

湖北省陶瓷工业协会秘书处 电子邮件: [hubeitaoci@163.com](mailto: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

## 湖北省级开发区启动扩区调区 鼓励就近整合

湖北省政府办公厅日前出台《关于开展省级开发区扩区和调整区位审查认定工作的通知》，省级开发区、工业园、工业园区、产业园区，满足八大条件可申请扩区调区，以保障开发区土地供给。

开发区已成为湖北省经济发展的重要增长极。但随着大批项目落户建设，开发区实际开发面积已超出2006年国家核准面积，出现了土地节约集约利用度不高、布局不合理、主导产业定位不准等问题。为促进开发区在新形势下规范、健康发展，我省决定开展省级开发区扩区和调整区位审查认定工作。

申报扩区调区，需满足八大条件，包括范围、面积基数、区域位置、规划布局、非工业用地调整、少占耕地和不占基本农田、产业发展规划、土地开发、环保等内容。该《通知》指出，扩区面积基数以2006年国家发改委、国土部、住建部审核公告的面积数为准；鼓励将区位相连、规模较小的开发区进行整合；新扩区域要与当地资源环境承载能力相匹配，符合环保要求。

省发改委表示，《通知》是开发区扩区调区审查认定工作的基本依据，将按要求成熟一批审批一批，每年年底集中办理，进一步规范和促进我省开发区有序、协调发展。

(来源：湖北日报)

## 湖北8市州“抱团”建长江经济带 承接千亿级产业转移

湖北境内长江中游沿线的8个城市“抱团”，搭乘长江经济带这一国家战略快车，担起承接沿海经济带产业及人口“双转移”的重任。昨天，聚焦湖北长江经济带建设专题研讨会在汉召开，武汉、黄石、宜昌等8个市州的有关负责人，与专家学者深入探讨，共谋湖北长江经济带发展远景。

今年4月，中央提出依托黄金水道建设长江经济带，为中国经济持续发展提供重要支撑。长江经济带沿线覆盖205万平方公里，占到国土面积的1/5，涉及人口多达6亿，占了全国近半人口，经济规模占到全国的四成多。长江湖北段从宜昌南津关到江西湖口，岸线长达1061公里，几乎拥有长江中游的全部区段，占据重要的航运及岸线资源。去年，湖北省承接沿海产业转移项目2700多个，产值达6000亿，同比增长了22%。

研讨会上，省委常委、宣传部长尹汉宁结合当前经济发展的情况，以及绿色生态发展的新路子等七个方面，分析了湖北长江经济带建设面临的新机遇。

全国人大财经委副主任委员、民建中央副主席辜胜阻表示，湖北长江经济带建设，要抓住产业、人口“双转移”和城镇化的机遇，发展中部城市群，以创新驱动促进产业转型升级。

人民网总裁、总编辑廖玓，国家发改委社会发展研究所所长杨宜勇，国家行政学院决策咨询部副主任丁元竹，及省、市州有关负责人出席了研讨会。

(来源：武汉晚报)

## 全国新增建陶窑炉 259 条 新增产能 20.57 亿平方米

日前,根据“陶业长征IV——全国陶瓷砖产能及产区发展大型实地调研活动”主办方陶瓷信息报社驻山东、四川、江西、河南、河北、湖北等全国各重点建陶产区记者站的深入调查、摸底,以及结合广东科达洁能股份有限公司驻全国建陶产区各分公司的实地调研得出的综合数据显示,从2013年1月份到今年6月底,全国新增窑炉数量259条;全国新增陶瓷砖产能20.57亿平方米(按一年半共计450天生产周期计算)、西瓦133万片/天。

数据显示,从2013年1月份到今年6月底,华南地区以新增窑炉102条、新增产能7.17亿平方米居首位;北方区域(不含山东)则以新增窑炉53条、新增产能5.1亿平方米居第二。从新增陶瓷砖的品类来看,墙砖以新增8.19亿平方米的规模,超过了抛光砖的7.88亿平方米、釉面砖的4.38亿平方米,位居第一。从数据上看,增加的西瓦产量主要集中在华南地区和东部地区,分别为73万片/天、60万片/天。

