

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

中瓷万达“福尔康”陶瓷被认定为湖北省著名商标

近日,湖北省工商行政管理局公布了2012年湖北省著名商标认定名单,湖北中瓷万达陶瓷有限公司的“福尔康”牌商标名列其中。

据了解,获得该称号的商标必须是注册满三年以上,在终端市场具有较高的声誉并为相关公众所熟知的。福尔康陶瓷历经初审推介、申报数据调查、委员会综合评定、公开公示等程序,最终被认定为“湖北省著名商标”。

福尔康陶瓷多年来以树立品牌为目标,坚持不懈、孜孜以求,不断提高产品竞争力,扩大市场份额,目前在全国市场已享有较高的知名度和美誉度,深受广大消费者欢迎。此次被认定为“湖北省著名商标”是福尔康陶瓷在获得“全国十大城乡品牌”、“湖北名牌产品”等多项荣誉之后又一项极具权威性、重量级评定,是政府和国家权威机构对福尔康陶瓷产品质量、品牌荣誉、商标管理等综合实力的高度肯定与评价,也是福尔康品牌在经销商及消费者心目中获得信任、树立良好形象的综合反映。

该项荣誉的获得,将为福尔康陶瓷的未来发展构建更高、更快的发展平台,为参与市场竞争奠定了更坚实的基础。

(刘旭峰)

宝加利公司新品亮相——二次烧成喷墨全抛釉瓷砖投入批量生产

9月10日,湖北宝加利陶瓷有限公司新近开发的陶瓷产品——二次烧成喷墨全抛釉瓷砖顺利地从生产线上一排排输出,产品正式投入批量生产。这是宝加利公司根据市场需求,历经数月生产准备和试验的结果。

由于该产品采用新工艺和新技术,宝加利公司从上到下都很重视。在下达了二次烧成全抛釉的生产计划后,今年7月,釉线技术员到四川基地学习了淋釉、印花、设备等多方面的生产经验;8月,窑炉工程师到湖南基地参观学习窑炉烧成控制等。通过多方面的工艺、技能、经验的培训与提升,使釉线、窑炉管理人员在相关理论与实践上有了新的进步,为二次烧成提供了管理优势。

在生产线上,成型二车间重点改造安装了下砖机。为了让一次烧成素坯平安储备,窑炉机修顶着烈日酷暑制作了300多个崭新的素坯砖架。在拆除原来的捡砖机后,通过开挖、垫底,将下砖机的底座稳定在控制范围内。同时电工班、设备部也多派人手,出谋划策,加快了下砖机的全面顺利安装的步伐。8月,车间转战上砖机和其他设备的安装。

随着新员工的不断加入,车间一边忙着生产与设备安装,一边紧抓安全与技术培训,使新老员工在思想上、行动上、生产技能上做好了各种准备,大家都憋着一股劲,为新产品的诞生创立了良好的团队氛围。

“梨花一枝春带雨,千呼万唤始出来”二次烧成喷墨全抛釉瓷砖历经全体人员的汗水和智慧,终于顺利投产,为宝加利公司不断开发新产品、降低成本战略写下新的篇章。成型二车间在接二连三的鞭炮声中,员工们的信心更强了,大家都在共同期盼二次烧喷墨全抛釉瓷砖的产质量更上一层楼。

(刘刚)

“金九银十”来临 高安多家陶企推新品迎旺季

随着九月份市场旺季的逐渐逼近，持续数个月的市场淡季将再次成为历史。为了借助旺季良好的销售势头，最大限度的消耗淡季不断积压的庞大库存，打一场漂亮的“翻身仗”。推出新品、改装设备、调整营销政策等旺季前的预热工作正在高安陶瓷企业中如火如荼地开展着。

这是旺季即将来临时必备的前奏，六月份因库存压力过大而被迫停掉的部分生产线在此间重新开了起来，曾经在各企业之间广泛传播的降价促销、互打价格战的消息也开始在业内销声匿迹。

当然，这个时候更多的企业会将精力集中在新品推介上，这是产品在短时间内迅速占领市场的最佳营销方式，毕竟消费者对于新事物的态度总是欢迎和好奇的。

在高安，占据瓷砖产能绝对主导的抛光砖、瓷片产品的换代升级在这段时间开始加速。对于这两种在高安产区同质化程度最为严重的产品，花色的丰富、款式的更新在此时显得尤为重要。过去聚晶、布拉提的价格战已经让企业的利润空间变得十分微薄。

相对泛滥于高安产区的聚晶、普拉提产品而言，产品附加值更高、生产工艺技术更严格的线石成了许多企业新品推广中的重点。但线石系列新品的扎堆推广也让一些人对可能到来的价格战表示了担忧。

泛夹江产区：抛光砖生产线减少近 4 成

一直以来，泛夹江产区都以专业生产内墙瓷片而见长，生产抛光砖的优势并不明显，抛光砖只是为了更好的搭配内墙瓷片而存在。然而随着运输成本和原材料价格的不断上涨，泛夹江产区生产抛光砖的优势逐渐消失，成为产区发展的“软肋”，抛光砖生产线逐渐萎缩，产能不断下滑。

