

我省上半年陶瓷工业经济运行情况

在国内外市场竞争加剧、环保压力逐步加大的背景下,我省陶瓷工业努力紧跟市场潮流,下大力降低生产成本,积极转变营销模式,并把城镇中低端市场和农村市场作为主攻方向,从而使产销基本保持平稳。上半年建筑陶瓷总产量 1.84 亿平方米,累计增长 6.98%;其中瓷质砖产量 1.35 亿平方米,累计增长 6.22%;陶质砖产量 0.49 亿平方米,累计增长 12.58%;

卫生陶瓷产量增速在连续 3 个月下跌后,6 月出现回升,累计产量 899 万件,累计增长 5.12%。

全省陶瓷工业共实现产品销售收入 63.23 亿元,累计增长 6.52%;共实现利润总额 2.64 亿元,累计增长率为-5.71%。

我省上半年建材工业外贸出口增长 48.03%

今年上半年,我省建材工业外贸出口形势向好,主要呈现三大亮点:

一是增势强劲。全省建材工业共实现出口商品金额 1.39 亿美元,累计增长 48.03%,增速超过全国建材工业外贸出口增长率 32.47 个百分点,超过全省外贸出口增长率 32.73 个百分点。

二是拳头产品出口比重加大。在全省 58 种出口建材产品中,石材、陶瓷、石英玻璃三大拳头产品出口继续保持行业领先优势。其中石材出口量 16.38 万吨,累计增长 130.7%;石材出口金额 5407 万美元,累计增长 140.63%。陶瓷出口量 7.07 万吨,累计增长 92.12%;陶瓷出口金额 2879 万美元,累计增长 47.79%。石英玻璃出口量 811 吨,累计增长 90.21%;石英玻璃出口金额 526 万美元,累计增长 28.24%。

三是出口产品附加值以升为主。花岗石制品平均出口单价 278.15 美元/吨,比去年同期净增 27.41 美元/吨,价值提升 10.93%;大理石制品平均出口单价 973.71 美元/吨,同比净增 302.65 美元/吨,价值提升 45.1%;卫生陶瓷平均出口单价 871.77 美元/吨,同比净增 68.32 美元/吨,价值提升 8.5%;陶瓷砖平均出口单价 265.6 美元/吨,同比减少 112.22 美元/吨,价值降低 29.7%。

(省建材联合会秘书处)

全国首个建陶工业 2025 智能制造项目落户东鹏

“中国建陶工业 2025 智能制造项目”落户东鹏启动仪式暨新闻发布会于 7 月 29 日在佛山举行。东鹏控股股份有限公司（以下简称“东鹏”）正式发布“中国建陶工业 2025”战略，并启动中国建陶工业 2025 智能制造项目，该项目是全国陶瓷行业落实“中国制造 2025 战略”的首个落地项目。作为《中国制造 2025 佛山行动方案》的重点落地举措之一，对全国工业执行 2025 战略尤其是建陶工业具有标志性意义。

5 月 19 日，国务院发布我国工业发展战略——“中国制造 2025”。6 月 18 日，佛山市政府印发《中国制造 2025 佛山行动方案》，计划实施“创新体系建设、智能制造发展、工业强基提质、质量品牌提升、绿色改造升级”五个专项行动，重点发展“新一代信息技术、智能制造装备、汽车制造业、新能源装备、节能环保装备、生产性服务业”六大领域，提升佛山工业转型升级。

发布会现场，东鹏董事长何新明宣布《中国建陶工业 2025 战略》（以下简称《战略》）正式发布。为推进中国建陶工业 2025 战略，东鹏确定了第一阶段的工作目标，即重点推进五大项目，分别是：创建行业第一个国际研发中心、建设行业第一个绿色工厂、打造行业第一个智能工厂、创建首个行业中央数据库、制定行业首个建陶行业两化融合标准。

在智能化的升级方面，东鹏拟投入巨资，率先对两条生产线进行智能化改造，在实现自动化的基础上，对工厂的所有设备实现互联互通，建立起国内首家建陶“智能工厂”。“智能工厂”能采集到每一个数据点并且能实现互联互通，再通过中央数据库的反馈和操作，实现资源的最佳配置和平衡，从而提高工厂的生产制造效率，减少对人力的依赖，国内建陶行业将得到通过智能化实现“弯道超车”的机会。

