

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

四川产区：品牌企业产销两旺，贴牌公司忧心忡忡

今年一季度，四川陶瓷企业经营状态出现分化的局面。大多数陶瓷生产企业都出现了产销两旺的喜人形势，有的瓷片生产企业订单已经排到了五六月份。四川产区陶瓷产品销售形势一片大好，一方面乐坏了品牌陶瓷生产企业老板，另一方面却愁坏了不少贴牌公司老总。

瓷片销售最为火爆

今年一季度，不少品牌陶瓷企业生产的全抛釉、仿古砖、内墙砖、西瓦、外墙都出现了产品供不应求的状态，而这其中销量最大、销售最好的产品莫过于瓷片产品。

日前，南充市川北建材市场经销商杨某向记者表示，他自己刚刚签下了一个酒店工程项目，需要定向生产一千多件内墙砖，一时却找不到生产厂家接单，担心因为交货时间拖延，而承担违约责任。

据了解，在去年客户定产普通瓷片总量在一千件以上即可向厂家定产，而喷墨瓷片只需达到六七百件就可以定产，而在今年普通瓷片一千件的量，很多厂家因为生产任务繁重根本不愿意接单，而且厂家一般不会向客户承诺具体的交货时间。东方陶瓷某区域经理向记者透露，“现在在回答定产客户关于交货周期问题的时候，基本上都是这样回答‘按照正常的生产周期，应该是没有问题的，但是因为现在厂里面生产忙不过来，定产周期还是有可能延长，所以不敢保证准确的交货时间’。”

贴牌商与厂家合作随意性大

在经销商为工程订单货源忧心的时候，夹江不少贴牌商同样在为厂家供货不及时而伤透脑筋。夹江某贴牌公司负责人表示，在去年生意不好的时候，厂家老是催促贴牌商尽快下订单、交货款，而到了今年，整个产区产销两旺，厂家总是会想方设法拖延交货的周期，而且基本上每批订单都不能足额交货，下单的时候是两千件，可能到了最后到手的产品只有一千件。

据了解，贴牌商在和厂家洽谈合作的时候，都会对产品质量、付款方式、交货周期等环节有着明晰的约定，但是白纸黑字的合同条款都只是停留在理论阶段，履行协议的主动权最终还是掌握在厂家的手中。

据业内人士透露，贴牌商之所以在和厂家的谈判过程中没有主动权，主要有以下几方面的原因：首先，在四川产区整个行业自律性不强、信用度不高，一些企业是唯利是图、不讲信誉，企业守约成本高于违约成本；其次，贴牌商与厂家之间的合作缺乏长效的共赢机制，贴牌商总担心厂家不按规矩办事，厂家总担心贴牌商见风使舵，双方的合作基础仅仅局限在短期的利益；再次，绝大多数贴牌商都是从厂家销售岗位转变而来，资本力量并不强，在和厂家的实力对比上并不对等，厂家仅仅是把贴牌商看作是普通客户而不是合作伙伴；另外，利润率偏低也是影响双方建立长期、稳固合作基础的重要原因，贴牌商本身没有品牌方面的优势，产品销售主要还是依赖性价比，因此为了控制成本不得不向厂家压低报价，导致厂家利润微薄。

在夹江，少数具有实力的贴牌公司在成立之初就已经预判到了和本地厂家在合作过程中所存在的风险，因此在和厂家合作的过程中采取了整线承包的租赁方式，从而有效的控制了产品生产环节。由于采取整线承包的方式，一方面对贴牌商的资金要求比较高，而且对贴牌商的销售渠道也提出了更高的要求，因此这种方式在四川产区并没有得到广泛使用。

从最近三四年的发展情况来看，夹江大多数贴牌商在自我品牌的构建上并没有太大的起色，产品销售主要集中在中低端市场。资本、团队、合作方，这些都是制约贴牌公司发展的重要因素。而产地因素的制约，也对贴牌公司的品牌运作带来了非常大的挑战，这也是现在夹江的贴牌公司都对外宣称是佛山品牌甚至是扛着国际品牌大旗的主要原因。

