

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

四川已建成 243 条生产线 瓷砖日产能 266.75 万平方米

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”的调研结果显示,目前四川省共有生产线243条,瓷砖(不含西瓦)日总产能266.75万平方米。其中,瓷片生产线62条,日产能92.55万平方米;抛光砖生产线25条,日产能32.1万平方米;全抛釉生产线20条,日产能19.7万平方米;仿古砖生产线37条,日产能44.4万平方米;微晶石生产线2条,日产能1.2万平方米;外墙砖生产线47条,日产能47.8万平方米;小地砖生产线6条,日产能3.95万平方米;水晶砖(耐磨砖)生产线15条,日产能15.7万平方米;其他瓷砖产品(包括脚线、广场砖、薄板、腰线等)生产线13条,日产能9.35万平方米;西瓦生产线16条,日产能198.6万片。

从四川产区陶瓷企业的分布可知,目前该区域陶瓷产业主要集中在乐山(夹江、沙湾、犍为、井研、峨眉)、眉山(丹棱、洪雅、仁寿)、自贡(沿滩区、荣县)、内江(威远)、宜宾(珙县)、达州(竹县)、广安(邻水)等地区。其中,夹江产区以83家陶瓷企业、136条生产线、138.85万平方米(不含西瓦)日产能占据了整个四川产区陶瓷砖生产线及产量的50%以上,成为四川省、乃至西部地区当之无愧的最大陶瓷生产基地。

据调查,目前夹江产区共有生产线136条,其中,瓷片生产线31条,日产能45.8万平方米;仿古砖生产线24条,日产能29.9万平方米;外墙砖生产线21条,日产能18.4万平方米;全抛釉生产线13条,日产能12.6万平方米;抛光砖11条,日产能11.7万平方米;水晶砖(耐磨砖)生产线10条,日产能10.1万平方米;微晶石生产线2条,日产能1.2万平方米;小地砖生产线5条,日产能3.3万平方米;其他瓷砖产品(包括脚线、广场砖、薄板、腰线等)生产线10条,日产能5.85万平方米;西瓦生产线9条,日产能119.1万片。

瓷片、仿古砖、外墙砖是当前夹江产区产量最大的三类瓷砖产品,日产能分别为45.8万平方米、29.9万平方米和18.4万平方米。除此之外值得注意的是,自2013年年底开始,全抛釉生产线技改及新建引发热潮开始,夹江产区的全抛釉生产线便迅猛增加,截止2014年9月底,该产区共建成全抛釉生产线13条,日产能已达12.6万平方米。此外,据本报记者不完全统计,目前夹江产区正规化建设的生产线共有11条,其中全抛釉生产线占4条。

近年来,夹江陶瓷产业发展受到生产线产能低、设备陈旧、管理落后、园区规划混乱、人才缺失等因素制约,致使产业发展面临多重“瓶颈”。因此,打破局限成为当务之急,转型升级也成为夹江产区近年来的主旋律。

但没有好的生产设备就很难产出优质的产品。因此,业内人士普遍认为,夹江陶瓷产业的转型升级不单单是产品和品牌的升级,还需要生产设备的更新升级。

鉴于此认知,喷墨印刷技术在夹江产区实现了快速的普及。截止目前,夹江产区在线使用的喷墨机共有94台,涵盖了瓷片、微晶石、全抛釉、仿古砖、外墙、脚线、花片、拼花等领域,而这一数据有望于今年年底突破100。

(来源:2014.11.8陶瓷信息)

武汉 10 月楼市成交量创新高 涨价未成主流

中央"会议限令"追踪:星级酒店仍有谁在开会男子网上订机票姓名显示为网名 无法过安检误机北京房东在浴室装双面镜 长期偷窥偷拍女租客被抓上海组建"自行车骑警" 荷枪实弹保卫马拉松当年吃利息就像领工资一样 鄂尔多斯如今怎么样? 江苏确诊一例禽流感病例 患者曾买活鸡并宰杀

来自武汉市房管局统计的数据显示,今年10月,武汉新建住宅成交19768套,创历史新高。据了解,今年1—10月,武汉共成交住宅接近14万套,而今年最后两个月,新楼盘仍旧排队上市,全年成交量创新高,已成大概率事件。

值得注意的是,2011年限购以来,刚需一直占武汉购房主流,但如今楼市结构开始变化,受武汉全面取消限购、放松限贷政策的影响,武汉楼市改善性需求,逐渐释放。

改善性需求释放

今年10月,不仅楼市整体成交量创新高,一个新局面是,随着限购取消和限贷放开,改善性需求开始有所释放。

武昌中心区、汉口中心区等改善性置业较为集中的区域,置业热度开始明显升温。以武昌中心区为例,上月住宅成交1916套,与去年同期相比,增长高达145%,而汉口中心区增幅也达到50%。

