品，稀有的顶级玉石产品，都在安华精湛的制瓷工艺下得以还原。置身于安华瓷砖的空间，让人体验一种与自然同呼吸的惬意与感动。安华瓷砖以7大技术革新引领行业，推出全抛釉瓷砖新标杆——宫殿石！

此外，从恩施安华瓷砖卫浴武陵国际馆开业当天销售形成的抢购热潮来看，安华瓷砖作为陶瓷行业十大最具影响力的陶瓷品牌，在恩施安华瓷砖卫浴武陵综合馆火爆开业中再次得以体现。

据悉，安华瓷砖事业部营销总监督振对于本次恩施开业活动给予高度评价。并勉励安华瓷砖经销商进一步做精、做深、做透，厂商一体，做强流通，把安华瓷砖做大做强！

（陶瓷信息报）

高安陶企推广方式不一 对品牌化道路存分歧

高安陶瓷产区在经过数年的发展和沉淀后在全国各大陶瓷产区中已经具备了一定的影响力，高安的陶瓷产品也已经被市场和消费者所认可。自 2007 年高安市政府大力招商引资以来，高安陶瓷产业发展一路高唱凯歌，发展迅猛。据相关部门统计数据显示，截止到 2012 年，整个高安产区投产生产线已达近 140 条。高安陶瓷产业在取得骄人成绩的同时也面临着产业发展过程中不可避免的诸多问题。如产能过剩、价格战、无序竞争、产品结构单一等。在这其中，最重要的还是品牌塑造问题。高安究竟适不适合走品牌化道路？记者带着这些问题走访了多位高安陶瓷业界的知名人士，却得到了两种不同的说法。

“品牌之路可行”

从事陶瓷行业十多年的某职业经理人肯定的告诉记者高安陶瓷产区如果想要有更好的发展和前途，那么它必须要走品牌之路。此职业经理人表示目前高安产区虽然面临着产能过剩、无序竞争、杂乱的价格体系等诸多问题，但是这些问题仍然能随着产业的优化升级而慢慢被消化掉。要实现产业的优化升级，品牌化路线是最佳的选择。

另一陶企负责人表示，高安的陶瓷产业在不久的将来必将重新洗牌。市场的低迷会加剧未来各个陶企之间的竞争，激烈的竞争必然会淘汰一部分实力较弱的企业，综合实力较强的企业通过重组和并购会在竞争中脱颖而出，并且变得越来越强。整个高安的陶瓷产业通过市场的重新洗牌和布局，必然会焕发出另一番新的景象。届时，高安陶瓷产业也必将走向品牌化。

另一业内人士告诉记者，高安陶瓷要走品牌化路线，竞争是一条必由之路。他向记者解释道，高安陶瓷产区从严格意义来说发展的时间到 2012 年只有短短的五年，一个产业从发展到成熟需要几十年或者更久的时间，所以高安陶瓷产业短短的五年时间相对于整个产业的发展过程来说可能仅仅只是一个开头，因而目前高安产区陶企的管理制度、企业文化、经营模式、产品品质等还相当的落后，甚至有的企业还单纯的只是停留在简单的卖砖层面上。从某种意义上来说，竞争会提高和锻炼企业的抗压和抗风险的能力，也会促使企业不断的改革和完善体制，进而让企业慢慢在竞争中走上品牌化之路。

“品牌之路是天方夜谭”

就在大部分人认为高安产区品牌化之路可行的情况下，也有人持否定观点，认为高安产区要走品牌化路线简直是天方夜谭。

某企业的营销老总李某认为，高安要走品牌化路线这简直有点可笑。要走品牌化路线首先要做到的是要让自己的产品变得高端，然而高安在目前的各项条件下永远做不了高端的产品。无论从设备还是生产工艺上来说，高安的产品还远远达不到高端产品的规格。另外还面临着一个重要的问题，那就是原材料的问题，目前高安产区使用的原材料大部分质量不稳定，有时候甚至连正常的供应都成问题。

其实，高安产区走不了品牌之路还有一个最重要的因素，那就是市场。高安产区自成立和发展以来就一直定位为中低端，所以市场和消费者已经对高安产区的产品有了定向的认知，并且在心里给高安产区的产品打上了“中低端”、“三四级”的标签。市场认知一旦形成就很难改变，企业改变产品容易，要改变消费者已有的认知却是相当困难的事情。任何以盈利为目的的企业都是以市场为导向的，所以高安产区的陶企要想生存和发展就必须要以目前市场对高安产品已有的认知为导向，以此可以看出高安陶瓷走品牌之路或许只是单方面的主观能动性。

至于高安陶瓷未来如果不走品牌化之路那该何去何从，记者向李某表示疑问。李某打趣的告诉记者要么一直走中低端市场做出自己的美誉度，要么可能成为继佛山沙岗的第二个沙岗。

（陶瓷信息）