

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

第三届全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会第五次年会暨标准审议会召开

《陶瓷砖》国家标准已与国际全面接轨

5月7—8日,第三届全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会第五次年会暨标准审议会在江苏省宜兴市召开。会议期间重点审议《锆英砂》行业标准、《陶瓷砖》国家标准、《陶瓷砖试验方法》国家标准,同时还召开了《坐便器安装规范》工作会,《卫生洁具智能坐便器》工作会。其中,《陶瓷砖》标准系在2006版基础上起草修改,采用ISO13006:2012国际标准,并增加了对抛光砖的规定及陶瓷砖厚度的限定等内容。

工信部科技司副司长韩俊,中国建材联合会标准质量部副主任周丽玮,咸阳陶瓷研究设计院院长闫开放,咸阳陶瓷研究院常务副院长、全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会主任委员李转,中国建筑卫生陶瓷协会常务副会长、秘书长、标委会副主任委员缪斌,全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会秘书长王博,标委会副主任委员尹虹、张旗康、宋子春等领导出席会议,标委会委员、行业专家、科研院所、企业代表、质检机构、新闻媒体等130余人参加。

标准制定符合国家战略

开幕仪式上,韩俊在讲话中强调,标准制定过程要注意符合国家战略要求,特别是目前在建设“资源节约型、环境友好型”社会中,建材产品标准要在限重、减量、节能等方面有所体现。现在产品跨领域、跨行业体现明显,陶瓷产品的行业标准也要注重综合标准化。

李转作标委会工作报告,指出标委会工作2014年的工作重点是做好GB/T 4100-2006《陶瓷砖》、GB/T 3810-2006《陶瓷砖试验方法》收尾工作、《卫生洁具智能坐便器》、《泡沫陶瓷》等重点标准的制修订工作。

据了解,目前建筑卫生陶瓷行业存在标准的滞后、标准的交叉与归口等问题。近年来市场上出现了大量智能型坐便器,也就是带冲洗烘干功能盖板的坐便器,到目前为止没有一个完整的标准。卫生洁具及配件标准比较混乱,标准出口多,企业无所适从,市场难以管理。涉及水嘴标准至少有13个,交叉、矛盾、重复问题较严重。李转介绍:“标委会组织申报了《卫生洁具智能坐便器》标准计划,得到了标准委的积极支持,下达了该项目计划。标委会将按照计划要求,尽快组织标准的制定工作,以适应市场对该标准的急需。”

(陶城报-微信)

禁用“驰名商标”宣传 多数陶企已“换装”

5月1日起,随着新修订的《商标法》正式实施,“驰名商标”字样将被明确禁止用于商品、商品包装或者容器上,或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中的行为。违反此规定的,由地方工商行政管理部门责令改正,处10万元罚款。

在佛山,一些曾经将驰名商标用于广告宣传的陶企也都积极遵照执行相关规定,纷纷更换了广告宣传内容。4月30日,记者在佛山南庄镇看到,已获“中国驰名商标”的广东俊仕陶瓷、广东金舵陶瓷、广东威俊陶瓷等企业在户外宣传广告上均未打出“中国驰名商标”。

虽然驰名商标已被禁止用于产品包装和品牌宣传,但是对于一些大量走工程渠道的企业而言,对工程竞标、提升品牌竞争力却大有用处。司法人士称,“被认定为驰名商标后,有关部门会对其加大保护力度。同时,它可以提高企业无形资产的估值,获得抵押贷款的额度也会相应较高”。对于一些已获“中国驰名商标”的行业知名品牌而言,在遭受侵权过程中,将得到国家法律部门较好的保护。

《陶瓷砖》国家标准是“基本法”

在《陶瓷砖》国家标准审议会、《陶瓷砖试验方法》系列国家标准审议会上，委员们就各项标准展开热烈的讨论。在《陶瓷砖》国家标准审议会上，就提出 20 多条修订意见，涉及学术名称、英文翻译、表达规范性、标准范围等各项内容。早在上个月，《陶瓷砖》国家标准征求意见稿发送到 95 家单位，就已收到 110 条修改意见或建议。

