

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

2013年1—9月湖北建材工业经济运行情况

今年前三季度,湖北建材工业总体经济运行平稳,经济总量增速略有降低,水泥、玻璃、陶瓷等主要建材产品产量增速放缓,经济效益提升较快,亏损企业有所减少,经济运行质量明显改观。

一、经济总量增速略有降低

1—9月,湖北建材工业规模以上企业共实现主营业务收入1706.2亿元,同比增长26.3%,比上年降低1个百分点,但增速仍超过全省工业平均增长率9.4个百分点。湖北建材工业经济总量持续增长主要有三方面因素:一是全省房地产开发和基础建设投资保持较高增速,拉动了建材市场需求。今年前三季度,全省共完成房地产业投资3022.65亿元,同比增长34.4%;公共设施及水利、环境投资1331.23亿元,同比增长34.8%;交通运输及仓储等投资1241.93亿元,同比增长39.7%,分别超过全社会固定资产投资增速7.4、7.8、12.7个百分点。二是规模以上企业数增加,由去年同期的1238家增加到1562家,净增324家,同比增长26.2%。

二、主要建材产品增速放缓

1—9月,湖北水泥总产量7965万吨,同比增长5.8%,低于1—8月增长率1.4个百分点。

平板玻璃总产量5770万重量箱,同比增长3.4%,低于全国产量增长率7.9个百分点。

建筑陶瓷总产量2.73亿平方米,同比增长4.7%,比去年同期增速下降15个百分点;全省卫生陶瓷总产量1239万件,同比增长3%,比去年同期增速下降18个百分点;显示陶瓷产业转移已过高峰期,全省建筑陶瓷和卫生陶瓷已由高速增长期转为平稳增长阶段。

大理石板材总产量1240万平方米,同比增长77.8%,增速居全国第2位;规模以上企业花岗岩板材总产量856万平方米,同比增长36.6%;水泥排水管道产量6101千米,同比增长27%;水泥混凝土桩产量784万米,同比增长10.6%;商品混凝土产量2630万立方米,同比增长23.2%。

随着湖北房地产投资持续高增长,促进了墙材工业发展。全省建筑砌块产量325亿块,同比增长12.3%;石膏板产量2.8亿平方米,同比增长15.8%。

三、经济运行质量提高

今年前三季度,湖北建材工业实现利润107.3亿元,同比增长48.6%,增速远超主营业务收入增长率22.3个百分点。水泥工业出现价格下跌、利润增长的不寻常局面。

建筑陶瓷和卫生陶瓷出厂价稳中有升,1—9月,湖北建筑陶瓷共实现利润4.17亿元,同比增长37.5%,超过产品销售收入增长率16.8个百分点;湖北卫生陶瓷实现利润5787万元,同比增长94.2%,超过产品销售收入增长率59个百分点。

四、经济运行中的主要问题

一是发展后劲不足。虽然湖北建材工业经济总量持续扩张的局面短期不会改变,但增速缓慢回落态势似难以逆转。其主要原因是整个国民经济增速放缓的影响;从建材工业产业结构看,水泥、玻璃、陶瓷、建筑砌块等传统建材所占比例过大,新型建材总体规模偏小,在传统建材产品趋于市场饱和及增速持续回落的情况下,新型建材发展暂无法支撑整个建材工业继续保持较高增速。

二是产能过剩局面日趋严重。今年前三季度,湖北水泥窑线企业产能发挥不足四分之三,部分2500t/d以下预分解窑水泥熟料生产线开工率仅50%左右。建筑陶瓷行业初显产能过剩苗头,部分陶瓷企业因市场销售原因出现季节性停产。平板玻璃将有可能提前结束市场量、价缓升周期。

三是经济效益增长基础不稳。湖北建材工业经济效益增长主要来自经济规模的扩张,即随着主营业务收入和规模以上企业数的增加而增长,全行业销售利润率6.3%,是全国建材工业平均水平,仅比去年同期略增0.9个百分点。其中水泥工业利润增长主要因素是煤炭价格下跌;平板玻璃工业利润增长主要因素是市场的周期性变化和去年上半年全行业亏损的对比效应,由建材工业自身优化升级和结构调整带动经济效益增长的因素并不明显。

