

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

我省排污费征收价格翻倍上调 实行差别化收费政策

日前,省物价局联合省财政厅、省环保厅,印发调整排污费征收标准的通知,决定从7月1日起,分两个阶段调整我省部分排污费征收标准。

第一阶段从7月1日起,将废气中的二氧化硫和氮氧化物排污费征收标准,由每污染当量(污染当量,即不同污染物与处理费用的计量单位)0.6元调整为1.2元;将污水中的化学需氧量、氨氮、总磷和5项主要重金属(铅、汞、铬、镉、砷)的征收标准,由每污染当量0.7元调整为1.4元。在每一污水排放口,对5项主要重金属污染物均征收排污费;其他污染物按照污染当量数从多到少排序,对最多不超过3项污染物征收排污费。

第二阶段从2016年7月1日起,将废气排污费征收标准,由每污染当量1.2元调整为2.4元;将污水排污费征收标准,由每污染当量1.4元调整为2.8元。

同时,实行差别化排污收费政策。企业污染物排放浓度值高于国家或省规定的限值,或者企业污染物排放量高于规定的排放总量指标的,加1倍征收排污费;同时存在上述两种情况的,加2倍征收排污费。

企业污染物排放浓度值在国家和省规定排放限值90%-70%(含)之间的,按80%征收排污费;在70%-50%(含)之间的,按60%征收排污费;污染物排放浓度值低于规定排放限值50%以上的,按50%征收排污费。
(2015.6.27 湖北日报)

湖北省建材行业“钟厦杯”技术革新奖表彰会暨 “三峡杯”技术革新奖评审会在武汉召开

6月27日,2014年度湖北省建材行业“钟厦杯”技术革新奖表彰会暨2015年度“三峡杯”技术革新奖评审会在武汉召开。会议由湖北省建筑材料联合会秘书长李燕萍主持。

省建材行业技术革新奖奖励委员会成员,省经贸工会王迅处长、副调研员陈建平,冠名企业领导以及获得2014年度湖北省建材行业技术革新奖奖项的单位参会代表共50余人参加会议。

会上,王迅处长宣讲了开展技术革新活动的重大意义及国家有关鼓励政策,李燕萍作了2014年度湖北省建材行业“钟厦杯”技术革新奖工作报告,中技国际工程有限公司副总经理龚腾芳宣读了2014年度湖北省建材行业“钟厦杯”技术奖表彰决定,省建材产品质量监督检验站站长黄琨解读了《湖北省建材行业技术革新奖实施细则》。众领导为获得2014年度湖北省建材行业技术革新奖奖项的单位颁发证书,为优秀组织单位颁发奖牌。

葛洲坝集团水泥有限公司、华新水泥股份有限公司、湖北钟厦水泥有限责任公司、湖北飞龙摩擦密封材料股份有限公司、宜昌新成石墨有限责任公司的参会代表在会上对各自企业的技术成果进行了展示,行业专家对技术革新奖成果申报程序、规范化操作进行了培训和点评。

当天下午,由技术革新奖评审委员会成员、行业协会代表组成的评审小组对2015年度技术革新奖申报材料进行了现场评审。

李亚林报道

武汉：群雄鏖战，广东砖立足难？

——行业寒流笼罩下的武汉建材市场经销商生存状况调查（2）

人流，断流！

几近断流的“人流”，是造成经销商销售下滑的直接原因。

6月8日至6月14日，本报记者实地走访武汉南国大家装、汉西铁路建材市场、华中建材市场、武汉金太阳装饰材料城、香家家居汉西二路店、友谊国际家居广场、金盛国际家居等多个建材卖场看到，人气大多难尽人意，一些地理位置不佳的卖场形同空城，很难看到人影。

在香家家居汉西二路店一楼的瓷砖区，记者看到，超半数店面处于撤板、歇业的“无人”状态，店内黑灯瞎火、一片狼藉，仅有萨米特、大将军等少数几家知名品牌仍在正常营业。

“这里陶瓷品牌入驻后在短时间内撤离的现象十分普遍，有的甚至不到一个月就撤了。”萨米特陶瓷的一位店员告诉记者，由于人流量稀少，销售不理想，其周边店面的入驻品牌已经更换了好几茬。