关于瓷砖减薄标准的设定，有企业代表反映，瓷砖减薄消费者会质疑企业偷工减料。缪斌回应，国家标准出来之后，所有企业统一执行，就不存在这个问题。在瓷砖厚度、破坏强度等标准方面，福建外墙砖企业提出较多意见，甚至建议将外墙砖单独制定行业标准或国家标准，并加快落实。

尹虹表示，《陶瓷砖》国家标准即便不是陶瓷行业的“宪法”，也应该称得上是“基本法”，以后陶瓷砖所有的法规都要符合这部“基本法”，所以企业应该高度重视，从目前到《陶瓷砖》国家标准正式批准大约还有一年多的时间，那么这近两年时间其实就是企业宝贵的缓冲期。

与国际标准全面接轨

王博在会上介绍，我国陶瓷砖标准已与国际标准全面接轨，有些方面甚至超过国际标准。截至到 2013 年底，由全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会归口的现行标准 63 个。其中国家标准 36 个，行业标准 27 个；强制性标准 5 个，推荐性标准 58 个；基础标准 1 个，产品标准 40 个，方法标准 21 个。

我国现行陶瓷砖产品标准在技术内容上全面采用 ISO13006 国际标准，并根据我国国情，增加了抛光砖光泽度要求，增加了对大规格产品尺寸偏差的要求；陶瓷砖系列方法标准等同采用 ISO10545 系列标准，共 16 个，其中根据我国国情，增加了大规格产品的变形测试方法和有关项目的制样方法，另外抛光砖光泽度试验方法应用了我国制定的通用试验方法，与国际标准相比，增加了摩擦系数试验方法，采用 ISO 方法标准草案中的一种方法。

目前，我国卫生陶瓷的产品标准的技术要求基本上与国外先进标准接轨，产品内在理化要求和功能要求的指标等同或雷同美国、欧盟等先进国家标准，在个别指标上严于国外标准，如坐便器用水量，我国要求最大用水量不大于 9 升水，高于美国和日本标准。我国标准中对坐便器水封表面面积的要求低于美国标准，但欧盟标准中无此要求。

标委会委员要持证上岗

会议现场了解到，按照标准委和联合会的要求，今后要对标委会委员进行培训，委员要持证上岗。2013 年 12 月，联合会组织了第一期委员培训，今年 4 月份举办了第二期委员培训。李转表示，标委会秘书处还将对委员进行全面考核，涉及参加会议的情况、标准复审、标准立项、标准表决投票、委员会费的缴纳等方面。

为了提高全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会标准技术水平及编写质量，提出标委会委员年审制度要求，明确标委会委员任期职责，会上还下发了《全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会委员考核管理办法》的征求意见稿。其中，管理办法指出，连续两年无故不参加年会，提出警告，第三年若再不参加会议，则提请撤销委员资格。无故连续二次不参加会议，将提请注意，并作为下届委员会聘任的参考。委员不得拒绝或不参加标准审查，无故不参加标准审查，则提请撤销委员资格。

换届工作即将启动

另外，年会上还对在陶瓷行业标准制修订等方面取得显著成绩的一批先进单位和先进个人进行了表彰。

其中，杭州诺贝尔集团、广东蒙娜丽莎新型材料集团、国家建筑材料工业建筑五金水暖产品质量监督检验测试中心、惠达卫浴、江苏拜富科技、珠海旭日陶瓷、福建华泰集团、辉煌水暖集团、杜拉维特(中国)洁具、广东大鸿制釉 10 家单位获得 2013 年度全国建筑卫生陶瓷行业标准化工作先进集体称号。尹虹、张旗康、宋子春、王巍、吴洁新、麦卓荣、王美兰、杨雪定、王威灿、郑元耀 10 人获得 2013 年度全国建筑卫生陶瓷行业标准化工作先进个人称号。

据悉，第三届全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会任期即将届满，本次会议后，秘书处将开展委员的登记、启动换届的准备工作，目前正面向有关单位公正征集新一届技术委员会委员。

(陶城报-微信)