据了解,这些新增加的窑炉、产能增长量主要集中在2013年。

2013年后,随着全国建陶市场的回暖,建陶产品销售实现了“开门红”,并持续好转。受益于良好的行业发展形势,湖南、湖北、江西、河南、河北以及四川等主要建陶产区许多企业在年初并着手筹划增加产能、扩建新生产线,以致于当时的陶瓷压机市场在2013年初便出现了订单爆满、产品供不应求、交货期长达4个月的现象。

据本报驻山东、四川、江西、河南、河北、湖北等全国各重点建陶产区记者站的调查统计数据显示,相比2012年,各产区在2013年新建的生产线数量均有大幅提升。据不完全统计,综合2013年全年,全国新增生产线多达240条以上。

业内某知名陶机企业销售负责人介绍,2013年,各产区上新线的速度非常快,尤其是在江西、河南、河北三个省以及以四川为主的西部产区,上线、建线的速度几乎呈“大、赶、快上”的态势,某些产区在2013年新建成投产的生产线释放的产能、产量,甚至超过了以往任何一年。

事实上,就在彼时,一条生产线按“八机一线”的配备、日产量(微粉抛光砖)超过3万平方米、设计年产能达1000万平方米的生产线便开始出现。到2013年下半年,按“九机一线”、“十机一线”甚至“十一机一线”配备、日产量超过4.5万平方米的产能的生产线,也已经不再是新闻。

与此同时,在2013年初,随着新一届政府提出建设新农村和大力推进新型城镇化建设,此举极大刺激了乡镇市场以及农村市场对西瓦等其他建陶产品的需求。不少企业纷纷投入资金,通过建新线或改线等举措进入西瓦的生产、销售领域,这也极大促进了西瓦产能、产量的提升。

另一方面,不仅陶瓷生产企业在2013年取得了不俗的业绩,对于陶瓷机械市场而言,2013年同样是一个强势反弹年,主要的陶机设备压机和窑炉在2013年也创造了第二轮销售新高。据本报统计,陶瓷压机2013年在国内市场的出货量约为1100余台,仅次于2010年的1200余台,同比2011年的1000余台增长了10%,同比2012年的600余台则增长了83%以上。而窑炉行业,2013年的销售业绩也实现了历史新高。

回顾到2011年,由本报联手中国建筑卫生陶瓷协会共同发起、组织的“陶业长征I——首届全国陶瓷砖产能调查活动”在全国范围内实地调查、采集到的数据显示,截至2011年底,全国范围内(不含港、澳、台)共有3275条陶瓷砖生产线,若以全年330天为生产周期,则陶瓷砖产能高达115亿平方米;即便以全年310天为生产周期计算,陶瓷砖的产能亦高达108亿平方米。

三年后的今天,在波云诡谲的市场大环境中,中国的陶瓷产业已经发生了很大的变化。时至今日,中国大陆范围内,究竟有多少家建陶生产企业?多少条生产线?多大产能?所有的疑问,即将揭开——再次由陶瓷信息报社和中国建筑卫生陶瓷协会共同联手,并得到了广东嘉俊陶瓷、摩德娜科技、新景泰机械鼎力支持的行业盛举“陶业长征IV——全国陶瓷砖产能及产区发展大型实地调研活动”即将出征,所有的疑问都将真相大白。

《陶瓷信息报》

## 让经销商和品牌一起变强

参加企业经销商年会之类的活动，习惯于通过参会经销商的举止和谈吐，初步判断品牌未来的发展。这种判断不一定完全准确，但也七七八八了。去年的判断中，有两个极端案例，今年上半年的表现，说明了问题。

这里不点名，姑且用A企业和B企业代替。

A企业经销商年会，参会经销商服装整齐，活动期间精神抖擞，认真倾听厂家负责人的演讲，并且主动跟周围的人讨论，活动的优点和缺点，演讲中的观点哪些赞同，哪些不赞同，都能说个一二。饭桌上，虽有热热闹闹的敬酒，但鲜见吆三喝四大声喧闹，端着酒杯在一旁谈事情的倒不少。

