

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

花林集团隆重召开庆祝建党 93 周年大会



7月1日晚,远安花林集团庆祝中国共产党成立93周年大会在员工会所二楼会议室隆重召开,集团党委书记、董事长、总经理闫友平出席会议并发表重要讲话,集团党委常务副书记、副董事长、副总经理闫友新主持会议,集团党委委员、董事会成员、全体党员、团干、入党积极分子及大班长以上干部参加会议。

大会在大合唱《没有共产党就没有新中国》的歌声中拉开帷幕。会议宣布远安县县直机关工委批准黄金利和赵美玲二名同志为中国共产党预备党员,批准闫海波、李永双、田蔓莉、庞世经、汪长春五名同志按期转为中国共产党正式党员。集团党建指导员肖远金在会上宣读了中共远安县委、县经信局党委和集团党委关于表彰先进基层党组织、优秀党务工作者和优秀共产党员的决定。会议对楚林陶瓷公司党支部、优秀党务工作者徐向阳和优秀共产党员胡永树、高志强、李江华、杜明阳、张连红、王飞、陈建国、刘占坤、谭思军、焦家雄予以通报表彰,闫友平及在主席台就座的领导为他们颁奖。

颁奖结束后,新党员代表黄金利、新转正的党员代表庞世经、先进党支部代表刘以富、优秀党务工作者代表李绪明、优秀共产党员代表汤小成、入党积极分子代表傅婕分别在会上发言,集团青年演讲比赛第一名获得者张金元领读了周小平的文章《你的中国你的党》。

闫友平在庆祝大会上发表重要讲话。他首先回顾了党的光辉历程,总结了近年来集团在加强党的组织建设、抓好党员队伍建设、发挥党委和党支部战斗堡垒作用及加强职工队伍建设等方面所取得的成绩。然后闫友平强调,必须进一步加强和改进党的建设和企业的各项管理工作,促进企业快速发展和职工工资福利水平大幅度提高;要以完善制度、狠抓落实为重点,切实加强企业党的组织建设;以改革创新的精神抓好企业党建工作;以企业文化建设为抓手,进一步弘扬“务实、诚信、敬业、创新”的企业精神。

闫友平在讲话中还代表集团党委向全体党员和入党积极分子提出要求。他说,广大党员必须坚定理想信念,牢固树立正确的世界观、人生观和价值观,无论遇到什么样的困难和风险,都要与党同心同德,努力实践自己的诺言;必须充分发挥先锋模范作用,做学习的模范、遵守纪律的模范、团结同志的模范和积极工作的模范,为党旗增光添彩;必须严格遵守党的纪律,积极参加组织生活,接受党内生活锻炼,勇于开展批评和自我批评,不断提高政治素质。

庆祝大会在《国际歌》的大合唱声中拉上帷幕。

(花林集团李亚林报道)

福建：没有大面积停窑爆仓 四川：部分陶企已停产，

福建产区上半年产销整体下滑，部分企业调节产能控制库存

福建产区5月份以来，不少厂家销售量开始下滑，淡季来袭，令不少企业深感运行压力倍增。记者对福建产区上半年状况进行了盘点，获悉产区产销量整体与上年度同比有所下滑，部分企业开始调节产能控制库存压力，但没有出现大面积停窑、仓库爆满的现象。

部分陶企原本指望二季度市场能有所好转，但进入二季度以来，建陶市场寒意却愈加明显。在这种市场局势之下，福建产区陶企呈现出产销平稳、勉强维持、开部分生产线等各种状态；大部分企业表示，行情不如去年好。在一片悲观之声中，也有好消息，记者在走访中发现，一些生产木纹砖的企业供不应求。在疲软的市场中，强者变得更强，而弱者则在寒风中哆嗦。

在生产成本方面，山东、江西给泉州产区带来巨大压力。瓷片产品受其低价位冲击影响最大，其次是仿古砖。福建漳州产区由于目前还是使用水煤气，生产成本低于泉州产区，分流了泉州产区仿古砖客源。因此，漳州产区表现较泉州好，据悉，今年下半年该产区还将新建10条左右生产线。