从上半年整个泛夹江陶瓷产区生产情况来看，瓷片、抛光砖、仿古砖、外墙砖等常规产品产量都在下滑。其中抛光砖下滑幅度最大，仿古砖其次，瓷片和外墙相对比较稳定。

据了解，由于抛光砖生产成本居高不下，致使产区内部分陶瓷企业开始放弃生产抛光砖，转向生产全抛釉或微晶石生产，抛光砖生产线不断锐减。据有关部门调查统计，目前整个泛夹江产区内仍在继续生产的抛光砖生产线不到 30 条，相比往年产能减少近 40%。

与抛光砖相比，在这一市场严重萧条时期，该产区的瓷片的生产却要相对稳定很多。业内人士分析，这主要是因为整个产区陶瓷企业生产的瓷片无论是品质，还是花色、规格都非常优良，尤其是 3D 喷墨瓷片在整个行业内都是首屈一指，堪比广东产品。这也是为什么广东、江西、湖北等产区流入西南市场的产品均以地砖为主而瓷片稀少的原因。

夹江产区有数十家贴牌企业，记者也曾经拜访过多位贴牌老板。据他们透露，他们品牌旗下的地砖多在广东、江西、山东、湖北等产区企业贴牌，而瓷片都是选择泛夹江产区陶瓷企业直接贴牌。

“其实广东新明珠生产的瓷片与泛夹江企业生产的优等品瓷片相比，根本不能辨别出好坏。”他们认为，夹江生产的瓷片之所以被误认为品质差，其主要原因还是企业生产质检不严，以次充好，断送了夹江瓷片在业内的口碑。

截至目前，今年以来整个泛夹江产区还未有过新的瓷片生产线投产，仅有几条正在筹建的生产线预计能于今年下半年投产。对此很多人就会有疑问，既然没有新线，那么为什么瓷片的产量能保持稳定？其主要原因是瓷片生产线的产能在企业不断整改后得到了巨大提升，现如今产区内瓷片生产线日产量能达到 2.5~2.9 万平方米已达到十余条。

对于今年上半年泛夹江产区整体产量的下滑情况，业内人士认为，这是由于市场需求决定的，同时也是市场发展的必然趋势。当前瓷砖市场十分萧条，企业普遍出现库存爆满，资金短缺等难题，如果不企业不及时刹车降低产能回笼资金，一旦资金链断裂，企业就会陷入危险境地，甚至面临倒闭的风险。

（陶瓷信息报）

价格成陶瓷市场“潜规则”

价格，对于商家和消费者而言，都是最敏感的因素。陶瓷产品的价格，更兼具敏感和神秘色彩。

近来，针对全国各地价格不统一的问题，业内人士表示，“今年的策略是全国统一价”。此语不仅道出了眼下陶瓷市场价格透明度之低的现实，更反映出陶瓷市场走向规范化的途径所在。由此不禁让人联想到了潜规则这个词。

所谓潜规则是指没有明文规定，但却实际起作用的、业内普遍“遵循”的一些操作习惯和行业规矩。

广泛存在于消费领域的潜规则，挑战国家法律法规，破坏社会公平正义，违背公共价值标准，损害消费者安全、知情权、选择权、公平交易权等合法权益，危害极大。如旅馆业的 12 点结算、餐饮业的加收消毒碗筷费等。

与消费方面的潜规则相比，陶瓷行业也有诸多相同相近之处，比如价格。

首先，定价是商家单方面的行为，由消费者买单，消费者一般不清楚陶瓷产品的成本是多少，利润加多少，价格的组成包括什么、各是多少。

其次，由于生产特点及产地等原因，陶瓷产品在价格方面，厂家没有透明的说法，导致随流通环节的增加，价格不断上涨，造成价格在各地不甚相同，有时差别显著。

有陶瓷企业相关人士表示，陶瓷产品从一出厂就开始了“增值之旅”，随着由产品变成商品，并最终实现“惊险一跳”，每一个环节都会有加价的内容，价格里掺杂了很多“加价水份”，导致陶瓷产品价格不一。

另外，陶瓷企业同样面临着原燃材料成本、人工成本、运输成本、管理成本等不断上涨，产品价格自然也就水涨船高。

成本上升，企业通过挖潜降本、技改创新、节能减排、强化管理等手段进行消化是一方面，转稼也是一种选择，让消费者买单，直接将上涨成本转移给消费者，虽然龌龊，但运用者大有人在。

同时，在陶瓷产品的终端市场，零售价比团购价、工程价高出许多。众多有需求的消费者把目光盯在商家的打折促销上，每每有此活动，必将销售火爆，购者踊跃，这也是商家运用价格敏感因素，拨动消费者购买神经的惯用手法。

业界期盼全国统一价

实行全国统一价，对消费者而言，绝对是件大好事，但实行起来，却只有一个字：难。且不说运作实行的程序有多繁琐，单就挑战这一行业潜规则，就会让人望而却步。

虽然这也许是大势所趋，但毕竟现在的市场还不十分成熟，消费者的认知度还需要一个过程，还有“木秀于林，风必摧之；行高于人，众必非之”的古语，还会遇到来自经销商的阻力和压力等。