南国大家装和友谊国际家居广场是武汉最高端的建材卖场之一，为了吸引人气，刺激消费者购买欲望，各种吸睛广告“寸土必争”，遍布人行道、墙壁、墙柱等卖场的每一个角落，文案大多是冰点价、工厂价到、掀翻底价、疯抢送豪礼等促销内容。有些品牌的促销时间甚至长达一个季度。

武汉金太阳装饰材料城曾是一些陶瓷品牌的“武汉大本营”，前些年还风风火火，但现在风光不再，记者日前实地看到的更多是一片破败景象，几家陶瓷卫浴品牌店门前垃圾成堆，处于“荒废”和大门紧锁状态，其中不乏知名陶瓷品牌。

在规模最集中、人流最旺盛的汉西一带，商铺作为一种稀缺资源，曾经“连市场内部员工也很难租到”，但现在这种局面正在悄然发生逆转。张贴在醒目位置的“牛皮癣”广告，内容开始由“寻租、求租”变成“旺铺转让、仓库转租”。

据多位经销商证实，多年来，在武汉经营陶瓷等建材生意的经销商已经更换了好几批，一些在早些年赚得盆满钵满的经销商在近些年看到行业形势大变，盈利困难，开始逃离武汉，逃离陶瓷销售代理行业。

武汉的经销商们很容易察觉周遭商铺的更替与易主，“例如现在依诺陶瓷的形象店，以前是大唐合盛，现在是由依诺厂家直营。”张金森告诉记者，尽管很多广东品牌都撤离了武汉，但武汉市场对于诸多陶瓷品牌及经销商而言仍有巨大诱惑力。

张金森说，“商铺热”在武汉建材市场依旧存在，尤其是传统的汉西一代，一些地理位置较好的店面，几十平方米大小，通常要上百万元转让费。

“九省通衢”，群雄鏖战

武汉，承东启西，接南转北，素有“九省通衢”之称，其重要的地理位置，衍生了卓越的商业环境，也成为全国各大陶瓷品牌角逐的重要市场。在武汉建材市场，广东砖、华东砖、山东砖、江西砖、河南砖、湖北砖、湖南砖等各产区产品参差交错、相互厮杀，但各有各存活的门道。

湖北、湖南、江西、河南等产区凭借运距优势，以低廉的经营成本牢牢占据武汉中低端市场的一席之地；山东砖质优价廉，通过绝对的性价比优势不断冲击其它产区品牌的市场份额；广东品牌、华东品牌依靠品牌影响力和过硬的产品品质、服务水平雄踞高端市场。

武汉的经销商们习惯将“山东造”称为垃圾砖，但正是这种垃圾砖，正成为中低端市场及批发市场炙手可热的利器。“在武汉，山东品牌至少有上百个。”尚豪美家陶瓷武汉分公司负责人周先生告诉记者，山东砖花色新颖，价格低廉，在低端市场颇受欢迎。

广东一家知名大品牌武汉代理商王立介绍，广东砖与山东砖价格悬殊相当之大，以300×600mm规格的瓷砖为例，广东砖的零售价每片为8-10元，而山东砖仅需4元钱，价格整整高出一倍。

“同个厂家生产的同款产品，广东品牌在武汉的卖价也普遍高于其它城市。王立说，他所代理的品牌，300×600mm规格的瓷砖在上海的零售价为7-9元，而以同样的价格在武汉将很难实现盈利。

造成这样的差异，主要原因是运费过高。王立说从广东运货到武汉大多走汽运，运费是每吨200余元，而运到上海可走海运，每吨仅需10多块钱。（转下页）

（接上页）价格是消费者关注的敏感话题，而这种敏感在武汉表现得更甚。“武汉消费者偏爱价廉，但又具有一定知名度的品牌。”王立说，现在的消费者贼精贼精的，购砖通常会货比十家，在花色类同的条件下，通常会选择更加廉价的品牌达成交易，而对于坯体白度、平整度等品质问题则并不关注。

为了以低价截留消费者，一些经销商在代理广东品牌的同时，也会在店内摆放几片山东砖样品，最大限度地追求成交率和利润。这样的消费习性，使得众多广东品牌在市场竞争中处于不利地位。甚至有经销商宣称：“广东砖在武汉越来越难做。”

