

湖北省陶瓷工业协会秘书处 电子邮件: hubeitaoci@163.com
湖北建材联合会网站地址: <http://www.hbbm.com.cn> 电话号码 027-87824880

2013 全国建陶产量 96.9 亿平方米，离百亿产量只差 3.1 亿平米

“2013 年全国建陶产量达到 96.9 亿平方米，比 2012 年增长 7.8%。”3 月 8 日，在山东淄博举行的中国(淄博)建陶产业品牌赢未来高峰论坛上，中国建筑卫生陶瓷协会秘书长缪斌透露，2013 年全国出口陶瓷砖为 11.5 亿平方米，相比 2012 年增长 5.3%，出口额 78.9 亿美元，同比增长 24.3%；出口产品平均单价为 6.88 美元/平方米，相比 2012 年单价提高了 17.6%。

产量与出口的增长也促进了产业的效益明显增加。据悉，2013 年全国 1400 多家建陶企业的主营业务收入为 3831 亿元，相比 2012 年增长 17.43%，利润同比增长 24.55%。

值得注意的是，2013 年建陶产业利润的增长超过了产量的增长速度。缪斌认为，这说明行业企业在产品质量和企业效益方面有了明显的进步。

行业进入次高速增长阶段

自 2004 年建陶行业产量实现两位数增长，这种高速增长态势一直延续到 2011 年。从 2012 年开始，行业产量下降到个位数，而 2013 年产量增长 7.8%，仍停留在个位数。缪斌认为，行业发展已经从高速增长阶段进入到次高速增长阶段。尽管行业发展增速减缓，但是 2013 年整个国内建陶行业的销售却呈现出一片火爆的态势。这得益于房地产业的兴旺，在很大程度上带动了建陶产业的发展。

而从区域产业的发展来看，据缪斌介绍，中部地区的发展速度明显高于东部沿海地区的发展速度，“随着近几年中西部地区的崛起，以及中西部地区人民生活水平改善速度的加快，中西部地区近两年的投资增速明显高于东部沿海地区。”

在出口方面，缪斌表示，2013 年陶瓷产品出口平均单价上升达到两位数，这也说明我国陶瓷出口产品已经由过去的低档次产品，向中档产品过渡，“实际上这个拐点在 2011 年就已经开始出现。”事实上，不仅仅是出口市场开始向中档产品转变，国内市场也开始向品牌化、高端化发展，行业企业品牌效应愈加突出。据缪斌介绍，大多数品牌企业的利润增长都要高于行业的平均增长速度。

“在 2013 年的市场销售中，渠道下沉趋势明显，区域代理逐渐呈扁平化方向发展。”中国建筑卫生陶瓷协会副秘书长尹虹介绍，从行业整体的发展来看，品牌的集中度越来越高，而且行业两极化趋势愈加明显，高端市场和低端市场同样都有着很广阔的发展空间。

尹虹表示，从 2013 年各陶瓷品牌的销售来看，工程渠道在企业销售总额中的比重正在逐步提高，随着房地产商全面推行精装房，精装房在商品房中的比重将会逐渐提升，这一新的变化也将促使陶瓷企业调整销售策略，大力开拓工程渠道。

产能上升加剧行业竞争

2013 年建陶行业行情火爆，这也带动了建陶行业上游产业的发展。据悉，在 2013 年，仅广东科达机电股份有限公司和佛山市恒力泰机械有限公司两家企业压机销量就超过 1000 台，整个行业的销量约为 1300 台，这也意味着 2013 年行业至少新增 200 条生产线。

尹虹表示，200 条生产线的产能约为 10 亿平方米，如果这些产能在 2014 年全部释放，那么这预示着各陶企将面临着更大的竞争。他建议企业今年不要盲目建新线，“如果企业发展不错，且生产线在 4 条以下，我建议可以新增一条，做到行业最低的规模效应。”

对此，缪斌预测，2014 年的上半年，行业会继续延续 2013 年下半年的发展态势，而 2014 年下半年，各陶瓷砖生产企业或许将面临着激烈的市场竞争。

对于 2014 年行业的走向，或许不仅要面临着更为激烈的竞争，还要面对节能减排的重任。缪斌表示，目前，国家十分重视陶瓷行业的环保问题，希望陶瓷行业能在环保达标的基础上，保持健康、稳定的发展。

(综合报道)

