

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

省陶瓷协会年会在咸宁召开

1月16日,省陶瓷协会在咸宁温泉谷酒店召开2014年会,到会有宝加利、鑫来利、凯旋、中瓷万达、新天地、中陶实业、花林新型建材、金海达、安广、兴成、锦汇、当阳市经信局、蕲春陶瓷产业协会,以及北京神雾环境能源科技集团等。

吴全发会长在会议上做了2014年协会工作总结;邀请了湖北省委农办熊义柏处长就当前经济发展新常态、我省小城镇建设做了讲解;邀请佛山市陶瓷协会会长助理于枫介绍了佛山陶瓷的发展之路、以及如何打造陶瓷区域品牌的经验。在座谈发言中,大家围绕2014年协会工作及上述专家讲话进行了热烈讨论。省建材联合会秘书长李燕萍做了会议总结。北京神雾环境能源科技集团介绍了煤转气新技术。

会后参观了湖北金海达新型材料有限公司薄板陶瓷生产线。该公司由佛山市金海达瓷业有限公司投资组建,于2013年3月正式投产,当年实现产值8000多万元,销售5000多万元。至2014年11月底金海达公司已完成投资1.2亿元,实现产值1.2亿元,销售1.06亿元。



这是与会人员参观金海达新型材料有限公司薄板陶瓷生产线

(协会秘书处)

全国十大建陶产区名单出炉

由陶瓷信息报社和中国建筑卫生陶瓷协会联合主办、历时 10 个月的“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”于 2014 年 12 月 29 日宣告圆满结束，并权威发布《2014 全国瓷砖产能报告+中国建筑陶瓷产业发展白皮书》（以下称“白皮书”），公布了全国各陶瓷产区的陶瓷砖产能及产区发展现状。

据白皮书数据显示，中国建陶产业经过数十年的发展以及多轮产业转移，已经形成了全国遍地开花的局面，除北京、天津、香港、澳门及台湾地区以外，其余 29 个省（市、区）现共有陶瓷企业 1452 家，生产线 3621 条（含西瓦生产线 181 条），瓷砖总日产能 4503.6 万平方米（不含西瓦，下同）。

其中，至 2014 年，在全国各陶瓷产区中，广东肇庆、广东佛山、福建晋江、山东淄博、江西高安、广东清远、山东临沂、广东江门、四川夹江、辽宁法库等 10 个产区瓷砖日产能均破百万，入围全国建陶产区前 10 强，成为了构建中国建陶产业新版图的重要组成部分。据统计，上述 10 个产区共建有陶瓷企业 786 家，生产线 2191 条，瓷砖日总产能 2505.7 万平方米，已占据全国总产能的 55.64%。2008 年前后，我国建筑卫生陶瓷产区基本形成“三山一海夹两江”的格局，其中，重要的建陶产区有广东佛山、山东淄博（博山）、包括上海在内的江浙地区以及四川夹江、福建晋江等地。

而在 2014 年全国建陶产区前 10 排行榜中，广东除有佛山产区居全国第二之外，另有肇庆产区（瓷砖日产能 392.6 万平方米）、清远产区（瓷砖日产能 248.1 万平方米）以及江门产区（瓷砖日产能 166.4 万平方米）经过近年来的发展跻身至全国 10 大产区之列，分别位列第一、第六以及第八。由此可以看出，即使是在佛山陶瓷大部分外迁转移、全国各产区蓬勃发展的当下，广东陶瓷的霸主地位依然无可撼动。

此外，福建晋江、山东淄博、四川夹江三大产区在历经了近几年转型升级的改造后，在 2014 年的调查统计中，分别以瓷砖日产能 327.3 万平方米、308.68 万平方米、156.15 万平方米位列全国第三、第四、第九大产区；江西高安作为承接佛山陶瓷转移的重要产区之一，自 2007 年后蓬勃发展，此次凭借 261.64 万平方米的瓷砖日产能成为全国第五大建陶产区；山东临沂、辽宁法库则以日产能 197.21 万平方米和 117.85 万平方米的成绩跻身第七、第十名。

（2015.1.9 陶瓷信息报）

2014 年 1 至 12 月湖北陶瓷工业产量数据出炉

据统计部门统计，2014 年 1-12 月，湖北省陶瓷工业延续产品结构调整态势。瓷质砖累计产量 2.75 亿平方米，同比下降 4.03%；而临近湖北的河南、江西两省瓷质砖产量分别是 4.73 亿平方米、11.27 亿平方米，分别增长 19.04% 和 24.05%。湖北是中部地区瓷质砖产量唯一下降的省份。