而在广东陶瓷销售圈，“各方势力”盘根错节的武汉市场是公认的“怪”：与广东的物理距离虽仅有千里之遥，但除去马可波罗、东鹏、鹰牌等几大知名品牌，大多数品牌在武汉乃至湖北的销售几乎空白，“甚至是一些有着十多年历史的广东一线品牌，在武汉也面临着招商难、销售难的困局。”

有陶瓷经销商甚至这样评论：“作为华中重镇、全国经济十强，武汉表面上看是一块肥肉，但实质上是一块难啃的骨头。”

王立介绍，正因如此，有些品牌不响、产品大众、价格较高的广东厂家销售人员在武汉一连出差十余天也很难成功招商。

作为经销商，王立也会被各地厂家的销售人员“骚扰”，每天都会有好几拨业务员拿着画册找上门或打来电话，他通常以“老板不在”的固定回复方式打发对方。“武汉市场太复杂了，缺乏竞争力的品牌通常很难长久。”王立说，如果不是特别令人眼前一亮的产品，自己通常不会来兴趣。

他告诉记者，有一次，广东一家品牌的区域经理找到他，在被婉拒后，对方甚至搬出了“今天你对我们品牌爱理不理，明天我们品牌让你高攀不起”的说辞，而江西湖北等地厂家由于距离武汉较近，有些销售人员直接开着车，搬着样品就找上门了。

（2015.6.19 陶瓷信息）

法库产区进行产业升级打造“中国瓷谷”

6月23日，法库县县长陈佳标到经济开发区就陶瓷研发中心发展情况进行调研。座谈会上，与会的陶企和建材批发市场负责人表示，目前法库产区存在开工不足、销售不畅、批发市场招商难度加大等诸多问题，税收也是企业反馈最为集中的问题之一。

陈佳标对法库陶瓷产业提出的目标是年产值千亿元，他表示在2015年，要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体的国家级循环化经济示范园区，东北亚现代建材产业基地。“经济开发区要大力实施‘品牌化、国际化、瓷文化’发展战略，深入推进国家级循环化改造示范试点园区建设，打造‘中国瓷谷’。”陈佳标说。

法库经济开发区管委会的常务副主任刘连恒表示，法库产区接下来将着重做好以下几个方面的服务工作，力助法库陶企走出困境。要加快进行“两个改造”，环保改造和技术改造，这两项改造既是城市可持续发展的需要，更是陶瓷企业做大做强的需要。

据法库县人民政府关于印发法库县蓝天行动实施方案(2015-2017年)的通知显示，陶瓷行业作为法库县控制产能严重过剩行业，陶瓷项目新增产能项目将严格执行国家有关陶瓷项目的准入标准，限制重点污染、搬迁企业新建项目。对列入《沈阳市重点污染、搬迁企业名单》，未按期实施限产、搬迁、淘汰关停的企业，不予审批、核准或备案新的投资项目。同时，对陶瓷园区全部煤气发生炉进行达标改造，实现达标排放，与此同时推广清洁能源，在2015年，将完成71台燃煤锅炉及燃煤设施改造，其中，完成陶瓷园区61台煤气发生炉达标改造任务。

目前法库陶瓷主要销往东北三省及内蒙古地区，部分产品还出口俄罗斯、美国、西班牙、日本和朝鲜等。据了解，2014年法库县出口创汇1452万美元，其中经济开发区出口创汇293万美元，占全县出口额20%。2015年1-4月份统计，法库出口创汇569万美元，同比增长30.88%。其中，经济开发区出口创汇127万美元，同比增长39%。

（来源：2015.6.26 陶城网-陶城报）

清远市政府打出环保重拳，规范陶瓷原料生产经营

近日，清远市政府印发了《清城区陶瓷原料集中配送工作方案》，要求在 2015 年 9 月 30 日前实现全清城区所有陶瓷原料“三场”（即破碎场、加工场、拌和场）入园经营，全面推进企业实施清洁生产工程。对未能如期进入集中配送基地生产经营的陶瓷原料“三场”，将全面关停。另外，对 9 月 30 日前进入配送基地生产经营的企业给予一定的优惠政策。