(省建材工业协会)

首届西部论坛 11 月 2 日成都举办 我省陶瓷协会作为协办单位之一出席此次论坛

11 月 2 日，由陶城报社主办的首届中国陶业西部论坛（下面简称“西部论坛”），在成都市新都区举行。本次论坛以“东成西就，跨界对话”为主题，搭建东西部陶企、厂家与商家的沟通交流平台，探讨陶瓷企业的西进策略，及市场升级转型之路等话题。其中，佛山欧神诺陶瓷股份有限公司董事长鲍杰军博士将发表主题演讲，中国建筑卫生陶瓷协会副秘书长尹虹博士将担任论坛主持。

参加西部论坛的嘉宾有来自国家及省市行业协会领导、当地政府领导、知名专家学者、佛山品牌型企业、夹江陶瓷企业代表团、川渝地区陶瓷建材经销商，以及来自四川本地电视、报纸、网站及陶瓷行业媒体等约三百人。论坛上，鲍杰军博士将发表关于渠道变局、市场开拓等方面的主题演讲，尹虹博士将与来自佛山、夹江、成都等地的业内精英一同论道西部市场。

西部论坛自筹办以来，得到来自国家行业协会、省市行业协会的大力支持。中国陶瓷工业协会、咸阳陶瓷研究设计院、广东、福建、湖北等三省陶瓷工业协会以及佛山、淄博、夹江、高安等市陶瓷协会作为论坛联合主办或协办单位参加了此次论坛。

本次论坛由大煌宫·国际陶瓷产品展贸中心作为承办单位。“以国际领先的第六代家居 mall 的形式”出现的大煌宫，致力在陶瓷卖场模式方面做出探索。卖场如何创新市场营销方式，大煌宫向论坛对话嘉宾抛出了案例。

据了解，大煌宫·国际陶瓷产品展贸中心项目分 2 期开发，1 期 14 万平方米，总投资 30 亿元，涵盖国内外高端陶瓷品牌旗舰店、陶瓷博览会会展中心、总部基地、商业市场等多元业态。依托 900 万平方米全球家居 CBD 商贸市场的集群优势，是区域内唯一的陶瓷产品专业市场，弥补了全球家居 CBD 中没有大型专业陶瓷市场的空白，充分满足市场对陶瓷产品的需求，实现经济效益和社会效益双丰收。

在中调北改的双层政策环境下，大煌宫成为成都陶瓷市场外迁指定承接地，同时也肩负起产业提档升级的重任，为四川陶瓷开辟一条复兴之路，向世界展现一个全新的四川专业陶瓷市场品牌。

摘自《陶城报》

夹江瓷砖销售连续五月遇冷“金九银十”未能力挽狂澜

“与往年同期相比，今年瓷砖市场整体销售形势很差——销售平淡，库存积压严重，资金回笼周期延长，企业压力很大。”明珠陶瓷企业某负责人满脸无奈地说道。近日，记者在夹江产区调查走访中了解到，与明珠企业情况类似的陶企在四川产区十分普遍。

今年年初，夹江产区陶瓷企业迎来了持续火爆的开门红，对此，曾有业内人士断言，今年夹江产区陶瓷发展形势将会一片大好。不过，这一说法最终未能经受时间的检验，5 月份过后，夹江瓷砖销售就已开始迅速下滑，甚至是往年瓷砖销售最佳的“金九十银”旺季亦未能好转。这让夹江陶企们意识到，今年下半瓷砖销售好转的时间或要往后延迟，企业必须要随时做好打持久战的准备。

“产品卖不出去，企业资金周转不灵，我们墨水的供应款也很难收。”某墨水供应企业四川区域负责人石绍康说道。目前夹江产区内大部分陶瓷企业库存积压都很严重，一些企业顶不住压力被迫关闭了不少生产线。

据了解，从今年淡季至今已过去近 5 个月时间，在此期间，夹江陶瓷企业销售一直很平淡，企业为了缓解库存，也做过不少努力，但是销售长时间乏力，让企业不得不面临库存爆满的严峻形势。一些原本寄望“金九十银”的陶企，在金九银十到来之际亦以惨淡收宫。