GB 21252-2013《建筑卫生陶瓷单位产品能源消耗限额》解读

王博（全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会秘书长）

2013 年 12 月，国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会批准发布了 GB 21252-2013《建筑卫生陶瓷单位产品能源消耗限额》强制性国家标准（见中华人民共和国国家标准公告 2013 年第 27 号），新标准将于 2014 年 12 月 1 日实施。

新标准相关指标变化解析

新标准代替 GB 21252-2007《建筑卫生陶瓷单位产品能源消耗限额》。新标准与 GB 21252-2007 相比，主要变化如下：

一、删除了综合电耗的要求；

二、修改了陶瓷砖综合能耗计量单位，由千克标准煤每吨（kgce/t）修改为千克标准煤每平方米（kgce/m²）；

三、修改了单位产品能耗限定值、准入值、先进值要求；增加了二次烧成的吸水率 $E \leq 0.5\%$ 的微晶石产品的单位产品能耗限定值。

GB 21252-2013 与 GB 21252-2007 各项指标对比如下：

一、现有陶瓷砖生产企业的单位产品综合能耗限定值

产品分类	综合能耗	
	GB 21252- 2013(kgce/m ²)	GB 21252- 2007(kgce/t)
吸水率 $E \leq 0.5\%$ 的陶瓷砖	$\leq 7.8(8.6)$	≤ 340
吸水率 $0.5\% < E \leq 10\%$ 的陶瓷砖	≤ 5.4	≤ 300
吸水率 $E > 10\%$ 的陶瓷砖	≤ 5.2	≤ 320
二次烧成的吸水率 $E \leq 0.5\%$ 的微晶石产品		

二、现有卫生陶瓷生产企业的单位产品综合能耗限定值

产品分类	综合能耗	
	GB 21252- 2013(kgce/t)	GB 21252- 2007(kgce/t)
卫生陶瓷	≤ 720	≤ 800

三、新建陶瓷砖生产企业（含新建生产线）单位产品能耗准入值

产品分类	综合能耗	
	GB 21252- 2013(kgce/m ²)	GB 21252- 2007(kgce/t)
吸水率 $E \leq 0.5\%$ 的陶瓷砖	≤ 7.0	≤ 330
吸水率 $0.5\% < E \leq 10\%$ 的陶瓷砖	≤ 4.6	≤ 260
吸水率 $E > 10\%$ 的陶瓷砖	≤ 4.5	≤ 280

四、新建卫生陶瓷企业（含新建生产线）单位产品能耗准入值

产品分类	综合能耗	
	GB 21252- 2013(kgce/t)	GB 21252- 2007(kgce/t)
卫生陶瓷	≤ 630	≤ 700

五、陶瓷砖生产企业单位产品综合能耗先进值

产品分类	综合能耗	
	GB 21252- 2013(kgce/m ²)	GB 21252- 2007(kgce/t)
吸水率 E≤ 0.5%的陶瓷砖	≤ 4.0	≤ 300
吸水率 0.5%<E≤ 10%的陶瓷砖	≤ 3.7	≤ 220
吸水率 E> 10%的陶瓷砖	≤ 3.5	≤ 240

六、卫生陶瓷生产企业单位产品综合能耗先进值

（卫生陶瓷生产企业应通过节能技术改造和加强节能管理来达到表中的能耗先进值）

产品分类	综合能耗	
	GB 21252- 2013(kgce/t)	GB 21252- 2007(kgce/t)
卫生陶瓷	≤ 300	≤ 550

新标准推动产业转型升级

《建筑卫生陶瓷单位产品能源消耗限额》新标准的发布实施，将促使建筑卫生陶瓷企业加强管理，全面提升管理水平，在生产工艺、设备和质量等方面，采取措施降低生产能耗；新标准的实施，对进一步推动建筑卫生陶瓷行业结构调整、转型升级，实现节能减排具有积极作用。

新标准根据建筑卫生陶瓷产业的产业结构、技术水平现状，依据相关的国家产业政策，在参照国际先进技术指标基础上，确定了适合我国行业现状的单位产品能源消耗限定值、准入值和先进值。

标准体现了节能降耗技术的进步，符合国家节能降耗的政策。该标准将陶瓷砖的计量单位“吨”修改为“平方米”，对推动陶瓷砖薄型化、节能降耗具有很强的引导作用。

新标准发布后，将明显提高我国建筑卫生陶瓷行业的能耗限额水平，建筑陶瓷每平米节约 1.86kg 标准煤，年产量按 90 亿平米计，每年将节约 1700 万吨标准煤；卫生陶瓷每吨产品节约 230kg 标准煤，年产量按 400 万吨计，每年将节约 90 万吨标准煤。