摘自《陶城报》

江西产区或将进入“宽体窑”时代

近日，高安产区召开了一次非同寻常的推介会——2013年科达机电 KD3808 压机及宽体窑高安推介会盛大举办。记者注意到，作为非官方主办的活动，科达机电的号召力尽显无遗。高安主流企业负责人一一到场，而科达机电派出的阵容也前所未有的，科达机电董事长、总裁等企业高层及有关营销、科研骨干出席了此次推介会。

推介会上，科达机电对其新型压机 KD3808 及宽体窑进行了全方位的深入解读，与会企业代表则非常认真地听取了这一对行业具有变革性的技术讲解。记者注意到，此次推介会的另一位主角是沉寂行业多年、但是在高安陶瓷产区特别是抛光砖领域具有相当地位的江西新高峰陶瓷，科达在江西的宽体窑运用就是与之通力合作并实现了顺利投产。

此次推介会的“不寻常”，不仅仅在于与会企业代表的高端性与广泛性，根本在于科达机电带来的技术在高安产区或将掀起新一轮的生产周期。KD3808 被科达机电的高层认为是压机领域的又一次革新，一位科达机电人士告诉记者，这款压机改变了压机原有组装模式，不仅仅是设计结构上更科学合理，而且在应用上更注重节能及实操性。

记者总结了相关人员对于该新型压机的讲解，具体体现为：紧固螺丝大为简化，提高了可靠性，且便于更换主油缸密封，而且主缸防尘性能好、大大降低了漏油，提高压制效率等。而该相关人员在接受本报采访时表示，这仅仅是新型压机的部分优点。

作为大部分企业按照靠模式赢竞争的时候，如何降低成本、提高产能成为不少企业考虑的主要因素，显然，科达机电的“宽体窑”为此带来了福音。按照科达机电出具的材料显示，宽体窑所具有生产效率提高、占地面积明显减少、燃料及电能消耗明显降低的特性无不迎合了当前墙地砖行业发展趋势。

科达机电相关技术人员表示，宽体窑的技术已经基本成熟，目前已经开始在山东、河北、广东、河南、四川等产区广泛应用，而且内墙、外墙、仿古、抛光等产品领域都适用。按照会议上的资料，宽体窑生产内墙砖可达到 3.5 万平方米每天、抛光砖 2.5 万平方米每天、抛釉砖 1.2 万平方米每天，而这些数据，都大大高于当前江西产区企业的产能。

据悉，宽体窑已经在 2011 年通过广东省省级新品鉴定，并在今年获得广东省科技一等奖，这也证明了该产品为政府所看好和支持。

此次推介会被誉为是科达机电备战五月广州陶瓷工业展的“热身”，记者获悉，今年的工业展科达机电拿下个展馆，成为距今为止唯一一家拿下个展馆的陶机装备企业。而新高峰陶瓷与之联手，也被称为是在江西产区的“强强联合”。

推介会的最后一个环节是参观新高峰的生产流水线，会议结束后，与会企业几乎都没有立刻离场，而是参观了新高峰新投产的“五号”线。记者在现场看到，新高峰陶瓷的五号生产线全线引进此次科达机电推出的技术，一条生产线配备了六台 KD3808，而长达 280 米的窑炉线可以容纳三片 800mm 的抛光砖。一位技术人员介绍，新高峰陶瓷五号线产能日产 1.9 万平方米，产品优等率高达 90% 以上。

这位技术人员称，相比普通窑炉，该公司五号线的宽体窑除了产能及优等率大大提升外，节能是一个更大的诱惑所在，其中，热能节约 17.5%、电能节约 15%。

江西产区或迎装备升级换代潮，宽体窑似乎依然成为江西产区发展不可逆转的趋势。对于产区上宽体窑的现象，有业内人士坦诚，这将加大定位“大众化”品牌企业华硕陶瓷的压力，高安陶瓷的营销或将迎来新的困境，这也将大大考验高安营销精英们的水平。