佛山大气污染治理重点瞄向陶瓷界

5月9日上午，佛山市重点行业大气污染治理工作会议召开，108家代表企业参会承诺治理污染。据悉，《佛山市大气污染防治行动实施方案（2014-2017年）》已通过了市政府常务会议审议，佛山即将出台系列配套方案，对陶瓷、电厂、铝型材、玻璃制品等四大行业划定治理时间表，重拳出击。

2013年，佛山在大气污染治理方面采取了一系列措施，有效遏制了大气环境的恶化。然而，佛山市环境空气质量总体虽有好转，但雾霾天气、酸雨仍然突出，大气污染治理工作任重道远。

根据国家、省的要求，佛山市政府即将出台《佛山市大气污染防治行动实施方案（2014-2017年）》，进一步确定大气整治目标，列出具体整治清单，明确具体整治任务，落实整治责任，并配套出台一系列的专项整治方案。该实施方案提出了包括调整产业布局、强化污染物指标约束、控制煤炭消费总量、扩大高污染燃料限制区域等在内的“25项措施”，对全市大气污染防治工作进行了战略部署。

目前，电力行业整治方案已经出台，陶瓷、铝型材、玻璃制品行业的整治方案正在征求意见中，计划本月出台。关于陶瓷行业，应完成烟气治理，确保全面达到排放限值要求；同时方案将要求，名单上的重点企业，都必须于2014年12月31日前安装烟气在线和视频监控系统，与市、区两级环保部门联网。

市领导要求，今年全市环保工作将“从企业抓起，绝对动真格”。他表示，“全覆盖执法”将盯紧非法排污企业，尤其是108家重点监管企业。对污染企业实施严厉打击，将直奔现场、直接督查、直接曝光。

（陶城报微信）

河南多产区重拳治理陶企污染

作为河南最大陶瓷产区的内黄县，近期掀起了一场治理陶瓷企业环境污染的浪潮。该县环境保护部门，对全县陶瓷企业废水、粉尘污染进行拉网式排查，逐企业逐工段排查环境隐患，对企业环保设施运行情况进行评估检查，对违法企业在调查取证的基础上，进行立案查处，并责令违法企业停产整顿，给予严厉处罚。

据内黄县有关人员介绍，这次陶瓷企业污染治理，不但会加大违法排污陶瓷企业的处罚，对于违法环保工作人员也加大了惩处力度，同时设立了12369举报热线，强化社会举报监督，可以说，力度之大前所未有的，措施之严前所未有的，处理之重前所未有的。目前，内黄县已对查处的企业进行了严厉惩处。鹤壁产区从2013年就开始了对陶瓷企业的污染整治，要求园区内所有陶瓷生产线的两段式煤气发生炉安装脱硫设施并通过验收，并列出了富得陶瓷有限公司、河南御盛陶瓷有限公司、河南华邦陶瓷有限公司、鹤壁佳鑫陶瓷有限公司、河南省鸡金山建材有限公司等陶瓷企业脱硫治理名单，明确了完成时限和治理效果。

为改善环境质量，汝州产区政府印发2014年度污染源限期治理计划，特别强调要加强瓷砖厂粉尘治理，限期治理计划还对治理标准和要求、完成时限和责任单位进行了明确指示。

汝阳县将陶瓷企业粉尘污染作为治理重点，出台了《汝阳县陶瓷企业粉尘污染防治技术要求》，针对排查出来的问题，要求所有陶瓷治理企业要严格按照治理技术要求、时间要求，全面完成陶瓷企业粉尘治理任务，对不能按时完成治理任务的，依法严肃处罚。

有业内资深人士称，近年来，随着陶瓷业不断呈现出区域化、碎片化的发展格局，诸多新增的陶瓷产区生态环境正因陶瓷企业数量的不断增加而受到严重挑战。由于受经济力量的限制，很多新产区的环境治理显得力不从心，效果也不尽如人意。

摘自《陶瓷信息报》

东北陶瓷“黑马”——法库陶瓷异军突起

作为辽宁省沈阳市产业集群中一颗璀璨的明珠，法库陶瓷产业从 2002 年第一条陶瓷生产线落地至今，历经从无到有、从小到大、从量变到质变的发展过程，产业集群规模不断壮大。