前不久，泉州由于天然气供应不足影响生产，政府有条件允许部分企业使用水煤气，一定程度上缓解了这部分企业的生产成本压力。

在产品发展趋势方面，业内人士分析认为，泉州陶企对市场新趋势的把握较好，喷墨外墙砖、薄板、木纹地板砖、柔光、糖果釉等新工艺仿古产品对稳定企业销售有一定作用。有行业人士表示，此类产品也将成为福建产区今后的重要发展方向。此外，福建销售资源优势也为陶企应对市场变化发挥了积极作用。

四川陶企遭遇滑铁卢部分陶企已停产

在今年上半年，四川产区内建成投产的生产线有建辉抛光砖生产线、英伦外墙砖、东方和瑞茂瓷片线各一条。其中，建辉投资1.5亿元兴建了一条西部最大的抛光砖宽体窑生产线，日产能达到2.2万平方米；东方投资兴建的一条瓷片生产线，窑炉全长超过1000米（含素烧、釉烧、干燥），日产能达到4万平方米。另外，加上建翔、宏发、康荣等企业的在建生产线，仅今年上半年建成投产和正在建设的生产线有近10条；而米兰诺、新万兴、科威、新高峰等企业也有在今年年内新建生产线的计划，且都是大线。夹江盛世东方今年上半年投产的瓷片生产线，日产能达到4万平方米，也是目前四川产区内单线设计产能最高的瓷片生产线。

但近期，记者采访了四川多家陶企老总，反映的状况基本都是：现在的市场环境不乐观。峨眉金陶瓷业副总经理杨庆表示，他自己刚从成都、西安两大市场考察回来，在调查中不少经销商都反映今年的整体市场情况大不如前，生意难做。

外部市场环境疲软，再加上企业之间的竞争也在加剧，今年上半年，四川产区内的绝大部分企业都出现了销售下滑的状况，只有个别企业在去年基础上有微幅增长。现在，科达、帝豪等多家陶瓷企业因为销售不畅，已经停止生产。同时，数家本土大型陶瓷企业也开始收缩产能，缓解销售压力。

四川新高峰瓷业销售副总经理何进军表示，和去年同期相比，今年上半年新高峰的销售业绩有小幅增长。其中，销售业绩最好的时候是在4月份，进入6月以后，公司开始面临相当大的销售压力，在今年9月份以后是否能迎来一个销售的旺季，现在还不能预测。因此，公司已经提前开始做好过冬准备。

（来源：陶城报微信）

法库陶瓷产区水煤气炉被限期关停

2015 年底前全部完成陶瓷企业煤改气工作

近期，环保风暴席卷福建泉州、江西高安、广东肇庆和佛山等南方各主要陶瓷产区，而作为东北瓷都和全国六大陶瓷产区之一的沈阳法库，也同样未能置身在本次陶瓷行业 10 多年来最强的一轮环保风暴之外。

6 月 9 日，沈阳市环保局下发了《关于通报落实环保部东北督查中心有关要求的工作安排》的文件，文件明确要求沈阳法库陶瓷工业园区限期关停水煤气炉、全面改造管道煤气。该文件是基于环保部东北督查中心在今年 2 月至 3 月集中现场检查了一批重点工业企业，并对一些核心问题以书面形式反馈了各相关政府后研究制定的。

文件规定：“法库县政府要切实采取措施、制定财税优惠等鼓励政策，按计划推进县内陶瓷企业全部使用管道煤气。确保 2014 年至少完成 20 家陶瓷企业的煤改气工作，2015 年底前全部完成陶瓷企业煤改气工作。同时要求县政府采取措施，避免已经改气的单位出现反弹，对拒不改造和反弹的企业要加强执法检查，对超标排污的企业依法予以处罚。”