除了对于产区的影响，事实上，在陶机、窑炉装备界，已经就宽体窑的适用进行了前期的探索，摩德纳窑炉、萨克米陶机都是此轮新装备的主角。

陶瓷厂家面对“山寨”产品的无奈

所谓陶瓷行业的“山寨”产品，即假冒伪劣是也。当前假冒伪劣陶瓷产品充斥市场，扰乱市场秩序，不尊重知识产权，按道理我们应该把所有的“山寨”产品拒之于门外才是，但是为什么我们对“山寨”陶瓷却屡禁不止？

“山寨”，矛盾的综合体

很大原因在于国内陶瓷市场尚不成熟，除了个别高端产品以及特别知名的龙头陶瓷企业外，很多的企业还处在品牌化初期，行业分散，导致抄袭严重，陶瓷企业缺乏自律，近年来一些“山寨陶瓷”混迹陶瓷市场，产品被抄袭的同时，有的也在抄袭别人，抄袭成为心照不宣的行为，品牌众多，缺乏知名品牌，也让消费者不易分辨真假。“山寨”多由一些小作坊式的“厂家”生产，他们通过偷工减料、以次充好、盗用他人专利等方式生存，生产出外观令人眼花缭乱的劣质陶瓷产品，再以低廉的价格倾销，由于陶瓷行于市场监管不够完善，使整个陶瓷产业的发展陷入了前所未有的危机中。说到这里，相信大家对于山寨“爱”的原因已经心里有数，利益的驱使，让陶瓷行业的山寨文化更是已经成为了一种潜规则。

哪里有需求，哪里就有市场，这是市场不变的定律。从消费者的角度来看，价格优惠的吸引力也是相当大的，对那些买不起高级陶瓷的消费者来说，山寨陶瓷提供了适合他们价位的产品，虽然质量难以保障，但有总比没有强。正因为有大量的市场需求存在，山寨陶瓷才有了生存的空间。这或许也是山寨陶瓷的“功绩”所在吧。因此，“山寨”对于陶瓷行业而言是个矛盾体。

创新，在模仿中前行

某品牌的负责人很坦然对记者说：“我们确实是从山寨做起的。人人都说创新，但是创新需要基础，需要资金积累，需要技术人员，没有这样的基础，创新将何去何从？因此我很诚实地说，我们是在没有伤害消费者利益的前提下，进行花式的山寨！”

其实笔者认为，一个企业的起步就犹如一个小学生，临摹的阶段是不可避免的，但是这确实是一个学习过程，但是只要当一个企业发展到一定的水准，拥有一定的企业文化，那么创新就会自动建立起来，这也是一个企业成长的过程。清华大学美术学院教授郭强曾经说过：“创新在模仿中前行，中国自古以来我们的很多方面都是从临摹中成长起来的。”当然，模仿要在不伤害消费者利益的前提下，否则，这样的企业在陶瓷行业中也难以立足。

既然是“山寨”产品，必然违反质量法规。还是少些“山寨”的好。——编者

摘自（陶瓷网）

中国建材报社、湖北省石材工业协会、湖北省陶瓷工业协会 联合主办“2013中国（中部）国际石材及陶瓷展览会”

随着我国城市化建设的发展和中部战略的实施，我国石材和陶瓷产业正面临着新一轮良好的发展机遇！为给广大企业与用户提供一个展示、交流、贸易、合作的平台，推动我国石材和陶瓷工业的发展；中国建材报社、湖北省石材工业协会、湖北省陶瓷工业协会，定于2013年9月13-15日在武汉国际会展中心联合举办“2013中国（中部）国际石材展览会、2013中国（中部）国际陶瓷展览会”（简称“石材及陶瓷展览会”）。