近日，在第八届沈阳法库国际陶瓷博览交易会上，众多陶瓷企业推出的各类陶瓷高端新产品争相亮相。“有的高档瓷砖，一块价格近 2000 元，相当于一台彩电的价格。”一位企业销售经理介绍说。此届陶博会，现场销售额创历届陶博会新高，来自世界各地的众多经销商到会洽谈合作，交易总额达 60 亿元人民币，其中现场交易额 28 亿元，达成意向 32 亿元。

地处长白山余脉与医巫闾山余脉交界处的法库县，矿产资源丰富，享有“全国一类矿产资源大县”“全国瓷土基地县”的称号。2002 年春天发展陶瓷产业的战略决策，让长期以来埋藏在法库大地丰富的矿产资源，迅速成为法库经济腾飞的抓手。从那时起，法库从未停止过发展陶瓷产业脚步，变化的只是从规模向质量、从粗放向集约迈进的一步一个坚实的脚印。

历经 12 年发展，2013 年，法库被中国建筑材料联合会授予“中国瓷谷”称号。当年，法库县累计落户陶瓷及配套企业 212 家，建设各类生产线 436 条。陶瓷已由单一的建筑瓷发展到日用瓷、艺术瓷、工业瓷、电瓷等 12 大类 27 个品种，产品以建筑瓷为主，有中高档耐磨砖、抛光砖、全抛釉和微晶石等。如今，在国内同行业中排名升至第四位。

将发展陶瓷产业与实施新型城镇化相结合，目前法库县陶瓷产业已经直接带动就业 7 万多人，其中农民工占据绝大多数，这不但解决了农村闲置人口就业问题，使农村土地实现规模化、集约化、现代化生产，也促进了县域经济发展、增加了农民增收。法库县长陈佳标介绍：“预计到 2015 年，中国陶瓷谷大市场园区落户生产及配套企业突破 1000 户，实现工业总产值超千亿元，把法库建成汇集建筑陶瓷、日用陶瓷、艺术陶瓷、工业陶瓷、特种陶瓷、新型建材等产业于一体，集科技研发、市场销售、会展交流、物流集散等功能于一区的国家级循环化经济示范园区。吸纳更多的人创业、就业，实现‘有钱人来法库投资，没钱人来法库打工’。”

（来源：辽宁新闻网）

2013 年四川淘汰瓷砖落后产能 1480 万平方米

日前，四川省淘汰落后产能协调领导小组办公室近日发布了《四川省 2013 年淘汰落后产能计划完成情况公告》，其中陶瓷行业淘汰落后产能 1480 万平米。

据统计，去年夹江、丹棱、威远等产区新建 20 条大型现代化陶瓷生产线，同时也淘汰了落后产能生产线十几条。作为四川陶瓷行业淘汰落后产能计划的主要阵地，夹江、丹棱、威远、洪雅、沙湾等几个重要陶瓷产区在实现传统生产向现代化生产转化中做出了重要贡献。

近年来，由于夹江陶瓷产业发展受到生产线产能低、设备陈旧、能耗大、成本高、管理落后、园区规划混乱、人才缺失等多重因素制约，致使产业发展面临瓶颈。为此，夹江县委政府通过一系列淘汰落后产能，推动陶瓷产业转型升级的优惠政策和举措，并得到了产区内不少陶瓷企业的响应。其中四川建辉陶瓷企业去年淘汰了两条陈旧的抛光砖生产线，并在原场地上新建了一条大型现代化抛光砖生产线。在夹江产区内类似于建辉企业这种做法的企业还有奥斯堡广东陶瓷有限公司（华宸分厂）、方正瓷业等企业。

在建辉、奥斯堡等企业的带动下，今年第一季度夹江产内华丽、佳士得、新乐雅等企业相继实施淘汰落后产能、新建现代化生产线计划。为了给产区淘汰落后产能企业转移提供一个良好的生产园区，夹江县委政府还新建了一个高端陶瓷产业园区。但入驻园区的企业必须达到以下条件，第一固定资产投资强度不低于 120 万元/亩；第二单条建陶生产线总投资不低于 1 亿元；第三采用国际国内最先进陶瓷生产线，单条生产线年产值达到 3 亿元以上。