分区域看,10月武汉主城区共成交1.6万套,与去年同期相比,增长接近40%,增速远快于远城区。从市场成交结构来看,在大量换房置业的首次改善型需求的支撑下,本月均价万元以上住宅的市场份额占比攀升至24%。

在改善性需求释放的刺激下,今年10月开发商供应量也随之增加,当月武汉住宅新增供应213.75万平方米,其中主城区177.81万平方米,与去年同期相比,主城区增加79.4%。

涨价未成主流

虽然成交量井喷,但今年10月,涨价并不是武汉楼市主流。

亿房研究中心统计,与上个销售周期对比,当月武汉共有60个项目价格出现调整,涨跌情况为27涨33降,其中主城区18涨22降。尽管不少开发商宣称楼盘要涨价,但实际上多数楼盘并没有真正调整价格。

以10月价格上调最大的楼盘为例,该项目位于月湖片,是典型的改善性置业区域,10月房价从1.1万/平方米调整到1.3万元,更多是源于项目前期定价较低,在调整后,其售价与片区大多数项目保持了一致。

与此同时,10月降价幅度较大的楼盘,则集中在白沙洲和四新等供应压力较大的区域,如白沙洲某项目,价格从6100元/平方米降到5500元/平方米,甚至不得不改变楼盘名称,以避免老业主反弹。

年底仍是市场高峰

今年最后两个月,武汉楼市供应依然保持高峰。本月,武汉预计有37个纯新盘入市,其中汉口及周边区域有15个,汉阳及周边区域有5个,武昌及周边区域有17个。

与此同时,9月底武汉有60个项目宣称将在10月开盘,但实际开盘量不到20个,大量需求被积压至11-12月。

中指院(华中)市场研究总监李国政表示,楼市供大于求现状未变,预计市场重心仍是去库存,房价仍可能再跌,但跌幅将逐步收窄。若住房金融政策执行超预期,市场成交可能继续扩大,也会压缩房价下跌空间。

(来源:2014.11.4 楚天都市报)

高安陶协发起“拒绝价格战”倡议

近日，关于高安产区产品“价格战”的新闻在《陶城报》刊登后，引起高安产区政府、协会、企业的警觉和重视。高安市政府主要领导第一时间指示相关职能部门进行指导，高安市陶瓷行业协会也充分发挥桥梁和协调作用，及时向会员企业发出“拒绝价格战”的倡议。

与此同时，一场由政府主导、协会倡导、一批具备实力和意识的企业积极响应的产品升级、品牌营销大幕已经徐徐拉开。与一些赤身价格肉搏战的企业截然不同是：江西精诚陶瓷在加强新品研发方面，具有高安本土地域特色的“元青花”珍珠釉系列新品现已面世；而江西新高峰陶瓷首倡产区转型升级的主题年会即将开启；华硕陶瓷则借助明星营销提升终端知名度；产区的“龙头”企业江西太阳陶瓷超五千平方米，高安产区最奢华的新营销展厅装修接近尾声。

“价格战”引发大讨论

协会发《倡议书》限产保价

2014年对于高安产区的考验是空前严峻的一年，据《陶城报》记者初步统计，今年4月至10月上旬，该产区除了江西金牛陶瓷微晶石产品产销两旺外，其他仿古产品产销率80%左右，比较好的企业太阳陶瓷、精诚陶瓷可以达到90%；而抛光砖和瓷片产销率只有70%左右，库存压力较大；小地砖产销率不超过60%，有个别企业在促销作用下可以达到100%。外墙和西瓦的产销率也基本维持在80%左右。在此相对严峻的形势下，

“泛高安”产区9月底10月初为迎接国庆“黄金周”，小地砖、全抛釉价格曾经一度下跌20%左右，抛光砖价格下跌15%左右，西瓦价格下跌8-12%左右，外墙产品价格跌幅最小，但是也有下降的趋势。

就在此轮“价格战”即将蔓延开来之际，《陶城报》对此作了深度报道，引起了当地政府、协会的警觉。江西省建筑陶瓷产业基地管委会书记胡江峰第一时间将相关内容向市委市政府主要领导作了汇报。同一天，高安市陶瓷行业协会会长、江西太阳陶瓷集团董事长胡毅恒主持常务会长会议，就价格战问题展开专门讨论。经过多方磋商，高安市陶瓷行业协会及时发出了陶协发(2014)9号文件——《关于高安陶瓷行业限产保价倡议书》（以下简称《倡议书》）。

《倡议书》发出后，在企业之间引起强烈反响。江西金三角陶瓷有限公司董事长金思平表示，该公司今年产销形势其实不错，只是因为价格的下滑给公司经营带来较大压力。他认为，协会发出此倡议很及时、很有必要。