B企业同样是经销商年会，排场不输A企业，但不知是前一晚集体喝高了还是怎么回事，经销商清一色慵懒表情，开会时什么样的坐姿都有，加上着装也很随意，当时有朋友开玩笑说，这像极了村里开大会。晚宴时，大家都来了精神，你灌我我灌你，不把对方喝趴不罢休的阵势。

我的判断毋需再说。今年上半年，A企业单一品牌业绩增长超100%，当然，这与原本基数小也有一定关系；B企业中，销售排名第二的品牌，一个月销售业绩才700多万。这些业绩都是企业自己所报，我没能拿到第一手数据，不过，根据终端反馈回来的信息、同行评价以及企业活动和广告投入等方面判断，数据出入应该不大。

经销商强，则品牌强。这一点大家都清楚。关键在于，怎样让经销商变强，并且在变强之后，能够跟随品牌一起做到更强？

以前的专栏里也有提过，现在市场竞争加剧，有些经销商在追赶市场步伐的时候，明显感觉吃力。由于大部分经销商文化水平和营销水平偏低，面对新的市场局势，越来越迷茫。再加上有些品牌把经销商招来了之后，只管压货收款，不管经销商死活，让经销商进退两难：继续代理等于把钱砸向无底洞；不继续做下去，已经砸进去的钱等于打了水漂，又不甘心。于是乎，为了赚钱，各种违反厂家规定的行为就出来了。行业内因为窜货被厂家踢掉的经销商不在少数，厂家总责备经销商“不老实”，但有些经销商其实也是被逼无奈。

回归主题，让经销商跟随品牌一起变强，这里谈两点浅见。

第一，要有一双慧眼，选准苗子，然后要有培养他们的耐心。选择经销商的时候，不仅要考核其在市场的硬实力，还需要看到他们身上的潜力，看到他们的软实力。有些在市场打拼多年，甚至占据了市场老大地位的经销商，不一定适合一些品牌。他们有渠道、有资源，但思维固化，相信老一套。思维跟不上企业的变化，而且拥有江湖地位，姿态高，很难听从厂家的安排。而一些有思路，有干劲，但暂时没足够实力的经销商，若品牌、产品、文化和发展思路与他们需求相符，倒是可以去好好培养。思想在一条线上，就像目标一致的一群骏马一样，可以让品牌这辆车跑得更快，而不是互相拉扯、无谓内耗。

第二，提高业务人员的素质，真正帮助经销商解决问题。现在有些企业，老板是很有思想的，营销负责人可能也有两把刷子，但出去跟经销商对接的业务人员素质太低，导致沟通渠道不畅，更没办法帮助经销商成长。业务人员不能跟不作为的钦差大臣一样，简单巡视一遍，吃喝玩乐压货，然后就撤。上文也说了，现在很多经销商不差钱，但是文化水平有限，特别是现在市场也面临着转型期，他们对于新兴渠道和营销方式不知道怎样去运作。他们需要的不仅是厂家一年一两次有限的鼓励和洗脑，更需要厂家业务人员长期的帮助和扶持。业务人员起码要学会做库存分析，要能够帮助经销商做个性化营销策划方案，并带领经销商的团队去做执行，帮助经销商团队的成长。

有句话说，给人一瓢水，你必须要有桶水。酒量代表销量的时代可以珍藏到历史书里去了，思想、执行力才是生产力。业务人员需要有培训、引导经销商的能力，要能够为经销商建立一套适合当地市场的经销模式，找到开拓市场的最佳方法。所以，企业一定要重视业务人员的培训。一个品牌强不强，不仅看厂家是谁，更重要的，是看帮你卖砖的人是谁。好好寻找，也好好对待这一帮人吧。

（来源：陶城报微信第278期）



## 建筑陶瓷干法制粉工艺取得实质性突破

中国建筑材料联合会日前组织专家对由佛山市溶洲建筑陶瓷二厂有限公司、华南理工大学、合肥水泥研究设计院、佛山市绿岛环保科技有限公司共同完成的《陶瓷粉料高效节能干法制备技术及成套设备》项目科技成果进行鉴定，成果鉴定顺利通过。与会专家认为，该成果综合技术水平达到国际先进。