（摘自：2015.7.31 中国建材报）

卫生洁具与家用电器行业实现跨界合作—— 中国建筑卫生陶瓷协会智能家居分会成立

中国建筑卫生陶瓷协会智能家居分会于 7 月 15 日在苏州宣告成立，缪斌任理事长、梁振海任名誉理事长、徐熙武任秘书长。九牧厨卫、华艺卫浴、荣事达电子电器与优胜卫厨共同组成执行理事长单位。这标志着卫生洁具与家用电器行业企业成功跨界合作，为方兴未艾的智能家居行业实现良好发展，搭建了更加广阔的平台。

智能家居产品的生产涉及陶瓷、塑料、金属、玻璃、电子、应用软件等诸多领域。其中，智能卫浴产品主要包括电子坐便盖、智能坐便器、智能洗浴洁具、智能健康诊断产品、智能保健护理产品、智能感应类设备及相关配套服务等产品及设备。近年来，随着电子技术、互联网技术和移动通信技术的发展，传统卫浴家居行业已经发展到与这些技术相融合形成新产业的阶段，相关行业都在寻求新的突破增长点。家居卫浴中的智能产品从研发到生产和销售服务各个环节取得长足进步，据估算，在未来 10 年中，智能家居行业将形成数千亿产业的大蛋糕。

为进一步促进行业转型升级，引导智能家居产业向优质、舒适、安全、环保、健康方向发展，提升行业高端制造水平，中国建筑卫生陶瓷协会成立智能家居分会。分会旨在通过规范生产技术、提升产品质量、维护市场竞争秩序，有效促进智能家居产品质量的提高和普及应用，进而促进行业的技术创新、节能减排、清洁生产及向自动化、智能化发展。

智能家居分会成立大会上，选举产生了分会第一届理事长、名誉理事长、执行理事长、副理事长、高级顾问、秘书长和副秘书长，并向他们颁发了证书和聘书。与会代表通过了智能家居分会的管理条例等规章制度。

会后，与会代表参观考察了和成（中国）有限公司并举行了“智能坐便器”协会标准研讨会。

（摘自：2015.7.29 中国建材报）

高安、内黄、法库等三产区 7 月瓷砖价格情况

近日，陶城报记者对部分陶瓷产区进行了抽样调查。从各地反映情况看，高安、内黄、法库产区各项指标偏低，无论是全抛釉、抛光砖还是瓷片，价格都趋于倒数三位之列。相比之下，湖南、高邑产区的价格走高。

产区	产品类型	产品规格 (mm)	最高价格 (元/片)	最低价格 (元/片)
湖南	全抛釉	800×800	41.85	18
	抛光砖	800×800	31.5	16
	瓷片	300×600	5	3.2
高安	全抛釉	800×800	23	18
	抛光砖	800×800	16	14.5
	瓷片	300×600	3.3	2.8
内黄	全抛釉	800×800	22	17.5
	抛光砖	800×800	22	15.5
	瓷片	300×600	4.3	2.6
临沂	超平釉	800×800	32	24.3
	镜面瓷片	300×600	4.1	3.6
	喷墨瓷片	300×600	3.8	2.52
高邑	全抛釉	800×800	35.2	26.88
	抛光砖	800×800	24.96	22.2
	内墙砖	300×600	3.06	16
法库	全抛釉	800×800	26	2.1
	抛光砖	800×800	23	23.04
	瓷片	300×450	3	—
陕西	全抛釉	800×800	27.52	15.36
	抛光砖	800×800	19.2	2.52
	瓷片	300×600	2.8	19.84
四川	全抛釉	800×800	28.8	14.5
	抛光砖	800×800	22.08	2.8
	瓷片	300×600	5.3	—

全抛釉方面，规格为 800×800(mm) 的全抛釉，各产区统计数据得知，价格区间从 17.5 元/片-41.85 元/片不等，价格跨度达到 240% 之多。其中，内黄产区 800×800(mm) 的全抛釉最低价格仅为 17.5 元/片，作为新兴产区代表，走低价路线。而湖南产区 800×800(mm) 全抛釉最高价格高达 41.85 元/片。价格呈正态分布，均数集中在 22 元/片-26 元/片之间。

抛光砖方面，规格为 800×800(mm) 的抛光砖，从各产区统计数据可知，价格区间从 14.5 元/片-31.5 元/片不等，价格跨度达到 217%。其中，四川产区和高安产区 800×800(mm) 抛光砖最低价格都为 14.5 元/片，湖南产区 800×800(mm) 抛光砖价格依然走高，达到 31.5 元/片。抛光砖价格集中在 20 元/片-25 元/片。瓷片方面，规格为 300×600(mm) 的瓷片，价格区间从 2.1 元/片-5.3 元/片不等，价格差异依旧十分明显。其中，法库产区瓷片价格最低，仅为 2.1 元/片。而四川产区瓷片价格差异最大，最低价仅为 2.8 元/片，最高价却高达 5.3 元/片。