当地分析人士称，自 5 月份以来，夹江陶瓷销售一直遇冷的原因有三：一是夹江陶企销售半径狭窄，固定的云、贵、川、渝市场份额逐渐被外产区吞噬；二是产品缺乏竞争力，夹江陶瓷缺乏自主创新元素，产品同质化严重；三是产能过剩严重，根据今年夹江及周边产区新建陶瓷生产线的数量分析得出，今年川内新增了 20 万平方米的日产能。

《陶瓷信息报》

前三季度全国瓷砖产量同比增长 4.6%

在刚结束的 2014 广州陶瓷工业展新闻发布会上得知, 2013 年 1~9 月份全国瓷砖的产量已达到 71.1 亿平方米, 与去年同期相比, 增长 4.6% (详见本期 02 版“尹博士专栏”)。

另据中商情报网统计数据显示: 2013 年 1~9 月, 广东省细炆砖产量为 589592 平方米, 同比下降 21.07%; 上海市细炆砖产量为 1870000 平方米, 同比增长 6.09%; 福建省炆瓷砖产量为 340571688.6 平方米, 同比增长 10.27%;

山西省炆质砖产量为 3060000 平方米, 同比下降 10.32%; 安徽省炆质砖产量为 291372 平方米, 同比增长 0.57%; 山东省炆质砖产量为 4150110 平方米, 同比下降 11.95%;

河北省瓷质砖产量为 142700480.9 平方米, 同比增长 6.49%; 新疆瓷质砖产量为 7475000 平方米, 同比增长 36.55%; 宁夏瓷质砖产量为 21631054 平方米, 同比增长 8.41%; 内蒙古瓷质砖产量为 6690529.12 平方米, 同比下降 17.4%。

浙江省陶质砖产量为 1838899.33 平方米, 同比增长 11.51%; 2013 年 1-9 月, 江西省陶质砖产量为 4390958.11 平方米, 同比增长 1.86%; 2013 年 1-9 月, 湖北省陶质砖产量为 63573118 平方米, 同比增长 12.55%; 2013 年 1-9 月, 江西省陶质砖产量为 4390958.11 平方米, 同比增长 1.86%。

《陶瓷信息报》

陶瓷原料先进加工技术沙龙在佛山举行

2013 年 10 月 30 日, 佛山市陶瓷学会在佛山陶瓷研究所 3 楼会议室举办了一场技术沙龙, 沙龙围绕陶瓷行业原料生产与加工的先进技术成果进行, 现场高朋满座, 业内专业人士云集。

本次沙龙的主题为“2013 陶瓷行业热点技术沙龙——陶瓷原料先进加工技术”, 旨在“盘点原料加工最新技术, 探讨原料发展最新方向”。到场的嘉宾还有岳阳大力神电磁机械有限公司、珠海超细粉碎纳米磨公司、中山气流粉碎公司、金刚检测有限公司、赛因迪公司、格林公司等企业代表。

摘自 (九正建材网)

中国建材检验认证集团起草的陶瓷领域第二项国际标准正式发布

由中国建材检验认证集团 (简称 CTC) 为主编, 代表我国建材行业负责起草的第二项国际标准——“精细陶瓷 (高性能陶瓷、高技术陶瓷) —陶瓷材料高温界面粘结强度试验方法” (ISO 17095), 前不久正式发布。这是继国际标准 ISO 13124: 2011 “陶瓷材料界面粘结强度试验方法” 成功发布后, CTC 代表我国建材行业主编完成的第二项国际标准。ISO 17095 有效解决了陶瓷材料高温界面评价困难的技术难题, 填补了高温界面强度评价领域的空白, 适用于航空航天材料、特种工业材料、无机非金属建材制造、建筑工程等研究和应用领域, 在切实保障人民生命财产安全方面体现出非凡的重要意义。ISO 13124 和 ISO 17095 均由 CTC 首席科学家包亦望博士带领的团队完成, 作为我国建材行业内第一项和第二项利用我国自主知识产权的技术转化而成的国际标准, 相关技术已获得国家发明专利授权, 有效提升了我国在国际标准领域中的话语权和地位。