本次鉴定委员会是由来自中国建筑卫生陶瓷协会、中国硅酸盐学会、国家建筑卫生陶瓷质量监督检验中心、中国建材机械工业协会等单位的 9 位专家组成。

该项目自主研发了干粉增湿造粒制粉技术和 GHL-2000 型高速混合造粒机，所制备的粉料能满足陶瓷企业自动压机成型要求；开发了由 PLC 控制的逐级放大均化系统、陶瓷粉料自动称量配料系统、粉料造粒、流化床干燥系统成套设备，满足陶瓷多种原料种类、多种大小批量特性的配方干法均化要求，并实现了生产自动化操作，有效提高了配方的准确性；该项目成果已建设完成了日产 100 吨粉料干粉增湿造粒制粉生产线，运行一年的情况表明，所生产的粉料能满足陶瓷企业生产要求，干法制粉生产相对于传统的湿法生产节能率为 35.47%；该成果已获国家授权发明专利 1 项，实用新型专利 3 项；项目的成功研发实现了湿法球磨喷干制粉向干法制粉的转变，对陶瓷行业节能减排、实现清洁生产具有重要示范作用；同时本项目技术对于陶瓷废料的重新利用有较好的适应性，社会和经济效益显著，市场前景广阔。

专家认为，这项技术具有革命性意义，干法造粒的工艺除了节能外，还能在废气及粉尘排放问题上实现减排，同时，大量减少水资源的消耗。这项技术还通过强强联合，跨界引进了其他行业的技术，推广性很强。

与传统的陶瓷制粉工艺相比，陶瓷粉料高效节能干法制备技术及成套设备适用于陶瓷砖的生产环节。利用该技术之后，陶瓷生产环节的粉尘排放将下降八成，从根本上解决了陶瓷生产原料的污染问题；且陶瓷生产车间不再需要配备喷雾塔，大幅降低陶瓷行业的能耗及污染水平。

对于该项目被认定为达到国际先进水平，中国建材联合会副会长、广东建材协会会长吴一岳，佛山市科学技术局副局长李钜镇等均给予了高度评价。

吴一岳表示，虽然一直以来发达国家在干法制粉领域走在全球前列，但就该工艺所产生的效果来说，中国毋庸置疑是最为明显的，该项目实现了陶瓷行业在创新中的“产学研”结合，为陶瓷行业的创新指明了方向。

李钜镇表示，当前不管是政府还是普通民众，对于环保的关心与重视程度都是前所未有的。此项目使干法制粉工艺技术实现了突破，完全省略了湿法造粒的喷雾塔环节，不仅实现了节能减排，还实现了对废渣的合理利用，更是解决了陶瓷行业当前为环保所困扰的难题，未来该项目“产学研”合作创新的模式值得大力推广。

广东建材协会、广东陶瓷协会、华南理工大学、合肥水泥研究设计、佛山市陶瓷学会、佛山市溶洲建筑陶瓷二厂有限公司以及佛山市科技局、广东省节能中心、佛山市节能中心等单位领导出席了鉴定会。

《中国建材报》

## 煤价暴跌至每吨 700 余元 跌幅同比超 30%

价格在去年稳步下跌的煤炭市场，今年再次掀起“降价风波”。记者近日从广东多家煤炭代理商及陶瓷企业处获悉，受国内煤价整体下行、物流运输成本降低、多产区强制使用天然气等因素影响，广东地区陶企所用的煤炭价格最低已跌至每吨 700 余元，跌幅同比超 30%。

“想到今年的（煤炭）市场会不好，但没想到会这样不好。”一位江西籍煤炭代理商向本报记者称，今年的煤炭市场相较于陶瓷似乎更为惨烈，价格连续遭遇“高台跳水”。

2013 年底，广东地区陶瓷生产所用的块煤（气化煤）开始跌破每吨 1000 元的大关，2014 年初为 900 多元，而现在仅为 700 多元。”该代理商透露。在此前的高峰时期，煤炭价格最高能卖到每吨 1400 元，甚至更多，如今的煤价至少同比下跌了 30%。

