

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

当阳陶瓷工人与企业签工资集体协议

2012年7月24日,湖北首家陶瓷行业工会联合会——当阳市陶瓷行业工会联合会成立。大会现场,在当阳市总工会的见证下,当阳市陶瓷行业工会联合会主席黄天唤代表全市45家陶瓷及其配套企业,与企业代表刘春华签订了工资集体协议。

该协议约定,陶瓷行业职工月工资不低于950元;职工月工资与企业效益挂钩,企业盈利年增长10%,职工工资不得低于6%;职工生活、电话、交通、以及夜班、高温等津补贴,按照国家有关规定执行到位。

目前,当阳陶瓷行业的就业职工有16392人。今年上半年实现产值34亿元,占该市规模以上企业总产值的17%,上缴税金0.54亿元,已经成为该市工业经济的重要支柱产业。

今年以来,当阳市总工会根据社会调查,提出了“员工工资应采取措施逐步提高”的意见,经过企业与工会、职工代表反复讨论,出台了当阳陶瓷行业工资集体协议合同书。

“以后,每个月发多少工资,老板也得听我们工人的意见。工资发放按时、足额,工作更舒心。”湖北楚瓷建材有限公司员工岳俊杰高兴地说。

(人民网)

湖北鑫来利陶瓷发展有限公司荣获 湖北省第十一届“守合同重信用”企业称号

在湖北省进一步规范市场经济秩序,加强社会信用体系建设,打造“诚信湖北”的活动中,湖北鑫来利陶瓷发展有限公司以其良好的市场信用和企业形象,被湖北省企业信用促进会授予第十一届(2010—2011年度)湖北省“守合同重信用”企业称号。

近年来,湖北鑫来利陶瓷发展有限公司高度重视“守合同重信用”工作,不断规范合同管理,着力打造企业诚信品牌,大力加强企业自身的信用建设,从加强培训,提高合同管理人员的业务素质入手,对合同的审核、签订、履行等各项环节进行调整和优化,形成了合同管理的闭环运行,使合同管理与公司的经营活动有机结合,有力促进了公司经营规范化运作。公司现有“鑫来利”、“玉泉”、“驰乐”三大仿古砖品牌,产品合格率达到100%,产销率保持在90%以上,全国各大城市经销商达400余家,2011年合同履约率为100%,顾客满意度平均值达到90.62%。

为增强企业信用意识,提升企业综合素质,打造诚信品牌,湖北鑫来利陶瓷发展有限公司秉承“信誉第一、客户至上”的经营宗旨,始终坚持合法经营、公平交易,着力打造企业诚信文化,把诚实守信作为员工思想道德建设的重点,把诚信建设作为企业精神文明建设、企业文化建设的一项重要内容,引导各级管理人员和员工诚信为本,使“守合同重信用”成为全体员工实实在在的行动。

同时,组织开展相关法律法规和技术规范学习活动百余次,通过学习,进一步提高了中层以上管理干部和业务骨干的法律意识,增强了诚信经营、依法经营的理念。为了严格认真、诚实信用地强化经营管理,公司建立健全了合同管理的一系列制度,从而增强了生产经营中的法制意识和诚信经营观念。两年来共签订各类经济合同421份,合同金额2.3亿元,签约率100%。加强合同的管理,保证合同的如期履行。在合同的订立、履行、变更、终止等活动中,我们以法律法规为准绳,以行业标准为依据,从而增强了履行合同的有效性,树立了良好的诚信商务形象。

(陈润生)

湖北楚林陶瓷有限公司召开厂商联谊会 上半年已经实现销售收入目标过半

8月2日，湖北楚林陶瓷有限公司“相约楚林、合作共赢”厂商联谊会在远安县国际酒店召开。来自全国10多个省市的300多名嘉宾参加了此次联谊会，远安县委常委、常务副县长杨卫华，湖北省陶瓷工业协会会长吴全发，远安县政协常委、县工商联主席、湖北花林新型建材集团董事长闫友平以及远安县经信局等相关政府、行业部门领导、企业代表出席了联谊会。