该系列标准提供了一种测试室温和高温环境下陶瓷材料的界面拉伸和剪切强度的新型方法: 交叉法, 可准确评价固体材料及构件之间的界面粘结强度, 也可以用于各种常温和高温粘结剂的粘结性能评价。该技术大幅度提高了全世界科研工作者和工程技术人员在研究和应用陶瓷玻璃等脆性材料过程中的设计优化率和应用效率, 同时为检测服务类型的企业提供了一种全新、快捷、便利的检测技术和全新标准, 为提升生产企业的技术创新能力和市场竞争力提供了一种高效的技术手段。

摘自《中国建材报》

2014 广州陶瓷工业展新闻发布会举行

2014 中国国际陶瓷技术装备及建筑陶瓷卫生洁具产品展览会（简称“广州陶瓷工业展”）新闻发布会于 10 月 30 日下午在佛山皇冠假日酒店(佛山宾馆)隆重举行，众多行业领导、专家及企业家出席。本次新闻发布会主要介绍明年广州工业展的筹备情况，同时搭建交流平台，让多方与会嘉宾对明年展会进行展望和发表建言。

群英荟萃，共商陶瓷行业及工业展发展大计

本次新闻发布会在形式上有所改变，分为两大环节进行。第一环节主要是主办单位介绍有关广州陶瓷工业展的筹备情况，企业界和行业组织的领导发表讲话，展开对建筑卫生陶瓷行业的发展思考和明年工业展的展望。第二环节邀请行业各方代表，采取互动的方式，共同探讨陶瓷行业以及陶瓷展的未来发展趋势和展望，共同商讨如何把陶瓷行业做优做强，进而构建全球最大最强的陶瓷工业展。

在第一环节中，首先由行业组织领导和主办发表讲话。中国建筑材料联合会副会长、中国建筑卫生陶瓷协会会长叶向阳发表关于当今陶瓷行业情况的讲话。中国建筑材料联合会副秘书长、中国贸促会建筑材料行业分会副会长王耀发布 2014 年广州陶瓷工业展的筹备情况。广东省建材协会会长吴一岳介绍广东陶瓷工业企业及生产企业在陶瓷工业展中的重要地位。

广东科达机电股份有限公司董事长边程、广东摩德娜科技股份有限公司总经理管火金、广东新明珠集团副总裁陈先辉作为企业代表发言，分享了企业与陶瓷工业展共同走过的发展历程，并且对陶瓷工业展的未来发展提出期望和设想。

最后，中国建筑材料联合会会长乔龙德发表重要讲话作为总结。

第二环节中，主题为“助产业信息互通 促世界陶业腾跃”的高峰论坛把此次新闻发布会热烈的气氛推向高峰。

多位业内重量级嘉宾云集本次发布会，与会嘉宾肯定了广州陶瓷工业展在行业发展中打造的重要交流平台，在新形势下进一步加快陶瓷产业转型升级扮演了重要角色。更为意义深远的是，行业各方代表共商陶瓷行业及工业展的发展大计，纷纷对行业现状及陶瓷工业展的发展展开设想和发表建言，希望通过各方合力，把中国的陶瓷工业展打造成“东方博洛尼亚展”。

创新突破，展望明年展会三大特点和八大服务

2014 广州陶瓷工业展将由中国建筑材料联合会、中国建筑卫生陶瓷协会和中国国际贸易促进委员会建筑材料行业分会联合举办。三家主办单位将发挥各自在其工作领域的特殊优势，以服务行业和企业为己任，创新突破，为世界陶瓷界打造一场国际盛宴。

据主办方介绍，2014 广州陶瓷工业展将突出体现大、全、新三大特点。展会将继续保持东亚地区陶瓷工业展的第一大展的荣誉，预计明年展览面积规模将达 10 万平方米，1000 余家企业参展；将全景式展示陶瓷产业链，展品覆盖陶瓷生产过程的每个环节；展会将集中体现和展示行业新技术、新设备、新工艺、新标准、新产业政策。

明年的展会将突出六大主题：陶瓷工业节能减排技术装备、陶瓷工业自动化技术装备和自动化生产设备、陶瓷喷墨打印技术装备、国际专区、陶瓷装饰材料和色釉料馆、高新技术设备专区。