这一数据得到了另外多家煤炭代理商及陶瓷企业的证实。8 月 8 日，广东肇庆市领航陶瓷企业的生产负责人告诉记者，如今他们所用的块煤价格为 723 元/吨。

另一家大型煤炭供应企业负责人李胜（化名）亦告诉记者，如今供应给陶企的煤炭价格普遍维持在每吨 700 余元，不过这一价格的波动性很大，依据煤炭的挥发份、固定碳、水份、热值等指标来判定煤炭的优质程度，一些优质煤仍可卖到每吨 800 余元。

此外，是否开具发票、陶企的信用度、回款周期等亦会影响煤炭价格。前述江西籍煤炭代理商告诉记者，对于一些信誉好、收款易的陶企他们通常会给予一定的价格优惠。

### “蛋糕”每年超百亿元 只要有钱就可从事煤炭贸易

煤价的“跳水式”下跌，与煤炭代理商之间激烈的价格厮杀战有着密切关联。2013 年 6 月 29 日，新修改的《煤炭法》取消了煤炭生产许可证和经营许可证，进一步加深了煤炭的市场化程度，意味着煤炭的经营门槛大幅降低。“只要有钱就能够参与煤炭的经营。”李胜说，这导致短时间内从事煤炭贸易的企业数量大增，加剧了煤炭市场的竞争程度。

据介绍，煤炭供应商和陶瓷企业的合作属于大宗交易，二者之间的交易额通常都在千万元以上，这对代理商的资金实力有着较高要求，“最少也需要 1000 万元以上。”李胜告诉记者，陶瓷企业通常会有三个月的押款期，若代理商资金实力不济，很容易造成资金链不畅，经济风险会很大。

佛山一家知名陶企生产负责人告诉记者，以现在的大产能生产线计算，一条线每月的用煤量为 2000 吨，按现行的市场价，折合人民币为 150 万元，“一些生产线较多的大型陶瓷企业集团，每月的用煤量都能够达到几千万元。”

据悉，整个华南地区陶瓷企业一年的煤炭需求量大约为 2000 万吨，折合交易额超过了 100 亿元，煤价高企时甚至能突破 200 亿元。目前广东地区较大的煤炭供应企业每月的销售量在 6—7 万吨，月销量在 2—3 万吨的供应企业有十几家，余下大部分均为月销量在几千吨的小企业。

煤炭行业的激烈竞争达到了怎样的程度？本报记者曾追问多个煤炭供应商，佛山地区存在着多少家从事煤炭贸易的企业和中间商，但均表示“很多，说不清楚”。

### 多产区推天然气 部分煤炭代理商拟转行

事实上，煤价的大幅下跌与激烈的市场竞争并不是令众多煤炭供应商最为头疼的事情。陶瓷行业大洗牌背景下的收款难，各产区的环境治理，强制使用天然气等，更能给他们带来致命打击。

前述江西籍煤炭代理商向记者表示，当前供应给陶企的煤价虽大幅下跌，但他们作为中间商，煤炭采购价以及物流运输价格亦在同步大幅下降，现今从事煤炭贸易仍有一定的利润空间。

不过，尽管如此，这位代理商仍向记者表示，自己将在所有货款收回之后，退出煤炭行业，并转投餐饮业。他称，以前和陶企合作的押款期在 1—2 个月，但现在基本是三个月甚至更长，而且在现在的市场行情下，一些陶企的经营状况令人十分堪忧，合作风险太大。

继续推进并愈演愈热的各产区“煤改气”，是众多煤炭代理商不看好煤炭业并积极转行的重要原因。“如果真的都使用了，我们的市场空间在哪？”在前述江西籍煤炭代理商看来，尽管如清远地区的天然气使用一直悬而未决，但在国内各大城市大力进行雾霾治理的背景下，“煤改气”的落实似乎已是大势所趋。

（来源：陶瓷信息）