（陶城网）

建陶业推进兼并重组指导意见发布

由中国建筑材料联合会会同中国建筑卫生陶瓷协会制定的《建筑卫生陶瓷行业兼并重组的指导意见》，日前正式向其各副会长单位（陶瓷行业）、大企业集团、各省市建材（陶瓷）协会和有关重点企业印发。《指导意见》深刻分析了加快我国建筑卫生陶瓷行业兼并重组的重要意义，重点分析了建陶业当前推进兼并重组存在的主要障碍和问题，并明确了加快建陶业兼并重组的指导思想与主要目标，以及主要工作措施。

总投资 30 亿元央企清洁工业燃气项目落户高安

近日从江西省建陶管委会获悉，由高安市政府引进的大型清洁能源项目正式落户高安建陶产业基地。3月12日，高安市政府与中节能工业节能有限公司在北京举行江西省建筑陶瓷产业基地清洁工业燃气项目投资合作协议签订仪式。该项目的签约必将给高安建陶产业基地的企业带来利好的发展前景，建成后将彻底改变建陶基地企业受煤气站带来的环保压力，同时，也极大地降低现有企业用天然气的能源成本。

据悉，此次签约的清洁工业燃气项目总投资达30亿元，占地面积约1200亩，项目建设期限为3年，分两期建设。第一期项目预计在今年6月份动工，2015年底前建成并向建陶基地陶瓷生产企业供气；第二期项目根据建陶基地发展情况，在2016年年底达到可向基地内全部陶瓷生产企业供气的生产能力。整个项目建成后，可实现年产值25亿元、税收1亿元，有利于推进高安建陶产业的环境保护、节能减排和转型升级。

中节能工业节能有限公司是中国节能环保集团公司旗下从事工业领域节能减排的国家级高新技术企业，主要从事工业节能项目系统集成、核心装备制造、节能项目的投资建设及工程实施及运营管理。

江西建陶产业基地管委会副书记廖树生告诉记者：“中节能公司落户建陶基地将极大地改善建陶产业基地陶瓷企业目前使用的煤气站所带来的一系列环保问题。从2011年开始，基地就出台了推广使用天然气的方案政策，要求2010年1月后签约落户基地的陶瓷企业及配套企业一律使用天然气；2011年10月以后，陶瓷企业新扩建的生产线必须使用天然气；2012年12月底以前，现有以燃煤、燃油为主的陶瓷配套企业全部改用天然气。从目前使用天然气的企业所反馈的信息来看，企业的产品品质确实提升了，环保压力得到了缓解，然而，天然气的价格也让产区绝大多数陶瓷企业的扩张发展受到束缚，很多企业甚至因为成本过高而不愿意接受。而随着中节能清洁能源项目的进驻将给基地陶瓷企业带来新的发展生机。”

此外，廖树生还表示：中节能公司在基地的项目主要是煤制气，但是经过一系列的技术处理完全达到清洁能源的标准。因此，价格会比目前企业使用的水煤气要贵，但比天然气价格要便宜，集中供气还可以降低企业在煤气站的安全隐患等问题。

从现阶段来看，尽管目中节能项目进驻基地，但并不代表政府就此放宽了企业对天然气政策的使用要求，企业扩建新生产线仍应遵守使用天然气这一门槛。

《陶瓷信息报》

委员建言：强制淘汰非洁净煤设备

全国政协委员、财政部财政科学研究所所长贾康，在全国政协十二届二次会议期间提出，应大力推广洁净煤技术，同时制定非洁净煤设备的强制性淘汰时间表。

“推广洁净煤技术对大气污染防治意义重大。”贾康提到，对建材行业而言，推广洁净煤技术更是势在必行。贾康特别提到了玻璃和陶瓷行业。目前，玻璃和陶瓷行业使用的水煤气装置高达1万台，用煤量1亿吨左右。由于没有环保处理设施，加上燃煤效率低，污染物排放量大，对环境破坏十分严重。如果这些行业推广清洁煤气化技术，热效率可提高15%以上，并且能稳定达标排放，可减少该领域煤炭消费量2000万吨、减少二氧化硫排放25万吨、酚水排放200万吨，同时拉动我国环保产业产值约1万亿元，对污染治理和环保产业拉动均有十分重要的意义。

然而，洁净煤技术在推广过程中遇到许多困难。贾康认为，一是目前各地政府对洁净煤的认识和舆论引导远不到位，普遍认为燃煤就等于污染；二是对洁净煤技术和专有装备研发的政策扶持不足。