为了让参展者受益更多，更好地促进行业贸易发展，展会主办方特别推出八大服务举措，包括提供全产业链服务、深入的国际推广和密集的国内宣传、点对点及点对面的全覆盖式推广服务、全新媒体应用和信息快速直达、贴近企业的增值服务、多样化的国际合作、提供温馨服务和建立企业之家等多方位、立体式服务。

《陶瓷信息报》

旺季遇冷高安陶企销售呈下滑趋势

告别国庆黄金周，在俗称的“金九银十”的季节里，依照惯例，每年的陶瓷行业开始进入了一年中最后一个销售旺季，一些企业新增的生产线也选择在这一时期投产。然而，记者从高安产区多家企业了解到，今年的9、10月份陶瓷企业的销售有点“不给力”，很多企业营销负责人表示销售额不及7、8月份。

新增20余条生产线，宽体窑受宠

据多数企业销售人员表示，今年下半年市场形势严峻属预料之中的事，从2011年起，泛高安产区企业扩张速度开始放缓，沉寂了2年的产区在今年再次发力，大部分企业开始了新一轮增建生产线热潮。据统计，截止目前，泛高安产区今年已新增生产线23条。

据了解，自8月底起，泛高安产区一批新建的生产线开始陆续点火或投产，如天瑞陶瓷仿古砖三线、国员陶瓷瓷片三线、瑞源陶瓷抛光砖五线、金凯瑞瓷片线、华硕陶瓷抛光砖四线等等。而且，随着宽体窑炉的推出，产区企业对这一新型节能、产能大的窑炉接受度高。如金凯瑞陶瓷推出的瓷片生产线就采用的是宽体窑炉，日产能35000平米。

这些新生产线的投产，主要是企业出于完善产品结构、优化产品系统考虑，然而，对于市场和产区来说，新线的投产就是产能的增加，必定冲击现有的市场网络以及价格系统。然而，在新生产线的建成投产问题上，应该更加积极地看到“企业的生存状况较好”这一信号，企业只有产销平衡，有利润空间，才会有资金扩建，更重要的是这些新增的生产线在产品的定位上，已不仅仅是停留在低品位、低价格上，而是以更加高品质、高附加值的形式出现。

周边产区的兴起分食市场蛋糕

天瑞陶瓷董事长付少模告诉记者，9月份他在给业务员定10月份的销售任务时，把原本计划的销售额下降了近10%，主要是考虑到9月份的销售形势不容乐观。按照往年的销售惯例，进入9月后，销售会进入一个更加好的状态，“但今年有点奇怪，7、8月份的销售特别好，我们的业务员都是超额完成任务，今年的销售从3月份起就一直供不应求。9月份却反而开始进入了一个平稳期，周边产区的企业也不断扩张，吞食了一部分市场，预计明年的市场会更加的严峻。正是看到了市场风向的转变，我原本再增建一条生产线的计划也延后了，做事情还是讲求一个‘稳’字”。

神州陶瓷“路易保罗”品牌总经理付建房表示：“今年仅新疆就增建了近10条生产线，而且大部分是高安老板投资的，这个现象折射出一个问题就是，高安产区的产品卖到新疆是完全没有竞争优势的，运费太高，那部分市场被当地的企业以及河南、陕西的企业所占领。另一方面，随着河南产区的兴起，我们在华北、西北甚至安徽的一部分市场都被稀释了不少。

同比周边产区，高安整体产销形势稳定

记者从其他产区了解到，相比之下高安当前的产销形势已是乐观，湖北产区的一些企业甚至面临停窑的困境。据一位经销商表示，目前高安产区的产品已经在市场深入人心，品牌知名度也越来越高。最主要的是高安产区的产品不仅质量稳定，而且花色一点也不逊色佛山同类企业，因此，每一个市场上都有经营高安产区的产品。据金凯瑞陶瓷营销总经理罗安保表示，高安的产品稳定、客户有钱赚才是最重要的，只有双方找到一个共同点才有合作的可能。而高安之所以在众多新兴产区中脱颖而出，主要是高安产区的老板认识到产品质量是品牌的根本，因此，高安的砖不比其他产区的产品差，再加上花色更新快、服务好，知名度高，销量自然要高于其他产区。而且，高安的老板有冲劲、胆大，这也是在短短几年内，高安的砖能够走出800公里销售半径，进入西藏、新疆、华北市场。

摘自《陶瓷信息报》