但企业要发展，市场要规范，就需要由第一个吃螃蟹的“英雄”来带领，这样才有可能一呼百应，形成主流。

我们希望所有的东西都能放在太阳光下，但为什么对讳莫如深的价格偏偏视而不见，把它视作潜规则而长期藏匿，不肯晾晒在阳光下呢？
(陶瓷网)

佛山豪雅精细化陶瓷项目落户南漳

去年底，广东佛山豪雅陶瓷有限公司与南漳县清河区正式签约：该公司总投资 3 亿元人民币，兴建精细化陶瓷生产项目。

据了解，该项目共分两期实施，首期投资 2 亿元，在 2012 年 8 月底前正式投产，二期计划再投资 1 亿元，到 2013 年底前建成。整个项目建成投产后，年可产 150 万只等静压成型陶瓷真空管壳和 100 万只陶瓷金属化真空管体，年可实现销售收入 10 亿元，创税前利润 1 亿元，实现税收 0.6 亿元，并可带动 400 人就业。

(人民网湖北频道)

黄冈浠水：低碳陶瓷产业园第一条生产线首批产品下线

9月9日，黄冈浠水县低碳陶瓷产业园内企业——湖北雄陶陶瓷有限公司第一条生产线试投产，首批产品成功下线。

湖北雄陶陶瓷有限公司第一条生产线投资1.3亿元，日生产瓷砖2.4万平方米，已吸纳500多人就业，试投产的首批产品质量完全合格，该企业第二条生产线正准备开工建设。据了解，我县重点招商引资企业湖北雄陶陶瓷有限公司计划在五至十年内投资15亿元，建设标准化生产线14条，届时可吸纳5000多人就业。

浠水县低碳陶瓷产业园位于兰溪镇码头旁，东接大广高速公路，南倚浠水河，西邻长江码头，中部与镇区相连接。园区总体规划利用五至十年的时间，投资200多亿元，占地18000亩，建设60条陶瓷生产线，以集群式专业发展陶瓷产业，链条式发展交通物流、机械制造以及商务休闲等相关产业，建成后年产值将达千亿，利税过百亿，安排就业3万多人。

（浠水新闻网）

尹虹卸任佛山陶协秘书长

在担任佛山市陶瓷行业协会秘书长一职至今，尹虹最终没能走过它的7年之痒。9月4日，佛山市陶瓷行业协会在佛山中国陶瓷城会议室召开常务理事会，现任会长戴一民提议免去尹虹秘书长一职，获得与会常务理事单位代表“鼓掌”通过。至此，尹虹正式卸任佛山市陶瓷行业协会秘书长，任期自2005年11月3日起至2012年9月4日，共6年零10个月。消息传出，引起佛山陶瓷界广泛热议，有消息称此次非换届大会的“提议免职”，倍显突然。

根据各大网站的报道显示，该协会现任会长戴一民本人并未参加当天的会议，但原定会议议程中有其作总结讲话安排。有消息称对关于提议免去其秘书长职务的议程安排，尹虹并不知情但准时到会。会前10分钟知道该项议程的尹虹随后离席。对此，尹虹证实并解释称，离开会场的主要原因是自己应该进行回避，以免影响与会常务理事单位代表表决。同时，他在离席前还特意向协会执行副会长吴焕亮作了说明。

记者获悉，当天的常务理事会会议议程有：专业副会长黄希然介绍构建泰国工业园的情况；副秘书长白梅介绍有关部门产业扶持资金、反倾销以及协会迎接等级评估的情况；执行副会长吴焕亮介绍协会换届准备工作情况等。

佛山市陶瓷行业协会共有46个会员单位，出席当天会议的有33个单位，符合章程规定的表决人数。9月4日当晚，佛山市陶瓷行业协会官方网站刊发了“关于解聘尹虹同志陶瓷行业协会秘书长的通知”。通知称，佛山市《关于开展行业协会商会“去行政化”专项检查与政治工作的通知》（佛社委电【2012】32号文件精神），规定“党政群机关、事业单位人员（含离退休三年以内的干部）不得在行业协会商会兼职，已在行业协会商会兼职的，须在2012年3月底前辞去所兼职务”。

“通知”还指出，“经佛山市陶瓷行业协会走访相关部门和征求有关领导机关意见，因为尹虹秘书长是华南理工大学的副教授，是事业单位编制人员，所以不适宜再担任协会专职秘书长。经过佛山市陶瓷行业协会会长戴一民提议，协会于2012年9月4日上午召开的常务理事会会议表决通过，尹虹同志将不再担任佛山市陶瓷行业协会秘书长职务。”

尹虹对陶瓷信息报记者表示，天下没有不散的宴席。虽然已经卸任秘书长一职，但同为陶瓷行业服务，今后亦会有交流和沟通。他希望佛山市陶瓷行业协会与佛山陶瓷产业都能有更好的发展。

（陶瓷信息报）