(摘自：2015.8.5 陶城报)

智联陶瓷提前布局 “二代超晶石” 强势提升核心竞争力

当前，建陶行业淡季特征明显，不少陶企正为瓷砖销售及库存压力巨大而踌躇。在淄博，近期有为数不少的陶企掀起了产品升级浪潮来提前布局市场。其中，淄博智联陶瓷有限公司未雨绸缪，在一代超晶石仍产销两旺的情况下，将于近期强势推出“二代产品”来加速其产品的升级步伐。

日前，记者从淄博智联陶瓷有限公司（以下简称智联陶瓷）获悉，为持续保持产品核心竞争优势，该公司现已提前完成对超晶石产品的全新升级，在经过近一个月的调试试验后，全面超越一代产品的“二代超晶石”将于8月1日强势亮相。

据了解，一代超晶石是由智联陶瓷于去年8月份在行业内首家推出，自该产品上市以来一直产销两旺，供不应求。更令人惊叹的是，智联陶瓷为何选择在当前淡季逆势推出二代产品，更突显二代超晶石的优势与魅力所在。

智联陶瓷董事长张刚介绍，与一代产品相比，二代超晶石在多项性能方面均有大幅提升，远远超越一代超晶石。“二代超晶石”是其公司对原一代生产工艺的一次重大革新，因此二代超晶石对生产工艺技术要求更高、更细腻；产品优势也更突出，更完善，晶体效果远超一代超晶石。

张刚认为，当前形势下的市场竞争非常激烈，经销商希望厂家能够不断推出更具竞争力的产品来提升市场竞争优势，尽管目前超晶石销售形势依然不错，但产品创新需要提前布局，才能保证产品的持续生命力。

据张刚介绍，与一代相比，二代超晶石具有以下五大优势：一、晶体厚，是超晶石厚度的1.5倍以上，已达到薄晶效果，且产品用料非常考究；二、釉面色彩更加艳丽，该产品采用釉中彩技术，使得砖面立体感大大增强，效果自然，最大限度体现出真石材效果；三、坯体硬度高，完全玻化烧制，吸水率低至0.03以下；四、砖面耐磨性能更好，磨损率极低，一般金属物品很难对其造成伤害，硬度达到7级；五、产品强度高，经相关专业部门对其实验检测，二代超晶石的抗压强度为45-47Mpa/cm²。

（来源：2015.8.1 陶瓷信息网）

卫浴实行编码促进企业 O2O 模式的开展

为了能够给消费者提供更便利的条件，从而进一步推动 O2O 的发展，目前市场上关于给卫浴产品编码的呼声越来越高，使卫浴产品也真正实现数字编码，给其定位，从而为其提供身份证明。据了解，很多家居卖场早已着手对产品进行统一编码，而且各厂家也在产品出厂时对产品就已经编码，从而保证产品在全国都有其相同的身份，这为有效进行数据化管理，对数据进行分析起到非常重要的作用。

在家居卖场内，有些品牌已开始实行 O2O 模式。其实 O2O 模式较难推行，一是数据实现是一方面，另一方面，也是业务流程方面的问题，最主要是安装及售后服务方面的问题，如果这一难题解决，对于卫浴行业实行 O2O 模式已不是问题。因此，归根结底，O2O 模式最主要还是要考虑客户的体验度，并围绕其展开。

据悉，对卫浴实行编码，并根据产品型号和种类的不同进行分类，可以防止在物流和管理过程中出现错误，使管理水平能够快速提升，从而提升整个企业的管理水平，进而提升整个行业的水平。同时这种管理流程也更方便卫浴企业在调查市场需求方面的相关工作开展。

对于卫浴企业来说，所有产品实行统一编码对于企业信息化管理具有一定的作用，为企业各类管理打下基础，实现企业从卫浴生产至经营管理再到服务等整个系统的管理，并实现从厂家到经销商再到客户一条龙似的管理。为企业直接服务提供便利条件，从而进一步提升企业管理和服务水平。

在电子商务模式发展迅速的当下，卫浴企业在电商领域做好相关准备工作也显得尤为重要。对卫浴产品实行编码不仅能够在一定程度上规范市场秩序，也能促进卫浴企业管理水平上的提升。