打出环保重拳，清远产区对陶瓷产业瓷土开采、原料配送企业工作进行整合。今后，清城区将加强陶瓷开采场管理，坚决打击矿产资源乱开滥挖行为；加强陶瓷开采场的车辆运输管理，严格按照配送基地车辆运输标准执行；陶瓷原料集中配送基地建成运营后，陶瓷开采场的原料必须进入基地进行加工配送，对私自配送至陶瓷企业的，将关停整治。

根据《方案》相关要求，清城区范围内，不符合土地利用总体规划、无牌无证经营的陶瓷原料破碎场、加工场、拌和场，尤其以源潭镇、龙塘镇为清理整治的重点。

清城区针对优化整合陶瓷产业生产前端环节，建立陶瓷原料集中配送基地，源潭镇共规划建设洞尾、大龙苍口、高桥共三个陶瓷原料集中配送基地以及大龙三夫田陶瓷原料开采和深加工基地。集中配送基地建成后，陶瓷原料开采场的原料必须进入基地进行加工配送，严禁陶瓷原料开采场私自将陶瓷原料配送至陶瓷企业，严禁陶瓷企业在厂区内设“三场”进行加工生产。

如需继续生产经营的企业，必须提出书面申请，经审核同意后方可进入陶瓷原料集中配送基地进行生产经营。在陶瓷原料集中配送基地生产经营的企业，应当达到一定生产规模和税收要求：洞尾基地原有企业以及新规划建设基地的原有企业，税收标准不少于 2 万元/亩/年；洞尾基地新建园区属于破碎区经营的企业，每家企业用地面积 20 亩，企业年产量必须达到 10 万吨以上、年税收 40 万元以上；属于水磨区经营的企业，每家企业用地面积 10 亩，企业年产量必须达到 5 万吨以上、年税收 20 万元以上；属于拌和区经营的企业，每家企业用地 5 亩，年税收 5 万元以上。

此外，对 2015 年 9 月 30 日前进入配送基地生产经营的企业，政府将给予一定的优惠政策，其中包括：对进入洞尾配送基地新园区生产经营的企业，在经营的前两年，政府给予企业场地租赁费用 30% 的补助；而达到税收要求的企业，在企业经营的前两年，政府参照该企业缴纳税收地方留成部分的标准进行奖励，用于企业进行技术改造和提升。

（2015-06-29 陶城报）

供电不足 淄博陶企错峰用电已有生产线关停

近日，淄博市下发的《2015 年全市有序用电方案》显示，2015 年预计淄博市电力供需仍将出现季节性、时段性缺口，最大供电缺口约 70 万千瓦，包括陶瓷行业在内，生产用电都会受到一定程度波及。

记者走访多家陶瓷企业了解到，进入夏季用电高峰期，企业每年都会遭到限电情况，相关企业生产人员告诉记者每年限电期基本都在 6 至 8 月份，进入 9 月初才可结束“用电危机”。

据了解，每年 6~8 月份的尖峰时段为 10:30~11:30、19:00~21:00，记者在用电尖峰时段走访企业时发现，淄博某陶瓷生产线一条线已进入停线错峰。据该企业市场部经理介绍，因为喷墨抛光砖的生产工序相对复杂，每年进入限电期企业整体产量会减产 1/3 左右。不过，也有企业表示限电期对于企业正常生产并无太大影响，为达到合理错峰，企业会将球磨机的工作时间进行相应调整，狮王陶瓷生产经理表示目前企业可以正常生产。

据了解，淄博对不执行限电指令、工作不配合的，依据国家有关法律法规给予处理。不过，为鼓励企业适时错峰，合理安排生产时间，相关部门也出台了谷峰分时电价调整政策，调整政策显示，尖峰电价政策由全年执行调整为电力供需紧张的 6 至 8 月实施，高峰、低谷时段电价由原来的按基础电价上下浮动 60% 恢复为 50%，尖峰时段电价按基础电价上浮 70% 执行。

（2015-06-29 陶城报）

法库产区进行产业升级打造“中国瓷谷”

6月23日,法库县县长陈佳标到经济开发区就陶瓷研发中心发展情况进行调研。座谈会上,与会的陶企和建材批发市场负责人表示,目前法库产区存在开工不足、销售不畅、批发市场招商难度加大等诸多问题,税收也是企业反馈最为集中的问题之一。