湖北花林新型建材集团、湖北楚林陶瓷公司董事长闫友平在联谊会上致欢迎词，对各位领导和来宾表示热烈欢迎。他介绍说，花林集团是一个只有5年创业史却拥有10个子公司的企业集团，楚林陶瓷公司组建于2009年，总投资2.5亿元。主要专业生产加工300×300mm、300×600mm等规格的完全不透水釉面墙砖及配套产品，拥有“楚林”、“花林”“正格”、“基欣格”、“鸣凤山”等七大品牌。楚林公司今年的销售目标是完成销售瓷砖1000万件，实现销售收入2.5亿元，上半年已经实现目标过半。

湖北省陶瓷工业协会会长吴全发对这次联谊会表示祝贺，他说，楚林陶瓷公司是一家集研发、生产、销售为一体的现代化生产企业，也是湖北省陶瓷工业协会副会长单位。他希望楚林陶瓷公司强化科学精细的管理理念，更加强化市场观念和新产品开发意识，加强与相关企业和客商的合作，不断推陈出新，以湖北陶瓷的品牌优势，在激烈的市场竞争中立于不败之地。

值得一提的是，该公司在合作厂家及广大客商的支持下，今年又成功推出了一批引领市场潮流、深受消费者欢迎、附加值相对较高的新花色和新产品，目前这些新产品主要以湖北、湖南、河南为核心逐步辐射云南、贵州、重庆、陕西、甘肃、广东等省市和地区。

(秘书处)

佛山6陶企落户湖北浠水 投资总额达66亿元

近日，湖北浠水县与广东佛山市新中陶等6家陶瓷企业签订投资协议，投资额达66亿元。从窑炉建造到窑炉机械加工，再到陶瓷产品生产，浠水窑炉产业链不断加粗延长。

世界窑炉看中国，中国窑炉看浠水。全国各地的工业窑炉，大部分是浠水人建造的。全县窑炉从业人员达到4万人，年创劳务收入10亿余元。去年，“浠水窑炉工”获全省十大劳务品牌称号。今年6月下旬，浠水窑炉人建设的福建闽清“大业陶瓷”抛光砖生产线成功点火，该砖窑为目前国内最长辊道窑。

近年来，浠水重视窑炉产业集群建设，在县开发区设立了窑炉机械工业园和陶瓷工业园。以劲马公司为代表的18家窑炉机械制造企业，年创总产值5亿元，产品占据全国市场份额的40%，还打入国际市场。

去年5月，浠水首家大型陶瓷企业“京华陶瓷”投产，产品出口到美国、日本。浠水人开始在家门口建窑炉，并用家乡的红土生产陶瓷产品。目前，浠水政府致力于引进广东投资，壮大陶瓷工业，计划用6年左右的时间，建设拥有60条生产线、占地6000亩的陶瓷产业园，打造中部最大的精工陶瓷生产基地。

(湖北日报)

《中国“百年陶瓷史”——湖北地区的陶瓷》完稿

由中国建筑卫生陶瓷协会组织编撰的《中国“百年陶瓷史”——湖北地区的陶瓷》日前完稿。这篇反映湖北陶瓷百年发展史的文稿由我省建材行业资深人士张凡先生历经数月、参考各种资料编写完成。文稿内容包括“湖北陶瓷业百年发展概述”、“湖北的日用陶瓷业”、“湖北的建筑卫生陶瓷业”、“湖北的陶瓷窑炉产业”等篇章，首次系统、客观地反映了湖北陶瓷工业近百年的发展状况，具有很高的史料价值和学术价值。

(秘书处)

武汉陶瓷市场：品牌荟萃，竞争激烈

在武汉各大传统建材市场，挂着江西、湖南、广东、福建、山东牌照的车辆来往不断，这印证了武汉市场在全国各大产区陶瓷企业中的举足轻重地位。调查发现，武汉市场几乎涵盖了整个陶瓷行业的所有品牌和所有陶瓷产地的产品。其中以广东、福建、江西、湖北、湖南的品牌和产品最为普遍。在华中建材市场、汉西铁路建材市场和金太阳建材装饰城三家比邻的建材市场内，瓷砖荟萃，厂家、总代理云集，水晶砖、外墙砖、抛光砖、各类琉璃瓦和卫生洁具等陶瓷类建筑装饰材料拥有上万个品种样式，商品批零兼营，已覆盖到本省各地及周边河南、安徽、江西等省。不过，广东一线品牌依旧是市场的主流。各大传统、高端卖场内处处充斥着广东陶瓷卫浴产品的身影。绝大部分江西、湖北、湖南等产地的产品仍然只能偏居传统批发市场一隅，靠走量和低利润来维持市场和生存。