据《陶瓷信息报》

大武汉：经销商难以“攻克”的家装市场

有人说，在建材界，武汉是全国最难攻克的城市之一。除了激烈的市场竞争因素外，大武汉的大，也是难以攻克的原因之一。奋斗在武汉一线的行业人士常说，要在武汉做好零售就必须做好一点，那就是家装渠道，而做好家装渠道的首要条件就是需要多店形式。可见，在武汉要做好陶瓷生意，家装渠道至关重要。然而，家装渠道，不仅经销商无法企及，对于颇有实力的建材商而言，亦会望而却步。

武汉的家装市场十分发达，竞争也异常激烈。每年从年头到年尾，以装饰公司为主角的家装建材展会，时常在武汉各大展馆上演。3月28日，在武汉国际会展中心举办的家装建材展已经是2014年的第二场。来参加展会的家装公司大多是面对大众装饰，除了拼用材质量与服务外，更明显地还是拼价格。而且狼多肉少，竞争非常激烈。

家装公司占领零售半壁江山

家装公司疯狂地抓住第一手客源，不仅只是为了能够拉到更多的生意。在环环相扣的家装产业链里，家装公司若能拥有更多的客源，就能获得众多材料商的追捧。可谓一举两得。

在客源的抢夺战中，家装公司处于绝对的优势，作为材料商似乎只能成为家装公司的附属品。当家装公司将重点从设计转移到业务上，留给材料商的市场就仅是家装公司的“残羹剩饭”。胡凯说，参展的装饰公司大多都是针对大众消费群体，有一定经济实力的消费者很少参与这样的展会；普通消费者对家装是陌生的，在展会上，他们对家装公司的选择除了考虑名气外，更多的是基于价格的选择。正因如此，参展家装公司则大多从价格下手，吸引消费群体的关注。大众消费群体是主流消费群体，家装公司对这部分群体的率先抢占，就等霸占了零售市场中的半壁江山。

所以，武汉建陶经销商所说的“在武汉这样的大市场，要做好零售市场，就必须走家装渠道，不然难成大气”并非无源之水。经销商对零售的畏惧也并非空穴来风。

家装渠道，材料商又爱又恨

为了能够获得更多的市场份额，材料商不得不将与家装公司的合作列为渠道之一。据了解，每家家装公司都有自己合作的品牌。其中包括了陶瓷、卫浴、地板、木板、油漆等众多家装用材。

据了解，定位中高端又具有市场影响力的家装公司对材料商的选择几近苛刻。大概总结有以下四点：

与家装公司合作需要付给对方高额的入场费。入场费主要分为两种，一种是品牌进入家装公司的推荐名录；第二种则是产品同时进入家装公司的材料展馆。后者的收费更高。

家装公司对合作品牌的产品不仅要求好的质量保障，价格还压得非常低。许多与家装公司合作的品牌戏称，他们实质就是家装公司的供货商，不但零利润，而且还要负责售后。

与家装公司合作还需要优质的服务。例如补砖，他们说什么时候要补到货，就一定得什么时候。如果一个品牌在武汉没有很好的市场布局和足够的分店数目，根本没有办法达到要求。

与家装公司合作还需要一定的经济实力。因为家装公司常常会拖欠货款。这也是许多材料商很难接受的。

要达到以上四点条件，就不得不将产品的零售价格做高。

据某陶瓷经销商透露，随着家装公司近两年在全包套餐业务市场接受度减退，家装公司的直接推送材料的机率降低，许多材料商跟家装公司的合作成效降低，也导致了一些中低端材料商渐渐退出家装渠道圈。他表示其退出这个圈已有好几年。

某家装店精品设计师告诉记者：“瓷砖也是具有内涵，现在市场设计化、个性化产品面很宽。消费力，审美观和自身需求，都是影响消费者选择产品的几大因素。”陶瓷的地位不只是一块砖，简单的铺设，单调的花色已经让消费者提不起兴致了。

现在也有不少材料商开始经营一些具有设计感强，简洁实用的品牌。让设计体现在产品之中，迎合了消费者价值观需求。

摘自《陶城报》