陈佳标对法库陶瓷产业提出的目标是年产值千亿元,他表示在2015年,要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体的国家级循环化经济示范园区,东北亚现代建材产业基地。“经济开发区要大力实施‘品牌化、国际化、瓷文化’发展战略,深入推进国家级循环化改造示范试点园区建设,打造‘中国瓷谷’。”陈佳标说。

法库经济开发区管委会的常务副主任刘连恒表示,法库产区接下来将着重做好以下几个方面的服务工作,力助法库陶企走出困境。要加快进行“两个改造”,环保改造和技术改造,这两项改造既是城市可持续发展的需要,更是陶瓷企业做大做强的需要。

据法库县人民政府关于印发法库县蓝天行动实施方案(2015-2017年)的通知显示,陶瓷行业作为法库县控制产能严重过剩行业,陶瓷项目新增产能项目将严格执行国家有关陶瓷项目的准入标准,限制重点污染、搬迁企业新建项目。对列入《沈阳市重点污染、搬迁企业名单》,未按期实施限产、搬迁、淘汰关停的企业,不予审批、核准或备案新的投资项目。同时,对陶瓷园区全部煤气发生炉进行达标改造,实现达标排放,与此同时推广清洁能源,在2015年,将完成71台燃煤锅炉及燃煤设施改造,其中,完成陶瓷园区61台煤气发生炉达标改造任务。

目前法库陶瓷主要销往东北三省及内蒙古地区,部分产品还出口俄罗斯、美国、西班牙、日本和朝鲜等。据了解,2014年法库县出口创汇1452万美元,其中经济开发区出口创汇293万美元,占全县出口额20%。2015年1-4月份统计,法库出口创汇569万美元,同比增长30.88%。其中,经济开发区出口创汇127万美元,同比增长39%。

(来源:2015.6.26陶城网)

5月佛陶价格总指数创两年新低

2015年5月佛山陶瓷价格总指数报95.40点,环比跌幅2.89%。建筑陶瓷系列指数报91.45点,环比跌幅3.34%;卫生陶瓷系列指数报119.14点,环比跌幅0.75%。5月份,建材行业进入传统促销旺季,大部分厂商以下调售价来提振销量。本月三大类指数齐步下跌,佛山陶瓷价格总指数、建筑陶瓷系列指数跌至2013年以来的最低点,卫生陶瓷系列指数微幅下跌,两大类产品销量受促销政策影响而稳步上升。

建筑陶瓷:市场走软,各代表品指数深幅下挫

本月建筑陶瓷系列指数深幅下挫,月报91.45点,环比跌3.34%,同比跌4.44%,指数跌至2013年以来最低点,总销量小幅上升。在9大类产品中,陶瓷板指数不变,仿古砖指数上升,其他种类均呈下跌趋势。跌幅最大的陶瓷马赛克指数,环比跌26.05%,销量同比跌势惨重。跌幅主要是由大盘代表品陶瓷马赛克45×95(mm)大幅跌价所致,成交报价1.7元/片,跌幅2.3%;广场砖、釉面砖、抛光砖均量价齐跌。下分类产品瓷片、抛釉砖、微粉抛光砖下跌幅度最大,代表品辊筒印花瓷片300×450(mm)成交报价1.5元/片,跌幅5.5%;微粉抛光600×1200(mm)成交报价54元/片,跌幅6.82%;微晶陶瓷复合板、外墙砖、烧结瓦以价换量,销售额拉出小太阳。值得一提的微晶陶瓷复合板,本月大幅降价,销量增幅翻倍。普通微晶600×1200(mm)成交报价146元/片,上月175元/片,成交额上升34%。

卫生陶瓷:指数微滑,大盘产品销量稳中上升

5月份卫生陶瓷市场多数代表品指数微幅下调,带动总体需求上升,总交易量大幅上升。本月卫生陶瓷系列指数报119.14点,环比跌幅0.75%,同比涨幅12.93%,由此可得知2015年5月行情较去年同月明显好转。7大类代表品中,小件卫生陶瓷、蹲便器、洗面器指数环比上升,其余均呈下降趋势;产品销量方面,除小件卫生陶瓷、洗涤槽指数成交量跌失过半外,其余代表品销量均直线上升。