“江西、湖北、湖南等产地的产品质量不及广东，产品结构十分单一、品牌影响力小、产品附加值低，在竞争激烈的武汉市场只能靠拼价格来维持”。吴限是湖北多个陶瓷品牌的代理商，同时也还代理了广东品牌，在华中建材市场做了多年的陶瓷生意，这是他的最大感受。“这几年，市场竞争一年比一年激烈”。吴限说。

在高低端品牌云集的武汉市场，不适应市场竞争和缺乏足够竞争力的品牌一个接连一个渐挤出，但同时又会有新的品牌去补充。“每年都会有一批广东、福建陶企的直营店因经营不善而退出武汉市场”。激烈的市场竞争让武汉市场的陶瓷品牌更替很频繁。

然而，人口超千万的大武汉市场终究还是充满着无限的诱惑，引来了不计其数的陶瓷卫浴品牌扎堆聚集。“武汉与其说是武汉人的武汉还不如说是湖北人的武汉”。在汉西铁路建材市场的一位经销商看来，武汉市场的消费群体不仅仅局限于武汉的千万人口，随着武汉与周边中小城市交通的日益完善和联系的日益加强，武汉市场更吸纳了周边城市的人群前来消费。

高端低档品牌易卖 中端品牌难销

“目前武汉市场高端品牌和低端品牌受国家宏观政策影响不大，影响最大的是中端品牌”。武汉市盛世伟业建材有限公司销售总经理说，由于武汉二环线内的城中村改造，建高端商品房和高端商务区，因此催生了一大批高端消费群体；低端品牌也因经济适用房建设，新农村建设等政府政策机遇非常畅销；而中端品牌的市场竞争最为激烈，消费者多为普通市民，在国家房地产打压政策下，所受影响最大。武汉东西湖区舵落口建材市场的一位经销商同样认同该种说法，“这几个的工程订单接都接不过来，我都推了好几个”。该经销代理的是产地不明的低端抛光砖产品和瓷片产品。三环线外的东西湖区正处于大开发时期，一幢接一幢高楼的拔地而起为东西湖区的陶瓷市场提供了充裕的发展空间。

“这两个月由于学生放假，学校都在抓紧时间建设、翻修，工装效果比较好”。吴限告诉记者，当前工装好于家装只是暂时的，“等到十月份结婚的人多了起来，家装就会好于工装了”。

记者走访市场获悉，目前抛光砖、瓷片在武汉的使用量最大，多用于工装。其中抛光砖 800 × 800mm 的最为流行，瓷片 300 × 600mm 的最受欢迎，这也是抛光砖、瓷片产品遍布武汉市场的原因之一。此外，由于武汉昼夜温差较大、冬冷夏热，居民卧室装修多喜欢使用木质地板，而不是仿古砖等瓷砖产品。这使得仿古砖在武汉的家装市场上表现得并不突出，多使用于酒店、宾馆、KTV 等娱乐休闲场所。而微晶石、全抛釉等高端陶瓷产品随着市场的普及和价格的降价，越来越被普通的大众消费所接受。“目前武汉的微晶石价格已经乱了，几乎国内所有的微晶石品牌在武汉都设有专卖店。”由于激烈的市场价格战，微晶石已经由去年的‘天价’变成了如今的‘白菜价’。马赛克、艺术砖等个性化产品也在武汉建材市场内随处可见，甚至在部分定位高端的一站式卖场里也可看到马赛克产品的身影。