本届展会由中国石材协会、中国建筑卫生陶瓷协会支持，中国建材报湖北新闻发展中心、武汉卓越金盛展览有限公司共同承办。

本届展会主题是：贯彻“资源节约”、“环境友好”的可持续发展理念，推广节能环保建筑石材及陶瓷产品和先进加工技术装备，建设人与自然和谐的环境和建筑。

同期举行：中部石材设计高峰论坛、2013湖北石材行业年会、中部陶瓷创新推动力大奖推荐评选等活动。

组委会

陶瓷企业被谋算 欧盟对华日用陶瓷发反倾销调查

近日有消息称，欧盟对中国日用陶瓷发起的史上最大反倾销调查将于5月中旬公布终裁结果。业内人士透露，终裁税率或将稍低于初裁结果，但对于中国陶瓷企业而言仍是压力山大。

我国轻工工艺品进出口商会相关负责人指出，一方面，欧盟倾销的测算缺乏科学性，中国输欧陶瓷不存在倾销；另一方面，中国企业必须适应国际贸易规则，才能保护自身权益。广交会上，不少陶瓷企业表示，研发中高端产品、开拓市场，将成为化解危机的妙招。

被算出来的反倾销

去年2月，欧盟对华日用陶瓷发起反倾销调查。同年11月作出初裁。2013年2月底，欧盟宣布对华陶瓷反倾销案初裁修改结果，临时性关税由17.6%-58.8%下调为13.1%-36.1%。平均税率为26.6%。这意味着，大部分中国企业除缴纳13%的正常关税外，还需再缴纳26.6%的税费。轻工商会法律服务部副主任王健指出，中国输欧陶瓷不存在倾销行为，倾销是被算出来的。

因为未被承认市场经济地位，中国企业的反倾销税是依据替代国类似商品价格计算出来的。王健指出：通过替代国类似产品价格来测算，本身科学性就存在问题。俄罗斯的原材料和人工成本是中国的几倍，以俄罗斯为替代国显然对中国不利。专家介绍，轻工商会和中国企业几经努力，最终使欧委会选择巴西作为替代国。此外，欧盟销售商和欧盟国家商会的支持，为外企应诉加分不少。

我国陶瓷企业关心案件的得失，但对国家和行业而言，更希望市场经济地位问题得到解决。

陶瓷企业“双转移”必须做好升级改造

中国的陶瓷业虽然取得了很大的成就，但发展并不均衡。

比如在佛山，早期的陶瓷产业一度出现井喷式发展，带来了环境污染和资源浪费等一系列问题，因此被插上高污染、高能耗的标签，众多企业被政府“赶”去了外地。但是，陶瓷产业之所以有现在的规模，是经过几十年的积累才形成的，尤其是它打下的基础，不是说改就能改的。据统计，佛山陶瓷年产值已达到800多亿元，形成了完善的产业链，它对市场经济的拉动是相当大的。如果说采取行政干预、实施“双转移”，想“一刀切”，就容易出现产业“空心化”的现象，带来无穷后患。

从全国来看，发达地区就把陶瓷企业转移出去，欠发达地区也认为陶瓷是高污染、高能耗的，引进陶瓷产业、建立陶瓷工业园往往只看到短期的经济利益，片面追求当地GDP的增长，而没有很好地引导产业的升级与改造。由此，造成了整个陶瓷产业非良性循环的局面。我认为，“双转移”这一决策的初衷是对的、合理的，但是执行过程中偏离了方向，没能切合企业的实际发展规律，反而不利于整体产业的发展。

所以，一方面我们应当承认，陶瓷是耗能的；另一方面，生产的本身不可避免要耗能，但不能“一刀切”，从技术的角度可以降低资源的损耗。我相信，陶瓷生产是可以做到清洁、环保的，可以成为现代化、机械化程度很高的产业，关键是要转变观念。

摘自《陶瓷网》

陶瓷业“李鬼”频现 企业政府联合打假

在产品和品牌被“山寨”的行业里，陶瓷界可谓“重灾区”。记者昨日获悉，国家知识产权局、工业和信息化部、工商总局、版权局四部委联合发布《关于加强陶瓷产业知识产权保护工作的意见》（以下简称《意见》），以营造促进陶瓷产业健康发展的知识产权保护环境。