政府的重视和协会的协调起到了立竿见影的效果。记者在走访时发现，不少营销老总在微信中转发了此《倡议书》，高安产区各产品领域的价格战得到了一定的遏制。目前，高安产区产品价格虽有所浮动，但是总体价格并没有再出现大起大落的现象。

市场不好“价格战”难免

以产品升级、品牌营销来抵御

“瓷片明年1-4月会有销售小高潮，但是明年全年的市场估计也不会太好，因为目前厂家仓库压力大，而经销商的库存也不小。尤其到了年底，厂家的促销应该还会有不少。”尽管目前销售形势好转，但是与江西神州陶瓷有限公司营销总经理洪科文一样，大多营销负责人对于明年市场的预期都不乐观，而江西神州陶瓷在产区当地还是瓷片领域的佼佼者。

对于来年的备战，不少企业已经做了详尽规划。江西精诚陶瓷有限公司生产总经理王俊昌表示，精诚陶瓷已经坚定了“产品个性化特色化，营销品牌化高端化”的战略。

与精诚陶瓷不同，江西新高峰陶瓷首次将“企业转型升级”的议程付诸实施。江西新高峰陶瓷有限公司副总经理肖乃国告诉《陶城报》记者：“我们将以经销商年会为契机，带领我们的经销商在明年做好终端专卖店，走品牌化路线。”

淄博三条生产线以下陶企将不再自行制粉

近年来,随着生态文明建设及工业经济转型工作的推进,淄博市政府加大重点能耗排放企业节能减排的工作力度,除了对化工、水泥、火电以及冶金等行业节能减排工作重点监管外,作为全国陶瓷生产重镇,淄博产区建陶行业也迎来了最为艰巨的节能减排目标任务。据淄博市政府印发的《市重点能耗排放企业节能减排推进方案(2014-2015年)》显示,在淄川建陶产区将实施集中制粉,三条生产线以下建陶企业不再自行制粉。

节能减排攻坚战已经打响

10月13日,山东省公布《山东省2014-2015年节能减排低碳发展行动实施方案》(以下简称省方案),对节能减排列出了“分工表”,明确各市能耗增量控制目标以及主要大气污染物减排工程任务。据市方案,淄博市政府将重点企业节能减排目标完成情况作为全市节能减排年度目标责任考核的量化内容,纳入考核体系。对节能减排工作开展不力的区县、部门,市政府将按照有关规定对其主要负责人进行约谈;对完不成目标任务的区县、部门和重点企业实施“一票否决”。各区县政府负责对辖区内重点企业节能减排工作进行考核预警,对工作进度缓慢的企业主要负责人进行约谈,督促企业履行节能减排主体责任。

同时,各级执法部门要进一步加大节能减排法律法规贯彻执行情况的监察力度,积极开展市区联动、部门联合的专项执法行动。对严重违反节能环保和统计法律法规,浪费能源资源、污染环境、统计数据造假的,依法严厉查处;对未按要求淘汰落后产能、违规使用明令淘汰落后用能设备、单位产品能耗超过限额标准、虚标产品能效标识、减排设施未按要求运行的,公开通报或挂牌督办,限期整改,对有关责任人严肃处理。对完善节能减排管理措施,积极采用节能减排先进技术,按进度完成节能减排项目的企业,优先给予政策扶持和资金奖励,择优推荐申报国家、省专项资金扶持计划。由此节能减排攻坚战已经在淄博地区全面打响。

三条线以下企业不再自行制粉

虽然省方案没有把建陶作为重点减排工程任务,但是对于“淄博市能源消费增量控制指标为184万吨标准煤”的要求,市方案已经明确要把建陶行业的节能减排工作放在重要位置。

据市方案显示,对于建筑陶瓷行业,将强力实施球磨机中铝球应用、节电机应用等2项节能减排技术措施,推荐实施干法制粉、窑炉双层改造、窑炉燃烧系统技术改造等8项节能减排技术措施。力争到2015年底,建陶行业重点企业累计实现节能量16.2万吨标准煤。

为确保完成节能减排任务,淄博建陶企业的聚集地——淄川已经开始开展三大主要治理措施。首先建设大型煤气站。以市场化运作方式建设2-4个大型煤气站,年供气能力达到60亿m³,实施集中制气、统一脱硫,集中酚水处理、集中安全监控。同时,根据区域消费规模及数量的变化,合理规划和支持LNG供应系统项目建设,发挥好LNG供应系统调峰调谷的优势,减少煤炭消耗,缓解气源紧张局面。力争该区域年原煤消耗量、耗电量分别下降10%,酚水达到“零排放”,SO₂排放降至50mg/m³。