（来源：2015.8.5 中国陶瓷官网）

装修工持证上岗将全国推行

近日，记者从中国陶瓷工业协会瓷砖胶粘贴委员会(以下简称 TCT)了解到，TCT 主办的国家装饰镶贴工培训基地在全国几大片区已建立了十个培训基地，8 月份将开启第一批的学员培训。

随着瓷砖胶的普及，使用传统水泥粘贴工艺已经不能满足粘贴质量要求，瓷砖胶的粘贴工艺需要规范化和专业化。持证上岗的瓷砖镶贴工意味着其通过了专业的瓷砖粘贴技能培训并具备施工资格和能力，对于家装公司和业主来说，持证的瓷砖镶贴工更加具有施工质量保证，对于瓷砖粘贴工艺更规范化的发展具有重要的意义。

据 TCT 秘书长李文庆介绍，来参加培训的装修工，只要各项培训的指标合格，就会获得由中华人民共和国人力资源和社会保障部统一印发的“装饰镶贴工”职业资格等级证书，该证书根据工种的差异分为初级(国家职业资格五级)、中级(国家职业资格四级)、高级(国家职业资格三级)、技师(国家职业资格二级)、高级技师(国家职业资格一级)，所发证件上有本人的照片、身份证号等，并对工种等级进行了明示，所有获得职业资格证书的人名名单可以全国联网查询。

据中国建筑装饰协会统计，全国目前拥有 20 万家专业的装饰装修企业和 1.1 亿名从业人员，年产值近万亿元。但是，人员素质差、技术水平低、缺乏竞争力的行业现状，成为建筑装饰行业发展的制约因素。据了解，在建筑装饰装修行业一线操作人员中，农民工占 80%以上，其中 90%以上是初中以下文化水平，持有从业资格证书和职业技能岗位证书的人员不足 5%，技师和高级技师均不足 1%。

目前，国内家装公司中除了特殊工种，如水电工，有职业资格外，其他工种的工人基本都没有资格或等级证。部分正规装修公司会对工人进行内部培训，并对用工资格有一定的审核。但大多数公司只对工长进行培训，至于装修工人水平如何，是否有证“目前还没有精力去管”，有过装修经历的消费者都了解，在装修过程中尽管寸步不离施工现场，但装修后依然会出现各种各样的质量问题。这是因为装修工程的专业性很强，如果对工程技术标准不了解，即使业主天天在现场也很难发现问题。由于工人操作不规范而造成的装修问题比比皆是，有的私拆乱改结构造成安全隐患；有的在改装电路时，把电话线、电视线、电源线放进同一个线管内，不仅容易出现信号干扰，还存在安全隐患；有的卫生间地面出现渗漏、瓷砖空鼓等现象。这些都是工人没有按照正规程序操作而造成的。

在推行持证上岗后，消费者可选择有证的工人进行装修，不仅能避免出现这些问题，也能为后期的维修带来便利，保证装修的质量可靠。

(来源：2015.7.31 陶城网-陶城报)

我国琉璃瓦企业 3 年增加近百家

由中国建筑卫生陶瓷协会建筑琉璃制品分会、国家陶瓷及卫浴产品中小企业公共服务示范平台、工信部建筑卫生陶瓷及卫浴产品质量控制技术评价实验室共同主办，江西省建筑陶瓷产业基地管委会承办的 2015 全国首届建筑琉璃制品产业发展高峰论坛，日前在江西高安建筑陶瓷产业基地瓷都国际会展中心举办，会上发布的《中国建筑琉璃制品行业发展白皮书》显示，我国琉璃瓦企业 3 年增加近百家。

《白皮书》由中国建筑卫生陶瓷协会建筑琉璃制品分会发布，据《白皮书》数据显示，2011 年国内琉璃瓦行业生产企业数量为 724 家，2014 年行业生产企业数量增长至 823 家。从规模上看，目前我国琉璃瓦生产企业仍然存在大规模企业数量少的问题，70%的企业属于小型规模企业，主要集中在华东、华北、华南等地区，尤其是江西、四川、福建、山东、江苏、湖南等地有着数量众多的琉璃瓦生产企业。2014 年华东、华北、华南等地区分别占全国总供给量 30.7%、21.4%、18.3%的份额，华中、华北、华东地区分别占全国整个市场 18.6%、24.1%、35.8%的份额。此外，据调查估计，2015~2020 年我国琉璃瓦行业需求规模增速将保持在 10%~12%，到 2020 年琉璃瓦行业需求规模或将达到 152.6 亿元。

(2015.7.29 中国建材报)