环保风暴前，法库政府已主动求变。据了解，自去年获批国家级循环化改造示范试点园区后，法库陶瓷开发区已有金地阳等 30 余家企业完成了技术改造升级，红太阳等 28 家企业完成了“煤改气”。此次环保文件的发布，进一步明确了法库陶瓷产区清洁能源改造的时间点。

法库政府为了实现陶瓷产业绿色发展，近年来，为工业园区专门配套引入了生态污水处理、固体废物处理等配套项目，在此基础上累计引进陶瓷及配套企业近 200 家。“绿色发展”促进了法库陶瓷产业由“东北瓷都”向“中国瓷谷”的华丽转身。目前，开发区内 90% 的陶瓷企业通过了清洁生产审核，今年将全部达到清洁生产审核标准。

在“不以透支未来求发展，不以牺牲环境求政绩”的理念指导下，法库陶瓷产区成为了辽宁首个“国家级循环化改造示范试点园区”，是全国首批 20 个“试点园区”之一，标志着法库陶瓷产区在着力园区生态链和生态网的建设，最大限度地提高资源利用率，从工业源头上将污染物排放量减至最低，实现区域清洁生产等方面的工作已经先行一步。可以说，法库将成为全国首个陶瓷清洁生产能源县。拥天然气和清洁煤气两大法宝，环保和低成本有望兼得

早在 2010 年，法库陶瓷工业园区就引入了天然气和清洁煤气化项目，推动园区企业煤改气进程，近年来，全国各地陶瓷产业园区与大量陶瓷企业纷纷来沈阳学习“传统工业园区如何实现清洁能源全面替代”的经验。

今年 4 月 22 日，国内最大的商用洁净煤技术园区集中供气项目在沈阳经过一年半的试生产后已正式投入运营，为园区供应低热值清洁煤气，这一重大事件甚至上了当天的新闻联播，示范意义巨大。与此同时，沈阳燃气公司投资建设的天然气管道也已铺设至全部企业。

据悉，目前沈阳法库园区拥有的两大清洁能源，合计每日可保障 200 余万方天然气和清洁煤气供应，已可全面保障园区企业全部由传统两段炉切换至清洁能源。

近几个月，在国家大气十条政策和全国各地大气质量排名机制下，全国其他几大陶瓷产区都明确了清洁能源替代计划，福建泉州、江西高安等产区将全面改用天然气，广东佛山、广东肇庆产区已由环保部门强行停止部分陶瓷窑，逼迫企业转用天然气，另几个陶瓷产区如山东淄博、四川夹江同样开始提速清洁能源替代。

从清洁能源价格看，法库由于较早的启动清洁能源替代工作，燃气价格在 2 元/方左右，远远低于广东、福建等 4 元/方以上的成本。在国家工信部实行《建筑卫生陶瓷行业准入标准》的政策环境以及当前全国各大产业基地纷纷加速转型清洁能源的背景下，法库园区明确水煤气炉的关停时间，加快推进全面清洁能源替代，是实现环保和低成本两者兼得的最佳方案。

(来源：陶瓷信息)

高安产区陶企理性应对市场淡季

进入 6 月底，建陶行业市场销售同比 4、5 月的压力也更加大，农村开始进入双抢季节，整个 6 月份，南方大部分地区基本上都浸泡在暴雨当中，给物流也提出了考验。很多企业都表示 6 月份的市场销售形势相比上个月还要差。尽管今年高安产区遭遇了自产区成立来最严峻的淡季，但很多企业都能够理性应对。日前，记者走访了高安、上高和宜丰三地的部分陶瓷企业了解到，尽管销售压力非常严峻，但是没有出现大面积停窑的状况，也没有出现疯狂促销的价格战，更没有见到库存积压到厂门外的现象，面对淡季市场，企业老板也是非常的从容。

6 月份，市场进入销售最冷季，同时，就遭逢暴雨，对于户外作业的外墙砖、西瓦生产企业来说，这个月的压力非常大。尽管有个别企业因为没有及时发放员工工资而出现了员工堵门、闹罢工的情况，但后期企业还是妥善解决了员工工资问题。