1 至 12 月湖北陶质砖累计产量 1.12 亿平方米，同比增长率 12.97%；卫生陶瓷累计产量 1762 万件，同比增长 4.35%。

（协会秘书处）

2014 年全国陶瓷砖产能及相关数据

2014 年全国陶瓷生产企业 1452 家，比 2011 年的 1364 家增加 88 家，增长 6.45%；

2014 年全国陶瓷砖生产线 3621 条（含西瓦生产线 181 条），比 2011 年的 3275 条增加 342 条，增长 10.44%；

2014 年全国陶瓷砖日产能 4503.6 万平方米（不含西瓦），若以 310 天计，年产能可达 139.6116 亿平方米，同比 2011 年的 108.0629 亿平方米增加 31.5487 亿平方米，增长 29.19%；

2014 年全国在线喷墨机数量为 2636 台；

2014 年全国西瓦生产线共 181 条，总日产能 1756.13 万片。

（来源：陶瓷信息报）

2015 年淄博仿古砖生产线将大增

2014 年末，有业内知情人士透露，受今年内墙砖、抛釉砖等巨大销售压力等方面影响，部分企业已开始将现有内墙砖、全抛釉、抛光砖生产线改产为仿古砖生产线。据不完全统计，淄博产区新仿古砖生产线至少又将增加 20 条。《陶城报》记者了解到，当前 20 条仿古砖生产线正在逐渐改建试验，年底之前将全部改造完工。相关数据显示，截至 2014 年 6 月，淄博产区建陶生产线数量基本保持在 370 条左右，其中抛光砖生产线约 15 条，仿古砖生产线 50 条，全抛釉生产线约 110 条，瓷片生产线约 160 条，外墙砖生产线 4 条，西瓦生产线 20 条，微晶石生产线 11 条，改后仿古砖生产线数量将提高 50%。记者在市场走访调查发现，处在改建中的仿古砖生产线中，内墙砖改建占多数，其次为抛光砖和全抛釉。究其原因，不少厂家商家纷纷表示，今年国内建陶市场行情极其低迷，生意越来越难做。一位展厅销售人员向记者描述了他三年来的工作强度变化：“2012 年发货忙的不可开交；2013 年自己身兼数职，从销售到仓管再到生产管理事情也很多；到了今年只要不出差，在展厅很少有事做，天天看着大家玩手机。”

多数产品中，内墙砖的库存压力可谓排在了前列。除了长期低迷的房地产形势明显影响销售状况外，产区之间价格战毫无休止，价格幅度的调整竞争也致使某些企业难以支撑运营，或奄奄一息直至倒闭。据知情人士透露，“同规格产品情况下，淄博内墙砖市场价均在每片 6 元左右，而在其他产区 2 元多的价格也到处都是。”产品在价格上不占优势，再加上一些生产线相对短小的企业跟风式的生产内墙砖，无法精准掌握库存，倒闭风险随之加大。因此，部分企业纷纷采取关停部分生产线的方式来减轻销售压力，甚至有不少企业选择只开启一条生产线来维持，或者将生产线变更为销售相对可观的仿古砖。除内墙砖面临销售危机外，抛光砖和全抛釉也在一定程度上受到影响，金狮王科技陶瓷有限公司销售总经理向记者说道：“特别从 10 月份开始，基本上一些大型工程开始逐渐减少，只是生产全抛釉和抛光砖的生产线直至年底就会面临巨大的销售压力，难以支撑企业正常运营。改线仿古砖一定程度上会给这些企业填补这几月的销售空缺。”

据了解，自去年以来淄博仿古砖的市场状况一直相对不错，仿古砖的市场也逐步被厂家看好，成为产品中的宠儿。记者从金狮王科技陶瓷有限公司了解到，作为淄博最早生产仿古砖的企业，仿古砖一直在公司产品销售中占据主导，特别是在出口上，今年仿古砖的出口比去年增加了 1/3。在良好的市场前景基础上，改线过程中和完成后也同样会面临一定问题。龙德陶瓷工程部总经理向记者解释道：“抛釉砖生产线改仿古砖线难度相对小一点，内墙砖改线在压机和模具上的更换等成本会相对高一些。改线一般在一到两个月时间即可结束，但是能否改线成功也是很大一个问题。”而另外一家仿古砖企业负责人告诉记者：“仿古砖的花色繁多，一旦改线后可能会增加相应的人力和设计成本。”关于改线的技术问题和之后的销售，袁桂玲表示，全瓷砖的膨胀系数和平整度也是一个相对难控制的问题，并非一两天就可以试验成功。改线之后，产品销售还要有适应期，要去寻找新的客源，也不是短时间能够把消费者抓住的。

较之往年，受今年行业整体形势影响，淄博产区有部分陶企至少提前一个月就开始进行停线、升级、改造，而仿古砖生产线逐渐被热捧。问及 2015 年仿古砖市场形势，受访者均表示，仿古砖生产线的增加将会导致明年仿古砖竞争更加激烈。