其次实施建陶行业集中制粉项目。加强建陶行业制粉环节的管理,逐步引导企业将现有湿法制粉工艺升级改造为干法制粉工艺,逐步促使三条生产线以下建陶企业不再自行制粉,力争借此将建陶产业电耗下降20-30%,用水减少75%,粉尘排放降至30mg/m³。除此之外,将探索建立原料标准化加工基地,引进独立制粉企业,根据建陶企业的配比需求,采用封闭方式直接供应配合料,并对基地集中进行环保处理。

另外,还在产区加大废瓷综合利用。积极引进废瓷泥处理企业,利用废瓷泥生产生态保温材料,消化双杨镇白沙村、赵家村废瓷泥堆场,并辐射消化双杨镇周边区域废瓷泥。积极支持淄博中科达、淄博环亿公司等企业利用陶瓷废料生产耐火材料和建材产品。

陶瓷企业触电率不高 网上销售投诉多

一年一度的“双十一”又来了，很多市民已经谋划在网上采购家居产品。不过，记者调查发现，家居企业的触电率不高。同时，有关网购家居产品的吐槽不少，尤其是建材、大型家具产品，在运送过程中容易发生损坏，产生纠纷。另外，线上无法体验的软肋，也让很多消费者放弃网购的打算。一个利好是，接近年底了，很多厂家都会推出优惠，尤其是瓷砖和实木家具，在线下购买家居产品的价格，可能低于网上，而且还能全方位体验。

家居企业触电率并不高

陶瓷行业最多四分之一

佛山是制造之都，本地有一个完整的家居产业链，在龙江、石湾、南庄有大量家居制造企业，在乐从有大量家具流通企业。长期以来，佛山的家居产品远销海内外，但在互联网时代佛山的家居企业触电率并不高。具体到陶瓷企业，根据华南理工大学教授尹虹的了解，触电的陶企不到四分之一。而且，在网上卖的陶瓷产品，基本是小品类或成品，如花洒、地漏、马赛克等，卖瓷砖的很少。

亚洲陶瓷曾组建亚洲商城，想在网上销售包括陶瓷在内的家居产品，但后来这个网站销售量极少，现在已淹没在电商大潮中。在陶瓷行业，触电的大型企业很少，东鹏、新明珠、简一都未涉足电商，一是怕做电商冲击原有的经销商体系；二是陶瓷在运输、安装过程中会产生很多问题，容易有损耗、安装水平也参差不齐。宣称已触电的鹰牌陶瓷，目前也没有实质性的进展。

在家具行业，除了林氏木业外，佛山并无特别出名的网上家具品牌。而且，林氏木业也是从一些衣柜、CD架等小品类做起，慢慢地让消费者接受大件产品。一些生产高端品牌家具的厂家，表示自己的产品不适合放在网上销售，因为高端产品需要充分的体验，但网上销售无法做到这一点。另外，家具也存在运输容易损耗、安装很麻烦等问题。

网上销售投诉多

一些市民从线上转线下

除了企业触电率不高外，记者发现很多问题也阻止消费者线上购买家具。搜索各大网站，很容易发现网友对网购家居的吐槽。“买了一个衣柜，订的是酒红色，送到家发现是棕色。”网友YY表示，“棕色与家里的装修严重不符，联系厂家退，但对方说需要自己付运费。”

遇到YY这种情况的网友并不少，网友“华华”在网上订了一款瓷砖，价格比实体店便宜了一半。“先到店里看过，查到网上价格后，马上下单了。送到家里后，发现花色很不整齐，有些地方已经刮花了。送来的东西，与我在实体店看的型号是一样的，但批次不同。实体店是特等品，网店是一等品，其实是不太合格的产品。”

记者调查发现，网友最主要的吐槽点，是网店的产品与实体店、与自己的想象有差距。一旦送货到家，退货什么的很麻烦，即便与厂家沟通可以退换，但也要浪费大量时间和精力，不如在线下买。另外，由于网销的产品以低价低端为主，一般单价超过1万元的家居产品，消费者接受度降低。高端产品由于资金额度更高，买家更不愿意在网上买家居产品。

可去实体店找优惠

记者了解到，临近年底，大部分厂家都要冲量。由于今年上半年市场并不景气，很多厂家销售压力非常大。因此，年底冲量时给出的优惠也比较大。最近，K金瓷砖第一品牌金丝玉玛就推出奢侈瓷砖特购会。同时，瓷砖行业的精品品牌金意陶也打算在全国推出特惠店。另外，包括东鹏、新明珠、鹰牌在内的多个品牌，都在年底推出特惠活动。

在家居卖场，乐从红星美凯龙、顺联家具都有推出优惠活动，罗浮宫部分单品有优惠。10月31日，第十届中国（乐从）红木家具艺术博览会开展，展会开幕后还将同期举办“红木精品家具采购节”，为期一个月。