据佳宇陶瓷董事长贾巨林表示，公司目前有 5 条生产线，其中一条是配件线，从今年开春起，西瓦的销售就开始遇冷，这个月公司停了一条生产线进行检修，其余 4 条生产线的产能也进行了减产，主要基本上能够保持 70% 的产销平衡。今年西瓦的价格同比去年下降了不少，但是我们的价格还基本维持在产区比较前的位置，现在的价格战对于刺激市场已经没有任何意义，还好公司这两年就已经做好了库存准备，有足够的仓库进行储备，如果遭遇现在的暴雨天气，损失就更大。

据记者对上高冠溢、瑞州两家外墙砖企业了解，对于淡季的到来，企业负责人表示压力很大，仓库、资金等等都是问题，但是这两家企业都没有停产。通过综合成本考虑，停产的损失更大，包括一些无形的损失，如员工的流失。因此，企业只是通过减产，开发一些新规格、新产品来应对市场。利用淡季时窑炉生产压力不大，来稳定产品质量，开发一些新规格的产品来刺激市场。

今年高安产区淡季的到来除了对西瓦、外墙砖的压力提出考验，内墙砖的压力是最大的。近年来，高安产区的内墙砖销量一直非常红火，甚至在淡季时都能够“一枝独秀”，这也使得，有相当一部分新增生产线的企业选择上内墙砖产品，而且这些生产线大部分都是宽体窑、大产能，使得产品内墙砖产能急剧膨胀。在今年淡季到来时，内墙砖的挑战也是首当其冲。不仅价格同比去年下降了很多。以 300 × 600mm 规格喷墨瓷片为例，每片砖下降了近 1 元。

销售压力如此严峻，高安产区中如神州、国员、罗斯福以及温州籍企业等都没有出现停窑的状况，个别企业停窑也是因为窑炉检修。大部分企业还是通过开发新花色，寻找新的销售渠道进行应对。如神州陶瓷在 5 月份就与某贴牌商签订合作协议，大大缓解其新线投产带来的销售压力。

抛光砖产品是高安产区中产能最大，同质化最严重的产品。一些运作 3 年以上的企业，其生产线基本都在 2 条以上，类似瑞源、华硕、金环等专业抛光砖企业，基本上都是 4 条以上，如瑞源陶瓷 5 条抛光砖生产线，月产值 8000 多万，面临的销售压力也是非常大。但该企业因为前期市场耕耘较为完善，相对一些新企业来说压力还不算大，再加上企业综合实力较强，有足够的资金进行支持。同时，公司早在一季度就在开发新产品应对淡季，因此，企业销售形势还比较乐观。

《陶瓷信息报》

2014 年度“钟厦杯”湖北建材行业技术革新奖结果公布

6 月 28—29 日，经专家严格评审，2014 年度“钟厦杯”湖北建材行业技术革新奖结果公布，这次由省经贸工会、省建材联合会共同开展的 2014 年度湖北省建材行业技术革新奖评审活动圆满结束。华新水泥股份有限公司“HXVRM-C 型立式水泥磨”、宜昌新成石墨有限责任公司“高纯超薄导热导电石墨膜材的研发及产业化”、湖北飞龙摩擦密封材料股份有限公司“轻质矿物填充增强复合摩擦材料研究”、湖北钟厦水泥有限责任公司“企业能源管理中心建设项目”等 4 个项目获一等奖，并将推荐到全国评审。

仅有的一个陶瓷行业项目——湖北兴成建陶有限公司“一次烧成双片大规格梯级砖”获三等奖。

这次活动得到湖北钟厦水泥股份有限公司大力支持，该公司获得 2014 年度湖北省建材行业技术革新活动促进奖；枣阳市摩擦材料协会与葛洲坝集团水泥有限公司工会获活动组织奖。

(综合报道)

市场萧条夹江陶企纷纷停线求生存

近期，川内各级市场瓷砖销售一片萧条，成都富森·美家居、红星美凯龙以及青白江一带的建材市场内异常冷清。反观川内最大的陶瓷产区夹江，由于受市场萧条的影响，也开始出现大面积的停线停产现象。