（2015.1.陶城报微信第 382 期）

河南建陶业：逆境中开启转型升级之路

2014 年，注定是建陶业的漫长“寒冬”，在行业无序扩张、产能严重过剩、市场萎靡不振及席卷全国环保风暴的冲击下，停线、降价、倒闭成为常态，建陶业面临前所未有的发展危机和困局。近年来，随着河南建陶业规模的不断膨胀，产品同质化、布局不合理、环境污染等问题逐渐暴露出来，加上周边产区的挤压，市场不断被蚕食，多重压力，河南建陶业面临着严峻的考验。不过让人欣慰的是，在市场竞争加剧的高压下，河南建陶业已开始觉醒，一些企业在产品研发、品牌建设、渠道拓展上倾注了更大精力，走上了转型升级之路。

陶企销售遇冷，市场压力高居不下

市场不景气、销售不畅无疑是 2014 年陶瓷企业遇到的最大问题。笔者在走访时经常听到销售人员抱怨，销售太不好做了，市场烂得不敢想象。

为应对市场危机，降价促销成为企业不得不做出的选择。从 2014 年下半年开始，河南瓷砖价格就一路下滑，以 300×600mm 规格的喷墨内墙砖为例，年初价格基本保持在 4.5 元上下，而目前已跌破 3 元大关，下降 30% 以上。不仅仅是瓷片，抛光砖、全抛釉等产品的价格也有较大幅度下降。据了解，个别企业全抛釉价格已跌至 20 元，抛光砖价格已跌破 15 元。面对汹涌而来的价格战，多名企业负责人表示很无奈：“我们也不想打价格战，但大家产品档次都差不多，库存又这么大，没有办法。”

15 条新线投产，企业扩线明显放缓

近年来，河南建陶业一直保持高速发展，产能屡创新高。据陶业长征调查显示，目前河南已建成生产线 110 条，瓷砖日产能达到 219.3 万平方米，成为名副其实的建陶产业大省。河南新建的生产线有 4 个特点较为明显：一是产品类型高度集中，新建的 15 条线中，10 条为内墙砖生产线，其余为抛光砖、外墙砖、小地砖生产线；二是这些生产线大多是在 2013 年开工建设，集中在 2014 年上半年投产，下半年投产的生产线较少；三是在新增的生产线中，多数为新企业建设的生产线，企业扩建的生产线并不多；四是这些生产线都比较大，配置比较高，单线日产能大多在 3 万平方米以上。安阳日日顺陶瓷有限公司新建的抛光砖生产线，生产线设置为“11 机一线”，日产能可达 5 万平方米，是目前河南最大的瓷砖生产线之一。

2014 年企业扩建生产线，一方面是为了改善产品结构；另一方面则是为了提高产品在市场上的占有率。据一位企业负责人介绍，内墙砖企业和生产线之所以扎堆建设，主要是受 2013 年喷墨内墙砖市场火爆的刺激，引发了建线浪潮，这也是 2014 年内墙砖销售受阻的重要原因之一。

遭遇环保风暴，整治监管力度加大

2014 年 4 月 24 日，十二届全国人大常委会第八次会议表决通过了《环保法修订案》，河南省环保厅把 2014 年列为环保执法年，对环境违法行为加大打击力度、重拳整治，多个陶瓷产区、陶瓷企业中招，受到了严厉处罚。如此大范围的建陶企业被处罚，充分暴露出河南建陶产业环保方面存在的问题。通过此次环保风暴，也促使产区政府和企业加大了环保的重视和投入。据了解，内黄县已投入巨资开工建设污水处理厂、天然气调压站，对园区企业的污水、废水进行集中处理净化，加快陶瓷企业“煤改气”步伐等。其他产区也加大了对环保企业的监管和处罚力度，强化环保设施、维护当地生态环境，成为陶瓷企业面对的首要任务和必须承担的责任。

加快转型升级，寻求突围发展之路

面对 2014 年这个萧条的“冬天”，一些企业冻得瑟瑟发抖，甚至濒临破产、倒闭，如何安全过冬成为河南陶瓷企业在严峻市场形势下急需解决的问题。据了解，2014 年以来，在市场重压之下，河南陶瓷企业奋起的精神被激活，纷纷通过加强产品开发、品牌建设，进一步拓展销售渠道，谋求转型升级、突围发展。

河南省政府近期出台了《制造业大省行动计划》，提出要重点打造内黄、鹤壁两个百亿级陶瓷产业集群，加速推进建陶产业结构转型升级。相信通过此举，必将从根本上打破目前河南建陶业发展“乱局”，推动建陶产业集聚集聚发展，形成规模更大、竞争力更强的生产基地，加速建陶产业提档升级，实现良性健康发展。