广东陶瓷协会会长陈环表示，该《意见》的出台，将有利经历“阵痛”的佛山陶瓷业加速转型升级。而不少佛山知名陶企业表示，陶瓷行业知识产权保护任重道远，希望今后对《意见》的执行能坚决到位，并在佛山为全国陶瓷行业树立保护企业知识产权的典范。

行业现状：陶瓷业“李鬼”出没

据初步估算，中国的陶瓷产量已占全球一半以上，年产值超过 7000 亿元，而其中近 70% 的产量出自佛山的陶瓷企业。在高度集群、快速发展的同时，佛山陶瓷业不仅赢得了“陶都”之称，也引来了不少假冒“李鬼”，使得近年来知识产权侵权行为频发，严重制约了产业的健康发展。

“五一”节前，佛山市公安局和肇庆市公安局联合出击，查封了位于肇庆市鼎湖区贝水工业区内一家“山寨”新中源集团产品的大型微晶石生产厂、仓库及其在佛山南庄镇的销售窝点，查扣了假冒伪劣微晶石产品 2 万余箱，案值高达数百万元，该公司主要生产、销售负责人已被警方抓获。

“企业创立品牌不容易，我们公司努力了 20 多年建立起的企业形象和品牌口碑不容侵犯，否则不仅会让企业发展受到影响，而且也会阻碍整个地方经济的发展。”新中源集团有关负责人表示，为了维护企业的正常发展，公司在政府部门的支持下开展了“雷霆”打假行动。而在今年年初，佛山的工商部门和公安部门就根据举报，在石湾沙岗某“微晶石营销中心”以及位于南庄镇贝岗工业区的 4 个仓库内，查获了假冒“新中源”、“圣德堡”等中国驰名商标的微晶石产品 1 万余箱，拘捕了数名涉案犯罪嫌疑人。

“李鬼”出没，品牌企业为此疲惫不堪，在不久前佛山市陶瓷行业协会主办的一个知识产权维权法律援助座谈会，乐华洁具、蒙娜丽莎等知名陶瓷企业代表大吐苦水。

企业期盼：执法坚决到位树立典范

在此次国家四部委联合发布的《意见》中，明确提出要加大执法监管力度，维护陶瓷行业知识产权：在加大陶瓷领域行政执法力度方面，各主要陶瓷产销区要建立健全知识产权执法协作机制，积极开展信息共享、案件会商、执法联动等工作，各地专利、商标、版权等管理部门要进一步完善针对陶瓷领域侵权假冒行为的联合执法磋商机制，强化日常执法巡查和专项整治，加大对跨地区侵权、群体侵权、反复侵权及重案要案的打击力度，对典型案例进行媒体曝光等。

“我们欣喜地看到，新中源集团的这次雷霆打假行动，已得到了各地相关部门的支持，这意味着陶瓷产业知识产权保护工作已迈出新的步伐，让企业在维权路上不再‘孤独’。而且新发布的《意见》也让大家在维权路上更有底气，但我们更关注的是执法是否够坚决、到位的问题，否则再多再严再规范的法律法规都会成为‘空中楼阁’。”一位陶瓷企业的公关部负责人表示，“雷霆”打假行动将如何发展、刑事执法如何落实到位，已成为业界广泛关注的焦点。

广东陶瓷协会会长陈环认为，《意见》正式下发之前也曾向广东陶协征求意见，这表明国家相关部委对陶瓷产业的知识产权保护工作高度重视并提上了新的议事日程，且措施具有一定的针对性和操作性，对于陶瓷行业的知识产权保护将有很大的促进作用。

“目前业界希望加大知识产权保护执法力度的呼声日益高涨，也希望‘雷霆’打假行动能为全国陶瓷行业树立一个落实《意见》、保护企业知识产权的典范。”佛山市陶瓷行业协会秘书长于枫表示，维护企业的正当权益，保护佛山陶瓷的品牌形象，切实有效地保护知识产权，规范商标的使用等，将是佛山陶协的重点工作之一。