（摘自《陶瓷信息报》）

加快自主创新 加强品牌培育 湖北鑫来利陶瓷发展有限公司多措并举推动内涵发展

面对当前严峻的经济发展形势和复杂的行业竞争环境，湖北鑫来利陶瓷发展有限公司通过加快自主创新、拓展市场营销、培育行业品牌、积聚内涵发展等一系列有效措施，努力引导企业创出一条条新路，实现了平稳较快发展。

企业核心竞争力的提高，很大程度上取决于研发实力的增强。鑫来利陶瓷紧紧抓住宜昌市跨越发展的重大机遇，加快创新发展、科技兴企的发展步伐，今年3月，公司与武汉理工大学签署校企合作协议，共同建设一个高水平、高科技的省级陶瓷研发和检测中心，以提高公司产品科技的含金量，为科技培育提供了人才和技术保障。

在拓展市场营销方面，鑫来利陶瓷充分发挥自身拥有的专利技术和生产成本相对较低等优势，积极调整和优化战略规划，加大营销力度，打响产品品牌，使得以金属釉、原生木纹、全真仿皮、文化石、仿石纹等系列仿古砖为代表的一批主导产品的占有率有了较大提高，在全国各大城市均建立了完善的销售服务网络，经销商达400多家，产品产销率保持在90%以上，经济运行态势良好。

21世纪企业的竞争已全面步入品牌竞争的时代，实施品牌战略已成为增强企业竞争力的首要问题，鑫来利陶瓷秉承“质量第一、信誉第一、客户至上”的经营宗旨，高度重视现有“鑫来利”、“玉泉”和“驰乐”三大产品品牌的维护改造和提升，确保产品质量稳定提高。同时充分利用现有品牌的市场基础，加强重点品牌的品类构建，突出主导规格，彰显风格特色，树立品牌形象，提高品牌信誉，增强品牌核心竞争力。鑫来利陶瓷发展有限公司及旗下“鑫来利”品牌瓷砖分别荣获2010—2011年度“消费者满意单位”、“消费者满意商品”荣誉称号，“鑫来利”、“驰乐”两大自主品牌已获评为宜昌市知名商标。

鑫来利陶瓷还注重做好员工队伍的稳定和人才的引进、培养工作。公司及时修订了薪酬管理办法，提高员工工资待遇，并通过完善绩效考核机制、加强员工培训、开展技能比武、对优秀人才实行政策倾斜等，不断激发员工积极性、提升员工素质，使一大批员工脱颖而出。同时，公司注重人才储备，善借外脑资源，与多所科研院所、名牌高校建立了良好的人才聘用和共同培育机制，成为公司开发新产品、进行技术攻关、引导公司发展的坚强后盾。

湖北鑫来利陶瓷发展有限公司将以成为湖北省乃至我国中部地区建陶行业的龙头企业为目标，以强化精细化管理为基础，以发展经济效益为中心，以节能技术改造为突破口，以陶瓷科技研发为平台，着力调整产品结构，提升产品档次，提高生产效率，降低生产成本，积聚发展内涵，努力开创“加速发展、推动跨越”的新局面。

(陈润生)

四川夹江县党政代表考察高安陶瓷

7月29日，四川省夹江县委书记廖克全率领的全县党政代表团莅临高安市考察，宜春市副市长、高安市市委书记皮德艳等陪同考察。

代表团一行人先后来到高安建陶基地的瓷都国际、新中源陶瓷展厅以及建陶基地铁路专用线、立维卫浴参观考察。当代表团一行了解到高安市建陶基地产业配套设施完备、产品高端、生产创新时，他们一直对高安陶瓷产业发展的迅猛势头表示充分肯定，并希望两地加强在陶瓷产业领域的合作。

高安市委书记皮德艳书记向代表团介绍道，江西省建筑陶瓷产业基地自2007年3月建设以来，在上级党委政府的正确领导下，严格按照江西省政府提出的高起点、高标准、高速度、高效益的“四高”要求，与萍乡的工业用瓷、景德镇的日用陶瓷错位发展，以科学严谨的工作态度严把规划设计关、环境影响评估关、工程建设质量关以及企业准入关。目前高安产区已有多家企业采用天然气等清洁能源生产，同时政府在环保方面也提高了企业的准入门槛，目前基地的各项工作进展顺利。

(陶瓷信息报)