为此，贾康呼吁，“希望有关部门尽快出台国家标准，大力推广洁净煤技术，制定非洁净煤设备的强制淘汰时间表。此外，还需加大对洁净煤技术、专有装备、产业化示范项目的政策扶持。”

目前，以广东科达机电股份有限公司等为主要代表的企业在洁净煤技术方面已经取得了显著成绩。在环境保护日趋严峻的形势下，发展洁净煤技术已经逐渐成为提高我国能源效率、减少环境污染的重要途径。

江西陶瓷强势进军夹江与本土品牌争抢市场

近年来，随着江西、湖北、湖南、河南、陕西等新兴建陶产业基地竞相发展，行业内竞争也日趋激烈，而作为被各大新兴产区重重包围的夹江产区，其陶瓷市场份额也开始面临被吞噬的危机。尤其是江西太阳、新景象、瑞阳等陶瓷品牌在夹江产区中与本地品牌争抢市场份额，让夹江陶瓷企业深切地感受到“狼来了”。

“卧榻之侧岂容他人鼾睡”，夹江作为中国西部最大的建陶产区，有着“西部瓷都”美誉。曾拥有 97 家建陶企业、238 条生产线，年生产力达 5 亿平方米，占全国总产量的 18%，与广东佛山、山东淄博、福建晋江并称为全国四大建陶生产基地的辉煌。而现在江西品牌却已经把销售网点直接设到了夹江产区，与夹江本土品牌争抢市场份额。这不仅让外界产生种种联想，到底是江西陶瓷品牌很强势，还是夹江本土品牌很软弱。

然而，就在夹江大部分陶瓷企业自以为，地处中国西部依靠天然的区域屏障阻隔外来产区入侵的同时，各大产区已经在政府和自身产品等各方面优势的推动下开始悄然进入夹江陶瓷企业所覆盖的云、贵、川、渝市场。其中江西省在建陶产业生产基地新建了一条高安陶瓷站——团结村（重庆）客运化集装箱班列，这也为高安陶瓷“西南向”物流打通了一条快捷通道，一辆辆满载江西砖的专列不断地开往西南各地。

据了解，目前江西陶瓷品牌在夹江产区内设有销售网点的品牌有太阳陶瓷、新景象、瑞阳、金三角等，其中太阳陶瓷是去年下半年进入夹江产区市场，然而在短短的半年时间里销售额突破 500 万使其在夹江产区内站稳脚跟。

对此，夹江太阳陶瓷总经销商何勇在面对本报四川站记者采访时，也表示自己也是四川南充人，之所以舍近求远选择江西太阳陶瓷品牌做销售代理主要是处于四方面的因素考虑：首先是品质稳定。太阳陶瓷旗下仿古砖产品均以一点标准为主，其砖坯白净且瓷化度高与夹江多家仿古砖生产企业产品相比更具有优势；其次是花色新意齐全。太阳陶瓷拥有成百上千款仿古砖新花色，每一款都具有不同的特色，更为难得的是其花色非常符合当代消费者的口味；最后是逆向销售模式驱使。在夹江产区销售别产区同质化的产品本来就是一件非常艰难的事情，压力之大无法想象，而之所以反其道而行之是因为它同时也是一个很好的切入点，能够让更多的客户对你销售的产品产生兴趣。

与此同时，比何勇早来两年的夹江产区销售江西陶瓷砖的夹江新景象陶瓷总经销刘仕富也告诉记者，前几年夹江陶瓷企业生产优质仿古砖的企业不多，品质做得不错的只有新中源、金陶、威尼、华天、明珠、新高峰等。而江西高安产区由于作为广东佛山陶瓷产业转移的重要承接地，受广东佛山陶瓷企业入驻影响的产品、生产、工艺等各方面都有了质的提升，在产品开发和创新上已经开始出现后来居上的情况，仿古砖更是作为江西产区企业主导的产品。

在采访中何勇还告诉记者，其实江西陶瓷的销售价格要高于夹江同类瓷砖的价格。其主要体现在运输费用上，现在从江西发集装箱到乐山站的运费是 17000 元/柜（每组柜两个箱约 55 吨），细分下来每件砖从江西拉到夹江的价格在 2~3 元之间，所以江西砖在夹江产区的销售价格相对较高。

日前，记者在产区瓷砖市场走访时发现，不少广东、山东、江西、福建的瓷砖品牌开始在夹江产区内设有销售网点，其中大部分的以仓库兼展厅的形式存在。

《陶瓷信息报》