（摘自：2015.1.21 中国建材报）

重庆市陶瓷协会成立

千里嘉陵江水声，乘风拍岸起航时。在国家积极倡导转变政府职能、简政放权的政策春风沐浴下，行业组织和社会团体迎来了大发展时期。2015 年 1 月 9 日，重庆市陶瓷协会成立庆典暨第一届理事会就职典礼在沙坪坝区举行。中国建筑材料流通协会常务副会长秦占学，中国建筑卫生陶瓷协会常务副会长缪斌，北京陶瓷商会会长陈进林，重庆市陶瓷协会会长杨玉仁、秘书长冯帅，以及重庆市民政局、市商委，重庆市陶瓷协会会员企业、行业同仁等 500 余人出席大会，共同庆贺这一以民营企业为骨干的新型行业组织的诞生。

行业的健康有序发展离不开行业组织的积极引导，秦占学在致辞中指出：“党的十八届三中全会提出要以简政放权为突破口，加快转变政府职能，加快形成现代社会组织体制的目标。政府要放权给谁，就是目前在社会建设和社会管理中发挥重要作用的社会团体，所以行业协会未来的发展将大有可为。而重庆市陶瓷协会在此背景下成立，可以说是正当其时。衷心希望重庆陶瓷协会能够充分发挥地方行业协会的活力，完善服务职能，创造性地为会员企业、为行业、为地方政府决策提供服务，夯实协会的基础性工作，做好行业自律，推动陶瓷行业更好更快发展。”

重庆市陶瓷协会的主要会员力量是各大陶瓷品牌的经销商，会员性质全部是民营企业。据第一届理事会会长杨玉仁介绍：“重庆市陶瓷协会就是重庆陶瓷人自己的家，目前协会的会员企业大概 200 家，协会没有独立的利益，有的只是会员单位共同的利益。我们将努力提高服务能力、丰富服务内容、延伸服务领域，把协会真正打造成为陶瓷商家们集信息交流、人才汇聚、权益维护为一体的‘好平台、好桥梁、好娘家’，从而推动重庆陶瓷行业迈向新的台阶。”

据了解，重庆市陶瓷协会为解决会员企业资金问题，积极开展金融服务，分别与兴业银行和民生银行签署了战略合作协议，两大银行分别向协会授信 5 亿元。通过协会这个“信得过”的大平台，帮助会员企业融资贷款，解企业燃眉之急；在创新协会服务内容的时候，重庆市陶瓷协会还积极倡导公益事业，带领协会会员企业进行“温暖心视界”的捐资助学活动，在 2014 年共计向重庆涪陵兴隆小学捐赠了总价值超过 10 万元的棉被、电脑等物品，用实际行动向社会展示了行业组织的正能量。

（2015.1.21 中国建材报）

陶瓷电商能赚钱吗？

双十一淘宝天猫赚得可谓锅满瓢满，经营者们不禁对电商这块沃土垂涎欲滴。陶瓷电商，近两年在佛山各大论坛上被炒得沸沸扬扬，电商主题园区和联盟也如雨后春笋般快速增长。

2014 年是瓷砖电商发力的一年，天猫商城由 2013 年的 100 多家网点增至近 600 家，2013 年陶瓷单店全网最高销售额 300 万，2014 年数值超过 670 万，全网排名第一的商家销售额竟达 2500 万。从数据上看，陶瓷电商的局势全面开花，一片叫好。

那么问题来了，他们究竟赚了多少钱？

举个实例，2014 年在双 11 当天某店销量最好的一款抛光砖售价是 28.8 元，这款砖的提货价是 19 元，运费平均 8 元，天猫扣点 1.58 元，那么可以估算成本大概为 28.58 元，算一下，只有不到 3 毛钱的利润？如果加上广告投入、租金、工资、水电，那肯定要亏钱。

其实，陶瓷电商的苦日子在于它不种“庄稼”。归根到底，电商的本质是零售业，零售业拼的是后台的运营能力。

况且，一旦电商占领了一定的市场份额然后不再烧钱打价格战，那电商平台的低价优势就不存在了，而砸钱拉人气也只不过是掩饰电商在商业模式与精细化运营的缺失。

瓷砖电商目前尚且处在粗放式经营的时代，但是随着淘宝的红利期的结束，以及传统大品牌的扎堆涌入，也使得价格战最终会升级为后台运营能力的服务大战。

在没有足够利润的前提下，如何运营做好服务和品牌是个伪命题，小品牌必然要走向精细化运营的道路，根据市场需求和经营数据制定更多的精细化运营方案，来提升用户粘度和流量转化率，也只有精细化运营才能使电商企业重回理性化的轨道。

（摘自陶瓷信息）