日前，记者在产区陶瓷企业中走访时得知，由于目前瓷砖市场行情不好，企业产能无法及时消化，产品积压严重，因此产区内的美惠、广乐、米兰诺、明珠、华鹏等企业生产线将于 6 月底停产，至于复产时间则需要根据市场的情况而定。

据统计，截止目前，夹江产区至少一半以上的陶瓷生产线已经停产，而进入 7 月后，停线数量还将进一步增加。因为当前陶瓷企业正面临市场萧条、库存爆满、资金链断、工人流失等多重压力，关停生产线既可以缓解库存压力，又可以减少开支，所以产区内的部分陶企纷纷关停在产生产线。

“现阶段瓷砖市场销售异常疲软，不管是川内市场，还是重庆、云南、甘肃、陕西等地区市场都是如此。”建翔陶瓷有限公司销售经理杨平对记者说道，企业每天生产的产能，只有 60% 左右能及时消化，还有 40% 积压在仓库，这已算是运营状况比较好的企业，部分企业甚至连一半的产能都消化不了。对此，业内人士分析指出今年淡季过后夹江产区或许将会倒闭一批陶瓷企业，同时也将引起行业新一轮的洗牌。

“砖卖不动，经销商也没有打款给我们，企业正处于艰难时期，你们应该支持一下我们。”这是夹江某陶瓷企业老板与原料供应商之间的对话，在大环境不好的情况下，为了生存，陶瓷企业都会把危机转嫁给供应商，从而给供应商追款制造了麻烦。据了解，每年的淡季期间生产企业与供应商之间的矛盾都会加剧，有的甚至对簿公堂。

从目前终端市场形势来看，市场回暖还需要一段较长的时间。在此期间，业内人士认为，产区停线停产风波还将持续扩大，7、8 月份将会跌到谷底，到 9、10 月份关停的生产线才会慢慢恢复。因此，企业要想平安度过低谷期，必须提前做好抗风险的准备。

《陶瓷信息报》

陶瓷品牌怎样推广才行之有效？

建设品牌，打造陶瓷行业独一无二的品牌，主要目的都是为了全方位提升企业在陶瓷行业中的影响力。所以很多陶瓷企业都会花费相当大费用去运营品牌建设，但某些陶瓷品牌企业收到的效果却并不那么显著，究其原因，大部分陶瓷企业把关键点定在了品牌的表面推广上，即大量的通过媒体广告曝光企业品牌。

如今推广陶瓷品牌，仅仅依靠媒体广告已经不可行了，陶瓷品牌推广已经慢慢向渠道转移。不少陶瓷企业只看到渠道对于产品销售量的贡献，却忽视了渠道对于品牌推广的重要性。渠道通常都是接触消费者，而消费者对于品牌形象的塑造才是最重要的。利用渠道推广陶瓷品牌，陶瓷企业可以通过产品与服务达到渠道推广陶瓷品牌的目的。如今建筑陶瓷市场上的建筑陶瓷产品同质化越来越严重，无论是流行已久的抛光砖产品，还是新兴的微晶石高端产品等，消费者面对如此同类产品，难免失去购买的乐趣，也就达不到推广品牌的目的。因此，创新设计，重新吸引消费者眼球是第一步。

产品需要创新，服务则需要坚持，服务属于陶瓷品牌企业的软实力，对于推广品牌亦不可忽视。为消费者提供一次完善贴心的服务相信每家企业都能做到，但是为消费者提供一百次甚至一千次的完善贴心服务就不是每家企业都能办到了，能坚持下来的企业，无形中以为企业自身塑造了完美的品牌形象。

九正建材网认为，虽然渠道成为了推广品牌的方式之一，但是利用媒体广告也相当重要。目前家居建筑陶瓷行业的媒体不少，大多为企业品牌、广告服务。两者结合，才是推广陶瓷品牌的最好方式。

（来源：九正建材网）